# Buy Tuscany lancia una piattaforma web per il b2b

Prende il via oggi alla Stazione Leopolda di Firenze la sesta edizione di **Buy Tuscany**, il workshop turistico che da sei anni **Toscana Promozione** organizza per facilitare l'incontro dell'offerta toscana con il trade internazionale.
138 i tour operator arrivati nel capoluogo fiorentino da 38 paesi e 124 sono gli operatori toscani rappresentanti dei diversi prodotti turistici tematici della regione: **Art Cities&Towns, Country & Flavours, Sun&Sea, Relax & Wellness, Active & Outdoor, Luxury.** La mission di Buy Tuscany è quella di facilitare l'incontro dell'offerta toscana con il trade internazionale. Già oggi, prima giornata di lavori, sono già in agenda oltre 5000 incontri di affari.
La vera novità dell'appuntamento organizzato da Toscana Promozione, sarà il lancio di uno strumento che permetterà a buyers e sellers di andare oltre i due giorni di appuntamenti, e di incontrarsi in rete per tutto l'anno. Concluse le contrattazioni della Leopolda, infatti, il workshop toscano si proietterà in una nuova dimensione 2.0 con la nuova piattaforma la piattaforma web **Buy Tuscany 365**: un luogo virtuale dove domanda e offerta potranno confrontarsi per 365 giorni l'anno, prendendo visione dei nuovi prodotti turistici e delle offerte del territorio. Si potranno così, richiedere e proporre i propri desiderata per creare un'attività B2B continua dove convogliare e valorizzare l'insieme dei contatti e dei contenuti sviluppati durante l'anno.
Tra le novità di questa edizione di Buy Tuscany c'è la presenza di un'area dedicata ai grandi vettori, ovvero alle compagnie di trasporto aereo e ferroviario, elementi indispensabili per creare pacchetti turistici efficaci, e quella di una zona dedicata all'Expo di Milano. Qui trovano spazio le iniziative del territorio integrate all'evento milanese e le proposte turistiche che la Toscana sta elaborando per intercettare una parte considerevole dei turisti che, il prossimo anno, si muoveranno da tutto il mondo per visitare Expo.