

Digitale, integrato e verde: ecco il turismo del futuro

Le parole d'ordine di "Toscana promozione" al G20 delle migliori spiagge d'Italia. Intercettare le sensibilità emergenti come quella ecologica è la strategia vincente



Francesco Palumbo, direttore di Toscana promozione

Enrico Giovannelli

CASTIGLIONE DELLA PESCAIA. Francesco Palumbo, il nuovo direttore di Toscana Promozione in carica dallo scorso gennaio, al "G20s" cominciato ieri a Castiglione della Pescaia al villaggio di Riva del Sole, ha delineato il futuro del turismo in Toscana. Il summit delle venti migliori spiagge d'Italia, alla seconda edizione dopo quello dello scorso anno a Bibione, è stata l'occasione per aggiornare le strategie turistiche, in un an-

no dove i numeri dovrebbero certificare una contrazione di circa il 2%.

Tre le parole chiave su cui Palumbo ha concentrato l'attenzione degli operatori: sostenibilità, integrazione e competitività. Il direttore del braccio armato della Regione Toscana per la promozione turistica ha parlato di ambiente e tutela delle nostre specificità: «Per rinnovare e rilanciare il turismo balneare italiano e della Toscana – ha detto –, una delle destinazioni al top, serve integrazione e obiettivi

condivisi». Spiega il direttore: «La costa e le isole della Toscana devono saper intercet-

Nel 2030 il settore sarà dei millennial: un segmento su cui puntare da subito

tare le sensibilità emergenti per riuscire a soddisfare le esigenze dei turisti». Integrandosi, intanto, spingendo di più sui canali digitali e esprimendo un messaggio ecosostenibile, che intercetta una nuova e maggiore consapevolezza ambientale. «Dobbiamo prevedere le opportunità e ottimizzare le risorse – dice Palumbo –, difendendo la nostra integrità culturale e promuovendo uno sviluppo ecologico».

Che la sostenibilità ambientale sia uno dei motori del nuovo turismo lo conferma anche il report "sostenibilità di viaggio" di [Booking.com](https://www.booking.com), secondo cui il 55% degli intervistati è determinato a viaggiare in modo più sostenibile. Una sensibilità che si riflette, nel 73% dei casi, sulla scelta dell'alloggio, privilegiando soluzioni eco-friendly. Inoltre il 70% è più propenso a prenotare una destinazione ecologica. Soprattutto la generazione Z, i giovanissimi tra i 16 ai 24 anni, ritengono al 54% che l'impatto ambientale sia determinante nella

scelta di dove trascorrere una vacanza.

Un obiettivo raggiungibile senza dimenticare i collegamenti, sia di tipo fisico sia informatico. Per legare assieme vari tipi di offerta turistica, da quella balneare a quella legata più alla cultura o alle attività sportive, è necessario creare dei percorsi che tengano insieme i diversi territori della nostra regione. Più integrazione, dunque. «Abbiamo bisogno di formule più evolute – dice Palumbo – per innovare la vacanza balneare. Calibrare insomma le esperienze turistiche sui bisogni dei singoli, scoprendo la natura e lo sport, ma anche il turismo cul-

turale ed esperienziale. Il turismo attivo è uno dei segmenti più dinamici: nel 2030 il 50% del turismo sarà degli attuali millennial. Serve investire su questo segmento». Infine per quanto riguarda la competitività, Palumbo ha detto: «Occorre una programmazione costante e coerente. E investimenti nelle start up del turismo, affinché l'Italia recuperi il ritardo con le altre nazioni».

IL PROGRAMMA

Tavoli tematici per progettare

strategie condivise

Oggi il meeting del G20s entra nel vivo. I sindaci e gli addetti ai lavori, si alterneranno sui nove tavoli previsti. Tre le macro aree di lavoro e le sessioni, a cui si siederanno circa 15-20 persone per volta, per confrontarsi su progettualità e casi di studio che abbiano come pilastri la sostenibilità, l'innovazione e l'accessibilità, per tracciare insieme una progettazione strategica per il turismo balneare in Italia. L'obiettivo è arrivare alla definizione di progetti condivisi. Domani la chiusura con le conclusioni.

