

Ermanno Bonomi

Meno turisti, più ospiti

Previsioni

La World Tourism Organization (UNWTO), l'agenzia dell'ONU aveva previsto nel 2020, **in dieci anni, il raddoppio dei flussi turistici a livello mondiale fino a raggiungere nel 2030 l'incredibile cifra di 1,8 miliardi dei viaggiatori in tutto il Mondo.**

Es. Firenze: 2024 - 18-20 milioni di presenze turistiche compresi escursionisti-pullman..turismo di studio..

e nel 2030?

Overtourism: è un Problema Globale

(Fonte: UNWTO, 2023)

"L'impatto negativo del turismo sulla qualità di vita dei residenti e sull'esperienza dei visitatori.«

Due facce della stessa medaglia:

- **Per i residenti:** Affollamento, aumento costi vita, perdita identità locale.
- **Per i turisti:** Esperienze ridotte (es. code interminabili, divieti di accesso).

Turistificazione

Trasformazioni di carattere sociale,
economico, urbanistico.

Conseguenza della

“monocultura turistica”

*Un esempio: le grandi città d'arte, ma non
solo anche piccole destinazioni turistiche*

- *"I centri storici sono diventati set cinematografici, non più luoghi di vita"*
- Rapporto UNESCO 2024

COME STA CAMBIANDO FIRENZE

- **Scomparsa dei residenti:**
 - **-58% abitanti in centro storico dal 1980**
 - *-40% residenti a Barcellona, Venezia*
- **Desertificazione sociale:**
 - **-40% negozi di alimentari in centro (2000-2024)**
 - Solo 3 scuole elementari rimaste nel centro storico
- **Dipendenza dal turismo:**
 - **38% del PIL fiorentino legato al turismo**
 - *Il 58% del PIL di Venezia*
 - **COVID-19: -88% arrivi nel 2020 → crisi economica acuta**
 - *A Venezia -90% arrivi*

fuga delle attività locali:

- In centro: 1 panificio ogni 15 gelaterie
- I residenti evitano il centro nei weekend

- *Come prepararsi a queste previsioni del settore turistico? Cosa fare? Siamo sempre in tempo per intervenire?*

L'overtourism: le tante proposte

Tasse di entrata (es. Venezia).

Biglietti "intelligenti"

- Accesso a Duomo/Uffizi con fasce orarie obbligatorie
- **Biglietti a fasce orarie** (es. Sagrada Familia).

◆ Turismo diffuso e mete alternative

Es: Scoprire Prato vs Firenze

• ◆ Tech solutions

Es: Realtà aumentata al Colosseo

Tassazione intelligente

- Turisti culturali: sconti dopo la 3^a notte
- **Limitazione affitti brevi:**
- Barcellona: revoca entro il 2028 di 10.000 affitti brevi

Regole per qualità > quantità

- Obbligo di 1 notte minima per accesso a Duomo/Uffizi

Premio "Buon Turista"

- Sconti per chi:
 - Usa biciclette invece di auto
 - Partecipa a pulizie cittadine
 - Soggiorna >3 notti

- **TUTTE MISURE IN GRAN PARTE INEFFICACI NEL TEMPO**
- Sicuramente il turismo del domani sarà caratterizzato da forme di **programmazione della mobilità** e degli spazi delle città d'arte;
- la **programmazione delle visite**

Levelling down

- . Turismo di massa dai comportamenti invadenti,
- . Perdita di identità dei luoghi,
- . Mancanza di un “turista sostenibile” che vuole soggiornare più a lungo e cercare una relazione con l'identità della città.
- . Aumenta numero turisti ma diminuisce il fatturato delle imprese turistiche.

Il turista di oggi si incrocia con le stesse esigenze della città e deve essere partecipe delle nostre strategie.

Selezioniamo il nostro ospite

- ***Il turista consapevole***, adatto alle nostre strategie, che vuole vivere la città.
- È la destinazione che sceglie il turista e fa ruotare le proprie azioni di marketing intorno a questo obiettivo.
- **Un Patto tra residenti, operatori economici, operatori turistici**, si può creare un progetto, si può programmare, si può affrontare il tema del turismo in modo meno semplicistico, con le competenze necessarie così come richiede un fenomeno complesso.

-

Una comunicazione unica!

- . Rivolta a **turisti e residenti** dove il residente è il richiamo esperenziale,
- . Indirizzata a non scegliere il mercato ma la **tipologia** del turista,
- . Indirizzata verso una relazione con l'**autenticità**,
- . Con lo scopo di **personalizzare** le proposte,
- . Che utilizza **machine learning** per permettere di offrire agli utenti esperienze migliori e più utili.

Apocalittici o integrati?

- “la causa sono gli affitti brevi, i B&B, airbnb..”
- “non ci sono abitazioni per i residenti..”
- **ASSURDE TENSIONI TRA ALBERGATORI , LORO ASSOCIAZIONI E PROPRIETARI CASE IN AFFITTO TURISTICO E B&B**
- **Gli affitti turistici non sono la causa dei problemi della città, sono la conseguenza di un modello di città tutto concentrato sul turismo.**
- Occorre ripensare nuovi modelli economici e sociali dei nostri centri urbani, non legati al solo sviluppo turistico
- Il turismo è importante e porta benefici reali, e non solo economici, solo se rientra in **un progetto di sviluppo della città, in una “visione” complessiva del futuro della città.**
- **Se la Comunità nel suo insieme non ha questa visione, possiamo certamente ottimizzare i flussi, distribuirli meglio, ma tutti gli effetti negativi dell’overtourism rimarranno.**

- Il turista (*non di massa*) è alla ricerca di una identità specifica dei luoghi, unica, una **atmosfera da vivere, una esperienza da ricordare.**
- Le scelte di sviluppo economico, culturale e sociale ruotano in gran parte intorno al concetto di
Identità
-
- Nel marketing turistico si afferma “**che le destinazioni turistiche che sapranno dimostrare sempre più la loro identità saranno nel futuro più competitive sui mercati turistici internazionali**”.
- **Senza identità i luoghi richiamano il turismo peggiore!**

Apocalittici o integrati?

- **Troppo tardi? Non possiamo tornare alla Firenze rinascimentale? Rigenerare l'identità dei centri storici solo una utopia?**

Francia: Action Cœur de Ville

- Per la prima fase del programma (2018-2022), sono stati mobilitati **5 miliardi di euro** in 222 centri urbani
- **Ci sono altre misure per sostegno agli affitti di commercianti e negozi**
- **migliorare le condizioni di vita degli abitanti delle città medie.**
- **Interventi:**
 - sull'habitat, sui servizi pubblici, sugli spazi urbani e sull'offerta culturale e di svago.
 - **Rafforzare il ruolo di motore di queste città per lo sviluppo del loro territorio.** sostegno all'attività economica e commerciale, all'accessibilità e alla valorizzazione del patrimonio

IL FUTURO: PIU' PRODUZIONE E PIU' TEMPO LIBERO

In Italia

1981- 41 MILIONI AB. LAVORO: 70 MLD DI ORE

1991-57 MILIONI AB. LAVORO: 60 MLD DI ORE CON PIL 13 VOLTE SUPERIORE A 10 ANNI PRIMA ..

2011-60 milioni ab. LAVORO: 40 MLD DI ORE PRODUCENDO DI PIU'

Nel 2030 avremo 200.000 ore di TL nella nostra vita = 8300 giorni=23 anni di tempo libero

IL TEMPO LIBERO rappresenta i 9/10 della nostra vita

LE ATTIVITA' PREVALENTI DEL TEMPO LIBERO: TURISMO, BENESSERE PERSONALE, CULTURA

- **Si prevede l'aumento delle attività dell'artigianato** nei prossimi anni grazie anche alle tecnologie digitali .
- l'artigianato e la filiera degli articoli fatti a mano e su misura sono tra le professioni che faranno registrare il maggior incremento occupazionale negli Stati Uniti. (Bureau of LaborStatistics)
- Negozi virtuali . es. Etsy, un milione di artigiani aderenti **marketplace online che connette acquirenti alla ricerca di articoli unici e creativi con venditori che realizzano o curano tali prodotti**

IL SAPERE INTEGRATO

- Si svilupperà un *Sapere Integrato*, dove la conoscenza teorica si incrocia con il *Saper Fare*, anche come attività manuale al *Saper Essere*, come traguardo finale.
- La cultura per certi luoghi, come Firenze e le città d'arte, può realmente diventare un settore produttivo fondamentale, per ricreare un modello e riprendere elementi identitari.
- Da una parte più tempo libero come attività che richiederanno servizi, spazi, contenitori, dall'altra la possibilità di riappropriarci dei nostri ritmi biologici naturali con tempi, luoghi e modalità diverse di lavoro

La cultura come fattore produttivo

- **Un settore fondamentale a Firenze ma non è messo a SISTEMA.**
- **Musei** – rinnovati, come laboratori
- Attività come il restauro, l'innovazione tecnologica, l'editoria, la formazione, le università
- Per rilanciare l'artigianato, il commercio
- **UNA CITTA' LABORATORIO**

1999: Il “piano di settore” turistico del Comune di Firenze: l’unico tentativo di programmazione.

Disatteso!!

- Il Piano ruotava intorno alle previsioni turistiche 1999 -2005, con un aumento previsto del 10%; in base a questi dati si prevedeva un aumento dei 3.686 Posti letto tra settore alberghiero ed extralberghiero.
- Il Piano comportava a sua volta una riqualificazione dell’esistente con la possibilità di ampliare gli spazi per aumentare la capacità ricettiva dei singoli esercizi e di conseguenza incrementare gli spazi comuni e i servizi necessari.
- Le nuove strutture non dovevano superare il 30% dei PL complessivi previsti, il resto derivavano dagli accorpamenti

- **Una cosa è certa: è l'economia immateriale** che sta disegnando intorno a noi **nuovi modelli di vita** che condizioneranno a loro volta i nostri luoghi.

È necessario fare una pausa di riflessione e affrontare la questione turismo con un **progetto complessivo**

UN NUOVO PIANO DI SETTORE

**NON SOLO TURISMO MA ANCHE CULTURA-
ARTIGIANATO-COMMERCIO**

➤ **UN PIANO DI INVESTIMENTO PER CREARE
UN SISTEMA CULTURA**

Di cosa ha bisogno il turismo?

Apprendimento

Così come le persone, anche il turismo cambia: ha bisogno quindi di imparare dal suo spirito continuo di innovazione.

Cultura

Dopo la fase di apprendimento arriviamo a quella di conoscenza: questa deve generare una cultura di tipo adattiva.

Visioni continue

Non significa solo conoscere i “trend” ma capire e prevedere l’evoluzione dei bisogni dell’individuo