

Un turismo diverso «Mettere i viaggiatori al fianco dei cittadini e non al loro posto»

di **Luca Perfetto***

Gentile direttore, la pandemia era stata un momento di annunci fieri e orgogliosi. Ricordiamo tante parole su una Firenze che sarebbe stata capace di superare l'overtourism per dedicarsi a esperienze di viaggio diverse, rivolte a una maggiore qualità e consapevolezza. La volontà annunciata di cambiare il paradigma dell'ospitalità per far scoprire le destinazioni nelle sue molteplici offerte artistico-culturali, storiche, gastronomiche, naturali, sociali, oltre i selfie e le bandierine. Oggi vediamo che quel modello, sano e positivo, non è riuscito ancora a radicarsi. Tuttavia non possiamo smettere di navigare in quella direzione, né della sostenibilità di Firenze, sia dal lato dei residenti che da quello dei visitatori. La nostra compagnia continua a credere in un turismo basato sull'esperienza, e non solo sulla presenza. Facciamo seguito alle speranze citate durante la pandemia e lavoriamo verso una sostenibilità ambientale del turismo, verso un sostegno all'economia locale in cui si dia valore alla professionalità. Perché essere local non basta e spesso local significa rendita di posizione, cosa che non può essere un driver per un'industria turistica che torna a dimensioni così significanti. Noi ci stiamo provando ormai dal 2006, quando fondammo Florencetown, tour operator pioniere del turismo esperienziale di alta qualità che negli anni è cresciuto, fino ad assumere l'attuale veste di Towns of Italy, con cui proveremo a portare lo stesso approccio anche in altre destinazioni del Paese. Firenze, come le altre città, devono rimanere un organismo vivo, che muta e lo fa grazie ai suoi cittadini per poter essere ammirata dai turisti che a loro volta possono prendere parte alla socialità, all'artigianato, alla cultura. La parola chiave crediamo che sia programmazione: occorre ripensare all'organizzazione della città, nel suo rapporto tra centro e periferia, ai suoi flussi, ai modelli di vita. Valorizzare le piccole e medie realtà locali può rappresentare realmente una ricaduta positiva sul tessuto economico sociale del territorio. Ma serve una professionalizzazione dell'offerta. Come società stiamo provando a dare risalto a quelle attività, dai tour in vespa, in bici, alle lezioni di cucina, che hanno la capacità di essere autentiche e non merce globale. Riqualifichiamo, attraverso la selezione, l'eccellenza dell'ospitalità che ha reso Firenze, come il resto d'Italia, celebre nel mondo e motivo di soggiorno. Muoviamoci verso una destagionalizzazione del turismo, con forme di promozione che attraggano i visitatori in modo equilibrato durante tutto l'anno. Mettiamo al centro il viaggiatore, ma poniamolo a fianco del cittadino, non al suo posto.

*Ceo di Town of Italy

© RIPRODUZIONE RISERVATA