

Proposta sul Turismo

del

Circolo Lettera 150 - Toscana

Il Turismo in Toscana

In Toscana, lo scorso anno, le presenze turistiche hanno superato il numero di 50 milioni. Questa cifra colloca la nostra Regione al 10° posto su 281 regioni europee e al 2° posto in Italia. I movimenti turistici hanno generato flussi che hanno quasi raggiunto i 10 miliardi di Euro rappresentando così il 13% dei consumi interni e il 6.3% del Pil Toscano. Il turismo toscano riflette un buon bilanciamento fra presenze nazionali, europee ed internazionali. Infatti in questi ultimi anni, si registra che il brand della Toscana non solo ha continuato ad esercitare un forte appeal verso i mercati storici (Europa, Stati Uniti e Giappone) ma ha iniziato ad esercitarlo verso nuovi mercati (Cina, India, Brasile e Russia). I punti di forza della Toscana è ovviamente l'offerta nel segmento Arte. Anche il segmento Affari si è fortemente sviluppato (basti pensare al successo delle fiere Pitti moda). Il segmento balneare è rimasto stabile (molto bene Elba, Forte dei Marmi, spiagge del Grossetano, in appannamento Viareggio). Ha dato un grande contributo alla crescita del turismo il settore enogastronomico. Sul fronte territoriale, Firenze, Siena e Pisa sono le aree che hanno avuto la maggior espansione delle presenze turistiche. Per quanto riguarda la ricettività alberghiera gli Agriturismi e i 5 stelle hanno fatto registrare performance di crescita enormi mentre appaiono meno brillanti le performance della ricettività alberghiera che si colloca nelle categorie più basse. Queste categorie infatti sono quelle che hanno più risentito della concorrenza data da ostelli ed affittacamere che hanno iniziato a rappresentare una alternativa alla ricettività alberghiera tradizionale grazie a piattaforme come Airbnb e Booking.com. La crescita di flussi turistici è da attribuirsi anche al miglioramento della rete di trasporto che collegano la Toscana all'Italia e all'Europa. Si registra infatti sia un efficientamento dei collegamenti ferroviari che, soprattutto, un aumento dell'offerta a livello di compagnie aeree (soprattutto a livello low cost). I punti deboli sono date da un turismo che si accalca eccessivamente nei centri storici di Firenze, Pisa e Siena creando una pressione non sostenibile soprattutto sui cittadini residenti. Un progressivo spopolamento dei residenti sta privando i centri storici della loro anima. Questo fenomeno è aggravato dal proliferare di bed&breakfast, ostelli ed affittacamere che non solo spesso operano al limite della legalità ma che anche spesso non rispettano requisiti minimi di qualità del servizio e di standard di igiene. Queste strutture ospitano per di più un turismo povero, mordi e fuggi, che quasi mai apporta benefici capaci di bilanciare l'eccessiva pressione arrecata sul delicato ecosistema dei centri storici delle città d'arte toscane. Un altro punto di debolezza (anche se meno marcato che in altre regioni d'Italia) è la forte stagionalità dei flussi turistici.

L'effetto del Covid19 sul Turismo in Toscana.

La Regione Toscana aveva preparato un documento sulle prospettive del turismo nel 2020 immaginando uno scenario simile a quello degli anni precedenti¹. Il diffondersi dell'epidemia ha assolutamente reso obsoleto il documento. L'epidemia ha bloccato l'arrivo non solo dei turisti internazionali ed europei ma anche di quelli italiani. Il segmento Affari e Congressi è fermo. Il segmento Arte sta iniziando adesso a riprendersi anche se con grossi vincoli. I limiti imposti dalla legge per contenere il diffondersi dell'epidemia, hanno fortemente impattato sull'offerta alberghiera e su quella della ristorazione. I punti di debolezza persistenti sono diventati evidenti criticità. Senza la usuale massa turistica e senza più i residenti, i centri storici (soprattutto quello di Firenze) sono collassati offrendo uno spettacolo spettrale da day after: negozi e ristoranti chiusi, zero turisti, pochi residenti in giro. L'unico turismo che sembra avrà meno danni dal diffondersi del contagio è quello balneare.

¹<https://www.toscana-notizie.it/documents/735693/1421823/Destinazione+Toscana+2020+documento+strategico/b3c60138-69ac-4dd7-9803-76b7ac3cc0c6>

Prime considerazioni.

Ovviamente nella odierna situazione di crisi non è prospettabile la riproposizione di strategie che, in tema di turismo, edificino sulla prassi abituale. La nostra Toscana si caratterizza per il suo policentrismo e per una straordinaria ricchezza del patrimonio storico, artistico, paesaggistico, il quale ha un carattere diffuso. **I flussi turistici nel futuro devono essere gestiti in modo da limitare gli eccessivi assembramenti nei centri storici delle città d'arte.** Deve essere incentivato un turismo più potenzialmente stanziale, in grado di apprezzare in tutti i sensi le meraviglie toscane, ovunque siano dislocate. **A questo proposito è necessario avviare azioni dirette a far comprendere l'importanza, niente affatto secondaria, di province, zone, campagne e borghi anche meno battuti** (solo a titolo di esempio, la Lucchesia, la Garfagnana e la Lunigiana, il Casentino, la Maremma e il Monte Amiata, etc.). In concreto, **si dovranno rivedere le scelte strategiche che hanno portato a far sviluppare un turismo non sostenibile basato su masse** che si accalcano in tutto sommato piccoli centri delle città più note rispetto ad un turismo più qualificato e alto spendente, più sensibile ed attento ai contenuti culturali enormi che la Toscana può offrire: **il sistema aeroportuale toscano dovrebbe ripartire da questo.** Inoltre, **un impegno intenso andrebbe profuso sia con i grossi Tour operator internazionali,** che movimentano decine di migliaia di turisti per diversificare e implementare l'offerta del prodotto "Toscana", sia **con le principali società crocieristiche** che scelgono i porti toscani per gli attracchi ma che offrono quasi esclusivamente escursioni a Firenze, Pisa e Siena. **L'uso estensivo di strumenti digitali potrebbe permettere non solo di evitare eccessivi sovraffollamenti di centri storici e le code ai musei ma anche proporre un modo "smart" di visitare la Toscana.** Destinazioni culturalmente rilevanti, che fuoriescono dai circuiti tradizionali, possono esercitare un forte richiamo nei confronti del **turismo congressuale** che potrebbe rappresentare il volano per ampliare l'attività lavorativa degli attori anche in periodi di bassa stagione. In questa ottica ben si inseriscono il **turismo di tipo residenziale per anziani** (sia italiano che straniero) che permetterebbe di **ripopolare zone bellissime della campagna toscana che adesso si stanno spopolando e il turismo medicale.** Non solo da difendere ed incentivare il **giro turistico determinato dalla qualificata offerta termale toscana,** ma anche per aiutare i pazienti che si recano in Toscana per sottoporsi a trattamenti medici **il turismo medicale in senso proprio** (la nostra Regione ha un indice di attrazione molto alto, subito alle spalle di Lombardia e Veneto e pari all' Emilia Romagna). Occorre inoltre sostenere al massimo lo sforzo di **preservazione del patrimonio storico, artistico, paesaggistico,** cui si devono dedicare i soggetti, pubblici o privati, che ne siano titolari, destinando a tale scopo i finanziamenti disponibili. Tali finanziamenti sono in generale previsti dal disciplinare del Codice Urbani, applicabile a livello nazionale, ma in tutta la Toscana tali opportunità dovrebbero essere garantite con maggiore attenzione rispetto a quanto fatto in passato, grazie ad un'azione **meno burocratizzata delle Sovrintendenze,** ad una più generosa politica di incentivi della Regione ed ad una **meno ottusa politica fiscale,** soprattutto da parte degli enti locali (parecchi gestori di grandi strutture storiche sono finiti sul lastrico a causa della TARI, la tassa sulla spazzatura che stupidamente si calcola, senza eccezioni, sulla mera volumetria degli immobili). Altra azione da richiedere è l'abolizione/riduzione dell'IMU sulla prima casa, che, per decisione del governo Monti, è tornata a gravare, in modo generalizzato, su questo genere di edifici. Infine il turismo toscano deve mantenere la sua vocazione di accoglienza: si deve **favorire il turismo di tipo familiare** (con sconti rivolti ai gruppi familiari ed offerte per i bambini), deve essere **attento alle necessità dei portatori di handicap.** Non si deve neanche dimenticare da questa rinnovata **offerta turistica gli amanti degli animali:** occorre quindi incentivare al massimo l'offerta pet-friendly. Infine per affrontare la criticità della eccessiva stagionalità turistica si potrebbe **pensare ad una riorganizzazione del calendario scolastico** (nei limiti permessi dalla autonomia regionale). Inoltre, per questo anno, sarebbe opportuno **intervenire a favore dei giovanissimi (dai 6 ai 14 anni),** che sono, assieme agli anziani, la fascia di popolazione più colpita dalla diffusione dell'epidemia, **dando loro la possibilità di partecipare a vacanze (tipo colonie estive)** in cui possano socializzare con i loro coetanei.

Un elenco di proposte

- 1) Sicuramente il documento strategico preparato dalla Regione Toscana è diventato obsoleto. Occorre quindi convocare quanto prima **gli stati generali del turismo** al fine di individuare le principali criticità avvertite dagli operatori turistici e associazioni di categoria. Considerando quanto è veloce l'innovazione tecnologica nel settore sarebbe opportuno **costituire un osservatorio permanente** al fine di essere pronti a reagire ad emergenze come quella provocata dal diffondersi del covid19
- 2) Il turismo del futuro si baserà sempre più sulle potenzialità date dagli sviluppi tecnologici. Anche nel documento strategico 2020 della Regione Toscana questo argomento era trattato ma noi si pensa che si debba andare oltre. Si devono **utilizzare a pieno gli strumenti digitali** e le numerose opportunità che ne derivano. Sia in modo "tradizionale" gestione dei poli museali per evitare file ed assembramenti, gestione razionale e sostenibile dei flussi turistici, sistema informativo diffuso ed efficiente sulle bellezze paesaggistiche, storiche e su itinerari enogastronomiche e su fiere paesane. Ma tutto questo non può bastare: il turismo ed i suoi servizi collegati passano sempre più attraverso i canali digitali, tanto che in Italia il 24% degli hotel ed il 64% dei voli aerei sono prenotati online (fonte "Il mercato del turismo digitale in Italia 2018"). Molta parte di questi servizi passano attraverso canali esteri, come Tripadvisor, Booking, AirB&B, Expedia, E-dreams, Opodo, ecc. vantaggiosi per i turisti italiani sia in termini di qualità di servizio, che di costo. Ma così il sistema paese rinuncia a gettiti fiscali a favore di altri stati dove vigono regimieconomici più vantaggiosi.. La proposta è quindi quella di **realizzare su quei modelli, dei motori toscani di viaggi**, soggetti alla legislazione italiana e che usino manodopera italiana, magari finalizzando una parte di quegli introiti a reinvestimenti sulle altre emergenze del turismo, ossia la rete dei musei e della cultura, la qualità delle città, ecc. **Questi motori si devono differenziare da quelli che sono attualmente usati perché devono essere "intelligenti" in quanto basati sull'AI**. Questo turismo smart deve differenziarsi da quello attualmente proposto. Infatti tanti sono i portali che offrono alberghi, musei, ed altro ma quello che la persona moderna veramente vuole è immergersi in un'esperienza emozionale. Il turista del futuro prossimo venturo, se non già dell'attuale presente vuole vivere il viaggio non da turista tradizionale ma da turista Smart vuole vivere il territorio. Ad esempio se è amante dello sport e del vino non vuole stare a cercare tutte le cose da fare sui portali o perdere tempo a capire se una cantina è aperta o no ma vorrebbe che ci fosse una piattaforma in cui digito "viaggio in Toscana", "interessi sport e vino" "maschio 38 anni inglese" e la piattaforma gli crea degli itinerari speciali tipo di andare alla tenuta del Bargino a bere un Antinori², poi gli organizza un transfer per fare canyoning all'orrido di Botri³ con altre persone e poi una cena prenotata da Adriano a Cerreto Guidi⁴ perché c'è la bistecca che le persone de posto sanno che è molto buona. Ma si può intervenire anche in contesti più "tradizionali" del digitale. Ad esempio è una consuetudine comune all'estero disporre di carte fedeltà dedicate ai turisti, ossia oggetti omnicomprensivi che permettano il trasporto, l'ingresso nei musei, la visita delle mostre e tutto con un unico biglietto, acquistabile online, sul modello per esempio 1-2-3-5-10gg. Una proposta potrebbe essere quella di creare in modo sistematico, soprattutto per le città d'arte, una serie di "Carta Firenze/Pisa/..." oppure **creare una carte unica regionale del turista**. Nel settore del turismo esistono dei precisi trend tecnologici. Prima di tutto l'utilizzo del digitale, come strumento di prenotazione. In linea generale oltre l'80% dei turisti utilizza il proprio dispositivo mobile lungo il journey anche per il pagamento (poco meno di un turista su cinque). Inoltre, la componente mobile sul transato digitale è quella che, rispetto al desktop, presenta la crescita maggiore tra il 2017 e il 2018 (+46%). Anche le recensioni e la condivisione sui social avvengono in particolare da mobile (rispettivamente 38% e 42% del campione di turisti intervistati). La

2 <https://ilreporter.it/sezioni/tendenze/de gustare-un-buon-vino-in-toscana-tra-cantine-e-musei/>

3 <http://www.orriddobotri.toscana.it/>

4 <http://www.ristorantedadriano.net/>

lezione è quindi che si deve **investire su questa nuova tipologia di servizi di servizi** . Inoltre questa carta di servizi turistici permetterebbe di agganciare l'offerta toscana con altri pacchetti nazionali. **Altro trend è quello dei chatbot⁵**, come strumento per entrare in relazione con il turista e offrirgli un servizio a valore aggiunto in maniera efficiente e efficace. Lo studio citato dimostra come sui servizi e le attività esperienziali nel digital tourist journey degli italiani già il 10% dei turisti abbia utilizzato una chat durante l'ultima vacanza, in particolare per richiedere informazioni (40%) e in alcuni casi anche per prenotare o pagare servizi acquistati (poco più del 20%). Anche qui l'utilizzo di questi strumenti estende l'ambito tradizionale dei turisti. Ultimo trend è quello collegato alla **realtà aumentata**, che non si limita al settore dei musei più moderni, ma si intravede in varie applicazioni, alcune delle quali già presenti in alcuni paesi orientali. Tanto per fare un esempio a partire da modelli tipo Pokémon Go (con i cosiddetti PokeStop⁶) sarebbe possibile utilizzare questa tecnologia per guidare i flussi turistici fuori dagli itinerari tradizionali, **attraendo il turista in spazi alternativi e quindi andando a diffonderli su tutta una città o addirittura su altri territori meno densamente popolati di turisti**.

- 3) **Individuare percorsi turistici alternativi ed incentivarli trovare accordi con Tour Operators, compagnie aeree tradizionali e low cost, navi di crociera.** Come notato dall'assessore al turismo toscano Stefano Ciuoffo, a tale scopo si potrebbe usare la capillare rete delle agenzie di viaggio e dei piccoli tour operator toscani . Infatti stabilendo una forma di cooperazione, reciprocamente conveniente, con le istituzioni locali e regionali potrebbero fungere da uffici turistici territoriali promuovendo pacchetti turistici inusuali ed alternativi. Questa nuova offerta deve essere caratterizzata da una visione green ed ecosostenibile ed essere accompagnata da un efficientamento della mobilità interna. Inoltre non può prescindere né dalla nostra storia né dalla potenza che ha nel mondo il brand "Toscana". La nostra regione è ricca di bellezze storiche e paesaggistiche che potrebbero essere combinate da suggestioni date da libri, film e serial TV. Ad esempio, molte possibilità potrebbero essere date perfino dalla notorietà di saghe televisive/cinematografiche. Nella popolare saga Twilight si parla dei volturi⁷ (vampiri di Volterra), e già la città di Volterra propone un tour che combina vampiri e etruschi. Analogamente c'è molta attenzione verso il mondo medioevale (game of Thrones) e la Lunigiana rappresenterebbe un luogo adatto: terra di streghe, castelli e fiere medioevali.
- 4) **Trovare forme per disincentivare forme di turismo non sostenibile e favorire quello alto spendente.** Ad esempio per frenare il proliferare di ostelli e bed & breakfast, paninerie, pub, fast food e kebab si potrebbe pensare alla realizzazione del codice identificativo per le strutture ricettive al fine di porre fine al fenomeno del l'abusivismo nel settore dell'accoglienza extralberghiera. Si potrebbero usare inoltre i recovery bond per introdurre sgravi fiscali e finanziamenti a fondi perduti per riqualificazione hotel e agriturismi finalizzata ad ampliare l'offerta di camere di lusso, offrire training a personale di hotel che intendono riposizionarsi verso servizi di lusso, organizzare tavoli di lavoro con catene di lusso per creare partnership / joint ventures con strutture locali e razionalizzare le attività di marketing coordinate da regione ed enti territoriali al fine di dare maggiore risalto pubblicitario a strutture di fascia medio alta.
- 5) **Incentivare forme di turismo "minore".** Ad esempio **incentivare il turismo congressuale** concordando con le Università e le associazioni di categoria gli interventi più efficaci. In questo ambito si devono stabilire un dialogo che Firenze Fiera che sta ragionando sul turismo congressuale per avviare investimenti importanti sul polo fieristico della Fortezza-Palazzo Congressi e Affari. Risulta poi necessario avere disponibile un' esatta mappatura degli spazi che sono disponibili per meeting e convegni. Molto spesso non si riesce a

5 <https://www.oracle.com/it/solutions/chatbots/what-is-a-chatbot/>

6 <https://www.ridible.com/pokestop-cosa-sono/>

7 <https://www.volterracity.com/6-cose-da-sapere-sui-volturi-i-vampiri-di-volterra/>

conoscere quello che offre la città in termini di sale e spazi che potrebbero essere adibiti a meeting, e convegni. I Comuni, le Università, gli enti pubblici e privati hanno in potenza, decine di grandi spazi o piccole perle per poter ricevere grandi meeting o piccole delegazioni alla ricerca di spazi unici, tesori di straordinaria bellezza, che potrebbero attirare anche un turismo congressuale di nicchia, più attento alla qualità e al brand "Toscana" che al prezzo. Oltre al turismo congressuale, è importante **incentivare il turismo termale e medicale**: Occorre rafforzare la rete di accoglienza per la massa di pazienti (e loro accompagnatori) che provengono da altre regioni per curarsi in Toscana. E' necessaria la sperimentazione di nuovi modelli di assistenza attraverso accordi tra strutture sanitarie pubbliche e aziende termali. Inoltre si deve rafforzare la fornitura di servizi ai pazienti che necessitano di assistenza sanitaria durante la vacanza (dialisi renale, controlli cardiologici, fisioterapie e riabilitazione). In Regione esistono già dei protocolli in tal senso che andrebbero ripresi e pubblicizzati. Sostenere questa tipologia di pazienti creerebbe un notevole indotto e attrae intere famiglie. Non trascurabile sarebbe **l'impatto di un turismo stanziale per turisti stranieri trovando forme per incentivare forme di residenza non abituale per pensionati stranieri**. Il recupero di borghi semi-abbandonati favorirebbe il turismo stanziale (soprattutto durante l'inverno) di persone residenti in paesi EU del nord. Molti di costoro sarebbero felicissimi di passare mesi in Italia, ovviamente, alle giuste condizioni. Infine ha potenzialità (finora non ancora pienamente espresse) **il turismo religioso**. La Toscana è ricchissima, oltre che ovviamente di chiese, di vere e proprie località di richiamo per i cattolici (basti pensare a Camaldoli, La Verna, etc.). Ma si potrebbero generalmente garantire condizioni di accoglienza anche ad esempio per altre religioni, ad esempio quello ebraico. È un turismo che però necessita di alcune cose, tra cui cibo kosher e possibilità di rispettare le festività ebraiche. I proventi consentirebbero il recupero di luoghi ebraici importanti (es. cimitero ebraico di Pisa).

- 6) **Favorire la preservazione del patrimonio storico, culturale, sociale del nostro territorio. Occorre ripensare alla tassazione per dimore storiche, castelli o edifici di particolare bellezza.** Altrimenti condanniamo alla chiusura luoghi suggestivi e di enorme potenziale turistico come ad esempio il Castello di Sammezzano⁸. Occorre **favorire politiche di ripopolamento a favore dei borghi semiabbandonati, con politiche di azzeramento delle tasse ed incentivi per chi decide di stabilirvisi acquistando e ristrutturando**. Il tema del ripopolamento dei borghi è un tema ampiamente affrontato da UNCEM⁹ e da Fabrizio Barca "La Strategia Nazionale Aree Interne"¹⁰, oltre che essere un tema trattato da urbanisti e geografi oltre che economisti. In questo framework si potrebbe immaginare l'intervento dei privati che - in accordo con tour operator - potrebbero offrire soggiorni di lunga durata con assistenza ai turisti più anziani, organizzando in questi piccoli borghi anche occasioni di socializzazione. Significherebbe dare ossigeno a piccoli negozi che resistono sul territorio, e che sono fondamentale per queste località. Va rivisto anche il servizio dei trasporti, magari utilizzando mezzi più piccoli (tipo taxi collettivo) che offrano la possibilità di spostarsi più volte al giorno. Tra l'altro, con l'e-commerce e il lavoro agile molti potrebbero decidere di abbandonare le città, posto che ci siano le condizioni per una vita sociale anche in questi borghi. L'intervento sarebbe quello relativo ad incentivi fiscali. Ossia agevolazioni fiscali per chi trasferisce in Italia la propria residenza, in borghi con meno di 20.000 abitanti. Attualmente tali agevolazioni esistono ma solo se i borghi sono collocati nel mezzogiorno. Se si eliminasse questa limitazione (molto poco sensata), lavorando con l'ecobonus (potenziato dal decreto rilancio) si potrebbero fare, a costo zero, operazioni di recupero, su immobili conferiti dai proprietari in usufrutto, concessi in locazione agli stranieri. Il fisco è risultato essere una leva importante: in Portogallo e Bulgaria hanno ottenuto incrementi residenziali di centinaia di migliaia di persone, senza

8 https://it.wikipedia.org/wiki/Castello_di_Sammezzano

9 <https://uncem.it/>

10 https://it.wikipedia.org/wiki/Strategia_Nazionale_delle_Aree_Interne

nessun progetto strutturato, ma solo una buona promozione. Da notare che in Toscana sono stati già sperimentati con successo strumenti finanziari diffusi come quelli usati per salvare il porto turistico a Piombino¹¹. Questo approccio avrebbe inoltre il vantaggio di essere estremamente attrattivo per fondi di investimento, interessati alla gestione energetica. I vantaggi sarebbero: (i) per i proprietari, di ottenere la ristrutturazione dell'immobile e di metterlo a reddito mediante una struttura organizzata, oltre che di avere le azioni di una società molto patrimonializzata, senza perdere la proprietà; (ii) per gli stranieri, di godere di un vantaggio fiscale e di poter, mediante la partecipazione alla società, annullare i costi di trasferimento, se non addirittura guadagnare; (iii) per il territorio, avere una immigrazione ricca. Inoltre non trascurare, in questo contesto, la possibilità di replicare il modello di Brunello Cucinelli¹² per creare borghi azienda.

- 7) **Sviluppare un turismo accogliente verso tutti i turisti**, senza distinzione di sesso, razza e credi religiosi. Quindi, sia senza alcuna penalizzazione per i **portatori di handicap** ma anche incentivando il **Turismo family-friendly**: non solo nelle strutture ma anche e soprattutto nei musei. Prevedere percorsi dedicati e guidati per i più piccoli, anche con attività pratiche legate alla natura del museo, in modo che gli adulti possano svolgere una visita diversa dai bambini; nei ristoranti, prevedere sempre una zona “family”, e dei menù semplici per bambini a basso costo. Introdurre biglietti familiari con costo quasi azzerato per i figli: dovrebbe essere disponibile per musei, parchi, mezzi pubblici, treni regionali. In questa situazione emergenziale si potrebbe pensare di intervenire a favore dei bambini e dei ragazzi e con il contributo della Regione organizzare slot di due settimane per bambini e ragazzini, in piccoli gruppi, magari recuperando il “gruppo classe”, in campagna, montagna, o al mare, con educatori e possibilità di contatto con la natura. Nell'ottica di intervenire sulla scuola si potrebbe pensare di ridisegnare il calendario scolastico regionale per favorire il turismo anche in bassa stagione evitando di concentrare tutte le vacanze scolastiche a Natale e d'estate. Infine non è da sottovalutare l'impatto del **turismo pet-friendly** soprattutto per le famiglie che si spostano con bambini ed animali.

Conclusioni

Il Turismo in Toscana è troppo importante perchè non ci sia una forte guida a livello regionale che ne guidi lo sviluppo. Le linee d'intervento principali a nostro parere dovrebbero essere:

- un Turismo sempre più digitale, sempre più 4.0. Il turismo del futuro, ma anche quello del presente, non può prescindere dall'evoluzione tecnologica in atto.
- un Turismo diffuso sul territorio e non solo nei centri storici delle città d'arte, in modo da essere un turismo green e sostenibile.
- un Turismo riqualificato. Un turismo che difenda le città d'arte dal turismo mordi e fuggi e punti ad un turismo più alto spendente.
- un Turismo attento anche ai così detti turismi minori (congressuale, della terza età, medicale, religioso)
- un Turismo che sappia proteggere la sua storia sia difendendo che gli edifici storici e sia difendendo gli antichi borghi dallo spopolamento.
- Un Turismo che sappia mantenersi inclusivo (verso le famiglie, verso i portatori d'handicap, verso i bambini, verso gli animali).

¹¹ <http://www.corriereetrusco.it/2019/04/08/piombino-e-nata-la-marina-sul-cagliana-s-a-p-a-benefit/>

¹² <https://www.vanityfair.it/fashion/news-fashion/2018/09/05/brunello-cucinelli-la-casa-di-cashmere-solomeo-anniversario-borgo>