



Direzione
Generale
Turismo



FACTOR Y MPRESA
T U R I S M O



INVITALIA

Town meeting Top Italian Destinations

La sfida: sviluppare e gestire
in modo sostenibile i flussi turistici
nelle grandi destinazioni

Firenze, 23 marzo 2018
Complesso di Santa Maria Novella

GUIDA ALLA DISCUSSIONE



INTRODUZIONE AL METODO

Che cos'è il Town Meeting?

Il Town meeting è uno strumento di partecipazione diretta al governo locale da parte dei cittadini che ha le sue origini nella regione statunitense del New England, e che ha avuto un notevole sviluppo negli ultimi quindici anni negli Stati Uniti e recentemente anche in Europa.

La declinazione moderna del Town Meeting (l'electronic Town Meeting, o e-TM) coniuga il vivo della discussione a piccola scala con l'elettronica: da una parte permette di trasmettere tempestivamente gli esiti dei lavori di gruppo ad un'assemblea plenaria; dall'altra introduce la possibilità di conoscere le opinioni dei singoli attraverso il televoto.

Nell'e-TM si alternano quattro differenti fasi di lavoro, tutte volte a facilitare i partecipanti nel trattamento dei temi oggetto di discussione:

- **l'informazione e l'approfondimento**, che consentono ai partecipanti di acquisire stimoli alla discussione;
- la **discussione per piccoli gruppi**, che facilita l'ascolto reciproco e il confronto con opinioni divergenti dalla propria;
- la **riflessione**, sugli esiti dei lavori di gruppo, una volta sintetizzati e restituiti all'intera assemblea;
- la **votazione**, che permette ai partecipanti di esprimere le proprie preferenze individuali.

Quali caratteristiche avrà questo evento?

Sono stati invitati circa **120 stakeholder**, scelti fra gli operatori di ciascuna delle cinque città interessate e del sistema turistico nazionale, in modo che ciascun partecipante possa esprimere il suo punto di vista in modo consapevole, trovandosi a discutere sia su un tema che su un territorio di cui ha un'esperienza diretta.

I temi che discuteremo durante la giornata hanno infatti un alto contenuto progettuale ed un forte legame con il territorio ed infatti si rivolgono ad una **sfida importante**:

Sviluppare e gestire in modo sostenibile i flussi turistici nelle grandi destinazioni

Le destinazioni mature, rappresentate dai Poli strategici e di forte attrazione come le grandi città d'arte e le aree metropolitane, costituiscono per l'Italia il primo grande attrattore dei flussi di turismo perché caratterizzate da una densità di patrimonio culturale pressoché unica al mondo. Il turismo culturale continua peraltro ad avere le maggiori prospettive di crescita al 2020 e la cultura e le città d'arte costituiscono, pertanto, gli asset più promettenti del nostro portafoglio di prodotti turistici.

Considerati i flussi turistici prodotti ed il grado di notorietà worldwide, Roma, Firenze, Napoli, Venezia e Milano possono dunque essere considerate come le top destination del Paese.



Esse rappresentano anche, per la quasi totalità dei visitatori, la prima esperienza con la destinazione Italia, recitando un ruolo prioritario sulla reputazione del Paese e sul desiderio di ritornarci. Su queste destinazioni si gioca dunque gran parte della competitività turistica del nostro paese: individuare strategie in grado di generare esperienze uniche è una priorità del paese.

In tutte le grandi città turistiche del mondo, alla luce di flussi turistici globali sempre crescenti e previsioni di ulteriori incrementi, è in atto un dibattito pubblico sulle modalità di gestione sostenibile del fenomeno turistico, che coinvolge l'intera comunità.

Obiettivo del Town Meeting è far emergere la «domanda di innovazione» dei sistemi turistici delle grandi città italiane che, nel contesto di rapidi e continui mutamenti, sono chiamate a:

- migliorare l'esperienza turistica dei viaggiatori;
- accrescere la competitività delle destinazioni;
- rendere sostenibili i flussi turistici per la comunità ed il patrimonio.

Output della giornata sarà dunque una piattaforma programmatica condivisa che indichi:

- la criticità / opportunità;
- i termini della sfida da affrontare;
- potenziali soluzioni/risultati auspicati (utili come stimolo per le startup che dovranno lavorare a proposte innovative a seguito della call che sarà pubblicata subito dopo il Town Meeting).

In particolare, concentreremo la nostra attenzione su tre diversi temi, corrispondenti a tre distinte sessioni di lavoro: SMART CITY, ACCOGLIENZA, MOBILITA'. A queste sfide occorre rispondere con policy adeguate, soprattutto in termini di programmazione e capacità di governance, ma anche di nuove soluzioni e servizi offerti e prodotti dal mercato.



SESSIONE 1: ACCOGLIENZA

Milioni di turisti in più nei prossimi anni nelle nostre città: come programmare e gestire una accoglienza sostenibile per la qualità della vita, lo sviluppo economico e il patrimonio delle città?

L'aumento dei flussi turistici, specie quelli a favore delle grandi destinazioni culturali, unitamente ai grandi cambiamenti della domanda e alle modificazioni radicali circa le modalità di consumo turistico ed i canali di distribuzione, stanno aprendo nuove opportunità ma anche generando complessità gestionali inedite.

Sui modelli di management e programmazione della accoglienza turistica nei grandi centri urbani è in atto un acceso dibattito internazionale e molteplici ipotesi di soluzioni.

Ciò è dovuto in particolare al fatto che il mix di due fenomeni abbastanza imponenti sotto il profilo numerico (incremento del numero dei turisti e introduzione dei nuovi modelli di accomodation basati sulla condivisione dell'alloggio e l'intermediazione di grandi piattaforme online), sta implicando una **modificazione sociale ed economica** particolarmente rilevante dei centri storici delle città d'arte (ed in particolar modo per quelli che hanno ottenuto il riconoscimento Unesco).

Questi ultimi si stanno trasformando in una grande e pulviscolare industria dell'accoglienza (**ricettività e ristorazione**) turistica. Le famiglie residenti vengono sostituite da turisti di passaggio e, al contempo anche il **commercio** si modifica in modo da assecondare queste tendenze. La salvaguardia dell'autenticità dei luoghi ed i pericoli della **monocultura turistica** sono da molti evocati come elementi sui quali intervenire con decisione.

Il tema della **concorrenza** tra le nuove attività economiche (house sharing, home restaurant, etc) e l'industria turistica tradizionale è altra questione fortemente dibattuta, e riguarda sia gli aspetti fiscali che di controllo che, in generale, delle condizioni generali di accesso al mercato turistico.

Le modificazioni in corso stanno inevitabilmente esigendo **una profonda trasformazione** sia produttiva (nel senso della specializzazione e della diversificazione), distributiva (essenzialmente online) che dei modelli di sostenibilità economica dell'attività anche da parte dell'industria turistica ufficiale.

Resta comunque evidente che la tendenza globale della crescita della domanda orientata a forme di accoglienza condivisa appare inarrestabile, a fronte peraltro di un' offerta che sta via via perdendo i tratti caratteristici distintivi (condivisione e contatto con la comunità locale, autenticità, etc), con qualche rischio per **qualità dell'esperienza turistica** e dei diritti dei turisti.

In Italia il fenomeno appare in forte espansione anche in ragione della grande disponibilità di patrimonio immobiliare familiare: questo elemento, unito all'attrattività del Paese e alla accessibilità alle grandi piattaforme web internazionali ha portato un intero ceto di famiglie italiane a **partecipare ai benefici economici del turismo**. Quest'ultimo, infatti, promette guadagni più facili e meno onerosi della locazione immobiliare di lunga durata.



In sostanza in tutto il mondo ci si domanda se sharing economy e home hosting siano un bene o un male per il turismo, se e in quale questi fenomeni debbano essere limitati, governati, programmati e controllati. Ed in tutto il mondo le risposte approntate dai diversi sistemi turistici appaiono diverse e spesso tra loro contraddittorie.

Contemporaneamente, la concentrazione dei visitatori nei centri storici e la pressione turistica focalizzate in aree molto circoscritte pone problemi di salvaguardia della **qualità dei servizi** sia per residenti che per turisti, e più in generale di **sicurezza e controllo** del territorio. Da più parti vengono richieste soluzioni in grado di decentrare i servizi di accoglienza in aree meno congestionate.

Riassumendo i termini della sfida, vi proponiamo di discutere delle seguente domanda:

Cosa serve per programmare e gestire una accoglienza sostenibile per la qualità della vita, lo sviluppo economico e il patrimonio delle città?

Ed in particolare, **quali strumenti** possono aiutare le città a:

Favorire un equilibrato sviluppo delle vecchie e nuove forme di accoglienza turistica?

Ad esempio: più regole per la ospitalità extra alberghiera, un sistema di booking ufficiale della destinazione, un sistema di controllo online degli alloggi turistici sul mercato ed altro...

Conciliare l'aumento dei flussi turistici con la qualità della vita e dei servizi in città?

Ad esempio: la pianificazione degli alloggi turistici sul territorio urbano, un sistema di ticketing e/o di prenotazione per l'accesso ai centri storici, un sistema di limitazione e/o controllo e monitoraggio dei grandi gruppi ed altro...

Far coesistere le diverse attività economiche della città con quelle legate al turismo?

Ad esempio: sistemi di controllo e certificazione della qualità dei servizi, la limitazione delle licenze per il commercio rivolto ai turisti, l'incentivo e la promozione per le attività a contenuto creativo ed altro...



SESSIONE 2: SMART CITY

Costruire città intelligenti è una grande opportunità per turisti, cittadini e imprese: cosa serve fare?

Le ICT (Information and Communications Technology) basate sulla valorizzazione dei dati rappresentano una straordinaria opportunità per il turismo, ed in modo particolare per il turismo urbano. Negli ultimi anni si sono rese disponibili decine di nuove fonti di dati, come risultato della digitalizzazione dell'economia, dei trasporti, delle relazioni personali e della comunicazione. Queste fonti forniscono un'opportunità nuova per misurare, segmentare, comprendere e prevedere il turismo, per progettare servizi privati e pubblici, verificandone il gradimento e l'efficacia.

Aziende, enti e attori del turismo, globalmente, si stanno attrezzando per comprendere opportunità e rischi, e trarre un nuovo vantaggio competitivo derivante dall'utilizzo dei big data. Nonostante il turismo non sia uno dei comparti dove l'opportunità è maggiore, è opinione diffusa che la redditività del turismo e le stesse presenze turistiche potrebbero essere ulteriormente incrementate se i centri urbani fossero più "smart".

Il turismo, in quanto fenomeno sociale ed economico che impatta in modo incisivo sulla vita delle città, produce infatti una mole di informazioni che, se letti ed utilizzati in modo adeguato, possono produrre benefici sia per il sistema turistico che per la qualità dei servizi per turisti e cittadini.

I benefici possono riguardare anzitutto la capacità di **programmazione e governance**: la raccolta e l'analisi dei dati alimentati dal turismo costituiscono un'opportunità per rivedere gli attuali meccanismi di pianificazione e gestione delle città. Una "smart city" riesce a guidare i processi di organizzazione, **gestione e controllo dei flussi turistici** al fine di ridurre l'impatto sull'organizzazione delle città e sulla vivibilità urbana in generale e, allo stesso tempo, di **potenziare l'afflusso turistico** verso quelle stesse città migliorandone l'esperienza di visita.

Una **smart city** necessita indubbiamente di un **approccio olistico**, che metta insieme tutte le componenti della vita della città, e nell'ambito del quale tutto è inter-connesso: **economia, mobilità, ambiente, sicurezza, welfare, governance**. Si tratta dunque di monitorare e raccogliere dati di qualsiasi genere, al fine di aiutare i decision makers nell'amministrazione pubblica e del mondo delle imprese a individuare le strategie più efficaci. Non solo, il loro utilizzo per alimentare servizi attraverso l'Internet of Everything (IoE) rappresenta una straordinaria occasione per fornire soluzioni innovative in ogni ambito della città, contribuendo a rendere la destinazione più efficiente, verde e pulita, dunque un posto migliore da vivere, sia per i residenti che per i turisti che per tutti i fruitori della città.

Una città più "intelligente" favorisce **nuove occasioni di business, specialmente nel settore della valorizzazione della cultura e nel turismo**. Connettere, ad esempio, hotel e ristoranti, con gli attrattori ed i trasporti significa aprire grandi opportunità per specializzare i servizi, raggiungere potenziali clienti e soddisfarne le esigenze. E' necessario uno sforzo collettivo per analizzare dati propri e di terzi (anche attraverso l'apertura dei dati della PA) al fine di guidare le proprie attività ed orientare investimenti e promozione. Per molti attori la barriera



per accedere alle tecnologie, competenze e dati appare troppo elevata, rendendo necessario un livello di coordinamento tra le diverse imprese per beneficiare del fenomeno (attraverso le attività in rete).

La tecnologia correlata alle città intelligenti può anche aiutare a gestire meglio i **fenomeni di concentrazione ed affollamento dei centri storici** e degli attrattori principali, agevolando le vendite di biglietti, ottimizzando tempi di visita di un determinato luogo, suggerendo soluzioni alternative e percorsi, redistribuendo i flussi, adottando misure specialistiche per gli "escursionisti" (turismo mordi e fuggi), in altre parole offrendo esperienze uniche. Una smart city riesce con più facilità ad allentare le pressioni sulle aree della città più interessate dai flussi del turismo: è la grande sfida dell'Italia, ovvero valorizzare l'attrattività diffusa del suo patrimonio culturale e ambientale. A sole poche centinaia di metri, a Venezia come a Roma, ci sono altri luoghi quasi ignorati ma altrettanto potenzialmente interessanti per larghe fette di domanda.

Riassumendo i termini della sfida, vi proponiamo di discutere della seguente domanda:

Cosa serve per costruire città intelligenti per turisti, cittadini e imprese?

Ed in particolare, **quali strumenti** possono aiutare le città a:

Migliorare la capacità di analisi e di intelligence per il monitoraggio, la programmazione ed il controllo dei flussi turistici?

Ad esempio: standardizzazione del processo di raccolta, inserimento di dati qualitativi nella raccolta da parte delle strutture ricettive, accordi con i grandi player delle telecomunicazioni e del web per raccolta big data, sistemi di monitoraggio della reputazione online ed altro...

Aumentare la sostenibilità dei flussi per la vita delle città?

Ad esempio: l'apertura di tutti i dati delle PA e delle aziende pubbliche, la creazione di app ufficiali per l'accesso ai servizi pubblici, un ticketing unico per attrattori pubblici e privati ed altro...

Sviluppare una nuova economia basata sulla Information and Communications Technology per il turismo?

Ad esempio: la creazione di incubatori e laboratori per l'innovazione, un miglior raccordo tra sistema formativo e imprese, la creazione di reti di imprese turistiche per lo sviluppo di strumenti digitali, la formazione digitale specifica per gli operatori turistici, le infrastrutture digitali pubbliche ed altro...



SESSIONE 3: MOBILITÀ

Come rendere la mobilità di turisti e cittadini più efficiente e sostenibile per l'ambiente e la vita delle città?

Il sistema di trasporti interno e l'accessibilità esterna di una città incidono profondamente sulla qualità della vita dei cittadini e la competitività economica delle imprese che vi risiedono. Ciò è molto più vero per i centri urbani interessati da flussi turistici, nei quali le variazioni di pressione antropica (anche e soprattutto quella legata allo short break) richiedono soluzioni adeguate.

E' compito di ogni grande destinazione turistica adottare, come riconosciuto dal Piano Strategico del Turismo e dal Piano Straordinario di mobilità turistica, sistemi di trasporti metropolitani in grado di aumentare il tasso di "sostenibilità" dei flussi turistici. Spetta alle città promuovere una forte azione di rilancio del trasporto pubblico e di integrazione tra le politiche dei trasporti e le politiche delle città, al fine di rendere le grandi aree urbane più vivibili per i cittadini e più attrattive per il sistema turistico, agendo su seguenti ambiti:

- **efficienza** nell'accesso ai centri ed agli attrattori, mettendo a sistema le diverse modalità di trasporto e sviluppando i sistemi di trasporto rapido di massa. La particolare conformazione dei centri storici italiani ed i molteplici vincoli derivanti dalle esigenze di tutela, anche in ragione del riconoscimento Unesco, limitano fortemente le possibilità di intervento infrastrutturale e richiedono soluzioni di governo dell'accesso dei mezzi di trasporto privato all'interno dei centri;
- **sostenibilità ambientale** (compatibilità con gli impegni assunti dalla comunità internazionale in materia di riduzione dell'inquinamento e maggior ricorso alle rinnovabili), sviluppando in particolare la mobilità elettrica, favorendo l'accesso in maniera ecocompatibile al patrimonio italiano dei centri storici. Rappresentano questioni molto dibattute l'estensione delle aree pedonali all'interno dei centri storici e la diffusione di forme di mobilità condivisa;
- **innovazione**, con politiche industriali di filiera, favorendo investimenti orientati all'innovazione nella produzione e gestione di mezzi di trasporto pubblico, infrastrutture e servizi e sistemi tecnologici (infrastrutture "smart", sistemi intelligenti di trasporto, etc). L'ingresso nel mercato di nuovi grandi player della mobilità urbana (ad es: Uber) ha comportato peraltro diversi approcci in relazione alla questione del controllo e del governo di questo nuovo mercato, anche in rapporto agli operatori tradizionali (taxi);
- **qualità dell'esperienza turistica**, attraverso la valorizzazione delle infrastrutture quali elementi del paesaggio e fattori di promozione della domanda turistica (percorsi ciclabili, ferrovie storiche, etc.), integrando offerta di trasporto e offerta, appunto, turistica;
- **distribuzione dei flussi**, attraverso l'ampliamento dell'offerta turistica e degli attrattori anche alle intere aree metropolitane, la delocalizzazione degli alloggi e dei servizi turistici alle zone meno congestionate, lo sviluppo di servizi "on-demand" per le aree a bassa domanda. Le aree metropolitane, in particolare, stanno rappresentando anche per i nostri competitor non solo agglomerati amministrativi, ma anche e sempre di più



itinerari turistici tra grandi attrattori ed una più diffusa attrattività più autentica dedicata a pubblici differenziati. Un sistema di mobilità integrato può permettere di soddisfare pubblici sempre più ampi che, anche nelle grandi destinazioni del pianeta, sono alla ricerca di curiosità, storie, luoghi poco noti. Assecondare e soddisfare tali esigenze può consentire non solo di allargare i benefici del turismo a nuovi territori, ma anche di rendere maggiormente sostenibili i flussi turistici nelle grandi aree urbane. Ha infine a che fare con questo tema il governo dei flussi short break, ed in particolare il controverso tema dell'apertura al turismo croceristico.

Riassumendo i termini della sfida, vi proponiamo di discutere delle seguente domanda:

Cosa serve per rendere la mobilità di turisti e cittadini più efficiente e sostenibile per l'ambiente e la vita delle città?

Ed in particolare, **quali strumenti** possono aiutare le città a:

Migliorare l'accessibilità ai centri storici delle città?

Ad esempio: sistemi di limitazione e controllo dell'accesso dei bus turistici, parcheggi di scambio fuori dalle mura cittadine, navette elettriche dagli hub di accesso alla città ed altro...

Rendere sostenibile per l'ambiente ed il territorio lo sviluppo dei trasporti urbani?

Ad esempio: l'ampliamento delle aree pedonali, un sistema di trasporto turistico elettrico, piste ciclabili e i servizi dedicati alle biciclette ed altro...

Offrire nuovi servizi di trasporto per migliorare il sistema di mobilità complessivo della destinazione?

Ad esempio: car sharing, noleggio mezzi elettrici e bici, servizi di trasporto dedicati esclusivamente ai residenti ed altro...

Valorizzare in senso turistico le infrastrutture di trasporti?

Ad esempio: attività culturali all'interno delle stazioni ferroviarie e metro, mezzi di trasporto di valore storico, veicolare contenuti di promozione turistica all'interno dei mezzi di trasporto ed altro...

Distribuire i flussi sul territorio metropolitano?

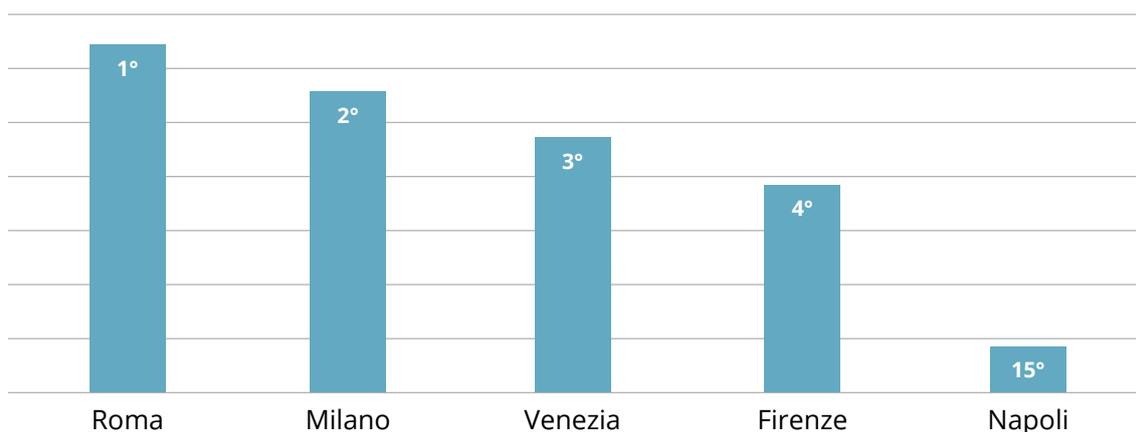
Ad esempio: itinerari dei trasporti turistici estesi alle aree meno congestionate, prezzi incentivanti per itinerari extraurbani, delocalizzazione e destagionalizzazione dei grandi eventi ed altro...



IL CONTESTO

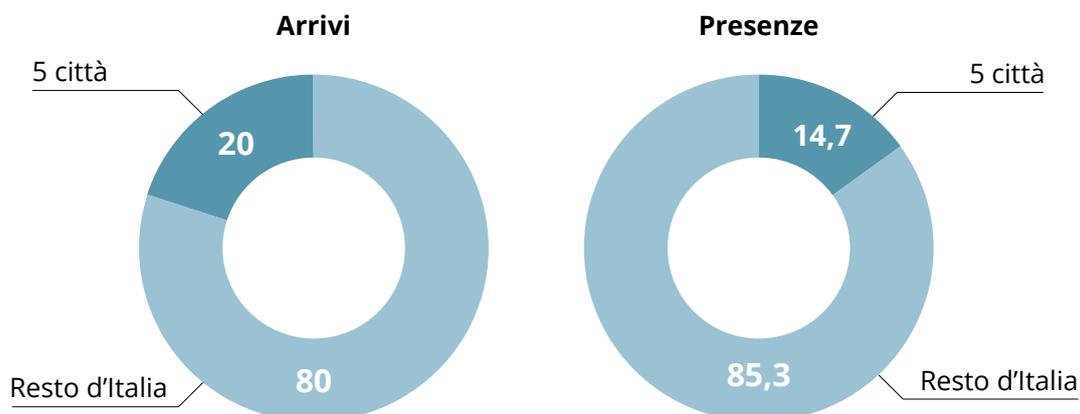
UNA PANORAMICA DEL TURISMO NELLE 5 CITTÀ¹

TOP 15 presenze in Italia. Roma, Milano, Venezia e Firenze occupano i primi quattro posti della classifica delle destinazioni italiane per numero di arrivi e presenze. Napoli è stabile al 15° posto.



¹Gli ultimi dati ufficiali di Istat si riferiscono al 2016. Essi sono comunque utili per ricostruire il macro scenario di riferimento del turismo nelle cinque città. Per 2017 sono al momento disponibili esclusivamente i dati provvisori complessivi per l'Italia, che segnano un +5,9% presenze e +4,5% arrivi.

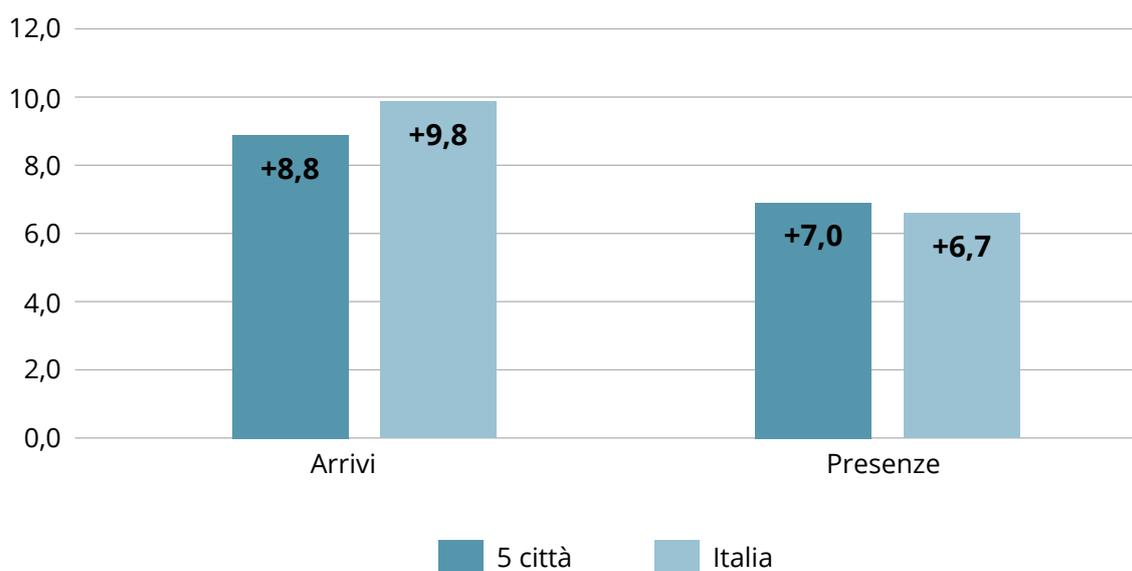
Arrivi e presenze 2016. Il flusso turistico nelle cinque città è pari al 20% degli arrivi e al 15% delle presenze turistiche registrate nel totale delle strutture ricettive ufficiali italiane.



DATI 2016

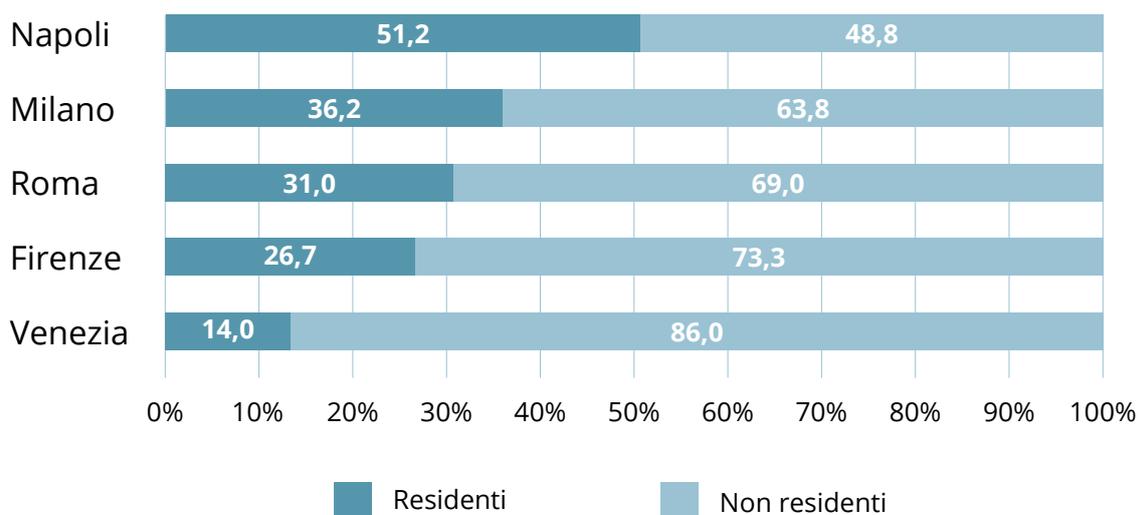
COMUNE	ARRIVI	PRESENZE
Roma	8.852.890	25.191.580
Milano	5.008.437	10.976.244
Venezia	4.645.567	10.511.788
Firenze	3.589.777	9.334.085
Napoli	1.238.214	3.292.057
Tot 5 città	23.414.885	59.305.754
Tot Italia	116.944.243	402.962.113

Crescita nel triennio 2014-2016. Nel triennio, gli arrivi complessivi delle cinque città sono aumentati del 8,8%, un punto percentuale in meno della media nazionale. Nello stesso periodo le presenze sono aumentate del 7%, leggermente al di sopra della media italiana.

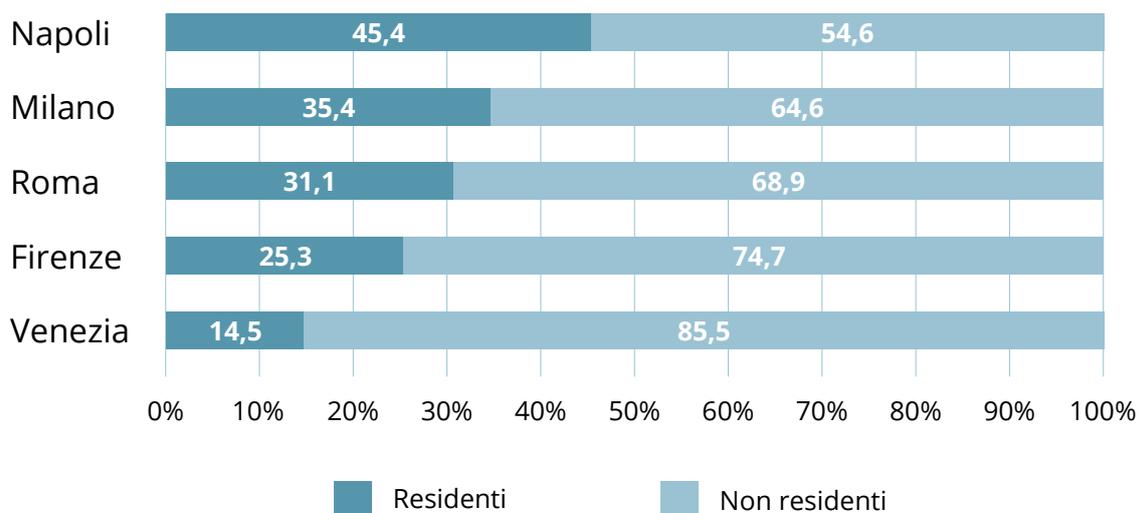


Grado di internazionalizzazione. Circa il 30% degli arrivi e delle presenze nel totale delle cinque città è generato dalla popolazione residente, mentre il restante 70% proviene dall'estero. Il dato complessivo dell'Italia fa avvicinare queste due percentuali, che diventano all'incirca il 50%.

ARRIVI

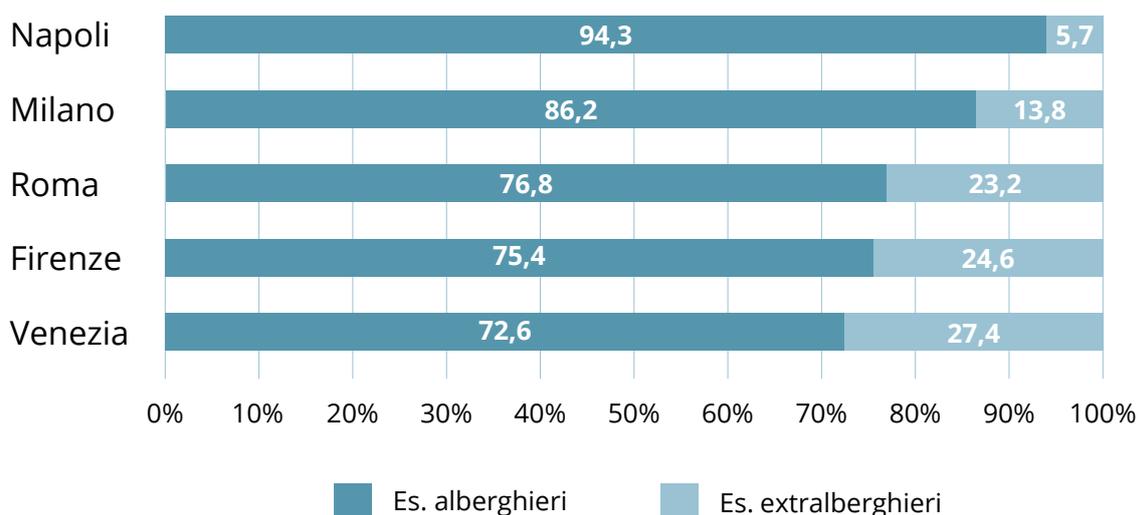


PRESENZE



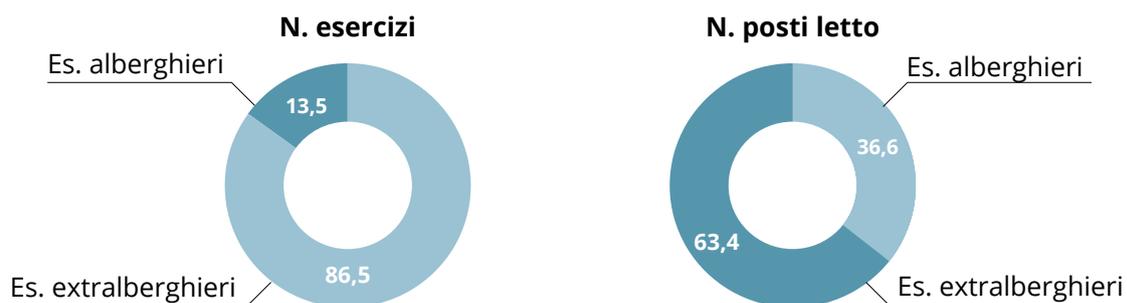
Alberghiero ed extralberghiero. L'offerta alberghiera rappresenta la base portante della ricettività ufficiale, dove si registrano circa l'85% degli arrivi e il 78% delle presenze registrate nelle cinque città.

PRESENZE

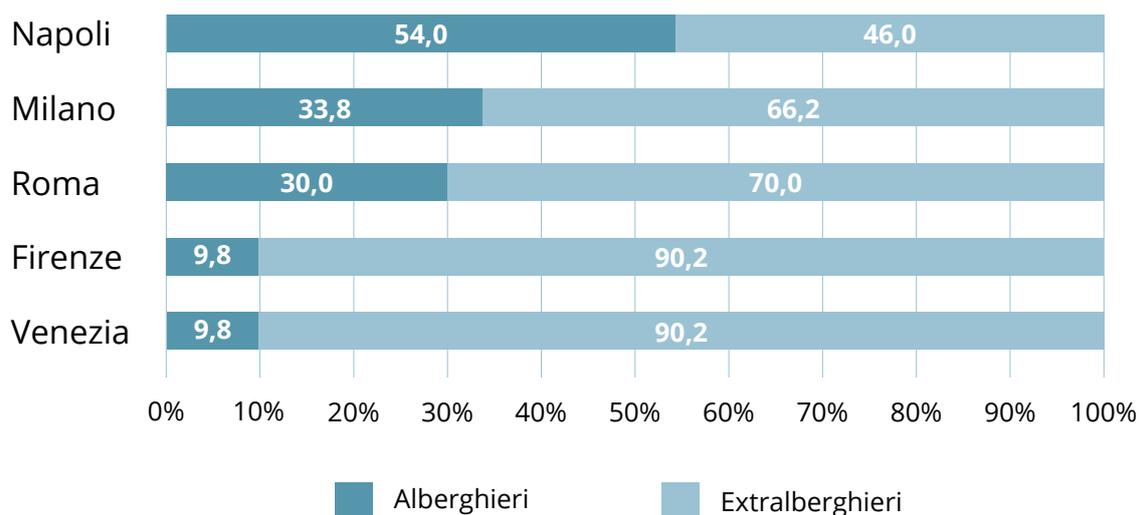


Offerta ricettiva. L'insieme delle strutture ricettive alberghiere e complementari ufficiali registrate nelle cinque città rappresenta circa l'11% dell'offerta e l'8% dei posti letto italiani.

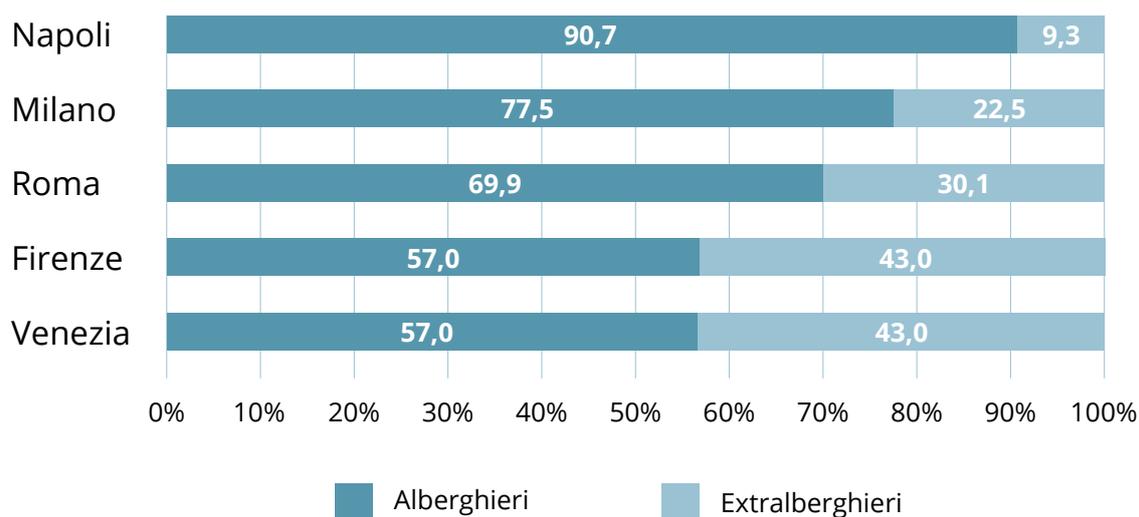
	Es. alberghieri		Es. Extralberghieri		Totale	
	Numero	Letti	Numero	Letti	Numero	Letti
Roma	1.220	116.472	11.185	87.730	12.405	204.202
Milano	479	51.933	939	15.080	1.418	67.013
Venezia	403	29.818	3.706	22.532	4.109	52.350
Firenze	387	32.275	905	13.909	1.292	46.184
Napoli	150	12.609	128	1.300	278	13.909
Totale	2.639	243.107	16.863	140.551	19.502	383.658



N. ESERCIZI



N. POSTI LETTO



Sharing economy. L'offerta di ospitalità non ufficiale, acquistabile attraverso circuiti di economia condivisa, è molto competitiva. Circa i due terzi delle proposte sono rappresentate da intere case. La disponibilità nell'arco dell'anno è molto elevata, questo può essere un segnale dell'assenza del proprietario.

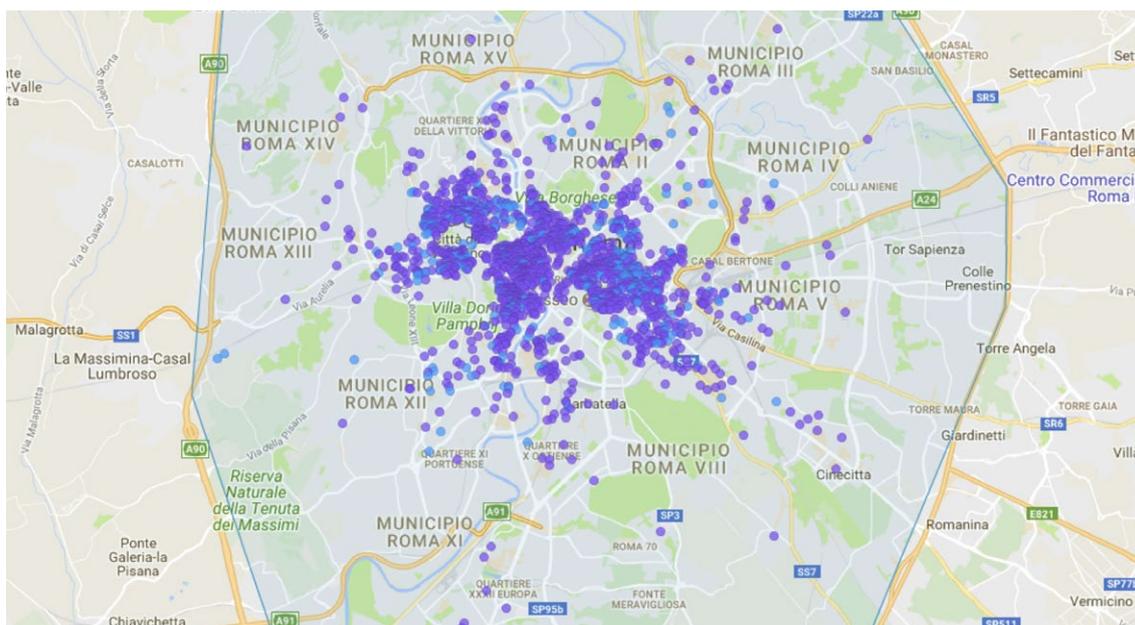
AIRBNB	Roma	Milano	Venezia	Firenze	Napoli
N. annunci attivi	27.426	11.764	6.985	8.317	5.747
Intera abitazione	62%	71%	76%	75%	58%
Camera privata	38%	27%	23%	24%	41%
Camera condivisa	1%	2%	1%	1%	1%
Prezzo/notte medio (in dollari)	99	106	154	96	70
Disponibilità alloggi tra 4 e 12 mesi	72%	51%	82%	70%	69%

Fonte: AirDNA, consultazione marzo 2018

Quanti sono i posti letto disponibili su AIRBNB? Un'ipotesi per la città di Roma.

Partendo dai dati messi a disposizione da AirDNA, abbiamo provato a fare questo conteggio. A Roma risultano attivi 27.426 annunci. La disponibilità media risulta essere 1,7 camere, mentre il numero medio di ospiti è 4,6.

27.426 (annunci) X 4 (posti letto) = 109.704 posti letto offerti sul mercato.



Fonte: AirDNA, consultazione marzo 2018

DOPO IL TOWN MEETING

Il Town meeting “Top Italian Destinations” fa parte del programma “FactorYmpresa Turismo”, l'intervento del **Ministero dei beni e attività culturali e del turismo** realizzato da **Invitalia** che, in attuazione del Piano Strategico di sviluppo del Turismo 2017-2022, ha l'obiettivo di incoraggiare la produzione di idee di business innovative nella filiera turistica e sostenere le imprese ad alto tasso di innovazione.

La «domanda di innovazione» emersa dal Town meeting si tradurrà nei contenuti della call, la cui pubblicazione è prevista il giorno **30 Marzo**, con scadenza alle **ore 12.00 del 7 Maggio 2018**.

I migliori progetti presentati in risposta alla sfida parteciperanno all'Accelerathon programmato nei giorni **17 e 18 Maggio 2018** a Firenze: una full immersion di 36 ore in cui gli startupper lavorano al proprio progetto insieme a tutor e mentor per accelerare l'avanzamento del progetto.

Una giuria nominata da Mibact e Invitalia, premierà i migliori progetti con un sostegno finanziario: ognuna delle **10 migliori startup** riceverà un premio di **10.000 euro**. Le somme in denaro verranno utilizzate per sviluppare il progetto imprenditoriale.

Le startup vincitrici avranno infine 90 giorni per sviluppare il progetto durante i quali vengono monitorate e accompagnate da Invitalia.

Il regolamento insieme ad ogni info per la partecipazione alla call saranno disponibili a partire dal prossimo 30 Marzo 2018 su www.factorympresa.invitalia.it.

Il Town Meeting è un progetto della Direzione Generale Turismo del Mibact realizzato da Invitalia spa, con la collaborazione degli Assessorati al Turismo delle città di Firenze, Milano, Napoli, Roma e Venezia, firmatarie del protocollo d'Intesa “Grandi Destinazioni Italiane per un Turismo Sostenibile”.

Si ringrazia in modo speciale il Comune di Firenze per la ospitalità e la partecipazione alla realizzazione del Town Meeting e dell'Accelerathon in programma il prossimo Maggio.

La gestione dell'Electronic Town Meeting è stata affidata ad AVVENTURA URBANA.

