



Digitalizzazione, delocalizzazione e integrazione di filiera: le risposte alle trasformazioni del turismo

Dinamiche di mercato e
tendenze future: il settore in
fase di riassetto forzato



I trend strutturali e i fattori di cambiamento del sistema turistico in Toscana

- **Riforma legislativa:** l'impatto delle nuove normative regionali sulla struttura del sistema.
- **Mutamento della domanda:** cambiamento profondo nel comportamento e nelle preferenze dei viaggiatori.
- **Mercato interno intermittente:** la domanda da parte dei turisti italiani risulta più instabile e spesso irregolare.
- **Resilienza internazionale:** il turismo estero funge da contrappeso, pur con delle criticità.
- **Fattori esterni limitanti:** l'instabilità geopolitica globale e il rincaro dei prezzi dei prodotti energetici agiscono come freni alla crescita.



Andamento del mercato turistico in Toscana nel 2025

- **Crescita complessiva:** segno positivo con un incremento di arrivi del 3,5% e del 2,5% di presenze.
- **Traino internazionale:** il turismo straniero cresce del 4,4% negli arrivi e del 3,8% nelle presenze.
- **Mercato interno:** meno dinamico rispetto a quello estero, con +2,3% di arrivi e +0,7% di presenze.
- **Successo delle Città d'Arte:** guidano la crescita con un +6,5% di arrivi e +7,2% di presenze.
- **Espansione del turismo rurale:** ottima performance con un +4,6% di arrivi e un +3,7% di presenze.
- **Flessione del balneare e termale:** in calo sia il balneare (-0,7% arrivi, -1,8% presenze) sia il termale (-1,9% arrivi, -1,2% presenze).
- **Tiene la montagna:** in territorio positivo, con una crescita moderata degli arrivi (+0,8%) e un buon incremento delle presenze (+2,2%).



I fattori di instabilità e le prospettive del mercato a breve termine

- **I driver del cambiamento:** tensioni geopolitiche, rischi del sistema energetico globale e i riflessi sull'economia hanno modificato il comportamento dei viaggiatori.
- **Contrazione della durata:** vacanze estive più brevi per limitare il budget complessivo.
- **Preferite le mete nazionali:** percepite come più sicure in un contesto internazionale di forte instabilità.
- **Shourt-haul europeo:** anche nelle scelte degli europei prevalgono le destinazioni all'interno del continente.
- **Possibile ritorno al «turismo di prossimità»:** con l'aumento dei viaggi vicino casa aumenterà l'utilizzo del mezzo proprio.

Destinazione Toscana: strategie di adattamento per un mercato in mutamento

Innovazione digitale e integrazione professionale per connettere visitatori, produzioni locali e identità



L'adattamento del settore ai cambiamenti del mercato

- **Focus sulle risorse umane:** priorità all'organizzazione dei servizi. In regione il turismo pesa quasi il 19% delle nuove assunzioni, in crescita costante malgrado l'incertezza.
- **Flessibilità dell'offerta:** prevedere proposte per soggiorni brevi e opzioni con servizi limitati per intercettare anche i segmenti più sensibili al controllo del budget.
- **Politiche di vendita:** necessità di introdurre prezzi dinamici, politiche di cancellazione elastiche e messaggi trasparenti sul rapporto qualità-prezzo.
- **Sinergie tra fornitori:** diventa fondamentale creare partnership tra operatori diversi e sistemi integrati di prenotazione per offrire un'esperienza d'acquisto unica e senza ostacoli.
- **Migliorare la qualità percepita delle destinazioni:** passare da una vendita "statica" a un modello dinamico, collaborativo e orientato all'offerta di «esperienze» per facilitare la fruizione del territorio.



Crescita vincolata alla qualità della vita dei residenti e alla promozione della «Toscana diffusa»

- **Evoluzione digitale e professionale:** è un passaggio obbligato verso un modello che investe in tecnologia, dati e competenze professionali elevate.
- **Destagionalizzazione e delocalizzazione:** spostare i flussi dai "grandi attrattori" verso aree turisticamente meno affermate.
- **Tutela della vivibilità:** bilanciare la vitalità economica del settore turistico con la salvaguardia dell'autenticità e della vivibilità dei centri storici.
- **Sostenibilità sociale:** rafforzare l'idea che il turismo debba essere un valore aggiunto per l'intero territorio e non solo un carico per le infrastrutture locali.



Un cambio di paradigma: da destinazioni meno visitate in poli attrattivi per sostenere l'economia tutto l'anno

- **L'interesse per l'undertourism:** sfruttare l'interesse del mercato verso le mete meno affollate per valorizzare territori turisticamente meno affermati.
- **Incentivare le sinergie tra operatori:** l'integrazione tra gli attori della filiera trasforma i singoli servizi in una offerta sistematica, capace di generare maggior valore aggiunto.
- **La politica degli eventi:** una programmazione mirata degli eventi e delle manifestazioni contribuisce a generare flussi turistici anche nei periodi di "bassa stagione".
- **L'evento come volano multisettoriale:** non alimentano solo il turismo, ma attivano altre filiere elevando la qualità dei consumi sul territorio.



Far diventare la vacanza un'esperienza di scoperta del sistema produttivo toscano

- **L'effetto «cuscinetto» del turismo:** in una fase di contrazione della produzione industriale, il turismo continua a sostenere l'economia regionale, attutendo i colpi della crisi manifatturiera.
- **Integrazione settoriale:** il turismo deve diventare un alleato strategico di moda, design, artigianato e di tutti gli altri settori collaterali.
- **Canale di marketing:** il visitatore non è solo un utente di servizi, ma un potenziale cliente e "ambassador" dei prodotti del territorio.
- **Esperienzialità e atelier aperti:** botteghe e aziende devono diventare luoghi visitabili per vendere non solo la loro produzione, ma la storia e l'autenticità del Made in Tuscany.