



**Città di
Figline e Incisa Valdarno**

FIGLINE & INCISA
informa

Ufficio Stampa Comune FIV – www.figlineincisainforma.it - Resp. Samuele Venturi: s.venturi@comunefiv.it - 328.0229301



- [11/11/2023 09:11](#)

Nella prima giornata di Autumnia, JFC ha mostrato al pubblico il risultato del percorso partecipativo portato avanti nel corso di questi mesi per migliorare l'offerta turistica di Figline e Incisa Valdarno. E intanto il turismo nell'area cresce

È stato presentato ieri, nell'area cooking show in piazza Marsilio Ficino durante la prima giornata di Autumnia 2023, il **Piano di marketing territoriale** commissionato dal Comune di Figline e Incisa Valdarno. **Curato da JFC**, società specializzata in consulenza turistica e marketing territoriale, il Piano è frutto di un **percorso partecipativo** portato avanti negli scorsi mesi attraverso incontri che hanno direttamente coinvolto i referenti di varie realtà della zona tra cui: **18 referenti delle associazioni** di categoria, di volontariato, culturali e di promozione sociale; **31 stakeholders turistici**; infine, **6 referenti** provenienti dal **settore pubblico**. Nel percorso sono stati poi **coinvolti anche i cittadini residenti** e tutti coloro che per varie ragioni, professionali e non, conoscono bene il territorio comunale. Attraverso una **piattaforma partecipativa online**, infatti, **106 utenti** hanno espresso la propria opinione, rispondendo a un questionario composto da quattro domande, dove **hanno indicato punti di forza e criticità** legate all'offerta turistica di Figline e Incisa Valdarno e **fornendo 309 contributi tra commenti, idee e suggerimenti**.

Questo processo ha così fornito preziose indicazioni su appeal, collocazione geografica, potenzialità dell'area figlinese e incisana, consentendo di comprendere **quali aspetti rafforzare e quali migliorare per incentivare ulteriormente il turismo** dell'area, ampliando l'offerta, andando incontro ai desideri dei visitatori, e quindi del mercato odierno. Un mercato indirizzato sempre più verso la ricerca di luoghi e destinazioni meno affollate, a misura d'uomo, quindi percepite dai turisti come più private e intime e in grado di consentire un migliore rapporto con la comunità locale, per scoprirne in maniera più spontanea tradizioni e valori identitari. A questa ricerca, si accompagna l'esigenza di trascorrere nel corso dei propri soggiorni più tempo possibile all'aria aperta, la volontà di fare movimento e un'attenzione sempre più crescente al tema della **sostenibilità ambientale**.

Esigenze, quelle dei turisti, che peraltro sono in linea con gli studi e gli obiettivi perseguiti dal sistema turistico regionale, di cui anche il Comune di Figline e Incisa Valdarno fa parte, in particolare per quanto riguarda lo **sviluppo consapevole e sostenibile del turismo** e del territorio, come indicato richiesto dall'**Agenda 2030** per lo sviluppo sostenibile. Questo aspetto rappresenta, non a caso, il **tema principale della programmazione del nuovo Piano di marketing** e dei suoi obiettivi, da realizzare mantenendo comunque il dovuto **equilibrio tra l'innalzamento qualitativo dell'offerta, la qualità e vivibilità dell'ambiente e il benessere**, quindi, sia economico che sociale della comunità.

Peraltro, il **tema ambientale** rappresenta anche per i cittadini, che hanno partecipato al questionario online, il **vero punto di forza di Figline e Incisa Valdarno** con i suoi **paesaggi** e la sua **posizione geografica**, ritenuta da molti **strategica** sia per questioni naturalistiche che per il fatto di essere collocata sulla principale arteria stradale (autostrada A1) e ferroviaria (la direttissima Firenze-Roma): collegamenti che rappresentano anche uno degli aspetti da migliorare, soprattutto in ottica mobilità sostenibile e in particolare a causa delle forti criticità che queste due infrastrutture si trascinano dietro da decenni. Non a caso, l'Amministrazione ha recentemente portato all'attenzione sia di Città metropolitana che di Regione Toscana la questione, insieme agli altri comuni del Valdarno Superiore, per migliorare sia il servizio che l'**offerta di mobilità sostenibile**. In questo contesto, si inserisce inoltre lo **sviluppo del sistema di mobilità dolce**, anche in prospettiva turistica,

puntando quindi sul **settore hike&bike**, ovvero legato a escursioni e visite guidate sia a piedi che in bicicletta.

Tra gli altri obiettivi che il Comune dovrà perseguire nel futuro prossimo, ci sono poi la **valorizzazione dell'identità turistica del territorio** (sviluppando anche l'identità digital, ad esempio attraverso un apposito portale), la **preservazione della comunità agricola e la prospettiva di aumentare ulteriormente la "portata turistica" degli eventi** legati alla storia e alla tradizione locale (come la stessa Autumnia o il Think! – Festival della cultura digitale).

La presentazione del Piano di marketing è stata anche l'occasione per fare il punto sullo stato di salute del turismo di Figline e Incisa Valdarno, soprattutto a seguito degli effetti causati dal Covid. Facendo un **raffronto tra il 2019 e il 2022**, il bilancio appare **complessivamente positivo**. Gli arrivi e le presenze infatti continuano a salire, dopo l'inevitabile frenata del biennio 2020-21 provocata dalla pandemia, e **nel 2022 riducono ancora il margine di differenza rispetto al periodo pre-pandemico**, registrando un -4,7% negli arrivi (86.510 nel 2022) e un -6,5% per le presenze (in totale 485.582 nel 2022). Margine che, stando alle previsioni, verrà **colmato definitivamente nel 2023**, con i **numeri del turismo locale che torneranno di fatto ai livelli del 2019**, grazie anche al ritorno definitivo del turismo internazionale.

Lo scopo dell'Amministrazione adesso è quello di **aumentare i giorni di presenza sul territorio e la permanenza media**, che si attesta già su buoni livelli, incrementando di conseguenza anche il **potenziale e la stabilizzazione occupazionale** (ad esempio portando avanti politiche per favorire impieghi stagionali più lunghi e stabili). Il Comune è già intervenuto in questa direzione, anche attraverso politiche che hanno permesso l'**ampliamento dell'offerta delle strutture ricettive e della ricettività diffusa**. Rispetto al 2019, infatti, si è registrato un aumento di posti letti del 6,4% (+48,8 % esercizi alberghieri e +3,4 % esercizi extralberghieri).

“Il turismo per il nostro territorio è un settore importante e in continua crescita – commentano la sindaca Giulia Mugnai e l'assessora Francesca Farini –. Dai dati che emergono, non solo stiamo tornando sui numeri pre-pandemia, ma stiamo ancora crescendo. Già **nel Piano strutturale avevamo raccolto questa tendenza** e avevamo scelto di **incentivare gli ampliamenti delle strutture ricettive e agrituristiche** nell'ottica di un **turismo diffuso e sostenibile**, che fosse attento al paesaggio, al benessere e alla qualità della vita. Il nostro è un territorio non solo attrattivo ma con **ampi margini di sviluppo turistico** attraverso la promozione di specifiche attività ed esperienze dedicate ai visitatori. Per questo abbiamo deciso di **dotarci di un Piano di marketing territoriale** che, partendo da un'**analisi precisa basata su dati oggettivi** e sviluppando un percorso partecipativo con le varie realtà del territorio, potesse rappresentare una **vera e propria road map sulle politiche pubbliche** da portare avanti per garantire sempre migliori servizi ai visitatori e conseguentemente aumentando il numero e la qualità delle presenze. Il Piano ci permetterà quindi di **tracciare queste linee d'azione strategiche**, aiutandoci a capire quali sono gli **asset fondamentali da rafforzare e sviluppare**. Pensiamo al **settore hike&bike** che vuol dire vita all'aria aperta e nella natura, dove il paesaggio diventa l'elemento che ci fa ricostruire un rapporto positivo con la natura. Poi, ovviamente c'è la **parte dell'enogastronomia e delle experience**, perché da noi è ancora possibile vedere come si producono alcuni prodotti tipici, dalla pasta fresca al vino e all'olio, immergendosi quindi nelle nostre tradizioni in modo autentico. Infine, vanno considerati gli **aspetti storico-culturali**, sia per la qualità dei centri storici della città, sia per la **posizione strategica di Figline e Incisa**, che si trova in mezzo a tre città d'arte come Firenze, Siena e Arezzo. Questo Comune ha in sé **una qualità e una potenzialità storico culturale innegabile**, che vanno ancora più valorizzate nell'ottica di un **turismo slow** e non mordi e fuggi: non di puro consumismo, ma di immersione reale all'interno della comunità”.

Nella foto in evidenza: Da sinistra: il vicesindaco Di Fede, Ferruzzi di Jfc, l'assessora Farini, l'assessore regionale Marras, la sindaca Mugnai, il direttore generale Anci Toscana Gheri e il consigliere regionale Benucci

Comunicazione istituzionale
Comune di Figline e Incisa Valdarno
mail ufficiostampa@comunefiv.it
tel +39 055 912 5203
cell +39 334 683 9848

- [TERRITORIO](#)

Comune di Figline e Incisa Valdarno - Piazza del Municipio, 5 - 50063 - Figline e Incisa Valdarno (FI)