Buy Tuscany sempre più internazionale

Si è aperta a Firenze l'8a edizione di **Buy Tuscany**, la due giorni B2B dedicata all'incontro tra l'offerta turistica regionale e il trade internazionale (12-13 ottobre). Promossa da **Toscana Promozione** e Regione Buy Tuscany prevede 2300 incontri fra 112 seller toscani e 130 **buyer internazionali** provenienti da 27 Paesi, il tutto nella cornice della **Stazione Leopolda**.

Luxury, Città d'Arte, Campagna ed Enogastronomia, Turismo Congressuale sono i temi affrontati dagli operatori, che quest'anno arrivano in particolare da Stati Uniti, Regno Unito, Germania, Francia, Olanda, India, Cina e Brasile. Ma Buy Tuscany è anche l'occasione per presentare la **ricerca di Future Brand** per Toscana Promozione, da cui emerge che la Toscana viene definita dai viaggiatori globali come "bella, elegante e autentica", e discutere dell'indagine commissionata da Toscana Promozione a **Sociometrica** riguardo le mete più citate sui social network.

"Siamo una meta appetita da tanti Paesi e i dati che mi capita di analizzare rispetto al nostro grado di attrattività lo confermano. - commenta **Stefano Ciuoffo, assessore regionale al turismo** -. La forza della Toscana in questi ultimi anni è di nuovo cresciuta perché tanti imprenditori del settore hanno saputo correggere, modificare e riadattare la propria offerta incidendo positivamente sulla percezione nei confronti della Toscana". Che si conferma una terra in grado di soddisfare le esigenze dei nuovi **turisti**, ma che sa riaccendere l’amore dei visitatori storici (USA e Regno Unito) e conquistare quelli provenienti dai **nuovi mercati** (i BRIC) e dalle economie emergenti (per esempio, **Turchia** e **Corea**). Ovviamente mantenendo inalterati i pilastri della propria identità.