

Le nuove sfide del turismo

Visitatori in calo, colpa del caro vita «Bisogna riorganizzare i flussi»

Nei primi sei mesi dell'anno le presenze in provincia sono scese del 13,3%. Crollo degli italiani (-38,4%)

Firenze ha avviato un progetto pilota contro il nuovo fenomeno del turismo 'sbilanciato'

FIRENZE

I cancelli della Leopolda sono pronti ad aprirsi per ospitare la 17esima edizione di 'Bto-Be Travel Onlife'. Evento «leader» sul panorama nazionale dedicato all'innovazione e alle nuove frontiere del turismo nell'era dell'intelligenza artificiale, promosso da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze, e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e [Fondazione Sistema Toscana](#) l'11 e 12 novembre. Alla vigilia, l'elefante nella stanza sono le stime in rosso del primo semestre '25 in mano alla Camera di Commercio per la città metropolitana di Firenze.

Il livello cumulato di presenze turistiche a metà 2025 risulta ancora inferiore ai livelli pre pandemia del 2019 (-13,3%), nonostante una chiusura dell'anno prevista con saldo positivo. La contrazione è principalmente attribuibile alla componente domestica (-38,4%), mentre quella estera mostra una flessione molto meno intensa (-1,4%). A giugno 2025 si sono raggiunte circa 6,3 milioni di presenze potenziali, un milione in meno rispetto al picco pre Covid del 2019 (7,3 milioni) e tre milioni rispetto al computo complessivo stimato per il terzo trimestre '25 (13 milioni anziché 16 del 2019). «Consistente il calo delle presenze dei turisti italiani - ha evidenziato il presidente della Camera di Commercio Massimo Manetti -. Mai come in questa fase c'è bisogno di un evento come Bto, in grado di farci vedere il turismo in modo diverso e spingerci a capire come potrebbe essere il futuro e come muoverci per interpretarne i flussi». La ragione del calo della domanda interna turistica? Per il direttore scientifico di [Bto](#) [Francesco Tapinassi](#) «banalmente. il calo

del potere d'acquisto delle famiglie». Dunque il caro vita che tocca il turismo nel trasporto aereo, ferroviario, autostradale, come dei servizi balneari, alberghieri e ricettivi come Airbnb. Il tema guida di quest'anno del Bto sarà il «cross-travel». Una sorta di invito a costruire «esperienze ibride dove la tecnologia amplifica, senza sostituire l'intelligenza, l'empatia e la creatività umana».

Due le spigolature da menzionare. Intanto l'approccio al turismo di massa. Bto tenta l'impresa di un cambio di paradigma col panel dedicato 'Smart Florence': «Più che di overtourism - rivelano gli organizzatori -, nel caso di Firenze si parla di unbalanced tourism: una concentrazione di visitatori in alcune aree e momenti, a discapito di un'esperienza equilibrata e di una fruizione più diffusa del territorio. Un fenomeno che riflette una tendenza nazionale, dove il 70% dei turisti stranieri si concentra su appena l'1% del Paese. Per invertire la rotta, il capoluogo toscano ha avviato progetti pilota che sfruttano strumenti digitali e strategie innovative per monitorare i flussi e dialogare in tempo reale con i visitatori suggerendo loro mete alternative, distribuendo così in modo più armonico le presenze». L'altra, è l'atteso 'Rapporto sul Turismo Enogastronomico 2025' che vede - nelle sue anticipazioni - primeggiare la Toscana tra le mete più desiderate per un futuro viaggio enogastronomico tra i turisti dei principali mercati internazionali, precedendo Sicilia e Sardegna. «Arriveranno a Firenze oltre trecentocinquanta relatori da tutto il mondo per confrontarsi sui cambiamenti in atto nel turista contemporaneo, sempre più curioso, dinamico, desideroso di sperimentare destinazioni, mezzi di locomozione, strutture ricettive, cucina - ha concluso [Tapinassi](#) -. E che, per costruire il suo viaggio, si sposta dai tradizionali motori di ricerca, all'intelligenza artificiale, passando per i social. In sintesi, un turista, sempre più cross-travel».

Francesco Ingardia



Massimo Manetti

