La proposta di Halldis: il "cittadino temporaneo" salverà il turismo

Il cittadino temporaneo salverà il turismo. **Estendere la city tax ai turisti di crociera, differenziare l'offerta e valorizzare il patrimonio immobiliare sono alcune proposte di Halldis**, la società di affitti temporanei, in tema di gestione virtuosa del turismo. Secondo l'analisi di Halldis, i grandi centri città si spopolano di residenti e si riempiono di turisti. Il caso di Venezia è eclatante (da 120.000 a 52.000 residenti nel giro di 50 anni), ma lo stesso vale per Firenze, Roma e Milano. Quasi tutte le località montane e marittime invece sono alla ricerca di turismo alternativo erché si stanno spopolando, con conseguente trasferimento delle infrastrutture di servizio nei centri limitrofi.
In un recente congresso tenuto a Venezia è stata avanzata l'opportunità di ridefinire il concetto di cittadino residente permanente nei centri città, introducendo il termine cittadino temporaneo. Il concetto di cittadino residente permanente è destinato a perdere sempre più terreno a causa del trend irreversibile di aumento della flessibilità e mobilità individuale. Le città dovranno ridefinire il concetto di "appartenenza" e "residenza", chiamando anche i temporary citizens a un determinato rispetto di diritti e doveri verso la città stessa. Inoltre, proprio in merito a Venezia, uno studio commissionato dall'Unesco ha rilevato che la cosiddetta willingness to pay dei clienti ricorrenti della Laguna è ben più alta dell'attuale valore della Tourist Tax.
"Il turismo non è un nemico - afferma **Alberto Melgrati**, CEO di Halldis - ma un'economia, un vettore fondamentale per sviluppare e contribuire alla crescita". Halldis ha quindi individuato soluzioni per affrontare questi problemi, sulla scia di esempi concreti da seguire. Come Charleston, la città americana nominata patrimonio Unesco, e come Venezia esposta alla crescita del flusso turistico delle crociere, che ha limitato al 2% la quota turistica complessiva annua il flusso di navi da crociera. O come il consorzio austriaco di Serfaus Fiss e Ladis, che ha puntato su differenzione dell'offerta, marketing per famiglie, e valorizzazione del patrimonio immobiliare.