

LA CARTA DEL TURISMO DI QUALITÀ

“Un patto tra gli operatori e le istituzioni” per rilanciare l’immagine dell’Italia attraverso la valorizzazione dei sistemi turistici **sostenibili**.

Ecco la nostra *vision* per il turismo del futuro.

*Quando torneremo ad aprirci al mondo, molto di tutto ciò che conosciamo sarà cambiato e cosa succederà dipenderà anche dalle scelte che faremo in questo periodo: **ridisegnare il futuro** con un progetto che impari dal passato è ciò che vogliamo proporre nel nostro documento; un disegno condiviso tra gli **operatori professionali del turismo e le istituzioni**, che impari dagli errori del passato ed **introduca soluzioni innovative e coraggiose** che permettano al nostro paese di tornare ad essere **la meta preferita dei viaggiatori di tutto il mondo**, per **vivere anche di turismo con un approccio più sostenibile** ed un’**attenzione vera alle filiera di qualità**.*

Un comune senso di **sottovalutazione dell’industria turistica**, unito alla **mancanza di vere e proprie politiche di gestione dei flussi**, hanno caratterizzato il recente passato e hanno portato a fenomeni come quelli dell’**overtourism**: sfruttamento eccessivo delle destinazioni, la desertificazione dei centri storici, l’abbassamento della qualità dell’offerta e quindi una **svendita dell’immagine del paese**.

In molti, negli ultimi anni, hanno pensato che il turismo fosse **non tanto una professione** quanto un mero **modo per “arrotondare” facilmente** e così, mentre le istituzioni Nazionali si preoccupavano principalmente della salvaguardia (legittima, per carità) del patrimonio artistico, **le piattaforme di sharing economy** depredavano i centri storici trasformandoli in cash machines per rendite di posizione e **affidavano l’offerta “turistica” in mano agli improvvisati** di ogni genere, nel mentre **l’esposizione dei grandi flussi turistici** (crocieristici e gruppi) invadevano il paese stile orda barbarica senza ordine e regole - con l’unico scopo del bottino fatto di selfie - nessuno pensava **all’impatto** che questo fenomeno avrebbe avuto sulle nostre destinazioni: **drammatico**.

Molti studi confermano che ad **una crescita esponenziale dei numeri turistici** in una destinazione **faccia fronte un decremento di spesa pro capite** del turista stesso, sia perchè maggior numeri significano piu’ turismo “mordi e fuggi” - quindi con minor capacità di spesa e con meno tempo a disposizione - ma anche perchè si innesca un effetto boomerang - un inversione della sindrome di Stendhal - per il quale il turista perde i sensi non tanto per la bellezza delle opere, ma per la

confusione attorno a queste, e preferisce così scegliere altre mete piuttosto che ritrovarsi in un luogo troppo confusionario, difficilmente godibile e spesso snaturato.

La bellezza del nostro paese non è fatta soltanto dal nostro immenso ed inestimabile patrimonio, ma anche dalla **nostra cultura professionale**, dalla gentilezza, la sapienza e la saggezza **dell'ospitalità italiana**. **Soltanto restituendo il turismo ai professionisti e disegnando sistemi intelligenti di gestione e controllo dei flussi** potremo tornare ad avere **i centri storici di nuovo ricchi di vita propria** e di quel fascino del nostro sistema di accoglienza che sia degno della nostra storia e della nostra tradizione.

Da qui l'**idea di un documento programmatico** che provi a porre le basi per **un miglior equilibrio tra vita e turismo**, tra **dinamiche di visita e valorizzazione** e necessità di sopravvivenza e salvaguardia del nostro tessuto sociale. Una serie di proposte concrete da stringere in un **patto tra Istituzioni ed Operatori**, per immaginare e disegnare il futuro con consapevolezza, saggezza, onestà, sostenibilità.

Il rilancio dovrà passare da qui, attraverso la valorizzazione della filiera certificata di qualità e sostenibilità.

- **Qualità** significa **tutela e valorizzazione delle professioni turistiche** (stop all'improvvisazione!)
- **Sostenibilità** significa **disegnare sistemi intelligenti di gestione dei flussi**
- **Rilancio dell'immagine** significa **rappresentanza all'industria turistica** mettendo Qualità e Sostenibilità al centro.

Soltanto restituendo **il turismo ai professionisti e disegnando sistemi intelligenti di gestione** e controllo dei flussi e dei sistemi potremo tornare ad avere i centri storici di nuovo ricchi di vita e di fascino ed un sistema di accoglienza degno della nostra storia e della nostra tradizione. Il rilancio dovrà passare da qui, attraverso la valorizzazione della filiera certificata di qualità e sostenibilità.

Così ricostruiremo **la nostra immagine**, quella del **paese più bello del mondo**.

LE NOSTRE PROPOSTE CONCRETE

1. Restituire l'offerta turistica nelle mani dei professionisti

Maggiori tutele per le professioni turistiche con regole più precise e controlli **a tutela della qualità dell'offerta turistica**. Regole più chiare e precise per la **gestione professionale degli appartamenti** destinati agli affitti turistici e stretta sull'improvvisazione e **sull'abusivismo relativa all'offerta di attività, tours, experiences**.

2. Gestione dei grandi flussi turistici su base stagionale e geografica

Definire i **limiti massimi di sostenibilità** dei centri storici più visitati e **affidare a delle cabine di regia la gestione dei flussi**, attraverso un sistema di prenotazioni di ingressi e ticketing dinamici per le visite dei gruppi nelle città e nei centri più congestionati, incentivando altre destinazioni o altri periodi.

3. Piano di rilancio, promozione e rappresentanza dell'immagine e della filiera di qualità:

Un sistema integrato con i portali turistici locali e regionali e nazionale, per **una grande offerta certificata, sostenibile e di qualità**, coordinate da **un ministero finalmente dedicato al Turismo**, ed **accordi con le piattaforme per tutelare i viaggiatori ed avere solo l'offerta certificata su tutti i canali al pubblico**.

1. Restituire l'offerta turistica nelle mani dei professionisti

Maggiori tutele per le professioni turistiche, regole più precise, maggiori controlli a tutela della qualità dell'offerta nel paese e della qualità della vita nei centri storici.

Le regole, che pure esistono, sono probabilmente troppe, frammentate e poco omogenee per permettere ai cittadini che vogliono avvicinarsi alla professione turistica di interpretarle ed applicarle in maniera corretta. Allo stesso tempo, questo loro modo di essere rende **difficile per gli organi competenti il controllo** nella loro allocazione e la comminazione di sanzioni in caso di abusi.

La sharing economy ha permesso a tutti di avvicinarsi ad ogni tipo di professione, facendo credere che fare turismo fosse non una professione ma bensì un passatempo, un modo semplice di arrotondare.

Per tornare a valorizzare la nostra immagine bisogna riqualificare la nostra offerta.

GLI AMBITI DI APPLICAZIONE

1.1 Appartamenti destinati agli affitti brevi e ripopolamento dei centri storici

1.2 Attività, tours, "experiences" ai professionisti

1.1 Appartamenti destinati agli affitti brevi e ripopolamento dei centri storici

Il fenomeno degli affitti brevi necessita di una miglior gestione, quindi di una normativa nazionale più chiara e definita. Lo scrivente si limita a considerare quanto le **normative presenti siano distoniche** e producano forti disparità tra coloro che offrono servizi nel settore in maniera professionale e quanti possono farlo in modo non professionale, grazie alle possibilità offerte dalle piattaforme online. Queste, infatti, consentono di **celare un'attività imprenditoriale vera e propria** dietro una locazione di abitazione, senza dover sottostare a regole che, al contrario, valgono per i professionisti del settore. La conseguenza di ciò è che troppo spesso si genera un'offerta improvvisata e non qualificata che inficia quella complessiva del paese e genera concorrenza.

Non è il caso di coloro che hanno scelto questo settore per professione (scelta legittima; su questi torneremo più avanti) ma troppo spesso le case affittate a scopo turistico per una o poche notti producono a tutti gli effetti una **concorrenza sleale nei confronti delle strutture alberghiere**.

Per molti motivi:

- *Le licenze alberghiere sono rilasciate dai comuni e spesso contingentate; quelle per gli appartamenti non sono limitate né regolamentate;*
- *Le strutture ricettive sono imprese a tutti gli effetti ed applicano iva 10% e tassazione ired e irap (l'incidenza della tassazione in Italia supera il 60%). Gli appartamenti privati vengono per la maggior parte affittati senza iva e con regime agevolato "cedolare secca" al 21%*
- *Le strutture ricettive sono soggette alle normative sull'antincendio, primo soccorso, sanitarizzazione ASL; gli appartamenti privati non sono soggetti a alcuna di queste norme.*
- *Le strutture ricettive assumono o appaltano il proprio personale per il quale, oltre a versare tasse e contributi, contribuiscono a proprie spese a formare anche in quegli adempimenti obbligatori imposti dallo Stato. Pensiamo al personale addetto per le pulizie: mentre in un hotel deve essere assunto, nelle locazioni turistiche non professionali basta l'uomo o la donna di servizio.*

Con il recente forte sviluppo delle piattaforme online ed il complesso normativo di sostanziale “deregulation” abbiamo assistito alla **crescita esponenziale di questo tipo di offerta** non professionale ed – in certi casi - sleale, favorendo, lo **svuotamento dei centri storici** causata anche dall’impennata dei costi di affitto di medio lungo periodo. Questo svuotamento, forse fino ad oggi poco evidente o forse sottostimato, è ormai palese a tutti soprattutto in città come Firenze o Venezia (che in questa epoca post Covid sono completamente deserte, mancando i turisti).

Il fenomeno ha contribuito quindi non solo all’allontanamento dei cittadini, ma, a caduta, ha fatto sì che le **botteghe ed i negozi di prossimità perdessero di economicità** – venendo meno il loro bacino naturale – e si convertissero in offerta turistica, in ristorazione take away, minimarket o negozi di souvenirs.

Vi è dunque la necessità da parte del governo di metter mano a questa situazione in maniera seria e lungimirante - non per semplice rivendicazione a scopo propagandistico. Come? **Lavorando a normative di cornice organiche, chiare e univoche** che possano essere di supporto alle regioni e ai comuni per intervenire ed incentivare il ripopolamento dei centri storici abbandonati.

Siamo convinti che, così facendo, **regolamentando gli affitti turistici e prevedendo incentivi** per la riconversione di negozi di “souvenir e magnifici” improvvisati, gli effetti sarebbero positivi sotto molteplici punti di vista.

Non solo quello citato del ripopolamento del centro storico. Con una normativa più precisa e stringente anche chi ha fatto degli affitti brevi una professione potrebbe accrescere la propria imprenditorialità e avere risultati migliori. Alzando l’asticella della qualità, anche in questo caso, verrebbero premiati i migliori - quelli che hanno portato avanti questa attività aprendo una partita iva, assumendosi gli obblighi e formando dipendenti, mentre verrebbero tagliati fuori dal mercato gli improvvisati

LE NOSTRE PROPOSTE CONCRETE SUL PUNTO 1.1

Riteniamo che debbano esserci dei criteri che distinguono l'attività turistica vera e propria e quindi coloro che fanno di questo una professione rispetto agli affitti a scopo residenziale, di lungo periodo; dovrebbero rientrare, a nostro avviso, nella definizione di **attività turistiche** tutti coloro che:

- Affittano uno o più appartamenti (di proprietà o in affitto) per **periodi inferiori alla settimana**.
- **Offrono servizi di biancheria**, oltre che di pulizia generale
- **Offrono** servizi di conciergerie, tours ed esperienze quali lezioni di cucina, **altri servizi aggiuntivi**.

Per regolamentare il settore sarebbe inoltre opportuno stabilire le seguenti regole:

- **Numero massimo di licenze** per gli affitti turistici per destinazione, sulla base dei flussi previsti, da assegnare ai **sogetti professionalizzati e con maggior anzianità di servizio**.
- Equiparazione della **normativa fiscale** al settore alberghiero: **p.Iva obbligatoria**
- **Normative antincendio e primo soccorso** equiparate alle strutture alberghiere (o extra alberghiere)
- **Obblighi di non impiegare "lavoratori domestici"** ma assumere personale qualificato.

Incentivare la riconversione degli appartamenti usati per affitti brevi e dei fondi impiegati per attività di pseudo-ristorazione "acchiappa turisti" e disincentivare il riutilizzo futuro degli stessi a scopo turistico, con le norme di cui sopra, aiuterà a raggiungere lo scopo.

1.2 Attività, tours, experiences

Nel quadro giuridico, l'offerta di tour guidati, attività o esperienze, così dette *experiences* è ambito delle agenzie di viaggi/tour operators che sono l'**unico soggetto autorizzato a creare pacchetti turistici** e posso creare o anche solo rivendere servizi turistici.

Questi devono essere muniti di **titolo autorizzativo (licenza)** assicurazioni al turista da vacanza roviante, R.C. professionale, uffici autorizzati, partita iva e sede legale ed operativa in Italia e personale formato ed assunto sul territorio con antincendio, primo soccorso...

Nel singolo caso di visite guidate (senza aggiunta di ulteriori servizi, quali trasporto, degustazioni, attività) ci si può rivolgere direttamente alla professione di guida turistica/accompagnatore turistico/guida ambientale, con patentino autorizzativo, assicurazioni e partita iva.

Nel singolo caso di trasferimenti, disposizioni ed itinerari decisi direttamente dal cliente (senza l'aggiunta di nessun servizio complementare sia questo una visita, una degustazione, o un servizio di biglietteria...) ci si può rivolgere alla professione dei Noleggio Con Conducente (n.c.c.), con autorizzazioni al trasporto per conto terzi, assicurazioni specifiche e, ovviamente, partita iva italiana.

La vendita di una singola esperienza quale – ad esempio e non limitatamente - un corso di cucina o una degustazione, o ancora una dimostrazione da un artigiano, **deve essere svolta nell'ambito dei titoli legati alla professione stessa**, sempre in ambienti aperti al pubblico e totalmente a norma, autorizzati alle norme antincendio e primo soccorso, (e per le lezioni di cucina e le somministrazioni anche normative igienico sanitarie delle asl) e svolti da professionisti del settore (cuochi, ristoranti, bar e così via) muniti di partita iva italiana e assicurazioni.

Mentre il singolo servizio può quindi essere offerto dal professionista, ancorchè a norma, la combinazione di più elementi rientra nella prima casistica di tours o pacchetti ed è ambito esclusivo delle agenzie di viaggi e tour operator.

Tutto ciò che non rientra in queste casistiche è fuori dalla legge, abusivo.

Così lo sono gli "host" che portano alla scoperta del chianti i propri clienti, o a fare una "visita guidata" del centro storico o ancora fanno un corso di cucina o una degustazione di servizi (a pagamento) in casa propria a pagamento. Niente di male se questi servizi fossero gentilmente offerti una tantum in segno dell'accoglienza, ma se diventano una "vendita" devono essere regolamentati come sopra.

LE NOSTRE PROPOSTE CONCRETE SUL PUNTO 1.2

La base è la necessità di certificare in maniera chiara ed univoca – anche agli occhi del viaggiatore internazionale - gli operatori che svolgono queste professioni nel rispetto delle regole, con lo scopo di:

- **Tutelare le professioni** stesse,
- Limitare, se non **annullare, le offerte abusive e di concorrenza sleale**
- **Tutelare il turista** attraverso la riconoscibilità della qualità dell'offerta
- **Creare una filiera certificata e sostenibile** dei servizi turistici, nel rispetto delle norme codificate, che si impegni a valorizzarne le bellezze, la cultura, le professioni, nel pieno rispetto dell'ambiente, senza sfruttarlo.
- Allo stesso tempo si richiede **un impegno da parte dei comuni, delle regioni e dello stato** centrale per salvaguardare l'offerta turistica italiana di qualità, nella filiera e nel mondo:
- **Un accordo con le ota**, le piattaforme online e gli altri attori della filiera affinché queste siano **responsabili della verifica dei prodotti turistici** che ivi vengono venduti e promossi e si impegnino a non vendere le offerte di operatori abusivi ed illegali.
- **Condizioni preferenziali per la filiera certificata italiana:** gli operatori italiani dovrebbero poter avere accesso a **trattamenti preferenziali fiscali ed operativi** quando si tratta di accordi con attori comunali, regionali o statali della filiera stessa (compresi i musei civici, musei statali, che spesso si comportano come soggetti estranei a questa...). Basti pensare che ad oggi le regole di vendita di un ticket di un museo per un operatore dell'Oklahoma sono esattamente le stesse che per un operatore italiano, anche della stessa città che, magari, ne potrebbe acquistare a centinaia nel corso dell'anno. Ciò ovviamente, mentre garantisce sul piano teorico un principio di uguaglianza, finisce per penalizzare il locale e limitarne l'appeal sul mercato. Il suo punto di forza, il collegamento con il territorio, viene cioè sminuito e depotenziato. Allo stesso modo una riflessione deve essere fatta sugli **operatori dei grandi gruppi** "mordi e fuggi" che portano i gruppi nelle città dalla mattina alla sera: **sono soggetti alla stessa tassazione degli operatori locali** che invece si impegnano – anche su esplicita richiesta delle istituzioni locali stesse – a decongestionare i centri storici portando i turisti anche nelle zone metropolitane meno conosciute, con flussi esattamente inversi.

Se vogliamo che il turismo sia in mano ai professionisti e se vogliamo tutelare gli operatori dei territori, si devono **creare delle situazioni sinergiche con tutti gli attori della filiera locale, istituzioni, enti e operatori.**

2. Gestione dei grandi flussi turistici su base stagionale e geografica

Il turismo dei grandi gruppi, il cosiddetto turismo “bandierina”, quello “mordi e fuggi”, è un **aspetto tipico dell’overtourism**. Ma vorrei che fosse chiaro che qui non stiamo muovendo una critica a questo modo di fare turismo – che anzi trova motivazione nel soddisfare una fascia di clientela che spesso non avrebbe possibilità di viaggiare altrimenti – ma piuttosto al modo in cui questo è stato gestito o, per meglio dire, non gestito.

Permettere un numero troppo elevato di visitatori – contemporanei – nelle destinazioni è il vero problema: questo **ha per primo snaturato i centri storici**, trasformandoli in quell’effetto parco giochi dove **tutto è volto a vendere al turista di passaggio nel minor tempo possibile**. Si è derogato alla qualità dell’offerta a favore dei grandi flussi: mangia senza fermarti, fatti il selfie, compra una stampa e un magnete e riparti per la prossima meta.

La mancanza di gestione di questo fenomeno ha trasformato l’esperienza di visita di tutti – e quindi non solo del gruppo stesso che, se vogliamo, è quello che si aspetta - ma anche della clientela individuale, **abbassando drasticamente la qualità delle visite**, anche di coloro che avrebbero scelto un tipo di turismo diverso, più lento, più culturale nel senso stretto e che si ritrovano in una destinazione dove il numero di persone che contemporaneamente affollano le piazze, le strade e sono in fila nei luoghi d’arte e cultura è eccessivo. Tanto che spesso finisce per spingere questi a rinunciare alla visita, scegliendo luoghi diversi, dove si possa ancora respirare la vera essenza del posto, l’anima della destinazione che forse, in Italia, abbiamo contribuito a perdere scegliendo di non scegliere.

È necessario e non più derogabile iniziare oggi a fare delle **politiche con regole di gestione dei flussi**, per garantire che l’esperienza di visita di tutti – gruppi ed individuali – sia salvaguardata e realmente gradevole, di qualità in ogni momento dell’anno e soprattutto sostenibile per i centri storici

Come?

Attraverso sagge **politiche di destagionalizzazione**, che consentano una mole di lavoro meno intensa nei periodi di picco e più spalmata durante tutto l’anno. L’output atteso sarebbe forse una diminuzione dei lavori stagionali e un accrescimento di quelli annuali, stressando meno il tessuto naturale delle destinazioni stesse.

LE NOSTRE PROPOSTE CONCRETE SUL PUNTO 2

- **Stabilire un numero massimo di gruppi contemporanei nei centri storici**

Una destinazione turistica non può più accogliere un numero infinito di visitatori contemporaneamente, così come non lo possono fare i teatri, gli stadi, le navi da crociera. Si tratta di **stabilire un numero massimo di accessi contemporanei** che la destinazione possa sopportare in sicurezza, senza intasare le strade e le piazze ma **riuscendo a garantire una piacevole ed equa fruibilità dei centri** stessi a chiunque la frequenti, siano questi cittadini o i visitatori.

- **Destagionalizzazione con ticketing (dinamico) per gruppi d'accesso ai centri storici**

Per i gruppi che non soggiornano nella destinazione ma che la vengono soltanto a visitare, oltre alla tassa ecologica sull'autobus, si dovrebbe **prevedere un ticket d'accesso al centro storico-artistico**. Questo consentirebbe di poter applicare delle **politiche di destagionalizzazione** basata su strategie di Revenue Management simili a quelle degli hotels, dove a prezzi bassi o gratuità d'inverno che servano a stimolare la domanda in periodi di minor affollamento fanno fronte ticket d'accesso più onerosi nei periodi di maggior affollamento.

In un periodo di picco, all'interno della stessa giornata potrebbero essere previste delle fasce orarie di visita per i gruppi in modo da stimolare fasce meno battute (es. l'ingresso alle 9 di mattina ha un prezzo elevato, mentre quello alle 5 del pomeriggio è gratuito, etc...); così come dovrebbero esser suggeriti degli itinerari da punto A al punto B o inversi per evitare che tutti gli autobus attraccino contemporaneamente in un unico meeting point, intasando il traffico cittadino o i sistemi di trasporto all'interno delle città (come traghetti, tramvie, metropolitane).

Le politiche di prezzo guiderebbero le scelte dei tour operator internazionali e delle crociere a destagionalizzare, ma anche a scaglionare l'accesso dei gruppi nella stessa giornata, e sicuramente permetterebbero una **gestione ordinata e consapevole** del fenomeno all'interno della destinazione, facendolo diventare un'opportunità ben sfruttata piuttosto che un problema o un rischio per la sostenibilità e l'immagine di questa.

- **Sistemi di ticketing dinamico su base geografica per gruppi provenienti dalle navi da crociera**

Le grandi navi da crociera, a monte del sistema dei prezzi per destinazione, potrebbero essere gestite ed incentivate ad offrire ai propri ospiti **itinerari alternativi ai classici**, sviluppando un **turismo anche per destinazioni** che siano tendenzialmente **meno battute** e che abbiamo quindi piacere a incentivare la visita dei gruppi croceristici.

- **Creazione di un ufficio dedicato al controllo dei flussi, alla destagionalizzazione e al decongestionamento dei centri turistici**

Affinché queste politiche possano realizzarsi, c'è la necessità di creare un **organismo di controllo e gestione delle prenotazioni e dei flussi dei gruppi**. Questa gestione in altre realtà viene affidata ad un DMO (Destination Management Organization) che abbia appunto le competenze professionali per poter gestire i flussi e conciliare le indicazioni di politiche sul territorio.

Su una piattaforma di controllo dedicata magari integrata al portale ufficiale della destinazione (es. Toscana visittuscany.com) - o per telefono - gli operatori e i tour operator potrebbero prenotare direttamente gli accessi e pagare i ticket (dove applicabili) ed otterremmo dei flussi organizzati, pianificati per tutta la stagione: **minimo impatto e massima fruibilità: sostenibilità e qualità!**

3. Rappresentanza, governance e rilancio: la promozione dell'immagine e della filiera

Obiettivo di questo lavoro è quello di **riposizionare l'immagine dell'Italia Turistica al centro** non solo del sistema paese ma anche **del mondo** intero che da sempre ci stima e ci ammira. Per questo ci vogliono sistemi di gestione e promozione, ma anche di maggior rappresentanza per il settore.

Per riuscire a fare ciò è necessario un vero **lavoro a quattro mani tra le istituzioni locali e nazionali e gli operatori**, affinché il futuro venga disegnato assieme, in frame legislativi sicuri - ma semplici e duraturi - e con quegli impegni da parte degli operatori per uno sviluppo più sostenibile e quindi migliore di tutta la filiera del territorio. Tuttavia, sarà altrettanto necessario lavorare per **comunicare al meglio questi elementi ai mercati**, affinché possano svolgere una **funzione di driver per il rilancio dell'immagine del paese**.

Il primo passo è delle **istituzioni a livello locale**, al fine di **stabilire regole e certificazioni**, ed avere così un'offerta scremata qualificata e garantita, seguita poi da una vetrina di comunicazione e prenotazione delle stesse: **piattaforme di natura locale** (come la best practice Fiorentina di **Destination Florence www.destinationflorence.com** – chi vi scrive ne è parte -) che abbiano sostanzialmente una **vocazione non profit**, ovvero siano pensate per il solo **mantenimento della struttura dedicata alla loro gestione e si impegnino nel reinvestimento dei piccoli margini eventualmente ricavati in promozione.**

L'idea è cercare di **disintermediare il più possibile** e, allo stesso tempo, avere un'offerta certificata tutta in un unico bacino, che garantisca così anche una qualità altissima della stessa al potenziale viaggiatore.

Avere una vetrina certificata dell'offerta di qualità sarebbe sia garanzia per il consumatore che per l'operatore, che potrebbe così ottenere un sostanziale **abbattimento delle commissioni** rispetto ai modelli che oggi vedono il predominio delle OTA – comunque necessarie ma dalle quali bisognerebbe dipendere un pochino meno – e che, invece, approfittano spesso per marginalizzare e portare capitali all'estero, **senza – e forse questo è ancora più grave - selezionare ciò che vendono.**

A loro volta questo sistema potrebbe **integrarsi ed aggregarsi su piattaforme di natura regionale e poi nazionale**, (*a livello toscano, per esempio, si sta lavorando per integrare destinationflorence.com con visittuscany.com*) e poi – anche se la storia ci insegna le difficoltà - sarebbe bello pensare ad **un unico portale collettore nazionale di offerta certificata** come sistema integrato ai sottolivelli regionali e locali, affinché la gestione sia snella, le offerte sempre aggiornate, e la fruibilità da parte del cliente sia massima e certificata, oltre ad un effettivo abbattimento della catena di commissione che appesantisce l'offerta e porta ricavi all'estero.

In questo caso, però, affinché questi progetti siano realmente efficaci, è **necessario che venga abbandonato l'approccio istituzionale** che parla di **"ambiti" e "aree tematiche programmatiche"** sulle quali la politica troppo spesso si è basata, per abbracciare un approccio ben più pragmatico, quello dello **UX (user experience)** ed essere così **portali "user friendly"** dove il turista possa trovare informazioni affidabili sull'offerta turistica certificata Italiana, e la possa prenotare direttamente, in maniera efficiente, sicura, affidabile.

Esempio di distribuzione di filiera certificata:

**Certificazione dell'Offerta locale e tutela della Filiera
da parte dell'istituzione locale**

Comune/Area Metropolitana



Portali locali di offerta turistica certificata

es. Destination Florence

www.destinationflorence.com



Integrazione automatica (A.P.I.) Su portali di livello regionale

es. Visit Tuscany

www.visittuscany.com



Integrazione automatica (a.P.I.) Su portali di livello nazionale

www.dominionazionale.it

- Un'unica offerta Certificata dalle istituzioni locali che hanno il controllo sul territorio
- Riproposta sinergicamente da ogni livello locale, regionale, nazionale
- Integrazione ad ogni livello con gli operatori (senza necessità di aggiornare tre portali differenti)
- Quindi sempre aggiornata (fruibile immediatamente)
- Con le massime garanzie di qualità per il turista finale.

L'altro punto è la necessità di **maggior conoscenza ed attenzione ai problemi dell'industria turistica**: è necessaria maggior rappresentanza politica qualificata: il **Ministero del Turismo** (e solo del turismo!)

Per riuscire ad applicare questo progetto, ma soprattutto le sue evoluzioni, è necessario che la politica, - anche questa con la p maiuscola - soprattutto di **livello nazionale**, dia una nuova veste ed **importanza al sistema turistico**, ponendolo al centro delle proprie scelte e del proprio sistema ed **elevandosi ad un ruolo di coordinatore strategico delle realtà locali - regionali e comunali** - armonizzando le norme e le dinamiche, ed ovviamente l'immagine nel mondo.

La delega del comparto alle regioni (il famoso art. 5) se da una parte **premia l'identità territoriale** così variegata, dall'altra è **limitante nell'applicazione del lavoro**, poichè ad oggi per 20 regioni esistono **20 leggi regionali sul turismo**, ma che non hanno senso se guardate nell'ottica globale della visita al paese:

- come può un operatore svolgere servizi su tutto il territorio?
- come possono le autorità controllare l'offerta e quindi tutelare i turisti?
- come si può armonizzare la qualità dell'offerta sul territorio?

Un grave problema, per citare un esempio, è legato alle dinamiche del Turismo e del **settore dei trasporti**, che hanno un legame imprescindibile. Ad oggi, giusto per citare un esempio, esistono leggi regionali che permettono ai tour operators (di quella regione) di svolgere tours con un proprio mezzo privato, altre regioni invece lo vietano espressamente, altre non legiferano in questo senso, rimandando a norme nazionali sui trasporti che sono a loro volta obsolete e non chiare, perchè non pensate per questo tipo di attività che - quando sono state scritte - nemmeno esistevano.

Non siamo in questa sede a proporre una soluzione sul tema, perchè **richiede un confronto con le categorie ma soprattutto richiederebbe una cabina di regia**; siamo piuttosto qui a sottolineare quanto questo tipo di problematiche sia **trans-industriali** che necessitino competenze specifiche del settore tutto per poter essere finalmente risolte con visione lungimirante; per poter far questo è necessario che le dinamiche del settore Turistico siano approfondite, conosciute nella loro interezza e poi risolte, aggiornate.

Sosteniamo quindi con tutte le nostre forze **la necessità di avere un Ministero del Turismo dedicato e con portafoglio**, che sia collettore delle istanze delle realtà locali ed armonizzatore dei processi di riqualificazione e promozione dell'Italia tutta. Non è più accettabile, in un futuro quanto più incerto, che il comparto venga non gestito, che si rimandino scelte strategiche senza intervenire nel merito delle problematiche con coraggio, competenze ed attenzioni.

Il turismo è una filiera complessa che coinvolge tantissimi operatori sul territorio, con caratteristiche peculiari, spesso molto difficili da comprendere per i non addetti ai lavori. Ricordiamo poi che il peso del turismo per il nostro paese è pari al 13% del pil e impiega circa il 15% del totale della forza lavoro (ad oggi ferma e senza prospettiva di rilancio concreto prima della primavera del 2021).

La nostra immagine nel mondo dipende anche da come questa filiera viene tutelata e organizzata, non soltanto dalla bellezza e la ricchezza del patrimonio, ed è dunque necessario chi la rappresenta e ne firma le scelte strategiche – chi **governa** il comparto - sia persona informata, competente, dedicata.

Con la nostra "CARTA DEL TURISMO DI QUALITÀ" speriamo quindi di:

- Riuscire a trovare sostegno e accordi di natura territoriale e poi nazionale per sviluppare attenzione, sensibilità e **tutela della filiera di qualità**.
- Promuovere un nuovo modello di collaborazione tra le Istituzioni e gli operatori certificati e quindi **un nuovo modello di gestione del settore**, più **sostenibile**, per gli anni a venire.
- Ottenere il **riconoscimento dell'importanza** dell'industria turistica e **maggior rappresentanza**

Invitiamo gli operatori a diffondere il progetto e fornire il loro contributo sul territorio, e le Istituzioni a rispondere con processi fattivi per attuare le risoluzioni di cui parliamo e disegnare assieme il futuro del nostro splendido paese. Se non ora quando?

Buon lavoro a tutti, e viva l'Italia!

a cura di

Luca Perfetto – CEO Florencetown Tour Operator (WHS group)

Membro CDA di [**Destination Florence Convention & Visitors Bureau**](#),
rappresentante dei Tour Operators

DESTINATION
FLORENCE
CONVENTION
& VISITORS
BUREAU

In Italia molto spesso le azioni di promozione turistica falliscono perché gestite da enti pubblici che per legge non possono stare sul mercato, ovvero non possono vendere servizi. Questo si dimostra in particolar modo attraverso l'analisi dei siti istituzionali di promozione turistica delle varie destinazioni che, anche laddove ben fatti ed aggiornati, non hanno alcuna efficacia ed hanno una altissima percentuale di rimbalzo.

Più in generale, laddove c'è una DMO di carattere pubblico, spesso si verifica uno scollamento con il mondo privato, che nel turismo invece deve esprimere le proprie esigenze e coordinare le proprie attività di promozione.

Il progetto Destination Florence rappresenta in questo senso un'esperienza unica in quanto realizzato da Destination Florence CVB, società totalmente privata, ma in partnership con il Comune di Firenze.

La partnership ufficiale di un soggetto così strutturato con il pubblico consente di agire in maniera ufficiale, rappresentando sia un gruppo nutrito di privati ma anche esprimendo una mission pubblica ed agendo nell'interesse dell'intera destinazione.

la **piattaforma** www.destinationflorence.com è modello di riferimento unico nel suo genere e senz'altro oggetto della governance individuata sia delle strategie di sviluppo. L'unicità del progetto fa sì che, al momento in Italia, questo sia **il primo portale nel suo genere**, e questo aspetto costituisce un grosso vantaggio anche per le attività di comunicazione.

Con il supporto e la sottoscrizione di:

