LA CITTA' E IL TURISMO

«Impariamo a gestire Firenze con l'efficienza di Disneyland»

Il forum de La Nazione e Confcommercio: ecco i risultati

di OLGA MUGNAINI

C'È IL TURISMO da promuovere e c'è l'overturism. In mezzo, le città d'arte come Firenze che si interrogano sui modi per conciliare business e diritti dei residenti, cercando le strategie per uno sviluppo sostenibile. Se ne è parlato ieri al forum organizzato da La Nazione e da Confcommercio, ospitato dall'Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella, moderato da Laura Lodone, responsabile area turismo Confcommercio Firenze. Ecco alcune proposte, riflessioni e provocazioni lanciate dai relatori.

Antonio Pezzano, esperto in politiche pubbliche per le destinazioni turistiche – «Si parla sempre di Disneyland al negativo, ma in realtà sono luoghi gestiti benissimo, da prendere ad esempio. In più lancio la proposta: perché non utilizzate la tassa di soggiorno come un biglietto per offrire servizi ai turisti e delle premialità. Se un turista dorme a Firenze dovrebbe avere uno sconto o un'entrata gratis su fasce orarie prioritarie in alcuni siti saltando la fila. Ricordiamo che a Firenze nei momenti di punta ci sono 5500 persone per chilometro quadrato, contro le 3mila di Barcellona e Parigi».

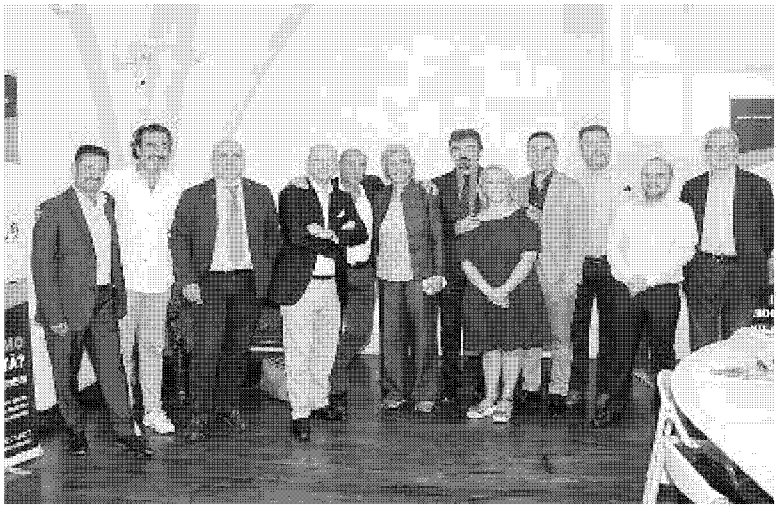
Paola Concia, assessore al turismo del Comune – «I problemi del turismo si risolvono non con un provvedimento ma con il concorso di tanti soggetti. Palazzo Vecchio intanto sta cercando di alleggerire la pressione del "mangificio" sfruttando il marchio Unesco. Firenze poi fa parte del coordinamento delle 5 maggiori città d'arte per trovare col ministero gli strumenti per contingentare gli ingressi. Riguardo agli Airbnb, siamo per il libero mercato ma con regole da rispettare».

Giacomo Billi, presidente Firenze Convention and Visitors Bureau - «Il turismo deve diventare una priorità della politica o altrimenti discutiamo con armi spuntate. Va riconosciuto comunque che a Firenze gli imprenditori si sono messi insieme e hanno creato già da anni un soggetto come il Bureau per commercializzare l'offerta turistica».

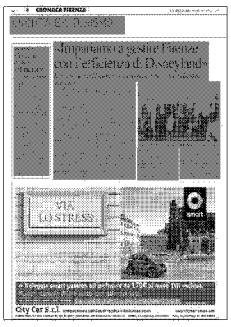
Alberto Peruzzini, direttore Toscana Promozione - «Firenze da sola assorbe il 25-30% del turismo toscano. Possiamo convincere i visitatori ad andare in luoghi meno battuti? No. Possiamo indirizzarli verso itinerari fiorentini alternativi rispetto ai soliti musei super affollato? Questo sì, ma ci dobbiamo lavorare».

Jacopo De Ria, presidente nazionale Fiavet e presidente Confcommercio Firenze - «Dobbiamo imparare a scegliere fra i turisti e i viaggiatori. Ci sono gli strumenti per andare a intercettare quella fetta di turismo più motivato, che non resta in città solo qualche ora e che torna per approfondire».

Aldo Cursano, presidente Fipe-Confcommercio Toscana -«I turisti non cercano solo musei, ma vogliono un'esperienza, uno stile di vita. La cosa peggiore e lasciarli ore in fi-



I partecipanti al forum organizzato da La Nazione e Confcommercio



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

LA NAZIONE
FIRENZE

L'ESPERTO

L'esperienza di Barcellona «Monitoriamo gli spostamenti»

XAVIER Suñol Ferrer, responsabile progetti strategici del Turismo Comune di Barcellona: «Prima del boom turistico del '92, successivo alle Olimpiadi, avevamo molti alberghi che di agosto chiudevano. Nel' 93 è nata la associazione turistica pubblico-privata per la promozione. Nel 2000 è esploso il fenomeno con flussi che toccano ora i 30 milioni all'anno. Nel 2007 abbiamo approvato il primo piano strategico per gestire i flussi, perchè il turismo era diventato il primo problema della città. Abbiamo avviato i sondaggi per capire l'impatto sui residenti e abbiamo introdotto numerosi provvedimenti. Ad esempio, attorno alla Sagrada Familia abbiamo installato "antenne" per capire come si spostavano e dove andavano i turisti. Per monitorare la situazione abbiamo istitutito l'assemblea di quartiere e sono stati varati sistemi fiscali come la tassa turistica».

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.