

La Toscana resta una delle mete preferite per le vacanze in patria degli italiani. Ben il 14,4% di chi sceglie l'Italia per le prossime vacanze estive ha già prenotato o sta per prenotare in una località toscana. I turisti italiani arriveranno soprattutto da Lombardia e Piemonte, ma molti verranno anche dal Lazio. Minori invece gli arrivi dal sud e dalle isole. Questo il quadro generale emerso da un'indagine sulle vacanze degli italiani svolta dalla società Pragma fra maggio e giugno 2016 ed illustrata dal direttore di Toscana Promozione Turistica Alberto Peruzzini in occasione dell'incontro 'Turismo e Toscana, la nuova governance regionale del turismo. Scenari e previsioni', organizzato dalla Regione Toscana per fare il punto sulle politiche di settore. All'iniziativa, che si è svolta questa mattina a Firenze, hanno partecipato anche l'assessore regionale al turismo ed alle attività produttive Stefano Ciuoffo e il direttore generale del Ministero dei beni e delle attività culturali, Francesco Palumbo. L'indagine evidenzia un'immagine solida della Toscana e della sua capacità di essere attraente per una pluralità di domanda turistica.

L'imminente estate fa sì che la meta più desiderata dai turisti sia il mare, con le destinazioni balneari messe al primo posto dal 38% dei turisti. Rilevante, però, anche il dato che riguarda città d'arte e borghi storici (25% anche in piena stagione estiva), mentre il turismo attivo (14%) supera di poco quello enogastronomico (12%), che rimane comunque uno dei fattori di maggiore attrattività della Toscana. A seguire la campagna, scelta dal 9%. Quanto al tipo di alloggio preferito, cresce l'ospitalità informale: il 27% prevede infatti di trovare collocazione in Bed & Breakfast, mentre solo il 24% cerca sistemazione in albergo. Al terzo posto si trovano gli agriturismi (19%) e le case private in affitto (18%). Infine campeggi (9%) e case di proprietà (3%).

Nella percezione complessiva la Toscana è identificata come destinazione turistica di qualità, e questo risulta un fattore vincente. Per 'qualità' non si intende la sola qualità degli alberghi, della ristorazione o degli altri servizi per l'ospitalità, ma un concetto molto più ampio, che attraversa tutti gli elementi che caratterizzano la regione. Il turista guarda alla bellezza, ma anche alla sicurezza (un 'bisogno' nuovo e fortemente in crescita tra quelli segnalati dai turisti), guarda alla qualità alberghiera, ma anche a quella dei servizi pubblici. Qualità, dunque, al primo posto tra i fattori di successo della Toscana, ma da non sottovalutare è anche altri fattori, come la capacità di combinare differenti target di offerta e quella di trasmettere un'immagine attraente attraverso vari canali: i canali classici della comunicazione, la percezione spontanea dei turisti (da loro stessi condivisa), internet. Internet risulta ormai il fattore decisivo del successo nel turismo ed attiva un complesso circuito orientamento-decisione-acquisto-domanda di informazioni durante la vacanza-recensioni post viaggio. Analizzando i singoli strumenti di navigazione impiegati si vede che Google è decisivo nella prima fase di orientamento e, naturalmente, nella ricerca di informazioni di dettaglio. Seguono le agenzie on-line di prenotazione, anche se il loro influsso appare limitato alla fase d'acquisto, più lieve nel resto del ciclo decisionale.