



“CULTURE, TRAVEL AND TERRITORY”: IN MAREMMA VA IN SCENA LA PREVIEW di BTO - BUY TOURISM ONLINE 2014

Alla Tenuta dell'Alberese (GR), anticipazione in esclusiva per il pubblico di COOLT di topics e speakers dell'evento in programma a Firenze il 2 e 3 dicembre alla Fortezza da Basso

Grosseto, 15 ottobre 2014 - Quasi il 40% del business on line nel mondo riguarda il turismo. Questo dato interessante, è emerso questa mattina durante la **Preview di BTO Buy Tourism Online** tenutasi nell'ambito degli eventi della Settimana della Cultura in Toscana COOLT in terra di Maremma. Tra le ricerche presentate, quella di Travel Appeal, che ha monitorato sul web, il sentiment, la reputation, la qualità dell'ecosistema digitale e dei contenuti on line. In particolare, tra i dati emersi dallo studio si evidenzia per la Toscana il sentiment generale positivo per l'83% degli utenti della rete, dove la cultura è giudicata positivamente dal 78%, il turismo dall'82% e l'enogastronomia dall'85%.

La Toscana si conferma una regione particolarmente attiva sul piano del turismo: il 62% di musei e monumenti possiede un proprio sito web e Firenze risulta essere la città più citata su Twitter in assoluto in ambito turistico e culturale con il 36,84% seguita da Pisa con il 14,62% e Arezzo con il 13,06%. Da mettere in evidenza anche come l'appeal di Cortona in rete sia pari a quello di Grosseto e di Siena. Inoltre, una particolare curiosità emerge da questa analisi: tra gli utenti Twitter più attivi in Toscana nell'ultimo mese figurano COOLT e l'**Assessore alla Cultura, Turismo e Commercio della Regione Toscana Sara Nocentini**, che oggi è intervenuta all'incontro tenutosi al Granaio Lorenese della Tenuta dell'Alberese per parlare del ruolo della governance pubblica e degli operatori economici e sul rapporto con chi vive nei territori e per raccontare l'esperienza della prima edizione della Settimana della Cultura in Toscana COOLT: *“Aver creato un sistema di aggregazione fra l'offerta culturale e commerciale - ha spiegato l'Assessore Nocentini - è stata una scelta vincente, lo dimostrano i dati presentati oggi alla Tenuta di Alberese sulla crescita di attrattività della Toscana in rete e sui Social”*.

I topics introdotti dall'Assessore Nocentini sono stati ripresi anche durante la sessione pomeridiana, che si è aperta dopo un lunch break a base di prodotti e piatti tipici del territorio maremmano con riflessioni su possibili percorsi di creazione di valore partendo dagli attrattori di una destinazione - come possono essere appunto gli stessi prodotti tipici, il paesaggio, il patrimonio culturale o le tradizioni - per arrivare al significato di “Percezione di una marca” in chiave Travel e commercializzazione di un territorio analizzando il ruolo della Governance e dei portatori di interessi collettivi e privati. A trattare il tema è stato **Stefano Landi**, Founder SL&A Turismo e Territorio e Board BTO Educational, e l'argomento è stato ripreso anche in chiusura di Preview da **Francesco Tapinassi**, Senior Strategist Marketing Territoriale di Fondazione Sistema Toscana, il quale ha approfondito il rapporto tra Brand Territoriale e Destinazione Empatica, ovvero l'importanza nel processo decisionale della narrazione della propria esperienza e del *path to purchase* che si evolve proprio grazie alle recensioni e alla reputation disponibili già al momento della nascita del bisogno. E a tal proposito, nella giornata odierna è emerso anche come la Toscana più di ogni altra regione rappresenti nel suo complesso un vero e proprio Brand Territoriale.

La Preview, aperta al mattino con l'intervento di **Alberto Peruzzini**, Dirigente Turismo di Toscana Promozione e Responsabile Cabina di Regia BTO 2014 che ha inquadrato gli obiettivi di questa preview e motivato la scelta della Tenuta di Alberese come location, ha visto avvicinarsi vari speakers - tra cui il Direttore Scientifico BTO 2014 **Giancarlo Carniani** e la Co-founder BTO Educational e membro del Comitato Scientifico BTO 2014 **Roberta Milano** che hanno presentato il messaggio, gli argomenti, il format e gli speakers della manifestazione che si terrà a Firenze, **Stefano Monti** della Monti & Taft che ha di fatto introdotto il tema “Culture, Travel and Territory” all'interno del programma BTO 2014, e **Mirko Lalli**, Board BTO Educational e Founder di Travel Appeal che ha illustrato il TAI ovvero il Travel Appeal Index, un modello di analisi della reputazione di un territorio basato sulle conversazioni della Rete. Dalle ricerche di Travel Appeal, oltre ai dati relativi al business on line dell'impresa turistica, sono emerse anche altre interessanti informazioni, tra cui le motivazioni che spingono a decidere una meta di viaggio, in particolare la voglia di provare l'autenticità di una destinazione e il desiderio di approfondirne la cultura attraverso visite a musei o monumenti. C'è stato spazio anche per una riflessione a cura del **Centro Studi Turistici CST**, sull'affidabilità di modelli di valutazione ex post dell'impatto su un luogo di una programmazione di appuntamenti anche culturali e sulla ricaduta non solo economica che essi possono avere sul territorio, e per l'intervento di **Robi Veltroni** Founder di Officina Turistica e Coordinatore “Cassette degli Attrezzi” BTO 2014 che ha anticipato temi e speakers del palinsesto di questa sezione, dedicata ad approfondimenti sul “come fare per...” all'interno del BTO di Firenze.

A coordinare gli interventi di speakers e pubblico, il Co-founder di BTO Educational **Robert Piattelli**.

Contatti stampa:

Mariangela Della Monica - Responsabile Ufficio Stampa FST
cell.334-6606721 m.dellamonica@fondazioneisistematoscana.it