



**Citation:** P. Macchia (2021). Ripartire da dove? Il turismo toscano post-Covid19: situazione, prospettive, opportunità. *Bollettino della Società Geografica Italiana* serie 14, 4(2): 65-78. doi: 10.36253/bsgi-1292

**Copyright:** © 2021 P. Macchia. This is an open access, peer-reviewed article published by Firenze University Press (<http://www.fupress.com/bsgi>) and distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

**Data Availability Statement:** All relevant data are within the paper and its Supporting Information files.

**Competing Interests:** The Author(s) declare(s) no conflict of interest.

## Ripartire da dove? Il turismo toscano post-Covid19: situazione, prospettive, opportunità

**How to restart? Post-Covid19 tourism in Tuscany: state, perspectives, opportunities.**

PAOLO MACCHIA

*Dipartimento di Civiltà e Forme del Sapere, Università di Pisa, Italia*

E-mail: [paolo.macchia@unipi.it](mailto:paolo.macchia@unipi.it)

**Abstract.** The present paper offers a preliminary assessment of tourism in Tuscany following the dramatic crisis brought about by Covid19 pandemic. Starting with an outline of the most recent trends in this economic sector, the study draws the attention to the newly arisen forms of tourism in Tuscany with special focus on rural tourism and its impressive development at a regional scale in the last years. Our conclusion is that the case of rural tourism can positively represent a top trend leading Tuscany economy out of the recent pandemic.

**Keywords:** Tuscany, tourism, Covid19, rural areas, agriturismo.

**Riassunto.** L'articolo analizza la situazione del turismo in Toscana all'indomani delle difficoltà dovute alla pandemia da Covid19: dopo avere delineato le tendenze più recenti denotate dal comparto, l'analisi giunge a sottolineare l'importanza delle nuove forme di turismo emerse in Toscana negli ultimi anni, con particolare riferimento al turismo rurale, che ha assunto un peso sempre crescente nel panorama turistico regionale. Lo studio porta a concludere che queste nuove forme di turismo possono costituire una buona base affinché il turismo toscano riparta dopo i difficili mesi della pandemia.

**Parole chiave:** Toscana, turismo, Covid19, aree rurali, agriturismo.

### 1. Un nuovo “anno zero” per il turismo.

“Niente sarà più come prima, dicono in molti. L'impatto del Covid-19 sulle nostre vite, sull'economia mondiale e in particolare sull'economia turistica è stato ed è così forte e profondo che ci siamo più volte chiesti se avessimo senso scrivere un rapporto sul turismo per il 2019, in particolare ahinoi a metà 2020” (Irpel 2020, 7).

Effettivamente, suona molto sconsolata la considerazione che i ricercatori dell'Istituto per la Programmazione Economica e Territoriale della Toscana

pongono all'inizio del consueto rapporto annuale dedicato al turismo nella regione. La pandemia che ha afflitto il pianeta negli ultimi mesi, oltre a causare gravi conseguenze dal punto di vista sanitario, ha anche portato effetti economici e sociali altrettanto devastanti.

E se quasi tutte le attività produttive hanno lamentato danni a livello sia di fatturato che di occupazione, proprio il turismo risulta essere uno dei comparti che ha mostrato le maggiori sofferenze: proprio per la sua natura di essere un'attività voluttuaria che si basa sullo spostamento e sul "contatto con l'altro", esso è stato particolarmente colpito dalle necessità di limitare la mobilità e i rapporti sociali.

Turismo che – non dimentichiamo – risulta d'altro canto essere una delle voci più importanti dell'economia mondiale, visto che "as a worldwide export category, tourism ranks third after chemicals and fuels ahead of automotive products and food. In many developing countries, tourism is the top export category" (UNWTO 2017, 2).

Secondo le stime della World Tourism Organization ([www.unwto.org](http://www.unwto.org)), il 2020 ha visto un crollo del numero di turisti internazionali di circa tre quarti rispetto all'anno precedente, passati da circa un miliardo e mezzo a solamente 380 milioni; ancora peggiore è stato il calo degli introiti, nel 2020 minori di circa undici volte rispetto al 2019.

In sintesi, l'organizzazione stima che il comparto del turismo internazionale sia tornato ai livelli del 1990 ma dobbiamo ricordare che il danno si allarga a tutto l'indotto, anche a quelle attività, quindi, non direttamente turistiche ma a esso legate come i trasporti, la logistica, la ristorazione e via dicendo. Senza considerare, poi, il turismo interno ai vari Paesi, che la UNWTO non prende in considerazione ma che costituisce quasi sempre la fetta principale dei mercati turistici nazionali.

In un quadro europeo che lamenta oltre mezzo miliardo di turisti in meno, il nostro Paese sembrerebbe collocarsi fra quelli meno colpiti dal calo degli arrivi, calo che si attesta al 58%: la effimera ripresa estiva del turismo dall'estero (principalmente dalla Germania) ha in parte attenuato l'andamento negativo. Anche i dati dell'Istat appaiono in linea con le stime UNWTO: complessivamente, tenendo presente il movimento sia domestico che estero, si evince che nei primi nove mesi del 2020 si è verificato un calo degli arrivi pari al 55,9%, che ha dato luogo a una contrazione delle presenze del 50,9% (Istat 2020a).

Certamente, questi numeri appaiono preoccupanti, soprattutto per un Paese come l'Italia ove il settore turistico ha da sempre un peso basilare sulla formazione del Prodotto Interno Lordo: secondo recenti stime (Alivernini et al. 2014), oltre ai circa 50 miliardi di dollari

che l'UNWTO indica come introiti dal turismo internazionale, al complesso delle attività turistiche sono imputabili il 5% del PIL e il 6% dell'occupazione totale e, nel novero del commercio con l'estero, il turismo costituisce storicamente l'unica voce costantemente in positivo<sup>1</sup>.

Risulta perciò evidente come, proprio per la sua importanza strategica nell'economia nazionale, il turismo sia uno dei settori che deve ripartire più in fretta dopo il superamento della fase pandemica acuta e in questa direzione sarà arduo il lavoro di rilancio, il quale dovrà basarsi non solo su politiche di sostegno agli operatori per riprendersi dai danni subiti ma soprattutto su una profonda revisione dell'offerta turistica nazionale che, per le sue caratteristiche storiche, ha tutte le carte in regola per ritagliarsi nuovamente un posto significativo nel mercato globale.

In questa sede, lungi dal voler approfondire i problemi più generali causati dalla pandemia, vogliamo scendere a un livello territoriale minore, analizzando la situazione di una delle regioni italiane maggiormente interessate dal turismo internazionale, la Toscana, che, per la sua storica struttura dell'offerta turistica, può costituire un modello anche a livello nazionale per favorire una ripartenza decisa delle attività turistiche.

Ovviamente, la ripresa da una catastrofe come il Covid di un settore strategico e complesso come il turismo costituisce una delle sfide da affrontare e vincere nel prossimo futuro con strategie e approcci che non sarà facile definire e attuare: il nostro lavoro, quindi, non sarà facile definire e attuare: il nostro lavoro, quindi, non avanza alcuna pretesa in tali ambiti nei quali, peraltro, l'enorme lavoro da fare non può essere svolto da un unico studioso ma deve essere affrontato da *équipe* numerose e multidisciplinari. Quello che in questa sede vogliamo fare è invece ribadire l'importanza dei punti di forza che il turismo toscano denota ormai da parecchi anni i quali, senza ombra di dubbio, devono assolutamente essere tenuti in considerazione nell'elaborazione delle strategie per far ripartire il settore nell'economia della regione.

E il turismo rurale, il turismo verde, il turismo *slow* costituiscono una particolarità assolutamente importante se non anche unica del turismo toscano.

Oltre a ciò, il ridotto spazio che abbiamo a disposizione in questa sede ha impedito di affrontare una serie di problematiche territoriali che si manifestano a corollario del nostro argomentare quali ad esempio il ruolo che tali nuove modalità di fruizione turistica rivestono all'interno dei territori da esse interessati e in particola-

<sup>1</sup> Secondo le stime della Banca d'Italia, il saldo con l'estero in merito alle spese turistiche è in forte territorio positivo, visto che nel 2015 ai 22 miliardi di euro spesi dagli Italiani per i viaggi all'estero rispondono i 35,5 provenienti dai viaggi di stranieri nel nostro Paese.

re nelle aree interne che – come peraltro accenniamo – anche nel caso della Toscana hanno conosciuto decenni di spopolamento, abbandono e declino funzionale.

D'altro canto, per tornare all'argomento che vogliamo affrontare, già negli ultimi mesi sono apparsi lavori e studi, soprattutto in campo internazionale, che si interessano al problema degli scenari che si apriranno per il turismo dopo il periodo pandemico (Brouder et al. 2020; Haryanto 2021): osservando la letteratura, l'impressione che emerge è spesso quella di una serie di considerazioni – talora interessanti e valide – che tuttavia finiscono per analizzare una situazione ancora *in fieri* e – sinceramente – da trattare nelle conclusioni con la dovuta prudenza. Allo stesso modo, risultano talora deficitari, soprattutto per il problema della scarsa disponibilità di dati, gli studi dedicati agli impatti della pandemia sul turismo regionale e nazionale (Carr 2020; Foo 2020; Jaipuria et al. 2021).

Sicuramente più interessanti sono le considerazioni generali che si interrogano su come l'evento pandemico finirà per cambiare il turismo, riflessioni che si inseriscono nel più ampio dibattito volto a comprendere come il Mondo in generale risulterà mutato dopo il superamento dell'epidemia (Gosling et al. 2021). In particolare, sono illuminanti le riflessioni che alcuni studiosi offrono in merito alle modalità con cui il turismo avrà modo di ripartire dopo la pandemia e soprattutto alle opportunità di ripensamento dell'intero settore sconvolto dal virus e quindi obbligato a reinventarsi: "i think the COVID-19 has given the global tourism industry an opportunity to reset" (Nepal 2020, 47). E proprio *reset* è il termine che viene usato più spesso in tali analisi (Brouder 2020) come a sottolineare che i disastri causati dalla pandemia possono – o addirittura devono – costituire un momento di riflessione per un ripensamento globale di un turismo mondiale che negli ultimi decenni viene visto troppo piegato alle logiche del mercato e sempre meno volto a essere quello che la UNWTO predica da anni, ovvero un'opportunità di crescita a livello individuale e un volano di equità e sviluppo per Paesi e popoli ancora lontani dal benessere. In questa direzione vanno diverse riflessioni fra quelle che abbiamo avuto occasione di leggere (Benjamin et al. 2020; Haywood 2020; Nunes, Cooke 2021) senza considerare il fatto che l'evento pandemico e il momentaneo azzeramento dei flussi turistici mondiali offrono anche l'opportunità di riallineare il turismo ai principi di sostenibilità ambientale ma anche sociale che negli ultimi decenni troppo spesso sono stati messi da parte: Hall, così, si chiede se la pandemia "may lead to reorientation of tourism" (Hall 2020, 597) e sulla stessa linea argomentano altri autori: fra questi è interessante citarne alcuni che vedono il ripensamento del turismo strettamente connesso alle

opportunità date dalle nuove forme di fruizione turistica emerse negli ultimi anni e incentrate su forme di turismo verde e *slow* e rivolto a aree poco interessate dai flussi del tradizionale turismo di massa (Iannides, Gyimothy 2020; Niewiadomski 2020).

Proprio queste ultime considerazioni e in particolare quelle di Niewiadomski, che parla di *re-discovery of tourism*, ci fanno da collegamento a quella che vuole essere la nostra riflessione sul turismo in Toscana, una regione che, come vedremo, presenta – e al massimo livello – proprio le caratteristiche che molti autori vedono come quelle su cui è possibile una ripartenza del turismo, un turismo che senza dubbio dalla pandemia risulta fortemente rimaneggiato ma che da essa può anche cogliere l'opportunità di modificarsi e, in ultima analisi, di migliorarsi.

## 2. La particolarità del turismo toscano

Terza fra le regioni italiane per afflusso turistico, la Toscana presenta da decenni una caratterizzazione turistica assolutamente particolare se non addirittura unica nel panorama regionale italiano: la grande eterogeneità, ambientale e antropica, che interessa ogni lembo del suo territorio, fa sì che la Toscana si presenti come una vera e propria "regione di regioni" (Cori, Da Pozzo 2012), ove le peculiarità dovute alla morfologia del territorio e soprattutto alle complesse vicende storiche hanno finito per dare luogo a una grande quantità di elementi che hanno assunto il valore di vere e proprie risorse turistiche, da decenni apprezzate da una clientela vasta ed eterogenea.

Pur non potendo approfondire la storia del turismo toscano (Berrino 2011; Cori, Da Pozzo 2012), quello che colpisce nell'evoluzione delle pratiche turistiche nella regione è il loro carattere variegato e complesso, che ha sviluppato frequentazioni volte a fruire di risorse di diversa natura (da quelle storiche e artistiche a quelle paesaggistiche, da quelle termali a quelle balneari fino a quelle legate alla campagna e all'enogastronomia) e a dar vita a quella grande attrattività oggi osservabile nei confronti della domanda turistica nazionale ma soprattutto di provenienza estera: col risultato che non è affatto esagerato definire il turismo toscano come "un turismo di portata veramente mondiale" (Cori, Da Pozzo 2012, 312).

Oltre a ciò, appare significativa – e probabilmente vincente – anche un'altra caratteristica osservabile nelle recenti evoluzioni del turismo toscano, ovvero una spiccata capacità nel cogliere i mutamenti della domanda in particolare estera e nel riuscire a organizzare in tempi relativamente brevi un'offerta che risponda a tali esigenze.

Il riferimento è alle evoluzioni che il turismo regionale ha denotato negli ultimi decenni e che fanno forza soprattutto sulla valorizzazione dei contesti rurali e collinari, caratterizzati da una pluridecennale marginalizzazione economica e precedentemente poco o nulla interessati dai flussi turistici.

Il turismo, come sappiamo, è un'attività sì economica, volta alla vendita e al consumo di un prodotto, ma che allo stesso tempo deve molto agli aspetti culturali e sociali, importantissimi nella formazione di una domanda turistica e, a monte di essa, delle esigenze appunto culturali che ne stanno alla base.

I grandi cambiamenti che hanno interessato le società occidentali nell'ultimo quarto del Novecento, quali l'industrializzazione, la globalizzazione, la generale velocizzazione del Mondo e degli stili di vita, hanno prodotto anche una serie di inquietudini e difficoltà in seno alla società: come ricorda Paul Claval, "la mondializzazione dell'economia e i progressi delle comunicazioni cambiano radicalmente le condizioni di vita e rompono gli equilibri di molte società...la modernizzazione è avvenuta in modo così rapido nel corso degli ultimi trent'anni che gli adeguamenti psicologici richiesti non hanno ancora avuto luogo" (Claval 2002, 45).

Tutto questo ha stimolato nella società nuove esigenze, volte a cercare per così dire rimedio agli stress e alle inquietudini provocati da tali mutamenti e il turismo è subito apparso come una delle "vie di fuga" per eccellenza: una parte della domanda, così, ha iniziato a vedere il turismo non più come un semplice bene di consumo ma come un mezzo per alleviare le difficoltà legate alla crescente competitività e ai ritmi sempre più veloci della vita contemporanea. La domanda di tempi lenti, di contatto con la natura, di cibo sano, di riscoperta dei rapporti sociali è un qualcosa che serpeggia in modo sempre più evidente nella domanda di turismo di fine Novecento e inizio XXI secolo (Macchia 2015).

Questa nuova tipologia di domanda ha trovato un terreno fertilissimo proprio in Toscana, ove i ricordati caratteri paesaggistici, storici e culturali si sono dimostrati perfetti nel costruire un'offerta turistica che andasse in questa direzione.

In particolare, è risultato basilare il ruolo centrale che la campagna ha sempre avuto nell'organizzazione territoriale toscana fin da tempi molto lontani, campagna nella quale spicca «la presenza un po' dappertutto, di edifici persino più belli, dal punto di vista architettonico, e talvolta persino più curati di quelli cittadini» (Doccioli 1991, 170-171).

In Toscana, di conseguenza, accanto alla storica vocazione legata al binomio arte-mare (con un certo sviluppo, in tono minore, del turismo termale), si sono

affiancate nuove forme di fruizione turistica, questa volta incentrate non sui principali poli di attrazione tradizionali ma su quei territori ubicati soprattutto nelle aree collinari dell'interno della regione.

Lo sviluppo del turismo rurale e collinare, inizialmente timido e limitato alle aree più vicine ai maggiori luoghi turistici (prima fra tutte il Chianti ma anche certe zone della collina litoranea a ridosso della costa livornese) ma ben presto più consistente ed esteso a tutte le province toscane, ha finito per ridisegnare il turismo regionale, avendo come effetto il coinvolgimento nelle attività turistiche di aree afflitte da decenni di spopolamento e marginalizzazione economica e funzionale: si tratta di un processo non semplice e pieno di ostacoli, non fosse altro per la costruzione e l'organizzazione di un'offerta turistica capace di rispondere alla nuova domanda e questo in termini sia di strutture materiali e infrastrutture che in merito alla più importante "cultura dell'accoglienza", che è inevitabilmente alla base del successo di qualunque attività turistica.

Il territorio, come è noto, denota forze di inerzia molto spiccate e gli effetti di cambiamenti sociali ed economici, anche di portata strutturale, talora impiegano decenni per mostrare i loro effetti tangibili; e questo è tanto più vero se si tratta, come nel caso delle aree collinari, di contesti fortemente statici da decenni, nei quali gli unici aspetti di mutamento sono stati i devastanti fenomeni di marginalizzazione.

D'altro canto, come vedremo, il consolidamento ormai pluridecennale delle tendenze turistiche di cui parliamo inizia a vedersi in modo evidente sia osservando i mutamenti dell'assetto territoriale che leggendo i dati che abbiamo a disposizione.

In particolare, la nostra analisi vuole basarsi sulle lunghe serie statistiche che la Regione Toscana ha prodotto sul turismo e che permettono di coprire, fino al dettaglio comunale, il quarto di secolo a noi più vicino, a partire dal 1993: i dati (di non facile reperimento nella loro interezza e continuità) che abbiamo ottenuto dagli uffici regionali mostrano il movimento turistico, nelle componenti italiana e straniera, registrato nei comuni della regione fra 1993 e 2019, rendendo possibile, proprio grazie alla lunghezza della serie e alla ridotta scala territoriale, un'analisi dettagliata dell'andamento del turismo toscano a cavallo della fine del XX secolo. In campo metodologico, dobbiamo segnalare gli aggiustamenti statistici che abbiamo dovuto effettuare a causa dei riassetti amministrativi che negli ultimi anni hanno portato i comuni toscani a scendere da 287 a 273, rendendo problematico il confronto con gli anni precedenti; allo stesso modo, si è avuta una radicale risistemazione della zonizzazione facente capo alle Aziende di Promozione



Figura 1. Arrivi (a sinistra) e presenze (a destra) in Toscana (1993-2019). Fonte: nostra elaborazione su dati Regione Toscana.

Turistica della Regione, nel 2010 sopresse e riunite in un'unica agenzia regionale (Toscana Promozione).

Al pari di quanto avvenuto in tutto il Paese, anche in Toscana il 2020 ha costituito per il turismo un vero e proprio *annus horribilis*: per quanto non esistano ancora dati completamente validati riferiti all'intero anno, le stime offerte dagli uffici regionali e da alcuni istituti di ricerca valutano per la Toscana un calo del numero di turisti superiore al 60%, che ha portato a un decremento delle presenze del 55,8% (Centro Studi Turistici di Firenze 2020). Le prime valutazioni dell'Irpet, inoltre, stimano una perdita monetaria compresa fra i 4 e i 7 miliardi di euro (Irpet 2021a e 2021b): le situazioni peggiori hanno interessato le città d'arte della regione e in particolare Firenze, ove le presenze sono crollate di oltre tre quarti rispetto al 2019. Allo stesso modo, sono state particolarmente colpite le aree storicamente più attrattive sui flussi internazionali, come testimonia (oltre al caso fiorentino) la contrazione che ha interessato il Chianti e l'area collinare lungo la costa livornese. Viceversa, le diminuzioni appaiono minori lungo tutto il litorale, in particolare nella costa apuana, maremmana e nell'Arcipelago, che si caratterizzano per un turismo prevalentemente nazionale. Allo stesso modo, anche alcune aree collinari interne (nel Pisano, ad esempio) appaiono meno toccate dalla recessione.

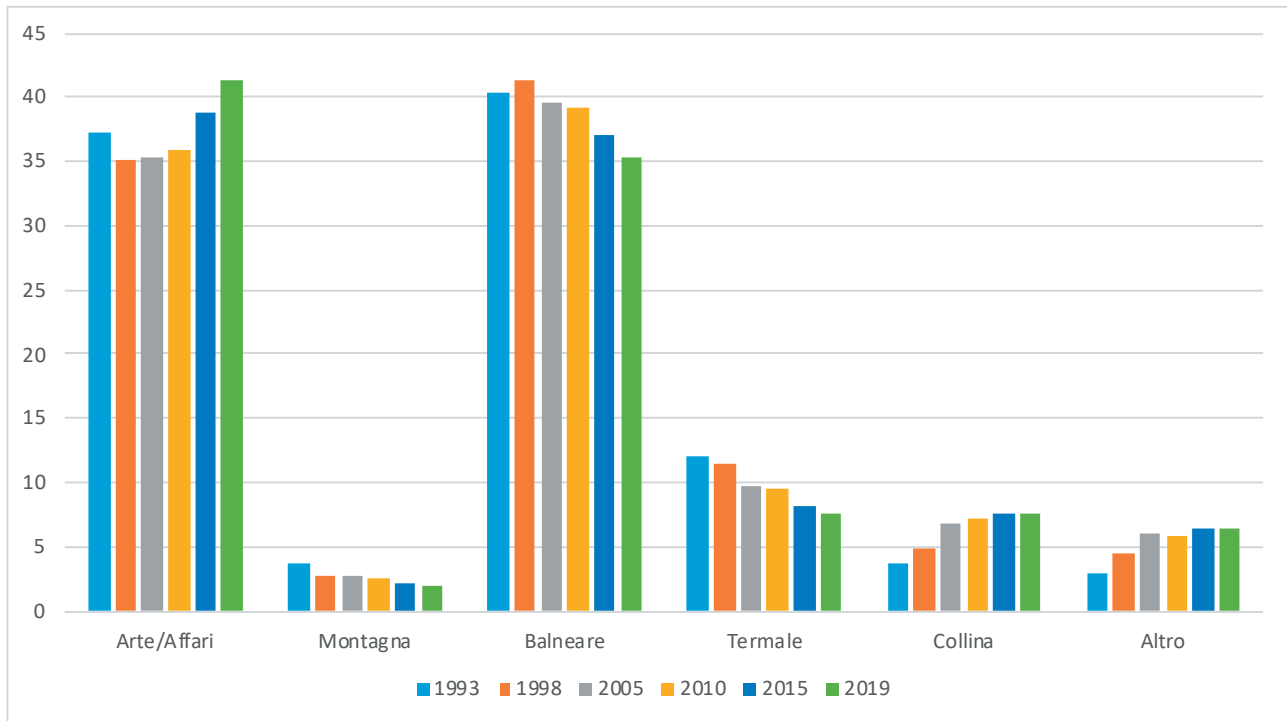
Questi dati migliori dipendono senza dubbio dalla breve ripresa dei flussi turistici avvenuta durante i mesi estivi, periodo in cui la pandemia appariva in fase di ridimensionamento e, di conseguenza, è ricominciato un certo movimento turistico, svolto prevalentemente da Italiani e diretto alle classiche località balneari e di villeggiatura rurale. Oltre al mare, che costituisce da sempre la meta privilegiata del turismo estivo nazionale, è interessante notare come le destinazioni collinari siano state scelte da molti ospiti, anche in considerazione del vantaggio di offrire un ambiente aperto, poco affollato e quindi avvertito come più sicuro per mantenersi il più possibile al riparo dai rischi di contagio.

### 3. Il turismo toscano nelle sue evoluzioni recenti

Ma lasciando da parte l'ultimo travagliato anno e i disastri causati dalla pandemia, la prima impressione che emerge analizzando le serie statistiche a nostra disposizione è una sostanziale continuità rispetto alla storica struttura del turismo toscano, sia pure con alcuni interessanti segnali di novità (Irpet 2020): considerando innanzitutto l'andamento degli arrivi e delle presenze (Fig. 1), si nota che nei 26 anni considerati (1993-2019) i visitatori nella regione sono più che raddoppiati, con un aumento medio annuo assai costante e pari a circa il 4,2%; dal canto loro, le presenze hanno visto un incremento ancora più marcato (78,4% ovvero 3% all'anno). Questo *trend* ha portato nel 2019 a superare i 14,5 milioni di visitatori, consolidando anche l'altro aspetto che ormai da molti anni caratterizza il turismo toscano, ovvero la prevalenza dei turisti provenienti dall'estero, che nel 2019 sono stati il 54,8% del totale<sup>2</sup>.

Considerando la distribuzione delle presenze relativamente alla tipologia delle risorse turistiche (Fig. 2), si nota che, al di là delle variazioni nel breve periodo che possono avere anche spiegazioni congiunturali, a livello di tendenza generale sembra tenere nettamente il binomio arte/mare, che raccoglie ancora la parte più cospici-

<sup>2</sup> "La realtà è che negli ultimi anni la Toscana, pur crescendo a un ritmo apprezzabile si è comportata da regione turisticamente matura, quale è, mantenendosi leggermente al di sotto del movimento turistico nazionale, anche perché aveva tenuto meglio negli anni duri della crisi, grazie alla spinta della componente estera" (Irpet 2020, 17). D'altro canto, proprio il 2019 ha mostrato una certa debolezza dei flussi in arrivo dall'estero (a differenza della componente domestica, particolarmente vivace) e soprattutto dall'Europa Occidentale, con conseguente contrazione delle presenze in quelle tipologie e in quelle aree maggiormente frequentate dagli stranieri: a conferma di questo, il 2019 registra una stagnazione delle destinazioni balneari e collinari, queste ultime per la prima volta dopo anni di decisa crescita. "Gli ambiti rurali e collinari perdono il 2,5% delle presenze proprio a causa della diminuzione degli stranieri in particolare europei occidentali" (Irpet 2020, 8).



**Figura 2.** Presenze in Toscana per risorsa turistica (1993-2019). Fonte: nostra elaborazione su dati Regione Toscana.

cua delle presenze regionali: nel 2019, così come nel 1993, i turisti sono attratti per circa tre quarti da queste due risorse.

Quello che semmai si evince è un certo indebolimento della componente marina a vantaggio del turismo diretto alle città d'arte, che si rafforza sensibilmente (dal 37,2% del totale del 1993 al 41,3% del 2019): questo andamento, oltre a ribadire la centralità (e forse anche la priorità) delle risorse storico-artistiche in Toscana, è in linea con quanto accade a livello nazionale, ove la risorsa balneare, da sempre basilare nel panorama turistico italiano, negli ultimi decenni mostra segnali di ridimensionamento a causa della concorrenza di nuove mete (dalla Spagna alla Croazia fino all'Egitto e alle numerose destinazioni esotiche), favorite da prezzi più bassi e da un'accessibilità in continuo miglioramento.

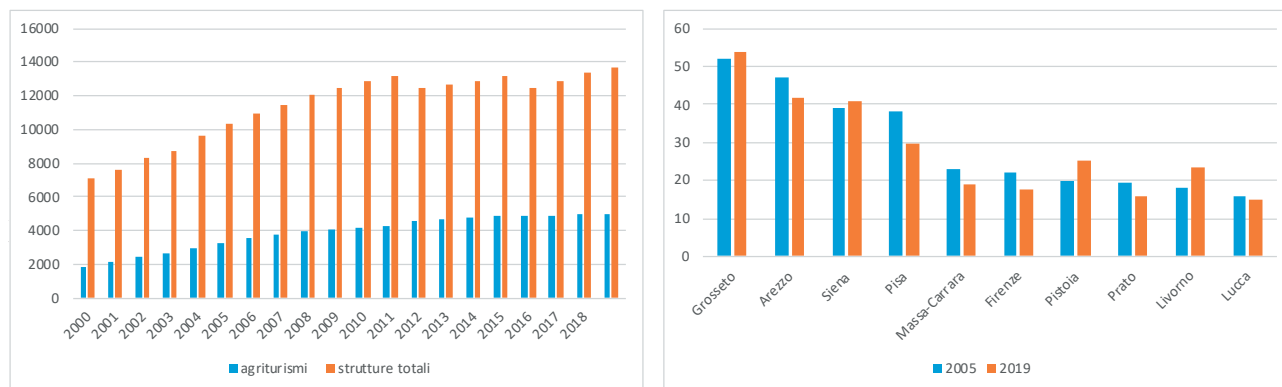
Il turismo toscano, così come quello nazionale, tiene soprattutto grazie ai cosiddetti "siti eterni", ovvero alle risorse uniche e localizzate di cui l'Italia e la Toscana sono particolarmente ricche.

Proseguendo nell'analisi, non sorprende nemmeno la netta contrazione che ha colpito il turismo termale (passato dal raccogliere il 12% delle presenze nel 1993 ad averne solamente il 7,6% 26 anni dopo) e che testimonia come la rifunzionalizzazione del termalismo ancora non ha condotto a quel risolutivo passaggio da un turismo

curativo a un turismo del benessere che sicuramente potrebbe essere il principale motivo di rilancio di questo storico comparto.

Fra le risorse minori, colpisce il costante rafforzamento delle destinazioni collinari, il cui peso sul totale delle presenze regionali raddoppia, passando dal 3,7% al 7,5% mentre, a un blando calo del turismo montano, fa da riscontro un aumento delle presenze dovute ai viaggi con altre motivazioni.

Senza concentrarci sulla distribuzione territoriale delle presenze, vogliamo soffermarci su un aspetto che appare a prima vista secondario ma che a ben vedere è assolutamente in linea con quanto appena detto: considerando infatti l'andamento della consistenza degli esercizi ricettivi nella regione, si nota come nel venticinquennio esaminato emerge la netta tendenza all'aumento delle strutture extra alberghiere, la cui consistenza è più che decuplicata al contrario di quanto accade per gli alberghi, che invece sono diminuiti di numero. Con la conseguenza che l'offerta turistica regionale, già nel 1993 composta per tre quarti da strutture non alberghiere, 25 anni dopo vede crescere il peso di queste ultime ad oltre l'83% della ricettività totale. Ed è altresì interessante notare come i principali aumenti abbiano interessato le province dell'interno (Firenze e Siena in testa) e quelle più meridionali (Grosseto), cioè le stesse nelle quali si



**Figura 3.** Consistenza delle strutture agrituristiche toscane in relazione alle strutture ricettive totali fra 2000 e 2019 (a sinistra); andamento delle strutture agrituristiche nelle province toscane nel 2005 e nel 2019 (a destra). Fonte: nostra elaborazione su dati Regione Toscana.

l'appunto, la Toscana), il comparto agriturismo inizia a rafforzarsi nel decennio successivo (Doccioi 1991; Telle-schi 1992 e 2012) quando viene anche emanata la prima legge quadro in materia (1985).

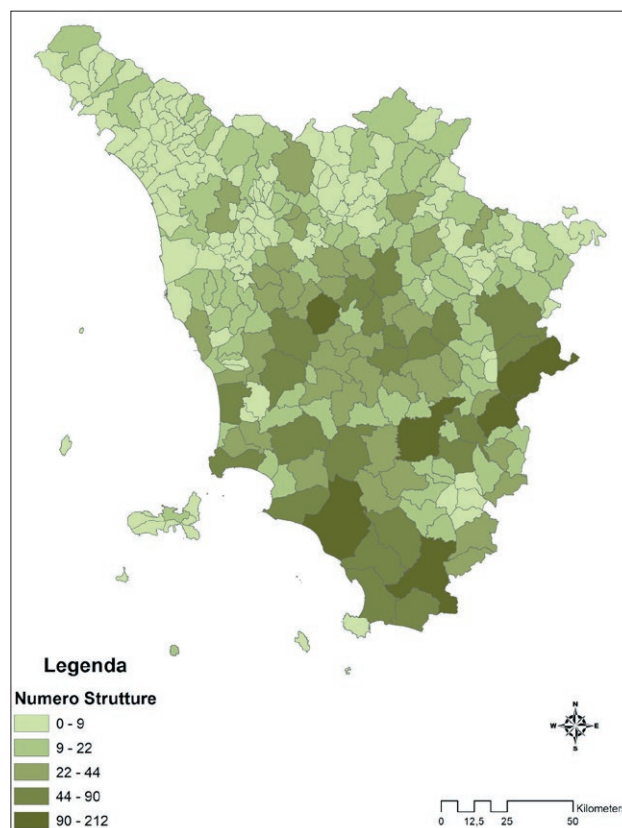
In pochissimi anni le aziende agrituristiche toscane vedono crescere notevolmente il proprio numero e la capacità di attrazione su flussi sempre maggiori di domanda, ponendosi come capofila nazionale di questa novità turistica: attualmente (alla fine del 2019), le strutture agrituristiche censite dall'Istat in Toscana sono oltre 5.000 e costituiscono oltre un quinto del totale nazionale<sup>3</sup>. La Toscana, oltre a ciò, è la regione italiana che continua a registrare la crescita maggiore di questo comparto, a ritmi sostenuti (Fig. 3, grafico a sinistra), caratterizzandosi come il territorio nel quale la presenza di strutture agrituristiche appare più diffusa e capillare: se a livello nazionale il 62,6% dei comuni ospita almeno un agriturismo, tale quota in Toscana supera addirittura il 97% (Istat 2020b).

Effettivamente, come si nota in Fig. 3 (grafico a destra), è interessante osservare come le strutture agrituristiche costituiscano una parte consistente della ricettività proprio nelle province più meridionali della regione, quelle peraltro maggiormente caratterizzate da territori collinari: guardando poi il cartogramma in Figura 4, si apprezza la concentrazione della ricettività agrituristica proprio in tali aree (province di Arezzo, Grosseto, Siena, Livorno e sud della provincia di Pisa).

D'altro canto, è importante anche sottolineare il carattere di dinamicità che accompagna fin dai suoi albori l'accoglienza nelle aziende agricole: originariamente sorta per dare risposta a nuovi settori della domanda e quindi di per se stessa dotata di una notevole carica

giore propensione di queste aziende a sposare metodi di coltivazione biologica e comunque a sperimentare continue innovazioni nella conduzione. E anche in questo la Toscana appare la regione italiana maggiormente vivace.

Con la conseguenza che è stato notevole l'aumento dei turisti ospitati nelle strutture agrituristiche: sempre



**Figura 4.** Distribuzione degli agriturismi nei comuni toscani (2019). Fonte: nostra elaborazione su dati Regione Toscana.

<sup>3</sup> Per comprendere l'importanza della Toscana in questo comparto, basti pensare che la regione da sola ha un numero di strutture superiore a tutto il Mezzogiorno d'Italia nel suo complesso.

in accordo con l'Istat, nel 2019 sono stati oltre un milione gli ospiti che hanno scelto in Toscana di alloggiare in agriturismo, per un totale di oltre 4,3 milioni di presenze. Nel complesso, la quota di presenze registrate in queste strutture è passata dal 3% del totale del 1988 al 7% del 2013 fino a poco meno del 9% all'ultima rilevazione: e se si pensa come l'analogo dato a livello nazionale supera appena il 3%, è facile rendersi conto dell'importanza che tale comparto assume all'interno del sistema turistico toscano<sup>4</sup>.

L'importanza del turismo rurale e la sua rapida affermazione nel panorama dell'offerta turistica toscana appare particolarmente importante per le implicazioni territoriali cui essa sembra dare luogo, implicazioni che non esiteremmo a definire strutturali se non addirittura rivoluzionarie: in sintesi, quello che sembra accadere negli ultimi anni è una rivalorizzazione territoriale promossa dal turismo in aree sconvolte da decenni di spopolamento e marginalizzazione, decenni che, soprattutto a partire dal secondo dopoguerra, hanno portato una ampia porzione del territorio regionale ad essere esclusa dai principali processi di evoluzione e progresso (Macchia 2019). Lo spopolamento rurale, causato dal crollo del sistema mezzadrile e dal contemporaneo processo di industrializzazione dei fondovalle, ha condotto a una inesorabile marginalizzazione, che ha visto la popolazione invecchiare, le attività tradizionali scomparire, il territorio stesso soggetto a fenomeni di abbandono e di sfacelo dei secolari assetti.

Ma la Toscana, grazie al suo complesso *background* culturale e materiale, fatto di un armonioso connubio fra arte, tradizione, paesaggio, ha saputo cogliere le occasioni provenienti dai più innovativi settori della domanda turistica soprattutto estera, una domanda che cercava proprio quei caratteri di cui la regione è tradizionalmente ricca.

A quel punto, molti territori della Toscana "più profonda" e appartata (o meglio, inizialmente un piccolo manipolo di operatori e amministratori illuminati, se non addirittura "visionari") si sono resi conto di possedere tutti i requisiti materiali e immateriali per costruire un'offerta in grado di rispondere efficacemente alle nuove istanze della domanda.

Nonostante una comprensibile difficoltà iniziale, dovuta non tanto all'inadeguatezza materiale della ricettività quanto piuttosto alla mancanza di una mentalità votata all'accoglienza da parte di territori nei quali ciò era totalmente sconosciuto, gradualmente il turismo ha

iniziato a coinvolgere aree esterne a quelle interessate dai tradizionali flussi di visitatori, a cominciare, come abbiamo accennato, da quelle più vicine alle principali località turistiche e da quelle che possiamo definire più "iconicamente toscane", nelle quali cioè si manifestano in modo più evidente quei caratteri paesaggistici avvertiti come tipici dall'immaginario turistico soprattutto straniero.

Queste zone sono ben presto diventate il traino di un processo ben più generalizzato, che ha finito per coinvolgere quasi la totalità del territorio collinare toscano, concretizzando ed espandendo quella "proiezione delle residenze turistiche verso l'interno" (Vecchio 1986, 387), quella "risalita della domanda di residenze dalla costa verso i centri e le dimore isolate del retroterra" (Leoncini, Vecchio 1983, 344), già percepibili negli ultimi decenni del secolo scorso<sup>5</sup>.

La pratica di per sé non è affatto nuova in una regione come la Toscana, nella quale da tempo memorabile "la campagna ha sempre goduto di una notevole forza di attrazione e di un rilevante prestigio anche sul piano dell'abitare" (Doccioli 1991, 170) e sono note, d'altra parte le frequentazioni rurali delle famiglie più ricche che passavano buona parte dell'anno nelle residenze di campagna. Ma in questo contesto, nel quale "la frequentazione residenziale della campagna è un aspetto della tradizione toscana" (Doccioli 1991, 171), la novità è l'innestarsi sempre più massiccio della domanda proveniente dall'estero che, in definitiva, ha dato il via al più generale processo di rivalutazione degli ambienti rurali a fini turistici che oggi caratterizza buona parte del territorio collinare toscano.

Gli stranieri, a più riprese pionieri della frequentazione della campagna toscana, hanno colonizzato aree sempre nuove, alla ricerca di territori ancora poco noti e per questo percepiti come più aderenti all'originarietà della tradizione toscana: inglesi e tedeschi in particolare, sia pure con caratteri diversi fra loro, hanno dato vita a un continuo susseguirsi di acquisti e ristrutturazioni di edifici rurali ed è interessante, al proposito, quanto riporta Telleschi, secondo cui "una certa signora Derlin, inglese, nel 1972 decide di vendere la proprietà in Toscana perché accanto a lei vivono ormai troppi inglesi" (Telleschi 1992, 50). E se il Chianti e le colline intorno a Firenze costituiscono il terreno iniziale in cui

<sup>4</sup> Si noti, inoltre, che nel 2019 la Toscana ha raccolto il 27% dei turisti totali che hanno soggiornato in agriturismo in tutto il Paese, assumendo una quota delle presenze pari al 30,7%.

<sup>5</sup> "Queste aree che per lungo tempo erano state considerate come le più penalizzate e le più svantaggiate vengono ora rivalutate complessivamente. Assumono nuova importanza le microrisorse locali e le attività artigianali, commerciali, di servizio, culturali, agricolo-forestali, di vigilanza ecologica, di educazione ambientale ecc...la crescente domanda di risorse ambientali sembra oggi garantire una solida base per organizzare un processo di tutela e di valorizzazione delle medesime aree" (Naef 1989, 243-244).



si manifestano questi processi<sup>6</sup>, ben presto ciò si amplia a coinvolgere nuove aree a cominciare, come detto, dalla collina litoranea della Maremma Pisana, ove si insedia una comunità sempre più numerosa di turisti provenienti dalla Germania, dalla Svizzera e dai Paesi Bassi: in quest'area, antichi borghi come Montescudaio, Casale Marittimo, Bolgheri, Castagneto Carducci, Campiglia Marittima, Suvereto, sviluppano rapidamente una nuova cultura dell'accoglienza, finendo per cogliere in tempi assai rapidi le nuove opportunità date dalla presenza di un numero sempre maggiore di turisti. Turisti che in molti casi si trasformano quasi in residenti, grazie al loro trascorrere nelle proprietà della zona lunghi periodi dell'anno anche al di fuori delle consuete stagioni della villeggiatura, finendo, in molti casi, per riorganizzare tenute e spazi agricoli riattivando produzioni tradizionali soprattutto di vino e olio.

Contemporaneamente – e non a caso, diremmo –, queste aree mostrano anche profondi segnali di rivitalizzazione relativamente al rilancio di molte produzioni tipiche, che in pochi anni vengono svecchiate e adeguate ai nuovi standard di mercato: emblematico è il caso delle produzioni vinicole che, proprio nelle colline litoranee della Maremma Pisana, giungono a successi di rilievo internazionale, come testimonia l'ascesa di etichette ormai celeberrime come il Sassicaia e l'Ornellaia. Nell'area di Bolgheri, infatti, grazie a notevoli impegni finanziari e tecnici, vengono creati i *Supertuscans*, in breve tempo entrati nel novero dei vini più apprezzati a livello mondiale (Santini 1999; Fini, Hunyadi 2000).

Interessante in questa direzione è poi l'esperienza degli Ecomusei, particolare categoria museale che prevede un fortissimo legame col territorio e le sue tradizioni: essi, assieme ai musei diffusi e alle nuove forme di trasmissione ed esposizione delle culture locali, costituiscono senza ombra di dubbio un importante veicolo di fruizione turistica delle aree più marginali e meno conosciute contribuendo quindi alla rivalorizzazione dei territori meno toccati dai flussi del grande turismo. In Toscana, in particolare, nel 2020 la Regione riconosceva ben 23 Ecomusei distribuiti in tutto il territorio regionale che nel corso del 2019 hanno registrato circa 35mila visitatori (Regione Toscana 2021).

La particolare combinazione fra crescita dell'interesse turistico (che ben presto inizia a coinvolgere anche larghe fette di domanda nazionale) e fermenti di rivitalizzazione delle attività agricole tradizionali in direzione di un netto miglioramento organizzativo e

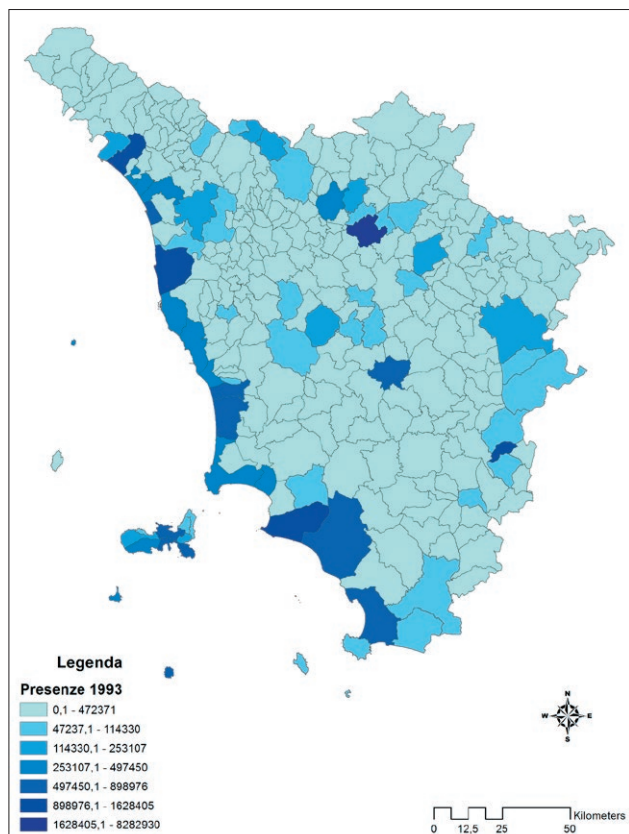
qualitativo delle produzioni induce una crescita anche nelle attività legate alla promozione di tali produzioni e – di conseguenza – alla ristorazione. Sorgono così numerose attività che a loro volta innescano lo sviluppo di quell'offerta enogastronomica che in breve tempo diverrà consistente in molte aree del territorio regionale (Mazzanti 2011): ristoranti tipici, strade del vino, cantine visitabili, rivendite di prodotti locali, eventi e manifestazioni sono solo alcuni degli aspetti in cui si evidenzia questa nuova declinazione dei territori rurali più appartati in chiave turistica.

In sintesi, anche se chiaramente i numeri di queste nuove forme di fruizione turistica appaiono ancora contenuti soprattutto se raffrontati a quelli in cui si esprimono le più importanti tipologie turistiche regionali, resta il fatto che la loro comparsa e la loro rapida ascesa hanno contribuito a rivoluzionare la fisionomia geografica del turismo regionale e hanno condotto a una nuova fase nei processi territoriali in atto nelle aree collinari e più appartate della Toscana.

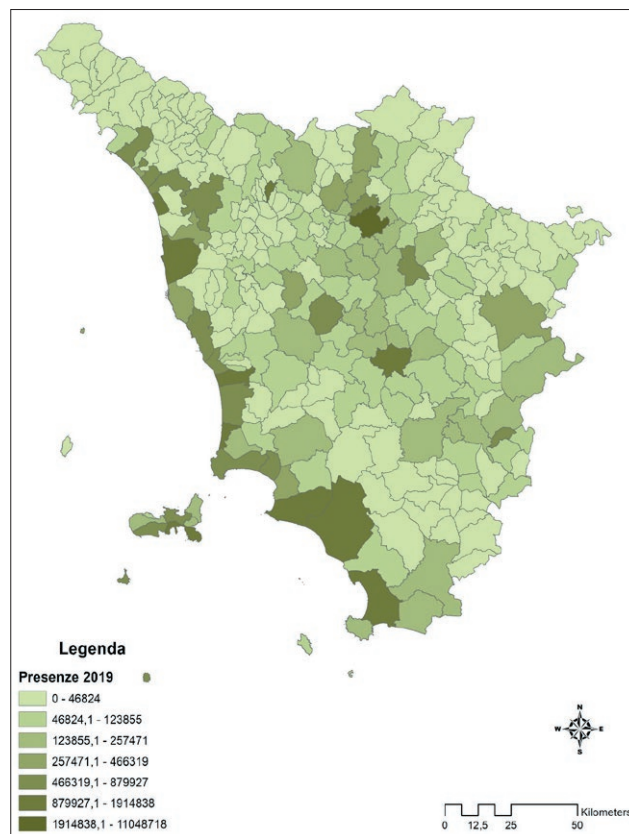
Ovviamente, il turismo toscano rimane fortemente incentrato, come abbiamo sottolineato, sul binomio tradizionale arte/mare, che nel 2019 raccoglie ancora più dei tre quarti delle presenze nella regione, ma è indubbio che l'ascesa delle nuove forme di turismo legate alla campagna ha iniziato a mutare la distribuzione territoriale dei flussi e a coinvolgere aree sempre nuove nelle attività di accoglienza e ospitalità. Se innanzitutto osserviamo la semplice distribuzione delle presenze turistiche nei comuni della regione ai due estremi dell'arco temporale che stiamo esaminando (1993 e 2019), emerge come sia cresciuta l'affluenza proprio nelle aree dell'interno a prevalente morfologia collinare: dal confronto cartografico (Fig. 5 a e 5b) si evince con chiarezza tale tendenza. In particolare, tale crescita, oltre a interessare alcuni comuni litoranei (principalmente quelli di seconda generazione balneare nelle province di Livorno e Grosseto), sembra concentrarsi nelle aree collinari dell'interno (Mugello, Chianti, Valdelsa, Valdera, Val di Cecina), ove alcuni comuni denotano veri e propri *exploit* turistici concentrati soprattutto nelle strutture extra alberghiere e in particolare nel comparto agriturismo.

L'impressione di una tendenza alla redistribuzione in territori sempre più vasti dei flussi turistici è confermata anche dalla Tabella 1, che mostra la percentuale di presenze raccolte dai primi dieci comuni della regione nel 1993 e nel 2019: se la prima cosa che notiamo è la assoluta preminenza di Firenze (che nel 2019 intercetta ancora più di un quinto di tutte le presenze regionali), in secondo luogo emerge come la quota cumulata dalle principali dieci destinazioni scende sensibilmente nel corso dei 26 anni considerati, passando dal 54,7% al

<sup>6</sup> Non per nulla è stato creato il neologismo *Chiantishire* per indicare la storica regione toscana e sottolineare il fortissimo *appeal* che essa manifesta sull'immaginario turistico britannico.



**Figura 5a.** Presenze turistiche nei comuni toscani (1993). Fonte: nostra elaborazione su dati Regione Toscana.



**Figura 5b.** Presenze turistiche nei comuni toscani (2019). Fonte: nostra elaborazione su dati Regione Toscana.

**Tabella 1.** Ripartizione percentuale delle presenze turistiche nei primi 10 comuni della Toscana (1993 e 2019). Fonte: nostra elaborazione su dati Regione Toscana.

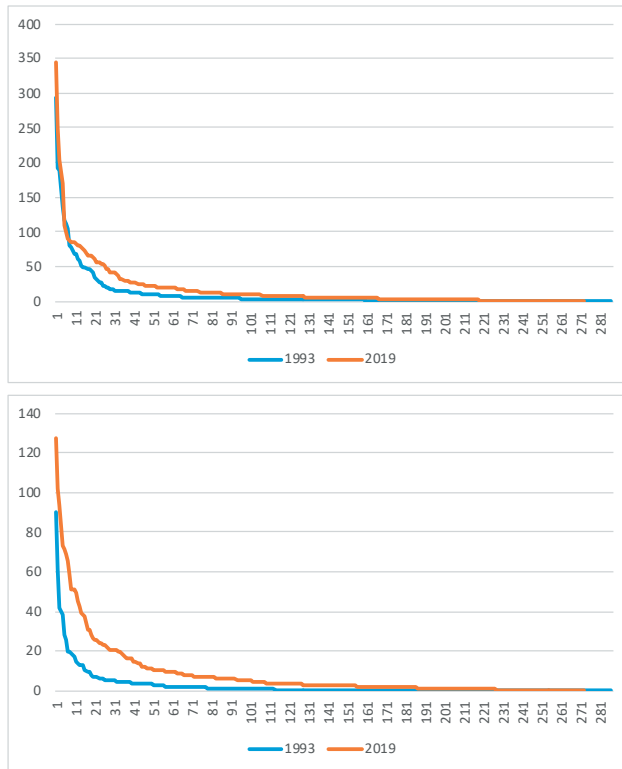
Presenze 1993	% sul totale	Presenze 2019	% sul totale
Firenze	22,3	Firenze	22,8
Montecatini Terme	5,2	Pisa	4,0
Chianciano Terme	5,1	Montecatini Terme	3,4
Pisa	4,0	Castiglione della Pescaia	3,1
Castiglione della Pescaia	3,9	San Vincenzo	2,5
Massa	3,4	Orbetello	2,4
Viareggio	2,9	Grosseto	2,3
Orbetello	2,7	Siena	2,3
Capoliveri	2,6	Bibbona	2,2
Grosseto	2,6	Viareggio	2,2
altri comuni	45,3	altri comuni	52,9

47,1%, mettendo per così dire in minoranza le destinazioni *top* ed evidenziando un processo di redistribuzione al resto del territorio regionale.

Tale tendenza viene confermata anche dall'analisi dell'indice di turisticità (rapporto fra numero di presenze e popolazione residente): mettendo i comuni in ordine decrescente in relazione alla posizione che essi assumono in base a tale indice sul modello della *rank-size rule*, si nota come nel periodo 1993-2019 la curva mostra un netto rafforzamento dei comuni a ridosso delle principali destinazioni e, se consideriamo lo stesso indice ma riferito solamente alla componente straniera, vediamo come questa tendenza risulti ulteriormente accentuata, segno che questa espansione turistica nelle aree esterne ai principali poli sia dovuta soprattutto ai visitatori stranieri, da decenni portatori delle principali novità che hanno interessato il turismo toscano (Fig. 6).

Il risultato sembra essere un principio di cambiamento del modello territoriale turistico della Toscana nella quale, dopo decenni di netta dicotomia fra aree ipersfruttate e aree escluse da qualunque flusso di visitatori sembra prospettarsi una tendenza alla redistribuzione, proponendo l'idea di un passaggio da un modello turistico polare a un modello areale, incentrato sì ancora

sulle principali storiche destinazioni ma con sempre più ramificazioni ed espansioni verso i territori meno conosciuti e meno centrali della regione.



**Figura 6.** Comuni toscani ordinati per indice di turisticità (1993 e 2019): totale (sopra) e componente straniera (sotto). Fonte: nostra elaborazione su dati Regione Toscana.

#### 4. Conclusioni: ripartire da dove?

In definitiva, a quali considerazioni possiamo giungere a seguito della nostra analisi? Innanzitutto va detto che nel venticinquennio analizzato non è che il turismo toscano mostri particolari sconvolgimenti e che anzi a evidenziarsi è una sostanziale continuità nei principali processi che interessano il comparto. Risulta però al contempo chiaro che l'offerta turistica regionale si è decisamente diversificata, affiancando alle tradizionali tipologie nuovi motivi di attrazione, legati soprattutto alla fruizione della campagna e della collina: e questo ha portato al coinvolgimento di territori nuovi ubicati nelle aree più appartate e meno note della regione.

Anche senza analizzare le ricadute economiche che tali processi stanno causando in queste aree, la semplice osservazione del territorio permette di percepire in modo chiaro l'arrivo di tempi nuovi: funzionalmente, innanzitutto, si è assistito a un fiorire, talora davvero evidente, di attività riconducibili alla nuova vocazione turistica, attività che vanno dall'organizzazione di eventi alla ristorazione, dalla rivalorizzazione degli aspetti tradizionali allo sviluppo di una nuova cultura dell'ospitalità. Ma – cosa ancora più importante – anche il territorio stesso inizia a mostrare dei segnali inequivocabili del fatto che certi processi si siano ormai definitivamente messi in moto e si stiano consolidando: in molte aree collinari appare in crescita l'autocontenimento dei flussi pendolari, diretti in modo meno netto verso i principali centri urbani limitrofi, e allo stesso tempo le tradizionali attività agricole sembrano essere



**Figura 7.** Casa poderale nelle campagne di Fabbrica di Pèccioli (Pisa), ricostruita dopo il terremoto del 1846, prima e dopo la ristrutturazione e la conversione in agriturismo avvenuta nel 2001. Fonte: fotografie dell'Autore.

interessate da un processo di svecchiamento e rivitalizzazione. Quello che si nota di più, però, è il cambiamento materiale sul territorio, che si palesa soprattutto nel recupero del patrimonio edilizio rurale dopo i decenni di abbandono e di incuria che avevano ridotto in ruderi migliaia di case poderali e abitazioni contadine: se la consultazione della cartografia IGM nelle varie levate ci permette di vedere come molti edifici rurali ancora esistenti nell'immediato dopoguerra nelle carte di solamente qualche decennio dopo appaiono ridotti a ruderi<sup>7</sup>, basta comunque visitare le colline per notare come ormai molti di quei ruderi sono stati ristrutturati e adibiti il più delle volte a residenze turistiche (Fig. 7).

Indubbiamente queste novità che si stanno manifestando ormai da un paio di decenni nel panorama turistico toscano, pur non sconvolgendo "l'anima" dell'accoglienza nella regione che rimane fondata sul suo incomparabile patrimonio storico-artistico, sembra andare nella direzione di quelle che sono le più recenti tendenze del turismo, sempre meno volto a essere declinato in modo generalista e massificato a fronte di una domanda in continuo mutamento e interessata soprattutto a chiedere un'esperienza turistica unica e personalizzata. Questa tendenza alla *customizzazione* del prodotto turistico, che mira alla costruzione dell'esperienza attorno alla richiesta del singolo consumatore, sembra la principale evoluzione che si manifesta nel mercato turistico degli ultimi anni e che, a pensarci bene, si inserisce alla perfezione in una più ampia e generale tendenza del mercato: ormai anche nel turismo, così, "si riconosce l'utilità di vendere una grande varietà di prodotti in quantità relativamente piccole, rispetto a un numero esiguo di varianti: una massa di nicchie e non più/non solo pochi prodotti standard" (Landi 2019).

E una domanda, soprattutto internazionale, che chiede questo e le cui parole d'ordine sempre più forti sono lentezza e spazi aperti, senza dubbio trova una risposta soddisfacente nelle nuove forme di turismo rurale di cui la Toscana è una delle regioni di punta a livello mondiale: in questo tratto si può realizzare una sintesi perfetta fra le varie anime turistiche che da sempre si manifestano nel territorio toscano ove, a ben pensare, arte urbana, bellezza paesaggistica e patrimonio culturale possono davvero fondersi nella frequentazione turistica dell'intero territorio regionale.

La tendenza ormai in atto da anni verso un allargamento dell'offerta territoriale turistica a zone prima escluse da qualsiasi circuito di visitatori, la trasformatio-

ne del turismo toscano da "polare" ad "areale" è un processo che sembra andare in questa direzione.

Oltre a ciò, queste evoluzioni possono giovare anche a un'altra problematica che ormai si manifesta da anni nelle regioni turistiche mature, ovvero il cosiddetto *overtourism*, la manifestazione cioè sempre più evidente di una serie di retroazioni negative che un eccessivo sfruttamento turistico del territorio sta causando in queste aree<sup>8</sup>.

In conclusione, possiamo affermare che, paradossalmente, proprio il turismo, il cui travolgente sviluppo del secondo dopoguerra incentrato soprattutto sulla risorsa balneare aveva finito per "accentuare il divario fra le zone turistiche litoranee e quelle interne, con progressiva emarginazione di quest'ultime" (Ghelardoni et al. 2000, 59), inizia a produrre effetti territoriali di segno opposto e a caratterizzarsi come potente motore per la rivalorizzazione delle aree rimaste più appartate rispetto ai principali processi di sviluppo economico.

Ovviamente, è chiaro che tale singolo processo non è in grado di sostenere la crescita economica di queste aree e, men che mai, del territorio regionale nel suo complesso e questo in modo ancor più netto se consideriamo il profondo stress socio-territoriale – e non solo in riferimento al turismo – che la pandemia ha provocato in questi ultimi travagliati mesi: sicuramente la strada da percorrere sarà lunga e difficoltosa ed è chiaro che la ripresa del turismo toscano dovrà passare attraverso una serie di azioni mirate (dalla realizzazione di una campagna vaccinale rapida ed efficiente a operazioni di promozione a livello internazionale efficaci e accattivanti, dall'aiuto alle realtà imprenditoriali più provate dalla pandemia all'ideazione di offerte che siano in grado di attrarre fette di domanda turistica sempre più consistenti) ma soprattutto da un'operazione prima di tutto a livello culturale, che sia in grado di rilanciare in tutto il mondo l'unicità del modello turistico toscano che, accanto alla straordinaria ricchezza del patrimonio storico e artistico delle città grandi e piccole, proprio nell'u-

<sup>8</sup> Il concetto di *overtourism* o addirittura *tourismphobia* è ormai noto da diversi anni anche se per molti studiosi il problema vero non è tanto il "sovra-turismo" quanto piuttosto il "sovra-escursionismo", ovvero la pratica di visitare un luogo senza pernottarvi in una sorta di "mordi e fuggi" che finisce per creare le criticità tipiche del turismo di massa senza apportare gli stessi benefici economici: "Overtourism can be defined as the impact of tourism on a destination, or parts thereof, that excessively influences perceived quality of life of citizens and/or quality of visitors experiences in a negative way" (UNWTO 2018, 4). Anche in Italia, alcune aree interessate da fortissimi flussi di turismo – o meglio di escursionismo – hanno mostrato chiari segnali di insofferenza da parte della popolazione residente: in questo senso, è emblematico, senza citare il caso da manuale di Venezia, l'esempio dei piccoli borghi delle Cinque Terre in Liguria, che in certi periodi dell'anno si ritrovano letteralmente invasi da migliaia di visitatori.

<sup>7</sup> Un esempio può essere quello delle campagne intorno al borgo di Pècciolini in Valdera, apprezzabile attraverso il confronto fra le tavolette del 1947 (112 I.S.O.) e del 1992 (285 IV).

nicità e nell'*appeal* della campagna può trovare un punto di forza decisamente unico a livello mondiale.

## 5. Postilla

Alla data dell'ultima revisione del nostro lavoro (fine agosto 2021), non ci sono ancora – ovviamente – dati validati sull'andamento dell'ultima stagione turistica estiva in Toscana. D'altro canto, le prime stime, deducibili soprattutto dalle dichiarazioni degli operatori del settore ma anche da nostre dirette ricognizioni sul campo, permettono di osservare preliminarmente che in un quadro più generale in cui tutto il turismo nazionale sembra aver mostrato una nettissima ripresa (Enit 2021) grazie soprattutto alle vacanze al mare degli italiani e a un forte ritorno dei turisti europei, la Toscana appare una delle mete più scelte: in particolare, è la costa l'area che traina la ripresa del settore nella regione (Costanzo 2021; Frascino 2021), dalla Maremma alla Versilia alla costa livornese.

Allo stesso modo sembra consistente la ripresa nelle aree rurali e collinari, nelle quali soprattutto le strutture agrituristiche registrano il tutto esaurito fino a essere costrette a rifiutare ulteriori prenotazioni: sicuramente – come abbiamo già accennato – la natura stessa del turismo rurale lo rende agli occhi del turista più sicuro davanti ai rischi di contagio e al contempo il comparto ha promosso una serie di miglioramenti nell'offerta di servizi e opportunità.

A soffrire ancora sembrano invece i principali luoghi di arte della regione (con Firenze in testa) che, oltre a essere comunque mete meno privilegiate dai flussi turistici estivi, accusano il mancato ritorno dei turisti extraeuropei, in particolare dagli Stati Uniti e dal Giappone. Viceversa, il turismo europeo appare effervescente soprattutto da parte di Tedeschi, Olandesi, Belgi e Francesi, proprio quella clientela che storicamente ama la vacanza nella campagna toscana.

## Riferimenti bibliografici

Alivernini, A., Breda, E., Iannario, E. (2014). International Tourism in Italy (1997-2012). *Banca d'Italia. Questioni di Economia e Finanza*, 220, July 2014.

Benjamin, S., Dillette, A., Alderman, D. H. (2020). "We can't return to normal": committing to tourism equity in the post-pandemic age. *Tourism Geographies*, 22 (3), pp. 476-493.

Berrino, A. (2011). *Storia del turismo in Italia*. Bologna, Il Mulino.

Brouder, D. (2020). Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world. *Tourism Geographies*, 22 (3), pp. 484-490.

Brouder, D. et al. (2020). Reflections and discussions: tourism matters in the new normal post COVID-19. *Tourism Geographies*, 22 (3), pp. 735-746.

Carr, A. (2020). COVID-19, indigenous people and tourism: a view from New Zealand. *Tourism Geographies*, 22 (3), pp. 491-502

<http://centrostuditoristicifirenze.it/blog/turismo-in-toscana-nel-2021-stimate-47-mln-di-presenze-in-piu/>

Claval, P. (2002). *La Geografia Culturale*. Novara, De Agostini.

Cori, B., Da Pozzo, C. (2012). La Toscana: una regione di regioni. In Macchia, P. (a cura di). *La Toscana in evoluzione*. Pisa, ETS, pp. 299-319.

Costanzo, M. (2021), Turismo. La Toscana si conferma fra le mete preferite. *La Nazione*, 14 agosto 2021.

Doccioli, P. (1991). L'agriturismo in Toscana. In Bellencin Meneghel, G. (a cura di). *Agriturismo in Italia*. Bologna, Pàtron, 1991, pp. 163-188.

Enit (2021), Bollettino Agosto 2021 – Week 2, <https://www.enit.it/wwwenit/it/studi/bollettini-enit.html>.

Fini, M., Hunyadi, S. (2000). *Sassicaia. Storia dell'originale supertoscana*, Firenze, CentroDi.

Foo, L-P. (2020). The impact of COVID-19 on tourism industry in Malaysia, <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1883556>

Frascino, M. (2021). Tutti pazzi per la Maremma: il turismo riparte alla grande. *Il Tirreno Grosseto*, 25 agosto 2021.

Ghelardoni P. et al. (2000). Trasporti e relazioni turistiche, economiche e umane. In *Progetto INTERREG II Toscana-Corsica. L'attività scientifica delle Università di Pisa e Corte*. Pisa, ETS, pp. 57-67.

Gossling, S., Scott, D., Hall, M. (2021). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29 (1), pp. 1-20.

Hall, C. M. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22 (3), pp. 577-598.

Haryanto, T. (2021). Editorial: Covid-19 pandemic and international tourism demand. *Journal of Developing Economies*, 5 (1), pp. 1-5.

- Haywood, K. M. (2020). A post COVID-19 future tourism re-imagined and re-enabled. *Tourism Geographies*, 22 (3), pp. 599-609.
- Iannidis, D., Gyimothy, S. (2020). The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies*, 22 (3), pp. 624-632.
- Irpet (2020). Rapporto sul Turismo in Toscana. La congiuntura 2019. Firenze, Irpet.
- Irpet (2021a). L'impatto del Coronavirus sull'economia turistica della Toscana. Note di aggiornamento. Dicembre 2020. *Nota 21/2020*, 10 febbraio 2021.
- Irpet (2021b). Rapporto sul turismo in Toscana. La congiuntura 2020. Firenze, Irpet.
- Istat (2020a). Movimento turistico in Italia, gennaio-settembre 2020. *Statistiche Report*, 29 dicembre 2020.
- Istat (2020b). Le aziende agrituristiche in Italia – anno 2019. *Statistiche Report*, 12 novembre 2020.
- Jaipuria, S., Parida, R., Ray, P. (2021). The impact of COVID-19 on tourism sector in India. *Tourism Recreation Research*, 46 (2), pp. 245-260.
- Landi, S. (2019). Il turismo visto dalla Banca d'Italia. *LaVoceInfo*, 2 agosto 2019.
- Leoncini, G., Vecchio, B. (1983). Redistribuzione demografica e rivalorizzazione in Toscana: alcuni spunti interpretativi. In A.Ge.I.. *Le aree emergenti: verso una nuova geografia degli spazi periferici*. Milano, FrancoAngeli, pp. 347-348.
- Macchia, P. (2015). Alle origini dei Geoitinerari: slow tourism e nuovi modi di fare turismo. In Lemmi, E. (a cura di). *Turismo e management dei territori: i Geoitinerari, fra valori e progettazione turistica*. Bologna, Pàtron, pp. 65-84.
- Macchia, P. (2019). Il turismo: nuova forma di sviluppo per le aree marginali della collina toscana. In Salvatori, F. (a cura di). *Atti del XXXII Congresso Geografico Italiano: L'apporto della Geografia fra rivoluzioni e riforme* (Roma 7-10 giugno 2017), Roma, A.Ge.I., pp. 3037-3045.
- Mazzanti, R. (2011). Il turismo enogastronomico sulla costa toscana. *Atti del XXX Congresso Geografico Italiano*, Firenze 10-12 settembre 2008. Bologna, Pàtron, II, pp. 373-377.
- Naef, S. (1989). L'altra Toscana. Risorse ambientali tra abbandono, degrado e rivalutazione. In *Materiali per un'interpretazione dello sviluppo economico della Toscana*. Firenze, IRPET, pp. 241-246.
- Nepal S. K. (2020). Adventure travel and tourism after COVID-29 business as usual or opportunity to reset. *Tourism Geographies*, 22 (3), pp. 646-650.
- Niewiadomski, P. (2020). COVID-19. From temporary deglobalization to a re-discovery of tourism. *Tourism Geographies*, 22 (3), pp. 651-656.
- Nunes, S., Cooke, P. (2021). New global tourism innovation in a post-coronavirus era. *European Planning Studies*, 29 (1), pp. 1-19.
- Regione Toscana (2021). *Musei della Toscana: rapporto 2020*. Firenze, Regione Toscana.
- Santini, A. (1999). *Sassicaia e i suoi compagni di Bolgheri*. Lucca, Pacini Fazzi.
- Telleschi, A. (1992). *Turismo verde e spazio rurale in Toscana*. Pisa, ETS.
- Telleschi, A. (2012). Le trasformazioni nell'agricoltura e nelle altre attività rurali. In Macchia, P. (a cura di). *La Toscana in evoluzione*. Pisa, ETS, pp. 167-206.
- UNWTO (2017). *UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition*. Madrid, UNWTO, <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>.
- UNWTO (2019). "Overtourism"? *Understanding a Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*. Madrid, UNWTO.
- Vecchio, B. (1986). Saturazione, rivalorizzazione e riconversione nello spazio turistico del litorale grossetano. In Leone, U. (a cura di). *La rivalorizzazione territoriale in Italia*. Milano, FrancoAngeli, pp. 387-426.