

## COMUNICATO STAMPA

*Firenze, 10 Novembre 2017*

---

***Fiavet Toscana e Federalberghi Firenze ti invitano***

***A Firenze il 20 novembre per parlare di Airbnb***

Fiavet Toscana e Federalberghi Firenze uniscono le forze e organizzano un importantissimo convegno sul turismo sostenibile. Il Convegno, che si terrà il 20 Novembre 2017 a Firenze presso l'Auditorium della Cassa di Risparmio in Via Folco Portinari 5, vedrà la partecipazione di illustri personalità del mondo politico, accademico ed economico italiano e internazionale, tra cui:

**Linda B. Rosenthal**, *New York State Assemblymember* - **Tom Copley**, *Greater London Authority* - **Stephan Von Dassel**, *Bezirksbürgermeister Mitte Berlin* - **Francesco Palumbo**, *Segretario Generale del Settore Turismo del MIBACT* - **Anna Paola Concia**, *Assessora al Turismo, Comune di Firenze* - **Alessandro Tommasi**, *Public Policy Manager, Airbnb Italy*.

Firenze oggi è seconda in Europa, alle spalle della sola Parigi, per numero di alloggi offerti da Airbnb in rapporto al numero dei residenti (66.898 1 nel centro storico): 9226 gli alloggi offerti ai turisti, con un grado di occupazione dell'83%2.

E tutto questo genera un giro d'affari impressionante: € 15.364.134 a settembre 2017, e questo soltanto a Firenze; dopo un altro anno di "hosting", ora anche di "experiences" e di *tourists flood* in ulteriore espansione, le città d'arte stanno dunque irrimediabilmente cambiando: i nuovi flussi turistici stanno cambiando la fisionomia delle destinazioni, allontanando la popolazione residente e le attività produttive dai centri storici.

Il fenomeno è globale e si parla di "airification" delle città. La posizione dominante sul mercato è stata acquisita con una strategia vincente ed al passo coi tempi, attraversando le lacune di una legislazione insufficiente e la non certezza delle regole che caratterizza il bel paese.

Tuttavia ci sono due questioni non eludibili: prima, la tutela del patrimonio, fragile, usurabile e bisognoso di cure ed assistenza, non ultima la difesa dell'identità urbana e del tessuto sociale ed economico che la contraddistingue, ovvero la capacità di mantenere quei tratti distintivi che costituiscono appeal. Seconda, la cura del customer, che si declina in tutela del consumatore e controllo sulla qualità dell'offerta, in qualunque forma si costituisca.