

[http://www.travelquotidiano.com/enti\\_istituzioni\\_e\\_territorio/laltra-toscana-spinge-lacceleratore-sulla-stagione-estiva/tqid-320845?utm\\_source=newsletter2018-06-15&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=newsletter2018-06-15](http://www.travelquotidiano.com/enti_istituzioni_e_territorio/laltra-toscana-spinge-lacceleratore-sulla-stagione-estiva/tqid-320845?utm_source=newsletter2018-06-15&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter2018-06-15)

## L'”altra” Toscana spinge l'acceleratore sulla stagione estiva

La Toscana sfida il tradizionale cliché che la vede in prima linea per le città d'arte più famose e il mare e propone un'estate all'insegna della scoperta dei centri più piccoli ma non per questo meno affascinanti. “La nostra sfida – spiega il managing director di Toscana Promozione Turistica, Alberto Peruzzini – è quella di raccontare una Toscana diversa, che sappia sempre emozionare. Per questo ci affidiamo alle “storie”, fatte di persone che sappiano raccontare i diversi luoghi attraverso le loro esperienze di vita e i paesaggi”. Nel 2017 la Toscana ha totalizzato 47 milioni di presenze e 49 milioni di presenze stimate in seconde case e strutture ricettive alternative; per quest'anno si attende un ulteriore balzo in avanti di circa 2 milioni di presenze, come sottolineato dall'assessore al turismo della regione Toscana, Stefano Ciuoffo: “Le aspettative sono particolarmente positive per la Versilia e la Riviera Apuana e in generale gli albergatori stimano un incremento di ospiti e giro d'affari pari al 4,8% sull'estate 2017. L'obiettivo è ora quello di delocalizzare i flussi turistici, puntando anche a tutte quelle realtà legate alle tradizioni, all'enogastronomia, alla cultura e alle esperienze che fanno della Toscana una regione unica. Non c'è nulla da inventare; va semplicemente costruito un racconto per rendere meno “scontato” il prodotto turistico e se possibile anticipare i desideri dei viaggiatori, il tutto per uscire dagli stereotipi più comuni”. Numeri alla mano, presentati dal presidente di SL&A Stefano Landi, la Toscana è proiettata verso grandi risultati. Accanto ai principali mercati di riferimento – Germania e Stati Uniti – si stanno infatti affacciando anche nuovi bacini dalle ampie potenzialità di sviluppo. E la strategia di promozione dell'”altra Toscana” avrà nel sito [visittuscany.com](http://visittuscany.com) uno dei principali canali di veicolazione, all'interno del quale il portale Toscanaovunquebella rappresenta lo strumento ad hoc per favorire la scoperta dei piccoli centri e del fitto calendario di eventi e concerti in programma proprio per l'estate.