

Vince la filiera corta dell'accoglienza

Il turismo, come il cibo e il calcio, è un argomento tra i più praticati dagli italiani. A buona ragione, andando oltre la vulgata che vorrebbe il Bel Paese detenere percentuali assolute di patrimonio culturale mondiale, ci sono infiniti motivi di benessere e stile di vita che continuano ad attestare l'Italia in vetta alle classifiche dell'attrattività. E altrettanto infiniti campanili colorati, segni di una stratificazione culturale senza paragoni, che si è diffusa capillarmente in millenni di centralità nelle dinamiche della storia, al centro del Mediterraneo dei popoli e delle culture.

Eppure il Paese perde competitività. Lontano il ricordo di quando anche la classifica degli arrivi internazionali (per non parlare della permanenza e della spesa media) assicurava il primato: siamo scivolati al 5° posto (dietro Francia, Spagna, USA e Cina) e potremmo presto perdere un'altra posizione, a favore della Turchia.

Le motivazioni sono da cercare essenzialmente in una sola semplice circostanza: la fortunata rendita di posizione ha suggerito di allocare attenzioni e investimenti in altri settori, continuando a ritenere che il segmento balneare e la presenza di borghi e città d'arte fosse sufficiente a mantenere livelli di crescita illimitata. Peccato che nel frattempo sia cambiata la domanda: il turismo di massa del Novecento si è evoluto verso il viaggio esperienziale, che richiede una forte integrazione di prodotto e adeguati standard di servizio. Richiede originalità, unicità, genuinità e autenticità. La pandemia inoltre ha generato una domanda che chiede anche sicurezza, igiene, salute, sostenibilità e attività all'aria aperta o comunque distanti dai fenomeni di *overtourism* di cui soffrono le località più celebrate.

Questa la scommessa del Paese e questa stessa la scommessa dell'Isola d'Elba: generare una filiera corta dell'accoglienza che consenta di integrare mare e terra, paesaggio e identità, cultura e svago, intrattenimento e natura, sapori ed esperienze, memoria e sguardo verso il futuro, occupazione qualificata e qualità del servizio, cultura di rete e cooperazione, innovazione e digitalizzazione, sviluppo economico e inclusione sociale, accessibilità e fruibilità.

Enjoy Elba and the Tuscan Archipelago vuole essere, se non protagonista, portavoce di questa sfida.

THE SHORT HOSPITALITY CHAIN WINS

Tourism, like food and football, is one of the most popular topics among Italians. Rightly so, going beyond the vulgate that would like the Bel Paese to hold absolute percentages of World Cultural Heritage, there are the endless reasons of well-being and lifestyle that keep Italy ahead in the rankings for its appeal. There are so many colourful bell towers, signs of an incomparable cultural stratification which has spread over thousands of years, being at the centre of the dynamics of history, at the heart of the peoples and cultures of the Mediterranean.

Yet, the country is losing its competitiveness. It is a distant memory when the ranking of international arrivals (not to mention the length of stay and average spending) ensured the record: we have slipped to 5th place (behind France, Spain, USA and China) and we could soon lose another place in favour of Turkey (no comment).

We can find the reasons in one simple circumstance: the fortunate income from the position has suggested that we turn our attention and investments to other fields, as we continue to believe that the seaside segment and the presence of villages and cities of art was sufficient to maintain levels of unlimited growth.

It is a pity that in the meantime the demand has changed: mass tourism of the twentieth century has evolved towards travel experiences that requires a strong integration of the product and adequate standard of service. The resources must be original, unique, genuine and authentic. The pandemic has also generated a need for safety, hygiene, health, sustainability and outdoor activities that are however distant from the phenomena of *overtourism* suffered by the most famous locations. This is the gamble of the country and it has to be the same gamble of the Island of Elba: to generate a short hospitality chain that integrates land and sea, landscape and identity, culture and leisure, entertainment and nature, tastes and experiences, memory and vision for the future, skilled employment and quality of service, network culture and cooperation, innovation and digitalisation, economic development and social inclusion.

ENJOY ELBA wants to be, if not the protagonist, a spokesperson for this challenge.

Federico Massimo Ceschin

Presidente SIMTUR e ambasciatore del Patto europeo per il Clima (UE DG-Clima)
SIMTUR President and Ambassador of the European Climate Pact (EU DG-Climate)

