

Il progetto Il prossimo 8 luglio al Museo del Tessuto di Prato sarà fatto il punto sul programma da seguire

Nuove strategie per il turismo

Obiettivo: catturare l'interesse. Coinvolta l'area metropolitana di Firenze, Prato e Pistoia

PRATO - Un turismo di area metropolitana. E' quello che cercheranno di definire gli Stati generali che si aprono l'8 luglio a Prato al Museo del Tessuto e dedicati appunto al turismo di area metropolitana. Una giornata in cui sarà fatto il punto sulle strategie di programmazione e di promozione del turismo per i prossimi tre anni tra Firenze, Prato e Pistoia che adesso si muoveranno insieme dopo l'accordo siglato qualche settimana fa che individua nell'area metropolitana il bacino di offerta e di proposta ideale per catturare il turista fino al 2012. Tre province e quattro Apt (Firenze, Prato, Pistoia-Abetone-Montagna Pistoiese, Montecatini Terme-Valdinievole) saranno dunque gli attori che metteranno a punto il cartellone di iniziative per dare metter in pratica l'accordo anche con l'appuntamento pratese. Punto di partenza è proprio il consolidamento della governance metropolitana perché interlocutori di livello locale e sovralocale (pubblici e privati, rappresentanti delle categorie e della società civile) interagiscano per condividere strategie e selezionare priorità in una prospettiva di medio-lungo periodo dello sviluppo. Già individuate anche le

stici su cui la strategia metropolitana verrà messa alla prova con l'obiettivo di vendere il prodotto più che la destinazione turistica. Si comincia con gli itinerari etruschi e dell'arte contemporanea comuni ai tre territori provinciali, e con il lancio del sito di Gontefienti. E poi turismo scolastico, sportivo e ambientale, congressuale, termale e turismo accessibile con le problematiche dei turisti diversamente abili e della sostenibilità ambientale. Una strategia che punta al mercato italiano, ma anche ai mercati turistici europei della Germania, del Regno Unito e del nord Europa (Scandinavia e Benelux), del nord America (Usa e Canada), e quelli emergenti (Cina, India). Le tre Province insieme parteciperanno alle fiere di Goteborg (Svezia), Madrid e Mosca e per la prima volta affronteranno l'est europeo. Mentre in ambito nazionale già da settembre partiranno delle iniziative di viral marketing (o non convenzionale) nelle grandi città del nord Italia. Oltre a rappresentanti di Comuni, Province, Regione e Apt, partecipano anche la Camera di Commercio di Prato, l'Associazione Italiana catene alberghiere e il Centro Studi Turistici di Firenze.

C.B.

