



Comune di Collesalvetti

# Piano di Marketing Terroriale Turismo



7 Febbraio 2022



# COMUNE DI COLLESALVETTI



## PIANO DI MARKETING TERRITORIALE – TURISMO

A cura del **Centro Studi Turistici di Firenze**

Gruppo di lavoro:

Alessandro Tortelli  
Sandro Billi  
Gianfranco Lorenzo  
Alessandro Papini

Centro Studi Turistici di Firenze  
via Piemonte 7 – 50145 Firenze  
Tel. 055 3438733  
[info@cstfirenze.it](mailto:info@cstfirenze.it)

Febbraio 2022



## SOMMARIO

<b>Premessa</b>	<b>1</b>
<b>Contesto</b>	<b>1</b>
<i>Territorio e accessibilità</i>	1
<i>Demografia ed istruzione</i>	2
<i>Il sistema delle imprese</i>	5
<i>Reddito ed attività</i>	6
<b>Risorse turistiche: gli attrattori</b>	<b>7</b>
<i>Il territorio</i>	8
<i>Le risorse</i>	8
<i>Beni culturali</i>	8
<i>Beni naturali e il sistema per il turismo attivo</i>	9
<i>Enogastronomia</i>	10
<i>Sport</i>	10
<b>La pianificazione strategica e il turismo</b>	<b>10</b>
<i>Le azioni dell'Ambito Livorno e l'interazione con Collesalvetti</i>	11
<i>Il piano strategico presta attenzione al turismo</i>	13
<b>I numeri del turismo a Collesalvetti</b>	<b>15</b>
<i>L'offerta</i>	15
<i>La domanda</i>	16
<i>Effetto COVID</i>	19
<i>Collesalvetti nel turismo dell'Ambito e del Distretto</i>	20
<b>SWOT Analysis</b>	<b>22</b>
<b>Il Piano di marketing:</b>	<b>23</b>
<i>Infrastrutture e risorse</i>	25
<i>Prodotto</i>	26
<i>Comunicazione e accoglienza</i>	28
<i>Governance, sistema e intelligence</i>	29
<b>Conclusioni e priorità</b>	<b>29</b>



## Premessa

Il Piano di Marketing Territoriale – Turismo è stato pensato per valorizzare e rendere economicamente produttivo il patrimonio diffuso del comune di Collesalvetti. I destinatari del piano sono prima di tutto i residenti, le imprese e i professionisti del territorio, che possono, da una parte, trovare nelle azioni suggerite un percorso per sviluppare le attività economiche esistenti o per iniziare di nuove, e, dall'altra, usufruire delle risorse nel tempo libero per attività ricreative.

Il percorso per la redazione di questo piano è passato da quattro fasi:

- analisi desk delle risorse e dei valori del turismo nel territorio
- tavoli partecipati per la conoscenza e la condivisione dei problemi e delle opportunità
- redazione del piano
- presentazione, condivisione e messa a punto.

Il lavoro, iniziato nell'Agosto 2021, ha avuto dei rallentamenti dovuti all'andamento altalenante della pandemia C-19.

I tavoli si sono svolti on line il 16 novembre e il 2 dicembre con la partecipazione rispettivamente di 20 e di 15 portatori di interesse.

Oltre alla organizzazione dei tavoli, la conoscenza del territorio è stata sviluppata con la partecipazione a due incontri con la Mappa della Comunità (il 30 ottobre a Livorno su colline e acque e il 27 novembre a Guasticce su sentieristica e turismo) e con una visita del territorio.

L'analisi desk è stata effettuata consultando la documentazione di accompagnamento al Nuovo Piano Strutturale, alla costituzione del Distretto Rurale, il Destination Management Plan dell'ambito turistico Livorno, elaborando i dati di fonte Regione Toscana, ISTAT, Banca d'Italia per quanto riguarda la domanda e l'offerta turistica, il Ministero delle Finanze per gli aspetti reddituali.

## Contesto

### Territorio e accessibilità

Il comune di Collesalvetti si estende per 109 km<sup>2</sup>, nella provincia di Livorno, al confine con quella di Pisa. Confina a nord con i Comuni di Pisa e Cascina, a est con i comuni di Crespina Lorenzana e Fauglia, a ovest con il comune di Livorno e infine a sud con i comuni di Orciano e Rosignano Marittimo.

È attraversato dall'autostrada A12 Genova – Rosignano con orientamento nord – sud, dalla SS1 – Aurelia, che lo collega con Pisa e Livorno, dalla S.R.T. (Strada Regionale Toscana) 206 “Emilia”, che proviene da nord, Vicarello e Pisa, tocca il capoluogo e raggiunge a sud il comune di Cecina (assumendo nel suo tratto la denominazione di “Via Pisana – Livornese”), la SGC Firenze-Pisa-Livorno nonché la S.S. Tosco Romagnola n. 67bis.

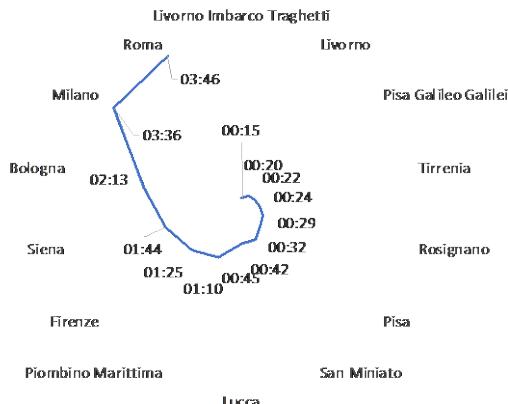
A livello locale la S.P. n. 555 “delle Colline” che collega Stagno con l'Interporto Amerigo Vespucci e le frazioni di Guasticce e Vicarello, la S.P. n. 4 “delle Sorgenti” lega Livorno a ovest e Collesalvetti ad est., e si dirama verso Parrana San Martino attraverso la S.P. 6. La S.P. n. 7 unisce Parrana Nuova e Ceppeto, dalla SRT 206 Emilia si diramano la SP n. 5 “della Valle Benedetta” che porta a Colognole e si estende fino al Comune di Livorno, e S.P. n. 37 “delle Colline per Orciano”.

Da Collesalvetti invece si diramano due strade provinciali, la prima la S.P. n. 3 “dei Poggi”, che collega la S.P. n. 35 “delle Colline per Lari” che collega la Collesalvetti con l'abitato di Lari.

Per quanto riguarda i grandi attrattori, il territorio è collegato a Livorno, Pisa e Firenze dalla superstrada FI-PI-LI. Lucca è raggiungibile attraverso le autostrade A12 e A11. Il nord è raggiungibile

attraverso l'autocamionabile della Cisa, il sistema autostradale che fa capo a Genova o l'A1 via Firenze. Il sud attraverso l'Aurelia e il sistema autostradale a sud di Civitavecchia oppure sempre attraverso Firenze con l'A1.

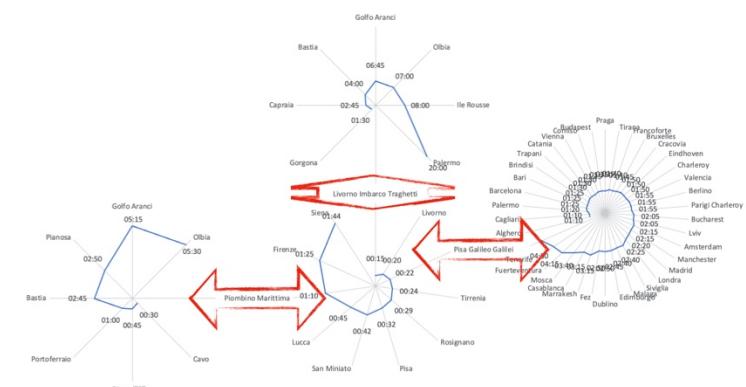
### *Crono-distanze da Collesalvetti*



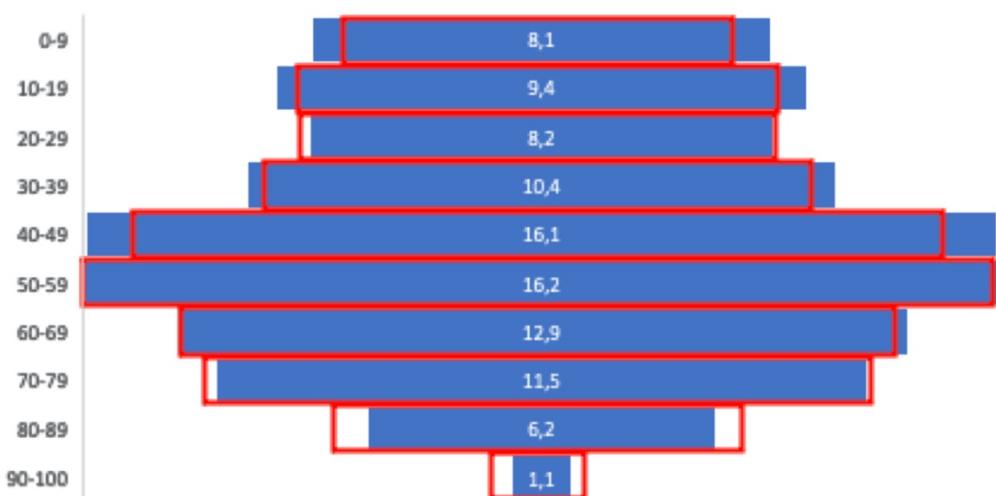
Fonte: elaborazione CST

Da Collesalvetti è possibile raggiungere l'aeroporto Galileo Galilei in circa 20 minuti e l'imbarco traghetti del porto di Livorno in circa 15, potendo collegarsi agevolmente a tutte le destinazioni servite dai due hub.

### *Il sistema di collegamenti da Collesalvetti*



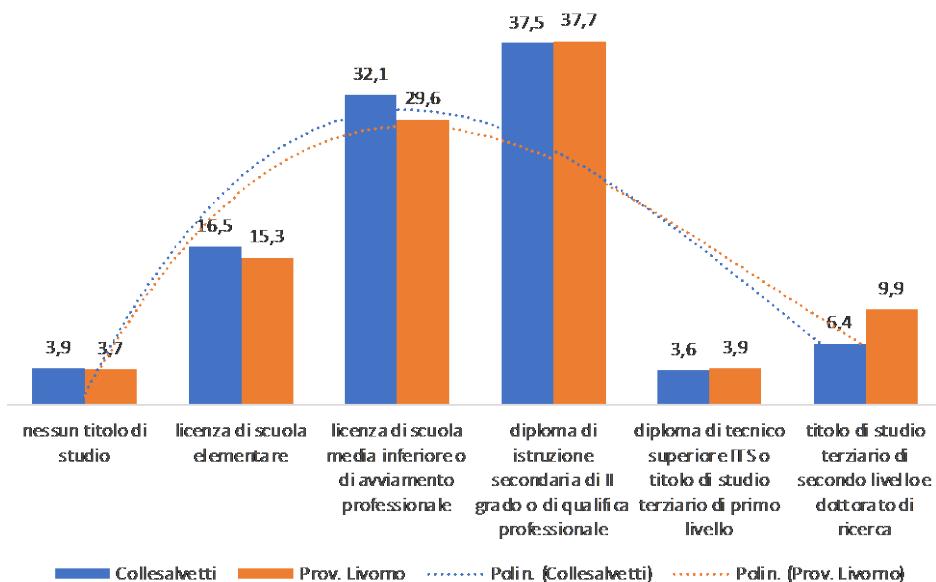
*Piramide della popolazione del comune di Collesalvetti e della provincia di Livorno (in rosso). Anno 2021*



Fonte: ISTAT

La distribuzione della popolazione superiore ai 9 anni (92%) per istruzione vedeva prevalere nel 2020 il “Diploma di istruzione secondaria di II grado o di qualifica professionale (corso di 3-4 anni) compresi IFTS” con 37%, seguito dalla “Licenza di scuola media inferiore o di avviamento professionale” con 32%. Rispetto alla provincia di Livorno il livello di istruzione della popolazione del comune è lievemente spostato verso i livelli più bassi.

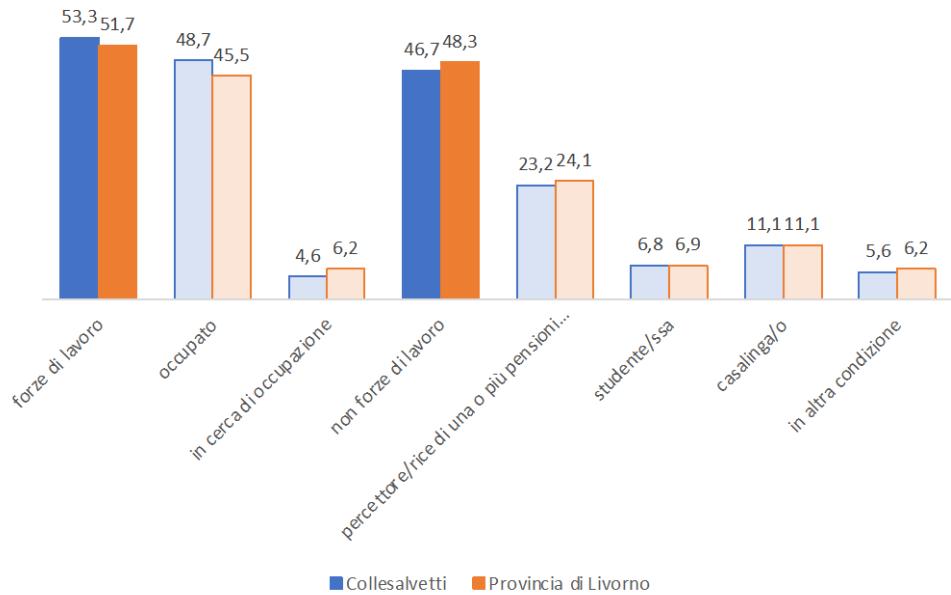
*Distribuzione popolazione per livello di istruzione. Anno 2020*



Fonte: ISTAT, censimento permanente della popolazione.

La quota di popolazione occupata o in cerca di occupazione nel comune nel 2020 era il 53%, lievemente superiore al valore medio provinciale. Maggiore differenza si registrava nell'incidenza della popolazione occupata (49% contro 45%). Opposti valori per coloro in cerca di occupazione (5% contro 6%). Più bassa a Collesalvetti la quota dei percettori di pensione e di coloro in “altra condizione” lavorativa.

*Distribuzione popolazione per livello occupazione. Anno 2020*

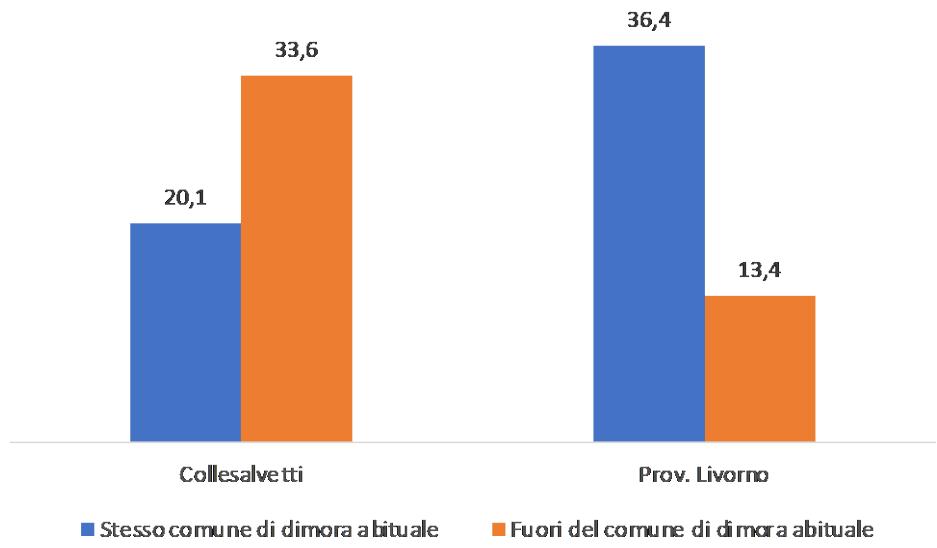


Fonte: ISTAT, censimento permanente della popolazione.

La popolazione di Collesalvetti manifesta la tendenza a spostarsi in maniera superiore alle medie della provincia: 54% contro 50%. Il 34% si sposta fuori del comune contro il 13% della media provinciale. Il 20% si sposta invece all'interno del comune.

Questo dato di intenso spostamento, sicuramente legato alla centralità del comune di Collesalvetti e alla rete viaria che lo attraversa, può creare delle criticità per alcuni prodotti turistici come, ad esempio, il cicloturismo, che non può svilupparsi in tratti stradali estremamente trafficati.

*Spostamenti della popolazione per destinazione. Anno 2019*

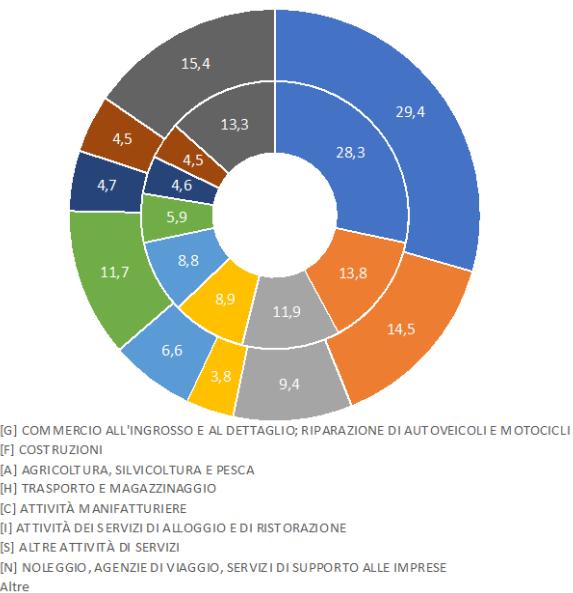


Fonte: ISTAT

Il quadro demografico del comune di Collesalvetti segnala caratteri sostanzialmente positivi: la curva della distribuzione dell'età segnala una distribuzione verso classi di età giovanili, accompagnata da una incidenza superiore delle forze lavoro e degli occupati rispetto al dato provinciale. Non trascurabile la percentuale di popolazione che si sposta.

## Il sistema delle imprese

*Distribuzione imprese attive per sezione di attività. Collesalvetti e provincia di Livorno, anno 2021*



Fonte: Regione Toscana

Il database delle imprese della Regione Toscana segnala per Collesalvetti 1.330 imprese registrate e 1.155 imprese attive nel 2021. La maggior parte rientra nella sezione di attività [G] Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli, seguita da [F] Costruzioni, [A] Agricoltura, silvicolture e pesca, che insieme coprono il 54% delle unità presenti nel territorio.

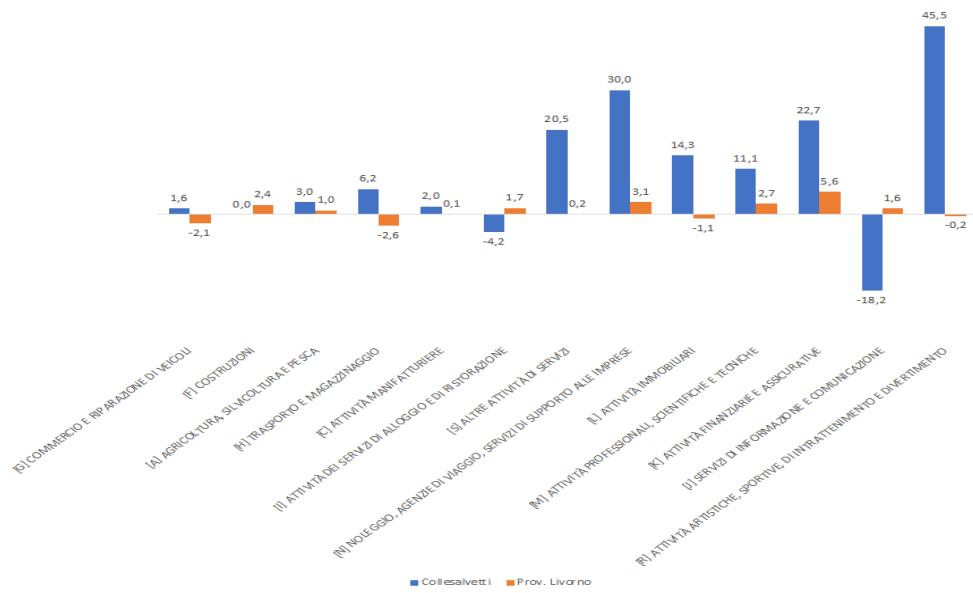
Nel lungo termine (2021 / 2012) il numero di imprese è lievemente aumentato: +1%, in particolare nei settori [N] noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese, [L] attività immobiliari, [M] attività professionali, scientifiche e tecniche e [K] attività finanziarie e assicurative. Al contrario di quanto ci si potrebbe aspettare, la pandemia, come già rilevato in altre realtà, ha fatto aumentare il numero di imprese, cresciute tra il 2019 e il 2021 del 4,4%, specialmente nelle sezioni [S] Altre attività di servizi; [N] noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese; [K] attività finanziarie e assicurative; [R] attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento.

I valori si mostrano in controtendenza rispetto al dato provinciale dove nel lungo termine le attività si sono ridotte dell'1% e tra il 2019 e il 2021 sono rimaste stabili.

Le imprese legate ai servizi strettamente turistici, alloggio e ristorazione, sono tra quelle che maggiormente sono diminuite tra il 2012 e il 2021, non solo a causa del COVID, essendo la tendenza già presente prima dello scoppio della pandemia.

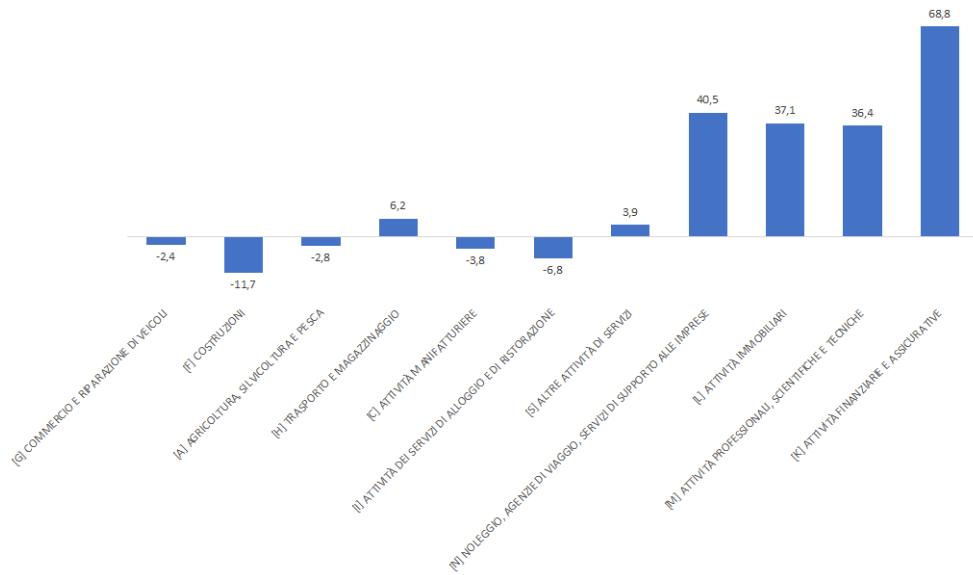
Il sistema delle imprese segnala una discreta vivacità. La crescita a lungo termine è stata rafforzata dall'aumento del 4% di imprese attive nell'ultimo biennio. Questo elemento potrebbe significare un contesto dinamico dove il calo della occupazione è stato fronteggiato dalla crescita di iniziative personali che hanno recepito opportunità nel territorio.

*Variazione a breve termine delle imprese attive. Collesalvetti e provincia di Livorno. Anni 2021/19*



Fonte: Regione Toscana

*Variazione a lungo termine delle imprese attive. Collesalvetti. Anni 2021/12*

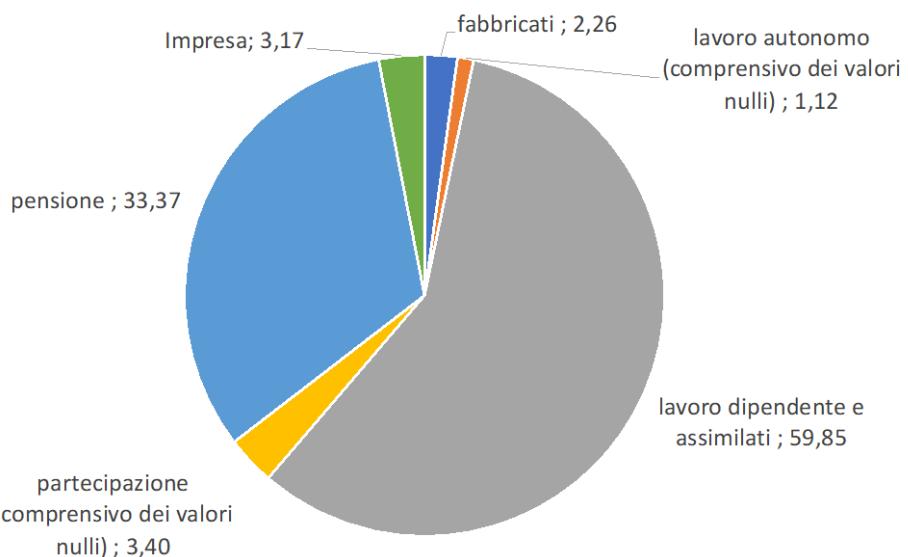


Fonte: Regione Toscana

## Reddito ed attività

Il reddito medio degli abitanti di Collesalvetti è stimato intorno ai 14,5 migliaia di euro / anno. Il 60% dei redditi viene dal lavoro dipendente e il 33% da pensioni. Sotto il 10% l'incidenza delle altre fonti. I percettori di reddito dipendente sono il 39% della popolazione, i percettori di pensione il 24%, il 34% percepisce redditi da fabbricati. Meno dello 0,5% sono i percettori di reddito da lavoro autonomo.

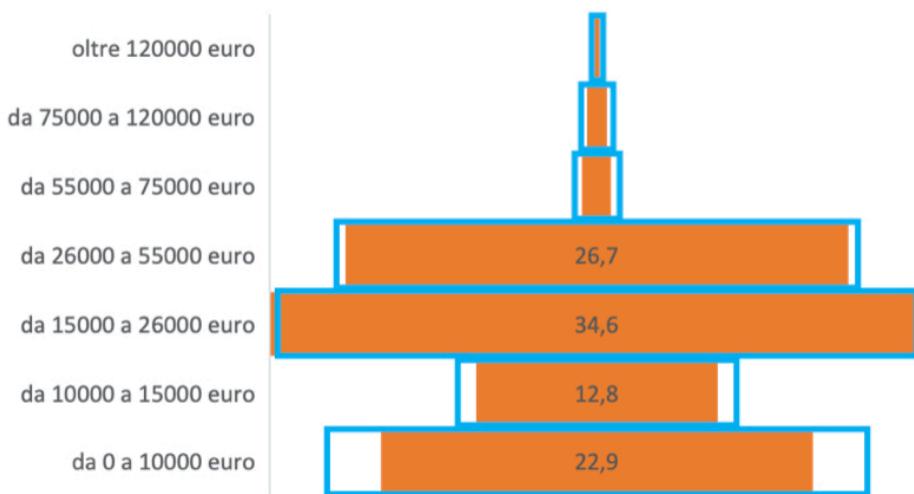
*Distribuzione del reddito per fonti. Comune di Collesalvetti. Anno 2019*



Fonte: Ministero delle finanze

Oltre il 60% del reddito è concentrato tra i 15 mila e i 55 mila euro, una distribuzione che caratterizza il dato comunale rispetto al valore provinciale, dove vi è una maggiore ripartizione tra le classi, compreso quella più bassa, nella quale vi è una differenza di oltre tre punti percentuali.

*Distribuzione popolazione per fasce di reddito. Collesalvetti e provincia di Livorno. 2019*



Fonte: Ministero delle finanze

Il comune di Collesalvetti presenta una struttura socio-economica centrata sul lavoro dipendente e sulle pensioni che rappresentano nell'insieme il 93%. Una struttura favorita dal posizionamento centrale del territorio e dagli insediamenti che nel corso del tempo si sono succeduti a livello industriale, commerciale, di servizi e della logistica.

## Risorse turistiche: gli attrattori

Collesalvetti non è al momento un territorio che ha posto al centro del suo sviluppo il settore turistico. Il che non vuol dire che, al netto delle aree industriali e della logistica, non vi possa essere una crescita legata alle risorse naturali, ambientali e culturali, spinta dalla sua facile accessibilità e centralità. Sono

risorse che possono attirare visitatori, escursionisti e turisti, in grado di creare un sistema che seppur non centrale per il sistema economico, potrebbe essere capace di creare una economia per le imprese esistenti, per il sistema della produzione enogastronomica, e attivare professionalità e imprese dedicate.

### Il territorio

Il territorio di Collesalvetti presenta potenziali risorse di carattere naturale, ambientale, culturale ed enogastronomico in grado di attrarre visitatori, in un'ottica di turismo slow e di sostenibilità, seppur in contrasto con gli insediamenti industriali e produttivi esistenti

Il territorio, dal punto di vista turistico, può essere considerato diviso in tre aree. La prima, quella maggiormente antropizzata, che si sviluppa lungo gli assi viari della FI-Pi-Li, dell'autostrada A12 e della SRT 206 Emilia, a servizio degli spostamenti, ha un impatto forte e, dal punto di vista turistico, potrebbe essere un elemento di attenzione e mitigazione. Allo stesso tempo, i centri abitati che vi insistono possono essere centri di riferimento dove adottare iniziative ricreative e socializzanti di qualità. In questa area insiste anche l'Oasi della Contessa.

La seconda area è quella dei Monti Livornesi, nella parte occidentale del territorio, verso il comune di Livorno, raccoglie le principali risorse naturali, nei quali si possono sviluppare proposte legate al turismo attivo e wellness.

La terza area è quella orientale, che lega Collesalvetti ad altri territori, simili per molti aspetti, già uniti sotto il cappello del Distretto Rurale, che hanno come elementi comuni i valori della ruralità, delle produzioni tipiche.

### Le risorse

In questo sistema territoriale si trovano risorse che possono strutturare un sistema in grado di motivare una visita escursionista o di offrire attività per chi soggiorna per più tempo.

### Beni culturali

In testa alle risorse di carattere culturale (artistico, storico, archeologico, etnoantropologico, archivistico e bibliografico e le altre cose individuate dalla legge o in base alla legge quali testimonianze aventi valore di civiltà) è indubbio il valore dell'Acquedotto Leopoldino, o di Colognole, e tutti gli elementi annessi, iniziato a costruire nel 1792, destinato a rifornire la città di Livorno. In stato di conservazione precario, necessita di interventi, taluno anche urgente, per straordinaria manutenzione. Percorrello nel suo sviluppo, a piedi o in mountain bike, è una proposta che può essere spesa a livello regionale per trekking di una giornata o per un programma di chi pernotta sul territorio anche in una visione di wellness.

All'acquedotto di Colognole si affiancano altre strutture, prevalentemente di archeologia industriale, che comprendono l'Acquedotto delle Pollacce, le Fornaci, alcune delle quali risalgono al periodo romano, le ghiacciaie, i mulini ad acqua e a vento, le ex costruzioni per l'essicazione del tabacco coltivato in zona, oltre ad altri elementi quali gli immobili schedati dall'ufficio urbanistico, elementi storici della viabilità stradale e della ferrovia, aree di interesse archeologiche, antiche chiese, cimiteri e monumenti, antiche ville, edifici tipici della gestione delle fattorie<sup>1</sup>. Un percorso di mobilità dolce tra questi elementi può essere un elemento di interesse per chi a livello personale è appassionato dell'archeologia industriale o anche per organizzare visite legate ad attività di formazione e studio.

---

<sup>1</sup> La presenza di emergenze culturali e di altre risorse in genere è stata supportata dal confronto con la documentazione a supporto del Nuovo Piano Strutture.

## Beni naturali e il sistema per il turismo attivo

Nel cuore delle risorse naturali c'è il **Parco Provinciale dei Monti Livornesi**. Nel territorio del Parco rimane chiaramente riconoscibile ed agibile, la fitta rete di percorsi funzionali alle attività storicamente presenti: la rete di percorsi per i mulini, il trasporto del legname verso la costa, i percorsi di collegamento dei centri collinari con la città di Livorno ed il porto. In questo contesto si colloca la sentieristica del Parco, percorribile da escursionisti a piedi, in mountain bike ed a cavallo, che in parte ricalca la rete di percorsi equestri del progetto regionale "A cavallo nei Parchi" e del progetto Interreg III A "Ippovie del Mediterraneo". Nella parte nord-occidentale del Parco, all'interno del patrimonio regionale "Foresta di Montenero", è stato realizzato nel 2015 "il Percorso del Pellegrino" dotato di segnaletica e aree attrezzate di sosta.<sup>2</sup>

Nei Monti Livornesi sono segnalati sei sentieri e cinque percorsi:

Sentieri:

1. 00 - La Dorsale delle Colline Livornesi (FOGLIO NORD)
2. 00 - La Dorsale delle Colline Livornesi (FOGLIO SUD)
3. 199 - La Strada del Mille
4. dell'ALTA VALLE DEL MORRA
5. di PIAN DELLA RENA E DINTORNI
6. del SIR DI MONTE PELATO

Percorsi

1. Dalle colline al mare: traversata Nibbiaia - Chioma
2. Grande anello Salviano - Calignaia
3. Anello di Monte Pelato
4. Cava della Focerella e Sorgenti dell'Acquedotto
5. Villa Cristina ed Eremo della Sambuca

Chi pratica Mountain Bike può trovare nel sistema della sentieristica un buon campo di azione. Per i ciclisti da strada, invece, non ci sono al momento itinerari rilevati e segnalati<sup>3</sup>, nonostante il territorio si presti bene alla pratica della bicicletta, salvo aree di traffico eccessivo come il tratto della SRT 206 che attraversa il comune. Non ci sono al momento punti di ricarica per bici elettriche.

Di estremo interesse è anche **L'Oasi della Contessa**, Sito Natura 2000, inserito nella riserva MAB UNESCO Selve Costiere di Toscana. La riserva è visitabile grazie ad aperture gestite da associazioni ambientali, in particolare GAIA di Collesalvetti. Nell'area sono stati rinvenuti resti archeologici, attualmente esposti al Museo di Storia Naturale di Livorno e al Museo delle Navi Antiche di Pisa. Oltre all'osservazione della natura, in particolare il Bird Watching, e le escursioni fotografiche, nella zona vengono organizzati eventi a tema nelle serate estive (serate per vedere le lucciole, per vedere le stelle, esperienze nella natura per bambini e famiglie, escursioni tematiche...)

Per quanto riguarda infrastrutture maggiori, ciclovie o percorsi escursionistici, al momento non vi sono itinerari di rilievo che attraversano il territorio. Alcuni progetti in fase di sviluppo lo interessano direttamente o molto da vicino. La futura Ciclovia Tirrenica, che lambisce l'abitato di Stagno, e il Cammino d'Etruria, un percorso escursionistico/culturale che passerà per i comuni di Pisa-Collesalvetti – Cascina – Crespina Lorenzana – Casciana Terme Lari- Terricciola – Montecatini Val di

---

<sup>2</sup> Le informazioni sui percorsi nei parchi sono state confrontate con quanti riportato nel sito della regione Toscana e del progetto "Occhi sulle Colline".

<sup>3</sup> Rilevazione sui siti [bicitalia.org](http://bicitalia.org) e [piste-ciclabili.com](http://piste-ciclabili.com).

Cecina -Lajatico – Volterra- Casole d’Elsa – Colle di Val d’Elsa – Sovicille – Monteroni d’Arbia – Murlo – Buonconvento – Asciano – Trequanda – Sarteano – Chianciano Terme e Chiusi

Inoltre, sul territorio è in fase di realizzazione il secondo lotto della pista ciclabile da Collesalvetti fino al polo scolastico e sportivo di Vicarello e in fase di valutazione la conversione a ciclovia del tratto di ferrovia dismessa tra Collesalvetti e Guasticce.

### Enogastronomia

La produzione enogastronomica dell’area

Come in tutta la regione, anche il territorio di Collesalvetti può promuovere una enogastronomia di qualità. L’area, che comprende Collesalvetti e i comuni vicini, accoglie coltivazioni di cereali di qualità, che si distinguono anche per il recupero di grani antichi, coltivazioni bio, allevamenti bovini, produzione di pasta. Il territorio è inserito tra le aree di produzione secondo il disciplinare del Terratico di Bibbona DOC.

### Sport

La pratica dello sport, amatoriale ma anche l’organizzazione di eventi, è diventata una motivazione importante per attivare o sostenere flussi turistici. Oltre a quelle legate al turismo attivo, che abbiamo analizzato precedentemente, altre pratiche possono essere elemento di caratterizzazione. Le strutture per la pratica di sport possono essere un elemento per favorire la scelta di una destinazione e per favorire una più lunga permanenza media. Sono anche una risorsa per l’organizzazione di stage o ritiri ed eventi, che pure a livello giovanile e dilettantistico muovono molte persone coinvolgendo familiari ed amici. Lo stesso comune elenca sette strutture sportive

- Campo sportivo comunale "P. Lami" - Collesalvetti.
- Palazzetto dello Sport - Collesalvetti
- Campo sportivo comunale "E. Fagiolini" - Vicarello
- Campo sportivo "E. Priami" - Stagno
- Area sportiva polivalente - Campo San Martino - Parrana San Martino.
- Area Polivalente Bocciodromo Guasticce - Guasticce.
- Pista Ciclistica "Ivo Mancini" - Stagno.

Ma anche quelle private (esempio campi da tennis, da calcetto, da basket, piscine, ecc.) possono essere promosse e utilizzate dagli ospiti.

Tra le attività che il territorio di Collesalvetti può accogliere si devono annoverare anche le opportunità legate alla caccia e alla pesca. Seppur nel rispetto delle norme e delle regole, la caccia in territori come quello di Collesalvetti può avere una valenza di mantenimento degli equilibri faunistici. La pesca invece ha nello scolmatore dell’Arno un richiamo forte. la Fipsas – Federazione Italiana Pesca è riuscita realizzare un vero e proprio campo gara all’altezza del paese di Vicarello, con un paio di chilometri di sponda ben tenuta e con delle piazzole numerate per il facile posizionamento dei pescatori. Il tratto di canale è descritto come bello e comodo, ma anche destinato a pescatori abili a causa della poca profondità e delle correnti che provengono dal mare.

### La pianificazione strategica e il turismo

Il Comune di Collesalvetti opera attivamente e in più fronti nell’ambito della pianificazione strategica. Per quanto riguarda il turismo, ricade nell’Ambito Turistico Livorno, che comprende anche il comune di Livorno (capofila) e l’isola di Capraia. Nel rispetto della L.R. 86/2016, gli ambiti turistici hanno come compito quello di gestire in forma associata e sovra-comunale la governance turistica locale, e, in

particolare, le funzioni di accoglienza e informazione turistica, interfacciando con Toscana Promozione Turistica per la comunicazione.

In ambito rurale il Comune ha assunto il ruolo di Capofila del Comitato Promotore con funzione di coordinamento e organizzazione del Distretto Rurale ad oggi denominato Distretto Rurale Pisano Livornese. i Distretti rurali sono sistemi locali caratterizzati da identità storiche e territoriali omogenee, derivanti dall'integrazione tra attività agricole ed altre attività locali, nonché dalla produzione di beni e servizi di particolare specificità, coerenti con storia e vocazioni naturali del territorio. Il Distretto Rurale, regolato dalla L.R. 17/2017, è un soggetto della governance territoriale che supporta i processi di pianificazione, crescita e stabilizzazione dell'economia locale. Il tema della "qualità della vita", proposto nel progetto economico territoriale del Distretto Rurale, vuole portare vantaggi che, migliorando l'intero territorio, si riflettono sull'intera offerta, e comprende voci direttamente collegate ai servizi turistici, all'animazione e alla sensibilizzazione territoriale. Specificatamente:

- turismo in ambito rurale e ospitalità diffusa;
- l'integrazione dell'offerta tra eccellenze enogastronomiche e turismo sostenibile;
- offerta culturale integrata: l'ecomuseo del territorio, dei prodotti, delle filiere;
- educazione e ambiente rurale: le fattorie didattiche, l'agricoltura sociale, i parchi tematici; sicurezza sociale e protezione civile;
- formazione e informazione;
- marketing territoriale (offerta di nuovi o riqualificati prodotti e servizi);

Il Distretto Rurale, oltre al comune di Collesalvetti, comprende i territori di Fauglia, Orciano Pisano, , Santa Luce, Castellina Marittima e Cascina.

Le due aggregazioni, benché a prima vista possano sembrare disomogenee, in realtà hanno la potenzialità di costruire, con il Distretto, una proposta omogenea, che raccoglie tutti gli elementi che rappresentano la "tipicità toscana" – natura, cultura, produzioni tipiche, ambiente, enogastronomia, paesaggio – veicolabile attraverso i tre Ambiti Turistici di riferimento (Livorno, Terre di Pisa e Costa degli Etruschi).

Per finire il Piano Strategico del Comune di Collesalvetti che inserisce azioni con una specifica attenzione allo sviluppo del turismo.

### [Le azioni dell'Ambito Livorno e l'interazione con Collesalvetti](#)

L'Ambito Turistico Livorno ha redatto un piano di progetti di ambito che, partendo dalle debolezze riscontrate durante gli incontri sul territorio, e dalle risorse esistenti, ha definito degli obiettivi strategici che devono essere valutati e tenuti presente nel definire il Piano di Marketing del comune di Collesalvetti.

I temi strategici sul tavolo sono:

- attenzione al turista, inteso come la persona al centro delle iniziative, sviluppando una cultura dell'accoglienza;
- network di opportunità territoriali, disegnando nuovi prodotti in grado da rendere completa l'offerta di ambito;
- destinazione turistica integrata, limitando i fattori discordanti per arrivare ad un sistema che metta a disposizione tutta l'offerta nei suoi differenti aspetti, valorizzando la complessità e la possibilità di integrazione;
- qualità ambientale ed esperienza, esaltando il valore delle risorse e costruendo attività in grado di massimizzare il valore della fruizione;

- adattare i processi di marketing all'evoluzione: legare la promozione alla commercializzazione con lo sviluppo di appropriati supporti digitali, che richiedono allo stesso tempo una adeguata copertura di reti di comunicazione.

Alla luce di questi temi l'Ambito ha stabilito di portare avanti 3 idee progetto secondo lo schema che segue.

*Idee progetto dell'Ambito Turistico Livorno*

		Accessibilità e mobilità sostenibile
		Attenzione al turista
		Network di opportunità territoriali
Azioni	Rete itinerari	Organizzare e infrastrutturare gli itinerari. Definire progetto di gestione. Sviluppare servizi per chi li percorre.
	Rete trasporti interni	Favorire la nascita di un sistema di trasporto sul territorio a favore dell'accessibilità e della fruibilità in particolare legata alla sentieristica ed alla pratica dello sport con attenzione alla bicicletta.
	Accessibilità e mobilità persone disabili	Coordinamento e mappatura dell'accessibilità per ospiti con bisogni speciali.
	Mobilità sostenibile	Infrastrutture e mezzi per mobilità sostenibile e slow. Colonnine per ricarica veicoli elettrici in spazi pubblici e privati.
	Connessioni digitali	Sviluppo delle connessioni veloci fisse e mobili. Presenza diffusa di wi fi, nelle strutture che forniscono servizi al turista, nelle aree urbane, lungo gli itinerari.
Soggetti coinvolti	Pubblici	Comuni dell'Ambito, Ambiti confinanti, Regione Toscana, F.S.
	Privati	Operatori locali, Compagnie TPL, Fornitori mezzi elettrici, Fornitori servizi/software/App

		Integrazione attori locali – costruire la filiera turistica per i prodotti dell'ambito
		Destinazione turistica integrata e attenzione al turista
Obiettivi operativi	Integrazione per offerte commerciali	Creare offerte di valore per essere commercializzate dalla DMC
	Integrazione operatori (La filiera turistica)	Organizzare momenti comuni tra gli operatori. Potenziare il lavoro congiunto con altri ambiti
	Blog/Forum ..... fra imprese e stakeholders territoriali	Strutturare un Sistema di comunicazione tra gli operatori. Sviluppare un sistema di scambio delle informazioni sotto forma di data base. Sviluppare reti d'impresa anche informali.
	Università, Scuole e imprese	Migliorare interazione con scuole, università, sistema della formazione professionale e vocazionale. Favorire aggiornamento degli operatori anche su offerte del territorio
Soggetti coinvolti	Pubblici	Comuni Ambito, Università, Agenzie di formazione, Scuole, Associazione categoria Imprese, Regione Toscana
	Privati	Operatori locali, Agenzie di formazione

		Turismo sostenibile Qualità ambientale e qualità esperienziale Attenzione al turista (alla persona) Adattare i processi di marketing all’evoluzione
Obiettivi operativi	Cura del territorio	Miglioramento dell’aspetto nelle aree di limite con gli insediamenti industriali e di logistica;
	Scelte eco- sostenibili – No plastic	Progetto no plastic; eventi plastic free; filiera km 0; controllo dell’accesso dei mezzi motorizzati alla sentieristica; sviluppo economia circolare; incrementare raccolta dei rifiuti e raccolta differenziata nelle aree turistiche.
	Sensibilizzazione ambientale	Programmi di sensibilizzazione e di educazione ambientale destinati a visitatori, cittadini ed imprese
Soggetti coinvolti	Pubblici	Comuni dell’Ambito, Parchi, Gestori Aree Protette, Regione Toscana
	Privati	Operatori locali, Fornitori manutenzione,

### Il piano strategico presta attenzione al turismo

Il Piano Strategico di sviluppo sostenibile del Comune di Collesalvetti mette il turismo tra gli elementi intorno ai quali sviluppare la sua struttura. In particolare troviamo diversi e puntuali riferimenti nel “DOC 3 – Relazione di Strategia dello Sviluppo Sostenibile” del gennaio 2021, a partire dalle Azioni strategiche, che indicano chiaramente “Promuovere l’offerta territoriale (agricoltura biologica, prodotti tipici, filiera corta, ospitalità, turismo escursionistico)”.

### *Obiettivi ed azioni legate al turismo inserite nel Piano Strategico di Sviluppo Sostenibile del Comune di Collesalvetti*

Obiettivi generali	Azioni e strategie
OG. 6 – Il Territorio agricolo	Promuovere la qualità dell’offerta territoriale (agricoltura biologica, prodotti tipici, filiera corta, ospitalità, turismo escursionistico);
OS 6.1 - Favorire la valorizzazione del territorio agricolo e delle attività ad esso connesse condotte da soggetti professionali, non professionali e amatoriali, andando a promuovere la tutela funzionale, paesaggistica, culturale e sociale del territorio. Andando quindi a predisporre una gestione del territorio che si adatti alle nuove e vecchie esigenze aziendali, privilegiando quegli interventi, inquadrati in un’ottica territoriale, che puntino ad una valorizzazione del paesaggio, considerino il ruolo multifunzionale delle aziende agricole, propongano soluzioni e prospettive per l’introduzione degli equilibri biologici, prevedano la pianificazione degli interventi di ripristino e di prevenzione dei rischi ambientali.	
OG. 7 – Paesaggio, beni storico – culturale e archeologici	Equilibrio “tra tutte le parti” in relazione alle esigenze di sviluppo economico e crescita occupazionale, in particolare guardando alle attività legate all’industrializzazione e al commercio, all’agricoltura intensiva e al turismo (nelle sue varie declinazioni), che possono compromettere la riconoscibilità e l’identità stessa del paesaggio.

## Piano di marketing territoriale del Comune di Collesalvetti

OG. 8 – Sistema economico locale e sistema turistico	
OS. 8.2 Incentivare una forma di turismo volto alla formazione e organizzazione territoriale per la definizione di itinerari e sistemi di accessibilità (Ippovie, percorsi escursionistici, sistemi di mobilità lenta, poli di attrattività), conservazione e valorizzazione dei poli attrattori (Aree Archeologiche, L'acquedotto Leopoldino, manufatti agrari tradizionali), definizione di politiche attive per i siti naturali o di rilevanza ambientale (Oasi della Contessa, Monti Livornesi, ecc.), promozione e valorizzazione dei prodotti enogastronomici (zafferano, grani antichi, produzioni vitivinicole ecc.)	<p>Valorizzazione dell'intermodalità e del trasporto pubblico locale e sovralocale;</p> <p>Identificazione di ambiti e/o settori territoriali, sostenuti da itinerari e percorsi, in grado di offrire esperienze, culturalmente complesse, relative ad aspetti storici, insediativi, archeologici, paesaggistici e agroambientali; Incrementare lo sviluppo della mobilità sostenibile, diffondendo: - la mobilità pedonale - la mobilità ciclabile – l'agevolazione nell'interscambio tra automobile e mezzo pubblico – la pianificazione della mobilità casa-lavoro-scuola - promuovere il trasporto ferroviario - valorizzare i terminal intermodali - favorire il ricambio dei mezzi verso tecnologie più sostenibili in grado di diminuire gli impatti ambientali, sociali ed economici generati dai veicoli circolanti;</p> <p>Collegamento dell'Interporto di Guasticce con la linea ferroviaria Collesalvetti-Vada, lato Sud e lato Nord. L'intervento è stato previsto sulla base dello studio di fattibilità predisposto da R.F.I. che prevede una serie di raccordi ferroviari in grado di dotare il porto di Livorno di adeguate infrastrutture ferroviarie per il trasporto delle merci, a partire dalla Darsena Toscana, e di collegarle più funzionalmente con la linea ferroviaria Tirrenica, con l'Interporto di Guasticce, con la linea Pisa - Collesalvetti - Vada e con la linea Pisa - Firenze;</p> <p>Progetto "Scavalco della Linea Tirrenica": dal punto di vista ferroviario l'"Interporto Toscano a. Vespucci", è collegato alla linea fuori esercizio Livorno Calambrone - Collesalvetti: questo binario di collegamento (dove si ha un passaggio a livello con Via delle Colline) permette il collegamento con la stazione di Livorno Calambrone solo oltrepassando i binari della linea Tirrenica, situazione, questa, di forte criticità per qualsiasi tradotta da effettuare, visti i pochi intervalli temporali che essa concede per il suo attraversamento. Il progetto di potenziamento della connessione ferroviaria prevede il così detto "Scavalco della Linea Tirrenica" (recupero ponte ferro-tramviario in disuso) per la connessione ferroviaria dell'Interporto con il Porto di Livorno a supporto della gestione logistica. Questa opera consentirà la piena integrazione intermodale del nodo logistico di Livorno e delle infrastrutture logistiche tutte della costa toscana, in allineamento con lo sviluppo programmato da RFI sulla rete nazionale;</p> <p>Potenziamento dell'offerta territoriale (agricoltura biologica, prodotti tipici, filiera corta, ospitalità, turismo escursionistico);</p> <p>Inserimento di specifiche misure a sostegno delle attività commerciali, finalizzate anche al miglioramento dell'offerta turistica comunale</p> <p>Favorire il recupero di fabbricati e strutture a fini turistici.</p>

## I numeri del turismo a Collesalvetti

### L'offerta

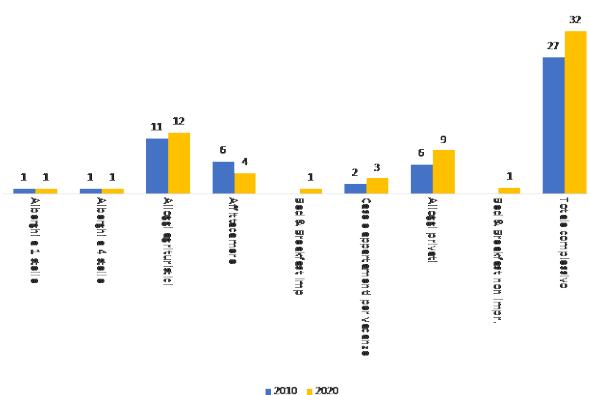
I dati ufficiali, forniti dalla Regione Toscana, riportano, con riferimento alla fine del 2020, 32 strutture ricettive, in prevalenza agriturismo (12 pari al 38%), seguiti dagli alloggi privati (9, pari al 27%).

I 300 posti letto negli agriturismi rappresentano il 51% dell'offerta, seguiti con 112 (19%) dall'unico albergo nel territorio.

L'importanza della ricettività negli alloggi agritouristici è cresciuta. La dinamica a lungo termine (2020/2010), infatti, segnala che, dei 32 posti letto in più, pari ad una crescita globale del 15%, il 75% è da ascrivere proprio alla ricettività rurale, il 25% agli "alloggi privati" e il 13% alle "Case e appartamenti per vacanza". Una nota particolare per gli "Affittacamere", che hanno ridotto drasticamente l'offerta (21 posti letto in meno sebbene su solo due strutture), compensati dalla crescita delle altre strutture extralberghiere, anche gestite in forma non di impresa (strutture +6, posti letto +41, il 53% della crescita totale).

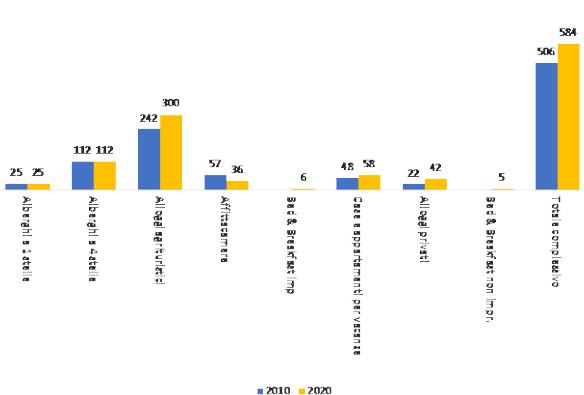
### *L'offerta ricettiva nel comune di Collesalvetti*

*Numero esercizi*



Fonte: Regione Toscana.

*Numero posti letto*



Fonte: Regione Toscana.

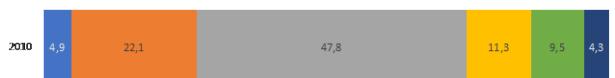
*Distribuzione esercizi per tipologia.*



■ Alberghi a 1 stelle  
■ Alberghi a 4 stelle  
■ Alloggi agritouristici  
■ Bed & Breakfast impresa  
■ Bed & Breakfast privato

Fonte: Regione Toscana.

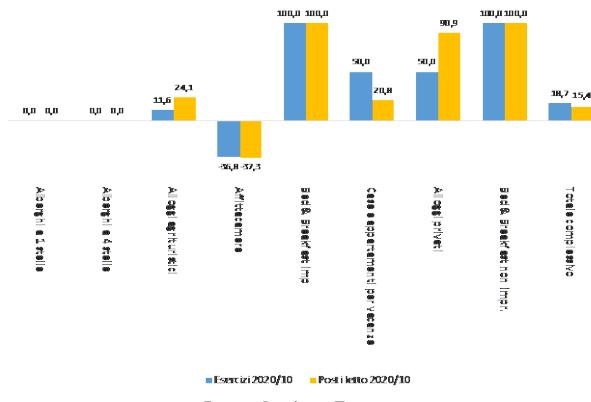
*Distribuzione posti letto per tipologia.*



■ Alberghi a 1 stelle  
■ Alberghi a 4 stelle  
■ Alloggi agritouristici  
■ Bed & Breakfast impresa  
■ Bed & Breakfast privato  
■ Case e appartamenti per vacanze  
■ Affittacamere

Fonte: Regione Toscana

### Variazione esercizi e posti letto 2020/2010



Fonte: Regione Toscana.

Accanto alla ricettività ufficiale, il sistema dell’ospitalità privata diffusa presente su Airbnb e Vrbo, è conteggiata in 36 appartamenti e 7 camere, con una media di 5,2 ospiti e una valutazione media di 4,42, con il maggiore fattore di penalizzazione nella valutazione della “location” e una buona valutazione del servizio.

### La domanda

Gli arrivi di turisti a “regime normale” hanno raggiunto, nel 2019, il numero di 14.355, dei quali il 61,2% italiani e il 38,8% stranieri. I pernottamenti, nello stesso anno, sono stati 32.336, con una distribuzione quasi analoga a quella degli arrivi tra italiani (64,2%) e stranieri (35,8%).

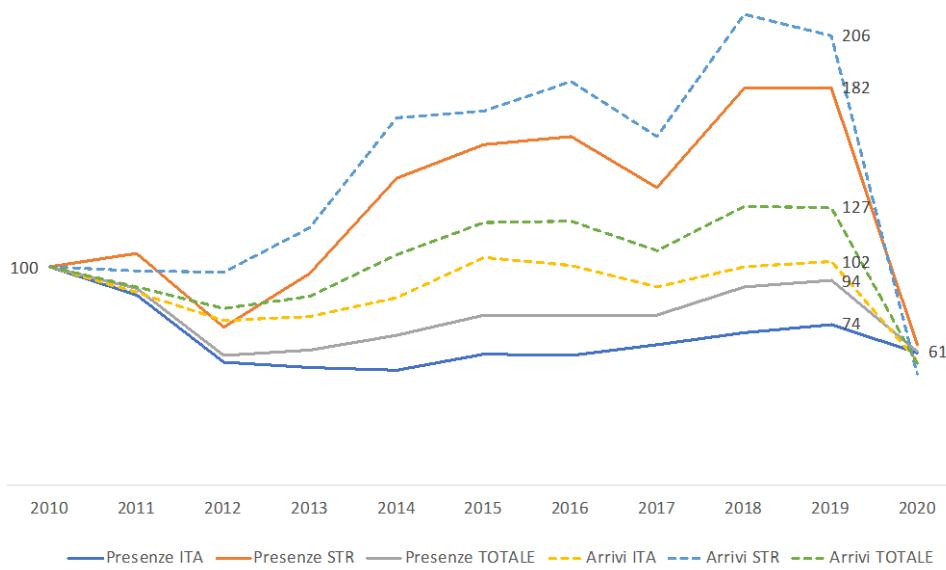
I valori sono il risultato di un andamento disomogeneo che, nel lungo termine (2010-2019), si è dimostrato negativo per le presenze (diminuite del 6% circa), mentre gli arrivi sono cresciuti del 28% circa. Questi cambiamenti hanno riguardato più gli italiani che gli stranieri, portando la permanenza media, per i primi, da 3,3 a 2,4 notti (calo di quasi una notte), per i secondi da 2,4 a 2,1, e, complessivamente, da 3,1 a 2,3 notti

### Arrivi e presenze per origine comune Collesalvetti

		Valore			Distribuzione		
		2010	2019	2020	2010	2019	2020
Arrivi	Italiani	8.581	8.787	4.906	76,1	61,2	78,1
	Stranieri	2.697	5.568	1.375	23,9	38,8	21,9
	Totale	11.278	14.355	6.281	100,0	100,0	100,0
Presenze	Italiani	28.158	20.767	17.038	81,6	64,2	80,7
	Stranieri	6.341	11.569	4.070	18,4	35,8	19,3
	Totale	34.499	32.336	21.108	100,0	100,0	100,0

Fonte: Regione Toscana.

*Variazione arrivi e presenze per origine. Collesalvetti. Numeri indice. 2010=100*



Fonte: elaborazione dati Regione Toscana.

*Permanenza media per origine comune Collesalvetti*

		2010	2019	2020
PM	Italiani	3,28	2,36	3,47
	Stranieri	2,35	2,08	2,96
	Totale	3,06	2,25	3,36

Fonte: elaborazione dati Regione Toscana.

Gli italiani rappresentano quindi i 2/3 della domanda nelle strutture del comune di Collesalvetti. La principale origine dei turisti nel 2019 è stata la Toscana stessa (15,2%), seguita da Germania (9%), Lombardia (8%), Emilia Romagna, Lazio. Dall'estero i Paesi Bassi sono all'8º posto, la Francia al 10mo seguita dalla Cina. Le prime quattro regioni rappresentano oltre il 50% delle notti del turismo domestico.

Sempre nel 2019 la Lombardia (11% del totale) guidava gli arrivi, seguita da Germania, Toscana, Lazio, Cina (come seconda origine estera), Emilia Romagna, Veneto e Piemonte.

Il caso Cina: tra il 2010 e il 2019 le presenze dei cinesi sono passate da 10 a 978 notti, portando il paese asiatico dal 52mo al 4º posto nella graduatoria degli arrivi e dal 54mo all'11mo in termini di notti, con una permanenza media di poco più di una notte. Valori non enormi ma significativi per la realtà di Collesalvetti.

*Presenze per origine. Collesalvetti*

	Paese di provenienza	Presenze	Incidenza	PM
1	Toscana	4.922	15,2	4,36
2	Germania	2.942	9,1	2,49
3	Lombardia	2.680	8,3	1,76
4	Emilia-Romagna	2.146	6,6	2,36
5	Lazio	1.799	5,6	1,85
6	Piemonte	1.638	5,1	2,42
7	Campania	1.536	4,8	2,44
8	Paesi Bassi	1.295	4,0	3,87

9	Veneto	1.291	4,0	1,87
10	Francia	1.042	3,2	2,07
11	Cina (incluso Hong Kong)	978	3,0	1,03
12	Sicilia	823	2,5	2,47
13	Puglia	569	1,8	2,28
14	Sardegna	563	1,7	1,59
15	Friuli-V. Giulia	549	1,7	3,84
16	Liguria	526	1,6	1,92
17	Svizzera (incluso Liechtenstein)	503	1,6	1,93
18	Umbria	491	1,5	2,27
19	Marche	470	1,5	2,06
20	Altri Paesi dell'Asia	400	1,2	1,56

Fonte: elaborazione dati Regione Toscana.

La distribuzione degli arrivi per tipologia ricettiva, nel 2019, segnalava la prevalenza delle strutture alberghiere (77%) mentre quella delle presenze era quasi distribuita tra strutture alberghiere (49%) ed extralberghiere (51%). Di conseguenza la permanenza media segnala valori differenti, pari a 1,4 notti negli alberghi e 5,1 nelle strutture complementari.

#### Arrivi, presenze e permanenza media per origine e tipologia ricettiva

ARRIVI	2010			2019			2020		
	ITA	STR	TOTALE	ITA	STR	TOTALE	ITA	STR	TOTALE
	VALORE								
Alberghieri	6.485	2.371	8.856	6.745	4.376	11.121	3.430	1.035	4.465
Extralberghieri	2.096	326	2.422	2.042	1.192	3.234	1.476	340	1.816
<b>Totale</b>	<b>8.581</b>	<b>2.697</b>	<b>11.278</b>	<b>8.787</b>	<b>5.568</b>	<b>14.355</b>	<b>4.906</b>	<b>1.375</b>	<b>6.281</b>

#### DISTRIBUZIONE PER ORIGINE

Alberghieri	75,6	87,9	78,5	76,8	78,6	77,5	69,9	75,3	71,1
Extralberghieri	24,4	12,1	21,5	23,2	21,4	22,5	30,1	24,7	28,9
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>								

#### INCIDENZA PER TIPOLOGIA E ORIGINE

Alberghieri	73,2	26,8	100,0	60,7	39,3	100,0	76,8	23,2	100,0
Extralberghieri	86,5	13,5	100,0	63,1	36,9	100,0	81,3	18,7	100,0
<b>Totale</b>	<b>76,1</b>	<b>23,9</b>	<b>100,0</b>	<b>61,2</b>	<b>38,8</b>	<b>100,0</b>	<b>78,1</b>	<b>21,9</b>	<b>100,0</b>

#### PRESENZE

PRESENZE	2010			2019			2020		
	ITA	STR	TOTALE	ITA	STR	TOTALE	ITA	STR	TOTALE
	VALORE								
Alberghieri	16.064	4.583	20.647	10.058	5.722	15.780	5.384	1.529	6.913
Extralberghieri	12.094	1.758	13.852	10.709	5.847	16.556	11.654	2.541	14.195
<b>Totale</b>	<b>28.158</b>	<b>6.341</b>	<b>34.499</b>	<b>20.767</b>	<b>11.569</b>	<b>32.336</b>	<b>17.038</b>	<b>4.070</b>	<b>21.108</b>

#### DISTRIBUZIONE PER ORIGINE

Alberghieri	57,0	72,3	59,8	48,4	49,5	48,8	31,6	37,6	32,8
Extralberghieri	43,0	27,7	40,2	51,6	50,5	51,2	68,4	62,4	67,2
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>								

#### INCIDENZA PER TIPOLOGIA E ORIGINE

Alberghieri	77,8	22,2	100,0	63,7	36,3	100,0	77,9	22,1	100,0
Extralberghieri	87,3	12,7	100,0	64,7	35,3	100,0	82,1	17,9	100,0
<b>Totale</b>	<b>81,6</b>	<b>18,4</b>	<b>100,0</b>	<b>64,2</b>	<b>35,8</b>	<b>100,0</b>	<b>80,7</b>	<b>19,3</b>	<b>100,0</b>

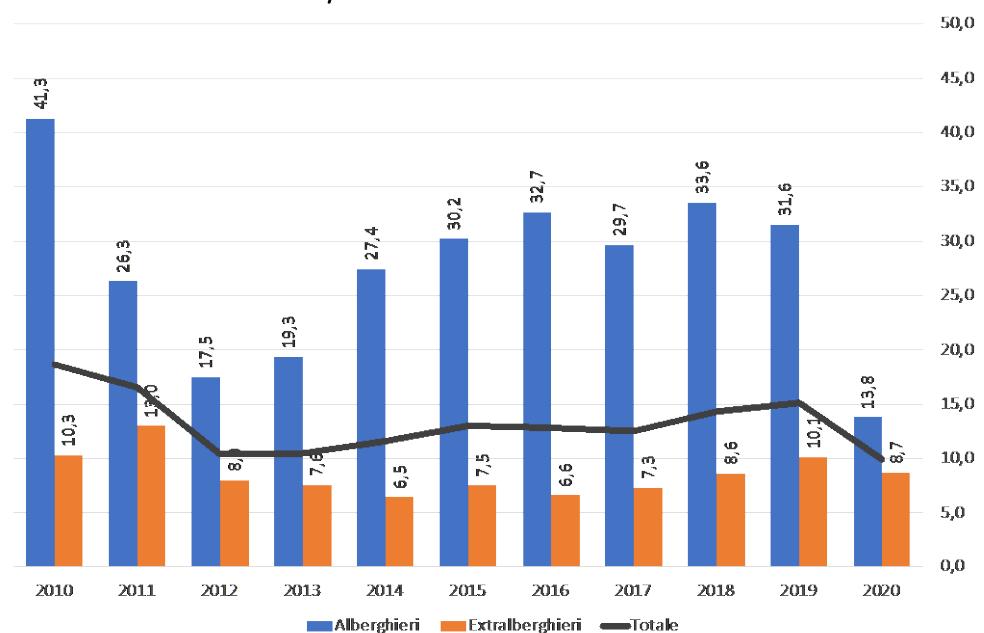
PERMANENZA MEDIA									
	2010			2019			2020		
	ITA	STR	TOTALE	ITA	STR	TOTALE	ITA	STR	TOTALE
NUMERO NOTTI									
Alberghieri	2,5	1,9	2,3	1,5	1,3	1,4	1,6	1,5	1,5
Extralberghieri	5,8	5,4	5,7	5,2	4,9	5,1	7,9	7,5	7,8
<b>Totale</b>	<b>3,3</b>	<b>2,4</b>	<b>3,1</b>	<b>2,4</b>	<b>2,1</b>	<b>2,3</b>	<b>3,5</b>	<b>3,0</b>	<b>3,4</b>

Fonte: elaborazione dati Regione Toscana.

Il tasso di occupazione delle strutture ricettive nel Comune di Collesalvetti ha seguito l'andamento delle presenze. Al 18,7% totale del 2010 seguono due anni di calo fino al 10,4% e una leggera costante crescita fino al 15,2% del 2019.

Il tasso di occupazione nelle strutture alberghiere (31,6%) nel 2019 è stato il triplo di quello delle strutture extralberghiere (10,1%)

*Tasso di occupazione strutture ricettive Collesalvetti.*

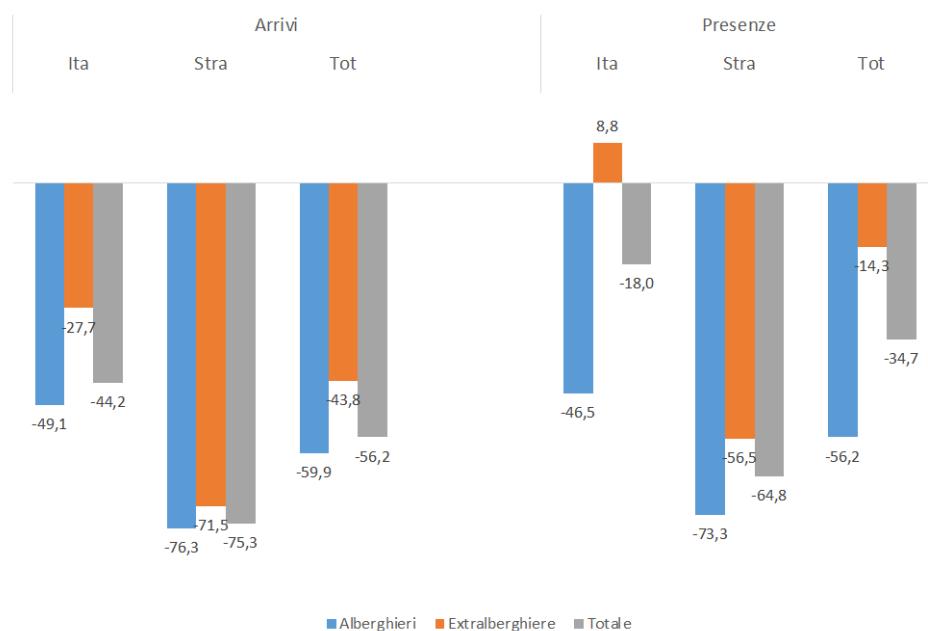


Fonte: elaborazione dati Regione Toscana.

## Effetto COVID

Gli effetti della pandemia si sono riversati sul turismo a Collesalvetti portando una diminuzione delle presenze del 35%, derivanti più dal calo degli stranieri (-65%) che da quello degli italiani (-18%). Le strutture alberghiere (-56%) ne hanno risentito più di quelle extralberghiere (-14%) dove però le presenze degli italiani sono aumentate del 9%

**Variazione arrivi e presenze per origine e tipologia ricettiva comune di Collesalvetti anno 2020**

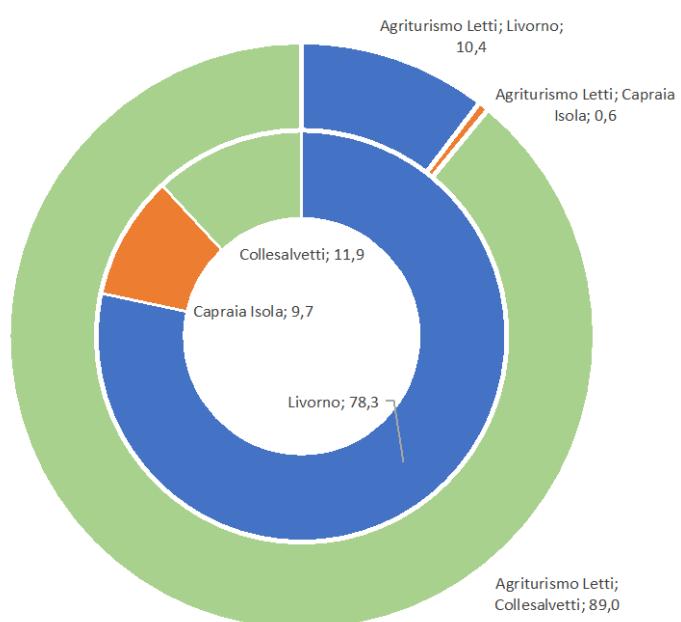


Fonte: elaborazione dati Regione Toscana.

**Collesalvetti nel turismo dell'Ambito e del Distretto**

In entrambe le aggregazioni dove è inserito, il comune di Collesalvetti non ha un ruolo predominante dal punto di vista numerico. Nell'Ambito Turistico Livorno, il comune capoluogo prevale come offerta totale, concentrando il 78% dei letti, contro il 12% di Collesalvetti e il 10% di Capraia Isola. Se tuttavia analizziamo le sole strutture agrituristiche, allora il comune di Collesalvetti prevale nettamente, con l'89% dei posti letto, a Livorno il 10% e a Capraia Isola meno dell'1%.

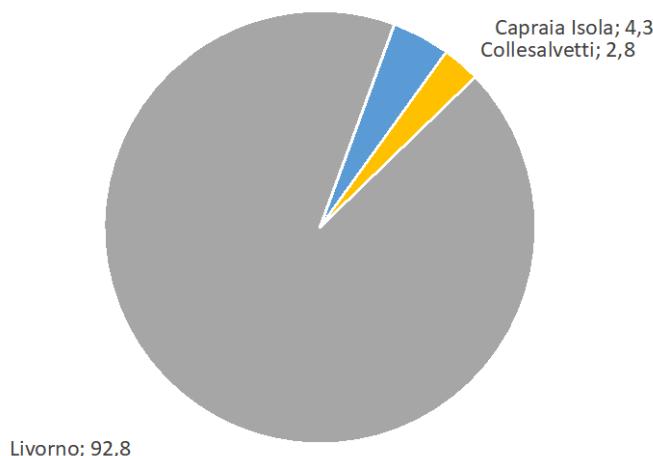
**Distribuzione posti letto totali e negli agriturismo nei comuni dell'Ambito Turistico Livorno**



Fonte: elaborazione dati Regione Toscana.

A livello di domanda, nel 2019 Collesalvetti copriva il 3% delle presenze dell'Ambito, dove Livorno prevaleva con il 93% (Capraia il 4%).

*Distribuzione presenze nei comuni dell'Ambito Turistico Livorno*

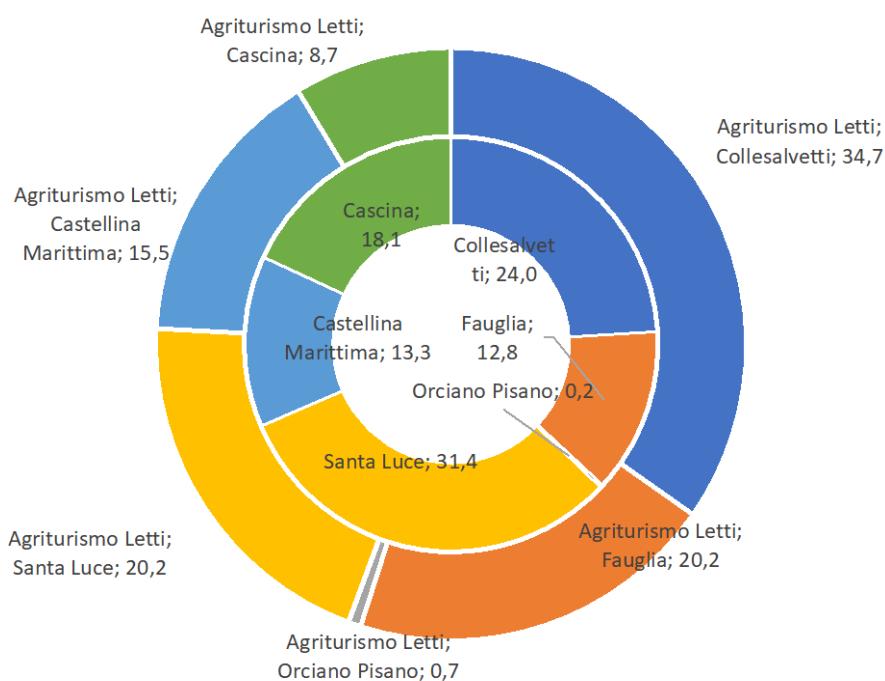


Fonte: elaborazione dati Regione Toscana.

Nel Distretto il comune che prevale in termini di offerta è quello di Santa Luce che rappresenta il 31% dei posti letto (763), Collesalvetti è al secondo posto con 584 letti pari al 24%, seguono Cascina (440 pl) e Castellina Marittima (324). Se limitiamo invece la valutazione ai posti letto negli agriturismi, al primo posto troviamo Collesalvetti (35%, 300 pl), seguito da Fauglia e Santa luce, con lo stesso numero di letti (175), in rappresentanza del 17% dell'offerta agritouristica ciascuno.

Si vede confermato un tratto caratterizzante il territorio nei confronti di entrambe le aggregazioni: una netta propensione all'ospitalità in agriturismo e, di conseguenza, ai suoi valori.

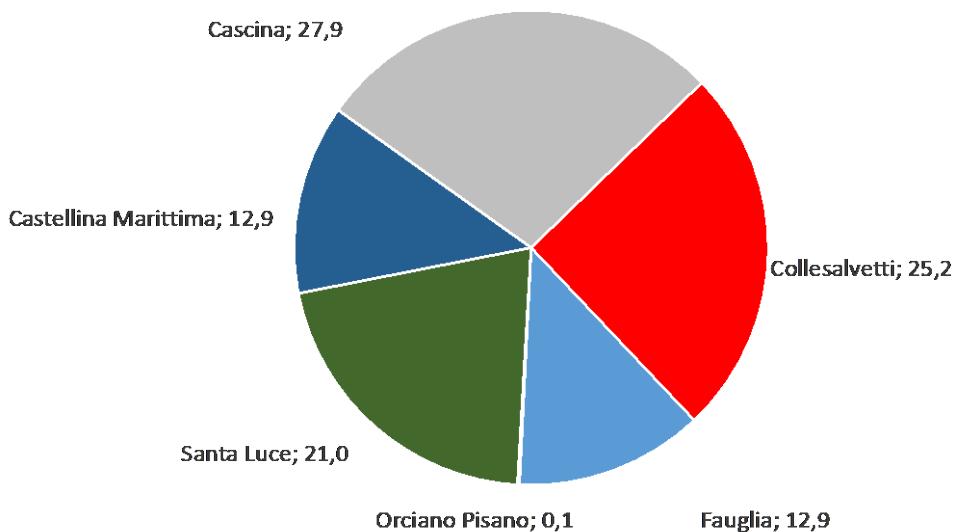
*Distribuzione posti letto totali e negli agriturismo nei comuni del Distretto Rurale Pisano Livornese*



Fonte: elaborazione dati Regione Toscana.

Per quanto riguarda la domanda, Cascina è il territorio con i flussi più alti, raggiungendo con 36 mila presenze circa, il 30% del totale. Collesalvetti si posiziona al secondo posto, poco lontano, con il 25% delle presenze (oltre 32 mila notti).

*Distribuzione presenze nei comuni del Distretto Rurale Pisano Livornese*



Fonte: elaborazione dati Regione Toscana.

## SWOT Analysis

Il territorio del Comune di Collesalvetti, nell'attuale panorama di sviluppo delle scelte per il tempo libero e le vacanze, ha un effettivo potenziale di sviluppo. Vogliamo però mettere in evidenza che per l'area in questione non deve essere un sistema che sostituisce le attuali economie, ma una potenzialità di crescita per un sistema di imprese che già esiste, per la nascita di start-up, la valorizzazione di alcune aree, in una realtà economica che già attiva in altre aree, con redditi e tassi di occupazione superiori alla media provinciale. Come per qualsiasi attività, l'esistenza di una mono-economia è un rischio che un sistema sociale ed economico non possono correre, come confermato dal C19 negli ultimi anni.

Prima di tutto ha un elemento positivo nella facile raggiungibilità da aree nazionali di grande concentrazione residenziale e di reddito mediamente più alto, da aree internazionali attraverso l'aeroporto di Pisa e nella centralità in un sistema a breve/media distanza.

Il sistema delle risorse dei Monti Livornesi, ma anche le zone della piana e collinari, l'Oasi della Contessa, con la sentieristica – esistente o potenziale – da percorrere a piedi o in biciclette, possono motivare escursioni per chi soggiorna nelle strutture di Collesalvetti o per un escursionismo a livello regionale. Valore aggiunto della possibile offerta dei tracciati, è la commistione tra natura e architettura industriale, che rende particolare nel panorama regionale, e elemento di distinzione in ambito più grande, una esperienza nei sentieri del territorio.

Sempre dentro al turismo all'aria aperta, una potenzialità viene dal cicloturismo, che può trovare nella rete viaria provinciale e comunale, un valido reticolo per la pratica, allargandosi anche ai territori vicini.

La pratica di sport, e tra questi anche la pesca, può essere un ulteriore elemento in grado di attivare flussi per allungare le stagioni. Le strutture presenti sul territorio possono poi essere lo scenario ideale per eventi e, principalmente, per il settore del wedding.

Questi prodotti, da potenziare e valorizzare, hanno un valore aggiunto che possiamo sintetizzare in “Tipicità Toscana”. Un insieme fatto da panorami, aree agricole, boschi, borghi e fattorie, enogastronomia e prodotti a chilometri zero, artigianato artistico di qualità, stile di vita.

Il potenziale di sviluppo, per potersi trasformare in un sistema effettivamente funzionante, deve affrontare alcuni vincoli e criticità, che al momento attuale lo svantaggiano. Un elemento rilevato in modo chiaro dai tavoli partecipativi è lo scollegamento tra gli attori del sistema: sul territorio si possono contare diversi operatori (ricettività, intermediazione, NCC, guide, enogastronomia, wedding, ristorazione ...) che non conoscono le reciproche proposte ed attività. Talvolta nemmeno l'esistenza. Legare tra loro gli operatori in un sistema è il primo modo di attivare economie in grado di generare una ricaduta positiva. Nonostante ci siano altri elementi importanti da affrontare, ho voluto inserire la creazione di una rete, in qualsiasi forma, come primo elemento, perché deve essere allo stesso tempo anche un attore per la valorizzazione ed uno stimolo per la messa in atto e la realizzazione di progetti specifici, a fianco e di supporto alla pubblica amministrazione e alla pianificazione strategica di Ambito e di Distretto.

Se il creare una rete è un elemento forte per portare avanti un percorso di sviluppo condiviso, non si può però ignorare che sono importanti anche altre azioni, che cominciano dalla infrastrutturazione attuale del territorio e delle risorse. Le zone maggiormente antropizzate nella parte nord del territorio – Stagno e Guasticce – possono avere un impatto forte a chi cerca un territorio dove natura, qualità della vita e bellezza si uniscono. Così come il sistema della sentieristica, al quale si associa l'acquedotto Leopoldino, necessita di un programma di manutenzione ordinaria ed interventi di manutenzione straordinaria per rendere più agevole la fruizione. La via Emilia è un sistema di scollamento tra due sub – territori per chi volesse vivere la vacanza praticando cicloturismo, a qualsiasi livello.

Punti di forza	Punti di debolezza
Localizzazione Sistema della sentieristica Richiami culturali Sistema dell'ospitalità extralberghiera Ambiente tipico della Toscanità Attaccamento alle risorse naturali Inserimento nella pianificazione strategica	Aree industriali e della logistica Manutenzione straordinaria e ordinaria delle risorse Scarso collegamento tra gli operatori Traffico nella viabilità regionale Assenza di un brand che lo renda riconoscibile Eventi, zone di svago e socializzazione Scarsa presenza nei siti di itinerari ciclistici e lontananza da itinerari di valenza nazionale
Opportunità	Minacce
Crescente attenzione alle attività all'aria aperta e wellness Programmazione di Ambito e di Distretto che valorizza sentieristica e ambiti rurali Programmazione di Ambito che prevede attività trasversali con altre realtà Fondi PNRR Cammino d'Etruria Ciclovia Tirrenica e Ciclovia dell'Arno DMC di Ambito	Durata o ripetersi di ondate di contagio C19 Prezzo del carburante e propensione agli spostamenti Cambiamenti degli stili di consumo

Accanto alle necessità derivanti dallo stato di fatto, proprio per consentire di vivere il territorio in modo “slow”, è importante sviluppare una infrastrutturazione che passa da: i) cucitura di alcuni

sentieri esistenti e potenziali, aprendo il passaggio in punti attualmente chiusi perché terreni privati; ii) realizzare piste ciclabili, utilizzando i tracciati ferroviari dismessi, o affiancando i tratti di maggior traffico di veicoli; iii) favorire la realizzazione di colonnine di ricarica per veicoli a pedalata assistita.

Ultimo fattore che riteniamo basico per affrontare lo sviluppo è un sistema di comunicazione e di distribuzione in grado di intercettare, conquistare e fidelizzare il cliente/visitatore, realizzato nel nome e con i principi della creazione di una rete.

Il sistema legato al turismo, o come molti lo definiscono “l’eco-sistema” dove eco sta per economico, deve poi potere contare su altre azioni che facilitino la permanenza sul territorio e il contatto con la rete di proposte. Organizzazione di eventi, utilizzo di spazi pubblici come piazze ed edifici storici per lo svago e la socializzazione, informazione sul territorio, messa a disposizione di impianti sportivi, sistema di parcheggi e di ristoro in prossimità degli elementi di richiamo e degli aggregati urbani, sensibilizzazione di residenti e imprese all’incontro con l’ospite, informazione diffusa per il visitatore, sono fattori che strutturano un sistema e lo rendono competitivo, trasformano sporadici interventi in un processo di crescita.

## Il Piano di marketing:

Di base, una destinazione deve darsi una sua vision generale: chi siamo? Quale elemento sintetizza l’offerta che abbiamo individuato come strategica e caratterizza tutti i prodotti?

Nel caso di Collesalvetti, l’insieme delle risorse, il posizionamento, le opportunità derivanti dall’essere inserito in sistemi di pianificazione come il Distretto Rurale e l’Ambito Turistico, suggeriscono di caratterizzare il territorio, dal punto di vista turistico, come la destinazione per attività nella natura, con attenzione alla infrastrutturazione di itinerari, percorsi e un sistema di ricettività che vada incontro alla domanda di vicinanza alla natura e libertà. Il tutto inserito dentro alla cornice di “toscanità” che porta valore aggiunto

Questo deve tradursi come prima cosa nella realizzazione di itinerari, per trekking, ciclismo, mbike, e dei servizi connessi. Itinerari quanto più possibile strutturati ad anelli e collegati alle strutture ricettive, per prefigurare soggiorni “detox” da auto e traffico.

Per completare la caratterizzazione di una offerta legata alla natura, può essere vincente strutturare un sistema di pernottamento in grado di rispondere alla richiesta di natura e libertà. Partendo dalle strutture esistenti, principalmente agriturismo, che potrebbero ampliare l’offerta con agricampeggio o strutture tipo glamping.

Tuttavia, occorre anche pensare ad un sistema di ricettività open air specifica, magari di prossimità con la sentieristica, che potrebbe sintetizzarsi in aree di sosta o mini – campeggi, in grado di rispondere alla crescente domanda di camminatori non stanziali, che necessitano di aree di ristoro, e di bikepackers. Una tendenza in crescita, al top della specificità di una vacanza che unisce attività fisica, natura e semplicità di vita, e che, visto il differente pubblico, non genererebbe concorrenza alle strutture esistenti, ma anzi, favorirebbe la conoscenza della zona e del prodotto/offerta.

Le azioni che proponiamo di seguito hanno tre principi guida sulle quali sono state progettate e che dovranno guidare la loro realizzazione e futuro ampiamento:

- la **PERSONA** al centro (sostenibilità sociale), come ospite e come residente da perseguire attraverso attenzione ed ascolto;
- l'**AMBIENTE** (sostenibilità ambientale e culturale), come elemento di conservazione del sistema e preservazione delle risorse, delle produzioni, degli stili di vita, in una ottica di

- crescita e non di rigida preservazione degli “status quo”, da perseguire attraverso specifiche valutazioni legate da ogni intervento
- la **QUALITÀ**, intesa come rapporto tra aspettativa e percezione, da perseguire attraverso sensibilizzazione, formazione e valutazione in particolare per i servizi in concessione.

Considerati i valori presenti sul territorio, il posizionamento, l'inserimento nella pianificazione strategica, utilizzando elementi già noti sul mercato, il fil rouge che può guidare lo sviluppo territoriale ai fini della crescita del turismo è l'insieme delle “tipicità toscane” da vivere in modo slow. Un mix di richiami presenti sicuramente in altre aree del territorio, alcune ormai stabilizzate e conosciute come “brand” (Chianti, Val d’Elsa, Mugello, Casentino...) rispetto alle quali però Collesalvetti può giocare elementi vincenti come la vicinanza al mare e la raggiungibilità. Semmai un elemento mancante è la riconoscibilità come brand, fattore da sviluppare in modo congiunto con altri comuni dell’area, forse anche oltre ai confini del Distretto Rurale.

Di seguito le azioni individuate, suddivise secondo i temi

- Infrastrutture e risorse
- Il prodotto
- La comunicazione
- L'accoglienza
- Governance, sistema ed intelligence
- Conclusioni e priorità

#### Infrastrutture e risorse

		Risorse esistenti
		Nuove risorse
		Mobilità sostenibile
		Trasporti
Azioni	Rete della sentieristica	<p>Organizzare, infrastrutturare, rendere fruibili gli itinerari (compreso parcheggi, aree di sosta, aree ristoro, colonnine di ricarica mezzi e devices, copertura connessione per digitale). Valutare la possibilità di realizzare aree di sosta per camper e di campeggio nei pressi delle risorse.</p> <p>Progettare e realizzare sistema di segnaletica.</p> <p>Definire un progetto di gestione</p> <p>Progetto di crowdfunding per finanziare gli interventi e fidelizzare</p> <p>Spingere per la realizzazione del cammino d’Etruria e di un collegamento con la Ciclovia Tirrenica.</p> <p>Agevolare i collegamenti per sentieri e ciclovie fra strutture ricettive e sistema delle risorse</p>
	Risorse culturali	<p>Manutenzione straordinaria Acquedotto Leopoldino e altre emergenze.</p> <p>Definire un piano di manutenzione ordinaria.</p> <p>Definire un progetto di gestione.</p>

	Trasporti	Favorire la nascita di un sistema di collegamento con mezzi elettrici – anche a richiesta – tra centri, risorse, parcheggi.
	Mobilità sostenibile	Realizzare percorsi ciclabili, infrastrutturare il territorio con colonnine di ricarica mezzi.
	Borghi e centri abitati	Le frazioni e i diversi centri del territorio devono essere un centro di attrazione per il relax e la socializzazione. Organizzazione di eventi e micro – eventi, favorire la vita all’aria aperta: bar, ristorazione, attività per bambini, favoriscono lo spostamento e la permanenza sul territorio.
	Sistema di ospitalità “open air”	Localizzazione di aree di sosta ed accoglimento turisti in forma “open air” come aree di sosta caravan, aree campeggio, agricampeggi. Un sistema di ospitalità leggera per soddisfare Hikers e Bikehikers.
Soggetti coinvolti	Pubblici	Comune, Ambito Turistico, Distretto Rurale, Regione Toscana, RFI
	Privati	Attori dell’eco-sistema turistico, associazioni locali e non, fornitori di beni e servizi.
Risorse e finanziamenti	Pubblici	PNRR, Regionali, Nazionali, Progetti di Ambito, Progetti Distretto
	Privati	Sponsorizzazioni, crowdfunding

## Prodotto

Azioni		Individuazione e sviluppo prodotti
		Integrazione attori e prodotti
	Integrazione attori	Costituzione di un soggetto che aggreghi, stimoli e mantenga l’unione tra gli operatori. Piattaforma web della aggregazione, in grado di favorire il dialogo, presentare l’offerta, commercializzare, interfacciarsi con altri sistemi di Ambito
	Distribuzione	Costruire pacchetti basati sui prodotti con il coinvolgimento degli attori. Vendita attraverso la piattaforma e il DMC
	Prodotto natura / open air	Sistema della sentieristica sviluppato Commercializzazione attraverso piattaforma di rete Comunicazione attraverso la rete delle guide escursionistiche
	Ricettività Open Air	Favorire la nascita di una offerta collegata: glamping, agricampeggio, aree di sosta per camper, bikehiking, aree campeggio.
	Prodotto slow	Sistema di percorribilità e di ricarica Segnalazione percorsi

		Pacchetti locali di una giornata percorso + visita + ristorazione
	Prodotto sport	Mettere a disposizione gli impianti pubblici per corsi, eventi, periodi di allenamento. Favorire l'utilizzo di impianti pubblici e privati anche a non residenti. Organizzare momenti di incontro tra ospiti e residenti. Valorizzare l'opportunità della pesca.
	Wellness	Visione generale che guida la realizzazione di prodotti sostenibili, una sorta di marchio di qualità su elementi condivisi, si manifesta anche con la presenza di servizi sul territorio (massaggi, programmi detox, meditazione, ristorazione a km zero, ecc )
	Tipicità Toscana: ruralità	Un mix di elementi, che si riassume in proposte che mettono insieme la mobilità dolce, il benessere, le offerte enogastronomiche, l'artigianato artistico. Richiede una visione che travalica i confini comunali, in una ottica di creazione di un'area/brand riconoscibile
	La Toscana	Si tratta della possibilità di organizzare visite a città d'arte o altri territori, organizzando escursioni che possono essere centrate sugli stessi elementi sui quali si è puntato nel territorio. Ad esempio, visita di una città utilizzando la bicicletta, percorso di una giornata nel Chianti, giornata di trekking lungo la via Francigena.
	Il mare e le isole	La vicinanza del mare, a nord, a sud ma anche le isole – in particolare Capraia per la appartenenza allo stesso Ambito - possono essere le opportunità per proposte di escursioni rispettando le caratteristiche di sostenibilità, open air, wellness.
	Villeggiatura al mare	La vicinanza al mare non è solo possibilità di escursione, ma è una opportunità per proporre soggiorni a turisti che, di giorno, vivono la classica vacanza di mare, e la sera possono immergersi nell'atmosfera rurale e nella qualità della vita data dalle tipicità toscane, lontano dalla ressa della movida e dal caos della costa.
Soggetti coinvolti	Pubblici	Comune, Ambito Turistico, Distretto Rurale,
	Privati	Attori dell'eco-sistema turistico, intermediazione turistica, altre imprese del territorio.
Risorse e finanziamenti	Pubblici	Progetti di Ambito, Progetti Distretto

	Privati	Investimenti d'impresa, programmi di sostegno ad investimenti ed impiego. Programmi di sostegno alla internazionalizzazione.
--	---------	--

### Comunicazione e accoglienza

		Comunicazione sul territorio
		Comunicazione tra attori
		Comunicazione regionale, nazionale ed internazionale
Azioni	Ideazione e posizionamento	Alla base della comunicazione deve esserci il posizionamento di base della destinazione, in modo da renderla riconoscibile e distinguerla dai concorrenti. Nome e caratteristiche.
	Piattaforma "di rete"	Impianto tecnologico sul quale si basano: dialogo tra gli attori, dialogo con gli ospiti, gestione delle richieste di associazione, eventuale comunicazione web, eventuale distribuzione dei prodotti a livello di sistema. Individuazione del soggetto che realizza e gestisce la piattaforma.
	Comunicazione sul territorio	Realizzazione di una rete diffusa di informazione al turista, riconoscibile, collegata all'ufficio d'informazione di ambito. Formazione dei referenti della rete d'informazione sul territorio. Familiarizzazione di operatori e residenti con l'offerta locale attraverso visite guidate.
	Accoglienza	Sviluppo della capacità di ascolto e aiuto da parte di operatori e cittadini. Minicorsi sul tema. Sviluppo legame affettivo con il sistema delle risorse.
		Programmi di adozione di elementi caratterizzanti il territorio.
	Comunicazione tra attori	Oltre alla piattaforma sono necessari dei momenti di incontro e confronto. Creazione di un soggetto giuridico che organizzi il sistema locale e si confronti con i soggetti pubblici, l'Ambito e il Distretto per la pianificazione strategica e l'analisi dei bisogni.
	Comunicazione mirata	Inserire itinerari per biciclette e per trekking nelle piattaforme specializzate.
	Comunicazione regionale, nazionale ed internazionale	Utilizzare il sistema organizzato dall'Ambito e Toscana Promozione Turistica.
Soggetti coinvolti	Pubblici	Comune, Ambito Turistico, Distretto Rurale,

	Privati	Soggetto di raccordo tra operatori (Rete Contratto?)
Risorse e finanziamenti	Pubblici	Progetti di Ambito, Progetti Distretto
	Privati	Investimenti d'impresa, programmi di sostegno ad investimenti ed impiego.

### Governance, sistema e intelligence

		Programmazione e realizzazione azioni
		Sviluppo attività sul territorio
		Monitoraggio e verifica
Azioni	Messa in atto delle azioni del Piano	Confronto ed inserimento all'interno delle attività pianificate dall'Ambito. Attività di lobbying per facilitare la loro realizzazione. Promuovere l'inserimento di eventuali iniziative nuove. Mettersi al centro e guidare alcune azioni pianificate dall'Ambito
		Riportare le azioni del Piano a livello Distrettuale, individuando quelle che possono essere indicate come comuni a tutto il territorio. Azioni di lobbying, stimolo, coordinamento per la loro realizzazione
	Costituzione di un sistema	Facilitare e favorire il processo di aggregazione.
	Intelligence	Inserire all'interno dell'Intelligence di Ambito la rilevazione e la valutazione di elementi strategici per la realizzazione del Piano. Realizzare un sistema per la valutazione della qualità degli elementi specifici del Piano, con particolare attenzione ai servizi gestiti in concessione. Divulgazione, analisi, condivisione dei risultati.
Soggetti coinvolti	Pubblici	Comune, Ambito Turistico, Distretto Rurale,
	Privati	Aggregazione stakeholder
Risorse e finanziamenti	Pubblici	Progetti di Ambito, Progetti Distretto
	Privati	Programmi di sostegno alla aggregazione d'imprese.

### Conclusioni e priorità

Come già indicato precedentemente, il territorio del comune di Collesalvetti, benché attualmente ai margini dell'immaginario turistico, talvolta conosciuto meno delle risorse che accoglie, ha le potenzialità di attirare flussi turistici, strutturando sistemi di visita e di prodotto. Per questo è importante muoversi in quattro direzioni:

- valorizzare e manutenere le risorse
- strutturare di un sistema tra operatori
- gestire il rapporto con Ambito e Distretto Rurale per affermare la presenza e sviluppare le azioni a supporto dei prodotti
- identificare posizionamento, caratteristiche brand a sostegno

La gestione del marketing territoriale non prevede una sequenza temporale di queste azioni, che devono essere attivate insieme lungo un percorso strategico che porti ai risultati programmati.

Possiamo però suggerire un percorso che passa attraverso la condivisione del Piano con l'Ambito Turistico e il Distretto rurale, l'attivazione di un tavolo con gli altri comuni del Distretto Rurale e lo stimolo affinché l'Ambito Turistico attivi la linea strategica che prevede lo sviluppo di azioni congiunte con gli altri ambiti, per favorire la nascita di una offerta rurale di area.

Per uno sviluppo socioeconomico che rispetti i valori del lavoro, della sostenibilità ambientale, sociale e culturale, in una ottica di benessere e benessere diffuso, con la persona al centro.

Firenze, 28 febbraio 2022