TURISMO E COMMERCIO A FIRENZE

Idee e spunti per la ripartenza cittadina

Gruppo consiliare
Regione Toscana
Fratelli d'Italia

TURISMO E COMMERCIO A FIRENZE

In tanti abbiamo sperato che la pandemia servisse, perlomeno, a ripensare in maniera definitiva quel modello turistico che – a Firenze come in tutte le principali città d'arte italiane ed europee – si era sciolto come neve al sole di fronte all'avanzata del Covid-19. Un modello fatto di sfruttamento senza rimorsi di tutto lo sfruttabile: dal suolo, ai monumenti, ai musei, ad ogni minimo angolo abitabile del centro storico, trasformato – come in una moderna fiaba dal carattere macabro – in un dormitorio o in una mangiatoia.

La nostra generazione – ma potremmo senza alcun dubbio estendere il concetto all'intera nostra epoca – sta consumando, corrodendo, logorando, tutto ciò che i nostri avi ci hanno ceduto in dote, lasciandosi paurosamente dietro una scia fatta di centri commerciali, fast-food e ristoranti "all-you-can-eat" di bassa levatura.

Il modello del turismo "mordi e fuggi", quello che porta ogni anno a Firenze milioni di visitatori da tutto il mondo e che finisce col popolare più i marciapiedi – laddove gli avventori si accalcano a consumare panini e focaccine – piuttosto che le nostre eccellenze agroalimentari, è morto, alla comparsa della pandemia, in meno di 24 ore, svelando in un colpo solo tutte le sue debolezze.

Se vogliamo trarre dalla terribile esperienza del Covid-19 quel poco di buono che si può trarre da una tragedia planetaria di simili dimensioni, occorre ripensare completamente il modello turistico/commerciale di Firenze.

Occorre tornare ad interrogarsi – senza cedere ai dogmi pre-confezionati della lotta contro la città vetrina – se non sia più bella, utile e funzionale alla città, una piazza piena di tavolini ben sistemati, rispetto ad una piazza vuota, apparentemente lasciata tale per permettere di ammirare le bellezze architettoniche fiorentine, ma in realtà presa d'assalto dai consumatori dei cestini "take-away".

Occorre chiedersi se non si possa parlare di negozi aperti anche in orario serale – senza per questo essere tacciati di schiavisti del terzo millennio – per fare concorrenza a quei centri commerciali, sempre più numerosi e che ormai fanno delle aperture ad orario continuato il proprio punto di forza. (Crediamo davvero che il lavoro abbia una dignità differente se ci spostiamo da Firenze di solo qualche chilometro?)

Occorre ripensare il nostro centro storico, la nostra ZTL, il rapporto con il mezzo privato che, peraltro, sta andando sempre più nella direzione della sostenibilità ambientale, grazie ai motori ibridi ed elettrici. Firenze non ha più un centro storico omogeneo, ma – al pari delle altre grandi città europee – ha ormai partorito svariate sottozone: da quelle più dedite alla movida – che non è sinonimo di malaffare – a quelle più dedicate ai servizi, ai trasporti, alla residenzialità. Una gestione degli accessi al centro storico pensata negli anni '80 oggi è superata dagli eventi.

Occorre interrogarsi. Non piangere sul "Covid versato", né tantomeno far finta che niente sia accaduto negli ultimi due anni. Ecco perché abbiamo pensato questo convegno: non per offrire soluzioni degne della bacchetta magica di Harry Potter, ma perché vogliamo riport--are l'interrogativo – e non più il dogma – al centro del dibattito sulla Firenze che verrà.

Francesco Torselli
Presidente del Gruppo di Fratelli d'Italia in Regione Toscana

TURISMO E COMMERCIO A FIRENZE

Molti ritengono che il commercio rappresenti una sorta di sistema cardio-circolatorio delle nostre comunità e che senza questa linfa vitale le nostre città pian pianino si spegnerebbero. In effetti, il Lockdown ha confermato decisamente questa sensazione!

Proprio durante quel periodo Fratelli d'Italia ha costituito il dipartimento Politiche per il Commercio e necessariamente la prime attività sono state dedicate al tema delle chiusure e dei ristori conseguenti.

Fratelli d'Italia ha avviato numerose videoconferenze con le associazioni di categoria, sia quelle maggiormente rappresentative sia quelle più piccole o nate spontaneamente durante il Lockdown con l'obbiettivo di ascoltare per meglio comprendere il reale impatto delle chiusure e quali potevano essere i primi interventi da fare.

Importante la "CLASS ACTION" proposta dal partito in favore dei ristoratori che sono stati obbligati a chiusure indiscriminate pur in assenza di una precisa necessita sanitaria. Oltre 700 i pubblici esercizi aderenti che attendono l'udienza fissata per il maggio 2023.

Quello della ristorazione e dei pubblici esercizi in generale è stato l'ambito sul quale si sono concentrate molte attenzioni proprio per l'accanimento dimostrato dal governo verso queste attività e numerosi sono stati i flash mob e i sit-in organizzati sui territori per non lasciare da soli questi imprenditori: oggi continuiamo la battaglia anche sulle tasse e imposte locali (tari, tosap) che devono essere rimodulate sia per i periodi di chiusura che per agevolare la ripartenza.

Oggi il Commercio - nelle diverse modalità ma particolarmente quello al dettaglio - rischia un tracollo per l'aumento delle spese fisse causa soprattutto il "caro energia" e l'esplosione degli affitti (FDI sta conducendo nella Delega di riforma fiscale la battaglia per la cedolare anche nelle locazioni commerciali per calmierare i costi) e il governo non pare raccogliere il grido di dolore che proviene dai territori come invece ha fatto Fratelli d'Italia per esempio durante gli Stati Generali del Commercio svoltisi a Palermo dove si è evidenziato un'assoluta carenza di prospettiva per il settore anche nel PNRR: solo qualche modesto stanziamento per una generica digitalizzazione, qualche residuo per "partecipazione a fiere" e 230 milioni per sviluppo del commercio on line internazionale di prodotti Made in Italy

Oggi ci sono alcune opportunità legate alla ripresa dei flussi turistici, pur con l'incognita russa legata alla guerra, ma non si può pensare di limitare l'uso del contante (soprattutto sui beni di lusso) largamente usato in alcuni ambiti di stranieri che visitano l'Italia e anche il commercio ambulante necessita di novità normative che professionalizzi il settore e lo leghi sempre di più all'artigianato di qualità, alla filiera agroalimentare e al Made in Italy in generale, ma va difeso dall'aggressione della "Bolkestein".

Non è possibile prescindere dal settore per dare alla Nazione quel respiro economico, quel volano nei consumi che darebbe la spinta economica ad altri comparti produttivi affinché la ripresa - peraltro già molto ridimensionata - non resti il rimbalzo di una stagione e per fare ciò, in primis, le istituzioni devono scommettere sul Commercio: sburocratizzazione, credito e sicurezza devono essere le parole d'ordine!

On. Marco Osnato
Responsabile Dipartimento Nazionale FDI
Rapporti con il Commercio

TURISMO E COMMERCIO A FIRENZE

Il turismo non è solo la più grande industria al mondo, quella che offre più posti di lavoro, in particolare a donne e giovani. Il turismo è un fenomenalestrumento per acculturare i popoli, per insegnare loro che la diversità è ricchezza e l'omologazione è miseria.

Il turismo è un'arma incredibile di progresso. La principale motivazione turistica, quella che muove il maggior numero di turisti desiderosi di visitare un dato Paese, è la sua diversità ed unicità. Che sono frutto di un percorso storico millenario, edificatosi e stratificatosi nel tempo. L'Italia, non a caso, è il desiderio di viaggio più indicato in qualsiasi sondaggio d'opinione. Ovunque nel mondo. Lo sanno tutti, tranne gli Italiani che del turismo non hanno mai saputo farne industria e, ciò nonostante, esso rappresenta oltre il 13% del pil. Abbiamo un patrimonio immobiliare storico di pregio, un patrimonio artistico e culturale, un patrimonio naturalistico che nessuna altra Nazione può vantare ma li abbiamo sempre trascurati, fino a volte a distruggerli. Non abbiamo mai destinato fondi sufficienti per la sua conservazione e valorizzazione, addirittura, ne abbiamo sottratti per destinarli ad altri settori economici. Investire nel turismo dovrà essere la priorità, perché motoreindispensabile per l'economia del nostro Paese e potente corroborante del valore identitario nazionale.

Il turismo, diventerà vincente se l'Italia sarà pronta a sostenere l'accessibilità. Più le strutture saranno accessibili, più lo Stato italiano, dovrà premiare le stesse al fine di sostenerle e migliorarle. Un turismo accessibile prevede senza se e senza ma assenza di barriere architettoniche, culturali e sensoriali nei luoghi pubblici e sulle strade, non solo in riferimento a persone sulla sedia a rotelle, ma anche a persone ipovedenti, mamme con passeggini o persone con ridotta capacità motoria. Turismo accessibile vuol dire anche presenza di mezzi di trasporto pubblico accessibili in autonomia che permettano anche ad una persona diversamente abile di raggiungere il luogo desiderato senza aiuto, presenza di aree di parcheggio dedicate ai disabili e a chi ha esigenze speciali, presenza di strutture ricettive accessibili dall'esterno, che consentano una mobilità agevole anche all'interno, servizi igienici adeguati in tutti i luoghi pubblici, e attività di ristorazione che non solo sono prive di barriere architettoniche, ma forniscono anche informazioni dettagliate a chi soffre di allergie o intolleranze. È inoltre indispensabile che vi sia possibilità di usufruire dell'offerta culturale del luogo, con accesso autonomo a musei, biblioteche e teatri, facilità di accesso ai servizi quali Bancomat e biglietterie automatiche, possibilità di reperire informazioni chiare e precise sul territorio visitato. Sono necessarie incentivazioni e sgravi fiscali, per tutte le aziende che diventano accessibili e va istituita una bandiera Italia con il simbolo dell'accessibilità, per tutte le strutture che si sono strutturate per una ricezione accessibile a tutti. Il nostro Brand Italia, affiancato da una sigla che promuova il turismo accessibile.

Occorre sbloccare al più presto la legge che regolamenti le professioni turistiche, ferma dal 2013, è necessario difendere la qualità garantita dalle Guide e dagli Accompagnatori turistici italiani per mante-nere la qualità dell'offerta, al contempo occorre avere una nuova legge per permettere l'accesso alle professioni turistiche alle nuove generazioni, ed avere professionisti che intercettino le attuali richie-ste dei turisti, che non si accontentano più della conoscenza del territorio, della storia, tradizione, opere e cultura ma cercano di vivere esperienze oggi per lo più proposte non da professionisti.

Gianluca Caramanna
Responsabile Dipartimento Nazionale
FDI Turismo

TURISMO E COMMERCIO A FIRENZE

Conseguenze pandemia.
La pandemia ha causato la penalizzazione da chiusura del settore del commercio su area pubblica, un accanimento sugli ambulanti e i piccoli commercianti in sede fissa, una flessione su turismo e indotto; al contrario la grande distribuzione è rimasta favorita su tutti i fronti così come il commercio on line. Nessuno, infatti, pensa a tassare le grandi multinazionali.

Ristori pandemia.
Avevamo chiesto il criterio della gradualità e invece non siamo stati ascoltati. L'aver fissato al 30% la percentuale per ottenere i ristori ha rappresentato una vera penalizzazione per molte aziende. Un esempio su tutti: chi ha potuto dimostrare perdite di fatturato del 30,1% ha avuto diritto ai ristori; chi, al contrario si è fermato al 29,9% non ha ottenuto niente. Non siamo stati ascoltati dal Governo e queste sono le conseguenze di quando non ci si confronta con la base e con la parte produttiva del Paese. Inoltre, nelle pieghe dei ristori, ad oggi, non è possibile avere una procedura per ricorrere contro eventuali decisioni e segnalazioni da anomale da parte dell'Inps.
Nel post pandemia registriamo, quindi, aziende uscite con le ossa rotte ma capaci di ripartire grazie ai ristori ottenute e altre che, purtroppo, non ce l'hanno fatta: con criteri più grduali avrebbero potuto avere un minimo di liquidità e ripartire. E invece così non è stato.
A questo dobbiamo aggiungere, nel post pandemia, il fenomeno dell'inflazione che non è legato esclusivamente alla guerra ma è partito sicuramente prima. Le materie prime stanno aumentando e questo sta togliendo potere di acquisto ai nostri clienti. Questo è uno dei grandi problemi su cui dobbiamo confrontarci e trovare soluzione: anche per scelte fatte dal Governo sui bonus che hanno generato una forte speculazione. Le scelte del post pandemia, di fatto, non tutelano il potere di acquisto dei cittadini, e, conseguentemen-te, le nostre aziende vanno in difficoltà.
Su tutto questo chiediamo un tavolo di confronto perché si possano trovare quelle soluzioni che possano dare un minimo di respiro alle aziende del commercio su suolo pubblico e alle aziende del turismo.Infine, il tema dei Comuni. Nel post pandemia in molti hanno ripreso immediatamente ad applicare le tariffe del pre-pandemia con la possibilità, addirittura, di poter aumentare il canone unico.

Proposte.
Chiediamo che il canone unico venga applicato com'era nella forma originaria portando un risparmio effettivo com'era stato pensato. Avevamo fatto una proposta di riforma fiscale che prevedeva il superamento del registratore di cassa, per eliminare l'evasione fiscale. La riforma non è stata accettata perché forse a qualcuno l'evasione fiscale conviene sempre, ma quelli non siamo noi. I pos è il classico regalino agli intermediari finanziari e alle banche. Sul pos siamo d'accordo ma che sia un servizio gratuito. Continuo rinvio sul rinnovo delle concessioni. I comuni sono in proroga, hanno avuto la proroga e ancora decidono di non decidere.Come facciamo a fare sviluppo senza programmazione? Cominciamo a mettere penali se i Comuni non rinnovano le concessioni.

Conclusioni.
Questo il quadro della situazione attuale con alcune proposte concrete e facilmente realizzabili in tempi brevi. Ormai questo Governo ha dimostrato tutta la sua incapacità. Mi auguro che ci dia ascolto, metta in pratica le nostre proposte e risolva situazione diventata insostenibile per tutti.

Alessio Pestelli
Presidente ASSIDEA

TURISMO E COMMERCIO A FIRENZE

A far data dal mese di marzo 2020 e dal conseguente lockdown imposto sono stati posti in evidenza da parte di numerosi enti, operatori e attori della filiera del turismo i preoccupanti dati legati alla crisi che hanno investito in maniera drastica e repentina il mondo del turismo a causa della pandemia da COVID-19.

Con riferimento alla città di Firenze, ad oggi, il turismo sembra essere ripartito, anche se purtroppo resta sotto i livelli del 2019 con il -66% rispetto al periodo pre-covid. Dalla lettura dei dati ufficiali emerge che nell'area fiorentina della Città Metropolitana si sono registrati 2,1 milioni di arrivi e circa 5,4 milioni di pernottamenti. In leggero aumento i flussi stranieri che hanno registrato 2,9 milioni di presenze, pari al 54,4% del totale. Il dato conclusivo maggiormente significativo è che l'emergenza Covid ha penalizzato soprattutto il capoluogo della città di Firenze.

Questa è l'immagine che emerge dallo studio effettuato su dati raccolti dall'Ufficio Statistico della Città metropolitana di Firenze ed elaborati dal Centro Studi Turistici per l'anno 2021 per Firenze e il territorio metropolitano.

I dati indicano che nel 2021 vi è stato un +62.2% di presenze dei turisti negli esercizi ricettivi della Città Metropolitana che restano però ben al di sotto dei livelli del 2019 (-66%). Nonostante gli andamenti alternati e discontinui che si sono registrati tra la prima e la seconda metà dell'anno sembra consolidarsi comunque la tendenza ad una incoraggiante ripresa.

Il trend migliore è stato registrato da luglio a ottobre (+65%) rispetto all'ultima parte dell'anno che si è rivelata invece molto meno proficua rispetto alle aspettative in ragione della ripresa dei contagi.

Il movimento turistico 2021 può dirsi dunque caratterizzato da segnali di prudente ripresa, nonostante gli andamenti discontinui registrati tra la prima e la seconda metà dell'anno.

Se si guarda la dinamica rispetto al 2019 allora emerge la sofferenza delle strutture alberghiere che segna--no il -71,1% di presenze; leggermente migliore il dato dell'extralberghiero che si attesta al -59%.

Nel quadro finora delineato non si può far a meno di rimarcare che in particolare le strutture ricettive, le guide turistiche, le agenzie di viaggio e più in generale tutta la filiera del turismo, che oggi rappresenta circa il 14% del prodotto interno lordo dell'Italia, hanno sofferto moltissimo le conseguenze generate dalla pandemia e forse più di ogni altro settore, senza che per loro siano stati varati significativi e specifici aiuti da parte delle istituzioni nazionali e regionali per far fronte alla conseguenziale crisi d'impresa, purtroppo ancora in atto e difficilmente superabile per moltissimi operatori la maggior parte dei quali ha dovuto far ricorso al credito indebitandosi pesantemente.

Avv. Francesco Palmigiani

Responsabile Dipartimento Regionale
FDI Tursimo

TURISMO E COMMERCIO A FIRENZE

Secondo noi è necessario tutelare Firenze in una duplice veste, cioè rendendola accessibile al turismo ma allo stesso tempo preservarne la bellezza in accordo con spazi e accessibilità.

Alcune idee sono: una pianificazione dei cantieri nel centro storico e la rimozione della gru agli Uffizi; equilibrare la presenza dell'offerta alberghiera ed extralberghiera; costruire una pista all'Aeroporto di Peretola e dei parcheggi sotterranei al limite del centro storico; una lotta serrata all'abusivismo commerciale e alla criminalità violenta; il potenziamento del portale e dell'ufficio turistico del comune di Firenze; lo sviluppo di una rete di Pro Loco a livello di zona/rione.

Alessandro Draghi
Capogruppo Fratelli d'Italia
Comune di Firenze

TURISMO E COMMERCIO A FIRENZE

Parlando di commercio la la parola chiave deve essere qualità. E la qualità inizia da ciò che si vede dall'esterno, dall'affaccio del fondo o del negozio sulla pubblica via. Particolarmente nel centro storico, ma non solo, e' necessario inserire delle prescrizioni in merito alla scelta degli infissi e delle vetrine che garantiscano il decoro e la compatibilità delle attività nelle vie e strade in cui operano.

La qualità e' un tratto tipico dei tanti esercizi di vicinato che hanno fatto la storia di Firenze ma che purtroppo sono diminuiti nel tempo specie nel centro storico. La scelta di realizzare la ztl più grande di Europa e l'incapacità di realizzare nuovi parcheggi hanno contemporaneamente penalizzato attività economiche e residenti spingendoli altrove: la mobilità di Firenze va ripensata anche in questo senso.

Il peso degli affitti ha fatto il resto e per tentare di invertire la rotta e' necessario agire sulla leva fiscale : l'applicazione della cedolare secca in relazione a una serie di categorie di immobili ad uso commerciale potrebbe favorire quelle attività artigianali di cui si parla tanto ma concretamente si fa poco. E ancora, le agevolazioni comunali Imu a Firenze sono troppo basse e riguardano solo un esiguo numero di attività. Perché non aumentarle come chiediamo da tempo ? Ci sono poi i grandi spazi pubblici da recuperare come le ex caserme, dove e' possibile collocare una serie di attività' storiche legate al territorio con affitti a prezzo calmierato.

Parlando di turismo la questione si fa più semplice e più complessa allo stesso tempo. Più' semplice perché Firenze richiama visitatori da ogni dove grazie alle sue innumerevoli bellezze, più complessa perché il turismo tende a concentrarsi solo sul centro storico e la scommessa non può che essere quella di tentare di distribuire i flussi sull'intero anno e di ampliare e diversificare le mete fiorentine dei viaggiatori oltre il quadrilatero romano: i giardini e le ville medicee in città e nei dintorni sono un esempio in tal senso.

Di certo e' necessario ampliare una rete si servizi igienici che oggi è ridicola per la mole di persone che arrivano a Firenze.

Il turismo è una risorsa fondamentale per la nostra città, ecco perché vogliamo continuare a credere nello sviluppo dell'aeroporto di Peretola, telenovela infinita, per lo straordinario indotto che genererebbe allontanando allo stesso tempo, finalmente, gli aerei dai tetti delle case di tanti, troppi fiorentini.

Jacopo Cellai
Consigliere comunale
Coordinatore di Fratelli d'Italia
Comune di Firenze

TURISMO E COMMERCIO A FIRENZE

Il periodo della pandemia ha messo in luce tutte le fragilità del sistema turistico, che ne esce indebolito e che ha assoluto bisogno di essere ripensato nel suo complesso. Così come nello specifico c'è bisogno di ripensare l'accoglienza di Firenze, perché dopo due anni in cui le presenze si sono di fatto azzerate e dopo tanti discorsi sull'ospitalità, sull'overtourism e sulla necessità di un modello di città più orientato al turismo di qualità, sembra si torni al 2019 e che il ritorno delle presenze faccia dimenticare i propositi. Ma così non può essere.

Il sistema alberghiero esce da un periodo di sofferenza che ha determinato una forte riduzione della capitalizzazione e quindi delle necessarie risorse per investire, a fronte di costi sempre crescenti di gestione. Dall'altra parte ci accorgiamo come in poco tempo le offerte delle residenze turistiche sono tornate ad aumentare, diventando sempre più una forma di concorrenza difficile da sostenere, peraltro avvantaggiata dal fatto che mentre l'apertura di nuove realtà alberghiere è regolamentata, quella degli host di fatto è libera, per cui basta un giorno per improvvisarsi imprenditori. Serve un sistema normativo nuovo, che prenda in considerazione nella sua interezza l'offerta ricettiva e ne regoli lo sviluppo, evitando la proliferazione incontrollata di strutture che danneggia anche la residenzialità, stimolando l'emersione di quelle realtà che tutt'oggi rappresentano una zona grigia difficile anche da quantificare.

Ma c'è bisogno anche di un intervento forte e deciso di salvaguardia della città, di rilancio e di gestione dell'immagine, che passi attraverso una articolazione controllata dei lavori pubblici nelle zone più turistiche, dove certi interventi non possono essere fatti in piena stagione, e una dotazione di servizi per il turismo più ampia e qualificata. Se poi si vogliono allontanare le auto dalla cerchia dei viali è necessario creare un sistema di trasporto efficiente. Infine bisogna incentivare il soggiorno, creando canali preferenziali che rendano più appetibile la permanenza in città e differenziando l'offerta per poter gestire meglio i flussi di visitatori.

Francesco Bechi
Presidente Federalberghi Firenze

TURISMO E COMMERCIO A FIRENZE

A.I.R.C.A. rappresenta in prevalenza microimprese, nella fattispecie piccole strutture ricettive, affittacamere, case vacanze e reisdenze d'epoca e residence. L' ospitalità offerta dalle nostre strutture ha spesso i caratteri della familiarità e del rapporto interpersonale diretto con gli sopiti, con lo scopo di farli sentire a loro agio senza rinunciare alla ricerca di una maggiore qualità del servizio e delle nostre strutture .

La città di Firenze sembra aver dimenticato il suo passato di corporazioni che hanno costruito la grandezza della quale oggi tutti beneficiamo. Si rincorre il turista, ma non si pensa a strutturare servizi per l'accoglienza in modo da direzionare i flussi futuri verso una maggiore permanenza e qualità.

Firenze come città d'arte ha sofferto moltissimo nei due anni di pandemia e adesso dobbiamo e vogliamo mettere le basi per un futuro che riporti nella nostra città la qualità, aumentando la permanenza media e garantendo più servizi.

La ricchezza prodotta dal turismo sono notevoli e parte di essa deve essere reinvestita nel tessuto urbano per una nuova trasformazione e riqualificazione e per migliorare la qualità.

A tal proposito, consideriamo il turismo un asset strategico nazionale, in particolar modo quello delle Città d'arte, Chiediamo provvedimenti legislativi affinché la città di Firenze assuma lo status di "Zona Economica Speciale" , che vengano destinate risorse straordinarie per la valorizzazione e la tutela del nostro patrimonio artistico e il potenziamento delle infrastrutture, come l'aeroporto, e il sistema di trasporto pubblico che al momento presenta gravi carenze nonché la promozione della città stessa, con un'apposita legge nazionale che tuteli le città d'arte e i centri storici UNESCO, per un città che deve coniugare la qualità della vita dei residenti alla gestione di una straordinaria densità turistica, tuttavia irrinunciabile volano di ricchezza per l'intera comunità.

Il tema della qualità si accompagna anche all'importanza di una migliore e aggiornata formazione. In un panorama che vede aumentare le attività extra-alberghiere, nasce l'esigenza di creare anche per questo tipo di attività degli standard qualitativi elevati e una sempre maggiore professionalizzazione, educando tutti gli operatori alla cultura di impresa a discapito dell'iniziativa da privato, che deve essere il più possibile regola mentata al fiine di contrastare le varie forme di concorrenza sleale.

A tal fine sarebbe opportuno inserire queste nuove categorie nell'offerta formativa degli istituti profes-sionali, financo nei curricula universitari se si riesce a inquadrare quello dell'ospitalità come un settore strategico, da tutelare e valorizzare.

Giovanni Gandolfo
Presidente A.I.R.C.A.

Chiara Pelagotti
Vice Presidente A.I.R.C.A.

TURISMO E COMMERCIO A FIRENZE

Nonostante Firenze sia una delle principali città turistiche italiane, ad oggi sono diverse le problematiche che impediscono al nostro Capoluogo di Regione di fungere da volano per l'intera Nazione in ambito turisti co.

In primo luogo sarebbe doveroso valorizzare il suo intero patrimonio artistico cercando di aumentare il numero di giorni di permanenza in città. Troppo spesso Firenze è interessata da un turismo "mordi e fuggi": sono migliaia i turisti che arrivano nel capoluogo toscano per visitare la Città secondo pacchetti preconfezionati. Questo rappresenta, ovviamente, un vulnus per tutte le strutture ricettive, sia quelle alberghiere che extralberghiere.

In secondo luogo è di vitale importanza aumentare la capacità di Firenze di attrarre poli crocieristici che orbitano attorno a Livorno, Genova, ma anche Civitavecchia. In questo senso bisogna rafforzare la proiezione fiorentina rispetto a questi tipi di collegamenti e, per raggiungere tale obiettivo, un miglioramento della rete infrastrutturale sarebbe decisivo. Mi riferisco alle infrastrutture che collegano Firenze a Siena, o Firenze a Grosseto (lungo il tirreno), ma anche al fatto che il capoluogo della Toscana ha diverse difficoltà nel colle garsi con la Liguria ed in particolare con Genova.

Firenze non è una città da consumare, bensì da vivere a 360 gradi. Fratelli d'Italia sogna una Firenze nella quale i turisti siano una risorsa, ma anche elementi pienamente integrati con la strategia di sviluppo della città, del suo tessuto urbano, ovviamente senza trascurare il livello e la tutela della vita dei cittadini.

Tutelare il tessuto commerciale, va da sé, è importante. Le botteghe "apri e chiudi", e i bazar che nulla hanno da offrire a Firenze vanno limitati. Riempire il centro cittadino con locali "made in China" non è certamente fare un buon servizio alla Città. È quindi importante disciplinare e regolamentare questo fenomeno anche al fine di scongiurare possibili ed eventuali forme di degrado, evasione fiscale e riciclaggio di denaro.

Firenze capoluogo della Toscana, Capitale del Rinascimento, esempio dell'Umanesimo italiano, DEVE guardare al futuro. Un futuro che passa dal completamento delle infrastrutture ferroviarie, dalla valorizzazione del suo aeroporto e delle sue università.

Nessuna politica può essere definita buona se non mette insieme gli interessi dei cittadini, delle imprese e del comparto turistico, ovviamente salvaguardando le peculiarità dei quartieri, con le loro caratteri-
-stiche botteghe, che tanto hanno sofferto a causa dei cantieri della tramvia.

On. Riccardo Zucconi

Capogruppo FDI in X Commissione parlamentare
"Attività produttive, commercio e turismo"

TURISMO E COMMERCIO A FIRENZE

COMMERCIO

Parlare di commercio in Toscana significa, in riferimento al drammatico periodo della pandemia, parlare di ristori erogati in maniera discontinua, insufficiente, frammentaria, beffarda (si pensi alla telenovela sul Durc, quando per accedere ai ristori si chiedeva ai commercianti, chiusi e con la cassa vuota, il rispetto dei paga-menti previdenziali).

Situazioni che, esattamente come per le inefficienze riscontrate a livello nazionale, possono essere fatte risalire anche a pregiudizi ideologici verso i commercianti e i lavoratori autonomi in generale, tutti più o meno evasori potenziali secondo una vulgata che è al governo tanto a Roma quanto a Firenze.

Anche per questo è stato difficile riuscire a fare avere alcuni aiuti alle categorie maggiormente colpite, e questo nonostante che fra di esse rientrasse ad esempio la ristorazione, con il suo indotto occupazionale fatto di sapienza culinaria, lungimiranza imprenditoriale, capacità di anticipare e dettare gusti e tendenze del Made in Italy nel cibo e nel vino e nella promozione di sani stili di vita.

Ristoratori che abbiamo sostenuto in ogni modo – come in generale la filiera dell'agroalimentare e altre non meno importanti come la moda – non solo rispetto ai suddetti ritardi, ma anche a una gestione pasticciata delle zone colorate durante la pandemia che trovò la sua sublimazione nella Pasqua del 2021 con locali chiusi e poi riaperti d'ufficio dalla Regione, ma solo dopo serrate proteste, alla vigilia del momento più delicato dalla riapertura.

L'agroalimentare in generale è un settore che va difeso, anche da alcune bizzarre uscite iper-regolamentatri-ci dell'Unione Europea e il cui sviluppo va allargato anche alle zone periferiche, ad esempio prevedendo nelle zone di montagna nuovi strumenti di raccolta e commercializzazione dei prodotti del bosco.

Commercio significa storicamente "bottega"; stiamo lavorando a una PdL per ridare senso, dignità e crea-zione di indotto lavorativo alle botteghe storiche, attraverso la cui centralità molti in cerca di lavoro potreb-bero tornare a imparare i mestieri di una volta, con tutto ciò che questo significherebbe anche in termini identitari.

Vittorio Fantozzi

Vice Presidente II Commissione regionale
Sviluppo economico e rurale, commercio, industria e turismo

TURISMO E COMMERCIO A FIRENZE

TURISMO
Dall'osservatorio regionale si può notare come il turismo sia una risorsa tanto preziosa per la Toscana quanto poco e male sfruttata.

C'è un'idea di fondo, che potremmo definire a garanzia di alcuni posti di lavoro più che della qualità, per cui da un lato si sembra insistere su luoghi e contesti che non hanno particolare bisogno di promozione e dall'altro lato lo si fa in maniera discontinua, senza una visione d'insieme e poco usando strumenti tecnologici e interattivi sempre più necessari.

Il portale toscano del turismo, uno strumento che metta a disposizione del cliente internazionale tutte le strutture ricettive della Regione e che consenta di tenere i soldi delle tasse in Toscana, potrebbe garantire un vero cambiamento di paradigma rispetto a una gestione burocratica e non concorrenziale delle politiche regionali.

Ma non è solo una questione di promozione o di strutture o di scarsa lungimiranza, come il non investire adeguatamente in un'eccellenza come il Consorzio Lamma, cosa che fa perdere soldi ai gestori degli stabilimenti balneari, peraltro impegnati in una battaglia durissima ma decisiva contro l'applicazione della Bolkestein alle concessioni, una battaglia che a livello nazionale e regionale vede solo FDI al loro fianco.

Il discorso è più complesso e riguarda almeno altri due aspetti.

Il primo è che il turismo sarà sempre più differenziato, targettizzato, gestito in gran parte in proprio dai clienti. Una circostanza che dovrebbe porre la necessità di favorire quei turismi magari più di nicchia ma ormai entrati nel vocabolario di chi si occupa del settore, dal pet friendly all'esperienziale, dal religioso a quello dei camminamenti, dal glamping all'oleoturismo, ovviamente senza dimenticare gli indotti e i flussi principali rappresentati dal turismo culturale, dal mare, dai monti, dalla fruizione di paesaggi e di cibo e vino di qualità.

Il secondo è che c'è un turismo cosiddetto minore, che è definiti tale solo perché riguarda zone meno note, meno frequentate e in cui, parlandosi chiaramente, ci sono pochi elettori. Zone magari più nascoste, come le aree interne, che hanno potenzialità infinite offerte dagli elementi naturali come ad esempio l'acqua (con cui puoi parlare allo stesso tempo di termalismo, parchi fluviali, competizioni sportive) o dalle diffuse distese di verde, e che presentano una rete di musei, castelli, possibilità di escursioni, esperienze culinarie, immersione nelle culture locali fatte di leggende tanto suggestivi quanto sconosciuti alla maggior parte degli stessi toscani.

Si tratta allora di fare sistema nella differenza e nell'articolazione, cosa che rappresenta solo una ricchezza.

Vittorio Fantozzi
Vice Presidente II Commissione regionale
Sviluppo economico e rurale, commercio, industria e turismo

GRUPPO FRATELLI D'ITALIA
CONSIGLIO REGIONALE DELLA TOSCANA

VIA CAVOUR 2-4, FIRENZE
055-2387358 055-2387625

Gruppo consiliare
Regione Toscana
Fratelli d'Italia