

# **Rassegna Stampa**

---

Rassegna stampa BTO 2016

**WAYPRESS media monitoring**



23/01/17

BTO

[On Economia](#) P. 11 [Raccontare la Toscana «Il turista vuole toccarla per coglierne l'essenza»](#) 1

20/01/17

BTO

[Travel Magazine](#) P. 13 [BTO 2016 in Firenze](#) 3

07/01/17

BTO

[24 Chasa](#) P. 60 [BTO](#) 4

30/12/16

BTO

[Travel Magazine](#) P. 16 [BTO 2016 in Firenze](#) 8

23/12/16

BTO

[La Voce Di Mantova](#) P. 36 [Sharewood vince la prima edizione di Startup Italian Open](#) 9

19/12/16

BTO

[La Voce Di Rovigo](#) P. 25 [Sharewood vince il contest tra Startup](#) 10

16/12/16

BTO

[Yeni Azir](#) P. 5 [Uzum baglarindan moda ve sanatın merkezine](#) 11

15/12/16

BTO

[Giornale Sicilia](#) P. 6 [Antoci:«Un marchio contro le illegalità»](#) [Nino Dragotto](#) 14

14/12/16

BTO

[Sole 24 Ore - Nova](#) P. 16 [Studenti, startupper e famiglie, a ciascuno la sua accoglienza](#) [Marta Mainieri](#) 15

11/12/16

BTO

Toscana Oggi	P. 7	Il futuro del turismo? Sempre più digitale	Daria Arduini	16
Toscana Oggi Dalla Maremma All'Elba	P. II	L'oscar dell'ecoturismo a tre strutture elbane		18

10/12/16

BTO

Tirreno Pisa	P. XI	RASSEGNA DI MUSICA AL BASTIONE SANGALLO		19
Quotidiano Di Sicilia	P. 15	Plemmirio premiato con l'Oscar	Luigi Solarino	20

08/12/16

BTO

L' Agenzia Di Viaggi	P. 3	E ora il travel s'inchina a sua maestà Google	Gabriele Simmini	21
Tirreno Massa Carrara	P. XI	L'azienda di turismo che fa riscoprire la Lunigiana verde		23

06/12/16

BTO

Nazione Grosseto	P. 18	Quanto il turismo è ecocompatibile Aziende da Oscar		24
Nazione Massa Carrara	P. 19	Turismo da oscar	Manuela Ribolla	25
La Sicilia - Enna	P. 26	Assegnato Oscar della qualità		26

05/12/16

BTO

Tirreno Grosseto	P. 15	Eco e bio, la Maremma ha l'Oscar		27
Voce Di Romagna - Ravenna	P. 29	Dante, Firenze e Ravenna siglano un "patto turistico"		28

04/12/16

BTO

Qn	P. 20	Cantine 2.0, un clic per le eccellenze I migliori vini nei templi delle archistar	Lisa Ciardi	29
----	-------	---	-------------	----

03/12/16

BTO

Corriere Rieti	P. 7	Al Parco Gran Sasso-Laga l'oscar dell'ecoturismo		31
Qn	P. 34	Toscana la più amata dal web	Diego Casali	32
Tirreno Massa Carrara	P. XVII	Oscar dell'Ecoturismo trionfa la Lunigiana con l'eco-ospitalità		33

<b>Il Centro</b>	P. 13	Oscar ecoturismo al parco Gran Sasso Laga	35
------------------	-------	---	----

**02/12/16**

**BTO**

<b>Nazione Firenze</b>	P. 7	Un portale per raccontarci al mondo Così si stimola il piacere di viaggiare	Lisa Ciardi	36
<b>Repubblica Firenze</b>	P. V	Gite mordi e fuggi? Un sito per itinerari su misura		37
<b>Repubblica Firenze</b>	P. V	Turisti stranieri delusi da Firenze bene arte e paesaggio cibo caro e scortesia	Maurizio Bologni	38
<b>Repubblica Firenze</b>	P. XVII	La Venere rimane a Urbino "Aiuta il turismo"		40
<b>Sole 24 Ore</b>	P. 19	Il turismo digitale cresce del 7%		41
<b>Nazione La Spezia</b>	P. 13	Ecoturismo 2017 L'Oscar al Parco		42
<b>Giornale Sicilia</b>	P. 21	Il viaggio, regalo da sogno		43
<b>Stampa Cuneo</b>	P. 53	Gli oscuri segreti delle grotte diventano proposta turistica	Chiara Viglietti, Frabosa Soprana	44

**01/12/16**

**BTO**

<b>Corriere Fiorentino</b>	P. 2	In Toscana 85 milioni di turisti «Firenze a un passo dal collasso»	Marzio Fatucchi, Antonio Passanese	46
<b>Corriere Fiorentino</b>	P. 3	Germania-Italia secondo il direttore (sul lettone)		48
<b>Qn</b>	P. 27	Viaggi, Toscana mèta più desiderata Con il web visitatori sempre in crescita	Diego Casali	49
<b>Repubblica Firenze</b>	P. VII	Il turismo continuerà ad aumentare		50
<b>Tirreno</b>	P. 10	La Toscana cambia: «Un turismo di qualità»	Samuele Bartolini	51
<b>La Sicilia - Agrigento</b>	P. 37	Bartoli e Lo Pilato al Bto di Firenze	Gioacchino Schicchi	52
<b>Provincia Granda</b>	P. 9	I siti carsici del Monregalese ad un importante appuntamento europeo		53

**30/11/16**

**BTO**

<b>Nazione Firenze</b>	P. 1-8	Il colosso «Airbnb» sposa Firenze	Stefano Vetusti	54
<b>Qn</b>	P. 25	Viaggi e vacanze si scelgono con un clic Migliaia di visitatori per i giganti del settore	Stefano Vetusti	57

**26/11/16**

**BTO**

<b>Qn</b>	P. 27	Web e turismo, affari a suon di clic Catene e player si incontrano in fiera	Diego Casali	58
-----------	-------	---	--------------	----

**25/11/16**

**BTO**

<b>Corriere Fiorentino</b>	P. 7	Airbnb, host in rivolta E in Regione arrivano 400 mail	Antonio Passanese	59
<b>Nazione Firenze</b>	P. 13	Casa private in affitto ai turisti «Pronti ad affrontare i ricorsi»		60
<b>Nazione Firenze</b>	P. 13	Tourism Online 148 eventi alla Fortezza		61
<b>Tirreno</b>	P. 13	La kermesse del turismo on line	Samuele Bartolini	62

22/11/16

BTO

Tirreno Prato Pistoia Montecatini	P. VI	Turismo online la Merci Travel alla Bto di Firenze		63
-----------------------------------	-------	--	--	----

20/11/16

BTO

Verona Fedele	P. 13	Garda bresciano, annata record	Francesca Gardenato	64
---------------	-------	--------------------------------	---------------------	----

01/11/16

BTO

Travel Quotidiano	P. 2	DORINA BIANCHI: «DAL WTM è partita la rinascita del Paese»		66
-------------------	------	--	--	----

30/10/16

BTO

Toscana Oggi	P. 8	A Firenze si mette in mostra il futuro del turismo	Daria Arduini	67
--------------	------	--	---------------	----

26/10/16

BTO

Agenzia Di Viaggi	P. 2	Tutti i big del travel tech a BTO 2016		68
Agenzia Di Viaggi	P. 3	Quant'è digital il Piano Strategico?		69

24/10/16

BTO

Turismo E Attualità	P. 26	Giancarlo Carniani direttore scientifico BTO		70
---------------------	-------	--	--	----

20/10/16

BTO

Qn	P. 27	Torna la Bto E lancia il wi-fi libero	Pasta Fichera	72
----	-------	---------------------------------------	---------------	----

19/10/16

BTO

Repubblica Firenze	P. I-VII	Novità alla Bto Airbnb offre anche il trainer personalizzato per turisti	Ilaria Ciuti	73
Tirreno	P. 11	Turismo e innovazione: a Firenze torna BTo Per due giorni i big del settore a confronto		75
Corriere Fiorentino	P. 6	Turismo 2.0, Airbnb lancia le guide-pensa a tutto	Marzio Fatucchi	76

Nazione Firenze	P. 1	Oggi on line	77
-----------------	------	--------------	----

**18/10/16****BTO**

Adnkronos	TURISMO: CON 'ECOSISTEMI DIGITALI' PARTE DA FIRENZE PIANO STRATEGICO SVILUPPO	78
Adnkronos	TURISMO: TORNA A FIRENZE BTO, TUTTE LE NOVITA' SU TRAVEL & INNOVATIONADNK	80
Ansa	Turismo: BTO Firenze, focus aziende affermate in turismo 2.0 Il 30/11 - 1/12 evento sul business digitale	82

**05/10/16****BTO**

Quotidiano Di Sicilia	P. 18	A novembre a Firenze la Borsa del Turismo online	84
-----------------------	-------	--	----

# Raccontare la Toscana

## «Il turista vuole toccarla per coglierne l'essenza»

**E' la regione più desiderata. In Italia e nel mondo. E' stata la mèta italiana più visitata in autunno. E, nell'inverno che entra nel vivo, è al secondo posto dietro al Trentino. Il trionfo dei borghi.**

» FIRENZE

**N**UMERI record per il turismo 'made in Tuscany'. Che manda in archivio un 2016 con quasi il 4% in più di presenze sull'anno precedente grazie, in particolare, all'apporto di città d'arte e località balneari. Percentuale che fa il paio con la *performance* registrata da Toscana Aeroporti, società che gestisce gli scali di Firenze e Pisa, che ha toccato per la prima volta quota 7,5 milioni di passeggeri. Dunque, la Toscana vive del blasone che la contraddistingue, sfrutta il momento di tensione internazionale, causa terrorismo, incassando sempre più turisti interni e si prepara a un 2017 che ha l'ambizione di proporre un ulteriore salto di qualità. «Le realtà storiche e monumentali hanno ormai flussi consolidati - spiega l'assessore regionale

al turismo Stefano Ciuoffo -. L'obiettivo ora è intervenire in maniera sistemica anche sulle piccole economie. La legge regionale sul turismo si orienta in questa direzione promuovendo la ricettività in tutte le sue forme e l'aggregazione di realtà omogenee di ambito (Chianti, Costa Etruschi, montagna) per valorizzare al meglio queste mete come un unico prodotto turistico. Con l'apertura dei bandi al settore turismo e commercio vogliamo favorire la nascita di nuove imprese e renderle più strutturate».

E la strategia di promozione prevede iniziative ad hoc proprio per le mete 'minori'. A sostenerlo il direttore di Toscana Promozione Turistica, Alberto Peruzzini.

**Peruzzini, le città d'arte sono in vetta alla desiderabilità, così come le destinazioni di mare. Ma c'è una terza fetta della torta di presenze su cui si concentra il vostro impegno.**

«La Toscana vive un momento importante e molto positivo in termini di presenze e di qualità del soggiorno per svariate motivazioni che nascono *in primis* dal valore inestimabile del proprio patrimonio storico e culturale delle città e dal valore aggiunto di possedere

una costa bene attrezzata che attrae italiani e stranieri. C'è però una Toscana meno nota che sta prendendo campo nella scelta di vacanza».

**Quale?**

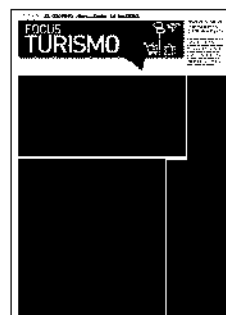
«È quella Toscana che oltre a invadere i sensi della vista e del gusto include anche quelli esperienziali del contatto diretto con luoghi e persone».

**Quindi?**

«Quindi è fondamentale lavorare su nuove strategie di 'racconto' del territorio. Ad esempio abbiamo notato che lo *storytelling* di luoghi piccoli, ma ricchi di fascino, storia e folklore, rappresenta uno strumento valido. Prova ne sia il portale *Toscana Ovunque Bella* che regala al mondo una panoramica di tutti i Comuni toscani (dal più grande al più piccolo) attraverso il racconto emozionale di artisti, scrittori, giornalisti o anche semplici cittadini come il farmacista o il maestro di scuola elementare».

**Un punto di contatto informale...**

«Proprio così. Sembra essere questo uno degli interessi del viaggiatore consapevole. Il contatto diretto con la Toscana e i toscani. Che stanno diventando motivo di viag-



▲ I VERTICI  
DEL TURISMO  
TOSCANO

Toscana  
meta più  
desidera-  
ta del  
2016,  
seconda  
destinazio-  
ne italiana  
in inverno.  
Strategie  
e idee per  
il turismo  
arrivano  
da Stefano  
Ciuoffo e  
Alberto  
Peruzzini  
entrambi  
al centro  
della foto  
scattata  
alla Bto di  
Firenze a  
novembre

gio a loro volta e a loro insaputa».

#### **Quali sono le tendenze di interesse?**

«Intanto aumentano le richieste di soggiorni per sposarsi in Toscana, in particolare dagli States ma anche da altri Paesi. Per la verità, da qualche tempo, gli americani vengono nel Chianti o in Maremma per festeggiare anche i... divorzi. Tant'è. Ma poi c'è un turismo legato ai percorsi in bicicletta o di trekking che stanno vedendo crescere in maniera esponenziale la presenza di turisti».

#### **E poi?**

«I cammini religiosi, il boom di pellegrini 2.0 sulla via Francigena ne è l'esempio più lampante, così come il revival del Cammino di Santiago che la storia vuole che parta da Pistoia, guarda caso Capitale della Cultura 2017. Si tratta di visitatori che spendono e che vogliono unire al percorso delle città un'esperienza sensoriale. Ecco perché sport, cooking show, vendemmia e via elencando – fianco a fianco con lo chef, il fattore o il personal trainer – possono essere i motori per mettere benzina a questo segmento del turismo che sarà la chiave dell'ennesima esplosione della nostra regione».

**Diego Casali**



## **Sempre più italiani Presenze boom**

La Toscana continua a registrare una crescita nelle presenze italiane: nel 2016 aumentano del 2,5% rispetto all'anno scorso

## **I punti chiave della nuova legge**

In vigore dal 12 gennaio la legge nuova regionale. Nel mirino gli alberghi diffusi e i prodotti turistici omogenei

## **Tedeschi e francesi sono gli irriducibili**

Germania, Francia e Regno Unito, i Paesi che rappresentano i mercati di origine dei flussi per la Toscana



DIGITALE ECONOMIE

# BTO 2016 in Firenze

## (deel 2)

BTO staat voor Buy Tourism Online: directer kan een naam amper zijn. In het tot congres- en expocentrum gereconverteerde verdedigingsbolwerk Fortezza da Basso midden Firenze had voor het negende opeenvolgende jaar de genoemde beurs plaats. In TM 390 van 30 december las u al deel 1 van ons verslag. In dit nummer krijgt u het vervolg.

### Hij booking.com draait alles om people

Volgens **Peter Verhoeven**, general manager **booking.com**, steunt de sterkte van zijn nu 20 jaar oud bedrijf vooral op **people**: zo'n 13.000 mensen – waarvan zo'n 3.500 in Amsterdam werken, de rest in de 30 kantoren overal ter wereld – van 104 verschillende nationaliteiten. Want hotels of accommodaties heeft **booking.com** niet voor de toekomst bieden zich heel wat elementen aan: verdere uitbreiding (en niet enkel geografisch, ook meer business bookers), verdere ontwikkeling van mobiele applicaties, meer partner services, messenger (met 600 miljoen gebruikers in China alleen al) en acquisities (kleine start-ups). De verwachtingen van de klanten veranderen. Momenteel zijn er 3,2 miljard mensen geconnecteerd, morgen kan dat cijfer 7,6 miljard zijn, enz. Ze maken ook steeds frequenter gebruik. 'Al wat we kunnen doen is instant on demand antwoorden op hun vragen. We proberen ons product ook elke dag beter te maken', stelt Peter Verhoeven. 'We experimenteren (tot 1000 keer) elke dag; we falen daarbij vaak, maar we doen het snel. Succesvolle experimenten worden geïmplementeerd op een grotere schaal.' Een hotelier uit het publiek kreeg van Peter Verhoeven ook op stuk met z'n vraag waarom **booking.com** de klanten boekingen gratis laat ongedaan maken. 'Dat hoort erbij. Klanten willen vrijheid. Een wereld zonder **cancellations** is een wereld waar geen business is. Indien je enkel met je eigen website zou uitpakken, zou je misschien meer zekerheid hebben, maar nog geen tiende halen van wat via ons komt!'

### Airbnb: it's all about belonging

Een merkwaardige parallel met voorgaande bleek uit de uiteenzetting van **Mark Levy**, Global Head of

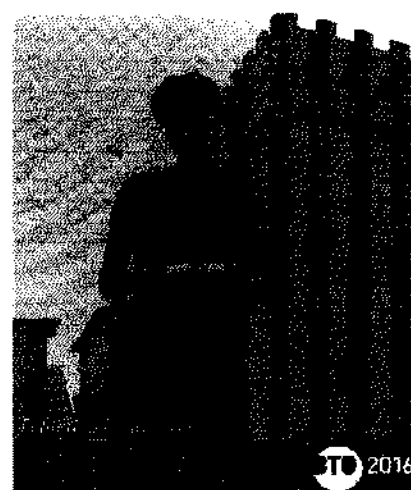
Employee Experience bij **Airbnb**. Hij had het zelfs voortdurend over het belang van people. Levy: 'Wij willen dat mensen zich overal thuis voelen; it's all about belonging, het gaat ook over de gastheer/vrouw en over de bezochte locatie, het is een kwestie van personal connecting.' De missie van **Airbnb** start in dit proces en terzake is een groot aandeel weggelegd voor de (bijna 3000) bedienden van **Airbnb**, die in het bedrijf als partners van de stichters worden beschouwd. Dat uit zich onder meer in de werkplaatsen, die in niets op klassieke kantoren of call centers gelijken. Alle employees moeten wel allemaal, van marketeers tot en met afwassers, de core values van **Airbnb** onderschrijven. Hun engagement wordt onder meer onderhouden door de reisevoucher van 2000 US dollar die elkeen ieder jaar krijgt om zich te onderhouden met klanten en gasten.

### Goed geoliede machine

De organisatie van BTO 2016 werkte als een goed geoliede machine. Naar content toe werd niet ieders verwachtingspatroon helemaal beantwoord. Al was het op voorhand duidelijk dat niemand van de eminente sprekers zo maar het achterste van zijn tong zou laten zien, laat staan zijn bedrijfsgeheimen te grabbel gooien. In de praktijk waren de diverse discours soms dus meer een achteruit- dan een vooruitblik. Maar indien er één ding duidelijk werd, is het dat **technologie en innovatie** in de komende jaren nog veel belangrijker zullen worden. Alle grote wereldspelers zijn ongeveer twee decennia oud en zijn vastberaden zich te bestendigen: elk ziet duidelijk een markt – zeker in sector van de **business** – voor verdere expansie. Het uiteindelijke doel ervan blijft hetzelfde. BTO-directeur (en tegelijk hotelier) **Glancarlo Carniani** gaf het reeds aan in zijn inleiding in sloganvorm: *Search, shop and buy*.



Peter Verhoeven, booking.com.



© Travel Magazine

### Grote toekomst voor ancillary services

**Bratenna Paun**, hoofd van **Protel**, het hotelgigant dat zijn klanten een voorrecht heeft dieps overtuigd dat een grote toekomst weggelegd is voor de verkoop van ancillary services op den voorhand te boeken. Zij benoemt zich daarvoor veeleer op het dat 85 procent van de reizigers een vliegticket koopt en een hotel voor een vlucht koopt, maar niet het package. Het zal veranderen met de toekomst, met de groei van de markt van **ancillary services**. Maar in de toekomst zullen reizigers van een nieuwe manier van reizen profiteren. **Paun** maakt de komende maanden een studie van de markt van **ancillary services** en heeft de komende maanden een studie van de markt van **ancillary services** en heeft de komende maanden een studie van de markt van **ancillary services**.



Mark Levy, Airbnb.

"Reizen is een kwestie van personal connecting"

Mark Levy

Glancarlo Carniani, BTO-directeur (en tegelijk hotelier)

# Ето как може да се види Италия нискотарифно

**З**агадъчни замъци, горещи терми на открито и най-вече вино, вино, вино - това са само няколко идеи как да прекарате емоционално, но и нискотарифно ваканцията си на Ботуша.

Италия не е сред страните с икономични туристически инфраструктури, но за сметка на това е пълна с изненадващи с чара си непознати места, в които може да спестите. Познавайки ги, може да избегнете големите градове, които са пълни с туристи и с надуты цени.

Някои от тези маршрути бяха представени на завършилия неотдавна панаир на онлайн туризма във Флоренция - Bcu Tourism Online (BTO), който е най-голямата борса по рода си в света.

Първото условие, ако искате да спестите, е да резервирате ваканциите си чрез интернет. Само така може да сравните цените на един и същи хотел в различните платформи и да изберете най-изгодната.

Започнете с trivago.it, сравнете задължително цената на същото място и в kayak.it, после вижте ofertите и рецензиите на tripadvisor, а накрая и тези в сайта на хотела. Ако търсите ваканционни къщи или апартаменти със закуска в Италия, то тогава най-подходящо е да се обърнете към сайта homelidays.it Друг интересен портал е Casevacanze.it. Вижте и предложенията в Holidayinhouse.it.

С предложения може да ви помогне и сайтът homeaway.com. Друга инте-

ресна търсачка на къщи под наем е likibu.it.

Ако пък искате да се свържете директно със собствениците на апартаменти или къщи под наем, прегледайте сайта mediavacanze.it.

Открай време Тоскана е в топ предпочитанията на туристите за ваканция. Ако искате да резервирате всичко възможно за екскурзията си там, много полезен е сайтът turismo.intoscana.it. С иди и информация може да ви помогне и visit-toscane.com, а също и сайтът discovertuscany.com.

Ето и няколко предложения за емоционални и нискотарифни маршрути далече от туристическите тълпи и от високите цени.

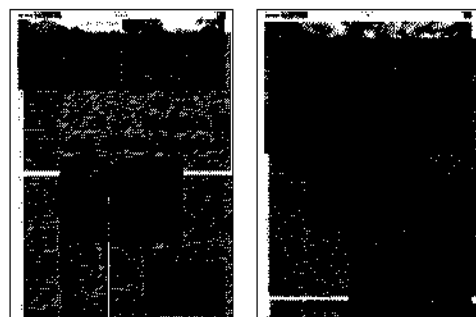
## 1. Селото на фенте – Изола Санта

(Свети остров), в Гарфаяна, до град Лука в Северна Тоскана. Това е древно и загадъчно селце от най-мрачната епоха

на Средновековието по течението на Турите Сека в Апуанските Алпи. Отивайки в него, се озовавате в сапунен мехур – каменните къщи се оглеждат в чистите зелени води като в огледало, а отгоре са надвесени планински върхове. И всичкото това – на фона на шепота на птички и елфи. В Изола Санта е възможно да се ношува в стаи под наем в много от къщите, които служат като „разпръснат“ хотел. Перфектно реставрирани апартаменти се наемат на скромни цени.

## 2. Замъкът на Лукреция Борджия в Градара

- той се намира на границата между областите Марке и Емилия-Романя, на 25 км от курорта Римини. Роден като военно укрепление през XII в.,



постепенно се превръща в знатна резиденция за властвалите в района фамилии Малатеста, Сфорца и Дела Ровере.

Всичко в замъка е мистериозно - като се започне от кулата със зала за мъчения и се стигне до бляскавите салонни и стаи. Тук може да се види и стаята на „отровителката“ Лукреция Борджия, незаконната дъщеря на папа Александър VI, която пристига в замъка през 1494 г., когато е едва 14-годишна.

Тя е втората жена на Джовани Сфорца. Описваната от край време като фатална жена Лукреция Борджия била всъщност невинна девойка със златисти коси и сини очи. Тя станала жертва на „брачната“ политика на баща си още от 11-годишна. Той принуждавал Лукреция да оставя съпру-

зите си в името на перверзните си интриги. Онези, които не искали да напуснат момичето, били отравяни. Джовани

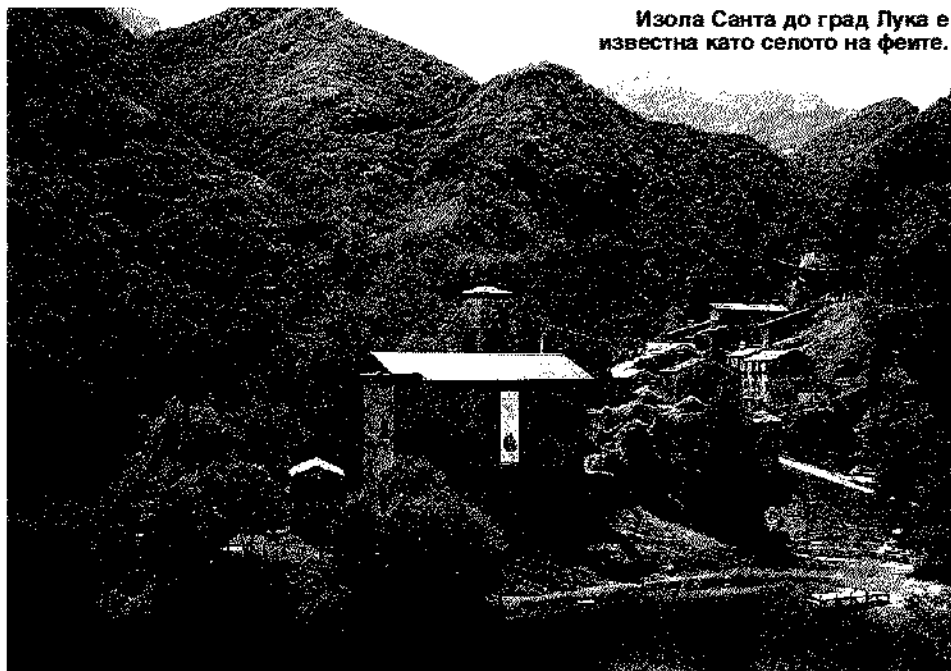
**ВИОЛИНА ХРИСТОВА, Рим**

## Няколко идеи за пътешествие до красиви, но далече от тълпите места на Ботуша

Сфорца се спасил от отравяне само защото подписал фалшив документ, че е импотентен. Славата на замъка на Градара обаче е най-вече заради легендарната и трагична любов между Паоло и Франческа, описана от Данте Алигиери в „Ад“ на неговата „Божествена комедия“. Именно зад стените на замъка двамата младежи изгарят от страст, а после умират. В чаровното борго (средновековно село) на Градара може да се ношува и вечеря икономично.

### 3. Термите Баньо Виньони.

Тоскана - това е малко селце с огромен басейн с гореща минерална вода на открито. На практика той е „площадът“ на селото. Неговите води извираят от връх Амиата.

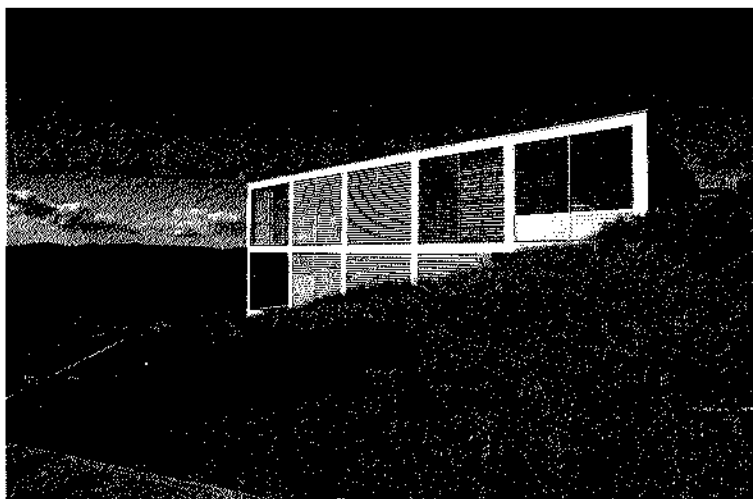


Изола Санта до град Лука е известна като селото на феите.



Пътуването с железницата „Виджецина“ през Алпите е емоционално през всички сезони.

СНИМКИ: АРХИВ



Изба „Колемасари“ в Чиниджано, до Гросето, наподобява дървена кутия.

До горещия басейн се намира малката черква „Свети Йоан Кръстител“, има и спален хотел, както и чаровни ресторанти. Наблизо е разположена и долината на мелниците – Ла Вале дей Мулини, произведение на инженерната мисъл в сферата на хидравликата.

#### 4. Вимарски изби - архитектурни бижута

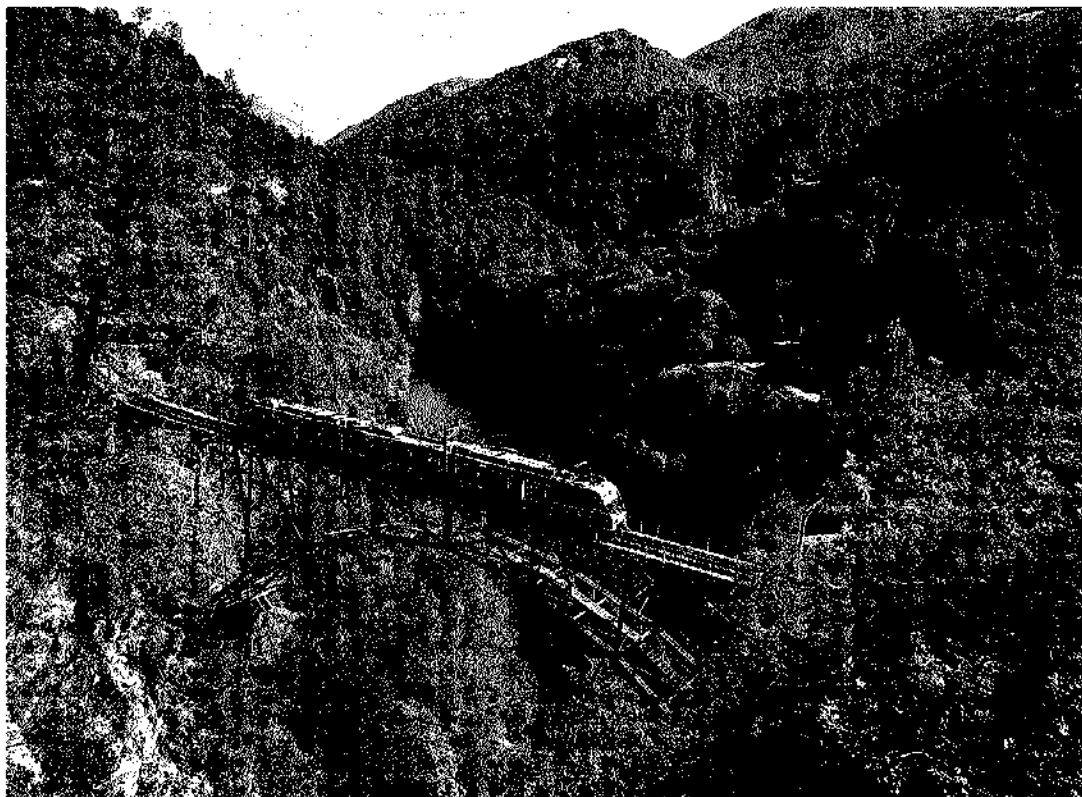
в Тоскана. Какво е ваканцията без вино? Тоскана е родината на едни от най-хубавите вина в света. С помощта на сайта [winearchitecture.it](http://winearchitecture.it) може да си програмирате обиколка на качествени изби, които са и бижута на биоархитектурата и новите технологии. На всичкото отгоре са проектирани от световноизвестни архитекти.

Избата „Ил Боро“ до Аресо е собственост на Феручо Ферагамо от известната модна индустрия. Това е комплекс от 3000 кв. м, потънал сред зеленина. В подземното може да се насладите на антична изба, преустроена по най-модерните технологии, а на горните етажи в именията може да се разгледа изложба с картини на Пикасо, Уорхол и Рембрандт.

Друга интересна изба е „Каяроса“ в Рипарбела, до Пиза. Проектирана е от Майкъл Болс в типичен тоскански стил, но и по всички правила на фън шуй.

Още една изба си струва да се види - „Колемасари“ в Чиниджано, до Гросето. Тя наподобява дървена кутия и е изградена по всички закони на био-строителството и биоклиматичното инженерство.

Световноизвестният архитект Ренцо Пиано пък е проектирал намиращата се в Гаворано, до Гросето, изба „Рока ди Фрасинело“. Идеята на Пиано е за повече загадъчност в архитектурата на избата. Нейните форми са елегантни, хармонични и семпли.

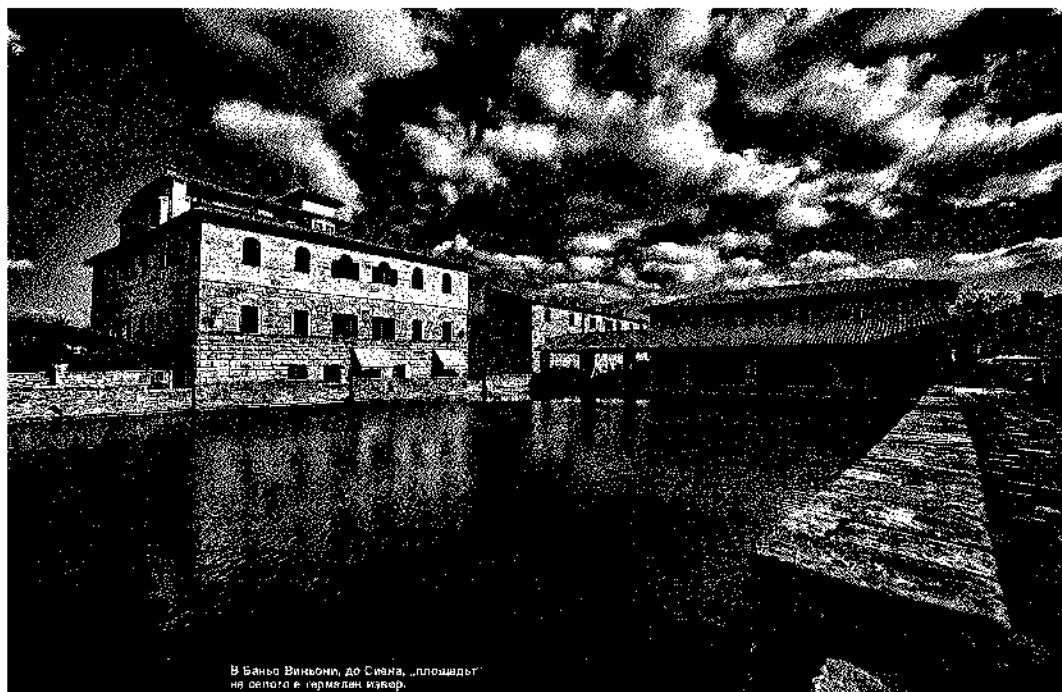


Историческата железница свързва област Пиемонт с Локарно в Швейцария.

#### 5. Жп линията „Виджецина“ в Алпите

област Пиемонт – това е емоционално пътешествие с влак през по-малко познатите части на Алпите. Очаква ви пътуване от 52 км, пълно с тръпки - преминавате през мостове, от които се откриват надолу страховити и атрактивни панорами, „мушват се“ в тунели и гори, заобикаляте живописни водопади.

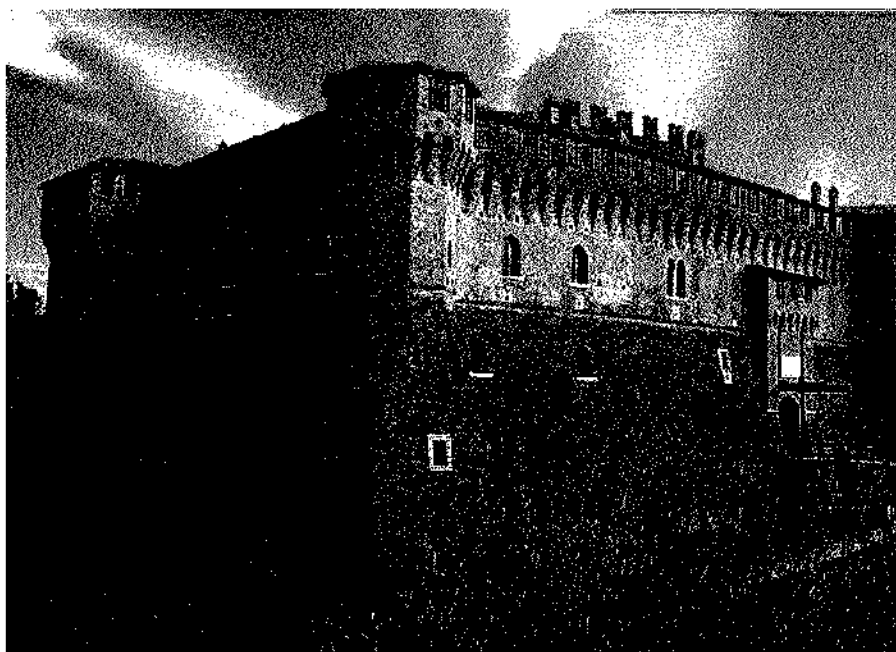
Историческата железница, която свързва Домодосола с швейцарския град Локарно, предлага планински маршрут, който не е за хора със слаби сърица – много често наклонеността достига 60%. Спектакълът, на който се наслаждавате обаче, е 100 на сто гарантиран. Може да си разделите маршрута на етапи, за да слизате и да разглеждате живописните села по пътя в долината Виджецо, известна и като Долината на художниците. Неустойими са и панорамите към езерото Маджоре.



В Баньо Виньони, до Сиена, „площадът“ на селото е гермелен изкор.



Избата „Рока ди Фрасинело“ в Гаворано, Тоскана, проектирана от световноизвестния архитект Ренцо Пиан.



Лукреция Борджия е сгодена за испански благородник още 12-годишна, а после е дадена за булка на Джовани Сфорца, в чийто замък в Градара отива да живее. Долю - в замъка на Градара, до Римини, е живяла Лукреция Борджия.



DIGITALE ECONOMIE

# BTO 2016 in Firenze

## Search, shop and buy (deel 1)

*BTO staat voor Buy Tourism Online: directer kan een naam omper zijn. In het tot congres- en expocentrum gereconverteerde verdedigingsbolwerk Fortezza da Basso midden Firenze had voor het negende opeenvolgende jaar genoemde beurs plaats. Deze omvatte een 65-tal stands, maar gold in de eerste plaats als forum voor voordrachten en debatten gerelateerd aan online toerisme. In tien verschillende (vaak overvolle) zalen hadden in totaal 148 events plaats over twee dagen (30 november en 1 december). In dit nummer en het volgende nummer (TM391 van 20 januari 2017) komen we uitgebreid terug op de beurs.*



Glenn Fogel, The Priceline Group.



Adrian Hands, TripAdvisor.



Walter Lo Faro, Expedia.

Reuzen uit de digitale reisindustrie, zoals **The Priceline Group**, **TripAdvisor**, **Expedia**, **booking.com** en **Airbnb**, verleenden hun medewerking. Thema 2016 luidde *Why?*, bewust met uitroep- i.p.v. vraagteken. Bedoeling was vooral de toekomst van het online toerisme in Firenze gestalte te geven.

### Provider voor elke reiziger

Ook de hotelsector was bijna vanzelfsprekend sterk vertegenwoordigd. Dat was niet enkel het geval bij de actieve deelnemers (met gevestigde waarden als **Best Western** en **Accor** en recent opgerichte ketens als **The Student Hotel**), maar ook bij het gretige auditoraat. Het leeuwendeel van de events gebruikte Italiaans als voertaal. Met de *special guest stars* werd uiteraard in het Engels geconverseerd.

**Glenn Fogel**, Executive Head Worldwide Strategy and Planning The Priceline Group, mocht hierbij de spits afbijten in een sofagesprek met **Philippe Wolf**, Ambassador BTO 2016. Priceline is de wereldleider inzake online toerisme (met vandaag 75 miljard dollar jaaromzet), bestaat sinds 1997 en deed in 2005 een heel belangrijke acquisitie met **booking.com**. Het *Why?* zit volgens Glenn Fogel niet in het naar de rekeningen kijken, maar in het daadwerkelijk voorzien van de best mogelijke service aan de twee groepen waarmee Priceline werkt: de reiziger en de hotelpartner. Ook *timing* is een belangrijke factor: Priceline was er op het juiste tijdstip op de juiste plaats toen het online toerisme begon te ontkiemen. Niet alle energie werd gericht op de grootste (hotel)ketens, maar net zo goed op de onafhankelijke hotels. Priceline is de grootste klant van **Google**, maar krijgt wel een stevige return voor wat het investeert in marketing. Tot nog toe heeft de company zich vooral gebogen over de leisure, maar ook de businessmarkt zal steeds meer aan bod komen. Finaal is de bedoeling om provider te zijn voor iedere reiziger, gelijk wanneer en voor ieder motief.

### Reviews geven klanten meer vertrouwen

**Adrian Hands**, Sales Director **TripAdvisor**, hield het bij een bevolgen voordracht. *Why?* is TripAdvisor de grootste travelsite geworden? In 1999 waren er 150 miljoen internetgebruikers wereldwijd. Het idee werd geboren in Needham (bij Chicago), overigens nog steeds het HQ, dat wie op reis wilde gaan, daar ook wat voor over had; hij diende zich immers te verlaten op de weinig objectieve informatie uit de brochures. Wat objectieve info en de commentaren van hen die er geweest waren, was het basisidee. Het begon met teksten van reisjournalisten en bloggers. Per 2001 volgden de reviews van de reizigers: dat was totaal nieuw in die tijd. De quoteringen begon ook voor restaurants in 2004, huurwoningen in 2009, de iPhone app - vandaag gewaagd we van 390 miljoen downloads - en het zeer belangrijke partnership met **Facebook** in 2010. De prijsvergelijkingen startten in 2013. Ook de stickers en de awards - low-tech allebei - hebben bijgedragen tot de faam van TripAdvisor, aldus Hands. Een sleutelement was voorts het gebruik van de metasearch als zoekmachine. En in 2014 volgde instant booking. Vandaag is TripAdvisor een webcompany waar dagelijks geëxperimenteerd wordt met heel wat **verdere ontwikkelingsselementen**. Ondertussen blijft het aantal reviews enorm stijgen. Dat is groot nieuws, want wijst op interactie. Zo'n 50 percent is niet in het Engels, zodat sprake is van een globale footprint. In totaal zijn er 110 miljoen geregistreerde regelmatige medewerkers. Liefst 85 percent van wie de reviews schrijft, voelt daardoor meer vertrouwen. Dat is volgens Adrian Hands de bottomline.

### Expedia stort zich op MICE-markt

**Walter Lo Faro**, director marketing management South-Europe Expedia, herinnerde eraan dat 20 jaar

terug **Expedia** de eerste was die mensen toeliet om direct online hotels en vakanties te boeken. Expedia werd opgericht als een distributiemaatschappij, maar in de toekomst wordt meer gefocust op **nauwere samenwerking met de partners**, zowel op gebied van technologie, data als marketing. Bij Vacation by Marriott bv. kan de klant naast een vakantie ook zijn vlucht boeken, zodat sprake is van dynamic packaging. Het technologieplatform zal ook meer en meer gericht worden op brands. Voorbeeld is de creatie van een **loyalty membership** voor de Red Lion Hotels. Via Value-Add Promotion kunnen hoteliers bepaalde gratis diensten zoals een breakfast of een spavoucher aanpakken. Binnenkort start Expedia met een tool die prijsvergelijkingen tussen hotels toelaat. Walter Lo Faro is vooral fier op de tool Real Time Feedback die Expedia aan de hotels kan verschaffen: direct na het inchecken wordt contact genomen met de klant, en diens informatie wordt meteen doorgespeeld aan de hotelier die hierop kan inspelen. Dat voorkomt later slechte reviews. Nog een niveau hoger is Expedia Partner Central waarbij de klant zelf in contact komt met de hotelier. En verder gaat Expedia vooral de **MICE-markt** aanpakken. In Duitsland is bv. 1 op 4 hotelkamers daarmee gerelateerd. De online tool is Meeting Market, en die gaat over instant prijzen, beschikbaarheid en confirmatie voor gezelschappen (tot 30 personen), maar ook over aanwezigheid van de nodige uitrusting. Het systeem is reeds operationeel bij Best Western in Duitsland.



### In het volgende Travel Magazine nummer:

"By booking.com, erast alles om people"  
"Airbnb: it's all about belonging"  
"Grote toekomst voor auxiliary services"



## Sharewood vince la prima edizione di Startup Italian Open

**ROMA** - Sharewood, startup che mette in contatto i proprietari di attrezzatura sportiva con coloro che desiderano noleggiarla, la vincitrice della prima edizione di Startup Italian Open, il contest la cui finale si è tenuta in occasione della nona edizione di BTO - Buy Tourism Online a Firenze. La competizione è promossa e supportata da Fondazione Sistema Toscana e PromoFirenze in collaborazione con

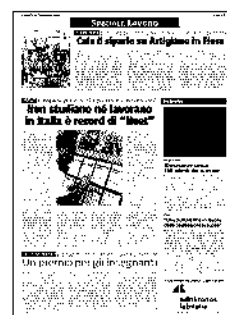
Phocuswright Europe e Travel Appeal. Il premio per i cinque fondatori, Piercarlo Mansueto, Giulia Trombin, Flavio Tagliabue, Carlo Bonadonna e Alessandro Cadoni, consiste nella partecipazione alla conferenza internazionale Phocuswright Europe in programma a maggio 2017 a Amsterdam alla presenza dei più importanti investitori mondiali. L'idea di Sharewood è partita dalla Lombardia ed è nata da una constatazione molto semplice: coloro che desiderano praticare attività outdoor durante i

propri viaggi incontrano numerosi problemi (alti costi per l'imbarco, rischio di danneggiamento, ingombro). Ma anche noleggiare l'attrezzatura in loco costituisce spesso un problema. Sharewood mette in contatto i proprietari di attrezzatura sportiva con coloro che desiderano noleggiarla. Tutti gli annunci sono ordinati per prossimità geografica, categoria di sport, fasce di prezzo e feedback. Sharewood permette di scegliere tra una vasta gamma di prodotti, assicurarsi la disponibilità grazie alla prenotazione in anticipo, pagare comodamente online.



## La prima edizione Sharewood vince il contest tra Startup

■ E' Sharewood, startup che mette in contatto i proprietari di attrezzatura sportiva con coloro che desiderano noleggiarla, la vincitrice della prima edizione di Startup Italian Open, il contest la cui finale si è tenuta oggi in occasione della nona edizione di Bto - Buy Tourism Online a Firenze. La competizione è promossa e supportata da Fondazione Sistema Toscana e PromoFirenze in collaborazione con Phocuswright Europe e Travel Appeal. Il premio per i cinque fondatori, Piercarlo Mansueto, Giulia Trombin, Flavio Tagliabue, Carlo Bonadonna e Alessandro Cadoni, consiste nella partecipazione alla conferenza internazionale Phocuswright Europe in programma a maggio 2017 a Amsterdam alla presenza dei più importanti investitori mondiali.





Bugünkü yolculuğumuz Toskana Bölgesi'nin uçsuz bucaksız romantik üzüm bağlarının ortasında başladı. Modanın ve sanatın merkezi olan Milano şehrinde son bulacak



SELİN ŞANLI

Chianti Klasik  
Üzüm bağları

# Üzüm bağlarından moda ve sanatın merkezine

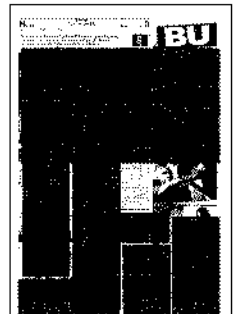
**F**loransa'da Eylül ayından Kasım ayının sonuna kadar çeşitli aktiviteler ile Chianti klasik şarabının 300. doğum günü kutlandı. Chianti (okunuşu: kıyanti) bölgesi Floransa ve Siena şehirlerinin birkaç ilçesinden oluşan bir alan. 300. yaşını kutlamış olan bu meşhur markanın üretim yerleri gerçekten birbirinden güzel özenle ekilip biçilmiş, her mevsim romantik görünümlü üzüm bağları ile dolu. Üzüm bağları o kadar güzel ki bu bölgeye düzenlenen turlar bölgedeki turizmde çok önemli bir yer tutmakta. İlk kez 1716 yılında Üçüncü Cosimo isimli Büyük Toskana Dükü tarafından Chianti klasik üzüm bağlarının sınırları çizilip bölgede üretilen şaraba bu isim verilmiş. Chianti Klasik markası aralarında Türkiye'nin de olduğu toplam 100 ülkeye ihraç edilmekte. Toplam 70 bin hektarlık Chianti klasik bölgesinde, 7.200 hektar bu markanın üzüm bağları ile kaplı. Chianti Klasik markası Toskana Bölgesi'nin ekonomisinde çok önemli bir yere sahip, yıllık

üretim 35 milyon şişe. Ekonomide böyle-sine önemli bir role sahip bu şarabın 300. doğum gününe İtalya Başbakanı Matteo Renzi de katıldı. Çok renkli

ve eğlenceli geçen kutlamalar Uluslararası Roma Basın Derneği'nin Floransa ziyareti ile son buldu. Chianti Klasik sitesinden ([www.chianticlassico.com](http://www.chianticlassico.com)) dilediğiniz zaman bu bölgenin her hangi bir kısmında üzüm bağı gezisi planlamanız mümkün. Hepsi birbirinden güzel yerler.

## SEMPOZYUM VE SERGİLER

Kültür, sanat, bilim veya ekonomi alanlarında sempozyum, sergi veya kermeslerden hoşlananlarındansanız Floransa'nın merkezinde, tren istasyonu Santa Maria Novella'dan 5 dakika yürüme mesafesinde yıl boyunca bu tür etkinliklerin düzenlendiği Fortezza da Basso isimli bir kale var. Eskiden Floransa'nın sınırlarını belirleyip dış saldırılardan korunması için yapılmış tarihi kale günümüzde halka ve turistlere açık sergi, konferans ve sempozyumlar için kullanılıyor. Toskana Bölgesi tarafından düzenlenmiş olan Buy tourism online isimli sempozyumunda internette tüm önemli arama motorlarının yaratıcıları ve müdürleri sektörde çalışanların ve kullanıcıların sorularını yanıtladılar. Türkiye, internet üzerinden turizm arama motorlarının en çok kullandığı ülkeler arasında yer alıyor. Sempozyum İngilizce gerçekleştirildi.



1534-36 yılları arasında yapılmış Fortezza da Basso'nun hemen yanında özellikle yaz mevsiminde yararlanılabileceğiniz çok güzel bir park da bulunmaktadır.

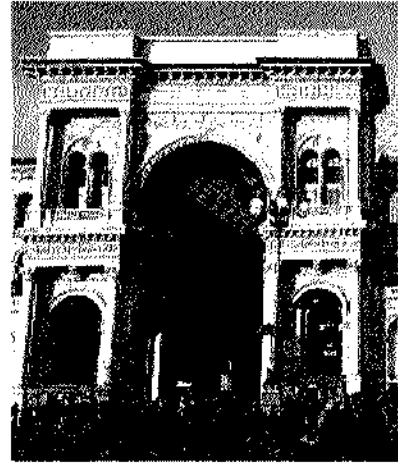
### HIZLI VE EKONOMİK

Gelelim Milano'ya, İtalya'da büyük turistik şehirlere gitmeniz için tavsiyem hep tren yolculuğu, hem devlete ait trenitalia hem de özel İtalo trenleri sizi hızlı ve ekonomik olarak istediğiniz yere götürecek trenler. Önceden (bir hafta ile iki ay arasında) internet üzerinden bilet aldığımız takdirde gerçekten çok indirimli fiyatlarla yolculuk yapmanız mümkün. Milano'da şehir içinde metro çok kullanışlı. Milano Merkez Tren İstasyonu eski filmlerdeki tren istasyonlarını hatırlattığı için her zaman kaotik olsa da nostaljik ve gizemli havası ile çok güzel bir tren istasyonu. 1898-1938 yılları arasında yapılmış, hem görüntüsü hem içinde bulunan mağaza ve restoranlar ile gezmeye değer bir yer.

### YILBAŞI HAZIRLIKLARI BAŞLADI

Buradan metro ile her daim çok hareketli olan şehir merkezine de gidebilirsiniz. Milano içinde yokluk için en pratik yöntem bu. Özellikle Duomo ya da Milano Katedrali'ni mutlaka görmenizi tavsiye ederim. Milano her ne kadar moda merkezi olarak bilinse de ay-

nı zamanda çok zengin bir tarihi ve sanatsal mirasa sahip. Bunlardan en ünlüsü olan Milano Katedrali çok geniş bir meydana bulunuyor. 1300'ü yıllarda yapılmış olan katedral dünyanın en büyük 3. kilisesi. 157 metre yüksekliğinde olan katedral çok heybetli bir görünüme sahip. Gotik mimari ile yapılmış bu büyük kilise Milano şehrinin sembolü ve dünya çapında gotik mimarimin en önemli ve en güzel örneklerinden biri. Hem yerlilerin hem de turistlerin her zaman ilgi odağı olan katedral ve etrafı Milano gezisi için çok isabetli bir seçim. Katedralin önündeki meydan yıl boyunca önemli konserlere de ev sahipliği yapıyor. Yılbaşı kutlamaları için şimdiden hazırlıklara başlandı. Katedralin tam önünde durduğunuz zaman sol tarafında her zaman görülmeye değer eserleri sanatseverlerin beğenisine sunan Palazzo Reale (Reale Sarayı) ve Museo del 900 (900'ü yılların Müzesi), sağ tarafta ise Vittorio Emanuele Galerisi isimli çok meşhur bir alışveriş merkezi var. 1877 yılında açılmış olan galeri 85 metre uzunluğunda, cam tavanları ve süslü iç duvarları ile ilgi çekiyor. Galeriden her yöne çıkış bulunmakta, içinde restoran ve kafeler de bulunuyor.



Vittorio Emanuele Galerisi giriş kapısı



Milano Merkez Tren İstasyonu içi



Chianti  
Klasik  
kütüphanesi





# Antoci: «Un marchio contro le illegalità»

**Nina Dragotto**

SANT'AGATA DI MILITELLO

Il marchio -Nebrodi Sicily-, unico tra l'altro a prevedere la certificazione antimafia, rappresenta per i Nebrodi il giusto connubio tra il «Buono, il Pulito ed il Giusto». Lo dichiara il presidente dell'ente Parco dei Nebrodi, Giuseppe Antoci, rimarcando che la formula non solo è necessaria ma è anche coerente con un percorso di Legalità e Sviluppo che la più vasta riserva ambientale dell'isola ha intrapreso come esempio per la Sicilia e per l'Italia.

\*\*\* Questa sua affermazione, presidente Antoci, è inserita nei ringraziamenti alla Procura di Patti e Polizia di Stato per i brillanti risultati conseguiti a seguito dell'operazione «Gamma Interferon».

«Una operazione a grande effetto che stronca un sistema preoccupante, in quanto tra le persone raggiunte da misura cautelare ci sono allevatori e macellai, affiancati da medici veterinari in servizio presso l'Asp di Sant'Agata Militello, ciascuno con un preciso ruolo nell'organizzazione di una filiera illegale e clandestina delle

carni parallela a quella certificata».

\*\*\* A chi il merito dei risultati conseguiti?

«Un grazie di cuore alla dottoressa Rosa Raffa, Procuratore della Repubblica di Patti, ed ai suoi sostituti per il lavoro costante e fondamentale messo in campo a beneficio dei Nebrodi e della collettività tutta. Complimenti al questore di Messina Giuseppe Cucchiara e al dirigente del commissariato, vicequestore Daniele Manganaro, e a tutti gli uomini e le donne della polizia di Stato che hanno lavorato e contribuito a questa prima fase delle indagini che porteranno ad altri risultati».

\*\*\* Il nome «Nebrodi», dopo il fallito attentato contro di lei da parte dei criminali dell'agromafia, nel maggio di quest'anno, viene sempre più riconosciuto dalla gente, ma anche associato anche ai termini bontà e legalità dei prodotti di questa terra.

«È da tempo che il Parco si sta muovendo sul fronte della qualità dei prodotti enogastronomici

creando il marchio Nebrody Sicily, presentato ad Expo 2015 e che, tra l'altro, è stato recentemente premiato a Firenze come migliore pratica italiana di un'area protetta, in quanto abbiamo reso complementari la tutela dell'ambiente con lo sviluppo del territorio attraverso la valorizzazione delle eccellenze dei nostri Nebrodi, non ultime quelle legate ai nostri cibi e alle nostre tradizioni».

\*\*\* Il marchio può aiutare a combattere le illegalità?

«Siamo sulla giusta strada, in quanto la parte non sana dei nostri Nebrodi, che è quella minoritaria, in questo modo può essere sostituita con l'esempio di tanti imprenditori ed allevatori onesti che con tanti sacrifici hanno portato avanti nel nostro territorio le eccellenze che tutti ci riconoscono. I fenomeni come gli abigeati e le macellazioni clandestine sporcano la qualità e l'immagine del territorio».

\*\*\* Sono sempre più numerosi i riconoscimenti al Parco dei Nebrodi.

«Alla Bto di Firenze, recentemente sono state premiate le pratiche turistiche più innovative dei parchi naturali, delle aree marine protette e delle strutture ricettive di tutta Italia con le migliori soluzioni di eco sostenibilità. La distinzione di merito per il Parco dei Nebrodi è stata assegnata per il marchio d'area Nebrodi Sicily, con la seguente motivazione "l'iniziativa si inserisce nell'ambito delle politiche di miglioramento delle prestazioni ambientali dell'Ente, attraverso il coinvolgimento e protagonismo di chi vi opera, ed è quindi finalizzata al riconoscimento e valorizzazione dei produttori e dei prestatori di servizi di eccellenza"». (NDR)



Il presidente Giuseppe Antoci



**P Ricettività** | Offerta | Evoluzione

# Studenti, startupper e famiglie, a ciascuno la sua accoglienza

## L'effetto sharing sparglia il mercato inducendo la ricerca di nuovi formati

 di **Marta Mainieri**

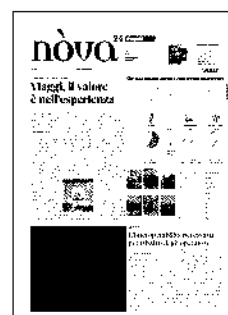
◆ Disruptive in inglese, dirompente in italiano. È questo l'aggettivo per indicare un drastico cambiamento delle regole dei mercati o dei progetti. Ha accompagnato la comparsa di Napster nella musica, di Netflix nel noleggio, di Uber nei trasporti, e oggi fotografa l'impatto di Airbnb e dei portali come Booking e Expedia sul mondo dell'accoglienza turistica. Secondo Phocuswright, i volumi delle prenotazioni europee crescono del 3%, mentre quelle online il 7%; l'università di Boston riporta che all'aumento di ogni 10% dell'offerta su Airbnb corrisponde una diminuzione dello 0,37% delle entrate mensili di un albergo. Ma lo affermano anche le iniziative di vecchi e nuovi brand che stanno rimodellando l'offerta e movimentando il mercato.

A partire dai grandi player. Marriott e Starwood hanno risposto alla sfida con una fusione: insieme valgono 13 miliardi e posseggono 5.700 strutture con le quali sperano di au-

mentare il margine di reddito dei propri alberghi e i benefici per i clienti. Accor punta sul lusso, e lo fa diversificando: ha acquistato Fairmont, Raffles, e Swissôtel, i tre più prestigiosi brand del segmento, ma al contempo sperimenta l'home sharing di lusso con l'acquisizione del 30% di Oasis Collections e di Onefinestay. Tutto facile, o almeno sembra, per chi possiede risorse e forze da investire; più complicato per strutture piccole e meno stellate. «L'offerta è così cresciuta - spiega Giancarlo Carniani, albergatore e fondatore di Bto - che diventa difficile per i piccoli alberghi soddisfare la richiesta di chi vuole soggiornare a poco prezzo come quella, per esempio, dei giovani». A loro sono dedicate le soluzioni ibride: strutture accoglienti con servizi essenziali per i cittadini di oggi, a un prezzo contenuto. CitizenM, per esempio, è una compagnia olandese che propone stanze tutte uguali, senza servizio di accoglienza o in camera. Ma le stanze, compatte ed eleganti, offrono ogni genere di gadget tecnologico (compresi film on-demand) e letti king-size. The Student Hotel, invece, è un ibrido fra lo studentato 2.0 e un albergo boutique: 240 stanze - in Olanda ma anche a Barcellona, Parigi e presto a Firenze -, per mettere sotto lo stesso tetto viaggiatori, startupper, professionisti e favorire opportunità. Così oltre alle stanze le strutture prevedono aree per lo studio, biblioteche e auditorium, spazi per riunioni e conferenze, game room, e in qualche caso incubatori

per startup. Una soluzione simile a quella che propone anche Base Milano negli spazi dell'ex Ansaldo. Dove un tempo sorgeva l'acciaieria oggi vive un luogo di produzione culturale, sperimentazione e condivisione che si traduce in un coworking, una lounge e bar sempre aperti, in spazi adibiti a mostre ed eventi, e in CasaBase: 10 stanze e un salone per ospitare artisti e designer coinvolti nei progetti. «Ci siamo ispirati alle residenze d'artista», afferma Valentina Larterza responsabile del programma culturale - per costruire un luogo accogliente ma anche adatto a incontrare persone e stimoli.

La valorizzazione dell'esperienza dedicata a target particolari è ciò che guida anche le sperimentazioni di tante startup. È il caso di Tripdoggy, portale per selezionare strutture turistiche che ammettono animali domestici o di its4kids.it per organizzare le vacanze con i bambini. Bookingbilly e Arohoudhelp offrono alloggi per chi viaggia con disabilità e per chi si muove per motivi di salute. «Puntare sull'esperienza dedicata a una nicchia apre opportunità anche per piccoli operatori - afferma Carniani - ma attenzione alle questioni normative: siamo un paese in cui ogni regione ha una sua legge e con queste le nuove formule devono sapersi confrontare». A partire da Airbnb, la cui regolamentazione porterà a un riassetto della sua community, di cui vecchi e nuovi operatori dovranno approfittare se vorranno restare competitivi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA


la MANIFESTAZIONE

# CITTA' D'ARTE E NON SOLO

*La Toscana si conferma  
anche per il 2016  
come una delle mete  
preferite sia dai turisti  
stranieri che  
da quelli italiani*



## Il futuro del turismo? Sempre più digitale

DI DARIA ARDUINI

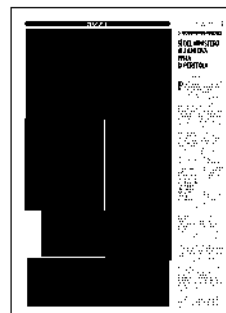
**I**l futuro del turismo in Italia è sempre più digitale, tanto da arrivare a toccare un valore complessivo di quasi 10 miliardi di euro, un quinto delle transazioni nazionali. Re indiscusso delle prenotazioni tramite mobile, lo smartphone. A livello mondiale, nel secondo trimestre del 2016 le prenotazioni di viaggi e vacanze da mobile raggiungono infatti quota 19% con un +33% rispetto allo stesso periodo del 2015. Un incremento che si registra anche in Italia dove il 16% avviene attraverso uno smartphone, con una crescita del 46% rispetto al dato dello scorso anno. Ma la vera frontiera del travel, secondo PhoCusWright®, uno degli enti di ricerca sul turismo più autorevoli al mondo, sarà la messaggistica diretta: già oggi un miliardo di persone usa WhatsApp ogni mese, 900 milioni Messenger e 400 milioni Instagram.

Di questo e di tanto altro ancora si è parlato durante la nona edizione di BTO-Buy Tourism Online, la più grande fiera in Europa dedicata al rapporto tra Travel & Innovation, che si è svolta alla Fortezza da Basso di Firenze, il 30 novembre e il 1° dicembre. Un appuntamento irrinunciabile per chi si occupa di turismo, con 148 eventi, 198 speaker, 400 tra giornalisti e blogger accreditati, e 62 espositori, che nel 2015 è stato in grado di generare una ricaduta sull'economia fiorentina, di 3,7 milioni di euro, grazie alle sue 10 mila presenze. Parola chiave di BTO 2016: «Why!». Con questa edizione, BTO ha infatti deciso di mettersi alla prova, superando la logica dei come, per abbracciare la poetica dei perché, immaginando vite anziché posti letto, invitando tutti i partecipanti, dai relatori al pubblico, a riflettere sul perché individui, famiglie, gruppi, scolaresche, coppie, scelgono di viaggiare alla ricerca di nuovi percorsi ed

emozioni. Protagonisti della conference, i maggiori marchi dell'industria turistica internazionale, i big player del web tra cui: Airbnb, Homeaway, The Priceline Group, Booking.com, TripAdvisor, Expedia. Presenti anche le principali catene alberghiere come Best Western, Accor, UNA Hotels & Resort insieme alle nuove esperienze di The Student Hotel e Room Mate Hotels. Quest'ultima aprirà nel 2017 a Firenze, presso palazzo del Sonno, la sua struttura da 400 stanze dedicata a studenti e non solo.

Durante l'appuntamento «Destinazione Toscana 2020», **Stefano Ciuoffo**, assessore regionale al Turismo, nel sottolineare come il ritorno di fiducia nel Paese abbia avuto effetti molto positivi sul turismo, in particolare nelle città d'arte, ha affermato che: «l'offerta turistica del domani sarà in realtà rappresentata dalla riscoperta dell'identità dei luoghi, attraverso percorsi storico artigianali, tour ciclabili, tutela dei piccoli borghi e del paesaggio». «Il mio obiettivo - ha chiarito - non è certo portare meno visitatori a Firenze, Siena, Pisa, ma

A livello mondiale, nel secondo trimestre del 2016 le prenotazioni di viaggi e vacanze da mobile raggiungono quota 19%. Se ne è parlato a Buy Tourism Online a Firenze



fare in modo che i grandi flussi nelle città siano regolati affinché queste non vengano snaturate. Per far fruttare appieno il patrimonio culturale ed enogastronomico bisogna infatti scommettere su quei visitatori che desiderano scoprire lo spirito dei luoghi anche a partire da un piatto che portiamo a tavola». «Una domanda di qualità – ha proseguito – che tra l'altro nell'intero comparto turistico europeo assomma già al 40%. Proprio per questo dobbiamo accompagnare questa tendenza giocando d'anticipo nell'interpretare le evoluzioni dei mercati per essere competitivi. Perché solo se si dialoga con il nuovo, possiamo intercettare un campo d'azione ulteriore, anche in termini di prospettive di lavoro per i giovani. Da qui la grande sfida di portare il turismo anche in quei territori che non sono percepiti come destinazione turistica, o che comunque non sono la principale motivazione di viaggio, attraverso il ricorso a tecnologie digitali, servizi web, piattaforme di condivisione». «In Toscana – ha precisato Ciuoffo – non dimentichiamolo, tra il 7 e il 12 % del Pil è rappresentato dal turismo, una quota importante, che negli anni difficili ci ha permesso di andare in controtendenza rispetto ai dati nazionali».

**Alberto Peruzzini**, direttore di Toscana Promozione, nel commentare proprio gli ultimi trend sul turismo in Italia, ha sottolineato come la Toscana, insieme al Lazio, al Veneto e la Lombardia, sia tra le quattro regioni in cui si registrano le performance migliori. «Però – ha dichiarato – la differenza sostanziale tra la Toscana e le altre tre regioni risiede nel fatto che mentre il Veneto è Venezia, il Lazio è Roma, la Lombardia è Milano, la nostra regione ha un'offerta diffusa e assolutamente diversificata».

Secondo le elaborazioni di Irpet, la Toscana si conferma infatti anche per il 2016, come una delle mete preferite sia dai turisti stranieri che da quelli italiani. La stima di crescita si attesterebbe sul +3%, ribadendo sostanzialmente il dato del 2015, con ulteriori notevoli margini di miglioramento. Il contributo maggiore arriva dalle presenze straniere che secondo Irpet a fine anno dovrebbero essere +3,5%, grazie all'apporto delle città d'arte, con Firenze in testa, e delle località balneari. Riguardo alle previsioni per il 2017, i principali organismi nazionali come Ciset e internazionali come UNWTO, confermano il trend crescente del turismo straniero, in particolare quello rivolto all'Italia, e soprattutto alla Toscana, che risulta essere l'unica regione con tutte le carte in regola per poter offrire un viaggio ad hoc per ogni tipologia di motivazione. Allargando l'orizzonte temporale, resta positivo lo scenario per gli anni 2017-2022, grazie a una costante crescita del turismo internazionale (+4% annuo) rispetto al quale l'Europa resta la prima destinazione al mondo e la Toscana una delle mete più desiderate. A sostegno del trend, il persistere di un basso livello delle quotazioni del greggio, il recupero di accettabili ritmi di crescita di alcuni Paesi europei, e infine la crescita moderata, dei Paesi che rappresentano i fondamentali mercati di origine dei flussi per il nostro territorio, ovvero la Germania, la Francia e l'UK, senza dimenticare, però la stessa Italia.

## LA SCHEDA

### PER RILANCIARE IL PRIMATO DELL'ITALIA...

Dalla creazione di una policy nazionale per la gestione degli open data alla creazione di un kit di strumenti digitali open-source, passando per la creazione di un mega-wall per lo storytelling distribuito. Sono queste alcune delle 36 azioni per lo sviluppo della promozione turistica digitale, uscite dai 12 tavoli di Ecosistemi Digitali, l'evento (alla sua prima edizione) promosso dal Ministero dei Beni Culturali e Turismo, Ministero allo Sviluppo Economico e Regioni italiane, e sviluppato insieme alla Regione Toscana e a

Toscana Promozione Turistica. Un elenco prioritario di interventi, stilato da 120 esperti, nella giornata di venerdì sempre alla Fortezza da Basso, per rilanciare fin da subito il primato dell'Italia sul mercato globale del turismo.

Per quanto attiene la nostra regione, Toscana Promozione Turistica ha in cantiere Visit Tuscany, ecosistema diffuso di informazione, accoglienza e promozione digitale. Il progetto metterà a sistema, con azioni omogenee e coordinate, le tante dimensioni

della promozione turistica digitale a partire dal progetto «Toscana Ovunque Bella», un arazzo di storie affascinanti, di luoghi insoliti, di personaggi sorprendenti, che hanno per protagonisti 279 comuni della Toscana. Il punto di approdo sarà infine il nuovo sito di destinazione: [visittuscany.com](http://visittuscany.com), che muove dalle esperienze più interessanti del settore digital, web e mobile, ponendosi quattro obiettivi: massima cura dei contenuti, condivisibilità con i social media, tecnologie avanzate e utilizzo dei Big Data.



la prima DELL'ELBA

# L'oscar dell'ecoturismo a tre strutture elbane

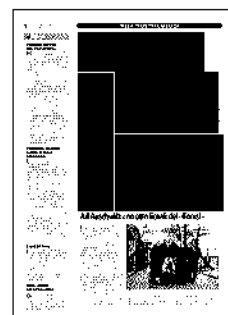
**T**re oscar dell'ecoturismo 2017 ad altrettante strutture turistiche elbane site a Fetovaia, Sant'Andrea e a Lacona. La cerimonia di premiazione è avvenuta a Firenze in occasione del Buy Tourism Online (Bto), l'evento di riferimento su Travel & Innovazione. A consegnare agli interessati l'ambito riconoscimento è stata Legambiente. Sono intervenuti Angelo Gentili, Sebastiano Venneri presidente Vivitalia, Francesco Palumbo direttore direzione generale Turismo Mibact, Stefano Ciuffo assessore al Turismo della Regione Toscana, Stefano Landipresidente SL&A Turismo e Territorio e Lucia Venturi per Federparchi. Ecco, comunque, le strutture premiate. Per la categoria «Amici del Clima» che intendeva elogiare gli interventi a favore del risparmio energetico e/o installazione di impianti a fonti rinnovabili, il riconoscimento è andato all'Hotel Galli di Fetovaia. Fra le motivazioni dell'attribuzione del riconoscimento sono citati l'impianto fotovoltaico, l'acquisto energia 100% rinnovabile, le biciclette a pedalata assistita, la colonnina ricarica auto elettriche, l'impianto solare sostituito da uno più efficiente, le pompe di calore di ultima generazione nella hall e nelle sale comuni in sostituzione di caldaia a gasolio. Nella categoria del Risparmio idrico, il primo posto è andato all'Hotel Gallo Nero di Sant'Andrea, per un impianto di raccolta delle acque meteoriche che finiscono in una vasca da 500 litri e che vengono usate per innaffiare l'orto. Per la Comunicazione ed Educazione Ambientale la piazza d'onore è toccata al

Camping Laconella a Lacona, per l'ottima cartellonistica presente nel camping che illustra flora, fauna e storia del Parco dell'Arcipelago e in particolare della zona di Lacona. Legambiente ha selezionato e messo in mostra, con l'etichetta di Legambiente Turismo, le strutture ricettive con le migliori soluzioni di ecosostenibilità, le pratiche turistiche più innovative nei parchi naturali e nelle aree marine protette di tutta Italia. In totale nella vetrina di Legambiente figurano 10 aree protette (tra parchi naturali nazionali, regionali e aree marine protette), 25 strutture turistiche ricettive e 2 associazioni di promozione territoriale, per un totale di ben 10 regioni diverse interessate. L'isola d'Elba si è confermata al vertice. Appartenenti a 10 regioni diverse, selezionate tra le oltre 300 strutture affiliate all'etichetta Turismo, le 25

strutture turistiche italiane (più due associazioni) premiate con l'Oscar dell'ecoturismo hanno superato brillantemente i controlli che l'associazione effettua da maggio a settembre, applicando puntualmente il disciplinare che determina il rilascio dell'etichetta: una serie di misure obbligatorie e facoltative che vanno dall'attenzione alla bioedilizia alla gestione dei rifiuti, dall'impegno sociale fino alla qualità del cibo, le attività didattiche, l'accessibilità, la promozione del territorio e delle forme di mobilità dolce. «Gli Oscar dell'ecoturismo che abbiamo presentato per la prima volta alla BTO di Firenze - afferma Angelo Gentili, responsabile nazionale Legambiente Turismo - rappresentano le eccellenze più significative del panorama nazionale nell'ambito della sostenibilità ambientale. Strutture ricettive e aree protette

che hanno scelto la sostenibilità come tratto caratterizzante sia per la proposta di accoglienza e ospitalità, sia come elemento essenziale nell'attività di promozione del territorio. In questa direzione va infatti la sezione dedicata ai parchi e alle aree protette che dimostra quanto questi territori siano diventati dei veri e propri laboratori ambientali che sviluppano modalità di fruizione più avanzate e compatibili con i delicati ecosistemi che tutelano». Sono 9 le categorie in cui sono stati suddivisi i riconoscimenti: Gestione ambientale (che conta 4 strutture); Impegno sociale (2); Amici del clima (7); Risparmio idrico (2); Alimentazione e gastronomia (4); Riutilizzo creativo dei materiali di scarto (1); Mobilità sostenibile (1); Comunicazione ed educazione ambientale (3); Gruppo locale (1).

L.C.





**RASSEGNA DI MUSICA  
AL BASTIONE SANGALLO**

■ ■ ■ In occasione della seconda edizione di Pum Factory Festival, rassegna di musica, cultura digitale e arti performative, Pisa Underground Movement inaugura lo spazio espositivo allestito al Bastione Sangallo: 700 metri quadrati di installazioni artistiche che fino al 10 dicembre accoglieranno gli 8 workshop didattici e gli oltre 50 performer ed espositori da tutta Italia. Il tema centrale di questa seconda edizione è "Il Limite" sviluppato in molteplici contesti, grazie agli interventi di Sharewood, startup lombarda vincitrice della prima edizione di Startup Italian Open al Bto2016 di Firenze, e di Proforma, azienda specializzata in light design che vanta collaborazioni con Bmw, Effetto Venezia e Drome e l'etichetta indipendente Beat Machine Records.



L'area marina protetta ha ricevuto il riconoscimento nell'ambito del Bto (Buy tourism online) di Firenze

# Plemmirio premiato con l'Oscar

Decisivi gli interventi volti a migliorare l'accessibilità al mare per i disabili

SIRACUSA - L'Area marina protetta del Plemmirio è stata premiata con "L'Oscar ecoturismo 2017". Il prestigioso riconoscimento è stato assegnato da Federparchi e Legambiente che organizzano ogni anno questo premio rivolto ai parchi nazionali, regio-

in collaborazione con il Consorzio Plemmirio hanno infatti permesso di aprire tre accessi con diverse tipologie di intervento:

a) Zona sud Sbocco 2- con area attrezzata Terrazze Fanusa con la presenza di scivolo a mare e sedia "Job";

b) Sbocco 12 - di libera fruizione fornito di maniglioni in acciaio e stalli per disabili realizzato in sinergia con i residenti della zona, in itinere l'acquisto di un sollevatore per sollevare e fare scendere lentamente in acqua persone disabili da consegnare ad una associazione di settore che ne gestisca l'utilizzo;

c) Sbocco 22 - lido varco 23 - in cui è assicurata l'assistenza e l'ingresso alla struttura;

d) Sbocco 35 - hotel minareto in cui si permette l'ingresso alla spiaggia direttamente dalla struttura alberghiera e l'assistenza del personale addetto alla spiaggia.

Il Consorzio Plemmirio ha inoltre attivato con l'Assofadi Onlus (Associazione familiari disabili) il progetto per l'accompagnamento dei disabili e le loro famiglie al mare mettendo a disposizione personale e mezzo idoneo al trasporto delle persone diversamente abili". Il premio è stato ritirato dal presidente dell'Area marina protetta del Plemmirio, Sebastiano Romano, in oc-

casione della Bto (Buy tourism online) di Firenze.

Romano ha dichiarato: "Gli Oscar dell'ecoturismo rappresentano le eccellenze più significative del panorama nazionale nell'ambito della sostenibilità ambientale, e siamo quindi molto orgogliosi di avere rappresentato il mare protetto della Sicilia che è bellissimo come tutto il territorio ma spesso poco valorizzato. Nel nostro caso è arrivato il riconoscimento per il particolare lavoro in favore del miglioramento dell'accessibilità al mare del Plemmirio. Ringrazio lo staff del



Sebastiano Romano

Consorzio di gestione che si è impegnato per il raggiungimento degli obiettivi prefissi e che hanno permesso alla nostra oasi marina di affiancare i parchi italiani che sono risultati tra quelli con le migliori soluzioni di ecostenibilità e con le pratiche turistiche più innovative". La direttrice dell'Amp Plemmirio, Rosalba Rizza, ha aggiunto: "Il premio rappresenta un bel riconoscimento per il grande lavoro che portiamo avanti pur in mezzo a tante difficoltà sin dalla istituzione dell'area marina particolarmente in favore dell'accessibilità ai disabili. E' stato premiato un lavoro corale in cui abbiamo sempre profondamente creduto"

Luigi Solarino

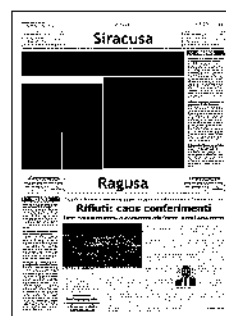
## Il presidente Romano: "Ringrazio lo staff del Consorzio per l'impegno profuso"

nali ed alle aree marine protette che si sono distinti per gli interventi volti a migliorare l'eco-compatibilità dell'offerta turistica.

L'area del Plemmirio è l'unica area protetta siciliana ad essere stata premiata classificandosi tra le prime dieci d'Italia per le migliori soluzioni di ecostenibilità adottate. Le motivazioni del premio sono le seguenti: "L'Area marina protetta del Plemmirio viene premiata per i progetti di accessibilità volti a facilitare la fruizione degli sbocchi al mare per le persone diversamente abili. Gli interventi realizzati



L'area marina protetta del Plemmirio



# E ora il travel s'inchina a sua maestà Google

**BTO2016** A Firenze l'industria si confronta sugli strumenti per vendere viaggi. Senza big G non c'è mercato. Il primo a dirlo è Priceline, che su Google Ads investe 3 miliardi di dollari

GABRIELE SIMMINI



Javier Delgado Muerza, head of travel vertical search di Google

Il travel si fonda sui perché: indagare le motivazioni e le intenzioni per vendere turismo oggi. Ma solo uno è il canale (o partner) imprescindibile per Olta, metamotori, operatori, dmc o catene alberghiere: sua maestà Google. I primi a dirlo sono le grandi Olta. Tra tutti il colosso Priceline, che sul motore di ricerca dichiara di investire 3 miliardi di dollari l'anno. È quanto è emerso da Bto 2016, a Firenze, che ha visto i big player dell'industria confrontarsi sulle "buone domande" piuttosto che sulle destinazioni e i prodotti giusti.

E allora, se Google è l'unico padrone di casa del mercato, tutti gli altri sono ospiti che studiano come attirare la sua attenzione.

La Oracle Main Hall di Bto è l'arena dove si susseguono dibattiti e panel ispirazionali, dove le grandi Olta (Expedia, Booking) danno il cambio agli speech di TripAdvisor passando per i player dell'ospitalità (Accor e Una Hotels).

La cornice, però, la dà Giancarlo Carniani, fondatore della manifestazione, che nella presentazione rilancia i grandi temi dell'edizione 2016: l'onnipresenza del mobile, la forza dirompente del video, l'originalità delle proposte e il valore delle persone che fanno l'impresa, non semplicemente l'idea o la piattaforma.

**Last but not least, l'Italia come** sistema-Paese che deve recuperare la sua vision turistica collaborativa e aperta. «La forza di tutti noi, il nostro *Why!* – tema portante di Bto 2016 – è il territorio, l'incredibile bellezza e diversità dell'Italia. Per questo tutti i siti dei nostri hotel, ristoranti e musei dovrebbero avere in bella vista il marchio Italia».

E qui il richiamo è diretto all'Enit e al suo prossimo sviluppo digitale, capitanato da Roberta Milano, digital manager nata sotto la stella di Bto, che ha il compito di rinno-

vare la presenza online del turismo nazionale (*vedi box*).

A interrompere lo speech di Carniani arriva un messaggio video di Marco Montemagno, imprenditore digitale e fondatore di SuperSummit. «Cari albergatori e operatori, non siete nel business del turismo, ma in quello delle intenzioni. I vostri competitor sono Netflix e Instagram», avverte con provocazione il manager, sottolineando come l'innovazione corra sul filo del video e come ormai gli operatori del turismo non possano vendere un prodotto turistico senza essere prima promotori di intenzioni, proiettando sul digitale idee e destinazioni.

«Da qui a tre anni pubblicate ogni giorno un video del vostro hotel, della meta da promuovere. Solo così riuscirete a sopravvivere e a stare nel mercato 4.0». Anche perché, per rispondere alla corsa inarrestabile di Airbnb e delle piattaforme di sharing economy, le soluzioni rispondono al nome della personalizzazione e nella qualità dei servizi.

E qui il messaggio è diretto al settore dell'ospitalità. «Accor si è mossa con originalità con nuovi servizi e brand, ma anche i nuovi modelli come Room Mate Hotels o The Student Hotel hanno scosso il mercato – prosegue Carniani – Non so se le grandi aggregazioni invece siano la scelta giusta, vedi Marriott-Starwood. Perché ancora non ci vedo un'anima, un progetto innovativo, se non la classica applicazione di un'economia di scala». Personalizzazione e qualità visibili online, invece, sono imprescindibili nella cassetta degli attrezzi degli operatori. Perché il web è sempre più confuso e intasato: non c'è più la vecchia divisione delle competenze, ma tutti vogliono fare

ricerca, acquisto e vendita. TripAdvisor e Google in primis. Lo sottolinea perfino The Priceline Group, il più grande gruppo mondiale di prenotazioni online che include brand come Booking.com e Kayak, ma non si intende tuttavia se sia una ricerca di collaborazione competitiva o l'allerta per una minaccia imminente.

**«Big G sta risalendo l'imbuto del travel** un poco alla volta, offrendo i suoi servizi e contenuti invece che mettere in vetrina quelli di terzi – annuncia Glenn Fogel, head of worldwide strategy and planning del Gruppo – Per questo investiamo in Google Ads circa 3 miliardi di dollari l'anno». Non sono certo briciole per un mega gruppo che raggiunge la cifra record di oltre 55 miliardi di dollari in prenotazioni ogni anno.

Fogel racconta, infine, la sua ricetta: «Non abbiamo mai avuto interesse a fonderci con grandi compagnie,

ma il nostro modello di business si basa sull'acquisire la giusta compagnia nel momento giusto. Nel 2005, quando abbiamo acquistato Booking.com, le grandi catene alberghiere non erano interessate all'online, gli hotel indipendenti, invece, dimostrarono attenzione e voglia di mettersi in gioco. Il resto, poi, è storia».

E il futuro? Arriva la rivoluzione industriale 4.0 che sarà fatta di sensori, intelligenza artificiale e robotica. Tutto cambierà di nuovo: ma intanto mobile e video sono gli imperativi ripetuti fino alla nausea. Quello che accadrà, poi, è tutto da vedere. Ma per questo, forse, ci sarà bisogno di bussare di nuovo alla porta di sua maestà Google.

**SIGERIC**

# L'azienda di turismo che fa riscoprire la Lunigiana verde

► VILLAFRANCA

Si è conclusa da poco la IX edizione di "BTO - Buy Tourism Online", l'evento di riferimento su Travel & Innovazione che ha avuto luogo a Firenze, Fortezza da Basso, dal 30 novembre al 1 dicembre.

La Lunigiana era presente con alcune sue eccellenze tra cui la cooperativa di servizi turistici Sigeric - Servizi per il Turismo. Sigeric è una giovane Start Up nel settore dei servizi al turismo, nata nel marzo 2015, dalla passione e competenza di guide turistiche, ambientali, alpine e giovani professionisti di questo settore che dopo varie esperienze personali, in Italia e all'estero, e una esperienza, tutt'ora in corso, di volontariato nell'associazione no profit Farfalle in Cammino.

Questi giovani hanno deciso di investire i loro talenti in questa attività. Sigeric si occupa di organizzare, gestire, promuovere servizi turistici in Lunigiana e più in generale nell'Area Vasta Parchi di Mare e di Appennino che comprende due Parchi Nazionali, Appennino Tosco-Emiliano e Cinque Terre.

La giovane azienda lunigianese inizia già ad essere conosciuta e apprezzata a livello regionale e nazionale, ne sono testimonianza i numerosi eventi di settore a cui ha partecipato nell'anno 2016, e ne è simbolo, soprattutto, questo invito alla BTO inaspettato giunto dagli organizzatori e dai partners come Regione Toscana e Toscana Promozione. Sigeric è stata invitata a parlare della propria esperienza durante la sessione

"Short Stories" del 1 dicembre assieme a Use it Prato e FAI - Fondo Ambientale Italiano.

Sigeric, di fronte alla platea di addetti al settore, curiosi ed Enti, tra cui l'assessore al turismo della Regione Toscana Stefano Ciuffo, ha presentato il proprio territorio e successivamente uno dei suoi progetti di punta, sviluppato assieme ai Parchi Nazionali Appennino e Cinque Terre: "Parco bike - mobilità sostenibile nei Parchi", con proposte in autonomia, in gruppo, di mezza giornata, giornata intera, più giorni sino alla settimana e la novità del 2017 "Viaggio del gusto

bici e treno", dai classici sapori della terra emiliana a quelli freschi della Liguria, passando per la Lunigiana, perfetto connubio delle tradizioni emiliana, ligure e toscana.

**Simona Polli**, Presidente di Sigeric

sul nuovo corso del turismo in Lunigiana ha commentato: «Questa è una rivoluzione nel modo di pensare e progettare un itinerario ed una vacanza, perché rende il mondo della bicicletta accessibile non solo agli sportivi ma a chiunque voglia utilizzare questo mezzo divertente e "green" tanto da trasferire l'interesse dalla meta al viaggio e da rendere affascinante utilizzare la bici e il treno regionale per scoprire la vera essenza del Bel Paese, dalle Rive del Grande Fiume, alle colline del Prosciutto di Parma, all'Appennino Tosco-Emiliano, ai boschi di Lunigiana sino alle scogliere delle 5 Terre. Innovare non è solo scoprire qualcosa di nuovo ma anche ripensare ciò che già esiste da tempo».



I fondatori di Sigeric



**LEGAMBIENTE PREMI ALLA «BTO» SVOLTA A FIRENZE**

# Quanto il turismo è ecocompatibile Aziende da Oscar

**IN MAREMMA** gli Oscar per la sostenibilità ambientale. Sono ben 2 le strutture ricettive della provincia premiate da Legambiente alla Bto di Firenze con gli *Oscar dell'ecoturismo*. Anche quest'anno, infatti, a finire davanti ai riflettori sono state le strutture ricettive con le migliori soluzioni di ecosostenibilità, le pratiche turistiche più innovative nei parchi naturali e nelle aree marine protette di tutta Italia. La Maremma, dunque, ha ricevuto 2 riconoscimenti sui 25 assegnati alle strutture ricettive di tutta Italia, ed entrambi per la categoria «Alimentazione e gastronomia». Ad essere premiati sono sta-



## RICONOSCIMENTI Attestati consegnati al Podere Riparbella e alle «Due Ruote»

ti l'agriturismo *Due Ruote* di Albere-  
se per l'ecopranzo al sacco realizzato  
con prodotti locali e con stoviglie e  
tovagliato riutilizzabile da restituire  
al rientro; l'ortogiardino biologico  
da cui gli ospiti alla partenza posso-  
no prendere ciò che vogliono. Pre-  
mio ricevuto anche dal *Podere Ripar-  
bella* di Massa Marittima per l'uso  
prodotti locali bio, olio e vino di ec-  
cellenza di loro produzione. In tota-  
le nella vetrina di Legambiente figu-  
rano 10 aree protette (tra parchi na-  
turali nazionali, regionali e aree ma-  
rine protette), 25 strutture turistiche  
ricettive e 2 associazioni di promo-  
zione territoriale, per un totale di  
ben 10 regioni diverse interessate,  
tra cui la Toscana che ha ricevuto il  
maggior numero di riconoscimenti:  
8. I premi sono stati assegnati alla

presenza del responsabile Turismo  
di Legambiente, Angelo Gentili; Se-  
bastiano Venneri, presidente Vivili-  
talia; Francesco Palumbo, direttore  
direzione generale Turismo Mi-  
bact; Stefano Ciuoffo, assessore al  
Turismo della Regione Toscana;  
Stefano Landi presidente SI&A Tu-  
rismo e Territorio; e Lucia Venturi  
coordinatrice Federparchi Toscana.  
«Gli Oscar dell'ecoturismo che ab-  
biamo presentato per la prima volta  
alla Bto di Firenze – dice Angelo  
Gentili, responsabile nazionale Le-  
gambiente Turismo – rappresen-  
tano sempre più le eccellenze più si-  
gnificative del panorama nazionale  
nell'ambito della sostenibilità am-  
bientale. I due riconoscimenti conse-  
gnati alle strutture ricettive marem-  
mane rappresentano i passi avanti  
che il nostro territorio sta facendo  
sempre più anche in ottica di turi-  
simo sostenibile». «Gli Oscar – spie-  
ga Lucia Venturi – dimostrano  
quanto sia cresciuta la capacità delle  
nostre aree protette per impegnarsi  
per la realizzazione di percorsi che  
favoriscano il turismo in chiave eco-  
logica, per animare i territori e nello  
stesso tempo creare economia e occu-  
pazione non perdendo di vista  
l'obiettivo della tutela».







## TURISMO DA OSCAR

### Ambiente e ospitalità, connubio vincente

**GLI ECO** agriturismi in Lunigiana sono da...Oscar. Parola di Legambiente che in occasione della Bto di Firenze, ha assegnato gli «Oscar dell'Ecoturismo». E fra le strutture premiate molte sono del nostro territorio, quelle migliori dal punto di vista dell'eco-sostenibilità, le pratiche turistiche più innovative nei parchi naturali e nelle aree marine protette: queste alcune delle bellezze selezionate da Legambiente con l'etichetta «Legambiente Turismo», e alle quali è stato assegnato l'Oscar del Turismo 2017. Presenti alla premiazione, all'interno dello stand del Lazio a Firenze, il responsabile turismo di Legambiente Angelo Gentili, Sebastiano Venneri, presidente di Vivitalia, Francesco Palumbo, direttore generale turismo Mibact, Stefano Ciuoffo, assessore al turismo della regione,

Stefano Landi, presidente «Sl&a» turismo e territorio e Lucia Venturi, coordinatrice di Federparchi Toscana. E il progetto eco-ospitalità della Lunigiana premiato con l'Oscar è composto dagli agriturismi «Al di là dall'Acqua», «Il Vecchio Tino», «Luna di Quarazzana» per quel che riguarda il comune di Fivizzano, «Montagna Verde», «Il Picchio verde» e il B&B «Cadrecca», tutti nel comune di Lucciana Nardi. Strutture legate all'associazione degli Operatori turistici della Lunigiana e Centro Lunigiana sostenibile con le guide della cooperativa «AlterEco». Una soddisfazione per la rete di operatori, che da tempo propone iniziative e che ha investito sul territorio della Lunigiana. «Questo premio prestigioso – ha spiegato Giovanna Zurlo, presidente Aotl – è una soddisfazione ed

una conferma del percorso di lavoro che stiamo facendo come operatori turistici in Lunigiana facendo rete locale e promuovendo un'ospitalità di qualità e attenta alla sostenibilità ambientale». Venticinque le strutture italiane premiate con l'Oscar, appartenenti a dieci regioni differenti. Ognuna ha superato i controlli che da maggio l'associazione ha effettuato mirati a verificare misure obbligatorie e facoltative che vanno dall'attenzione alla bioedilizia, alla gestione dei rifiuti, all'accessibilità e molto altro. «In periodi non facili come questo – ha commentato Francesca Malfanti, responsabile turismo per Legambiente Lunigiana –, l'Oscar assegnato collettivamente a noi e agli eco agriturismi è uno stimolo a lavorare sempre più in questa direzione».

**Manuela Ribolla**



Una rete di  
servizi con  
qualità e  
attenzione  
all'ambiente:  
queste le  
chiavi per un  
turismo  
competitivo



## PARCO DEI NEBRODI

### Assegnato Oscar della qualità

car.loi.) La IX edizione di Bto - Buy tourism online - ha premiato a Firenze, nella fiera più grande d'Europa dedicata al mondo del turismo ambientale, il Parco dei Nebrodi. L'oscar di qualità è stato consegnato da Federparchi e da Legambiente al presidente Giuseppe Antoci. «Il riconoscimento del marchio si inserisce - è scritto nella motivazione del premio - nell'ambito delle politiche di miglioramento delle prestazioni ambientali, in cui diviene fondamentale il coinvolgimento e protagonismo di chi opera nel territorio, per continuare e accrescere la prestazione di servizi d'eccellenza». Con questo marchio - dice Antoci - si imprime un sostegno anche alla lotta contro gli abigeati, le macellazioni clandestine».





**LEGAMBIENTE ALLA BTO**

## Eco e bio, la Maremma ha l'Oscar

Premiate Le due ruote di Alberese e il Podere Riparbella di Massa

► GROSSETO

L'agriturismo Le due ruote di Alberese e il Podere Riparbella di Massa Marittima sono stati premiati con l'Oscar dell'ecoturismo nella categoria alimentazione e gastronomia.

Sono dunque due le strutture ricettive della provincia di Grosseto premiate da Legambiente alla Bto di Firenze con gli Oscar dell'ecoturismo 2017. Davanti ai riflettori sono andate le strutture ricettive con le migliori soluzioni di ecosostenibilità, le pratiche turistiche più innovative nei parchi naturali e nelle aree marine protette di tutta Italia. La Maremma, dunque, ha ricevuto due riconoscimenti sui 25 assegnati alle strutture ricettive di tutta Italia, ed entrambi per la categoria alimentazione e gastronomia.

L'agriturismo Due Ruote di Alberese è stato premiato per l'ecopranzo al sacco realizzato con prodotti locali e con stoviglie e tovagliato riutilizzabile



La premiazione dell'agriturismo Le due ruote di Alberese

da restituire al rientro; e per l'ortogiardino biologico da cui gli ospiti alla partenza possono prendere ciò che vogliono. Il premio è stato ricevuto anche dal Podere Riparbella di Massa Marittima per l'uso dei prodotti locali bio, olio e vino di eccellenza di loro produzione.

«Gli Oscar dell'ecoturismo consegnati a 10 parchi da Fe-

derparchi e Legambiente – nota Lucia Venturi, coordinatrice Federparchi Toscana – dimostrano quanto sia cresciuta la capacità delle nostre aree protette di impegnarsi nella realizzazione di percorsi che favoriscano il turismo in chiave ecologica, per animare i territori e nello stesso tempo creare economia e occupazione».



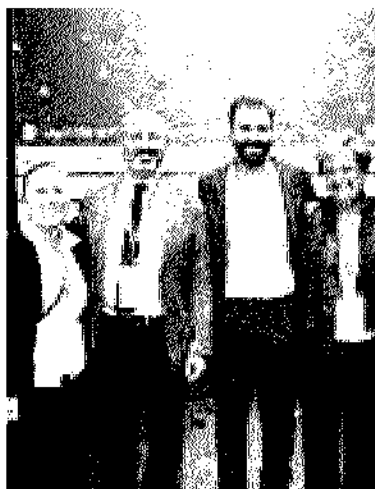
## Dante, Firenze e Ravenna siglano un “patto turistico”

Il progetto, presentato al BuyTourism Online, partirà dalla collaborazione tra Apt Servizi e Toscana Promozione Turistica

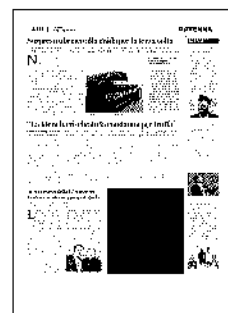
**T**oscana ed Emilia Romagna sono le Regioni che sosterranno insieme la promozione congiunta dell'itinerario “interregionale” dantesco coinvolgendo Firenze e Ravenna, le città dove rispettivamente il sommo poeta è nato e sepolto.

Il progetto parte nel maggio scorso grazie alla convenzione che coinvolge le due Regioni, concordata dagli assessori regionali e sottoscritta dalle due Agenzie: Apt Servizi e Toscana Promozione Turistica. Gli enti, in futuro, lavoreranno congiuntamente per promuovere un itinerario interregionale dantesco coinvolgendo nel lavoro tutti gli stakeholders interessati al percorso, primi fra tutti i due Comuni.

Il progetto è stato lanciato ufficialmente lo scorso 1 dicembre, nel corso della BTO (Buy Tourism Online), manifestazione di riferimento per il Travel e l'Innovation in corso



alla Fortezza da Basso di Firenze. L'accordo è stato siglato alla presenza dei due assessori dei comuni coinvolti: Giovanni Bettarini per il comune di Firenze e Giacomo Costantini per quello di Ravenna.



# Cantine 2.0, un clic per le eccellenze I migliori vini nei templi delle archistar

*Toscana, portale online per scoprire un circuito di strutture d'autore*

**Lisa Ciardi**  
FIRENZE

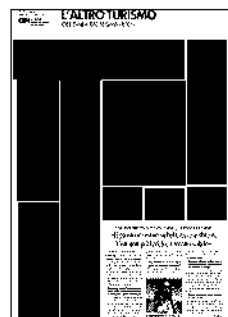
**OTTIMO VINO** e architettura contemporanea d'eccellenza si fondono nelle cantine toscane. Succede grazie al progetto «Toscana Wine Architecture» presentato nei giorni scorsi nel corso della Bto (Buy Tourism on Line), dagli architetti Marco Casamonti e Agnese Mazzei e da una delegazione di proprietari e manager di varie cantine. L'iniziativa è stata realizzata dalla Regione, insieme a Vetrina Toscana e Federazione Strade del Vino, dell'Olio e dei sapori di Toscana, in collaborazione con Fondazione Sistema Toscana. L'idea è mettere in rete, promuovendole con pacchetti ad hoc e facendole conoscere attraverso il portale [www.winearchitecture.it](http://www.winearchitecture.it) le cantine che, negli ultimi venti an-

**L'INIZIATIVA**  
Promozione e pacchetti  
per buongustai sul sito  
[www.winearchitecture.it](http://www.winearchitecture.it)

ni, sono state disegnate, create o ristrutturate da importanti «Archistar», italiani e stranieri. Edifici «firmati» e di altissima qualità architettonica, che uniscono tecnologie innovative di costruzione e produzione a un'attenzione particolare per l'armonia e la bellezza. In alcuni casi poi, sono state fatte scelte progettuali nel segno della bioarchitettura, integrando antiche tradizioni e nuove tecnologie, a partire dal campo dell'energia e della riduzione dell'impatto ambientale.

**NELL'ELENCO**, anche alcune cantine che ospitano installazioni artistiche e che hanno sviluppato rapporti interessanti con l'arte moderna o la musica, proponendo ai visitatori molto più di un viaggio nel mondo del vino. «L'attrattore vino è di per sé una leva molto importante in una regione come la Toscana che è da sempre tra le aree del mondo più vocate per questa produzione – hanno spiegato i promotori del progetto – ma se al nettare di bacco si aggiungono altri ingredienti come l'arte moderna e l'architettura, l'impegno ecologico e paesaggi unici al mondo, il risultato è un percorso inedito in una Toscana diversa che si prospetta come un polo di attrazione davvero magnetico». Ecco allora un circuito di 14 (per ora) cantine di design progettate da altrettanti architetti: la

Cantina Antinori di San Casciano Val di Pesa, firmata da Marco Casamonti (Studio Archea Associati), la Rocca di Frassinello di Gavorranno ideata da Renzo Piano, Le Mortelle di Castiglione della Pescaia a cura dello Studio Idea Firenze, la cantina di Colle Massari di Cinigiano (architetto Edoardo Milesi), la Tenuta dell'Ammiraglia a Magliano in Toscana (Piero Sartogo), il Castello di Fonterutoli di Castellina in Chianti (Agnese Mazzei), Caiarossa di Riparbella (Michael Bolle), la Cantina di Montalcino (Tommaso Giannelli), quella di Salcheto di Montepulciano (realizzata da un Team Tecnico guidato da Michele Manelli), la cantina Petra di Suvereto (Mario Botta), la Tenuta Argentiera di Donoratico (Stefano e Bernardo Tori Associati), la Fattoria delle Ripalte di Capoliveri all'Elba (Tobia Scarpa), Podere di Pomaio ad Arezzo (Marisa Lo Cigno, geometra Pier Ferruccio Rossi) e la Cantina Il Borro di San Giustino Valdarno (Elio Lazzerini).





**GUSTO** Con il nuovo progetto regionale si soddisfano occhio e palato



## Focus

### Caratteristiche base

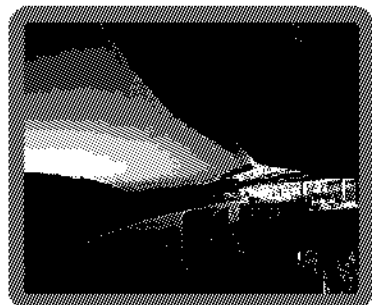
Basso impatto ambientale, massima integrazione nel paesaggio e uso di energie alternative. Sono questo gli ingredienti base delle cantine realizzate in bioarchitettura. Alcune utilizzano pannelli solari, altre sono «carbon free»

### Visite guidate

Ai classici tour di degustazioni di vini, «Toscana Wine Architecture» abbina la visita ai particolari luoghi che li ospitano. Il tutto viene lanciato in un portale web con la mappa dei territori e le schede di ogni cantina

### Immobili valorizzati

Negli ultimi venti anni molte cantine toscane hanno puntato sulla valorizzazione architettonica. La particolarità è che si tratta di strutture interamente funzionanti che ospitano vere e proprie unità produttive



#### Cantina Antinori

Architetto Marco Casamonti

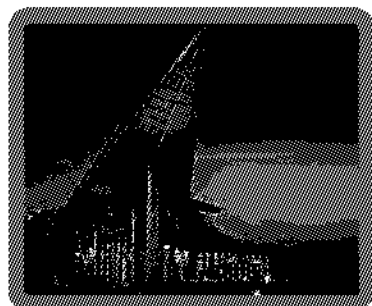
La cantina di San Casciano è stata realizzata basandosi sulle idee dei proprietari



#### Cantina di Montalcino

Architetto Tommaso Giannelli

Oltre il 50% della cantina è interrata per consentire un risparmio energetico



#### Tenuta dell'Ammiraglia

Architetto Piero Sartogo

Una cantina d'autore a Magliano che rappresenta la simbiosi tra design e natura



#### Tenuta Argentiera

Stefano e Bernardo Tori Associati

Il progetto a Donoratico è ispirato agli stili architettonici della costa

*E' stato consegnato a Firenze il prestigioso premio per il "Passaporto dei Parchi"*

## Al Parco Gran Sasso-Laga l'oscar dell'ecoturismo

► RIETI

Nuovo prestigioso traguardo raggiunto dal Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga. Nella splendida cornice della Fortezza da Basso di Firenze, nell'ambito del BTO Buy Tourism online, manifestazione di riferimento nel settore travel e innovazione, si è tenuta ieri 01 dicembre la cerimonia ufficiale di premiazione dell'"Oscar dell'ecoturismo" organizzata da Legambiente e Federparchi, e che ha visto il Parco tra i protagonisti. Nelle motivazione

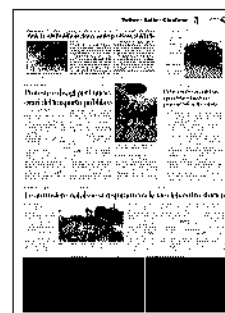
del Premio consegnato nelle mani del presidente del Parco Tommaso Navarra c'è l'impegno costante nello stimolare e rafforzare i rapporti tra i numerosi attori ed operatori del Parco, con il fine di valorizzare i prodotti delle piccole realtà locali, salvaguardando la biodiversità agroalimentare con un occhio alla valorizzazione delle tradizioni locali ed i saperi artigianali. All'origine del Premio la realizzazione del progetto "Passaporto dei Parchi" che mettendo in sinergia il mondo della filiera turistica

con l'offerta degli splendidi itinerari naturalistici crea delle esperienze uniche che, come per i visti nei veri passaporti, restano indelebilmente impresse sulle sue pagine. I tecnici del Parco Giorgio Davini ed Elena Curcetti hanno ideato il "Passaporto dei Parchi" per incentivare il flusso turistico, la cultura dell'accoglienza e innalzare la qualità dei servizi forniti, collegando la ricca offerta con la valorizzazione ed il sostegno alle attività compatibili. Esiste, infatti, nell'area protetta un ricco e variegato pa-



**Gran Sasso-Monti della Laga** Prestigioso riconoscimento ecoturistico per il Parco

trimonio di aziende agricole e zootecniche, fatto di realtà produttive grandi e piccole, ma anche di innumerevoli luoghi di ristoro che animano ancora questi paesi: veri e propri ambasciatori di qualità del territorio. I giacimenti enogastronomici sparsi in questa parte di Appennino non sono semplicemente cibi da assaggiare, ma soprattutto "medium" per produrre ricchezza nei luoghi in cui hanno avuto origine, un biglietto da visita di un territorio. L'avvio dell'iniziativa è previsto a Pasqua 2017. ◀



**IL COMMENTO**  
di DIEGO CASALI



**TOSCANA  
LA PIU' AMATA  
DAL WEB**

**COSA C'E'** di virtuale in un'emozione? C'è la voglia, il desiderio, la passione, il sublime. I romantici tedeschi – che di emozioni spazio-temporali e di viaggio si intendevano assai – utilizzavano la forma verbale «streben nach», letteralmente in italiano è «cercare» ma anche «tendere a» qualcuno, o meglio, qualcosa. Il verbo cercare, nella fattispecie però, calza a pennello. Cercare è quello che fa un viaggiatore consapevole. E' quello che vuole un turista assennato. E' la presa di consapevolezza del noto con la necessità impellente di incontrare l'ignoto.

**E' IL NUOVO** modo di conoscere il mondo. Ed è l'approccio con cui la Toscana – che nel mondo resta tra le mete più 'desiderate' – dovrà confrontarsi nei mesi e negli anni a venire. Di questo e molti altri concetti del viaggiar attuale si è discusso nella Bto, Buy Turism Online, a Firenze. Una fiera che nasce dal virtuale, ma che invece ha ricadute fortemente ancorate al reale, al concreto, al business. Non lo dicono i benpensanti, lo dicono i numeri. Bto – marchio di Toscana Promozione Turistica, Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze con l'organizzazione di Fondazione Sistema Toscana e PromoFirenze – ha messo a segno anche nel 2016 un record dietro l'altro. Oltre diecimila presenze in due giorni con un +10% di ticket venduti e +20% di espositori e sponsor; 148 eventi ospitati portando 198 speaker e 400 tra giornalisti e blogger accreditati; 62 gli espositori (+10%) di cui 8 aziende straniere (provenienti da Spagna, Gran Bretagna, Svizzera, Usa) e ben 13 realtà da Toscana, Lazio, Liguria, Basilicata, Sicilia, Puglia, Abruzzo, Sardegna, Lombardia, Emilia Romagna, Marche, Umbria, Caves Piemonte. Il mondo continua a tenerci gli occhi puntati addosso. E' arrivato il momento di stupire tutti.



# Oscar dell'Ecoturismo trionfa la Lunigiana con l'eco-ospitalità

Il premio nazionale di Legambiente a sei agriturismi  
soci dell'Associazione Aotl e al Centro Lunigiana Sostenibile

## ► LUNIGIANA

Un successo doc: Legambiente ha assegnato gli Oscar dell'ecoturismo 2017 alla Bto (Buy Tourism Online) di Firenze; ebbene gli Eco-Agriturismi di Aotl (Associazione operatori turistici lunigianesi) e il Centro Lunigiana Sostenibile sono stati premiati come miglior rete locale di ecoturismo.

L'obiettivo dell'iniziativa, spiegano i promotori, era premiare le strutture ricettive con le migliori soluzioni di ecosostenibilità, le pratiche turistiche più innovative nei parchi naturali e nelle aree marine protette di tutta Italia: sono queste le bellezze che Legambiente ha selezionato e messo in mostra, con l'etichetta di Legambiente Turismo, assegnando loro gli Oscar dell'ecoturismo 2017. In totale nella vetrina di Legambiente figurano 25 strutture turistiche ricettive e 2 associazioni di promozione territoriale, con diverse regioni interessate.

I premi sono stati assegnati direttamente alla Bto di Firenze, all'interno dello stand della Regione Lazio. «Gli Oscar dell'ecoturismo che abbiamo presentato per la prima volta alla Bto di Firenze - afferma **Angelo Gentili**, responsabile nazionale Legambiente Turismo - rappresentano le eccellenze più significative del panorama nazionale nell'ambito della sostenibilità ambientale». Appartenenti a 10 regioni diverse, selezionate tra le oltre 300 strutture affiliate all'etichetta Turismo, le 25 strutture turistiche italiane (più due associazioni) premiate con l'Oscar dell'ecoturismo hanno superato brillantemente i controlli che l'associazione effettua da maggio a settembre.

Il "Progetto eco-ospitalità della Lunigiana" che ha ricevuto l'Oscar dell'Ecoturismo da Legambiente è composto dall'Agriturismo Di là dall'Acqua, Agriturismo il Vecchio Tino e Agriturismo Luna di Quarrazzana in Comune di Fivizzano;

l'Agriturismo Montagna Verde, l'Agriturismo Il Picchio Verde e il B&B Cadrecca in Comune di Licciana Nardi. La rete di eco-agriturismi certificati ecotabel sono tutti soci di Aotl-Associazione Operatori Turistici della Lunigiana ed è completata dal Centro Lunigiana Sostenibile con le guide della Cooperativa AlterEco e Legambiente Lunigiana. Questo gruppo datempo promuove eventi e percorsi coordinati in rete, come la recente rassegna "Autunno alla scoperta della eco-ospitalità della Lunigiana".

«Il prestigioso premio nazionale che abbiamo ricevuto - commenta **Giovanna Zurlo**, Presidente di Aotl - è una soddisfazione e una conferma del percorso di lavoro che stiamo facendo come operatori turistici della Lunigiana, facendo rete locale e promuovendo in modo coordinato un'ospitalità di qualità e molto attenta alla sostenibilità ambientale. Ora contiamo di estendere e consolidare





**Due immagini della premiazione dell'Oscar dell'ecoturismo**

la rete di eco-strutture in collaborazione con Legambiente, per proseguire in questa direzione e migliorarci ulteriormente».

«In periodi non facili per l'economia locale -dichiara **Francesca Malfanti**, Responsabile Turismo Legambiente Lunigiana - l'Oscar dell'Ecoturismo assegnato collettivamente

a noi ed agli eco-agriturismi dell'Associazione Operatori Turistici è uno stimolo a lavorare sempre più in questa direzione sul nostro territorio: fare rete tra servizi e ospitalità al turismo e farlo con qualità e attenzione all'ambiente. Sono le chiavi fondamentali per fare un turismo competitivo, sostenibile e durevole».



LA PREMIAZIONE A FIRENZE

## Oscar ecoturismo al parco Gran Sasso Laga

► ASSERGI

Nuovo traguardo raggiunto dal Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga. Alla Fortezza da Basso di Firenze, nell'ambito del BTO Buy Tourism online, manifestazione di riferimento nel settore travel e innovazione, si è tenuta giovedì la cerimonia ufficiale di premiazione dell'Oscar dell'ecoturismo organizzata da Legambiente e Federparchi, e che ha visto il Parco tra i protagonisti.

Nelle motivazione del Premio consegnato nelle mani del Presidente del Parco **Tommaso Navarra** c'è «l'impegno costante nello stimolare e rafforzare i

rapporti tra i numerosi attori ed operatori del Parco, con il fine di valorizzare i prodotti delle piccole realtà locali, salvaguardando la biodiversità agroalimentare con un occhio alla valorizzazione delle tradizioni locali ed i saperi artigianali». All'origine del Premio la realizzazione del progetto "Passaporto dei Parchi" che mettendo in sinergia il mondo della filiera turistica con l'offerta degli splendidi itinerari naturalistici crea delle esperienze uniche che, come per i visti nei veri passaporti, restano indelebilmente impresse sulle sue pagine. I tecnici del Parco **Giorgio Davini** ed **Elena Curcetti** hanno ideato il

"Passaporto dei Parchi" per incentivare il flusso turistico, la cultura dell'accoglienza e innalzare la qualità dei servizi forniti, collegando la ricca offerta con la valorizzazione ed il sostegno alle attività compatibili». «Il Passaporto dei Parchi», spiega il Presidente Navarra, «rappresenta l'espressione concreta e tangibile di questo impegno ed è stato pensato per l'ospite, il visitatore ed il cliente; per un viaggio all'interno degli elementi d'eccellenza dei Parchi. Il prestigioso premio ci onora a livello nazionale di un riconoscimento mai ricevuto e che onora la squadra di lavoro che costituisce l'ossatura e la forza del nostro Ente».



## LA CITTA' E IL TURISMO

PARTECIPANO DUECENTO SOCI

LORO FINANZIANO LA PIATTAFORMA ONLINE  
CREATA SULL'ESEMPIO DI VISITLONDON.COM  
E APERTA A CHIUNQUE SIA INTERESSATO  
A PROMUOVERE OFFERTE E PROPOSTE NUOVE

# Un portale per raccontarci al mondo Così si stimola il piacere di viaggiare *Da Convention Bureau e Comune nasce 'DestinationFlorence.com'*

di LISA CIARDI

L'OFFERTA turistica di Firenze? Tutta su un unico, grande, portale. Si chiamerà *DestinationFlorence.com* e sarà presentato ufficialmente solo a gennaio, per poi essere lanciato e diventare operativo nei mesi successivi. Ma già ieri il progetto è stato annunciato in anteprima nel corso della Bto (Buy Tourism on Line), la grande fiera del turismo sul web, che si è svolta alla Fortezza da Basso, fra eventi, dibattiti e tanti stand dedicati agli operatori del settore. *DestinationFlorence.com*, creata dal Firenze Convention Bureau, in partnership con Palazzo Vecchio, sarà una grande piattaforma che presenterà l'offerta cittadina ai visitatori e ai potenziali turisti. Una sorta di «aggregatore» che darà ai viaggiatori una panoramica su hotel, musei, tour, ma anche ristoranti e proposte per scoprire la città.

«IL PROGETTO s'ispira ai portali delle grandi capitali mondiali – spiega Giacomo Billi, presidente del Florence Convention & Visitors Bureau – a partire da *VisitLondon.com*, che è conosciutissimo in tutto il mondo ed è un vero punto di riferimento per chi vuole visitare la capitale inglese. La piattaforma che lanceremo è stata finanziata interamente dai nostri soci, al momento oltre 200 – prosegue – ma concepita in collaborazione con il Comune. Sarà aperta a chiunque sia interessato, attraverso il pagamento di una quota e di una piccola percentuale sulle prenotazioni. Sulle modalità di adesione stiamo comunque anco-



La Fortezza da Basso ha ospitato la grande borsa del turismo online Bto. In un portale si può concentrare l'offerta turistica di Firenze

ra lavorando, per perfezionare un metodo che favorisca la partecipazione di più realtà».

**DIVERSI** gli obiettivi della piattaforma: attrarre un maggior numero di viaggiatori ad alta capacità di spesa, aumentare la permanenza media del soggiorno, promuovere musei civici e itinerari meno battuti, commercializzare l'offerta turistica cittadina creando un modello unico nazionale, lanciare ulteriormente l'immagine di Firenze nel mondo. «Nel settembre 2015 – continua Billi – Pa-

lazzo Vecchio ha scelto il Firenze Convention & Visitors Bureau, attraverso un bando, come partner per la promozione della destinazione Firenze, con particolare focus su grandi eventi internazionali, destination weddings e turismo congressuale. Ma da qui è nata anche l'opportunità per l'apertura di un nuovo ramo di attività dedicato al turismo *leisure*, cioè non congressuale, legato al tempo libero e al piacere di viaggiare. Proprio per potenziare questo settore abbiamo concepito la piattaforma».



LA NOVITÀ ARTPLANNER PROPONE I LUOGHI ED EVENTI IN BASE AL TEMPO E AL BUDGET A DISPOSIZIONE

# Gite mordi e fuggi? Un sito per itinerari su misura

TITROVI a Firenze, hai 36 ore di tempo, vuoi ottimizzare il soggiorno visitando un museo di arte antica, fare un giro in bici, mangiare la miglior ribollita e comprare un libro su Boboli. E ovviamente vuoi spendere il meno possibile. Inserisci i dati essenziali, ecco pronto l'itinerario turistico personalizzato. Con varianti di meta e prezzo tra cui scegliere. Punta a questo ArtPlanner, il portale di CoopCulture, tra le principali aziende di servizi nel settore dei beni e delle attività culturali in Italia, che presenta la sua creatura nello stand presso la Bto insieme ad un'altra invenzione: SnApp, un sistema di biglietteria "intelligente" in grado di proporre acquisti in modalità up e cross selling, ovvero arricchita rispetto alla richiesta iniziale dell'utente.



## COME FUNZIONA

Basta inserire nel portale ArtPlanner i dati essenziali del proprio soggiorno turistico (tempo, budget, preferenze) per avere delle proposte di itinerari su misura

Quanto ad ArtPlanner, questa è dunque la piattaforma che consente ai visitatori di costruire e acquistare il proprio itinerario personalizzato, ed agli operatori di co-progettare e vendere un'offerta territoriale realmente integrata "a monte". Insomma, la possono usare gli operatori per proposte "sartoriali" sulla base degli interessi, del

tempo a disposizione, eccetera del turista. E lo può usare il visitatore per costruirsi la propria esperienza di visita, vedendo tutte le componenti del prezzo, mettendo assieme davvero tutto: luoghi, eventi, itinerari ma anche prodotti tipici ed editoriali. «È uno strumento che ci piace definire di tecnologia "responsabile" — spiegano da Coop-

Culture — pensata per dare valore anche alla gestione e alla partecipazione. In sostanza, Artplanner si presta ad essere lo strumento utile alla costruzione di filiere collaborative nei territori, indispensabili oggi se si pensa in ottica di sviluppo».

Fatta la propria scelta, il visitatore non è abbandonato a se stesso. Attraverso la piattaforma è infatti anche possibile scaricare app, audio guide, generare la propria guida di viaggio, eccetera. Si tratta di una tecnologia "open", nel senso che è aperta a tutti gli operatori che ne condividono l'utilizzo ed a quelli che potenzialmente potrebbero utilizzarla. «Artplanner può infatti accogliere app di terzi, virtual tour ma anche essere impiegato per implementare nuove filiere di prodotto», spiegano da CoopCulture, 49 milioni di fatturato e 1.300 dipendenti, presente in oltre 250 luoghi di cultura: da Palazzo Ducale e Ca' Pesaro a Venezia a Colosseo, Scuderie del Quirinale e Galleria Nazionale d'Arte Moderna a Roma, dal Museo Nazionale di Capodimonte agli Scavi di Pompei e Ercolano.

(ma.bo.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**I questionari.** Intervistati alle frontiere:  
si aspettavano di più su accoglienza e sicurezza  
La città al 33° posto, Livorno al 47° con Roma

# Turisti stranieri delusi da Firenze bene arte e paesaggio cibo caro e scortesie

MAURIZIO BOLOGNI

A FIRENZE di turisti stranieri ne arrivano tanti, milioni, sempre di più. E questo si sapeva. Ciò che invece era finora solo sospettato, ma non accertato con tanta evidenza "scientifica", è che gran parte di quei turisti stranieri, finita la visita, lasciano città e provincia insoddisfatti, scontenti. Non che il patrimonio d'arte e le bellezze naturali li abbiano delusi, ma si aspettavano di più in termini di accoglienza e servizi. Lo rivela una ricerca che non ha molti precedenti quanto a rigore a base sondata. L'ha condotta la sede di Rimini dell'Università di Bologna sulla base delle valutazioni di oltre 400.000 turisti stranieri rilevate da Banca d'Italia alle frontiere negli ultimi 6 anni. Ebbene la sintesi di questo lavoro, precipita Firenze e la sua provincia al 33° posto per il gradimento riscosso da chi, finita la visita, sta per varcare la frontiera e tornare a casa. Può consolare il fatto che Firenze è in compagnia di altre grandi mete turistiche italiane, preceduta da Venezia (31esima) e seguita da Roma (47esima). Ma lo smacco è vedere in vetta alla graduatoria centri di appeal sicuramente inferiore, come Cagliari (prima), Udine (seconda), Catania (terza), Ancona (quarta), dove chi ci è arrivato non si aspettava granché ma è invece rimasto piacevolmente sorpreso.

La ricerca che ha assegnato l'Oscar per la migliore destinazione turistica italiana secondo i visitatori stranieri è stata presentata alla Bto (Buy tourism online) presso la Fortezza di Firenze. La serietà dello studio è data anche dal fatto che la classifica è stata limitata alle province per le quali sono disponibili almeno 1.500 questionari. In totale 51 province. E tra queste, oltre a quella di Firenze, anche Livorno, quasi in fondo alla classifica, 47esima con Roma. È evidente: i croceristi

sbarcati per qualche ora in città e quelli che affollano la Costa degli Etruschi e il resto del litorale, speravano di meglio. Quanto a Firenze, si legge nella ricerca, è ovviamente promossa per qualità del patrimonio artistico-culturale ed opere d'arte, ma in particolare «viene valutata insufficiente per qualità e varietà dei prodotti nei negozi e per informazioni e servizi». E questo scaraventa la città nelle zone basse della classifica, anche se in miglioramento. Ribadiscono i curatori dell'indagine Andrea Guizzardi e Annalisa Stacchini: «Il ranking non rappresenta semplicemente una

valutazione diretta del valore dell'offerta turistica locale, ma riflette anche il "matching" tra quanto promesso dalla destinazione sulle vetrine internazionali e quanto effettivamente riscontrato dal turista».

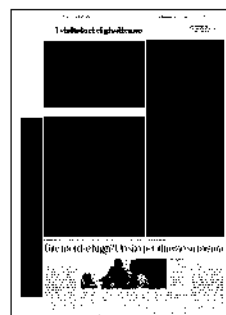
Ieri in Bto è stata giornata scoppiettante. È stato fatto il bilancio del lavoro svolto dal team di sei digitalizzatori formati da Google per il progetto Eccellenze in Digitale, e chiamati da Camera di Commercio di Firenze. Nell'ultimo anno il team è entrato in 395 imprese e ha organizzato 40 workshop. Dal 2014 sono state 754 le aziende che hanno migliorato la loro presenza sul web grazie al progetto e più di quattromila gli imprenditori che hanno seguito 106 corsi gratuiti.

Alla Fortezza è stato inoltre annunciato che le Regioni Toscana e Emilia Romagna sosterranno insieme la promozione congiunta dell'itinerario "interregionale" dantesco coinvolgendo Firenze e Ravenna, le città dove rispettivamente il sommo poeta è nato e sepolto. Gli enti lavoreranno congiuntamente per promuovere un itinerario interregionale dantesco coinvolgendo nel lavoro tutti gli stakeholders interessati al percorso, primi fra tutti i due Comuni.



“È stata valutata insufficiente anche per la qualità e la varietà dei prodotti nei negozi”

GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO



**IPUNTI**



**IL CIBO**

Uno dei servizi non all'altezza delle aspettative dei turisti è stato il cibo, molto spesso considerato un po' troppo caro



**LA SICUREZZA**

Uno degli aspetti che meno sono piaciuti agli intervistati riguarda la sicurezza nelle strade e nelle piazze, soprattutto di notte



**LA CORTESIA**

Altra nota dolente l'approccio dei commercianti verso i turisti: molto spesso viene percepita una certa insofferenza da parte di chi vende



IL PRESTITO

## La Venere rimane a Urbino “Aiuta il turismo”

PROLUNGA la sua permanenza nelle Marche la “Venere” di Tiziano, gioiello degli Uffizi concesso in prestito al Palazzo Ducale di Urbino dallo scorso settembre. Il capolavoro, che sarebbe dovuto rientrare a Firenze il 18 dicembre, resterà invece in trasferta fino all'8 gennaio. «Privare gli Uffizi, ancora per tre settimane, di questo significativo quadro — ha spiegato il direttore Eike Schmidt — ci è apparso niente a confronto di quanto questa prolungata permanenza nelle Marche potrà restituire alle sue popolazioni in termini di maggiore attrattività turistica per i visitatori e di conforto per gli abitanti. Intorno alla celebrazione delle maggiori festività ruota una grossa parte dei flussi di spostamento che attraversano la penisola da nord a sud e viceversa. Dotare una fra le regioni centrali, colpite dalla recente calamità, di una carta in più per fortificare il suo già significativo appeal, è il minimo che potessimo fare». Sempre Schmidt conferma il prestito, annunciato alla Bto, del “Paesaggio di fiume” di Leonardo prima a Vinci (nel 2019) e poi, nel 2020, alla Galleria nazionale dell'Umbria, terra in cui recenti studi suggeriscono che l'artista possa aver trovato l'ispirazione per il disegno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

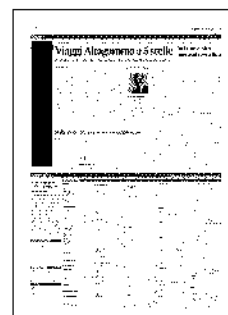


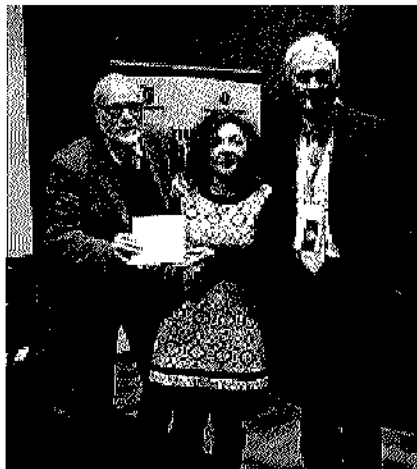
BTO FIRENZE

## Il turismo digitale cresce del 7%

Il turismo online continua a crescere, in Italia e in Europa, a un ritmo doppio rispetto al mercato (+3% le prenotazioni 2016, +7% quelle online), ma rappresenta ancora una quota di minoranza: "solo" il 35% delle prenotazioni turistiche quest'anno viaggerà online in Italia, cifra che sale al 45% in Europa secondo i dati PhocusWright. Per questo c'è ancora spazio per progetti, idee e opportunità che fino a ieri hanno avuto una vetrina internazionale al Bto-Buy tourism online, il salone fiorentino che ormai è diventato il principale appuntamento europeo del segmento digital. In questa nona edizione erano presenti 62 espositori, per il 10% stranieri, tanti speaker internazionali e più di cinquemila visitatori. «L'uso del web in pochi anni ha invertito il rapporto di forza tra consumatore e viaggi: da passivo e dipendente dalla intermediazione e dall'offerta distribuita nel passato, oggi è attivo e indipendente nelle scelte - ha detto Gianfranco Battisti, presidente Federturismo -. Siti web, travel communities, che sfruttando i principi del web 2.0 aggiungono valore all'esperienza del turista, superando la dimensione meramente informativa». «Il turismo online ha grande spazio di crescita - spiega Giancarlo Carniani, direttore scientifico di Bto - nessuno può dire che il mercato è finito e non c'è spazio per nuove opportunità».

S.PI.





**PREMIO**  
La consegna del riconoscimento

## CINQUE TERRE Ecoturismo 2017 L'Oscar al Parco

- CINQUE TERRE -

**LE STRUTTURE** ricettive con le migliori soluzioni di ecosostenibilità, le pratiche turistiche più innovative nei parchi naturali e nelle aree marine protette di tutta Italia: sono queste le 'bellezze' che Legambiente ha selezionato e messo in mostra, con l'etichetta di Legambiente Turismo, assegnando loro gli Oscar dell'ecoturismo 2017. In totale, nella vetrina di Legambiente figurano 10 aree protette. Tra queste anche il parco nazionale delle Cinque Terre, presieduto da Vittorio Alessandro, che si è aggiudicato l'Oscar dell'ecoturismo 2017 per gli investimenti dei proventi della 5 Terre card a sostegno dell'agricoltura. La consegna dell'ambito riconoscimento si è tenuta ieri mattina alla Bto di Firenze, alla quale ha partecipato anche il direttore del parco nazionale, Patrizio Scarpellini, che ha ritirato il premio insieme ad Alessandro. Attraverso la vendita delle card, che consente di visitare i tratti sentieristici della zona, riesce sempre a salvaguardare l'agricoltura locale, andando incontro alle esigenze di coltivatori dei cinque borghi affacciati sul mare.

L.P.





LA RICERCA: DOLCIUMI E CIOCCOLATO, SCARPE E ABBIGLIAMENTO LE SCELTE SU CUI SI ORIENTANO LE FAMIGLIE CHE SPENDERANNO IN MEDIA 614 EURO

# Il viaggio, regalo da sogno

## La metà degli italiani vorrebbe ricevere una vacanza come dono I più acquistati sono libri e profumi

**I**l 46% degli italiani vorrebbe ricevere quest'anno come regalo di Natale un viaggio. Più probabilmente riceverà un libro o un profumo. A fare il pronostico è la Deloitte Xmas Survey, che ha raccolto l'opinione di oltre 6.500 consumatori in 9 paesi tra cui l'Italia per sondarne le intenzioni di spesa per regali, cibo e divertimenti.

I libri sono il regalo più desiderato (lo vorrebbe il 55%), seguiti dal contante (ambito dal 48%) e, appunto, dai viaggi. Ma se si escludono i libri, scelti come dono da fare dal 51%, le aspettative degli italiani rischiano in buona parte di essere deluse: si acquisteranno infatti perlopiù dolciumi e cioccolato (35%), scarpe e abbigliamento (33%) e profumi (32%).

Passando ai conti, per i regali quest'anno in Europa si spenderà in media 517 euro, l'1,3% in meno del 2015. L'Italia è uno dei tre paesi (con Danimarca e Spagna) dove si spenderà di più: 614 euro contro i 620 euro del 2015 (-1%). E se in Europa il 40% del budget natalizio va in regali, seguito da spese alimentari (29%), viaggi (21%) e attività ricrea-

tive (10%), in Italia ai viaggi si destina molto di più, il 27%, anche se si tratta di una voce di spesa in contrazione rispetto al passato. Il budget natalizio destinato al comparto viaggi risulta in netto ridimensionamento in tutta Europa (-6,8%).

Ovviamente nessuno si dimentica dei bambini: il 52% degli italiani comprerà un dono per un bambino, il 28% anche per un adolescente.

Infine in Italia la quota di consumatori che farà online gli acquisti eguaglia oramai quella degli altri Paesi Europei (38% Italia; 40% Europa). La ricerca rileva addirittura una maggior presenza di consumatori che prevede di comprarli tramite smartphone i regali da mettere sotto l'Albero: lo farà il 17% degli italiani, con il 10% in Europa.

Nel 2016 lo smartphone si conferma lo strumento emergente per le prenotazioni turistiche. Secondo i dati resi noti alla presentazione della nona edizione di Bto (Buy Tourism Online), a livello mondiale nel secondo trimestre del 2016 le prenotazioni di viaggi e vacanze da mobile raggiungono quota 19%, con un +33% rispetto allo stesso periodo del 2015.



Venezia è tra le mete preferite in Italia per un viaggio romantico

**A te prima di Natale**

Speciale 2016  
Scegli il tuo regalo di Natale  
con un solo click su [www.bto.it](http://www.bto.it)

**VI REGALIAMO**  
il tuo viaggio di Natale

**Bossea, Caudano e Dossi «fanno rete»**

# Gli oscuri segreti delle grotte diventano proposta turistica

Il progetto «Caves» invitato come modello alla fiera di Firenze

**il caso**

CHIARA VIGLIETTI  
FRABOSA SOPRANA

**B**attesimo internazionale per «Caves», la rete dei siti carsici più estesa del Piemonte, tutti compresi nel triangolo tra le tre grandi grotte del Monregalese: Bossea, Caudano, Dossi. Una delegazione ha partecipato a Bto, «Buy tourism online» la fiera del turismo internazionale che si tiene alla Fortezza da Basso di Firenze, per presentare agli addetti ai lavori arrivati da tutta Europa il progetto che riunisce tre tesori del sottosuolo monregalese. Le grotte di Bossea, nel territorio di Frabosa Soprana, quelle del Caudano, che si trovano vicino a Frabosa Sottana e quelle dei Dossi, che fanno parte del Comune di Villanova.

## Importante vetrina

«Abbiamo scelto quest'appuntamento per far conoscere il nostro progetto oltre i confini nazionali - spiega Michele Pianetta, assessore di Villanova Mondovì e uno dei registi di Caves -. Bto è considerata la più importante vetrina in Europa per questa nicchia di turismo. Ci è parsa la sede ideale per presentare la digitalizzazione e la messa in rete delle nostre grotte turistiche».

In realtà, da metà settembre, quando è partito ufficialmente il progetto, «Caves» sta facendo il giro d'Italia per presentare questo «unicum»: prima di Bto le grotte di Bossea, del Caudano e dei Dossi sono state protagoniste a Venezia di «Food meets digital». Perché l'obiettivo finale è utilizzare la bellezza

unica delle grotte - «un mini-distretto virtuoso» come lo definisce Paolo Bongioanni, direttore dell'Atl Cuneese - per valorizzare altri «asset» del Monregalese, a cominciare dal settore agroalimentare, che è ricco di eccellenze.

«L'obiettivo finale è garantire ricadute economiche grazie a questo progetto che mira a valorizzare bellezze naturali, tesori artistici e prodotti di alta qualità a tavola - aggiunge Pianetta, accompagnato, tra gli altri, dal presidente della Camera di Commercio Ferruccio Dardanella -. Abbiamo raccol-

to molto consensi e curiosità tra gli addetti ai lavori verso quello che rappresenta a tutti gli effetti il primo esempio di messa in rete di siti carsici. Ora ci auguriamo di mettere a frutto quanto seminato sin dalla prossima stagione turistica».

## I tre gioielli

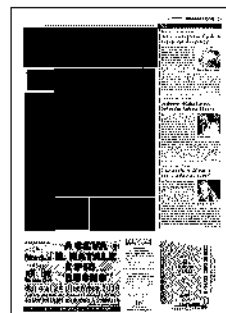
Bossea è a Frabosa Soprana, a 836 metri, fra le più belle e importanti grotte d'Italia. All'in-

terno è situato un laboratorio carsologico sotterraneo di altro livello.

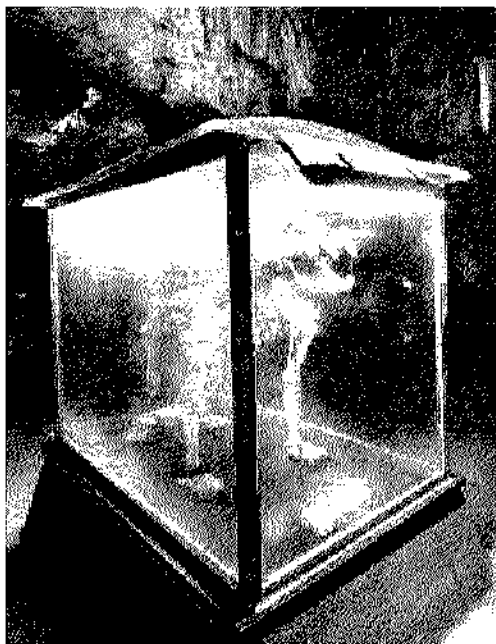
**Caudano:** oltre 3 km di gallerie a 4 piani sovrapposti. Vi rimangono i resti di animali preistorici.

**Dossi:** Si tratta di un meraviglioso labirinto di sale e gallerie decorate da concrezioni policrome di svariate forme e dimensioni.

BY NC ND ALCUNE DIRITTI RISERVATI



**A Firenze**  
Lo stand  
di «Caves»  
alla «Bto»  
di Firenze  
con il  
presidente  
della Camera  
di commercio  
Ferruccio  
Dardanella  
e l'assessore  
Michele  
Pianetta



COSTANZA BONO

**Primo piano** | Sviluppo e cultura

# In Toscana 85 milioni di turisti «Firenze a un passo dal collasso»

Via alla fiera alla Fortezza. Ciuoffo: rischio Las Vegas. La soluzione? Un'offerta diversa

«Firenze è al limite della sostenibilità del turismo». Di fronte a dati tutti positivi, con una crescita costante degli arrivi e dei pernottamenti in Toscana, Stefano Ciuoffo pone il tema centrale del futuro del turismo nella nostra regione. L'assessore toscano presenta questi dati alla Bto, la «mostra» del turismo online, diventata vero momento di confronto sulle tendenze del settore a livello europeo. Ma dietro ai numeri, ci sono le grandi dinamiche, le ricadute positive e negative. E l'esigenza di pensare al futuro.

D'altra parte, ci sono numeri importanti: secondo Irpet, il tasso di crescita quest'anno delle presenze è stato del 3%. Ma tra «la crescente inadempienza da parte delle strutture ricettive ufficiali a comunicare il proprio dato, inadempienza che sarebbe salita rispetto al passato al +122%» e il fenomeno del sommerso (molto legato alle prenotazioni online tipo Airbnb e agli affitti privati) ai circa 42 milioni di presenze «ufficiali» ne vanno aggiunte altrettante «grigie». Risultato: nel 2016 il numero di «notti»

passate dai turisti in Toscana è salito a circa 85 milioni, secondo l'Irpet. Come se ogni giorno ci fossero altri 232.876 persone in Toscana (in realtà, nei periodi di punta, si va oltre il mezzo milione).

Per questo Ciuoffo lancia l'allarme: l'aumento di presenze, prevedibile, è del 4% l'anno da qui al 2022. Tassi che potrebbero saturare le nostre città, a partire da Firenze (verso la quale si concentrano la metà delle ricerche online di destinazioni, secondo uno studio di Trivago). E si tratta spesso di «un turismo inconsapevole del luogo, vedo troppi turisti uscire dai luoghi d'arte della Toscana ed un minuto dopo, non sanno neanche cosa hanno visto. Non è colpa loro: è colpa nostra. Potremo aggredire il problema solo se cambiamo. Dalle guide, alle app, al web, per creare un ospite consapevole». Il rischio è creare «Las Vegas del turismo: grandi numeri senza qualità». Per questo la legge regionale mette dei «paletti» su Airbnb e simili: «Non voglio inibire l'iniziativa economica a nessuno. Ma a chi pensa a sola attività di

rapina, sappia che non siamo interessati». Ciuoffo parla mentre Matteo Stifanelli di Airbnb (che ha scatenato una «mail bombing» contro la nuova legge regionale) ammette che «il turismo è malato, è entrato in una fase dove quando si viaggia non si ha più quello che ci si aspetta, e quello che si vorrebbe». Per questo Airbnb ha deciso di lanciare un portale nel quale, dopo aver deciso dove soggiornare, si possono cercare altre esperienze (Airbnb Experiences), per guide e attività «diverse». Ma non basta. Elke Schmidt, direttore degli Uffizi, la pensa come Ciuoffo: «I pullman che di giorno sputano le masse e la sera le risucchiano hanno raggiunto il punto di non ritorno della sostenibilità».

Ne parliamo con Glenn Fogel di The Priceline Group

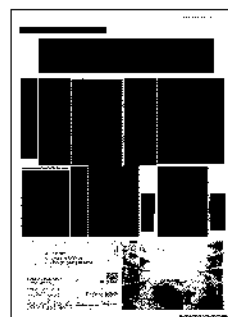
## Schmidt (Uffizi)

«Con i pullman sputa-masse siamo al punto di non ritorno della sostenibilità»

(Booking.com, Kayak e altre colossi). Priceline sta addirittura sperimentando le «chat bot», chat con risposta automatica «basata sull'intelligenza artificiale», per «dialogare» e orientare i clienti. Ma così come per la realtà virtuale e la «augmented reality», «l'introduzione nell'esperienza del turista è lenta», continuano a prenotare tramite cellulare o pc. Anche Fogel percepisce la difficoltà di questi grandi afflussi in Italia, «a Roma questa estate sembrava ci fossero solo cinesi, in gruppi organizzati. Esattamente come eravamo noi americani 20 anni fa».

Insomma, la chiave è offrire cose nuove ai turisti e farli crescere. A questo servono progetti come Destination Florence, come Visit Tuscany, che vengono presentati sempre alla Bto assieme a start up come la Toscana HNext che «facilita» gli hotel a crearsi proprie app per i turisti, ormai presi in carico dagli alberghi fin dall'aeroporto grazie ad altre app come quelle di Alcatel-Lucent.

**Marzio Fatucchi**  
**Antonio Passanese**



## La vicenda



● Si conclude oggi alla **Fortezza da Basso** la Bto, «Buy tourism online», sul futuro del turismo e **innovazione**. Domani sempre alla Fortezza si terrà «Ecosistemi digitali», evento del ministero per realizzare un piano sul turismo fino al **2022**

## I numeri



PRESENZE  
RISPETTO AL 2015

+3%



PRESENZE  
STRANIERE

+3,5%



STRUTTURE TRADIZIONALI  
(hotel, etc)

+2%

circa 43 milioni di pernottamenti



STRUTTURE ATIPICHE  
(affitti privati, Airbnb)

+4%

circa 41 milioni di pernottamenti



TENDENZA  
FINO AL 2022

+4% anno

centimetri

## Aibnb Experience

# Gli itinerari alternativi tra sport, teatri e Angeli del Bello

Vuoi fare un viaggio con qualcosa di diverso? Vieni a Firenze a fare giardinaggio con gli Angeli del Bello. C'è anche questa «esperienza» tra quelle proposte da «Aibnb Experience». È il nuovo portale creato dalla company californiana dove il turista può trovare «nuove cose» da fare in città. E tra le città sperimentali, c'è anche Firenze. Dove si propongono Fiona May e lo chef stellato Filippo Saporito, ma anche «Maria Letizia, un artigiano del profumo», un progetto nato con Artex, spiega Matteo Stifanelli di Airbnb. Sarà possibile anche visitare il Teatro della Pergola, e laboratori legati alle performance teatrali. E infine, appunto, anche fare «volontariato» con gli Angeli del Bello. Nel Giardino alla Carraia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Coopculture

# Vai a vedere Giotto? Un portale suggerisce tutti i percorsi da fare

Tecnicamente, sono un portale di prenotazioni e uno di bigliettazione. In realtà, secondo Coopculture, «possono trasformarsi in uno strumento di e-government del turismo». SnApp, il sistema di biglietteria «intelligente» e ArtPlanner, piattaforma che consente ai visitatori di costruire e acquistare il proprio itinerario personalizzato, sono le due proposte di Coopculture espone alla Bto. Strumenti, già usati anche per mostre come quelle di Giotto a Palazzo Reale a Milano, dove dopo aver acquistato il biglietto e scoperto la «guida» alla mostra, si propongono percorsi legati a Giotto in tutta Italia. Con grandi risultati, se alle due piattaforme collaborano tutti i soggetti pubblici e privati, dagli hotel ai musei.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Flee.tours

# Dall'albergo al cibo C'è chi organizza il viaggio su misura

Dopo la Toscana, l'Italia. Parte dal lato alberghi-ospitalità il lavoro di Merci Travel di Massa e Cozzile. Prima ha realizzato visite-toscane.com, un portale dove «è possibile prenotare il proprio soggiorno su misura in Toscana, confrontando recensioni online degli hotel e potendo anche scegliere tra varie guide turistiche ed itinerari particolari», spiegano. Ed ora arriva Flee.tours, altro sito dove (da febbraio 2017) si potrà «prenotare una vacanza altamente personalizzata in tutta Italia». Cioè assieme all'hotel si possono scegliere, prima di partire, wine tasting, visite di cantine oppure trekking, visite ai piccoli borghi, eventi legati ai bambini, sport. Nel portale ci saranno 4-500 scelte diverse.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Anche l'ex oro olimpico Fiona May propone eventi ai turisti di Airbnb



Il software SnApp e ArtPlanner presentati ieri alla Bto a Firenze

SnApp e ArtPlanner



Il sito «visit-toscane» integra camere, sport, trekking, cibo e vino in vacanza

# Germania-Italia secondo il direttore (sul lettone)

## Luoghi comuni e amori traditi nel confronto con l'ex ministro Pecoraro Scanio alla Bto

«Direttore le va bene se l'intervista la facciamo sdraiati sul letto?». «Accomodiamoci pure». Su una cosa sono tutti d'accordo: con Eike Schmidt non ci si annoia. Sarà per il suo rapporto disinvolto con i media, per la battuta pronta o, più probabilmente, per il suo sapersi adattare a ogni occasione. Come ieri quando, dopo aver partecipato a un confronto con l'ex ministro Alfonso Pecoraro Scanio sugli stereotipi italiani e tedeschi, ha accettato, senza battere ciglio, di rilasciare una lunga intervista sdraiato su un letto matrimoniale, accanto alla giornalista. E una volta terminata la chiac-

chierata, Schmidt, prima di concedersi agli altri taccuini, è rimasto sdraiato a sorseggiare un caffè.

Ma la mattinata di Eike Schmidt al Buy Tourism Online, fiera che si conclude oggi alla Fortezza da Basso, era iniziata con un confronto sui preconcetti che la Germania ha dell'Italia e viceversa. Insomma: pasta, pizza, mandolino e spiagge versus birra e wurstel. A moderare il dibattito, l'ex deputata Anna Paola Concia che, da alcuni anni, vive a Monaco di Baviera. «I tedeschi dicono che il loro amore per l'Italia non è corrisposto, si sentono amanti traditi. Ecco

perché a volte con noi sono cattivi — ha raccontato Concia — Poi, però, non riescono a stare lontani dalle nostre città, dal nostro mare e dal nostro cibo. Sono il popolo delle '3 P': Prevenire, Programmare, Pianificare». Schmidt ha provato a rilanciare parlando di quando, arrivato in Italia da studente, si trovò a dover fare i conti con le abitudini del nostro Paese: «Gli italiani sono i manager dell'imprevisto. È questa la cosa che più amo di voi. Ma poi ho imparato anche che i fiorentini possono essere degli accumulatori seriali e quando c'è da trasferirsi non buttano via nulla (il riferimen-

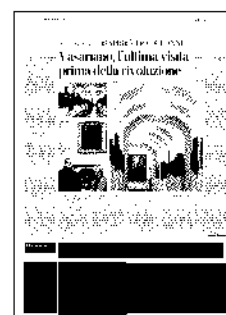
to alla moglie è lapalissiano, ndr). In Germania, invece, ogni volta che si fa un trasloco si rinnova tutto». Infine, secondo il direttore degli Uffici i tedeschi sono affascinati dall'Italia «perché ovunque si vada, dalle città d'arte alla spiaggia, si può avere uno scambio culturale con tutto il mondo. In Italia puoi incontrare il cinese, l'americano, l'africano. Lo stesso non si può dire della Germania». Schmidt ha chiuso con un annuncio serio: il trasferimento a Vinci per cinque settimane, nel 2019, del famoso Paesaggio di Leonardo.

**A.P.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il direttore degli Uffici Eike Schmidt in uno degli stand della Bto



# Viaggi, Toscana mèta più desiderata Con il web visitatori sempre in crescita

*Firenze, la «Bto» alla Fortezza da Basso. Boom grazie agli italiani*

## ■ FIRENZE

**COME** lo scorso anno, anche quello che sta per concludersi registra un segno positivo. Il turismo continua a confermarsi industria di un'offerta immateriale sempre più richiesta. Soprattutto oltre confine. Soprattutto attraverso il web. Così di-

## PROMOZIONE

**Il portale Visit Tuscany sarà la vetrina globale per raccontare la regione**

cono le tendenze e gli studi, così dicono i numeri – resi noti ieri alla Fortezza da Basso di Firenze, nell'ambito della Bto 2016 – che parlano di un ennesimo 3 per cento di crescita, fotocopiando la performance del 2015. Percentuale positiva prevista anche per il 2017 e dato Iripet che potrebbe crescere al 4 per cento proiettato al 2017-2022.

**A SOSTEGNO** di questo trend, il persistere di un basso livello delle quotazioni del greggio, il recupero di accettabili ritmi di crescita di alcuni paesi europei. E poi – come ha sottolineato Alberto Peruzzini, direttore di Toscana Promozione Turistica – «c'è la crescita continua dei paesi che rappresentano fondamentali mercati di origine dei flussi per il nostro territorio, ovvero Germania, Francia e UK, ma anche della stessa Italia, in particolare quella centro settentrionale».

## La rassegna

Buy Tourism Online continua oggi: viaggio e innovazione al centro del dibattito. L'impatto sull'economia fiorentina è stimato in 3,7 milioni di euro

C'è un aspetto, emerso più di ogni altro alla fiera in corso anche oggi e che avrà un seguito domani sempre in Fortezza con 'Ecosistemi Digitali' alla presenza dei sottosegretari Antonello Giacomelli e Dorina Bianchi: la Toscana rimane al top come 'desiderabilità'. Un elemento che non sempre si traduce in presenze, ma che rappresenta il motore propulsivo per ogni azione di marketing e comunicazione territoriale.

«**SEMPRE** più cucita addosso al visitatore consapevole, sempre più social e interattiva» come ha avuto modo di ricordare Paolo Chiappini, direttore di Fondazione Sistema Toscana, che per la Regione che veicola il racconto della Toscana e delle sue meraviglie. Chiappini che ha anche annunciato l'avvio del portale Visit Tuscany, terminale unico e internazionale della promozione del nostro territorio. «Con le sue mille peculiarità e straordinarie opportunità di scelta. Dal mare alla montagna, dall'arte al trekking – ha affermato l'assessore regionale al turismo Stefano Ciuoffo – nella regione più boscata d'Italia. Perché la Toscana ha anche questo primato...». La sfida continua sul miglioramento dell'offerta come ha spiegato Mario Curia, consigliere delegato di PromoFirenze, ma soprattutto deve guardare al futuro. Un'esigenza su tutte? La connessione wi-fi. Per essere molto 'Doc' e tutta 'Toc': Toscana Ovunque Connessa.

Diego Casali

## I big mondiali

A Bto 2016 si alterneranno i vertici di Booking.com, Accor Italia, TripAdvisor, Emirates, Ryanair, BigRock, Enit, Best Western e FutureBrand



**SFIDE** L'assessore regionale al turismo Stefano Ciuoffo





#### TURISMO IN CRESCITA

Turisti in piazza della Signoria. Secondo le stime, l'aumento previsto nel 2016 rispetto all'anno precedente è del 3%

LABTO

## Il turismo continuerà ad aumentare

LA STIMA di crescita delle presenze turistiche 2016 in Toscana indica un +3% sull'anno passato, ribadendo il dato consuntivo 2015. È quanto rivelano le elaborazioni fatte da Irpet e presentate ieri mattina a Bto 2016. Per l'istituto resta positivo lo scenario per gli anni 2017-22, «dominato dal trend crescente del turismo internazionale (+4% annuo), rispetto al quale l'Europa resta la prima destinazione al mondo e la Toscana una delle mete più desiderate».

Per l'anno in corso secondo l'Irpet le presenze straniere cresceranno del 3,5% grazie all'apporto delle città d'arte e delle località balneari, ma il dato è nettamente inferiore al +11,7% della Banca d'Italia per il periodo gennaio-agosto 2016. Se-

condo Irpet, la differenza va ricondotta alla crescente inadempienza (+122%) da parte delle strutture ricettive ufficiali a comunicare i propri dati, e alla difficoltà a rilevare la ricettività non ufficiale. In crescita anche le presenze italiane (+2,5%), ma con un passo inferiore rispetto alle straniere.

Intanto Bto, che è in corso alla Fortezza da Basso, promette di migliorare l'impatto economico generato dall'ultima edizione di Bto sull'economia fiorentina che è stato di 3,7 milioni di euro. Così sostiene la Camera di commercio di Firenze, secondo cui «nel 2016 tutti gli indicatori lasciano credere che la cifra crescerà, considerando che sono stati battuti i record precedenti in espositori presenti, biglietti ven-

duti, speaker internazionali invitati e metri quadri occupati».

Per l'Ufficio Statistica della Camera, che ha elaborato un report, l'edizione 2015 di Bto ha generato 2,3 milioni di spesa sostenuta da organizzatori e visitatori, e 1,4 milioni di effetti indiretti. Le cifre non tengono conto di eventuali partnership e accordi commerciali stipulati durante la manifestazione e dei possibili miglioramenti di redditività aziendale scaturiti dalle innovazioni introdotte dalle aziende dopo la fiera. «Abbiamo la fiera più grande d'Europa in questo settore - dicono gli organizzatori - dovremo trovare le strade giuste per farla crescere sempre di più in numeri e qualità».

GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO





# La Toscana cambia: «Un turismo di qualità»

L'assessore Ciuoffo alla Bto di Firenze: «Basta con le masse». Intanto nel 2006 la crescita è del 3%

di **Samuele Bartolini**  
► FIRENZE

La Toscana tra le mete più desiderate al mondo. La Toscana invasa l'anno scorso da 90 milioni di turisti, di cui la metà nascosti tra le pieghe del "sommerso". L'accoglienza allora deve cambiare, il turismo deve tenere conto dei nostri limiti di sostenibilità e delle tasse da pagare. È la politica regionale che all'interno della nona edizione della Bto alla Fortezza da Basso prova a costruire una guida ai movimenti del turismo globale mettendo in piedi una nuova normativa. E il futuro dell'accoglienza passa dagli spunti dell'assessore **Stefano Ciuoffo** che mette alcuni paletti da qui al 2020.

**SOSTENIBILITÀ E NUOVA LEGGE SUL TURISMO.** Primo capitolo: le città d'arte. Evidentemente a noi il modello Las Vegas non piace più. L'invasione dei grandi numeri non ci interessa. «Firenze è al limite, le altre città -

Pisa, Siena, Lucca - registrano presenze importanti, ma ora si deve cambiare direzione. Da qui al 2020 - dice Ciuoffo - è il turismo di qualità che ci interessa, è il target della famiglia nordeuropea e degli americani ricchi e colti a cui puntiamo. Turisti a cui non interessa la due giorni mordi&fuggi, ma che rimangono più a lungo e vogliono imparare, vogliono immergersi nella nostra storia, nella nostra cultura».

Il modello da buttare invece sarebbero i gruppi di decine e decine di visitatori che ogni giorno affollano i musei e le chiese al seguito delle guide con gli ombrellini colorati e ne escono senza ricordarsi nulla. Ignoranti della cultura di massa. «Ci vogliono più guide, gli ospiti devono comprendere quello che hanno visto, devono saperlo raccontare», dice Ciuoffo. Secondo capitolo: il mare. «L'offerta balneare deve uscire dall'idea della villeggiatura estiva in stile tradizionale, la vacanza lunga è una cosa del passato. Salta la stagionalità, salta il periodo lungo di ferie. Ora ci vogliono servizi balneari per i momenti di break dal lavoro, non solo mare ma anche scoperta dell'entroterra, e si deve intercettare la domanda di chi vuole riposarsi 3-4 giorni», dice Ciuoffo. Terzo capitolo: colline e montagne. «È qui conta l'esperienza diffusa. Il vivere il territorio. Dalle cantine d'autore al trekking, dai parchi regionali e nazionali alle pievi storiche. E il sistema neve deve unire tutte le montagne dell'Appennino». Sogno o realtà? Più alberghi per visitatori facoltosi e meno affittainmobili per il turista medio-basso? Il

primo passo verso il futuro è sicuramente la nuova legge sul turismo. L'approvazione è prevista entro fine anno, ma minacce di ricorsi al Tar e sbaramenti di 90 giorni per le locazioni brevi la guerra tra affittainmobili e albergatori tiene ancora in scacco la Regione.

## **TURISMO ANCORA IN CRESCITA.**

Un 2016 ancora all'insegna della crescita per il turismo toscano, con una regione che si conferma come una delle mete preferite sia dei turisti stranieri che di quelli italiani. Secondo le elaborazioni fatte da Irpet la stima di crescita delle presenze si attesterebbe sul +3% (sostanzialmente ribadendo il dato consuntivo 2015). Il contributo maggiore alla crescita arriverebbe dalle presenze straniere che secondo Irpet a fine anno dovrebbero attestarsi sul +3,5%, grazie all'apporto delle città d'arte (con Firenze in testa) e delle località balneari. In crescita anche le presenze italiane, +2,5%, ma con un passo inferiore rispetto a quelle straniere. Bene le presenze dalla Germania, dalla Francia e dalla Gran Bretagna, ma anche gli italiani, soprattutto del Nord, continuano ad apprezzare la Toscana.



Turisti nel centro di Pisa



La splendida cornice esterna degli Uffizi a Firenze



FARM E KOLYMBETRA PROTAGONISTI AL BUY TOURISM ONLINE

# Bartoli e Lo Pilato al Bto di Firenz

Il notaio Andrea Bartoli, "patron" di "Farm Cultural Park" e il direttore della Kolymbetra Giuseppe Lo Pilato hanno relazionato ieri al Bto, Buy Tourism Online di Firenze per raccontar, e le loro esperienze di eccellenza locale e, soprattutto, di recupero e rigenerazione territoriale.

Al primo è stato specificatamente dedicato un momento di approfondimento intitolato "Storie di un notaio 'pazzo' e di narratore innamorato, sullo sfondo Favara". Citazione nemmeno particolarmente velata dell'articolo dedicato a Farm dal Sole 24 Ore, "Storie di un notaio 'pazzo' e dei ragazzi di Favara". "A Favara, in provincia di Agri-



ANDREA BARTOLI E GIUSEPPE LO PILATO

gento - si legge nella nota di introduzione all'evento - stanno provando a costruire un pezzo di mondo migliore, una piccola Comunità impegnata ad inventare nuovi modi di pensare, abitare e vivere. Farm Cultural Park - con-

tinua - è un Centro Culturale Indipendente: qui arte e cultura sono degli strumenti nobili per dare alla Città di Favara una nuova identità e una dimensione di futuro".

Più tecnicamente concentrato sulle reali prospettive di incremento turistico per la Valle dei Templi è il focus dedicato alla Kolymbetra ("Tra visione, non profit, privato, protocolli d'intesa, burocrazie, esecuzione" il titolo), che oltre a ricostruire la storia del Giardino, fino agli anni 2000 in totale stato di abbandono, ne traccia il futuro, ad oggi intrecciato profondamente con i progetti di turismo ferroviario. Insieme a Lo Pilato, infatti, ieri pomeriggio ha relazionato il responsabile di Fondazione Fs Italiane, che da alcuni anni sostiene ormai il progetto di treno storico della Fondazione "Ferrovie Kaos".

GIOACCHINO SCHICCHI



LA BTO: BUY TOURISM ONLINE DI FIRENZE



Alla Fortezza da Basso di Firenze, c'è la fiera "BuyTourismOnline"

## I siti carsici del Monregalese ad un importante appuntamento europeo

**VILLANOVA MONDOVI'** - Dalla presentazione del progetto alla fase operativa. Il cammino di Caves - le grotte turistiche del Piemonte' (di cui il Monregalese ed il suo territorio fanno parte), iniziato nel mese di settembre, si avvia con decisione verso l'appuntamento più importante del settore turistico online a livello europeo. Si tratta della fiera Bto (BuyTourismOnline), in programma alla Fortezza da Basso di Firenze mercoledì 30 novembre e giovedì 1° dicembre. Proponerà 148 incontri con un minimo comun denominatore, che è anche il tema dell'edizione 2016: "Why!" (Perché!). La fiera dei buyers internazionali del turismo online, infatti, si pone come obiettivo il superamento della logica del "come" per indagare i "perché" ed invitando, al tempo stesso, a riflettere sul motivo per il quale individui, famiglie, coppie, scelgono di viaggiare alla ricerca di nuovi percorsi ed emozioni. In questo contesto di eccellenza, il Monregalese sarà presente con uno stand ed un panel

intitolato "CAVES: le grotte turistiche del Piemonte diventano digitali". Il progetto vede coinvolti i Comuni di Frabosa Soprana, Frabosa Sottana e Villanova Mondovì, nei cui territori si estende il sistema carsico più esteso del Piemonte che comprende le grotte di Bossea, del Caudano e dei Dossi. Promosso dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo tramite il 'Bando Valorizzazione', Caves rappresenta un unicum: il primo esempio di messa in rete di siti carsici, un esempio virtuoso che ben si integra con il settore agroalimentare. Non soltanto la natura, ma anche i prodotti d'eccellenza dell'agroalimentare si uniscono per valorizzare al meglio il processo produttivo e l'ambiente, è l'esempio del me-



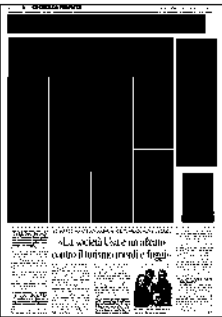
todo classico della cantina vinicola "Ettore Germano" e della "Birra Baladin". Il panel, in programma giovedì 1° dicembre alle ore 15,20, vedrà protagonista Michele Pianetta, assessore al Turismo del Comune di Villanova Mondovì, capofila del progetto Caves Piemonte', Carlo Vischi, advisor di "Grow The Planet", Bianca Tecchiati e Lorenzo Noccioli, influencer del blog "Pop Eating", Sergio Germano, produttore di vino e titolare della cantina "Ettore Germano" di Serralunga d'Alba, e Fabio Mozzone, responsabile comunicazione di "Birra Baladin". La delegazione cuneese a Bto sarà guidata dal presidente della Camera di Commercio di Cuneo, Ferruccio Dardanella, da sempre in prima linea nella promozione del territorio a livello internazionale; tra i protagonisti numerosi partner che operano nel settore turistico, tra cui spiccano l'Azienda Turistica Locale del Cuneese ed il consorzio turistico Conitours.



E oggi apre la Bto

# Il colosso «Airbnb» sposa Firenze

■ In Nazionale e a pagina 8



## «SHARING ECONOMY»

OGGI ALLA FORTEZZA DA BASSO VIA ALLA BTO

SI APRE OGGI ALLA FORTEZZA DA BASSO LA BORSA DEL TURISMO ONLINE. LA SOCIETÀ AMERICANA AIRBNB LANCIA DA FIRENZE, PRIMA CITTÀ IN ITALIA, LE NUOVE PROPOSTE DI VIAGGIO TRAMITE LA SUA APP

# Viaggi magici, Airbnb sposa Firenze «Qui grandi possibilità di crescita»

*La società californiana lancia anche alla Bto i nuovi servizi per i turisti*

di STEFANO VETUSTI

**AIRBNB**, la società di San Francisco leader nel mercato mondiale degli affitti di case tra privati, ha scelto Firenze come prima città italiana – insieme ad altre 11 nel mondo – per lanciare il suo nuovo piano di conquista del pianeta turismo. Affittare, oltre alle case, anche le cosiddette «esperienze» di viaggio, vale a dire «affittare» persone del posto, selezionate, che faranno immergere i turisti nella realtà locale, facendo vivere loro «esperienze magiche». Sarà così possibile, per fare alcuni esempi, partecipare agli allenamenti per la maratona in Kenya, a Tokyo vivere l'esperienza di un lottatore di Sumo, a Malibù in California cavalcare le onde dell'oceano con il surf, a L'Avana ascoltare musica dal vivo. A Firenze, con Anna Rose e Sara Amrhein di «Creati-

### IL MANAGER STIFANELLI

**«Con le nostre offerte è possibile decentrare i flussi turistici»**

ve people in Florence», immergersi nell'arte e nelle storiche botteghe artigiane fiorentine. «Finora Airbnb si è occupata di case – ha spiegato a Los Angeles di fronte a 7mila utenti e 200 giornalisti da tutto il mondo l'amministratore delegato della società, Brian Chesky, 35 anni – Oggi Airbnb riunisce in un unico luogo i posti da visitare, le esperienze da provare e la persona da incontrare. Vogliamo restituire al viaggio un tocco di magia, riportando le persone al centro di ogni esperienza». La app di Airbnb offre già 500 esperienze nelle 12 città

pilota, oltre a Firenze ci sono Los Angeles, San Francisco, Nairobi, Miami, Detroit, L'Avana, Londra, Parigi, Città del Capo, Seul, Tokyo. «Chi arriva in una città deve sentirsi come un abitante del posto, anche se solo per un giorno» sottolinea Chesky.

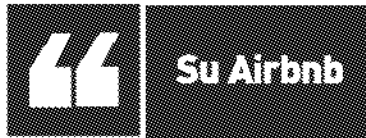
**OGGI** la novità di Airbnb viene presentata anche alla Bto (Borsa del turismo online) che si apre a Firenze. Sarà il country manager di Airbnb per l'Italia, Matteo Stifanelli, a spiegare la svolta della società, che punta a proporsi come una specie di agenzia globale di viaggi, capace non solo di offrirti in affitto la casa della vacanza e l'host, l'ospite, colui che ti guiderà nelle magiche esperienze di viaggio, ma anche di prenotarti l'auto a noleggio, il ristorante, l'albergo, il volo. Airbnb, nata nel 2009 a San Francisco, è già stimata circa 30 miliardi di dollari, è presente in 191 Paesi del mondo, offre circa 3 milioni di annunci. Cresce a ritmi vertiginosi. Punta alla Cina, dove si prepara a comprare il secondo operatore di home-sharing del mercato asiatico, Xiaozhu, valutato circa 300 milioni di dollari. Sfrutta la potenza della sharing economy, come Uber e gli altri giganti della nuova economia globale. Circa la metà delle «esperienze di viaggio» per più giorni proposte sulla app di Airbnb costano meno di 200 euro.

**UN NUOVO** canale di business che si aggiunge a quello delle case private in affitto, che a Firenze nel 2015 ha potuto contare su 3700 host (coloro che ospitano i turisti), 364mila ospiti, per una permanenza media di 3,2 notti e un incasso medio annuale di un host pari a circa 6300 euro. «I nostri utenti nel 2015 hanno speso più di 169 milioni nelle attività economiche locali di Firenze – ricorda Stifanelli – Abbiamo scelto Firenze come prima città italiana per lanciare le «esperienze» di Airbnb per le grandi potenzialità di crescita del turismo che la città ha».

**TRAMITE** Airbnb, Palazzo Vecchio punta anche a decentrare i flussi turistici, evitando che si concentrino in quel fazzoletto di pochi chilometri quadrati del centro storico. «Possiamo far conoscere borghi e luoghi di Firenze e della Toscana meno conosciuti al mondo ma ugualmente affascinanti» dice Stifanelli. Airbnb ha già siglato un accordo con il Comune sulla tassa di soggiorno. «Se ci sarà permesso di riscuoterla – aggiunge il manager della società californiana – potremmo consegnare a Firenze fino a 4 milioni di euro all'anno in modo automatico e trasparente». Ora la sfida, per Airbnb, in Toscana si sposta anche sulla nuova legge regionale che impone un limite di 90 notti all'affitto di case private ai turisti (limite oltre il quale l'attività diventa imprenditoriale). «La Regione sbaglia imponendo questo limite», ha detto Stifanelli.



**Vola il turismo online e Airbnb sceglie Firenze come città pilota in Italia**



## **Food e profumi I due «pacchetti» proposti da Artex**

Tra i i pacchetti experience di Airbnb, per Firenze ce ne sono due frutto della collaborazione tra Comune e Artex, Centro regionale per l'artigianato artistico espressione delle associazioni di categoria Cna e Confartigianato.

«Noi di Artex abbiamo raccolto sin da subito lo stimolo del Comune e di Airbnb di offrire ai turisti che utilizzano la piattaforma Airbnb percorsi che non siano solo turistici ma anche esperienziali – dice

Alessandro Vittorio Sorani (foto sotto), presidente di Artex – La collaborazione inizia con due percorsi, uno per il settore del food e uno dedicato ai profumi. Proponiamo una Firenze insolita, diversa, fuori dai canali tradizionali ma altrettanto attrattiva».





FIRENZE SI APRE OGGI LA BORSA DEL TURISMO ON LINE

## Viaggi e vacanze si scelgono con un clic Migliaia di visitatori per i giganti del settore

■ FIRENZE

**NEL 2016** le prenotazioni di viaggi e vacanze con un clic dal telefonino, tramite il web, sono cresciute del 46%. Il viaggio reale è preceduto da quello on line, frugando tra la valanga di pacchetti offerti dalle società del settore. «L'uso del web e delle nuove tecnologie ha invertito il rapporto di forza tra consumatore e viaggi» osserva Gianfranco Battisti, presidente di Federturismo di Confindustria. Oggi su questo nuovo mondo del turismo, sul futuro del turismo, si apre la finestra della Bto, la Borsa del turismo online, che si tiene a Firenze fino a domani, alla Fortezza da Basso. La manifestazione vedrà in questa prima giornata tutti i più grandi marchi e player del turismo mondiale come Airbnb, Homeaway, TripAdvisor, Expedia, Lastminute.com, Google, HomeExchange.com insieme ai nuovi marchi, Room Mate Hotels e The Student Hotel. La Bto, frutto della partnership tra Regione Toscana e Camera di commercio di Firenze, dis-

egnerà gli scenari del turismo fino al 2020. L'ultima edizione con 10mila visitatori ha avuto un impatto economico sull'area fiorentina stimato in 3,7 milioni. I giganti del turismo on line sfruttano le enormi potenzialità della sharing economy (l'economia della condivisione), creando un rapporto diretto, di scambio, tra chi offre servizi e chi li acquista. Come fa ad esempio Airbnb, la società californiana nata nel 2009 (oggi vale già 30 miliardi di dollari), leader mondiale degli affitti di case private, che ha scelto Firenze come prima città italiana per lanciare il nuovo servizio delle «magiche esperienze di viaggio» in 12 città nel mondo. Trascorrere qualche giorno con la guardia carceraria di Nelson Mandela, o provare il surf a Malibu, o vivere l'esperienza degli artigiani nelle storiche botteghe fiorentine. «Voglio che chi arriva in una città si senta come un abitante del posto, anche se solo per un giorno» ha detto Brian Chesky, 35 anni, l'ad di Airbnb, annunciando la novità.

**Stefano Velusti**



# SVILUPPO TOSCANA

## LE FRONTIERE DELL'ACCOGLIENZA

# Web e turismo, affari a suon di clic Catene e player si incontrano in fiera

*Firenze, «Bto» al via: è la più grande rassegna europea del settore*

**Diego Casali**  
■ FIRENZE

**IL TURISMO?** Si compra on line. E l'acquisto arriva direttamente dal palmo di una mano, attraverso lo smartphone. A livello globale, nel

### IL BOOM

**Vacanze e pacchetti viaggio?  
Oggi si acquistano soprattutto  
con il proprio smartphone**

secondo trimestre 2016, le prenotazioni di viaggi e vacanze da dispositivo mobile raggiungono, infatti, quota 19% (+33% rispetto allo stesso periodo del 2015). Un incremento che si registra anche in Italia dove il 16% delle prenotazioni online avviene attraverso smartphone, con una crescita del 46% rispetto allo scorso anno. Sono solo alcuni degli indicatori di Bto - Buy Tourism Online -, l'evento dedicato al rapporto tra Travel & Innovation, alla Fortezza da Basso di Firenze mercoledì 30 novembre e giovedì primo dicembre. Lo scorso anno l'impatto generato dalla Bto sull'economia fiorentina è stato di 3,7 milioni di euro e «nel 2016 gli indicatori lasciano credere che la cifra crescerà, considerando che sono stati battuti i record precedenti in espositori presenti, biglietti ven-

duti, speaker internazionali invitati e metri quadri occupati» come sottolinea Claudio Bianchi, vicepresidente della Camera di Commercio e presidente di PromoFirenze. Sempre l'edizione 2015, in base ai dati dell'ente camerale, ha generato 2,3 milioni di spesa e 1,4 milioni di effetti indiretti. La più grande fiera d'Europa del settore - realizzata da PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana - è diventata punto di riferimento mondiale per le connessioni tra turismo, imprenditoria e innovazione. «Un appuntamento - spiega l'assessore regionale al turismo Stefano Ciuoffo - che cade in un momento particolare di confronto sulle regole del comparto e le prospettive di mercato».

**L'EDIZIONE** 2016 di Bto si snoda in 148 eventi e raddoppia lo spazio per i grandi appuntamenti affiancando all'Oracle Main Hall, area dedicata agli ospiti internazionali, la UniCredit Main Hall, palcoscenico della sessione italiana oltre alle sette Focus Hall. Protagonisti i maggiori marchi dell'industria turistica internazionale, i big player del web tra cui Airbnb, Homeaway, The Priceline Group, Booking.com, TripAdvisor, Expedia. Non mancheranno le catene alberghiere come Best Western, Accor, Una Hotels & Resort insieme alle nuove esperienze di The Student Hotel e Room Mate Hotels.

### 148 eventi

L'edizione 2016 di Bto si articola in ben 148 eventi in soli due giorni di fiera e raddoppia lo spazio per i grandi appuntamenti

### 3,7 milioni di euro

E' l'impatto generato lo scorso anno dalla Bto sull'economia fiorentina. Per gli esperti l'edizione 2016 andrà anche meglio



**SFIDE** Claudio Bianchi  
presidente di PromoFirenze

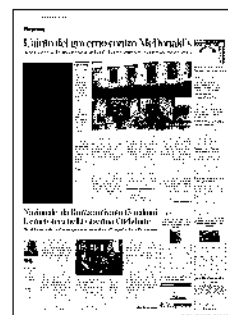




## Il caso Airbnb, host in rivolta E in Regione arrivano 400 mail

«Nel giro di 48 ore sulla mia mail sono arrivati 400 messaggi di protesta sollecitati da Airbnb. Purtroppo c'è tanta disinformazione, se si leggesse per bene la bozza della nuova legge sul turismo si capirebbe che gli allarmismi sono frutto di fraintendimenti». Nel presentare la nona edizione di Bto, Buy Tourism Online, l'assessore regionale Stefano Ciuoffo, non ha potuto non parlare della campagna di Airbnb contro la legge che riscrive le regole del turismo in Toscana. Una protesta perché, sopra i 90 giorni l'anno di affitto delle proprie case, è necessario aprire una partita Iva. «Con la società ci sono contatti ripetuti ma un punto di sintesi ancora non lo troviamo. Sarebbe bene ricordare che la Regione non si pone come New York, Barcellona o altre città europee che stanno negando lo spazio a questa economia ma le regole devono valere per tutti. Airbnb fa una proposta: fino a tre appartamenti concessi in locazione ai turisti non si può parlare di attività d'impresa. Ci ragioneremo...». Archiviata (per ora) la querelle con uno dei maggiori marchi dell'industria turistica internazionale, Ciuoffo ha parlato della due giorni che, il 30 novembre e il primo dicembre, richiamerà a Firenze migliaia di persone e addetti del settore. «L'impatto economico generato dall'edizione 2015 di Bto è stato di 3,7 milioni di euro e per quest'anno tutti gli indicatori ci lasciano credere che la cifra crescerà, considerando che sono stati battuti i record precedenti in espositori, biglietti e spazi». Il Bto 2016 — organizzato da PromoFirenze, Fondazione Sistema Toscana, Regione e Camera di Commercio — si snoderà in 148 eventi in cui l'Italia e la Toscana saranno protagoniste: da segnalare gli appuntamenti «Destinazione Toscana 2020», con le strategie e i nuovi dati sul turismo, la presentazione del progetto Toscana Wine Architecture che mette in rete 14 cantine e il «Progetto Dante. Itinerari danteschi» in materia di turismo culturale.

**Antonio Passanese**

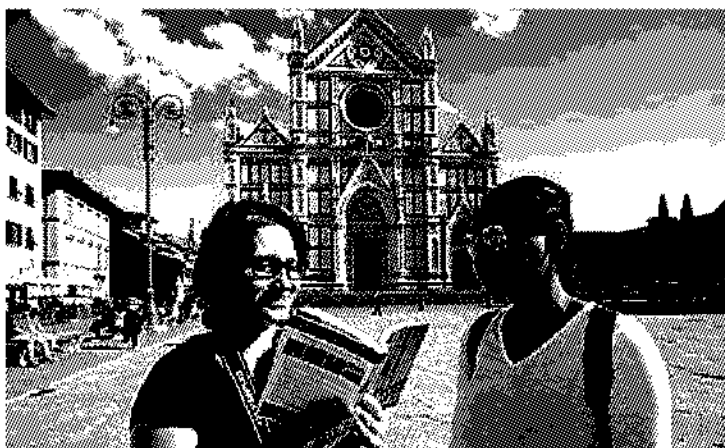


# Case private in affitto ai turisti «Pronti ad affrontare i ricorsi»

*La Regione replica alle accuse di Airbnb. Rabbia albergatori*

«IL LAVORO dei consiglieri regionali porterà a una sintesi che individuerà una lettura positiva del problema: poi inevitabilmente si aprirà il tempo dei ricorsi e delle impugnative, e su quelli ci confronteremo».

Lo ha affermato Stefano Ciuoffo, assessore al turismo della Regione, a proposito delle critiche di Airbnb, tramite La Nazione, alla nuova legge regionale per il settore, in discussione nelle commissioni consiliari. «Quando è stato cercato il confronto siamo sempre stati disponibili», ha detto, a margine della presentazione di Bto. «La giunta - ha proseguito - ha adottato un testo di legge fortemente innovativo. Interessa chiaramente anche a noi trovare il giusto punto di equilibrio. Nelle parole di Airbnb, oltre il naturale desiderio di far pesare il loro ruolo con la massa critica dei 300-400 messaggi inviati in queste ore, c'è comunque la consapevolezza che senza regole non avrebbe senso neanche il loro ruolo». Sul tema interviene anche Confesercenti, difendendo la «norma che introduce l'obbligo inderogabile di



**E' scontro sulla legge regionale che impone un limite di notti agli affitti di case private ai turisti**

costituirsi impresa qualora si superi il tetto dei tre mesi di locazione annuale».

«E' quella che potrebbe avere l'effetto più dirompente sul turismo toscano. Noi l'abbiamo sostenuto durante il confronto con la Regione e lo ribadiamo adesso - sottolinea Cristina Pagani, presidente Assohotel Confesercenti Firenze - questa norma, colmando un vuoto normativo di oltre 15 anni, introduce per la prima volta un limite alla diffusione drogata ed irra-

zionale dei cosiddetti "affitti turistici", e, come tale, va difesa e sostenuta a spada tratta. Non solo "dagli addetti ai lavori", ovverosia dai titolari di imprese turistiche e ricettive che in questi anni hanno regolarmente versato tasse e contributi, creato occupazione, riscosso (per conto dei comuni) la tassa di soggiorno, ma anche e soprattutto da coloro che, nelle nostre città d'arte, continuano, nonostante tutto, a vivere e risiedere».





La presentazione della Bto

LA FIERA

## Tourism Online 148 eventi alla Fortezza

**UN EVENTO** in grado di generare un volume di affari di 3,7 milioni per l'economia fiorentina. E' il Bto, Buy Tourism Online, punto di riferimento per le connessioni tra turismo, imprenditoria e innovazione, che torna quest'anno alla Fortezza da Basso il 30 novembre e 1 dicembre. Secondo la stima dell'ufficio statistica della Camera di commercio, l'edizione 2015 ha generato 2,3 milioni di spesa sostenuta da organizzatori e visitatori, più altri 1,4 milioni di effetti indiretti. «Abbiamo la fiera più grande d'Europa in questo settore – è il commento di Claudio Bianchi, vicepresidente della Camera di commercio e presidente di PromoFirenze – e dovremo trovare le strade giuste per farla crescere sempre di più in numeri e qualità». Sono 148 gli eventi in programma della nona edizione del Bto. Parteciperanno le aziende leader del settore, dalle catene alberghiere, come Best Western, Accor, Una Hotels&Resort, ai grandi big delle prenotazioni online come Airbnb, Homeaway, Booking.com, Expedia, Trip Advisor, The Priceline Group. Tra gli ospiti: Javier Delgado Muerza di Google, Fabio Lazzerini di Emirates Italia, John Alborante di Ryanair e Peter Verhoven, direttore generale di Booking.com. Nella giornata inaugurale saranno presentati i dati 2016 del turismo toscano e presentate le prospettive 2017-2020.

mo.pi.



30 NOVEMBRE-1 DICEMBRE

## La kermesse del turismo on line

Presentata a Firenze la Bto: Airbnb protagonista dell'evento

di **Samuele Bartolini**

► FIRENZE

Una passeggiata per Firenze con la campionessa di atletica **Fiona May**. Il cercatore di tartufi che il primo giorno ti porta in giro per boschi a caccia di funghi e il giorno dopo ti invita per cena ad una tavolata a base di tartufi. Fino alla costumista del Teatro della Pergola che ti fa conoscere il dietro le quinte uno dei palcoscenici più antichi d'Italia. Tre pacchetti, tre eventi turistici al costo di 100 euro o giù di lì. Cosa non si fa oggi pur di vendere un soggiorno in Toscana. Quale desiderio più raffinato va soddisfatto pur di lasciare il proprio appartamento chiavi in mano al turista. Niente di improvvisato, tutto preparato nei minimi dettagli. È l'ultima frontiera del turismo online. È il colosso delle prenotazioni via web Airbnb che presenta le sue ultime offerte con tanto di video e sbarca a Bto 2016, la due giorni fiorentina del turismo online che si svolgerà dal 30



**Marc Levy di Airbnb**

novembre al primo dicembre alla Fortezza da Basso. Ma alla Bto ci saranno anche Homeaway, The Priceline Group, Booking.com, TripAdvisor, Expedia. Non mancheranno catene alberghiere come Best Western, Accor, Una Hotels & Resort, insieme alle nuove esperienze di The Student Hotel e Room Mate Hotel. E i numeri si sprecano: 148 eventi, due palchi, 7 focus hall. Con un elenco lunghissimo di relatori. Tre su tutti: **Marc Levy** di Airbnb, **Adrian Hands** di TripAdvisor e **Glenn Fogel** di The Priceli-

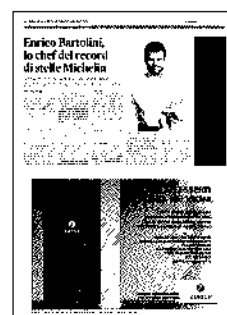
ne Group. A fare gli onori di casa, il direttore scientifico di Bto **Giancarlo Carniani**. Il filo rosso della manifestazione sta tutto nel manifesto: Why! Ovvero: Perché! Senza punto interrogativo. Cioè: quali sono i motivi del grande successo degli operatori internazionali del turismo online. E saranno loro a spiegarlo direttamente da palco.

Tra le novità: il contest Startup Italian Open promosso da Fondazione Sistema Toscana e PromoFirenze che metterà a confronto in una sorta di campionato tennistico 16 startup, la vincitrice volerà alla conferenza internazionale Phocuswright Europe di Amsterdam a maggio. Soddisfatto l'assessore regionale **Stefano Ciuoffo**: «Bto si è affermato ormai come un appuntamento imprescindibile per la promozione del turismo online. Non partecipare significa tirarsi fuori da un cambiamento del settore che è inarrestabile. Bene dunque che questo evento si tenga a Firenze, in Toscana».



## **Turismo online la Merci Travel alla Bto di Firenze**

**MASSA E COZZILE.** Anche la Merci Travel di Massa e Cozzile parteciperà al Bto-Buy Tourism Online 2016, la fiera che si terrà a Firenze, alla Fortezza da Basso, il 30 novembre e il 1° dicembre. E nell'occasione l'agenzia di viaggi e tour operator pistoiese, specializzata nel settore incoming a livello nazionale, presenterà le sue novità. L'azienda, diretta da Gabriele Cearini, offre un'ampia gamma di servizi, rivolgendosi sia a gruppi che a soggetti individuali. Forte di un'esperienza ventennale e di una grande passione per il settore, il team giovane e dinamico ha deciso di focalizzare la propria attività sul connubio tra web e turismo, dando vita a due nuovi progetti online, Visit-Toscane.com e Flee.tours. Visit Toscana è la nuova finestra interattiva dedicata al turismo in Toscana: attraverso di essa è possibile creare una vacanza ad hoc, prenotando dal soggiorno all'escursione, o ancora al transfer. Flee.tours è la piattaforma online di vendita di pacchetti turistici sull'intero territorio italiano: al classico soggiorno in hotel sono abbinate le attività che maggiormente interessano il cliente.



# Garda bresciano, annata record

*Superata la barriera dei 7 milioni di presenze. E ora il 2017*

**N**aviga a gonfie vele il turismo sul lago di Garda bresciano che, onorando le previsioni, chiuderà il 2016 superando i 7 milioni di presenze. Un dato ottimo, che il direttore del Consorzio Lago di Garda Lombardia commenta così: «Stagione da record assoluto: superato il tetto dei sette milioni di presenze turistiche sulla sponda tra Limone e Sirmione», afferma soddisfatto **Marco Girardi**.

Il 2016 sembra già essere destinato a restare negli annali come un anno da record per il comparto turistico del Garda bresciano, che conta 1.147 esercizi ricettivi (hotel, b&b, affittacamere, campeggi...) per un totale di 72.610 posti letto. L'aumento risulta di circa il 6% rispetto all'anno passato. E consideriamo che già il 2015 era stata un'annata straordinaria per il Garda lombardo, con ben 6.750.236 presenze (+ 4,53% rispetto al 2014), ovvero il 64,22% delle presenze registrate sull'intero territorio bresciano (9.257.806). Numeri che, calcolati in base agli introiti dell'imposta di soggiorno applicata dai singoli Comuni, sono per la stagione turistica 2016 ancora più incoraggianti.

In attesa dei dati ufficiali, che la Provincia di Brescia renderà noti nella primavera 2017, Girardi aggiunge: «La stagione è andata bene ovunque. I centri di Sirmione e Limone come sempre, hanno fatto la parte del leone, supe-

rando ognuna il milione di presenze. Molto bene è andata anche a Desenzano. Si registrano flussi turistici provenienti dai nuovi mercati, come la Polonia e la Repubblica Ceca, dove abbiamo investito molto in promozione negli ultimi anni. Si è stabilizzato anche il turismo proveniente dalla Russia: ora non arrivano più soltanto i super ricchi che cercano alberghi a cinque stelle lusso, ma anche la gente comune, che pernotta in strutture a tre stelle».

Proprio a Sirmione, una delle mete più gettonate del lago, per tutta l'estate sino a fine ottobre, gli alberghi sono stati pieni e le strade del centro invase di gente. «Siamo molto orgogliosi di questi dati – afferma il presidente di Cars, Consorzio albergatori e ristoratori di Sirmione, **Fabio Barelli** – e dei flussi che testimoniano come Sirmione sia sempre più una località ricercata e apprezzata. Un risultato importante, che è frutto di un grande lavoro di promozione svolto anche negli anni passati, attraverso fiere all'estero, attività del Consorzio Lago di Garda Lombardia e grazie all'impegno di tutti gli albergatori».

La stagione 2016 si è chiusa da qualche settimana (molti degli hotel sirmionesi hanno appena iniziato le fe-

rie) e già si pianifica il prossimo anno. Ora tocca alla promozione, soprattutto attraverso le fiere di settore, e si gettano le basi per la prossima estate. «Siamo appena rientrati dalla fiera di Londra, l'World Travel Market, uno dei più importanti appuntamenti fieristici del mondo – riprende Barelli – e, nonostante ci sia un po' di sofferenza perché il cambio della sterlina non è più così favorevole dopo la Brexit, gli inglesi sono affezionati a Sirmione e non sembrano voler rinunciare al Garda. I segnali ci sono: anche il 2017 sarà un'ottima stagione, si stanno già muovendo le prenotazioni. Abbiamo solo l'arduo compito di riuscire a spalmare i picchi di turisti oltre i mesi estivi, anche nei periodi meno intensi».

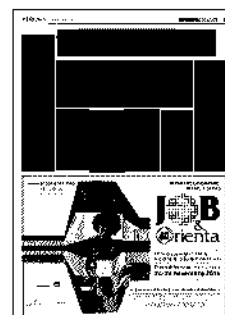
Prossime tappe per la promozione del Garda: tra fine novembre e inizio dicembre si terrà il Buy Tourism Online (Bto) di Firenze, fiera dedicata al turismo on line. Poi Lipsia, Copenaghen, Düsseldorf... Il Consorzio annuncia la partecipazione a una ventina di fiere europee. L'impegno, spiega ancora Marco Girardi, è quello di andare alla conquista di nuovi mercati: «Il 22 novembre saremo a Baku, la capitale dell'Azerbaigian. È un paese in forte cre-

scita economica».

L'unico modo per migliorare ancora sarebbe destagionalizzare, rimarca Girardi, «ma servirebbe maggiore collaborazione tra il settore della ricettività e il comparto dei servizi. È difficile convincere un albergatore a tenere aperto quando i bar, i negozi e i ristoranti sono chiusi. Come Consorzio, stiamo studiando incentivi per gli alberghi che decidono di tenere aperto tutto l'inverno, o almeno nel periodo delle vacanze di Natale». Anche i comuni più turistici, come Desenzano e Sirmione, stanno puntando molto su eventi invernali e primaverili per allungare la stagione, che negli ultimi anni si è ampliata da aprile a fine ottobre.

Chi sceglie Desenzano e il basso Garda? «Gente con discreta autonomia – spiega Marco Poletti, presidente degli albergatori Hotels Promotion di Desenzano –, Desenzano ha una sua positività. A differenza di località come Sirmione, Malcesine o Limone, abbiamo tanti ospiti francesi, svizzeri e scandinavi che scendono in auto, una clientela comunque varia».

**Francesca Gardenato**







## In primo piano

### Priorità

La priorità è stata quella di valorizzare l'offerta turistica del nostro paese, con l'obiettivo di recuperare la domanda inglese ed europea, puntando sulle peculiarità di città come Milano e Roma, capaci di attrarre grandi eventi e turismo congressuale

### Nuovo Enit

Punto di partenza il rinnovamento delle modalità di presentazione dei luoghi di interesse

### Turismo e cultura

Il binomio è in grado di produrre un'economia vera: l'Italia è un Museo a cielo aperto e il turismo è l'unico sistema produttivo che continua a crescere in tutto il mondo

### Sud

Il Sud non è solo mare. Il Sud Italia è Pompei, la valle dei templi di Agrigento, i parchi archeologici della Magna Grecia. Nel 2019 Matera sarà la Capitale italiana della cultura: un'occasione per tutto il Sud per lavorare su nuovi itinerari per destagionalizzare l'offerta



Un momento della conferenza stampa di presentazione del padiglione Enit al Wtm di Londra

# DORINA BIANCHI: «DAL WTM è partita la rinascita del Paese»

«Il governo ha finalmente capito il binomio fra turismo e cultura»

## INTERVISTA

di MASSIMO TERRACINA

LONDRA - «La priorità della nostra presenza al World Travel Market è stata quella di valorizzare l'offerta turistica del nostro paese, con l'obiettivo di recuperare la domanda inglese ed europea, puntando sulle peculiarità di città come Milano e Roma, capaci di attrarre grandi eventi e turismo congressuale. Nella Capitale, con la Nuvola di Fuksas, esempio di fusione tra architettura, arte e innovazione, puntiamo ad incrementare lo strategico settore del turismo congressuale - ha spiegato Dorina Bianchi - Ai buyer presenti in fiera ho spiegato che il 2016 è stato "l'anno dei cammini" un'occasione per riscoprire la natura, conoscere nuovi sentieri e allontanarsi dalla routine quotidiana, mentre il 2017 sarà "l'anno dei borghi", la cui valorizzazione ci

permetterà di spostare i flussi turistici dalle città d'arte verso mete ancora poco conosciute, ma in cui si può vivere la vera quotidianità, i sapori autentici e il carattere italiano».

Qual è lo stato dell'arte della promozione con il nuovo assetto dell'Enit e quali le aspettative dei mercati esteri e quelle del Mibact con riferimento alle azioni che dovrebbero portare più stranieri nel nostro paese?

«Al Wtm il padiglione espositivo dell'Enit era presente con tutte le regioni e le grandi città, unite per rappresentare il brand "Italia" con punto di partenza il rinnovamento delle modalità di presentazione dei luoghi di interesse.

«Per fare ciò un ruolo determinante viene svolto dalle nuove tecnologie digitali "social", strumento ormai indispensabile per far conoscere le bellezze del nostro paese a un pubblico che sempre più spesso sceglie le proprie vacanze attraverso la rete. In quest'ottica a Firenze a margine del Bto, evento di riferimento in Italia sulle connes-



“  
I social network sono uno strumento indispensabile per far conoscere le bellezze del nostro Paese

Dorina Bianchi

sioni tra turismo e innovazione, parteciperò ad un tavolo di lavoro insieme al Ministero dello sviluppo economico e alle regioni per definire tutte le misure da intraprendere per l'attivazione della strategia digitale per il turismo in Italia».

I monumenti, musei, attrazioni naturali, operazioni che le mettono in correlazione e che tipo di promozione mirata e su quali mercati stiamo andando a fare azioni importanti, oltre ai consolidati.

«Posso affermare che questo è il governo che finalmente ha capito che turismo e cultura formano un binomio inscindibile e vincente su cui l'Italia deve puntare. Il binomio è in grado di produrre un'economia vera: l'Italia è un museo a cielo aperto e il turismo è l'unico sistema produttivo che continua a crescere in tutto il mondo. Abbiamo la possibilità, dunque, di diventare leader in questo settore che ha continua domanda crescente.

«Per questo motivo il Mibact si sta attivando, portando avanti azioni mirate sui mercati esteri. A Tokio è stata presentata la guida dei borghi più belli d'Italia in Giappone, con la Russia abbiamo siglato un piano d'azione per cooperare nel settore del turismo culturale e il 17 novembre inaugureremo il secondo ufficio del turismo russo in Italia. Con la Tunisia stiamo mettendo in campo interessanti iniziative e durante la mia visita in occasione dell'inaugurazione dello "Yacht Med Festival: Blue Tunisia - Lazio International" si è parlato di dare vita a scambi culturali tra le nostre università perché il turismo è anche in grado di abbattere le barriere culturali».

Vi sono temi attrattivi ulteriori eventualmente identificati nell'ultimo periodo come ad esempio la valorizzazione del patrimonio del Sud Italia?

«Il Sud non è solo mare. Nel 2019 Matera sarà la Capitale italiana della cultura: un'occasione per tutto il Sud per lavorare su nuovi itinerari per destagionalizzare l'offerta e costruire una rete imprenditoriale che aiuti l'economia a crescere. Il comparto dei lavoratori nel settore turistico è caratterizzato per il 60% da giovani e donne e, per questo motivo, valorizzare il meridione e destagionalizzare l'offerta si traduce in posti di lavoro stabili e crescenti. L'Italia cresce nel turismo se il turismo cresce al Sud».



■ **INNOVAZIONE** Il Buy tourism online (Bto) alla Fortezza da Basso il 30 novembre e il 1 dicembre

# A Firenze si mette in mostra il futuro del turismo

DI DARIA ARDUINI

**P**resentata a Roma la nona edizione di «BTO - Buy Tourism Online», il più importante evento dedicato al rapporto tra Travel & Innovation, che torna alla Fortezza da Basso di Firenze, il 30 novembre e il 1° dicembre. Parola chiave di quest'anno: «Why!». Dopo un 2015 che ha registrato 10 mila presenze in due giorni, 149 eventi, 250 speaker, 400 giornalisti/blogger accreditati e 59 espositori, quest'anno il BTO ha deciso di superare la logica dei come per indagare sui perché. Ecco quindi il tema «Why!», «perché scegliere è cosa diversa dal comprare», ha dichiarato Alberto Peruzzini, direttore di Toscana Promozione. BTO 2016 indagherà infatti sui perché, immaginando vite anziché posti letto, invitando tutti i partecipanti, dai relatori al pubblico, a riflettere sul perché individui, famiglie, gruppi, scolaresche, coppie, scelgono di viaggiare alla ricerca di nuovi percorsi ed emozioni. Il numero degli espositori che hanno confermato la loro presenza registra un +15% rispetto al 2015, con un raddoppio di quelli internazionali. «Il BTO - ha commentato Stefano Ciuoffo, assessore al

turismo Regione Toscana - è sempre un'occasione per cercare di intercettare nuove opportunità e campi d'azione. Tra l'altro il turismo è una grande risorsa economica per la nostra regione di cui rappresenta il 10% del Pil. Un patrimonio che non può essere solo "conservato", ma anche valorizzato e aggiornato continuamente rispetto a una domanda in continua evoluzione». Ma a chi si rivolge il BTO? Leonardo Bassilichi, presidente della Camera di Commercio di Firenze, al riguardo ha affermato come la manifestazione interessi soprattutto il mondo delle imprese e le attività recettive, che attraverso «una piazza di opinioni, quale è il BTO, possono capire come inventare un'offerta in relazione a una domanda sempre più diversificata». Giancarlo Carniani, direttore scientifico di BTO 2016, ha invece illustrato le novità, prima fra tutte il raddoppio della Main Hall, che quest'anno darà spazio a una sezione totalmente in lingua inglese con molti ospiti di rilievo mondiale, tra cui: Glenn Fogel di The Priceline Group che, intervistato da Philip Wolf, affronterà il tema «WHY we are leading the market»; Adrian Hands di TripAdvisor che



spiegherà «WHY we became the world's biggest travel site»; Mark Levy di Airbnb che illustrerà la prospettiva dell'azienda in «WHY we think we changed the world of hospitality»; e Peter Verhoeven di Booking.com che descriverà «WHY we plan to be the most advanced travel company». Altrettanto stimolante il programma della Main Hall italiana e delle sette Focus Hall con contributi che tratteranno vari argomenti: dall'industria video-ludica, analizzata come nuova leva del marketing territoriale, alla «Rigenerazione urbana», affrontata in chiave di attrattività turistica; dall'etica come indice reputazionale di chi fa impresa turistica al nuovo ruolo dei GAL. E ancora riflettori puntati sulla musica, mercato ad alto tasso innovativo che diventa, anno dopo anno,

sempre più un modello per l'industria del travel. Si parlerà poi di modelli di business dell'home sharing con due colossi mondiali come Homeaway e Airbnb. Nel corso della seconda giornata verrà decretata la startup vincitrice del contest «Startup Italian Open», il primo torneo dedicato esclusivamente alle startup del settore travel, che a maggio del 2017 volerà ad Amsterdam alla conferenza internazionale Phocuswright Europe. Il 2 dicembre, dopo il BTO, si terrà invece un vertice sul turismo digitale con le varie Regioni, una sorta di appendice della manifestazione. Tra gli intervenuti alla conferenza di presentazione dei due eventi, anche Dorina Bianchi, sottosegretario al Ministero del Turismo, la quale ha sottolineato l'importanza di valorizzare le mete secondarie dell'Italia: «In questo - ha affermato - la digitalizzazione ci aiuta molto». Dorina Bianchi ha infine illustrato il progetto pilota del Ministero dei Beni Culturali e dell'Economia che prevede di offrire un accesso gratuito a internet, con un Wi-Fi pubblico, nelle principali città d'arte e mete balneari. «Si partirà - ha annunciato - a febbraio 2017 con i porti, gli aeroporti e le stazioni».



**APPUNTAMENTO A FIRENZE****Tutti i big del travel tech a BTO 2016**

Conto alla rovescia per la nona edizione di BTO – Buy Tourism Online, evento di riferimento su travel & innovation, in programma alla Fortezza da Basso di Firenze il 30 novembre e 1° dicembre 2016. Le iscrizioni sono aperte sul sito [buytourisonline.com](http://buytourisonline.com) con l'opzione Young People per gli Under 26.

BTO supera, quest'anno, la logica dei "come" per indagare sui "perché". Il tema dell'edizione 2016 è "Why!", con il punto esclamativo al posto dell'interrogativo.

La manifestazione inviterà tutti i partecipanti – dai relatori al pubblico – a riflettere,

dunque, sul perché individui, famiglie, gruppi, scolaresche, coppie, scelgano di viaggiare

alla ricerca di nuovi percorsi ed emozioni. Il numero degli espositori che hanno confermato la loro presenza è già superiore del 15% rispetto al 2015, con un raddoppio di quelli internazionali, e oltre 15 governance di destinazioni che hanno già aderito.

Molte le novità, prima fra tutte il raddoppio della Main Hall, che quest'anno darà spazio a una sezione totalmente in lingua inglese con ospiti di rilievo mondiale: da Glenn Fogel di The Priceline Group ad Adrian Hands di TripAdvisor, da Kenny Jacobs di Ryanair a Mark Levy di Airbnb, da Fernando Ramiro di Amadeus a Peter Verhoeven di Booking.com. Altrettanto stimolante il programma della Main Hall italiana e delle sette Focus Hall con contributi che affronteranno vari argomenti: dall'industria video-ludica alla "Rigenerazione urbana", affrontata in chiave di attrattività turistica (un esempio: il recupero di stazioni ferroviarie dismesse, case cantoniere, caserme, fari); dall'etica come indice reputazionale di chi fa impresa turistica al nuovo ruolo dei Gal. E ancora riflettori puntati sulla Musica, mercato ad alto tasso innovativo che diventa, anno dopo anno, sempre più un modello per l'industria del travel. Si parlerà anche delle strategie future di rilancio dell'Enit con Roberta Milano e Gianni Bastianelli.

Nella seconda giornata di BTO 2016 verrà anche decretata la startup vincitrice del contest Startup Italian Open, primo torneo dedicato alle nuove imprese del travel promosso e supportato da Fondazione Sistema Toscana e PromoFirenze. A maggio 2017, il vincitore volerà ad Amsterdam alla conferenza internazionale Phocuswright Europe.



**DIBATTITO****Quant'è digital  
il Piano Strategico?**

Parte da Firenze il cammino del Piano Strategico di Sviluppo del Turismo 2017-2022. Subito dopo la chiusura di BTO, la Fortezza da Basso di Firenze ospiterà, il 2 dicembre, **Ecosistemi Digitali**: evento pubblico, promosso dal Mibact, Mise e Regioni italiane, e sviluppato assieme alla Regione Toscana e a Toscana Promozione Turistica, durante il quale sarà definito un impegno comune per lo sviluppo della digitalizzazione nella promozione turistica della Destinazione Italia. Ospitato all'interno del Padiglione Cavaniglia, Ecosistemi Digitali si articolerà in due sessioni: quella mattutina, su invito, vedrà gli interventi di vari esperti e 15 tavoli di lavoro; mentre quella pomeridiana, aperta al pubblico, sarà l'occasione per presentare i risultati dei tavoli e illustrare i primi step attuativi del Piano Strategico sui temi legati alla digitalizzazione.

ATTUALITÀ

## Start up

Prosegue il nostro viaggio nel mondo delle migliori startup italiane che offrono prodotti e servizi digitali nei settori del turismo e della cultura. Un cammino lungo ed interessante alla scoperta di realtà aziendali nate sotto la stella dell'innovazione.

di Giuseppe Focone

**Giancarlo Carniani**  
direttore  
scientifico BTO



# Count down per lo Startup Italian Open

Tasso di innovazione, originalità dell'idea, attrattività del mercato di riferimento: sono questi i criteri di selezione di **Startup Italian Open**, il primo open dedicato alle startup del settore travel che darà l'opportunità al vincitore di presentare la propria idea durante l'evento internazionale di Phocuswright ad Amsterdam nel 2017. Startup Italian Open è un progetto promosso e supportato da Fondazione Sistema Toscana e PromoFinanze che sarà ospitato all'interno del

palinsesto scientifico della nuova edizione di BTO 2016, in programma alla Fortezza da Basso di Firenze il prossimo 30 novembre – 1 dicembre. L'evento nasce con l'obiettivo di contribuire a far emergere le eccellenze tecnologiche, di innovazione dei servizi e dei prodotti in ambito turismo e viaggi. PhocuswrightEurope è Main Sponsor del torneo che vede anche la collaborazione con Travel Appeal. Il contest ha previsto una fase di preselezione delle prime 50 candidature

valide a cura di un Comitato Scientifico composto dal direttore scientifico di BTO 2016 – **Giancarlo Carniani** – e da altri importanti e riconosciuti player del mercato del travel. Da questa preselezione sono emerse 8 realtà che saranno ammesse direttamente alla fase finale come 'teste di serie', mentre le altre 42 passeranno alla fase preliminare che si terrà martedì 29 novembre in Fortezza da Basso, per aggiudicarsi altri 8 posti restanti per gli open in contest. Per



ATTUALITÀ



la fase finale è prevista una rosa complessiva di 16 startup che si contenderanno la vincita del torneo durante le due giornate di BTO 2016 con un programma suddiviso in ottavi, quarti, semifinali e finale. La startup vincitrice avrà quindi l'opportunità di presentarsi a livello internazionale durante la conferenza annuale di **Phocuswright Europe** che si terrà dal 16 al 18 maggio 2017 ad Amsterdam. ■



L'APPUNTAMENTO

## Torna la Bto E lancia il wi-fi libero

■ ROMA -

**'WHY!'** con un punto esclamativo al posto di un punto di domanda. La nona edizione di Bto (Buy Tourism Online) torna così alla Fortezza da Basso di Firenze i prossimi 30 novembre e primo dicembre. L'anno scorso la manifestazione dedicata al turismo online ha contato 149 eventi e 10mila presenze in due giorni. Quest'anno gli eventi sono 180 con una sezione speciale in inglese e una giornata in più dedicata alla pubblica amministrazione.

L'edizione 2016 è dedicata ai 'perché'. E sono perché importanti visto che ormai quasi il 70% dei viaggiatori sceglie le sue mete on line. A un mese dall'inizio della manifestazione, gli espositori che hanno confermato la loro presenza sono già il 15 % in più rispetto al 2015.

Tanti gli ospiti di rilievo: da Glenn Fogel di The Priceline Group a Adrian Hands di TripAdvisor, Kenny Jacobs di Ryanair, Mark Levy di Airbnb, a Peter Verhoeven di Booking.com.

La Bto è stata presentata a Roma dall'assessore regionale al turismo, Stefano Ciuoffo, dal presidente della Camera di Commercio di Firenze, Leonardo Bassilichi, dal sottosegretario ai beni culturali Davina Bianchi, dal direttore scientifico della Bto Giancarlo Carniani e dal direttore di Toscana promozione turistica Alberto Peruzzini.

E che il turismo viaggi sul web lo dimostra anche il progetto, firmato a luglio al Mibact e al Mise, perché in tutti i luoghi di accesso al nostro Paese (aeroporti, stazioni e porti), ma anche nelle principali località turistiche (dalle città d'arte al mare) sia attivato entro il prossimo febbraio un wifi pubblico.

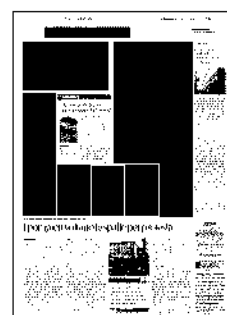
**Paola Fichera**





## Novità alla Bto AirBnb offre anche il trainer personalizzato per turisti

A PAGINA VII



# Il turismo on line Non più solo case persone in "affitto" nei piani di AirBnb

Personal trainer o yoga "nel Rinascimento":  
l'annuncio del colosso Usa alla prossima Bto

ILARIA GIUTI

NON più solo appartamenti e suite ma anche personal trainer pronti ad esaudire ogni desiderio. A una settimana di distanza dal lancio a Los Angeles AirBnb annuncerà anche a Firenze il suo nuovo business: non vendere solo alloggi ma anche esperienze, ovvero persone "in affitto" che accompagnano il turista nella sua visita. Per tutti i gusti: dal trainer che porta in discoteca o, per gli amanti del vino, in giro nelle cantine, alla guida che accompagna al museo o nei luoghi segreti della città. AirBnb ha scelto solo dieci città nel mondo per iniziare l'esperimento, tra cui Firenze dove offre anche accompagnatori per lo "Yoga nel Rinascimento" da praticare nei luoghi sacri del centro storico. Sarà una delle chance offerte nel corso della nona edizione della Bto (Buy tourism online), aperta per gli operatori del settore dal 30 novembre al 1° dicembre in Fortezza. Il turismo online è in crescita vertiginosa, spiega il presidente della Camera di commercio Leonardo Bassilichi. Il problema per le aziende che organizzano il turismo è imparare a usare le opportunità. Se ne occupa la Bto, il marchio condiviso da Regione e Camera di commercio, attuato da Fondazione Sistema Toscana (Fst) e Promofirenze attraverso un comitato scientifico di tre privati, i due albergatori, Giancarlo Carniani e Laura Innocenti, e un operatore, Robert Plattelli. Quella 2016 sarà un'edizione speciale. La particolarità si chiama

"Why", la sessione, coordinata dal giornalista Riccardo Staglianò, che chiederà alle più grandi aziende di turismo online nel mondo perché e come sono diventate leader e quali novità porterà il futuro 4.0. Così oltre a Mark Levy di AirBnb, ecco il numero due di Ryanair, Kenny Jacobs, che parlerà della cultura di azienda del brand, Fabio Lazzerini di Emirates che illustrerà gli aerei del futuro tra cui quello senza pilota, Glenn Fogel di Priceline Group (proprietario di Booking.com) che insegnerà come si diventa primi sul web. Un appuntamento, la Bto, che Bassilichi indica come generatore di opinioni a livello internazionale, «proprio come Pitti Uomo lo è per la moda». In nessun settore, spiega Bassilichi, forse il cambiamento è così rapido come nel turismo «e dunque dobbiamo attrezzarci a dare offer-

La rassegna è in  
programma alla Fortezza  
dal 30 novembre  
al primo dicembre

te diverse a domande diverse». La Bto è tra i pochi brand su cui la Camera intende investire e farne un asse portante, insieme a Pitti Immagine di Firenze

Fiera.

Cambia la domanda, dice Bassilichi. Da una parte, spiega Laura Innocenti «le persone non si accontentano più di vedere il monumento ma vogliono anche trovare nei luoghi che visitano qualcosa che corrisponda alle loro passioni». Dall'altra, prenotazioni e scelte avvengono sempre più online. Ricorda Innocenti che la folla di cinesi venuta a Firenze lo scorso inverno ha fatto tutto via web creando non pochi grattacapi a agenzie o enti abituati a conquistare le nuove frontiere del turismo tramite i tour operator. Bisogna cambiare, tramite il web, anche le offerte dei luoghi, raccomanda l'assessore regionale alle attività economiche Stefano Ciuoffo, che parla di itinerari alternativi ai centri città presi d'assalto.

Il giorno dopo la chiusura della Bto, sempre in Fortezza, ci sarà la giornata degli "Ecosistemi digitali", promossa da Mibact, Mise e Regioni, Toscana in testa, durante la quale si definirà un impegno comune per la digitalizzazione del turismo tra il 2017 e il 2022. Si comincia con l'accordo per installare da febbraio 2017 un wi fi pubblico e gratuito in tutti le stazioni e gli aeroporti e anche in alcune delle città d'arte più visitate.

UNIPRODUZIONE RISERVATA





## **Turismo e innovazione: a Firenze torna BTO Per due giorni i big del settore a confronto**

Per otto anni ha raccontato come ci si approccia a internet, come gli operatori devono fare formazione, come si sviluppa il business del turismo digitale. Il BTO, "Buy Tourism Online", quest'anno abbandona il "come" e si concentra sul "perché": "Why!" è il titolo della nona edizione, che vuole spiegare perché famiglie, coppie, single, gruppi indirizzano la loro scelta su una destinazione turistica e perché alcune aziende sono diventate tra i più autorevoli riferimenti del settore. La due giorni dedicata al rapporto tra turismo e innovazione è in programma alla Fortezza da Basso di Firenze il 30 novembre e il primo dicembre. Nelle due Main Hall in inglese e in italiano, BTO ospiterà aziende come The Priceline Group, TripAdvisor, Ryanair, Airbnb, Tnooz, Booking.com, Google, per esplorare i nuovi scenari del turismo digitale, non più analizzando posti letto e numero di prenotazioni, ma indagando sulle modalità di affermazione di un brand digitale e sulle esigenze dei viaggiatori. Nelle sette Focus Hall si parlerà, invece, di industria video-ludica, di rigenerazione urbana, del modello dell'industria musicale. Durante l'evento a Firenze, inoltre, saranno annunciati i vincitori del contest Startup Italian Open, che premia le eccellenze tecnologiche in ambito turistico.



# Turismo 2.0, AirBnb lancia le guide-pensa a tutto

## A fine novembre due giorni sulle nuove tendenze. Firenze sperimenterà la novità del colosso Usa

Cresce da 9 anni. E non smette. Se l'afflusso di ospiti nella nostra regione continua a salire c'è chi continua a guardare al futuro. Ai nuovi flussi, alle nuove tendenze. E soprattutto alle nuove tecnologie.

Bto, *Buy tourism on line*, si terrà come ogni anno alla Fortezza, il 30 novembre e il primo dicembre prossimo. Ma ha già raddoppiato gli spazi di «main hall», dove porterà i big delle aziende web ed hi tech a raccontare come cambia il turismo. Ha aumentato gli espositori (aziende che pagano almeno 7 mila euro per due giorni di stand). E punta a incrementare anche i visitatori, che l'anno scorso erano stati 10 mila. Che ormai sia diventato un appuntamento centrale per l'economia del turismo lo dimostra la scelta del governo che lancerà sempre dalla Fortezza, appena conclusa la Bto, il 2 dicembre «Ecosistemi digitali», cioè la

prima tappa per la definizione e l'implementazione del Piano strategico di sviluppo del Turismo, fino al 2022, come ha ricordato ieri la sottosegretaria Dorina Bianchi.

Bto, promosso da Camera di commercio Firenze e Regione Toscana tramite le loro aziende e fondazioni PromoFirenze (presente ieri Claudio Bianchi) e Sistema Toscana (diretta da Alberto Peruzzini), porterà alla Fortezza da Basso i big di chi ha rivoluzionato il mondo del turismo, dell'accoglienza. Il Ceo di Priceline (cioè i proprietari di Booking.com e Kayak) Philip Wolf racconterà «perché dominiamo il mercato». Mark Levy



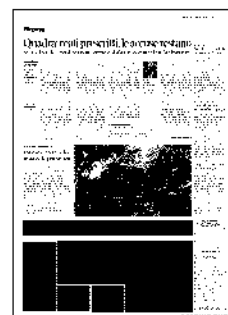
Sopra la nuova funzione di AirBnb. A sinistra Dorina Bianchi, Giancarlo Cagnani, Stefano Ciuoffo, Leonardo Bassilichi e Alberto Peruzzini

di AirBnb «perché pensiamo di aver cambiato il mondo dell'ospitalità» e proprio una settimana prima della Bto presenterà il suo «City host» dove a essere messe a disposizione non saranno più le case, ma le persone con la loro esperienza e capacità di far vivere una città in modo diverso, personale con

Firenze tra le 10 città del mondo scelte dal colosso californiano per far partire questo progetto. Kenny Jacobs vuole dimostrare «perché Ryanair non è solo un operatore low cost». E da Brian McCabe di Jbd Hotel a Giovanna Manzi di Best Western (sponsor con Enel dell'evento) l'elenco potrebbe proseguire a lungo magari parlando anche di etica.

«Vogliamo trovare risposte al turismo sostenibile e a problemi non sono solo locali» spiega Leonardo Bassilichi, presidente della Camera di Commercio. «E la strategia del governo sul turismo è quella dell'innovazione» gli fa eco la sottosegretaria Dorina Bianchi, che ha annunciato il progetto di connessione wi-fi gratis ai turisti, sul loro smartphone, in tutte le città d'arte. E anche in questo caso la «Toscana sarà capofila».

**Marzio Fatucchi**  
© RIPRODUZIONE RISERVATA



## OGGI ON LINE SU

[www.lanazione.it/firenze](http://www.lanazione.it/firenze)



FOTOGALLERY  
Mattarella a Firenze  
«Crusca, lavoro prezioso»



VIDEO  
Bto, la presentazione  
Il turismo vola nel futuro



FOTOGALLERY E VIDEO  
I vigili del fuoco  
e il ricordo dell'alluvione



**TURISMO: CON 'ECOSISTEMI DIGITALI' PARTE DA FIRENZE PIANO STRATEGICO SVILUPPO**

ADNK

2016-10-18 16:26:00

**TURISMO: CON 'ECOSISTEMI DIGITALI' PARTE DA FIRENZE PIANO STRATEGICO SVILUPPO =**

Roma, 18 ott. (Adnkronos/Labitalia) - Parte da Firenze il cammino del Piano strategico di sviluppo del turismo 2017-2022. Subito dopo la chiusura della nona edizione di Bto - Buy Tourism Online, che si terrà alla Fortezza da Basso dal 30 novembre al 1° dicembre, il polo espositivo fiorentino ospiterà, infatti, il 2 dicembre, 'Ecosistemi Digitali': evento pubblico, promosso da Mibact, Mise e Regioni italiane, e sviluppato assieme alla Regione Toscana e a Toscana Promozione Turistica, durante il quale sarà definito un impegno comune per lo sviluppo della digitalizzazione nella promozione turistica della 'Destinazione Italia' e saranno elaborate le progettualità e definite le azioni per l'attuazione del Piano strategico 2017-2022 sui temi del turismo digitale.

"Avvieremo un confronto con le Regioni, come abbiamo fatto con il Piano nazionale, sulla strategia comune per l'innovazione. Siamo convinti che vendere un prodotto Italia che valorizzi tutte le Regioni può essere più attrattivo e dare forza a tutto il paese", ha spiegato Dorina Bianchi, sottosegretario ai Beni culturali e ambientali e Turismo, intervenendo oggi alla presentazione della nuova edizione di Bto.

"Il Piano attuativo - ha aggiunto - partirà nel 2017 e avrà degli step di verifica, come per il Piano nazionale. Un modo di lavorare collegiale e più produttivo, che permette di creare sinergie strategiche per tutto il paese". (segue)

(Tri/Adnkronos)

ISSN 2465 - 1222

18-OTT-16 16:22

NNNN

ZCZC

ADN0955 7 ECO 0 ADN ECO NAZ RTO

**TURISMO: CON 'ECOSISTEMI DIGITALI' PARTE DA FIRENZE PIANO STRATEGICO SVILUPPO (2) =**

(Adnkronos/Labitalia) - Una scelta non casuale, quella di organizzare 'Ecosistemi Digitali' nella giornata successiva alla conclusione dei lavori di Bto 2016, ma pensata proprio per mettere in relazione i contenuti di quello che è oggi, in Italia, il principale evento dedicato al turismo online, con l'approfondimento verticale sui temi dell'innovazione del gruppo di lavoro TDLab, il laboratorio istituito dal Mibact nel 2014 con l'obiettivo di definire e favorire l'attuazione della strategia digitale per il turismo in Italia.

Ospitato all'interno del Padiglione Cavaniglia, 'Ecosistemi Digitali' si articolerà in due sessioni: quella mattutina, ad invito, vedrà gli interventi di vari esperti e 15 tavoli di lavoro; mentre quella pomeridiana, aperta al pubblico, sarà l'occasione per presentare i risultati dei tavoli e illustrare i primi step attuativi del Piano strategico di sviluppo del turismo 2017-2022, con particolare riferimento alla digitalizzazione della promozione turistica della 'Destinazione Italia'.

(Tri/Adnkronos)

ISSN 2465 - 1222  
18-OTT-16 16:22

TURISMO: TORNA A FIRENZE BTO, TUTTE LE NOVITA' SU TRAVEL & INNOVATIONADNK  
2016-10-18 15:08:00

ZCZC

ADN0729 7 ECO 0 ADN ECO NAZ RTO

TURISMO: TORNA A FIRENZE BTO, TUTTE LE NOVITA' SU TRAVEL & INNOVATION =  
'Why!' e' il tema della nona edizione in programma dal 30  
novembre al 1° dicembre

Roma, 18 ott. (Adnkronos/Labitalia) - E' 'Why!' (con un punto esclamativo al posto di un punto di domanda) il tema della nuova edizione di Bto - Buy Tourism Online, l'evento di riferimento dedicato al rapporto tra Travel & Innovation, che torna alla Fortezza da Basso di Firenze il 30 novembre e 1° dicembre. La manifestazione è stata presentata oggi, a Roma, presso l'Associazione Stampa Estera, alla presenza del sottosegretario ai Beni culturali e ambientali e del Turismo, Dorina Bianchi, da: Stefano Ciuoffo, assessore alle Attività produttive della Regione Toscana; Leonardo Bassilichi, presidente della Camera di commercio di Firenze; Giancarlo Carniani, direttore scientifico Bto 2016, moderati da Alberto Peruzzini, direttore di Toscana Promozione Turistica.

Dopo un 2015 che ha registrato 10.000 presenze in due giorni, 149 eventi, 250 speaker, 400 giornalisti/blogger accreditati e 59 espositori, la conferenza si appresta ad affrontare la propria 'prova del nove'. Bto è, infatti, giunta alla nona edizione: nel corso di questi anni, si è consolidato come un appuntamento irrinunciabile per gli operatori del settore, fornendo strumenti per decodificare i cambiamenti in atto nel mondo del turismo e tracciare risposte ai nuovi scenari.

"L'edizione 2016 vuole però superare la logica dei 'come' per indagare sui 'perché'. Ecco, quindi, il tema 'Why!', perché scegliere è cosa diversa dal comprare. E si sceglie davvero quando l'acquisto di un viaggio è spinto da motivazioni che vanno al di là della pura logica di transazione economica", sottolineano gli organizzatori. (segue)

(Tri/Adnkronos)

TURISMO: BIANCHI, BENE BTO, INNOVAZIONE DIGITALE E' PUNTO DI FORZAADNK  
2016-10-18 15:27:00

ZCZC

ADN0774 7 ECO 0 ADN ECO NAZ RTO

TURISMO: BIANCHI, BENE BTO, INNOVAZIONE DIGITALE E' PUNTO DI FORZA =

Roma, 18 ott. (Adnkronos/Labitalia) - "L'innovazione digitale è un punto di forza per il turismo e il Bto è un importante appuntamento che va nella direzione strategica del Piano nazionale". Così Dorina Bianchi, sottosegretario ai Beni culturali e ambientali e Turismo, è intervenuta oggi alla presentazione della nuova edizione di Bto - Buy Tourism Online, l'evento di riferimento dedicato al rapporto tra Travel & Innovation, che torna alla Fortezza da Basso di Firenze il 30 novembre e 1° dicembre.

"Il turismo - ha sottolineato - è uno dei settori a più alta innovazione digitale. E il Bto vuole offrire un approccio diverso, guardando non solo ai posti letto, ma alla vita delle persone: il viaggio, infatti, è sempre più un racconto delle emozioni, del ricordo, che crea fidelizzazione rispetto ai luoghi".

"Il Piano nazionale - ha ricordato - punta proprio a valorizzare le mete secondarie, che racchiudono storia, cultura, tradizioni del nostro paese, 'delocalizzando' rispetto alle città d'arte, valorizzando percorsi storici, cammini, borghi antichi, che sono la ricchezza del nostro paese. E in questo la digitalizzazione è di grande aiuto".

(Tri/Adnkronos)

ISSN 2465 - 1222

18-OTT-16 15:26

Turismo: BTO Firenze, focus aziende affermate in turismo 2.0  
Il 30/11 - 1/12 evento sul business digitale

(ANSA) - ROMA, 18 OTT - Per otto anni ha raccontato come ci si approccia a internet, come gli operatori devono fare formazione, come si sviluppa il modello di business di turismo digitale. Il BTO - Buy Tourism Online quest'anno abbandona i "come" e si concentra sui "perché": "Why!", questo il titolo della nona edizione, vuole spiegare perché famiglie, coppie, single, gruppi e ragazzi indirizzano la loro scelta su una destinazione turistica e perché alcune aziende sono diventate i più autorevoli riferimenti 2.0 del settore. "Volevamo raccontare perché alcune aziende sono diventate dei players "prenditutto", perché siano stati così bravi ad affermarsi in questo mercato", ha spiegato Giancarlo Carniani, ideatore e direttore scientifico del BTO, durante la presentazione dell'evento, in programma alla Fortezza da Basso di Firenze il 30 novembre e il primo dicembre. Nelle due Main Hall in inglese e in italiano, la due giorni dedicata al rapporto tra viaggio e innovazione ospiterà aziende come The Priceline Group, TripAdvisor, Ryanair, Airbnb, Tnooz, Booking.com, Google, per esplorare i nuovi scenari del turismo digitale, non più analizzando posti letto e numero di prenotazioni, ma indagando sulle modalità di affermazione di un brand digitale e sulle esigenze dei viaggiatori. Nelle sette Focus Hall si parlerà, invece, di industria video-ludica, di rigenerazione urbana, del modello dell'industria musicale. Durante l'evento a Firenze, inoltre, saranno annunciati i vincitori del contest Startup Italian Open, che premia le eccellenze tecnologiche in ambito turistico. "Il digitale è una parte importantissima per la spinta del turismo in Italia: - ha detto il sottosegretario del ministero dei Beni Culturali, Dorina Bianchi - il 91% delle persone ha prenotato almeno una volta un viaggio via internet, il 68% decide un itinerario di viaggio su internet".



"Nel piano nazionale il settore digitalizzazione ha un capitolo molto importante che, tra l'altro, è stato concordato insieme alle Regioni, di cui la Toscana è capofila e il 2 dicembre saranno presentate le decisioni prese insieme al Mibact", ha proseguito il ministro, sottolineando la rilevanza strategica della "collegialità" e ricordando che il ministero ha firmato "insieme con il ministero dello Sviluppo Economico, un accordo per internet gratuito nelle grandi città d'arte, nelle stazioni, negli aeroporti, sulle coste, che sarà attuativo già da febbraio 2017". Subito dopo la chiusura del BTO, infatti, lo stesso polo espositivo ospiterà "Ecosistemi Digitali", un incontro istituzionale, in parte aperto al pubblico, per definire la digitalizzazione della promozione turistica in Italia. "Abbiamo un'attrattiva forte in questo momento, - ha spiegato Alberto Peruzzini, direttore di Toscana Promozione Turistica - i mercati internazionali sono in crescita, scelgono l'Italia e per sceglierla al meglio devono conoscere tutta l'offerta italiana e quindi dobbiamo essere in grado di lanciare una strategia di promozione coordinata, condivisa che rappresenti il brand Italia e la peculiarità dei vari territori". "Il turismo non è un'economia che può vivere di rendita - ha detto infine Stefano Ciuoffo, assessore al Turismo della Regione Toscana - e il BTO racconta che la Toscana, su questa riflessione, si è interrogata prima di altri, cercando di capire come stare in anticipo sui mercati, come creare nuove opportunità". E "sarà ben contenta", ha detto poi in riferimento alla riforma del Titolo V della Costituzione, tra i quesiti del referendum del 4 dicembre prossimo, "quando questo compito sarà ricondotto alla responsabilità del ministero".

## **Sviluppo** **A novembre** **a Firenze la Borsa** **del Turismo online**

**FIRENZE** - Buy Tourism Online, l'evento dedicato al mondo Travel & Innovation, tornerà a Firenze, per la nona edizione, nei giorni 30 novembre e 1 dicembre, alla Fortezza da Basso. Parola chiave della manifestazione di quest'anno sarà "Why".

BTO infatti indagherà sui motivi che inducono individui, famiglie, gruppi, scolaresche, coppie, giovani e meno giovani, a viaggiare seguendo percorsi e strumenti inconsueti, alla ricerca di nuove emozioni. BTO 2016 è una conference rivolta ad ope-

ratori della filiera turistica, in particolare a quella ricettiva, a chi ha la responsabilità del governo del turismo dei territori, a chi è impegnato nel marketing e nella distribuzione del prodotto turistico e a chi studia e fa ricerca nel settore.

Ogni anno, BTO accoglie a Firenze migliaia di operatori pubblici e privati in cerca di risposte alle tendenze del mercato, e delle soluzioni più avanzate per promuovere attività turistiche e territori con le tecnologie di rete. Nel 2005 BTO ha registrato 10mila

presenze, ha dato vita a 149 eventi, con gli interventi di 250 speaker, 400 giornalisti/blogger, 59 espositori arrivati da Germania, Svizzera, Spagna, Gran Bretagna, Irlanda e da 8 regioni italiane. Inoltre ci sono stati 4mila utenti unici per la diretta streaming e quasi 25mila tweet.