

IL DIRETTORE DI CONFCOMMERCIO

Difendere la bellezza lo fa da sempre anche la "Firenze bottegaia"

di FRANCO MARINONI *

E' una sfida non da poco, quella che ci aspetta: coniugare gli effetti benefici che il turismo ha portato a Firenze, in termini di sviluppo economico, occupazione, ricchezza, notorietà, con il ritorno ad una qualità migliore della vita, prima di tutto per i residenti. Perché la soddisfazione dei residenti è il metro migliore per misurare anche quella dei turisti. Che di luoghi dove l'accoglienza è ostile fanno volentieri a meno, alla lunga.

Negli ultimi anni, è innegabile, Firenze soffre di sovraffollamento da turismo. È un problema che vivono anche le imprese, non si creda il contrario: siamo seduti su un ramo che qualcuno potrebbe tagliare da un momento all'altro. È logico voler correre ai ripari. Lo facciamo come Confcommercio, sollecitando il dibattito sui problemi causati dall'overtourism. Condividiamo quindi a pieno le preoccupazioni del soprintendente Andrea Pessina e facciamo nostro il suo appello a salvare la bellezza del centro storico, partendo da nuovi regolamenti sul commercio, sui dehors, sugli eventi.

Attenzione però: non vorremmo che a forza di diktat e divieti il centro diventasse un salotto buono con la plastica sul divano. Il pullulare della vita nelle nostre piazze - che

è anche confusione, rumore e "disordine ordinato" - è una delle risorse culturali che tutto il mondo ci invidia. Sì, culturali.

Perché anche il "lifestyle" di un popolo è cultura. E nella Firenze che ha inventato "l'uscio e bottega", dove gli affari si facevano all'aperto in mezzo al viavai della gente, non si può cristallizzare il fermento del quotidiano nella perfezione finta di una teca da museo. Non sarà facile trovare un giusto equilibrio tra estetica e vita. Ma non è impossibile e va fatto. La categoria che rap-

La provocazione Guai cristallizzare il fermento del quotidiano nella teca di un museo

presentiamo è disponibile a fare la propria parte. A testa alta, con l'orgoglio di chi sa di aver contribuito al benessere della città. Quella "Firenze bottegaia" che qualcuno disprezza con malcelata superiorità è una città che si è data da fare, con passione ed operosità, per costruire una rete di servizi e di accoglienza adeguata a fiorentini e visitatori. C'è anche, è vero, chi si è lasciato attrarre dalla deriva del guadagno facile e a tutti i costi, ma non è così per la maggioranza degli imprenditori. Che amano invece Firenze nel profondo e si impegneranno a salvarne la bellezza".

* dir. Confcommercio Toscana

