Il Tuscan Lifestyle conquista i buyers al Buy Tuscany

Dal **Buy Tuscany** arriva un grido forte: viva il **Tuscan Lifestyle**! E' questo infatti il prodotto turistico della regione più desiderato dai turisti di tutto il mondo. Lo rivelano le interviste condotte tra i **138 tour operator internazionali** che hanno preso parte alla sesta edizione del workshop turistico organizzato **Toscana Promozione** per facilitare l'incontro dell'offerta toscana con il trade. "Le città d'arte, il cibo e la campagna sono dei must dell'offerta toscana, una tradizione ormai", hanno dichiarato in molti. "Ma quello che veramente desiderano i nostri turisti è quell'alone di mito, di fascino, che avvolge lo stesso nome di Toscana". In altre parole quello stile di vita toscano che tutti sognano di provare.
Oltre al desiderio recondito dei viaggiatori di tutto il mondo, da Buy Tuscany 2014, arriva un altro segnale che non è da sottovalutare: il **crescente interesse degli operatori turchi per la Toscana**. Interesse su cui, certamente, gioca una fortissima influenza la recente attivazione del volo diretto Pisa-Istanbul che in poco più di tre mesi di attività ha già portato sul territorio regionale ben 12mila passeggeri. "L'interesse per la destinazione Toscana riscontrato tra i 6 tour operator turchi presenti a Buy Tuscany è la conferma di come il volo Pisa-Istanbul rappresenti un vero e proprio asset strategico in termini turistici. – ha commentato **Alberto Peruzzini**, Dirigente del Settore Turismo di Toscana Promozione – Oggi, dalla Turchia e dal Medio Oriente sono oltre 50 milioni i turisti che arrivano in Europa. Di questi solo un 10% ha come destinazione l'Italia. Grazie al collegamento diretto con Istanbul sarà possibile intercettare una percentuale ben più ampia di questo flusso turistico che, negli anni, sta crescendo in modo esponenziale e che rappresenta un'importante opportunità per il sistema turistico italiano e toscano. Basti pensare che i turisti mediorientali sono al primo posto come spesa negli alberghi del nostro Paese".
Infine un dato sugli incontri B2B che si sono tenuti alla Stazione Leopolda di Firenze, sede di Buy Tuscany 2014. Complessivamente gli appuntamenti in agenda sono stati 2584, cifra che sale a oltre 3200 sommandoci quelli nati sul posto. Alto il livello di soddisfazione dei partecipanti: oltre il 72% dei tour operator internazionali ha dato un giudizio positivo o molto positivo sul livello degli incontri e dell'organizzazione; parere confermato anche dal 73% degli operatori toscani presenti alla manifestazione.