

COMUNICATO STAMPA

Toscana: l'autenticità come risorsa. Artigianato, cultura diffusa, enogastronomia sostenibile e turismo industriale in vetrina al WTM 2025.

La Toscana si presenta al World Travel Market (WTM) di Londra con una strategia chiara e mirata: superare l'immagine delle sole città d'arte e posizionarsi come destinazione di "turismo diffuso" e di esperienze autentiche, dove il *saper fare* e la sostenibilità sono motori di attrazione. **Toscana Promozione Turistica** (TPT), agenzia di riferimento della Regione, promuove per questo un'offerta che coniuga tradizione produttiva, innovazione culturale e attenzione per l'ambiente.

L'artigianato: un mosaico di eccellenze e un riferimento strategico

Nelle città d'arte e nei borghi toscani, l'**artigianato artistico e tradizionale** non è più un semplice souvenir, ma un elemento identitario e un driver turistico strategico. Progetti come *Artour* (<https://toscana.artour.it/>) e *Toscana Artigiana*, e la creazione da parte di TPT della **Carta dei Valori del Turismo Artigiano**, mirano a valorizzare le botteghe storiche, distribuendo i flussi turistici su tutto il territorio regionale grazie a esperienze autentiche e profondamente legate al territorio.

Al centro di questa strategia c'è un ricco mosaico di eccellenze produttive. Dalle Alpi Apuane si estrae il pregiato **Marmo di Carrara**, protagonista dell'arte italiana, dal *David* di Michelangelo alle sculture di Canova, oggi impiegato con eleganza in architettura e design. L'antica arte orafa, già nota agli Etruschi, trova il suo apice a **Firenze** (in particolare su Ponte Vecchio, reso celebre da Ferdinando I de' Medici) e ad **Arezzo**, uno dei centri nevralgici della lavorazione dell'oro. La tradizione tessile è storicamente trainante, con **Prato** che divenne famosa per le sue stoffe grazie anche all'ingegneria idraulica del fiume Bisenzio, e che oggi vanta artigiani specializzati nel restauro di tessuti storici. Ancora sul fronte tessile, il **Panno del Casentino**, noto fin dagli Etruschi per le sue proprietà termiche, è un simbolo della tradizione laniera. Firenze vanta un primato anche nella raffinata **produzione di profumi**, la cui diffusione in Europa fu promossa da Caterina de' Medici. Altre eccellenze includono la **lavorazione della pelle** nel distretto di Santa Croce sull'Arno, la pregiata **porcellana di Sesto Fiorentino**, il cui primato si deve a Carlo Ginori nel 1737, l'arte della **scagliola** per ricreare effetti marmorei (conosciuta a Firenze sin dai Medici), e il **Cristallo di Colle Val d'Elsa**, nota come la "Boemia d'Italia". A questo si aggiungono l'**Alabastro di Volterra**, la cui versatilità era già apprezzata dagli Etruschi, l'antica produzione di **Carta a Pescia**, le rinomate **Ceramiche di Montelupo Fiorentino**, il celebre **Cappello di Paglia di Firenze (o di Signa)**, la cui lavorazione era così famosa da vincere la medaglia d'onore all'Esposizione universale di Parigi del 1855, e oggi raccontata dal **Museo civico della paglia e dell'intreccio a Signa**. Infine, il **Cotto di Impruneta**, materiale scelto dallo stesso Brunelleschi per le tegole del Duomo di Firenze, è tuttora utilizzato per statue e per i contenitori di cottura di piatti tradizionali come il *peposo*.

Un punto di riferimento di questa strategia per il 2026 sarà la **Mostra Internazionale dell'Artigianato di Firenze (MIDA)**, che celebrerà il suo **90° anniversario (25 aprile – 3 maggio 2026)**. Ospitata nella storica Fortezza da Basso, MIDA 2026 sarà un hub esperienziale che unisce laboratori e incontri con maestri artigiani, show-cooking e degustazioni in collaborazione con il circuito Vetrina Toscana e fungerà da punto di accesso per itinerari che promuovono la "Toscana diffusa".

Enogastronomia sostenibile: Vetrina Toscana, tartufo Unesco e nuovi trend di filiera

L'eccellenza enogastronomica toscana è raccontata da oltre vent'anni dal progetto **Vetrina Toscana** (<https://www.vetrina.toscana.it/>), una rete di oltre duemila imprese che promuove un **turismo enogastronomico sostenibile** e la tutela della tradizione culinaria.

Le certificazioni contribuiscono ad ancorare i prodotti alle zone di produzione: è il caso dei numerosi e prestigiosissimi vini (Doc, Docg) o degli oli extravergini di oliva. Fanno eccezione il pane e il prosciutto Dop, oppure l'olio toscano Igp, che si riferiscono all'intero territorio regionale. Le Dop sono 16, mentre le denominazioni sul vino sono più numerose: 11 Docg, 41 Doc, 6 Igt. In ogni caso, questa è una "fotografia" molto parziale: tanti vini di pregio non osservano i disciplinari o vengono realizzati, magari, con uve autoctone rarissime. Un altro dato è rivelatore: sono, al momento, **467 i Prodotti agroalimentari tradizionali toscani (Pat)**. Questo legame territoriale è espressione di materie prime locali o, magari, di manualità e modalità di preparazione che si tramandano da generazioni e che, talvolta, non si possono improvvisare (e nemmeno replicare).

Molti piatti rimangono fortemente rappresentativi di un luogo preciso, come il **Cacciucco** per Livorno o il **Panforte** per Siena. A questo si lega il prezioso patrimonio del **tartufo toscano**, un prodotto che arricchisce l'offerta di esperienze autentiche. La Toscana è una delle regioni più importanti per la raccolta (Colline Sanminiatesi, Mugello, Chianti, Crete Senesi), con **Mostre Mercato Nazionali** e percorsi esperienziali di "caccia al tartufo". È fondamentale sottolineare che la **"Cerca e cavatura del tartufo in Italia"** è stata riconosciuta nel 2021 come **Patrimonio Culturale Immateriale dell'UNESCO**: un sigillo che ne attesta il valore storico. La connessione con i territori montani sarà in primo piano a dicembre con **CASTANEAEXPO (Firenze, 12 – 14 dicembre)**, la **prima fiera al mondo** interamente dedicata al comparto della castanicoltura italiana, che mira a connettere ricerca, vivaismo, tecnologia e turismo in un settore in crescita fondamentale per l'economia delle aree montane.

Cultura diffusa e turismo industriale

La Toscana è impegnata in un'azione di valorizzazione culturale diffusa anche attraverso la partecipazione di **tre città** alla corsa per il titolo di **Capitale Italiana della Cultura 2028: Colle di Val d'Elsa, Fiesole e Massa**. In linea con questa visione, Toscana Promozione Turistica porta avanti un progetto di **Turismo Industriale**. Dopo un lavoro di mappatura, l'agenzia propone un network di 184 siti che coniuga **Archeologia industriale** (riconversione di siti storici), **Impresa aperta** (visite alle aziende tuttora operative, ad esempio Museo Piaggio) ed **Eventi culturali aziendali** (imprese che aprono le porte a manifestazioni, trasformando i luoghi di lavoro in nuovi spazi culturali, ad esempio il Museo del Tessuto di Prato). Questa nuova offerta crea **itinerari contemporanei e sostenibili**, arricchendo il "Rinascimento senza fine" della Toscana con la sua storia industriale e la sua capacità di innovare. <https://www.museodeltessuto.it/>, <https://museodellacarta.org/>, <https://www.museopiaggio.it/>, <https://www.magmafollonica.it/>, <https://www.turismomassamarittima.it/il-museo-della-miniera/>, <https://www.museodelleminieremontecatini.it/>

Appuntamenti con l'autenticità toscana al WTM 2025

Queste strategie e i prodotti di punta della "Toscana diffusa" saranno al centro di due eventi stampa.

3 novembre 2025 – Galà Puccini (c/o Brown Hotel): un'occasione speciale organizzata da Toscana Promozione Turistica in collaborazione con la Camera di Commercio Toscana Nord-Ovest e il Festival Pucciniano. Il programma prevede, oltre alla presentazione della regione come destinazione, quella specifica dei territori di Puccini ed un concerto (19.00-19.45) dedicato al grande compositore toscano.

4 novembre 2025 – Evento stampa (ore 15:30 c/o WTM con ENIT): la conferenza stampa sul tema "Radici e Innovazione - Viaggio nel Made in Tuscany" si terrà direttamente allo stand ENIT Italia (Stand: N2-240, N3-200)

Entrambi gli eventi vedranno le presentazioni curate da **Francesco Tapinassi**, Direttore di Toscana Promozione Turistica, e **Clara Svanera**, Coordinatrice delle relazioni internazionali di TPT. Al WTM 2025 saranno presenti anche le DMC delle Comunità di Ambito Turistico di Arezzo, Mugello e Firenze e area fiorentina.

Per informazioni: Clara Svanera. Mail internazionale@toscanapromozione.it. +39 3292554185