



.....  
**in Toscana**

**L'enoturismo è una garanzia. Continuano gli investimenti stranieri sul lusso. Nel primo trimestre visitatori su del 7,3%**

**S**e c'è una regione italiana che non ha bisogno di presentazioni nel mondo è la Toscana. Firenze, certo. E il Chianti. Un brand che ha conquistato tutti i mercati come simbolo di cultura artistica ed enogastronomica. Colline e vigneti, casali e borghi dal sapore antico che affascinano la vista. Una cura del cibo e del bere che delizia i palati. Soprattutto degli stranieri. Inglesi e americani, ma anche dai Paesi emergenti. Il cosiddetto *Chiantishire* sembra intramontabile anche in tempo di crisi. Qui gli investimenti esteri non mancano. Negli ultimi anni si sono moltiplicate le strutture a gestione straniera. Segno di un richiamo che non si spegne. E compensa la crisi generale interna, con gli italiani che hanno ridotto drasticamente i consumi e tagliato sui viaggi. I dati dei primi tre mesi dell'anno per la Toscana sono in ogni caso incoraggianti: i turisti aumentano complessivamente dello 0,6%, derivante dal calo del 4,4% di turisti italiani e l'aumento del 7,3% di quelli stranieri. Un dato particolarmente positivo se confrontato con quello nazionale, dove il saldo complessivo è negativo (-2,4%) e il calo degli italiani (-4,2%)

non ha un contrappeso altrettanto forte nell'aumento degli stranieri (+0,2%). Aumentano i turisti in arrivo dalla Cina (10,6%), dalla Russia (4,8%), dall'India (2,2%). Aumenta anche il mercato scandinavo (+3,9%), mentre diminuisce quello statunitense (-3,1%). I turisti di lingua tedesca, che da soli rappresentano circa il 26% del mercato turistico in Toscana, tornano ad aumentare in maniera significativa (+8%).



Per recuperare gli italiani e rinnovare l'*appeal* della Toscana nei confronti del turismo italiano, la Regione, con l'Agenzia Toscana Promozione, ha predisposto un progetto triennale di rilancio prevedendo un investimento di due milioni di euro: il Piano Italia 2013-2015. «Questa nuova campagna di Toscana Promozione nasce con un preciso obiettivo: rilanciare l'immagine della Toscana sul mercato interno, proporla come una destinazione esclusiva, vicina e conveniente e ridare slancio a un settore portante dell'economia regionale», afferma l'assessore regionale al Turismo, Cristina Scaletti.

Se soffrono un po' le località balneari, al punto da richiedere un surplus di impegno promozionale, non sembrano esserci problemi per i wine tour, grazie agli enoturisti internazionali. Secondo il Rapporto annuale dell'Osservatorio sul Turismo del Vino in Italia, promosso dalle **Città del Vino** e rea-

lizzato dal Censis, nel 2012 il turismo enogastronomico in Italia è cresciuto del +12% rispetto all'anno precedente, per un giro di affari che va dai 3 ai 5 miliardi di euro e muove 4-6 milioni di turisti in giro per la Penisola. Con la Toscana assoluta protagonista. Considerata la miglior destinazione europea per milioni di amanti del vino di tutto il mondo. Un primato che poggia le basi su un'offerta enologica di altissimo livello, a cui fa da contraltare un sistema ricettivo di assoluto pregio. Sono infatti 65 i wine resort presenti sul territorio regionale e - secondo una recente mappatura realizzata dal Centro Studi Turistici su commissione di Toscana Promozione - ben 15 rientrano nella categoria extra lusso e 50 in quella lusso. Il turismo del vino vale oggi, in Italia, 5 miliardi di euro. I flussi turistici, nell'87% dei casi, provengono dall'estero e principalmente: il 20% dalla Germania, l'8% dagli Stati Uniti e un 2% da Paesi orientali. Numeri già significativi ma che, secondo gli esperti, rappresentano solo il 20% delle potenzialità di questo segmento d'offerta. E la Toscana è pronta a crescere e investire sul suo brand più forte.

**Giuseppe Matarazzo**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

