

Valorizzazione del territorio e segmenti innovativi come chiavi per il futuro del turismo in Toscana

La Toscana, una delle regioni italiane più amate al mondo, lavora costantemente su nuove chiavi di lettura del territorio per incuriosire il proprio pubblico potenziale. L'obiettivo è ampliare la conoscenza della destinazione, invitando i visitatori a scoprire le sue innumerevoli sfaccettature.

Il progetto "**Toscana Diffusa**" è al centro di questa strategia. L'idea è allargare l'orizzonte turistico al di là delle città d'arte più famose, portando i visitatori in aree meno coinvolte dal turismo di massa. Si spazia da iniziative pensate per segmenti specifici, come il progetto "**Benvenute**" per le donne che viaggiano, alla valorizzazione dell'**artigianato artistico** e dell'**archeologia industriale**. Non solo arte e storia, ma anche **patrimonio UNESCO**, con le sue straordinarie declinazioni ambientali e immateriali.

La Toscana sta avviando il Tavolo di Lavoro dedicato al **Turismo Pet**, un progetto nato per valorizzare e strutturare in modo coordinato l'offerta turistica toscana rivolta a chi viaggia con i propri amici a quattro zampe. Ben una famiglia su quattro viaggia, infatti, porta con sé il proprio animale. Il percorso intrapreso ha un obiettivo strategico: la costruzione della **Carta dei Valori e dei Servizi per l'accoglienza pet-friendly**, uno strumento che rafforzerà l'identità di una Toscana sempre più inclusiva e attenta alle nuove esigenze di viaggio.

La nostra regione punta anche sulle famiglie e si promuove come destinazione ideale per le vacanze con i bambini. Dalla costa ai borghi storici, dai parchi tematici agli itinerari in bicicletta, la regione si sta consolidando come **una meta perfetta per le famiglie**. Con oltre il 30% delle recensioni scritte da persone che viaggiano in famiglia, la regione punta a crescere ulteriormente in questo segmento su cui ha lavorato con la campagna "Voglio una vacanza immensa, formato famiglia". Inoltre, da un lavoro di co-progettazione tra Toscana Promozione Turistica e gli operatori del territorio, è nata la **Carta dei Valori sul Turismo Familiare**: sette impegni che riflettono i principi di accoglienza, autenticità e genuinità della Toscana.

La **sostenibilità** è un elemento fondamentale nella promozione regionale grazie anche al fatto che hanno aderito al progetto del turismo sostenibile "Green Tuscany" più di 500 imprese. Inoltre, nell'ambito dello slow tourism, l'**Atlante dei Cammini e del Bike** incoraggia la scoperta del territorio a piedi o in bicicletta, affiancandosi ad un'alta offerta di turismo rurale con la presenza nella destinazione di oltre 5.700 strutture. L'obiettivo è conciliare la valorizzazione delle città d'arte con la necessità di distribuire i flussi turistici, facendo scoprire ai visitatori tesori meno noti ma altrettanto affascinanti e capaci di emozionare, come le Ville Medicee, il Museo delle Navi Romane di Pisa, la Certosa di Calci o il borgo di Monteriggioni.

L'**enogastronomia** si consolida come un'autentica leva di posizionamento internazionale grazie a "**Vetrina Toscana**", un ecosistema di oltre 2.200 imprese che si impegnano a far degustare l'autentica cucina e i prodotti del territorio. Questo non è un semplice elenco di ristoranti, ma un impegno a far vivere al meglio la storia e la qualità delle nostre tradizioni culinarie.

La Regione punta anche alla **destagionalizzazione** dell'offerta turistica. Raccontando una Toscana che si può vivere e apprezzare tutto l'anno, si mira a distribuire meglio i flussi turistici, consentendo un'esperienza più piacevole per gli ospiti e le comunità locali.

La Toscana continua a mettere una grande attenzione anche sul **concetto esteso di benessere**, raccogliendo bellissime esperienze di mental wellness e di attenzione olistica alla persona. La campagna di promozione "Rinascimento senza fine" ha anche raccontato l'idea del viaggio come rigenerazione, scoperta di sé stessi e di nuovi equilibri, anche coinvolgendo cooperative e imprese sociali che coniugano qualità del servizio e valori etici.

Infine, la regione guarda alla **tecnologia** come un'opportunità irrinunciabile. La Toscana organizza il BTO (Be travel on Life), un evento di riferimento a livello internazionale, e sta tutt'ora investendo in un'importante

riorganizzazione dei suoi strumenti digitali, tra cui un nuovo sito web e sistemi all'avanguardia, per offrire nuove opportunità di promozione e commercializzazione alle imprese.

La visione per i prossimi cinque anni è chiara: **rafforzare la collaborazione tra il settore pubblico e quello privato e migliorare la comunicazione su tutto il territorio**. L'obiettivo è consolidare la Toscana non solo come una destinazione bella, ma anche in grado di confermare una storica capacità di prendersi cura dei suoi ospiti, garantendo un'accoglienza di qualità e in linea con le aspettative dei viaggiatori di oggi.