



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea Magistrale
(ordinamento ex D.M: 270/2004)
in Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici

Tesi di Laurea

**Il *community-based tourism*, la
partecipazione dei residenti al
turismo:
il caso di Venezia.**

Relatore

Prof. Nicola Camatti

Laureanda

Irene Melato

Matricola 988262

Anno Accademico

2018 / 2019

Indice

Introduzione.....	9
--------------------------	----------

CAPITOLO I

Le nuove forme di turismo e il ruolo della comunità.....	11
1.1 Turismo sostenibile, solidale, responsabile: excursus storico.....	12
1.1.1 Il turista sostenibile come chiave sociale.....	20
1.2 Il rapporto e le attitudini della comunità al turismo.....	22
1.2.1 Il modello di partecipazione dei residenti in una destinazione turistica: il <i>community-based tourism</i>	23

CAPITOLO II

La CCT, l'impatto sociale e l'overtourism.....	29
2.1 La capacità di carico di una destinazione turistica.....	30
2.1.1 La capacità di carico turistica.....	30
2.1.2 Focus sulla capacità di carico sociale.....	34
2.2 L'impatto del turismo sulla città e sulla società.....	38
2.2.1 Il modello del ciclo di vita di Butler.....	38
2.2.2 Il modello Irridex di Doxey.....	41
2.2.3 Il modello attitudinale di Butler.....	44
2.3 Definire gli impatti sociali tangibili e intangibili.....	46
2.3.1 Gli impatti sociali e gli indicatori per misurarli.....	46
2.3.2 Impatti sociali tangibili positivi e negativi del turismo.....	48
2.3.3 Impatti sociali intangibili positivi e negativi del turismo.....	49
2.4 <i>Overtourism</i> e <i>antitourism</i>	51
2.4.1 <i>Overtourism</i> , cause e percezioni del fenomeno sulla comunità.....	51
2.4.2 Tra <i>over</i> e <i>antitourism</i>	56

CAPITOLO III

Il caso studio – Venezia	59
3.1 Venezia come caso di studio.....	60
3.1.1 Ritratto generale della destinazione turistica.....	60
3.1.2 I visitatori a Venezia nel tempo: dal '900 a oggi.....	64
3.2 <i>Overtourism</i> e <i>brand image</i>	68
3.2.1 Il fenomeno dell' <i>overtourism</i> a Venezia.....	68
3.2.2 Speculazioni sulle relazioni causali tra comunicazione ed <i>overtourism</i>	73
3.3 La comunità e l'empatia.....	76
3.3.1 Fattori identitari della comunità residente.....	76
3.3.2 <i>Depopulation</i> ed <i>Empowerment</i>	79
3.3.3 Il bisogno di una diversa concezione dell'ospitalità e del rispetto: l'empatia come risposta.....	84

CAPITOLO IV

Le iniziative	89
4.1 La città di Venezia e il suo Comune.....	90
4.1.1 Le iniziative generali sul turismo.....	90
4.1.2 Le iniziative sociali rivolte alla popolazione.....	93
4.2 La città di Venezia e i suoi residenti.....	95
4.2.1 Le associazioni: quali e perché.....	95
4.2.1.1 Italia Nostra – Venezia.....	96
4.2.1.2 Venessia.com.....	99
4.2.1.3 Gruppo25Aprile.....	108
4.2.1.4 Generazione '90.....	116
4.3 Il confronto e lo scenario futuro tra le due realtà.....	121

Conclusione.....	127
Bibliografia.....	131
Sitografia.....	135

Ringraziamenti

Ringrazio il mio relatore, il professor Nicola Camatti, per l'aiuto e per i preziosi consigli che mi ha dato durante la stesura di questa tesi.

Ringrazio Daniele per la pazienza, la dolcezza e l'amore incondizionato che mi dimostra ogni giorno... la mia occasione nella vita.

Ringrazio anche la sua famiglia, che mi ha fatta sentire fin da subito parte di loro.

Ringrazio la mia famiglia, in particolare nonna Silvana, mia prima sponsor e fan accanita. Grazie anche a mio nonno, che so in qualche modo essermi accanto.

Ringrazio le amiche di una vita, Emma Erica Elena Costanza e Carolina, perché sono con me in ogni momento. Grazie, perché senza di voi mi sentirei persa.

Grazie a Giada Martina e Lara, delle compagne speciali in ogni lavoro di gruppo.

Infine, grazie davvero a chi ogni giorno si interessa di Venezia e si batte affinché rimanga la nostra città.

Introduzione

Questo studio si propone principalmente di analizzare l'impatto sociale del turismo sui residenti di Venezia e la loro partecipazione nella gestione del turismo.

Nel primo capitolo verrà redatta una descrizione del turismo sostenibile, della sua storia e della sua evoluzione, descrivendo anche la figura del turista sostenibile, considerato come la forma di turista più presente nel futuro. In seguito, verrà preso in considerazione il *community-based tourism* come modello ideale di partecipazione dei residenti al turismo, legato anch'esso all'idea di turismo sostenibile, il quale può essere considerato tale esclusivamente se in linea con le esigenze e le necessità della comunità ospitante.

Nel secondo capitolo verrà trattata invece la Capacità di Carico Turistica di una destinazione, gli impatti sociali del turismo su una meta in generale e brevemente il fenomeno dell'*overtourism* e le sue conseguenze. Per quanto riguarda la CCT, verrà ricercata più approfonditamente quella sociale, che si collega con l'obiettivo di questa tesi; degli impatti sociali verranno elencati sia quelli positivi che quelli negativi, tangibili e intangibili, collegandoli sia al modello del ciclo di vita che a quello attitudinale di Butler, e all'Irridex Model di Doxey. Infine, verrà trattato il caso dell'*overtourism* e gli impatti che esso ha sulla popolazione, fino ad arrivare a parlare dell'*antitourism*, corrente estrema che si sta diffondendo in molte città che soffrono di sovraffollamento.

Nel terzo capitolo verrà trattato il caso studio di questa tesi, Venezia. Tutte le ricerche precedenti faranno riferimento a questo fine, ossia dimostrare come la città lagunare soffra un tipo di turismo insostenibile e di come i residenti vivano attualmente questa situazione. Da una analisi storica del turismo che ha attraversato la città negli anni, si passerà poi a trattare l'*overtourism* a Venezia e di come esso possa esser stato alimentato da una cattiva comunicazione della città nei vari

media, si tratterà la perdita di identità della comunità veneziana assieme alla perdita tangibile e concreta di residenti, che sempre più decidono o sono costretti ad abbandonare il centro storico della città e infine dei cattivi rapporti tra residenti e turisti e del disagio percepito da entrambe le fazioni, supponendo come motivo base una mancanza di empatia tra i due poli.

Infine, nel quarto e ultimo capitolo verranno analizzate le iniziative operate dal Comune per la gestione del turismo e il sostegno dei residenti e quelle invece attuate dalle associazioni cittadine attive sul territorio. Verranno quindi presi in considerazione quattro dei più importanti comitati veneziani: Italia Nostra – Venezia, Venessia.com, Gruppo25Aprile e Generazione '90. Questi movimenti cittadini sono la rappresentazione del desiderio dei veneziani a partecipare attivamente alla vita della loro città, a proporre idee e soluzioni valide, a scendere in campo per difendere la propria città e il diritto di viverla. Dopo una descrizione della storia del gruppo e dei suoi obiettivi, si andranno a comparare le proposte attuate dall'alto e quelle dal basso, per giungere a ipotizzare un possibile scenario futuro: quale potrebbe essere l'evoluzione del rapporto tra amministrazione e cittadini? Questi due poli riescono già, o riusciranno, a dialogare e ad aiutarsi a vicenda per il bene di Venezia?

Capitolo I

Le nuove forme di turismo e il ruolo della comunità

Il turismo è un insieme di attività che accompagna le nostre esistenze da tempo immemore. Esso viene visto come una fonte esperienziale fondamentale per la crescita e lo sviluppo dell'essere umano.

Negli anni, la pratica del viaggio e i tipi di turismo si sono modificati e adattati alle epoche di riferimento. Dal Grand Tour del 18^{esimo} secolo con protagonisti aristocratici o persone benestanti, il cui principale approccio elitario era di tipo culturale ed educativo, alla nascita e diffusione del turismo di massa, generato da una più vasta ed equa suddivisione del reddito e dalla nascita del tempo libero. Oggigiorno, oltre a questa forma di turismo sempre più coinvolgente e rilevante, si stanno formando anche dei tipi di turismo più etici, solidali, responsabili e soprattutto sostenibili, che nascono proprio in contrapposizione al fenomeno della massificazione. Tuttavia, solidarietà e sostenibilità sono termini ancora poco noti e di ambigua definizione, per cui sono concetti sui quali bisogna molto lavorare e riflettere in un'ottica di sviluppo futuro.

In molte città il turismo di massa sta diventando una sorta di epidemia che rischia di modificarne il profilo e di rendere sia l'esperienza di visita del turista, che la vita stessa del residente, quasi impossibile.

È sempre più difficile trovare un equilibrio sano ed equo tra le necessità della comunità locale e quelle dei visitatori; ormai, si possono contare numerosi esempi di città che stanno vivendo un periodo di "ribellione" al turismo, visto come la fonte di ogni problema. Spesso, però, alla radice di tutto, c'è una cattiva o non molto incisiva regolamentazione dei flussi o una amministrazione poco attiva e interessata; per questa ragione, la comunità stessa dovrebbe essere chiamata a partecipare nella pianificazione e promozione della destinazione, per sentirsi coinvolta laddove è giusto abbia voce in merito.

1.1 Sviluppo e turismo sostenibile, solidale, responsabile: excursus storico.

Nel parlare di turismo sostenibile, non si può prescindere dalla definizione di sviluppo sostenibile.

Nel 1987 Gro Harlem Brundtland, la presidente della Commissione Mondiale sull'Ambiente e Sviluppo (WCED), presentò il rapporto *Our Common Future*, più generalmente noto come *Rapporto Brundtland*. Questo rapporto, oltre ad analizzare i problemi ambientali mondiali, indicò per la prima volta una strategia da seguire per integrare assieme i bisogni dello sviluppo e dell'ambiente: "Lo sviluppo sostenibile è quello sviluppo che consente alla generazione presente di soddisfare i propri bisogni senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri"¹, definizione che si trova all'interno del rapporto.

Salta subito all'occhio come il concetto di sostenibilità sia legato a quello di responsabilità, sottolineando come le generazioni presenti abbiano un obbligo, fosse anche soltanto morale, di mantenere il più possibile integra la qualità dell'ambiente in modo che le generazioni future ne possano godere allo stesso modo.

Questa stessa definizione nel 1988 venne rimaneggiata e adattata all'ambito turistico dall'Organizzazione Mondiale del Turismo², affermando che il turismo sostenibile sia un tipo di turismo che si prende la totale responsabilità degli impatti economici, sociali e ambientali che produce, indirizzandosi ai bisogni dei visitatori, delle industrie, dell'ambiente e delle comunità ospitanti, e qui cito: "Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry,

¹ Citazione tratta dal *Rapporto Brundtland* del 1987, il quale prende il nome dall'allora Primo Ministro norvegese.

² In italiano conosciuta con l'acronimo OMT, in inglese si è modificato nel 2005 da WTO (*World Tourism Organization*) a UNWTO (*United Nation World Tourism Organization*).

the environment and host communities".³ Per cui, il turismo sostenibile si pone come obiettivo di mantenere inalterato l'ambiente e la biodiversità del luogo, di rispettare e incentivare l'identità socioculturale della comunità ospitante e assicurare benefici economici a lungo termine alla città e ai suoi abitanti.

Prima di arrivare a questa riflessione, però, vi sono svariate tappe che vengono considerate come delle pietre miliari che hanno portato man mano la diffusione del fenomeno.

Innanzitutto, la fondazione stessa del UNWTO nel 1975 e la successiva conferenza tenutasi a Manila nel 1980, ove la discussione fu incentrata proprio sulla natura del turismo e sul suo ruolo in un mondo in continuo cambiamento, nonché la responsabilità degli Stati a considerare il turismo come più di una mera economia. Sebbene la sua natura sostenibile non sia palesemente sottolineata, si comprende tra le righe come questo termine sia presente anche se poco esplicitato; si parla infatti di turismo che deve portare un impatto positivo in tutti gli aspetti della società, che deve essere regolamentato dagli Stati che lo ospitano e che deve contribuire al benessere della persona che lo compie, ma anche a quella che lo subisce.⁴

Cinque anni dopo, nel 1985 venne redatto il *Tourism Bill of Rights and Tourist Code*, contenente 14 articoli di diversa natura ma con un unico filo conduttore: i diritti e i doveri dei turisti riguardo il luogo da visitare e i suoi residenti⁵. Venne innanzitutto universalmente riconosciuto il diritto di tutti a godere del tempo libero e delle ferie pagate che, come conseguenza, comporta la nascita di una nuova serie di accortezze e normative atte proprio a preservare le destinazioni e tutti coloro che prendono parte in questo processo. Tra queste, il dover attuare delle *policies* che possano integrare e completare quelle già esistenti;

³ UNWTO, 1988.

⁴ La conferenza di Manila organizzata dall'UNWTO vide coinvolti 107 delegazioni di Stati e 91 di osservatori per chiarificare la vera natura del turismo.

⁵ Documento scritto in seguito alla sesta assemblea generale dell'UNWTO Tenutasi a Sofia, Bulgaria.

prestare particolare attenzione nel preservare l'ecosistema (sia naturale che sociale che culturale) del luogo, affinché le generazioni future ne possano godere allo stesso modo delle generazioni presenti; facilitare il contatto e la comprensione tra visitatori e comunità ospitante; garantire la libertà di movimento di tutte le persone.

Come già detto, nel 1988 l'UNWTO adattò la visione sostenuta nel *Rapporto Brundtland* al tema del turismo, e si arrivò quindi a parlare in modo chiaro ed esplicito di "turismo sostenibile": si evince che la diffusione di questo tipo di turismo si debba applicare in tutte le destinazioni (sia in quelle di nicchia, che in quelle più frequentate), che si debba sviluppare attraverso tutti gli aspetti che caratterizzano il luogo e che quindi sia necessario trovare un equilibrio tra la componente ambientale, economica e sociale affinché la sostenibilità possa essere di lungo termine. Per cui, il turismo sostenibile deve:

"Make optimal use of environmental resources that constitute a key element in tourism development, maintaining essential ecological processes and helping to conserve natural heritage and biodiversity. Respect the socio-cultural authenticity of host communities, conserve their built and living cultural heritage and traditional values, and contribute to inter-cultural understanding and tolerance. Ensure viable, long-term economic operations, providing socio-economic benefits to all stakeholders that are fairly distributed, including stable employment and income-earning opportunities and social services to host communities, and contributing to poverty alleviation."⁶

Inoltre, lo sviluppo del turismo sostenibile, considerato un processo lungo e in continua evoluzione, richiede la necessaria partecipazione di tutti gli *stakeholders* e l'appoggio del governo politico, mantiene alto il livello di soddisfazione del turista, assicurandogli una esperienza significativa.

⁶ UNWTO, 1988.

Interessante notare come, in quegli anni, si parlasse principalmente di soddisfacimento dei bisogni del turista e di come esso venga visto come l'attore principale e soggetto attivo, mentre, per quanto riguarda la comunità residente, la si veda ancora come un elemento passivo, che si limita a subire gli effetti del turismo e che debba essere aiutata dallo stesso a preservare la propria cultura e identità.

Nel 1992 fu la volta di *Agenda 21*, un documento di 350 pagine creato durante una conferenza ONU tenutasi a Rio de Janeiro, chiamato anche *Earth Summit*.⁷

Agenda 21 prese il nome da quello che idealmente sta all'interno dell'agenda del 21^{esimo} secolo, e consiste in un programma partecipativo di azione per promuovere e sponsorizzare lo sviluppo sostenibile viste le sfide sociali, ambientali, economiche e culturali che inevitabilmente si pongono davanti all'uomo; il suo obiettivo è quello di preparare i paesi alle sfide future riguardo le politiche di sviluppo mondiali. Povertà, fame nel mondo, parità dei sessi ma anche conservazione degli ambienti naturali, della biodiversità e i mezzi per implementarla; questi sono solo alcuni dei temi che vengono trattati. Idealmente, ogni paese si sarebbe dovuto costruire la propria *Agenda 21*, con i propri obiettivi e le proprie valutazioni.

Le sue evoluzioni furono chiamate *Rio+5*, *Rio+10* e *Rio+20*, come gli anni passati dalla prima, quella del 1992.

Nel 1999 venne adottato il *Global Code of Ethics for Tourism*, testo che si collega a numerosi strumenti precedenti⁸ che afferma il diritto al turismo e alla libertà di movimento e la promozione di un turismo equo, responsabile e sostenibile i cui benefici ne dovrà godere la società intera. Composta da 10 articoli, l'articolo 3 venne intitolato "Tourism, a factor of sustainable development" e spiega, tra le altre cose, che "All the stakeholders in tourism development should safeguard the natural

⁷ *Agenda 21* è solo uno dei documenti approvati; si contano anche 3 Dichiarazioni di principi e 2 Convenzioni globali.

⁸ Come la *Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo*, la sopracitata conferenza a Manila o il *Codice del Turista*.

environment with a view to achieving sound, continuous and sustainable economic growth geared to satisfying equitably the needs and aspirations of present and future generations.”⁹ Rimane quindi di fondamentale importanza la visione di un turismo che porti dei benefici non sono allo stato attuale delle cose, ma soprattutto a quelle future; questa è la vera differenza tra un tipo di turismo sostenibile e uno non sostenibile. Altro articolo cui val la pena di soffermarsi è il numero 5: “Tourism, a beneficial activity for host countries and communities”, ove viene esplicitato il diritto della comunità di godere dei benefici che il turismo porta (come un miglioramento dello stile di vita) e un incentivo alla salvaguardia della manodopera locale, oltre alla creazione di innumerevoli posti di lavoro; si nota la volontà di voler descrivere il turismo come una attività prettamente positiva i cui impatti vanno a favore della comunità e della destinazione in generale. Gli impatti negativi, invece, ancora non vengono messi per iscritto.

Facendo un salto di una decina di anni circa, riprendendo la conferenza di Rio, *Rio+20* o *Rio 2012*¹⁰ fu la terza conferenza del filone riguardo lo sviluppo sostenibile.

Il summit, della durata di 10 giorni, ebbe diversi obiettivi: rinnovare l’impegno politico verso lo sviluppo sostenibile, riempire i buchi delle precedenti assemblee e analizzare le nuove sfide quotidiane. I temi trattati furono i seguenti: come creare una “green economy” e come migliorare il coordinamento internazionale, fondamentale per costruire un sistema sostenibile ampio e il più possibile stabile. Ne risultò un documento, *The Future We Want*, cui scopo era appunto quello di guidare il mondo verso la sostenibilità.

Ultima tappa degna di nota di questo lungo percorso è sicuramente *Agenda 2030* del settembre 2015, piano per lo sviluppo sostenibile.¹¹

⁹ UNWTO, 1999.

¹⁰ Conosciuta come *Earth Summit 2012*.

¹¹ Sottoscritto da 193 paesi membri dell’ONU, ha avuto avvio effettivo nel 2016.

Esso ingloba 17 obiettivi e 169 target, i quali hanno lo scopo di guidare i paesi nei prossimi 15 anni, in modo da venir raggiunti da tutti entro il 2030. Tali obiettivi riguardano argomenti già trattati precedentemente: lo stop alla fame e alla povertà nel mondo, la lotta contro i cambiamenti climatici e una crescita economica equa in tutti i paesi.



Figura 1 SDG GOALS. Fonte: <https://enactusgroningen.nl>

Per quanto riguarda invece la sfera più turistica, la definizione adottata dall'AITR¹² di turismo responsabile, adottata dopo una assemblea a Cervia nel 2005, è la seguente: "Il turismo responsabile è il turismo attuato secondo principi di giustizia sociale ed economica e nel pieno rispetto dell'ambiente e delle culture. Il turismo responsabile riconosce la centralità della comunità locale ospitante e il suo diritto ad essere protagonista nello sviluppo turistico sostenibile e socialmente responsabile del proprio territorio. Opera favorendo la positiva interazione tra industria del turismo, comunità locali e viaggiatori."¹³

In un breve vademecum pubblicato, le regole da seguire per essere turisti responsabili e sostenibili riguardano il pre partenza, il viaggio

¹² AITR, acronimo di Associazione Italiana Turismo Responsabile, nata nel 1998.

¹³ Davolio M., Somoza A., *Il viaggio e l'incontro, che cos'è il turismo responsabile*, 2016, p.34.

e il post partenza. Prima della vacanza, assume notevole importanza soprattutto il cercare le informazioni riguardo il luogo, ma anche riguardo la cultura del paese che si deve visitare; durante il soggiorno, viene richiesto di rispettare la comunità ospitante tramite un abbigliamento consono e il favorire l'economia locale, di mantenere inalterato l'ecosistema del posto; dopo la visita, di riflettere su ciò che si ha appreso e di compararlo a ciò che ci si aspettava.

In ogni caso, dopo aver analizzato questo sintetico excursus sulla sostenibilità, sia in generale che del turismo, esso rimane comunque un termine di difficile comprensione, facilmente fraintendibile, e sono numerosi gli adattamenti semantici che gli si possono venir adattati. Butler stesso¹⁴ sottolinea l'ambiguità e la confusione intorno questo argomento e dà una sua definizione, pur sottolineando come anch'essa sia parziale: "tourism which is developed and maintained in an area (community, environment) in such a manner and at such a scale that it remains viable over an infinite period and does not degrade or alter the environment (human and physical) in which it exists to such a degree that it prohibits the successful development and well being of other activities and processes."¹⁵

Turismo sostenibile e turismo responsabile ormai sono termini che vanno a braccetto. Responsabile un tempo era quel turismo etico verso le popolazioni e l'economia del luogo, mentre per sostenibile veniva considerato soltanto un tipo di turismo che fosse tale per l'ambiente e l'ecosistema; ora invece, dato che questa attività è diventata un fenomeno dilagante e in continuo aumento (più precisamente, del 19,5% nelle partenze 2018 sia in Italia che all'estero)¹⁶, la sostenibilità ormai si estende a tutte le sfere,

¹⁴ Richard Butler, professore emerito all'università di Glasgow e studioso da più di 20 anni di queste tematiche.

¹⁵ Butler, R.W. *Tourism - an evolutionary perspective*, in *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*, 1993.

¹⁶ Dati ISTAT dell'anno 2018.

comprese quelle economica e sociale, da qui il naturale collegamento dei due termini – responsabile e sostenibile.

Un turismo sostenibile deve essere:

- ecologicamente responsabile;
- socialmente compatibile;
- culturalmente appropriato;
- politicamente equo;
- economicamente supportabile dalla comunità ospitante.¹⁷

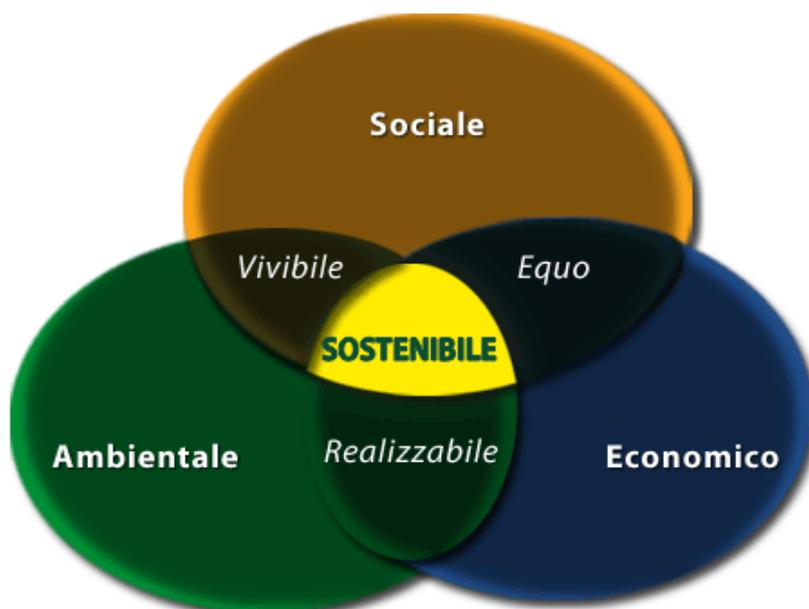


Figura 2 Schema sostenibilità. Fonte: <https://www.viaggiarelibera.com>

Negli ultimi decenni, come sopradetto, il numero degli arrivi in praticamente qualsiasi località è aumentato in maniera difficilmente gestibile e di questo molte città ne hanno risentito. Venezia per prima, a causa della sua fragile natura intrinseca, ma anche Barcellona, Firenze, Amsterdam, per fare solo qualche esempio. Tutte queste località, seppur abbiano caratteristiche diverse

¹⁷ Rielaborazione personale tratta dal saggio *Measuring Residents' Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale* di Hwan-Suk Chris Choi e Ercan Sirakaya.

(possibilità di offerta turistica, grandezza, cultura) soffrono lo stesso problema: un turismo ormai sregolato e soffocante.

Negli anni, sono state differenti le motivazioni che hanno portato all'aumento del bacino di utenza del turismo e che vengono considerati come fenomeni irreversibili e sempre più dilaganti: la diffusione di internet come nuovo canale comunicativo, la nascita degli OTA¹⁸ l'ascesa del *low-cost*.¹⁹

Con questi nuovi mezzi e nuovi modi di viaggiare è necessario convivere; è a dir poco utopistico immaginarsi di tornare indietro nel tempo ed eliminare il naturale modificarsi delle abitudini.

Quello che sicuramente si può fare, è arginare i danni che possono conseguire e cercare di creare un tipo di turismo più sostenibile, responsabile e solidale, appunto.

1.1.1 Il turista sostenibile come chiave sociale

Dopo aver parlato di turismo sostenibile viene quasi spontaneo chiedersi quale sia quindi la figura del turista sostenibile. Una definizione univoca e certa, anche qui, non c'è. Il profilo del turista medio, negli anni, è cambiato notevolmente; grazie alla liberalizzazione dei mercati, alla nascita del *low-cost* e anche, perché no, della *sharing economy*, i viaggi non sono più un bene di lusso raggiungibile da pochi, bensì praticamente alla portata di tutti. Già nel paragrafo precedente si è parlato della definizione attuata dall'AITR di turismo sostenibile, che può essere adattata anche a quella di turista sostenibile in quanto fornisce appunto un elenco di norme e comportamenti responsabili e rispettosi che il turista dovrebbe tenere non solo nel momento in cui visita un luogo, ma anche prima e dopo averlo visitato.

¹⁸ Le OTA sono le *Online Travel Agencies*, come *Booking*, *Expedia* e altre.

¹⁹ Questi fenomeni si analizzeranno meglio nel sotto paragrafo 2.4.1.

Infatti, la chiave di volta che distingue un turista sostenibile da uno non sostenibile, pare essere proprio essere il modo e l'atteggiamento con cui esso si interfaccia al viaggio; un turista sostenibile è colui che si informa prima di visitare un luogo, si interessa della cultura locale, la rispetta e rispetta i suoi abitanti e le loro leggi, favorisce l'economia delle piccole realtà, sceglie mezzi di trasporto il più ecologici possibile e ha riguardo per l'ecosistema della zona. Allo stesso modo, tale turista, una volta conclusosi il viaggio, sente quasi il dovere morale di diffondere agli altri la sua idea, in modo da poter creare una sorta di passaparola virtuoso che porterà poi a una maggior diffusione di questo modo di viaggiare.

Negli anni, gli studiosi hanno contraddistinto tre tipi di turista sostenibile:

- Il turista *occasionale*, che non sceglie volontariamente una modalità di viaggio sostenibile ma inconsciamente è portato a privilegiare mezzi di trasporto, alloggio e attività rispettose del luogo che visita;
- Il turista *interessato*, che accetta di buon grado la proposta di viaggio sostenibile e cerca di rispettarne i principi dall'inizio alla fine;
- Il turista *integrato*, che di sua sponte aspira quasi soltanto a offerte di vacanze sostenibili e prova il più possibile ad attivarsi per rispettare l'ambiente, la popolazione e la cultura del posto.²⁰

In generale appunto, il turista sostenibile è un turista attivo, propositivo e interessato. È un turista che si assume la responsabilità delle proprie azioni ed è consapevole delle conseguenze che i suoi gesti hanno sul luogo visitato (inteso sia come ambiente, che come persone); il tipo di turista cui tutti dovremmo ambire e prendere come esempio.

²⁰ Galli P., Notarianni M., *La sfida dell'ecoturismo*, De Agostini, Novara, 2002, p. 22.

1.2 Il rapporto e le attitudini della comunità al turismo

Come già è stato detto, l'ascesa del turismo di massa nelle ultime due decadi è stata ed è una realtà con cui il mondo intero deve fare i conti.

Se il turismo può comportare dei benefici in termini economici, di impiego e di sviluppo, è anche vero che il rapido crescere di popolarità in una destinazione può portare a delle conseguenze estremamente negative.

Le nuove sfide del futuro, infatti, riguardano proprio la gestione del turismo convenzionale, il controllo del fenomeno dell'*overtourism* e infine lo studio della *carrying capacity* delle differenti località, tema che verrà trattato nel secondo capitolo di questa tesi. L'attività turistica dovrebbe non solo rispettare, ma anche aiutare a preservare, le caratteristiche sociali e culturali della comunità ospitante. Il massimo dello sforzo dovrebbe essere riservato proprio a questo fine; attraverso il turismo, infatti, la destinazione dovrebbe potersi assicurare una vivibilità a lungo termine.²¹

Molte destinazioni sono state invece colte alla sprovvista nel momento in cui il turismo ha iniziato a comportare degli impatti anche negativi, e ora si trovano in serie difficoltà nel gestire questa situazione. Uno dei problemi più grandi riguarda proprio il rapporto dei residenti con i turisti, che varia in base anche al tipo di contatto che queste due realtà hanno.

Murphy (1985) identifica tre tipi di veicoli di contatto:

1. Quando il turista *acquista* un bene/servizio dal residente;
2. Quando il turista e il residente si trovano a *stretto contatto* in una attrazione (che può essere una spiaggia, una festa, un locale):

²¹ Hwan-Suk Chris Choi e Ercan Sirakaya, *Measuring Residents' Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale* in *Journal of Travel Research*, 2005, p. 382.

3. Quando le due parti si trovano in contatto per lo *scambio di informazioni*.²²

In base al tipo di contatto e alla sua frequenza, le persone sviluppano delle attitudini differenti riguardo il turismo: chi ci lavora e ci guadagna, chiaramente, lo accoglierà con atteggiamento più propositivo, mentre chi ne è estraneo sarà più facilmente contrario a esso. Peraltro, dovrebbe essere proprio la comunità a godere del maggior ritorno economico dal turismo, quando in realtà chi ne guadagna di più sono le grandi compagnie e industrie, mentre ai residenti rimane un ricavo esiguo rispetto ai costi sostenuti (non solo in termini economici, ma anche psicologici).²³

Man mano che la destinazione guadagna popolarità e il turismo aumenta, è fisiologico ci siano dei fattori di stress culturali e ambientali. Ciò che quindi è di vitale importanza fare è proprio coinvolgere la popolazione e non farla sentire messa da parte, in modo da limitare il più possibile gli attriti tra comunità ospitante e turisti.

1.2.1 Il modello di partecipazione dei residenti in una destinazione turistica: il community-based tourism

Numerosi studi sostengono come la comunità dovrebbe essere coinvolta e quindi partecipare nei processi decisionali e di promozione della destinazione turistica, al fine di implementare un turismo sostenibile. Affinché il suo sviluppo possa definirsi realmente sostenibile, deve essere integrato ad un approccio di partecipazione comunitaria.²⁴ Questa visione richiede una policy, una pianificazione,

²² Murphy P. E., *Tourism, a community approach*, 1985, p.120.

²³ Hwan-Suk Chris Choi e Ercan Sirakaya, *Measuring Residents' Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale in Jurnal of Travel Research*, 2005, p. 383.

²⁴ Okazaki E., *A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use in Journal of Sustainable Tourism*, 2008, p.511.

dei controlli e dei processi educativi integrati e dovrebbe essere creata tramite un canale di comunicazione e management sviluppato verso dei governi altamente ricettivi.²⁵

Non è però affatto scontato che gli amministratori, gli organi politici e chi è stato investito di un qualche potere politico decida di confrontarsi con la popolazione, nonostante sia un passo fondamentale nel fare scelte vantaggiose per tutti. Questo perché il cosiddetto *community-based tourism* presenta notevoli difficoltà: è estremamente complesso, per cui necessita di molto tempo e pazienza; non tutti hanno l'educazione, la conoscenza o l'interesse necessario per parteciparvi; inoltre, mantenere questo programma è estremamente costoso.²⁶

In ogni caso, il *community-based tourism* si può e si deve sostenere considerato il fatto che i residenti sono degli attori fondamentali nell'intero processo di sviluppo turistico, venendo affetti da esso in modo diretto.

Il tipo di turismo che dovrebbe esistere, dovrebbe essere sempre rivolto verso la comunità, declinato in:

- *turismo per la comunità*, ove le attività connesse all'economia turistica sono gestite dalla popolazione che ne trae beneficio, ma senza un vero rapporto tra turisti e residenti;
- *turismo con la comunità*, in cui le varie attività sono svolte insieme, in modo da coinvolgere il turista nella vita locale;
- *turismo nella comunità*, in cui il turista, seppur temporaneamente, fa parte della comunità e vive da residente la realtà locale.²⁷

Sono cinque i punti chiave del turismo cosiddetto "comunitario":

²⁵ Hwan-Suk Chris Choi e Ercan Sirakaya, *Measuring Residents' Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale in Journal of Travel Research*, 2005, p. 382.

²⁶ Okazaki E., *A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use in Journal of Sustainable Tourism*, 2008, p.512.

²⁷ Davolio M., Somoza A., *Il viaggio e l'incontro, che cos'è il turismo responsabile*, 2016, p.35.

1. la *partecipazione*, quindi il coinvolgimento della popolazione dei processi decisionali turistici;
2. l'*equità*, per cui i profitti devono essere distribuiti equamente in tutta la comunità locale;
3. la *collettività*, quindi la ricerca della collaborazione con la comunità dei tour operator;
4. il *rispetto*, delle opinioni e dei pareri degli organi di rappresentanza della popolazione, che non vanno mai messi da parte;
5. il "*diritto alla scelta del turismo*", quindi il diritto della popolazione a rifiutare l'incontro con i turisti.²⁸

Inoltre, i *locals* giocano un ruolo di grande importanza nell'attrarre i visitatori e far passare loro una piacevole vacanza. Di ospitalità in generale si può molto discutere riguardo il mio caso studio, Venezia, ove il turista viene trattato con disprezzo dai residenti, andando inevitabilmente a intaccare negativamente l'esperienza del viaggio.²⁹ Arnstein (1969)³⁰ ideò una scala evolutiva del processo di partecipazione cittadina, con tre step principali:

1. *Non-participation*;
2. *Degrees of tokenism*;
3. *Degrees of citizen power*.

A questi tre step si aggiungono poi altri otto livelli, così denominati:

- I. *Manipulation*, coloro che detengono il potere usano la partecipazione cittadina come mezzo di propaganda;
- II. *Therapy*, i valori cittadini sono adeguati a coloro con il maggior potere;
- III. *Informing*, i *locals* vengono informati dei loro diritti, doveri e opzioni;

²⁸ Davolio M., Somoza A., *Il viaggio e l'incontro, che cos'è il turismo responsabile*, 2016, p.79.

²⁹ In particolare, nel sottoparagrafo 2.3.3 ove questo sentimento viene definito come "anti-tourism".

³⁰ Arnstein S. R., *A Ladder Of Citizen Participation* in *Journal of the American Institute of Planners*, 1969, pp.216-224.

- IV. *Consultation*, i residenti vengono incoraggiati ad esprimere le loro opinioni;
- V. *Placation*, l'influenza pubblica aumenta;
- VI. *Partnership*, inizia una negoziazione tra cittadini e coloro che detengono il potere;
- VII. *Delegated power*, la comunità riceve il maggior potere nelle decisioni;
- VIII. *Citizen control*, alla fine i cittadini hanno il pieno controllo e potere della *policy* e della gestione della città.

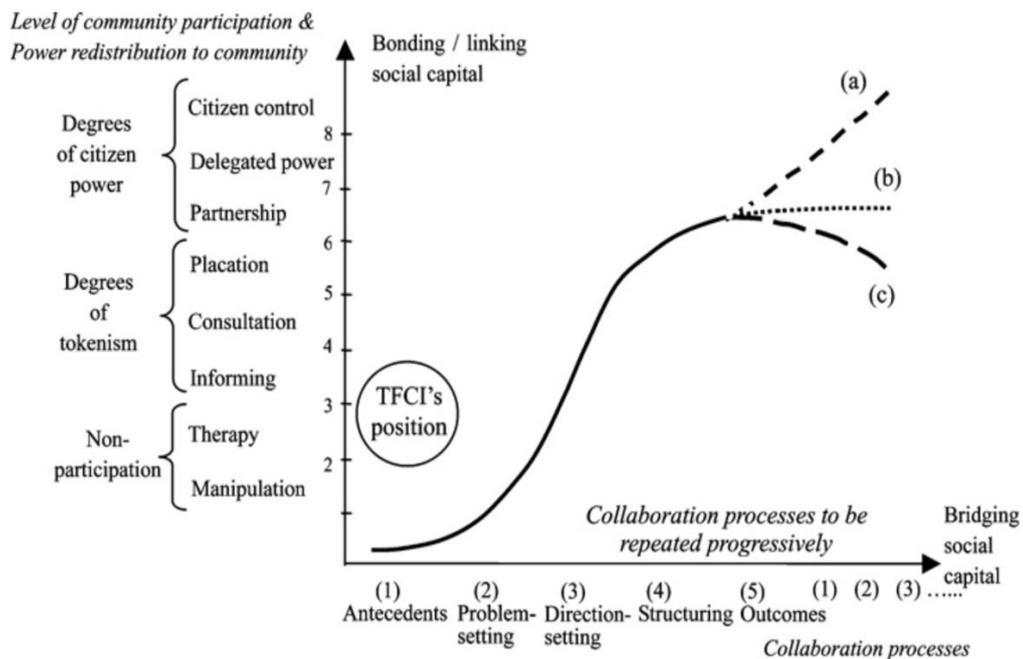


Figura 3 Il modello Arstein. Fonte: Okazaki E., *A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use*

Gunn (1994) sostiene che: "No longer can it be assumed that the residents of a tourism destination/region will automatically accept all (or any) forms of tourism development that the industry proposes or attempts to impose."³¹ Come infatti ha sottolineato Murphy (1985), alla comunità ospitante non è stato riconosciuto il valore e il potere adeguati, venendo quindi messa ai margini del processo di

³¹ Gunn, C. A., *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*, 1994, p.23.

sviluppo turistico, quando invece ne dovrebbe essere il maggior *stakeholder*.³²

Si può anche dire che il modo in cui il turismo venga pianificato in una destinazione sia di fatto la cartina tornasole di come quella destinazione in generale venga gestita; se i residenti vengono coinvolti nel processo, è più semplice si crei un clima di comunità e collaborazione.³³

Ci sono anche altri modi e formule tramite i quali la comunità possa venir coinvolta nei processi decisionali, tutti in generale con un fine comune: sentirsi complici e utili nel prendere dei provvedimenti che andranno inevitabilmente anche a influenzare la loro stessa città e quotidianità.

³² Murphy, P. E., *Tourism: A Community Approach*, 1985.

³³ C. Michael Hall, *Rethinking Collaboration and Partnership: A Public Policy Perspective in Journal of Sustainable Tourism* September, 2009, p.276.

Capitolo II

La CCT, l'impatto sociale e l'*overtourism*

La CCT (Capacità di Carico Turistica) o in inglese TCC (*Tourism Carrying Capacity*) riguarda, sinteticamente, il numero massimo di persone che una destinazione è in grado di tollerare senza che essa venga in alcun modo qualitativamente alterata.

Questo termine vede le sue origini negli anni '60, in relazione alla necessità di porre un limite massimo di visitatori in quelle aree ecologicamente molto delicate (come, ad esempio, le riserve naturali). Negli anni, è diventato un concetto sempre più di imprescindibile importanza visto l'aumentare degli spostamenti e del numero di persone in viaggio; ormai, non solo le aree protette hanno necessità di essere monitorate, ma anche quei siti che per un motivo o per l'altro sono diventati meta di numerosi viaggiatori e che quindi ne possono risentire. Visto che il concetto di CCT è strettamente legato a quello del turismo sostenibile, diventa vitale capire tale nozione al fine di creare un processo integrato e coerente di gestione e pianificazione della destinazione.

Oramai, assieme alla CCT, anche il fattore dell'*overtourism* e di conseguenza dell'*antitourism* sono termini che vanno approfonditi e affrontati. L'*overtourism* è quel fenomeno che si viene a generare nel momento in cui una città si trova in un qualche modo "sommersa" dai turisti, motivo per il quale sia l'esperienza di visita per il turista, che la vita stessa del residente, risulta insoddisfacente e a volte quasi impossibile, generando la cosiddetta *turismofobia*; la sua natura viene definita in base al numero di arrivi, alla capacità di carico del sito, allo stile di vita della popolazione, all'economia del luogo e al suo equilibrio ambientale.

Tutti questi aspetti si riferiscono quindi agli impatti sociali del turismo sulla popolazione, che possono essere sia positivi che negativi, tangibili o intangibili.

2.1 La capacità di carico di una destinazione turistica

2.1.1 La capacità di carico turistica

La definizione più generalmente nota della capacità di carico turistica è quella data dalla WTO, ed è la seguente: "The maximum number of people that may visit a tourist destination at the same time, without causing destruction of the physical, economic and socio-cultural environment and an unacceptable decrease in the quality of the visitors' satisfaction."³⁴

Un'altra definizione da riportare è data dagli studiosi Costa e Canestrelli (1991): "The concept of carrying capacity is defined both in ecological terms, as the maximum number of visitors that can be accommodated by a given destination under conditions of maximum stress, and in economic terms as the maximum number of visitors that can be accommodated at a constant quality of their experience."³⁵

In entrambi gli enunciati il punto focale è chiaro: la CCT viene definita come il numero massimo di persone che un sito può ospitare senza che essi ne causino un qualche tipo di danno o disagio.

Il concetto non è sicuramente di semplice attuazione, nella pratica; infatti, ogni città o area avrà la sua personale CCT che si baserà su quattro aspetti diversi che, di fatto, vanno a rappresentare quattro dimensioni differenti e quindi quattro capacità di carico:

1. La dimensione *ecologica*, che si riferisce alla stima di persone che il sito può sostenere senza incombere in problematiche di tipo ambientale; in pratica, la capacità di recupero o resistenza dell'ecosistema;

³⁴ WTO, 1981.

³⁵ Canestrelli E. Costa P., *Tourist carrying capacity: A fuzzy approach in Annals of Tourism Research*, 1991, p.296.

2. La dimensione *fisico-strutturale*, quali le strutture e infrastrutture che possono venir utilizzate dai turisti e dai residenti;
3. La dimensione *psico-sociale*, che identifica una soglia soggettiva oltre la quali i residenti percepiscono disagio e intolleranza verso i turisti, ma anche viceversa;
4. La dimensione *economica*, ossia la capacità dell'economia locale a supportare la domanda turistica senza essa stessa snaturarsi.³⁶

La dimensione *ecologica* si riferisce a tutti quegli elementi in un certo senso "fissi", ossia che non sono stati creati o programmati dall'uomo. I loro limiti e fragilità devono essere rispettati e non sottomessi al volere umano.

La dimensione *strutturale*, invece, comprende quegli elementi che sono stati installati dall'uomo, come le reti elettriche, i trasporti, le banche, gli ospedali e quant'altro. Sono componenti "flessibili", nel senso che possono sempre venir implementati tramite investimenti e contributi, per questa ragione vengono tenuti meno da conto nell'analisi della capacità di carico.

La dimensione *sociale* si relaziona agli aspetti sociali della capacità di carico, che sono fondamentali per i residenti. Questo concetto si può analizzare in termini quantitativi, ma è sicuramente in quelli qualitativi che meglio si può esprimere.³⁷ Tra tutte le varie dimensioni, sicuramente questa è la più difficile da definire, in quanto si basa su aspetti personali e soggettivi; per questa ragione verrà meglio studiata in seguito.³⁸

Infine, la dimensione *economica* si riferisce agli impatti del turismo sull'economia locale, ossia in rendita generata dal turismo, creazione di posti di lavoro ma anche perdita di settori non strettamente legati al turismo.

³⁶ Candela G. Figini P., *Economia del turismo e delle destinazioni*, 2003.

³⁷ Per "quantitativo" si dice quell'aspetto analizzabile con dati; "qualitativo" invece quello studiato tramite ricerche sociopsicologiche.

³⁸ Precisamente, nel sotto paragrafo successivo, 2.1.2.

Com'è stato detto, definire esattamente la CCT è considerabilmente complesso, oltre che causa di controversie e dibattiti; la capacità di carico può essere infatti qualificata tramite diversi approcci, quali:

- Tramite i limiti *tangibili* delle risorse;
- Tramite i limiti di *tolleranza* della popolazione;
- Analizzando la *soddisfazione* del visitatore;
- Studiando il *tasso* di crescita e sviluppo;
- Tramite la valutazione dei *rapporti* costi/benefici;
- Verificando il ruolo della capacità in un *approccio sistemico*.³⁹

Per spiegare la CCT, dovrebbero essere tenuti in considerazione questi elementi:

- I limiti *spaziali* del luogo, per cui la capacità viene meglio definita in aree ben circoscritte, in quanto può variare in base al punto specifico⁴⁰;
- Il *ruolo* degli attori, poiché è infatti essenziale sviluppare un meccanismo istituzione appropriato; lo sviluppo turistico dipende anche dalle regole e norme che la parte politica impone. Il consenso con gli *stakeholder* chiave è decisivo, tutte le decisioni andrebbero prese e comunicate con il loro benessere, in modo che la comunità intera possa supportare le varie implementazioni;
- L'*integrazione* della CCT nel processo di pianificazione e nel *framework* istituzionale, per cui gli studi sulla capacità di carico andrebbero incorporati a un piano di sviluppo sostenibile;
- La *valutazione-monitoraggio*, che deve essere sempre fatta dato che la CCT è flessibile e riflette le particolarità di una data zona. C'è bisogno di monitorare e formare un *asset* di dati e informazioni al fine di mettere in atto la capacità di carico.⁴¹

³⁹ Cocosis H., Mexa A., *Defining, Measuring and Evaluating Carrying Capacity in European Tourism Destination*, 2001, p.20.

⁴⁰ La CCT può variare, ad esempio, tra il centro città e la periferia della città stessa.

⁴¹ Vedi nota 38.

Dato che l'implementazione della CCT non è priva di costrizioni, sono vari i punti da tener sott'occhio durante il processo:

- Il fatto che determinate attività, al fine di aumentarne la redditività, rischiano di venire *privatizzate*, comportandovi un cambio di ruolo;
- L'agire localmente e nazionalmente riguardo alcune problematiche (ambientali, ad esempio), ma riuscire a gestire le pressioni a livello locale richiede delle *policies* di livello assai avanzato;
- È facile si vada a incorrere in una *frammentazione* delle responsabilità, a sfavore della sinergia che assicura un maggior successo nell'approccio;
- Infine, sono stati sviluppati vari e molto sofisticati sistemi di definizione della capacità di carico ma, tuttavia, i numeri finali non sempre si rivelano utili o utilizzati; è necessario quindi spendere più tempo e risorse per *implementare* la CCT.⁴²

Inoltre, com'è stato detto, i due più grandi scogli sono i seguenti:

- Ci sono *differenti approcci* nel definire qual è la CCT, che si concentreranno su tematiche diverse (quella sociale piuttosto che quella ambientale o economica);
- Non esiste un unico *numero* per definire la CCT, ogni destinazione ha la sua.⁴³

Tuttavia, definire la CCT è sicuramente un procedimento necessario al fine di implementare un turismo sostenibile, e per questa ragione non va messo da parte.

Sono molti gli studiosi che si sono cimentati nello studio della CCT, in particolare un contributo che emerge per importanza è sicuramente l'approccio *fuzzy* di programmazione lineare di Paolo

⁴² Coccosis H., Mexa A., *Defining, Measuring and Evaluating Carrying Capacity in European Tourism Destination*, 2001, p.21.

⁴³ Camatti N., *La capacità di carico di tipo turistico a Venezia nel 2018*, 2018.

Costa ed Elio Canestrelli, specifico per la città di Venezia assieme anche al professor Jan Van der Borg.⁴⁴

2.1.2 Focus sulla capacità di carico sociale

Saveriades (2000) definisce la CCS (Capacità di Carico Sociale) come il livello massimo di uso che può essere assorbito da una destinazione senza che avvenga un declino della qualità di visita del visitatore o la creazione di impatti avversi nella società dell'area.⁴⁵ In letteratura, la CCS viene analizzata sia dal punto di vista del visitatore che quello del residente, per cui, le due componenti della CCS, sono:

- 1) Il livello di *qualità* della visita che il viaggiatore può accettare, prima di desiderare di cambiare meta o di tornare a casa;
- 2) Il livello di *tolleranza* della popolazione ospitante prima che venga ridotta la sua qualità di vita.⁴⁶

Questi due aspetti possono essere potenzialmente in conflitto: è possibile che il livello di tolleranza del residente sia differente da quello del visitatore.⁴⁷

Dal momento in cui, come è stato precedentemente detto, la CCT è composta da quattro diversi sottosistemi, può accadere che una destinazione raggiunga il livello di saturazione in una dimensione, ma non in un'altra. Nel momento in cui si genera una situazione di congestione sociale a causa dell'aumentare del numero di visitatori,

⁴⁴ Per la complessità degli interventi in questione, essi sono volutamente solo citati: Canestrelli E., Costa P., *Tourist Carrying Capacity: A Fuzzy Approach* in *Annals of Tourism Research*, 1991 e P. Costa, J. van der Borg, *Un modello lineare per la programmazione del turismo. Sulla capacità massima di accoglienza turistica del Centro Storico di Venezia*, "Coses Informazioni", 32-33, 1988, pp. 21-26.

⁴⁵ Saveriades A., *Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus* in *Tourism Management*, Vol. 21, 2000, pp. 147-156.

⁴⁶ López-Bonilla J. M., López-Bonilla L. M., *Measuring Social Carrying Capacity: An Exploratory Study in Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, Vol.3, 2008, p.118.

⁴⁷ Marzetti Dall'Aste Brandolini S., Mosetti R., *Social Carryin Capacity of Mass Tourist Sites: Theoretical and Practical Issues about its Measurement*, 2005, p.3.

per cui sia l'esperienza di visita che la vita della comunità ne risente, è necessario trovare una soluzione per mediare, nonostante magari le altre componenti della capacità di carico non necessitino interventi.

Secondo un modello ideato da diversi studiosi⁴⁸, in generale, quando un individuo percepisce un senso di sovraffollamento, l'utilità totale U inizia a ridursi, quella marginale diventa negativa per cui il numero totale dei visitatori eccede il massimo numero tollerato; tuttavia, il senso di sovraffollamento viene percepito diversamente da residente a residente o da visitatore a visitatore.⁴⁹

Brandolini e Mosetti (2005) presentano anche un esempio di curva che vuole descrivere due situazioni diverse: la curva (a) rappresenta l'utilità totale U di un individuo la cui soddisfazione data dalla presenza dei visitatori è abbastanza bassa, poiché è particolarmente sensibile al fenomeno del sovraffollamento (a Q_1 già lo percepisce); la curva (b) rappresenta una persona il cui livello di soddisfazione è elevato e che quindi ha un tasso di tolleranza più alto (a Q_2).

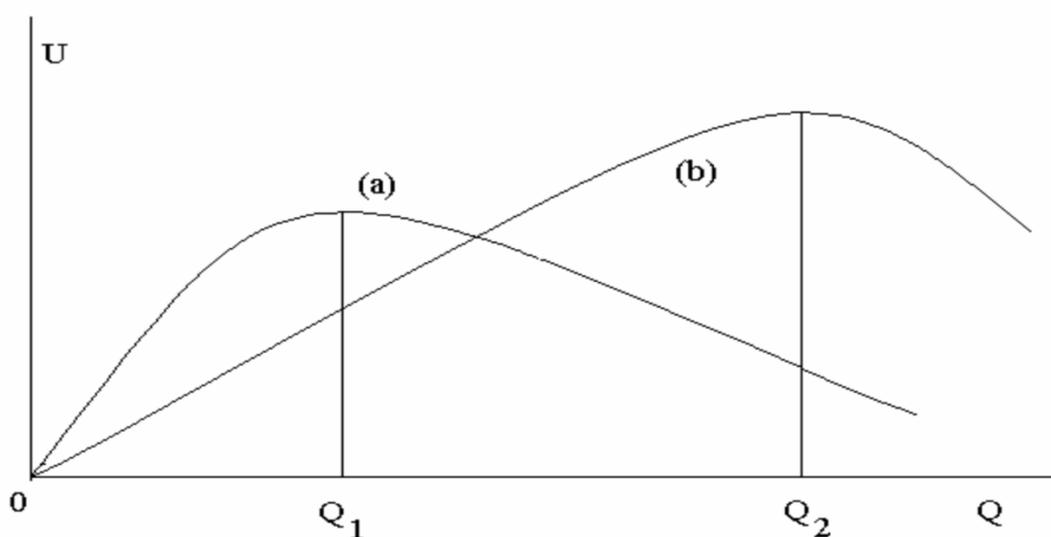


Figura 4 Utility visitatori/residenti. Fonte: *Social Carryin Capacity of Mass Tourist Sites: Theoretical and Practical Issues about its Measurement*.

Sempre Brandolini e Mosetti, nello stesso *paper*, identificano la CCS come un compromesso tra le due CCS, comparando quindi quella del

⁴⁸ Clawson and Knetsch, 1978; Marzetti, 2003.

⁴⁹ Vedi nota 46.

visitatore (Q^*) con quella del residente (Q^{**}). Ne traggono quindi tre possibili situazioni:

- a) $Q^*=Q^{**}$, che rappresenta un equilibrio ideale, quello tra le due realtà;
- b) $Q^*<Q^{**}$, in cui il visitatore raggiunge l'utilità massima prima del residente. Questo può avvenire nel momento in cui la qualità dei servizi dedicati al turista è scarsa o in generale le strutture e infrastrutture non sono adeguate;
- c) $Q^*>Q^{**}$, ove il residente raggiunge l'utilità massima prima del visitatore e si crea quindi una situazione di congestione e sovraffollamento.⁵⁰

In entrambi i casi di squilibrio, sono i decisori politici a dover riassetare la situazione, o creando più infrastrutture e attività (per il punto b) oppure rappresentare meglio gli interessi dei cittadini (per il punto c).

Più in generale, vedendola dal punto di vista del residente, la CCS è proprio il limite di tolleranza verso il turismo il quale, se sorpassato, può causare degli effetti dannosi per l'industria della destinazione, dato che l'atteggiamento poco ospitale della comunità ne ridurrà l'attrattività.⁵¹

La CCS può offrire due concetti utili al fine di implementare un piano del turismo:

- Innanzitutto, puntualizza che ogni destinazione ha, psicologicamente parlando, una *fornitura di risorse finita*, come ad esempio l'ospitalità. Questo aspetto viene sottovalutato nelle prime fasi di apertura della destinazione al turismo, in quanto l'entusiasmo e l'accettazione dei residenti pare continuativo, nonostante le sempre maggiori pressioni sociali;

⁵⁰ Marzetti Dall'Aste Brandolini S., Mosetti R., *Social Carryin Capacity of Mass Tourist Sites: Theoretical and Practical Issues about its Measurement*, 2005, p.5.

⁵¹ Murphy P. E., *Tourism, a community approach*, 1985, p.134.

- Secondariamente, fornisce una cornice nella quale valutare gli *impatti sociali* dello sviluppo turistico.⁵²

D'Amore (1983) identificò nove linee guida per un caso studio specifico⁵³, ma che possono essere adattate a tutte le destinazioni, al fine di implementare un turismo sostenibile tenendo conto della CCS e quindi ridurre la tensione tra visitatore e residente:

1. I residenti devono essere a *conoscenza* del potenziale socioeconomico del turismo, in modo che essi siano più motivati a condividere le loro attività;
2. L'intero piano turistico deve essere basato su degli obiettivi di sviluppo e *priorità condivise* e identificate dai residenti;
3. La *promozione* delle attrattive locali deve essere appoggiata dai residenti;
4. Ci deve essere un *piano coordinato* tra pubblici e privati al fine di mantenere l'integrità delle attrazioni per i residenti, ed essi non devono sentirsi trascurati o ignorati;
5. Ci deve essere un *coinvolgimento* della popolazione locale nello sviluppo turistico per mantenere vive e inalterate le tradizioni locali;
6. Il *capitale locale* e le *abilità imprenditoriali* devono essere investiti nello sviluppo turistico, per creare una industria equa che non si basi solamente sulle grandi catene internazionali, che spesso causano alienazione;
7. Devono essere previste delle *opportunità* per ottenere una partecipazione al turismo della comunità di ampio respiro;
8. Devono essere organizzati *eventi* e simili per i residenti, per rafforzare il senso di comunità e la loro cultura locale;

⁵² Vedi nota 50.

⁵³ Trattava diverse destinazioni della Columbia Britannica. D'Amore L., *Guidelines to planning harmony with the host community in Tourism in Canada: Selected Issues and Options*, 1983. Documento trovato in Murphy P. E., *Tourism, a community approach*, 1985, p.135.

9. Bisogna necessariamente *mitigare* le problematiche che affiorano prima di proseguire con un ulteriore incremento dell'attività turistica.

Infine, se la CCS fornisce una cornice della pianificazione turistica nella comunità, la comunità stessa può ideare due strategie alternative: la *concentrazione* o la *dispersione* delle strutture turistiche. Nella prima opzione i servizi turistici vengono isolati da quelli residenziali in una determinata zona, volutamente tenuti separati; nel momento in cui la strategia della concentrazione comporta troppe pressioni locali, si va ad attuare quello della dispersione, ove i benefici ma anche gli impatti vengono condivisi tra tutta la comunità.⁵⁴

2.2 L'impatto del turismo sulla città e sulla società

2.2.1 Il modello del ciclo di vita di Butler

Una destinazione, grazie o a causa del turismo, può andare incontro a notevoli cambiamenti. Esso può infatti spingere a una crescita economica notevole e alla creazione di numerosi posti di lavoro, ma può anche generare la cosiddetta monocultura turistica o lo sfruttamento dei lavoratori; può incentivare la conservazione dei monumenti storici, ma può anche comportarne la rovina; può creare un clima di condivisione delle diverse culture ma, come abbiamo visto, può anche generare astio e insofferenza. Per la sua duplice natura, il turismo modifica nel tempo il profilo della città e le fa attraversare diverse fasi di sviluppo. Se non gestito correttamente, può portare la destinazione a una crisi.

⁵⁴ Murphy P. E., *Tourism, a community approach*, 1985, p.140-142.

Butler (1980) ha ideato un modello⁵⁵ che va ad analizzare il ciclo di vita di una destinazione e i cambiamenti che ogni nuova fase porta con sé.

Il modello si compone di sei fasi:

1. La fase *esplorativa*;
2. La fase del *coinvolgimento*;
3. La fase dello *sviluppo*;
4. La fase di *maturità/consolidamento*;
5. La fase di *stagnazione*;
6. La fase di *declino o rilancio*.

La fase *esplorativa* vede un numero ristretto di turisti che, spontaneamente e senza particolare organizzazione, iniziano a visitare il sito; questi turisti vengono definiti come allocentrici da Plog (1974), o i veri esploratori di Cohen (1979)⁵⁶. Il turismo non ha una grande impatto sull'economia della zona, che continua a vivere di altro. Le infrastrutture e i servizi ai turisti dedicati non esistono ancora, cosa che spesso va a favore della destinazione per il tipo di turista che la visita. L'ecosistema e la comunità locale risentono in maniera quasi nulla del fenomeno.

La fase del *coinvolgimento* vede un flusso regolare di arrivi turistici, l'allocentrico-vicino o medio-esploratore, e, soprattutto, l'inizio della creazione di strutture apposite per il turista e di un rapporto con il residente. In questa fase, l'unica pressione che si percepisce è quella dei governi che spingono a creare servizi per il turista. Il turismo viene considerato come un elemento esclusivamente positivo.

La fase di *sviluppo* vede un serio intensificarsi dell'attività turistica, caratterizzata principalmente da un individuo mediocentrico o poco esploratore, i primi cambiamenti climatici e modifiche di attività, come le strutture gestite da locali che spariscono a favore di quelle

⁵⁵ Il *The Tourism Area Life Cycle*.

⁵⁶ I tipi di turisti: <https://vikeshkashyap.blogspot.com/2017/04/cohen-and-plog-theory.html>

gestite da esterni. Inizia a farsi palese la necessità di istituire una gestione organizzata del flusso turistico e si iniziano a creare i primi attriti tra residenti e turisti.

La fase della *maturità/consolidamento* vede un ancor maggiore flusso turistico, il psicocentrico-vicino o turista di massa individuale, una economia specializzata quasi esclusivamente nel turismo e l'intensificarsi dei dissidi tra visitatori e cittadini, soprattutto tra coloro che non sono coinvolti nell'industria turistica.

La fase della *stagnazione* vede il massimo numero di presenze, il psicocentrico o il turista di massa organizzato e il massimo sfruttamento delle risorse locali; qui la CCT viene raggiunta e superata. L'area è quindi nota e famosa, ma perde di tendenza e interesse agli occhi del visitatore.

Da questa fase, si può passare a due stadi alternativi: al *declino* o al *rilancio*. Se la destinazione intraprende il *declino*, si vede la perdita della competitività e conseguente calo degli arrivi e della qualità dell'offerta, fino alla sua uscita dal mercato. Se invece attua un *rilancio*, decide di riqualificare le strutture esistenti, scoprirne delle nuove prima messe da parte e in generale modificare l'immagine della destinazione.⁵⁷

Questo modello, in conclusione, sottolinea come sia necessario attuare dei piani strategici del turismo per riuscire a gestire la continua evoluzione del mercato turistico, e per non rischiare di andare incontro a un decadimento diffuso (sia ambientale che economico), a un ampio malcontento sia tra i residenti che tra i turisti e in generale a un declino della destinazione.

⁵⁷ Butler J.W, *The Tourism Area Life Cycle Vol.1, Application and Modification*. Cromwell Press, Gran Bretagna, 2005.

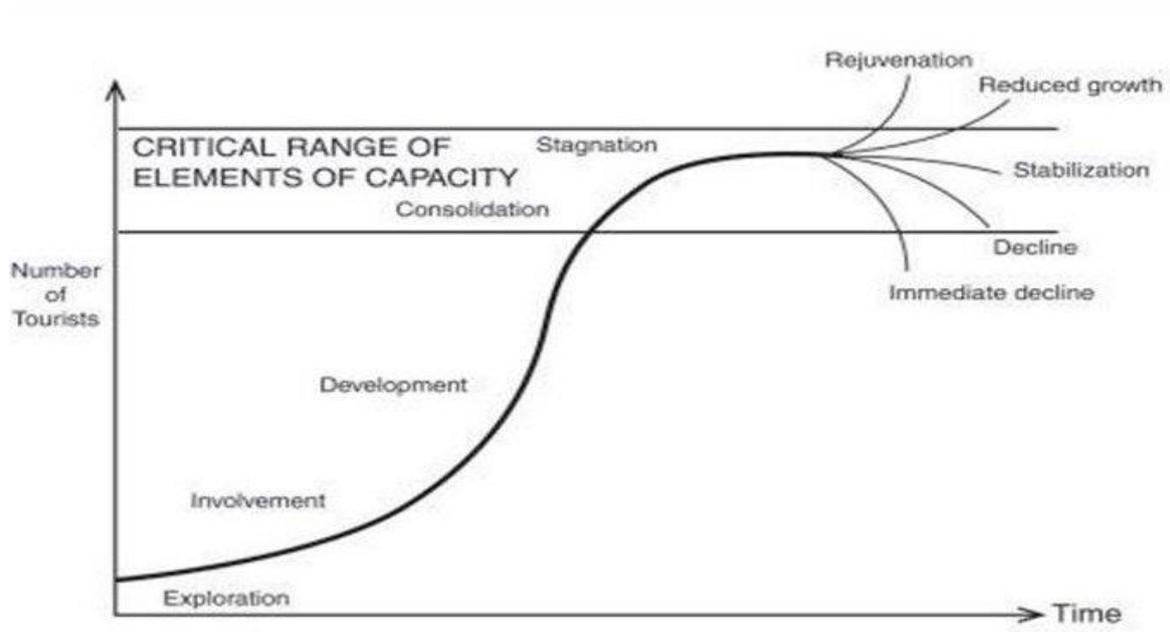


Figura 5 Ciclo di vita di una destinazione turistica. Fonte: Butler J.W, *The Tourism Area Life Cycle Vol.1.*

2.2.2 Il modello Irridex di Doxey

Un altro modello che si occupa di analizzare gli impatti del turismo sulla destinazione, più in particolare gli aspetti sociali, è il cosiddetto *Irritation Index*⁵⁸ o *Irridex Model* di Doxey. Questo modello è tanto interessante quanto astratto, visto che si occupa di analizzare la psicologia umana e le sue attitudini e dunque si basa prevalentemente su congetture. L'obiettivo del modello è in un certo senso quello di comprendere l'atteggiamento dei residenti man mano che la destinazione raggiunge un livello di maturità.

Doxey si rifà a un pensiero di Young (1973) che sosteneva esistesse un livello di stress massimo della destinazione che, se superato, causa più danni che benefici.⁵⁹ Doxey riprende questo principio e lo applica al fattore sociale; egli ritiene che il nascere dell'intolleranza da parte dei

⁵⁸ L'indice di Irritazione Turistica.

⁵⁹ Murphy P. E., *Tourism, a community approach*, 1985, p.124.

residenti per i turisti sia in realtà la paura di perdere il proprio senso di identità comunitaria.⁶⁰

Il modello si compone quindi di quattro fasi:

1. La fase dell'*euforia*;
2. La fase dell'*apatia*;
3. La fase dell'*irritazione*;
4. La fase dell'*antagonismo*.

La prima fase, quella dell'*euforia*, è la fase iniziale dello sviluppo, ove i visitatori sono i benvenuti e vengono accolti con entusiasmo dalla popolazione ospitante. Generalmente in questa fase il turismo porta esclusivamente benefici, come posti di lavoro e una nuova industria fiorente. I tipi di visitatori sono i cosiddetti esploratori⁶¹, che desiderano anche solo temporaneamente integrarsi nella società locale e rispettano le tradizioni e le usanze del luogo.

La seconda fase è la fase dell'*apatia*, che vede l'aumentare del numero dei visitatori e di conseguenza dei contatti meno diretti e personali tra residente e turista, visto ora come fonte di denaro. Al turista vengono create strutture e servizi appositi e l'industria turistica viene data per scontata. Iniziano a verificarsi i primi segnali di fastidio, visto l'aumento dei prezzi, la congestione e il modificarsi dello stile di vita per i residenti.

La terza fase è quella dell'*irritazione*, ove i residenti percepiscono una pesante modifica della loro comunità e i costi di questa industria iniziano a superare i benefici; è ancora loro interesse però mantenere attivo il mercato turistico.

La quarta fase invece, quella dell'*antagonismo*, è la fase finale che si viene a creare nel momento in cui, al verificarsi dello step precedente, non vengono attuate importanti modifiche o gestioni; ormai gli interessi della popolazione vengono sottomessi a quelli dei turisti. In

⁶⁰ Vedi nota precedente.

⁶¹ Sempre collegandosi alla categorizzazione dei visitatori di Cohen.

questa fase si verifica una ostilità aperta tra residenti e turisti, i quali vengono visti dalla comunità ospitante come la ragione di tutti i loro problemi.⁶²

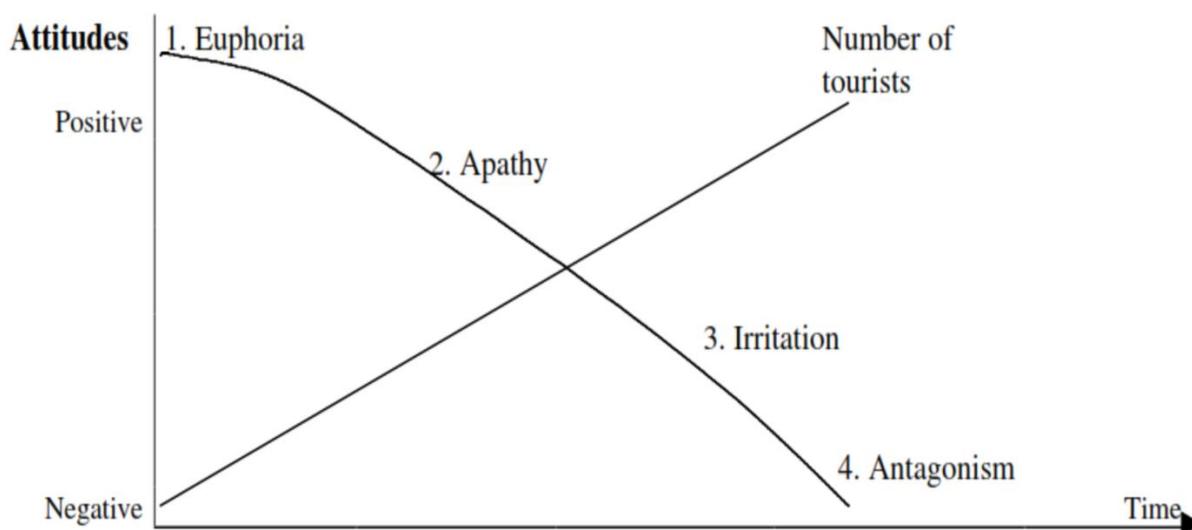


Figura 6 Irridex Model. Fonte: Resident Attitudes Towards Tourists and Tourism Growth: A Case Study From the Middle East, Dubai in United Arab Emirates.

Nelle due fasi finali, quindi, si identificano i cambiamenti che i residenti non possono tollerare e che quindi li portano ad avere un atteggiamento negativo, se non quasi aggressivo, verso i turisti.

Sempre Doxey tiene a specificare che i cambiamenti che la destinazione fa fronte possono essere di due tipi: *strutturali* o *dimensionali*.

Nel cambiamento *strutturale* la città vede il modificarsi delle priorità di investimento, ideologie estranee o politiche differenti. Questo tipo di modifiche sono più difficili da controllare e richiedono politiche di più alto livello. Nel cambiamento *dimensionale* invece accadono situazioni più gestibili e rimediabili, come l'aumento del traffico o della congestione, tramite delle politiche strutturali organizzate.⁶³

⁶² Vedi nota 58.

⁶³ Murphy P. E., *Tourism, a community approach*, 1985, p.125.

Naturalmente, non è un modello applicabile eterogeneamente all'intera comunità; abbiamo infatti già visto che all'interno della stessa ci sono individui differenti con interessi diversi, per cui le reazioni all'aumentare del flusso turistico non possono che essere personali. Per questa ragione, andremo ad analizzare un altro modello che si interessa delle varie attitudini all'interno della stessa comunità.

2.2.3 Il modello attitudinale di Butler

Butler (1975), a differenza di Doxey, si concentra sul sistema interazionale.

Secondo lo studioso, nel momento in cui si vanno ad analizzare le caratteristiche del visitatore, oltre all'impatto che determina in una destinazione, non si può prescindere da altri fattori, come la durata della visita o le sue caratteristiche economiche e di origine.

Inoltre, sono le caratteristiche stesse del luogo a comportare degli effetti differenti: più è grande una città, più sarà in grado di gestire un numero elevato di arrivi. Gli stessi numeri, in una città più piccola, potrebbero creare molti problemi.

Butler ritiene anche che l'*Irridex Model* di Doxey sia in qualche modo incompleto, in quanto le reazioni dei residenti potrebbero risultare più complesse. Egli utilizza quindi il modello di Bjorklund e Philbrick (1972)⁶⁴ per sottolineare che i comportamenti della popolazione ospitante possono essere espressi tramite atteggiamenti attivi o passivi, sia positivi che negativi. La combinazione di questi elementi crea quattro reazioni differenti: in questo modo, vengono giustificate attitudini diverse nella stessa comunità. Si possono verificare situazioni in cui un individuo ha un atteggiamento attivo e positivo, perché

⁶⁴ Bjorklund, E. and Philbrick, A. *Spatial Configurations of Mental Recreation and Park Processes*, 1972.

magari economicamente coinvolto nel turismo, oppure un atteggiamento passivo ma positivo, in quanto non coinvolto o interessato al turismo ma consapevole del suo potenziale, oppure ancora attivo e negativo, quindi sfavorevole al turismo e attivamente coinvolto nel limitarlo.

Nel complesso, a queste due interazioni corrispondono quattro risultati:

1. L'aggressiva promozione e supporto;
2. L'accettazione e il supporto passivi;
3. L'aggressiva opposizione;
4. L'accettazione silenziosa ma contraria.⁶⁵

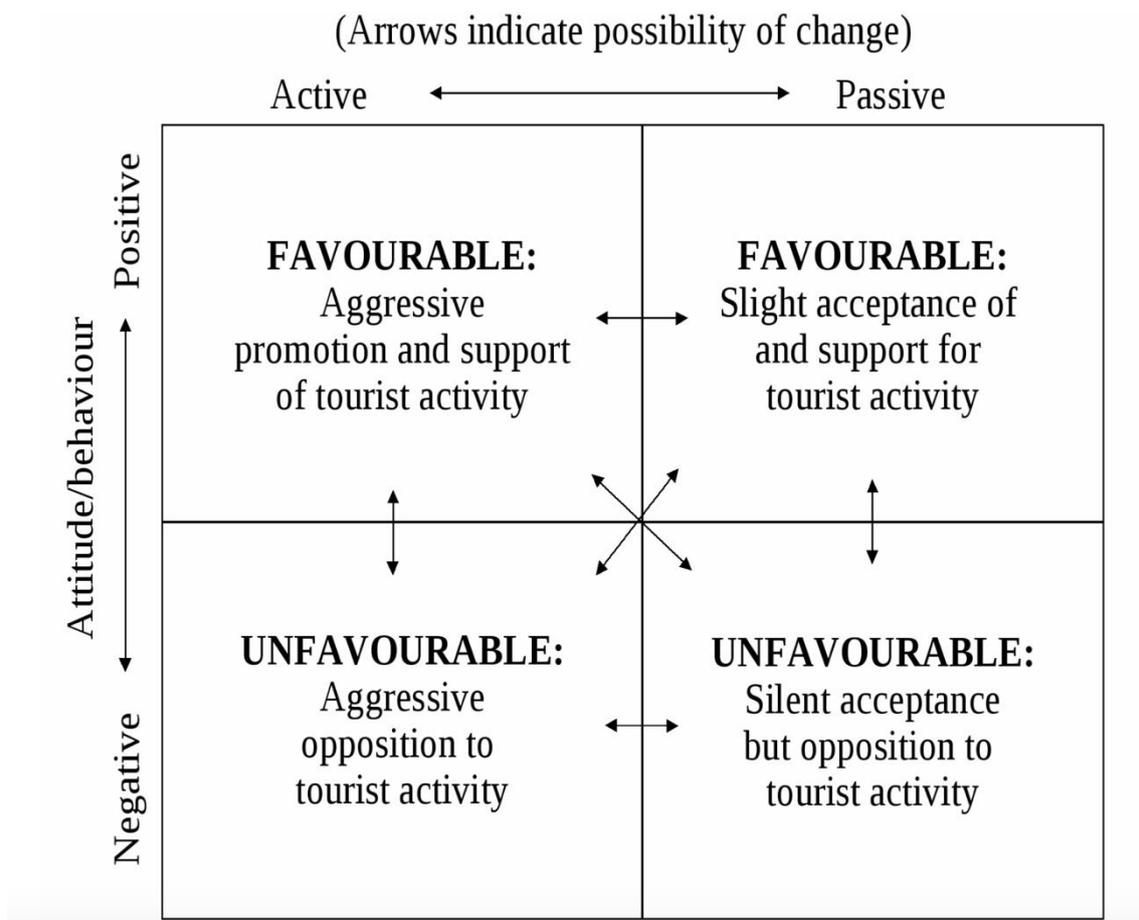


Figura 7 Modello attitudinale. Fonte: Bjorklund e Philbrick, in Butler (1975).

⁶⁵ Murphy P. E., *Tourism, a community approach*, 1985, p.125-126.

2.3 Definire gli impatti sociali tangibili e intangibili

2.3.1 *Gli impatti sociali e gli indicatori per misurarli*

Lo sviluppo dell'industria turistica comporta alla destinazione notevoli cambiamenti, che possono essere positivi o negativi. Spesso, gli stessi impatti che inizialmente venivano considerati come positivi si modificano o diventano così frequenti da risultare, nel tempo, negativi.⁶⁶

In particolare, questa tesi si prefissa di analizzare gli impatti sociali che sono di difficile definizione e misura, in quanto vengono spesso considerati come indiretti o esistono varie metodologie per studiarli.

Ap e Crompton (1993) identificano quattro strategie da parte della comunità per rispondere agli impatti del turismo sulla società:

1. La *condivisione*, il desiderio di accoglienza e relazione con i turisti;
2. La *tolleranza*, accettazione ambivalente del turista;
3. L'*adeguamento*, comporta metodi per evitare la folla o aggirarla;
4. Il *ritiro*, i residenti escono dalla comunità, si trasferiscono o vanno via temporaneamente.

Choi e Sirakaya (2006) hanno ideato degli indicatori per misurare la dimensione sociale degli impatti turistici. Secondo i due studiosi, infatti, per misurare gli impatti sociali del turismo devono prima essere investigati gli indicatori sociali della comunità.⁶⁷ La tabella viene così riportata di seguito:

⁶⁶ Banalmente, ad esempio, le prime strutture turistiche vengono ben accolte e volute, in quanto portano lavoro e benefici economici; all'aumentare di questi servizi iniziano a crearsi attriti e malcontenti, che possono essere dati dal trasformarsi di palazzi storici in strutture ricettive, a sfruttamento dei lavoratori e altro.

⁶⁷ Fatemeh S., Badaruddin M., *A Stage-Based Model Development Study on Tourism: Social Impact Assessment in International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 5, Issue 3, 2015, p.3.*

Indicators for the social dimension

Key themes	Indicators/issues
Host community/residents and stakeholders	Host community satisfaction toward tourism development Host community attitude toward tourism development Continuance of traditional activities by local residents Stress in visitors/host relationship Resident/non-resident ownership of homes (2nd homes/part time residents) Level of congruency among stakeholders Resident involvement in tourism industry
Social cohesion	Change in social cohesion Change in community structure evident of a community breakdown and alienation Change in family cohesion
Sex tourism	Sex tourism Percent employed in sex tourism Prostitution number and rate in local sex tourism industry Community attitude toward sex tourism
Tourist satisfaction Community resource	Tourist satisfaction/attitude toward tourism development Degradation/erosion of natural and cultural resource
Distribution of resources/power	Shift in social structure (e.g. power shift and its socio-economic implications) Percent of managerial employment from local residents
Community health and safety	Litter/pollution (air, water, etc.) Overcrowding Congestion (road) Crime rate Public awareness toward value of tourism Number of incidents of vandalism reported Community health (availability of health policy related to tourism) Loss of traditional lifestyle and knowledge via modernization
Quality of life in general	Levels of satisfaction with community life in general (QOL)

Figura 8 Tabella. Fonte: Choi, H. and Sirakaya, E. 2006. Sustainability indicators for managing community tourism

Come si può vedere, i temi chiave sono i temi che devono essere considerati nell'analisi degli impatti, quindi la comunità in generale, la sua coesione, le sue risorse. Gli indicatori sono collegati ai temi chiave e identificano i possibili problemi o benefici che ci possono essere rispetto al dato tema.

Dopo aver definito in generale gli indicatori e i temi focali, si andranno ora ad analizzare quali vengono definiti come positivi o negativi, tangibili o intangibili.

Questa immagine riassume bene alcuni impatti e il tema generale che si sta per andare a toccare:



Figura 9 Impatti sociali. Fonte: A critical assessment of the social impacts of tourism in selected South African Communities

2.3.2 Impatti sociali tangibili positivi e negativi del turismo

Per quanto riguarda gli impatti sociali tangibili, essi sono quelli che apportano dei risultati e dei cambiamenti pratici e calcolabili.

Gli impatti sociali tangibili e *positivi* possono essere elencati in questo modo:

- Il turismo stimola lo sviluppo di *infrastrutture*;
- Rafforza l'*economia locale*;
- Fornisce nuove *strutture ricreative*;
- Migliora i *dintorni* dei luoghi;
- Migliora i *trasporti*;
- Rende le *feste* locali delle attrattive turistiche;
- Le tradizioni locali, come l'*artigianato*, generano guadagno;
- Coinvolge i residenti nelle *attività* turistiche.

Gli impatti sociali tangibili e *negativi*, invece, possono essere elencati come segue:

- Il turismo aumenta la *criminalità* e la *prostituzione*;
- Porta un eccessivo uso dei mezzi e strutture che genera *congestione*;
- Aumenta in generale i prezzi e crea *inflazione*;
- Comporta una modernizzazione eccessiva, uno *snaturamento*;
- Modifica le *feste* e le tradizioni locali;
- Può portare a un aumento eccessivo e smisurato della *domanda*;
- La perdita di economia locale o una sregolata *importazione*;
- Una *stagionalità* eccessiva;
- L'aumento dell'*inquinamento*.⁶⁸

Si può notare come, in certi casi, quegli impatti che vengono definiti come positivi, come il coinvolgimento dei turisti nelle tradizioni locali o una nuova economia basata sul turismo, possano anche avere una sfaccettatura negativa che, se non ben gestita o controllata, rischia di prevalere su quella positiva.

2.3.3 Impatti sociali intangibili positivi e negativi del turismo

Concentrandoci invece sugli impatti intangibili, essi vengono definiti tali in quanto astratti e immateriali, più psicologici, per cui ancor di più difficile esplicazione.

Gli impatti sociali intangibili e *positivi* possono essere elencati in questo modo:

- Il turismo comporta una miglior *organizzazione* della comunità;
- Il rafforzamento della *cultura locale*;

⁶⁸ Scholtz M., *A critical assessment of the social impacts of tourism in selected South African Communities*, 2014, p.85-87.

- La promozione della *comprensione interculturale*;
- Una maggior *stabilità* della comunità;
- *Scambi* di idee culturali innovative;
- La *modernizzazione* tramite l'educazione;
- Un senso di *orgoglio* nella popolazione per l'immagine che la destinazione ha nel mondo;
- L'*empowerment*;
- Lo sviluppo di nuove *skills*.

Gli impatti sociali intangibili e *negativi*, invece, possono essere elencati come segue:

- Il turismo può comportare *xenofobia*;
- La distruzione del *patrimonio*;
- La *commodification* della cultura;
- I *conflitti* tra la comunità ospitante;
- La *dipendenza* dal turismo;
- Il *degrado* dei valori culturali e morali;
- *Malintesi* tra le differenti culture;
- L'adottare i *comportamenti* dei turisti perdendo il proprio senso di comunità;
- La *fusion*e delle diverse culture in una sola;
- Il decadimento della *lingua locale*.⁶⁹

Anche in questo caso, gli stessi impatti possono essere considerati come positivi oppure negativi; tutto dipende sempre dal modo in cui l'industria turistica viene accolta e percepita, oltre che gestita.

Certamente va sottolineato come questi impatti molto delicati vadano a inficiare degli attori del processo che spesso vengono tenuti poco da conto rispetto agli interessi economici dei più, ossia i residenti.

⁶⁹ Scholtz M., *A critical assessment of the social impacts of tourism in selected South African Communities*, 2014, p.87-89.

2.4 Overtourism e antitourism

2.4.1 *Overtourism, cause e percezioni del fenomeno sulla comunità*

Un concetto che ormai è entrato a far parte della nostra quotidianità, da circa cinque anni a questa parte, è sicuramente quello dell'*overtourism*.

La parola *overtourism* è stata coniata nel 2016 da Rafat Ali, fondatore di *Skift*⁷⁰, che la definisce così: "We are coining a new term, "Overtourism", as a new construct to look at potential hazards to popular destinations worldwide, as the dynamic forces that power tourism often inflict unavoidable negative consequences if not managed well. In some countries, this can lead to a decline in tourism as a sustainable framework is never put into place for coping with the economic, environmental, and sociocultural effects of tourism. The impact on local residents cannot be understated either. As the world moves towards two billion travelers worldwide in the next few years, are countries and their infrastructure ready for the deluge? Are the people and their cultures resilient enough to withstand the flood of overtourism?"⁷¹. In pratica, ciò che Skift sostiene è che l'*overtourism* sia un nuovo costrutto che può essere utilizzato per descrivere i pericoli che alcune destinazioni fanno fronte e le conseguenze negative che apporta loro. Questo fenomeno comporta un declino nella sostenibilità e delle modifiche sostanziali alla cultura locale, nonché all'ecosistema e all'economia.

⁷⁰ Compagnia americana che fornisce novità, ricerche e prodotti per e sull'industria turistica (<https://skift.com>).

⁷¹ <https://skift.com/2018/08/14/the-genesis-of-overtourism-why-we-came-up-with-the-term-and-whats-happened-since/>

La seconda definizione da segnalare è quella dell'UNWTO, che così indica l'*overtourism*: "the impact of tourism on a destination, or parts thereof, that excessively influences perceived quality of life of citizens and/or quality of visitors experiences in a negative way"⁷². In questo caso, l'associazione si focalizza sull'impatto sociale del turismo rispetto ai residenti ma anche rispetto ai turisti, che possono vedere minata la loro esperienza di visita. In generale, *overtourism* si può tradurre in italiano con *sovraffollamento turistico* o *iperturismo*.

L'UNWTO analizza così la marea crescente di persone in spostamento: nel 2018, erano 1 miliardo e 300 milioni le persone in viaggio, con una previsione per il 2030 di più di 2 miliardi.⁷³ Con i mercati emergenti in continua espansione e l'aumento del numero di viaggiatori, ci sia aspetta sempre più di dover fare i conti con questo fenomeno. Sono già numerose e conosciute le destinazioni che ne soffrono e, man mano che il crescere della quantità dei flussi progredisce, ci saranno sempre più esempi.

Ma quali sono i fattori che hanno portato l'*overtourism* a essere un aspetto così presente oggi e così pericoloso, e cosa si può fare per arginarlo?

Innanzitutto, bisogna subito chiarire che non esiste una soluzione univoca e complementare per tutte le destinazioni. Ogni sito, infatti, ha le proprie caratteristiche e le proprie necessità; ad esempio, Venezia, Barcellona e Dubrovnik sono città cardine della lotta contro il sovraffollamento, ma presentano degli aspetti talmente differenti (dimensione, numero di abitanti, economia) che necessitano di tattiche su misura per il loro caso, che non possono andare bene per un altro. Nel momento in cui una destinazione sta proseguendo con il suo ciclo di vita⁷⁴, durante la fase denominata di *stagnazione*, vede un aumento incontrollato del numero degli arrivi, dovuti alla raggiunta notorietà e

⁷² 'Overtourism'? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions Executive Summary.

⁷³ https://www.agi.it/cronaca/bomba_turisti_cinesi_overtourism-5474872/news/2019-05-12/

⁷⁴ Del ciclo di vita di Butler ne abbiamo discusso nel sotto paragrafo 2.2.1.

celebrità del luogo. Le cause che hanno portato a questo ampliamento sregolato del bacino di utenza sono le seguenti:

1. La diffusione di *internet*;
2. La diffusione dei viaggi *low-cost*;
3. La diffusione del turismo *crocieristico*;
4. La diffusione delle strutture *extralberghiere*;
5. Una *cattiva gestione* della destinazione.⁷⁵

Per quanto riguarda il punto 1, *internet* è stata la vera rivoluzione del ventesimo secolo. Questo strumento ha permesso a tutti gli utenti del mondo di visionare e cercare anche autonomamente le destinazioni e le offerte che più li soddisfacevano. In questo modo, la ricerca è diventata molto più fluida e molto meno dispendiosa, dando la possibilità a tutti di scegliere personalmente la soluzione migliore, andando anche però a creare la cosiddetta guerra dei prezzi, ossia un gioco al ribasso per attirare più utenti possibili anche a scapito della qualità offerta o dell'effettivo guadagno stesso.

Il punto 2 è sicuramente uno dei temi centrali che merita una spiegazione: il *low-cost* sono le tariffe di aerei (principalmente), ma anche autobus e mezzi di trasporto in generale, caratterizzati da prezzi bassi e vantaggiosi. Questa innovazione permette alla maggior parte delle persone di muoversi a prezzi molto competitivi, seppur rinunciando un po' alla comodità e alla qualità; sicuramente, presentata in questi termini, sembra presenti vantaggi solidi e pochi o quantomeno trascurabili difetti. In realtà, se per i viaggiatori il *low-cost* ha rivoluzionato positivamente i costi di viaggio, per le destinazioni ha causato notevoli problematiche. L'abbassamento delle tariffe ha comportato un numero più elevato di persone che potranno permettersi quel viaggio e, se da un lato questo è sinonimo di democratizzazione e uguaglianza, dall'altro ha portato a un aumento

⁷⁵ Lista riadattata e personalmente completata da <https://medium.com/lybra-tech/quando-il-turista-è-di-troppo-overtourism-cause-e-rimedi-a377c4fd1c76>.

spropositato del numero degli arrivi in molti siti. Questo aumento, maggiore di anno in anno, ha di conseguenza creato il qui considerato fenomeno dell'*overtourism*.

Il punto 3 rappresenta un'alternativa economica vantaggiosa per il turista, nonché estremamente comoda. Le crociere sono un mezzo per viaggiare ormai affermato e diffuso, nonostante i danni che esse creano all'ecosistema e all'ambiente.⁷⁶ Permettono di visitare molte città in pochi giorni andando quindi ad alimentare l'annosa questione del turista escursionista, ossia quel turista che si ferma meno di 24 ore in una località, senza pernottarvi. Si discute molto su quanto sia effettivamente vantaggioso per un sito ospitare gli escursionisti: troppo spesso creano confusione, si fermano a visitare solo zone note e quindi spesso già sovraffollate e portano un assai esiguo ritorno economico alla città.

Il punto 4 è un tema molto delicato e ancora in fase di evoluzione. La *sharing economy* è un nuovo tipo di tendenza che si sta diffondendo a macchia d'olio e, come tutti i punti già trattati, presenta vantaggi come svantaggi. La *sharing economy* si incontra nel modo di viaggiare, con *BlaBlaCar* o *FlixBus*, ad esempio, ma anche nel modo di alloggiare, tramite piattaforme di *home sharing*, di cui la più celebre è *AirBnB*. Se questa corrente sulla carta può risultare sostenibile ed etica sta, in parte e per aspetti precisi⁷⁷, andando a distruggere il tessuto di molte città. Innanzitutto, va ad ampliare enormemente il bacino di accoglienza della città, la cui capacità di carico, però, è fissa e non espandibile. Poi, favorisce un tipo di turismo che si ferma poco in città, una notte o al massimo due, generando un ciclo di ricambio di visitatori molto più elevato. Infine, va ad inficiare la possibilità dei residenti di abitare nella propria città: saranno sempre più le case che verranno

⁷⁶ Paradossalmente, Venezia centro storico, famosa per non avere le macchine, è tra le mete più inquinate al mondo, proprio a causa dei traffici crocieristici (<http://www.veneziatoday.it/cronaca/legambiente-malaria-inquinamento-rapporto-2018.html>).

⁷⁷ Mi riferisco naturalmente alle piattaforme online di *AirBnB* o *Booking*.

trasformate a uso turistico, a favore di un maggior ritorno economico per i proprietari che, grazie alle normative vigenti, possono guadagnare molto di più con le affittanze turistiche piuttosto che con i contratti per i residenti.

Infine, il punto 5 è sicuramente il punto che accomuna tutte le destinazioni che soffrono di *overtourism*; una cattiva gestione è sempre alla base dei problemi di una città. La mancanza di lungimiranza di molte amministrazioni ha portato a non affrontare i problemi appena nati, ma a lasciare che diventassero così grandi da non poterli più controllare. Un piano integrato del turismo, che comprenda e non escluda nessuno degli attori principali, è necessario per creare un ambiente armonioso e fruibile.

Naturalmente, chi risente di più di questa situazione sono gli abitanti, che vedono il modificarsi della città nel tempo e, come diretta conseguenza, anche la loro vita. Sovraffollamento, per un residente, vuol dire tante cose: vuol dire avere difficoltà nel prendere i mezzi pubblici, perché troppo pieni; vuol dire spesso non riuscire a camminare, per i troppi visitatori che ingombrano il passaggio; vuol dire vedere sparire le attività storiche, a favore di negozi per turisti che vendono in genere solo paccottiglia; vuol dire, in sintesi, non riuscire più a vivere una vita normale, da normale cittadino, nella propria città. Questo fenomeno spesso provoca nella comunità ospitante la reazione più istintiva e immediata per qualsiasi essere umano: l'odio. Un sentimento che si riversa sui turisti, visti come i fautori del cambiamento, l'unico motivo per cui il tessuto della (una volta loro) città si è modificato.

Per questa ragione, da *overtourism* si arriva a discutere di *antitourism*, un termine relativamente giovane ma che ben riassume ciò che gli abitanti desiderano: che i turisti tornino a casa loro.

2.4.2 *Tra over e antitourism*

Negli ultimi anni, con il termine *antitourism* si parla di un fenomeno sociale di importanza globale. Esploso in Spagna nell'estate del 2017 con il nome di *turismofòbia*, descrive bene il sentimento di ostilità crescente dei residenti nei confronti dei turisti.

Di fatto, la *turismofòbia* viene subito legata a Barcellona che, con le sue numerose proteste e manifestazioni contro i turisti, ha fatto notizia in tutto il mondo.⁷⁸ Lo slogan più famoso di questi eventi è sicuramente: "Tourists go home, refugees welcome"⁷⁹, a dimostrare come la popolazione non voglia essere tacciata di chiusura o mancanza di ospitalità bensì ha identificato il suo nemico preciso, non certamente gli immigrati, che vuole eliminare dalla propria città. Barcellona lotta da anni contro gli effetti dell'*overtourism*; nel 2016 ha registrato oltre 34 milioni di visitatori e una percentuale del 40% degli appartamenti vengono affittati illegalmente ai turisti⁸⁰.

Ultimamente, però, questo termine viene collegato anche ad altre città, tra le quali Venezia, Firenze, Dubrovnik, Santorini. Tutte quelle destinazioni che subiscono un congestionamento soffrono, o soffriranno, di *turismofòbia* da parte dei residenti. La ragione per cui ciò avviene non è perché il turismo porta ormai esigui benefici economici alle città più colpite, o quantomeno non solo per questo, ma piuttosto perché comporta dei cambiamenti socioculturali alla popolazione.⁸¹

In realtà, il turismo può venir considerato dai residenti come il capro espiatorio ideale di un problema molto più grande e molto più difficilmente raggiungibile: la presenza di un governo poco solido e non

⁷⁸ <https://www.bbc.com/mundo/noticias-40107507> - <https://www.eleconomista.es/catalunya/noticias/9265610/07/18/El-auge-de-la-turismofobia-en-Barcelona-inquieta-al-sector-html>

⁷⁹ <https://www.bbc.com/news/world-europe-40826257>

⁸⁰ <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/barcelona-locals-hate-tourists-why-reasons-spain-protests-arran-airbnb-locals-attacks-graffiti-a7883021.html>

⁸¹ Papathanassis A., *Over-Tourism and Anti-Tourist Sentiment: An Exploratory Analysis and Discussion* in "Ovidius" University Annals, Economic Sciences Series, 2017, p.291.

all'altezza del ruolo, e allo stesso tempo la mancanza di una rappresentazione politica per i cittadini. Ciò che Papathanassis sostiene, infatti, è che l'*overtourism*, e quindi anche l'*antitourism*, siano in realtà sinonimi di *cattiva gestione* e che quindi l'appello che andrebbe rivolto ai *policy-makers* sia il seguente: "Manage destinations and educate tourists; not vice versa!"⁸²; prima bisogna imparare a gestire la destinazione e, solo in seguito, educare il turista, e non viceversa. Le ragioni che portano una popolazione ad adottare un comportamento *anti-turista* sono le stesse che hanno portato la città al collasso, e quindi quelle elencate nel sotto paragrafo precedente, concentrandosi specialmente sui punti 3 e 4. Gli escursionisti, infatti, vengono visti come la peggior tipologia di turista perché, com'è stato già detto, portano pochi benefici economici ma riempiono moltissimo la città, mentre le più diffuse piattaforme online di affittanza turistica, spesso poco regolamentate, stanno generando sempre più azioni illegali e un calo di case destinate alla popolazione residente.

Riprendendo il discorso precedente, la chiave di volta per arginare questo fenomeno è sicuramente una gestione della destinazione e una cooperazione multilaterale, che si rivolga quindi a tutti gli *stakeholders* coinvolti nella città, quindi le amministrazioni, i privati, i pubblici, la comunità e gli stessi turisti.

Sarà sempre più complesso e a volte moralmente dubbio andare a ridurre il numero dei turisti in una città, se non addirittura limitarlo con misure specifiche⁸³; la cosa più giusta e lungimirante da fare è cercare dei modi per regolamentarlo, e allo stesso tempo attuare delle politiche su misura per i cittadini, primo interesse di qualsiasi amministrazione.

⁸² Papathanassis A., *Over-Tourism and Anti-Tourist Sentiment: An Exploratory Analysis and Discussion* in "Ovidius" University Annals, Economic Sciences Series, 2017, p.292.

⁸³ Si pensi ai tentativi di Venezia, ad esempio, per mettere la tassa di ingresso per sfavorire in un qualche modo il turismo escursionista o al numero chiuso pensato da Dubrovnik <https://www.ilfattoquotidiano.it/2019/02/04/venezias-tassa-di-ingresso-chi-deve-pagare-comes-e-quanto-la-scheda/4946742/> - <https://www.repubblica.it/viaggi/2016/08/26/foto/dubrovnik-una-citta-da-numero-chiuso-146657191/>.

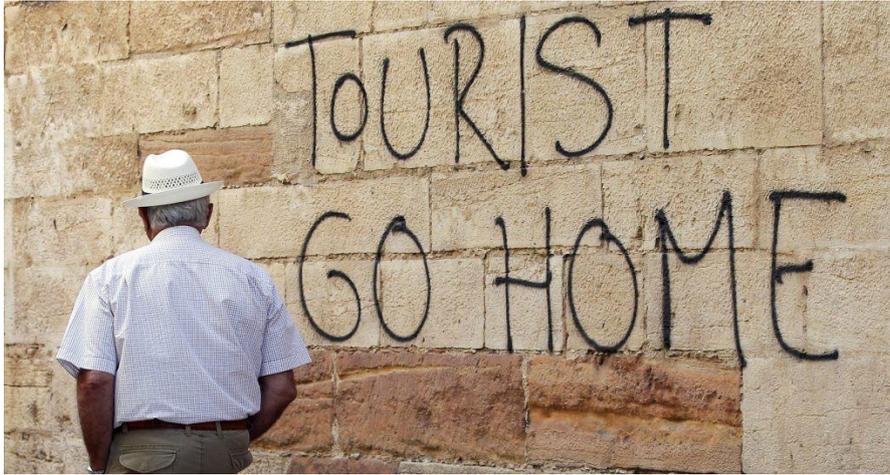


Figura 10 Graffito a Orviedo. Fonte: <https://medium.com/the-daily-rant/tourist-go-fucking-home-59ac5eb3f5dd>



Figura 11 Messaggi violenti contro i turisti a Barcellona. Fonte: <https://www.express.co.uk/news/world/1005392/Tourist-shocking-anti-tourist-Barcelona-Spain-resort-balconing-violence>



Figura 12 Graffito a Venezia. Fonte: <https://www.alamy.com/venice-italy-june-17-2018-tourists-go-home-graffito-in-venice-close-up-image211227479.html>

CAPITOLO III

Il caso studio – Venezia

Venezia è una città diventata tra le mete più visitate al mondo. Grazie alle sue caratteristiche che la rendono un sito unico nel suo genere, accoglie oltre 70.000 visitatori al giorno. Negli anni ha visto un incremento continuo e incessante degli arrivi, e con essi anche un aumento delle problematiche che il turismo comporta.

Indubbiamente, Venezia è una città che soffre enormemente l'*overtourism*. Questo fenomeno viene percepito in quasi tutta la città in diversi modi: nel prendere i battelli, nel camminare per strada, nel fare la spesa, nel cercare appartamenti. Ormai, a Venezia, la vita quotidiana è diventata quasi una lotta continua e, come conseguenza, un esodo inarrestabile di veneziani ha preso piede negli anni, i quali preferiscono o si trovano costretti a trasferirsi in terraferma.

La popolazione veneziana considera i turisti come un fastidio, avendo quasi del tutto perso di vista il valore che possono avere per la città. Questo sentimento prevale su qualsiasi altro aspetto, anche positivo, tanto che Venezia e la sua comunità è ormai nota nel mondo (tramite social, gruppi di discussione o passaparola) per essere un esempio di arroganza, maleducazione e cattiva accoglienza.

Sono molte le speculazioni che si possono fare sul perché Venezia si ritrovi un in momento di crisi così profonda. In parte, il modificarsi delle abitudini di viaggio inficia moltissimo su una città così delicata; in altra parte, però, la gestione stessa da parte degli organi competenti si è rivelata poco incisiva o efficace. Venezia è stata data per scontata, trattata come facile aggancio al turismo, facendo leva sul fatto che sia una città unica nel suo genere, trascurando però un aspetto importantissimo per qualsiasi destinazione: la sua comunicazione e immagine.

3.1 Venezia come caso studio

3.1.1 Ritratto generale della destinazione turistica

Venezia è situata nella regione Veneto, nel nord-est Italia. È formata da tre macro-zone con caratteristiche tra di loro molto differenti, quasi opposte, sia geograficamente che culturalmente:

- la terraferma, quindi Mestre, Marghera e i territori a Venezia accorpati;
- l'estuario, che comprende le isole all'interno della laguna, quindi Lido, Pellestrina, Murano, Burano e altre di minor estensione
- il centro storico, formato da sei sestieri (Santa Croce, Cannaregio, Dorsoduro, San Marco, San Polo e Castello) oltre all'isola della Giudecca.

Fondata nel 5° secolo AC su oltre 118 tra isole e isolette, divenne una potenza marittima mondiale nel 10° secolo e mantenne tale potere per moltissimi anni a venire. Inizialmente, la città si formò dalle isole di Torcello, Jesolo e Malamocco, quando i veneziani si trovarono a dover fuggire dalle invasioni barbariche, e da quel momento questi insediamenti temporanei si trasformarono in permanenti e da piccoli villaggi di pescatori si tramutarono in una delle città più potenti al mondo. Negli anni, costretta a salvaguardare il suo mercato dai nemici arabi, turchi e genovesi, non ha mai perso la sua posizione di primato ormai consolidato nella laguna, comparando anche come una delle quattro famosissime Repubbliche marinare.⁸⁴

Venezia è sempre stata considerata come una regina dei mari ed è, tuttora, una delle città la cui storia viene studiata in tutto il mondo. È indubbiamente uno degli esempi più unici e inimitabili di come l'uomo

⁸⁴ Le Repubbliche Marinare furono le quattro città portuali più importanti della storia: Venezia, Pisa, Amalfi e Genova.

si sia adattato all'ambiente impervio circostante e, tramite un processo dinamico e altamente creativo, ne sia riuscito a ricavare un luogo vivibile e accogliente.

La città presenta un ecosistema, una cultura e delle tradizioni estremamente specifiche, che le hanno fatto guadagnare un posto nella Lista Patrimonio Mondiale dell'Umanità stilata dall'Unesco nel 1987.

I criteri che segue sono i seguenti:

- il criterio (i), che è il criterio che riguarda il rappresentare un capolavoro di genio creativo umano, in quanto Venezia è praticamente una città costruita sull'acqua, opera già di per sé incredibile;
- il criterio (ii), che riguarda lo scambio di valori umani in un arco temporale lungo o in un'area culturale, e di fatto Venezia ha influenzato moltissimo lo sviluppo artistico e monumentale nel mondo in generale;
- il criterio (iii), sull'essere una testimonianza unica ed eccezionale di una tradizione culturale, in quanto Venezia ne porta un esempio specifico;
- il criterio (iv), di essere un esempio unico architettonico nella storia umana, e di fatto Venezia comprende monumenti storici di incomparabile bellezza;
- il criterio (v), sull'essere un esempio di insediamento umano tradizionale e sulla relazione uomo - ambiente, in quanto Venezia è un caso unico di insediamento semi-lacustre, ora vulnerabile a causa dei cambiamenti climatici;
- il criterio (vi) sull'essere collegato ad avvenimenti o credenze con significato universalmente eccezionale, infatti Venezia simboleggia in un certo senso la vittoria dell'uomo su una natura ostile e una espansione dei possedimenti senza precedenti.

Per quanto riguarda l'integrità e l'autenticità, elementi fondamentali per far parte della *World Heritage List*, Venezia ha mantenuto le sue

caratteristiche geografiche originarie, oltre che gli insediamenti e la correlazione con la laguna e l'ecosistema in generale. Gli edifici, anche quelli più nuovi, mantengono una linea coerente con quelli più antichi, per non inficiare il tessuto artistico e l'immagine della città. Venezia viene considerata una città che presenta ancora autenticità, in quanto è rimasta ferma al suo *asset* originario, lo spazio urbano ha mantenuto i caratteri spaziali presenti nel Medioevo e i monumenti in essa presenti hanno mantenuto le caratteristiche che sono state apportate loro nel momento della costruzione.⁸⁵

In questi ultimi anni, più precisamente dal 2016, Venezia viene minacciata di essere messa nella Lista Patrimonio dell'Umanità a Rischio, grazie anche alle segnalazioni di Italia Nostra⁸⁶ su come la città si stia lentamente degradando a causa di un turismo sregolato e di una amministrazione inesistente. Uno dei punti di denuncia di Italia Nostra era quello della presenza delle Grandi Navi che, passando per il canale della Giudecca e per il Bacino di San Marco, mettono a serio rischio l'ecosistema lagunare. Inoltre, proprio quest'anno, un esempio lampante ha fatto molto discutere su quanto possano essere rischiose delle navi così imponenti in una città così fragile, e ha fatto mettere in moto una ricerca di soluzioni alternative al passaggio delle crociere per il centro storico della città.⁸⁷ Nonostante ciò, nel 2019, in seguito a una riunione dei funzionari delle Nazioni Unite, è stato deciso di non inserire Venezia e la sua laguna nella *blacklist* dell'Unesco, o quantomeno non ancora, rimandando la decisione al 2020, data dopo la quale i funzionari dovranno presentare un piano concreto sulla proposta di attracco delle Grandi Navi a Marghera. Questa decisione ha scatenato non poche polemiche, in quanto la decisione di spostare le crociere a

⁸⁵ <https://whc.unesco.org/en/list/394>.

⁸⁶ ONLUS di salvaguardia per i beni artistici, storici e culturali, di cui parlerò nel capitolo 4 sotto paragrafo 4.2.1.1.

⁸⁷ Mi riferisco naturalmente alla sfiorata tragedia del 2/06/2019, in cui per circostanze ancora da verificare la nave ha perso il controllo ed è andata a sbattere contro la banchina di san Basilio, colpendo una motonave fluviale e provocando feriti e tanta paura. <http://www.today.it/citta/veneziana-nave-crociera-incidente-oggi.html>.

Marghera viene considerata da molti come rischiosa per molteplici ragioni e quindi impraticabile.

In questi ultimi decenni, Venezia ha visto cambiare radicalmente la sua identità: da città artistica e culturale, portavoce di mestieri e negozi artigiani, come l'arte del vetro, delle maschere o delle forcole, a città turistica, piena di negozi di souvenir, ristoranti e take-away, senza più spazio per i residenti che ormai non vedono più un futuro per loro nella loro città, o un futuro per Venezia in generale.

Uno dei cambiamenti più seri e più al momento incontrollabili è proprio l'esodo dei residenti verso la terraferma o verso altre città. Da quando il turismo di massa ha iniziato a prendere piede i veneziani hanno iniziato a sentirsi degli estranei a casa loro e il numero di residenti in centro storico è sceso quasi a quota 50000.⁸⁸



Figura 13 Testata giornalistica del 3/06. Fonte: <https://www.facebook.com/VeneziaNONDisneyland/>



Figura 14 Folla in Riva degli Schiavoni. Fonte: <https://www.ilturista.info/>

⁸⁸ Questo aspetto verrà studiato meglio nel sotto paragrafo 3.3.2.

3.1.2 *I visitatori a Venezia nel tempo: dal '900 a oggi*

Nell'ultimo secolo Venezia ha vissuto due fasi caratterizzate da due tipi di turismo molto diversi: quella della prima metà del '900, caratterizzata da un turismo d'élite, e quella della seconda metà del '900, con protagonista l'ascesa del turismo di massa.

Nei primi del '900 Venezia era la più importante località turistica italiana. Grazie al suo binomio di città d'arte e città balneare, attirava turisti da tutta Europa e il Lido, con le sue ville liberty e gli hotel lussuosi ed esclusivi, veniva considerata come "l'isola d'oro". Il centro storico conservava la sua natura intatta di polo culturale mentre in terraferma si costruivano le prime fabbriche e industrie. In questi anni il turismo arricchiva la città e ne portava benefici, che gli imprenditori di un tempo sapevano ben sfruttare e gestire.

Con il dopoguerra, dopo una prima fase di stallo, il movimento turistico riprese il suo ritmo e superò anche quello degli anni precedenti; da questo momento in poi, Venezia in questo settore non ha mai conosciuto crisi; se il turista cerca proprio nel viaggio una fuga dalla quotidianità e il rovesciamento di tutte le comodità abituali, Venezia è e sarà sempre la meta ideale.

Dagli anni '50 fino agli anni '80 del '900 si instaurò lo sviluppo del turismo di massa internazionale, grazie all'apertura dell'aeroporto Marco Polo e la creazione del Tronchetto. Mestre e Marghera, oltre a essere poli industriali, si attrezzarono per accogliere sempre più visitatori che poi sarebbero inevitabilmente andati a Venezia, mentre nel centro storico venivano ancora ospitati i turisti di élite. Man mano che gli anni passavano, però, il Lido vide un crollo degli arrivi e Venezia iniziò ad avere un tipo di turismo diverso, che pernottava al massimo due notti e spendeva meno denaro.

Inevitabilmente, la situazione iniziò a modificarsi sempre più: il turismo iniziò a essere il settore economico prevalente e la popolazione

veneziana iniziò man mano a diminuire; le giovani coppie, per cercare opportunità più interessanti o per comodità, iniziarono a trasferirsi in terraferma. Questo accentuò l'immagine di città morente di Venezia che, tra botteghe artigiane quasi sparite e case vuote, iniziava sempre più a mostrare le sue fragilità.

Tra gli anni '60 e '80, l'abbandono degli edifici, la cattiva manutenzione delle opere, il crollo di popolazione e la progressiva monocultura turistica portarono Venezia ad avere quella immagine con cui ancora oggi viene conosciuta e con cui lotta ogni giorno: un parco a tema, una Disneyland per turisti.

Con la nuova corrente sviluppatasi negli anni '90, grazie ai voli *low-cost*, internet e la condivisione di appartamenti tramite piattaforme online, il mondo intero è andato incontro a una nuova fase del turismo mondiale di cui Venezia ha contemporaneamente goduto e sofferto. Negli ultimi 20 anni, la città ha visto un boom degli arrivi, con una media dell'8% in più ogni anno di visitatori, tra cui il 4% sono extraeuropei, provenienti soprattutto da Cina e Russia.⁸⁹

Inoltre, è inarrestabile l'aumento degli escursionisti, ossia di quei visitatori che arrivano e vanno via nell'arco delle 24 ore, senza pernottare in città; grazie appunto all'aumento del numero dei collegamenti (Venezia è di fatto una città raggiungibile tramite qualsiasi mezzo: nave, aereo, bus o treno) e alla crescita del turismo crocieristico, Venezia ha dovuto far fronte a un'orda di turisti che creano moltissima confusione, congestionano la città e portano pochi benefici.

Lo studio del 1988 effettuato da Van der Borg e Costa⁹⁰ ha identificato che Venezia potrebbe ospitare, rispettando la sua CCT, 20 mila presenze al giorno nel centro storico della città; tale soglia è stata più

⁸⁹ Zannini A., *Il turismo a Venezia dal secondo dopoguerra ad oggi* in *Laboratoire italien*, 2014, pp. 191-199.

⁹⁰ Studio riguardo la capacità di carico di Venezia, citato al capitolo 2 sotto paragrafo 2.1.1.

che superata, con 77 mila visitatori al giorno e oltre 28 milioni all'anno.⁹¹

Oggi, quindi, qual è la situazione in città, chi la visita, in quanti e per quanto tempo?

Com'è già stato detto, Venezia negli ultimi anni ha visto un aumento considerevole di visitatori extraeuropei ma soprattutto di escursionisti e crocieristi.

Secondo un altro studio a revisione del precedente, effettuato da Van der Borg, Nicola Camatti e Dario Bertocchi nel 2018⁹², il numero ideale di visitatori che Venezia potrebbe ospitare è di 52.000 al giorno, con un massimo di 19 milioni all'anno, di cui:

- 15.500 turisti al giorno e 5.700.000 all'anno in *strutture alberghiere*;
- 22.000 al giorno e 8.000.000 all'anno in *ricettività alternative*;
- 14.600 turisti *escursionisti* al giorno e 5.300.000 all'anno.

In realtà, la situazione attuale è la seguente:

- 77.000 visitatori ogni giorno;
- 5.800 turisti al giorno che alloggiano in *strutture alberghiere*;
- 1.950 turisti che alloggiano in *ricettività alternative*;
- 57.500 turisti *escursionisti*.

Indubbiamente, il dato più allarmante riguarda proprio il turismo escursionista, che già da solo supera il numero di residenti presenti nel centro storico della città.

Secondo i dati raccolti ed elaborati dal Comune di Venezia, solo nell'anno 2016/2017 gli arrivi turistici sono aumentati dell'11,2%⁹³ con un afflusso maggiore di visitatori mese dopo mese, soprattutto nel quarto trimestre dell'anno, un chiaro segnale che ormai, a Venezia, non

⁹¹ Comune di Venezia, annuario del turismo 2017.

⁹² Van der Borg J., Camatti N., Bertocchi D., *La capacità di carico di tipo turistico di Venezia nel 2018*, 2018.

⁹³ Comune di Venezia, annuario del turismo 2017.

c'è più una stagionalità (tranne incrementi dati da specifici eventi)⁹⁴ ma che la città è invasa ogni mese dell'anno, secondo la tabella qui riportata:

5 – Andamento mensile presenze

Comune di Venezia 2016		Comune di Venezia 2017		Var. % 16-17
Presenze totali (x1.000)		Presenze totali (x1.000)		
gennaio	505	gennaio	533	5,6%
febbraio	615	febbraio	665	8,0%
marzo	796	marzo	784	-1,5%
1° Trimestre	1.915	1° Trimestre	1.981	3,4%
aprile	896	aprile	1.072	19,7%
maggio	1.038	maggio	1.084	4,4%
giugno	1.000	giugno	1.153	15,4%
2° Trimestre	2.934	2° Trimestre	3.310	12,8%
luglio	1.167	luglio	1.277	9,4%
agosto	1.144	agosto	1.273	11,3%
settembre	1.058	settembre	1.210	14,5%
3° Trimestre	3.368	3° Trimestre	3.761	11,7%
ottobre	1.037	ottobre	1.201	15,8%
novembre	672	novembre	794	18,1%
dicembre	586	dicembre	639	9,2%
4° Trimestre	2.294	4° Trimestre	2.634	14,8%
Totale anno	10.512	Totale anno	11.686	11,2%

Figura 15 Confronto arrivi e presenze '16/'17. Fonte: Comune di Venezia, annuario del turismo 2017.

Cosa si dovrebbe fare, quindi, per invertire la rotta e riportare Venezia verso un turismo sostenibile?

Innanzitutto, disincentivare il cosiddetto turismo "mordi e fuggi", quindi il turismo escursionista, per attirare un turismo di qualità che alloggi anche in città; monitorare i flussi in maniera costante; tenere il più possibile sotto controllo il dilagare delle strutture extralberghiere, che aumentano la possibilità di pernottamento senza che però la città stessa riesca a gestire questi nuovi arrivi; incentivare i flussi a visitare

⁹⁴ Ad esempio, durante il Carnevale o la Mostra del Cinema.

altre zone della città⁹⁵, meno note ma non per questo meno attrattive; rivedere l'immagine della città e come essa voglia essere presentata all'esterno e in generale, attuare delle politiche che non siano incentrate verso il guadagno ma verso Venezia e chi ci vive.

3.2 Overtourism e brand image

3.2.1 Il fenomeno dell'overtourism a Venezia

Venezia è una città che guadagna e vive di turismo da molti anni. Data la sua condizione delicata e fragile, subisce con estrema difficoltà l'aumento inarrestabile dei flussi turistici, che causano danni non solo alla città fisica, ma anche a chi la vive.

Venezia offre diversissimi tipi di intrattenimenti: artistici, con le chiese e i musei celebri in tutto il mondo; mondani e culturali, con eventi di fama internazionale come la Biennale o la Mostra del Cinema; di benessere e relax, con le spiagge del Lido.

Purtroppo, le ragioni⁹⁶ che hanno portato moltissime mete del mondo a soffrire di *overtourism* si sono fatte sentire in maniera ancora più prepotente in una città che intrinsecamente già di per sé presenta molti limiti e problematiche.

Infatti, una delle caratteristiche di Venezia è che può essere raggiunta tramite tutti i mezzi. Negli ultimi anni, più precisamente dal 2013 al 2017, la situazione degli aeroporti che collegano il mondo a Venezia è la seguente:

⁹⁵ Tramite progetti come *Detourism* e *Slow Venice*.

⁹⁶ Se ne è discusso nel sotto paragrafo 2.4.1.

- l'aeroporto *Canova* di Treviso ha visto un aumento del 22,4% del traffico aereo nazionale e un aumento dell'11,1% del traffico internazionale;
- l'aeroporto *Marco Polo* di Venezia un aumento del 3,6% di traffico aereo nazionale e un aumento dell'8,4% di traffico internazionale, salendo di posizione rispetto al 2016 e aggiudicandosi il quarto posto come maggior aeroporto italiano per l'anno 2017.

Per quanto riguarda i numeri *crocieristici*, nonostante il calo verificatosi durante il quinquennio 2013-2017, si parla ancora di un movimento troppo pesante per la città. Nel 2017 si parla infatti come:

- 1.262 il totale degli arrivi di mezzi portuali a Venezia;
- 1.651.787 passeggeri in più che hanno visitato la città il più delle volte in maniera sbrigativa e superficiale.

Per quanto riguarda i transiti avvenuti a *Piazzale Roma*, basandosi sugli ingressi al Garage Comunale sempre nel lasso di tempo dal 2013 al 2017, la variazione percentuale è del 18,2% in più.⁹⁷

Da questi dati si può notare come la diffusione delle tratte *low-cost* e del turismo crocieristico hanno notevolmente impattato e impattano tutt'ora sulla città, che si ritrova spesso a dover gestire dei numeri che superano notevolmente la sua capacità di carico massima.

Per quanto riguarda invece la vivibilità della città, essa è stata messa a dura prova dalla diffusione di *AirBnB* in tutta l'area del centro storico, e in parte anche nelle isole e in terraferma.

Dal sito "*Inside AirBnB. Adding Data to the Debate*"⁹⁸ si può verificare come la situazione delle affittanze di case turistiche stia ormai perdendo il controllo. I dati, aggiornati all'11 maggio 2019, mostrano una situazione preoccupante:

⁹⁷ I dati aeroportuali, quelli crocieristici e quelli dei transiti di auto sono stati tratti dall'annuario del turismo 2017 del Comune di Venezia. Purtroppo, dati riguardo i traffici ferroviari e di autobus non è stato possibile trovarne.

⁹⁸ <http://insideairbnb.com>.

- 8649 tra camere e appartamenti interi disponibili;
- Il 76% è pubblicato come intero appartamento;
- Una media di 12 annunci ogni 100 abitanti, per cui il 12% delle case di Venezia vengono affittate solo a turisti;
- Il 76% degli annunci si trovano nel centro storico della città;
- Il 6% nell'estuario;
- Il 19% in terraferma.

Rispetto all'anno precedente, nello stesso mese, il numero degli annunci pubblicati è aumentato del 14%.

È interessante anche notare come:

- Il 5% degli host (i *top host*) gestisca il 29% del numero totale degli appartamenti messi sul mercato;
- ben il 34% dei ricavi totali vada a finire nelle tasche proprio di quel 5% degli host, che spesso sono delle agenzie che comprano decine e decine di appartamenti con l'intento di metterli a disposizione dei turisti.⁹⁹

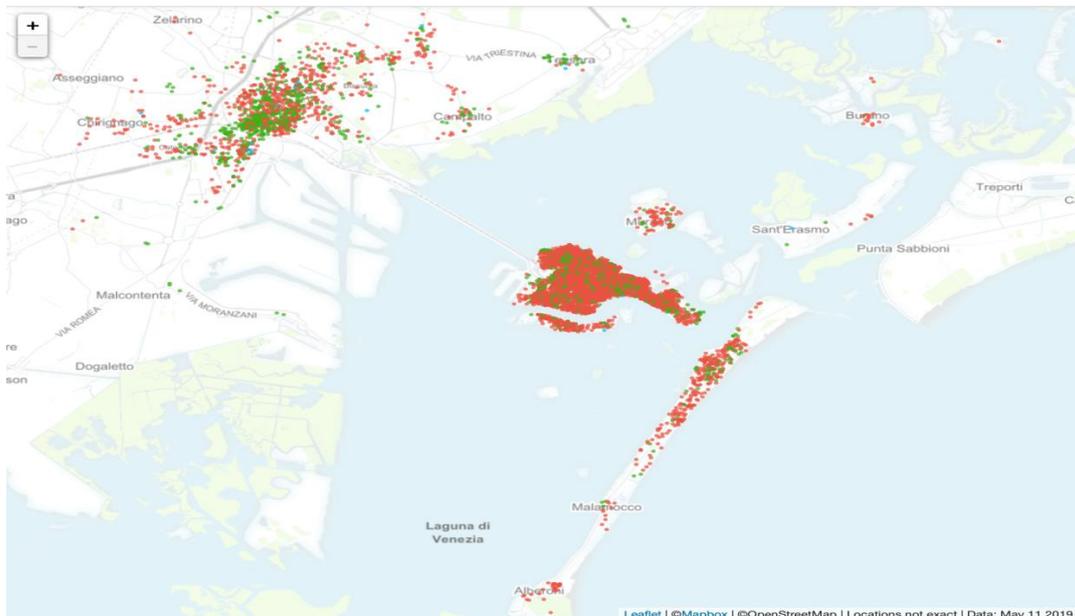


Figura 16 Appartamenti (puntini rossi), stanze private (puntini verdi) e stanze condivise (puntini verdi) messe sulla piattaforma AirBnB. Fonte: <http://insideairbnb.com/venice/>

⁹⁹ Tutti i dati sono stati tratti da: http://insideairbnb.com/venice/report_en.html.

In questo modo, in un certo senso, si va a snaturare l'essenza chiave di questo tipo di *sharing economy*, che è quella di condividere una camera o un appartamento con qualcun altro, che non va assolutamente demonizzato di per sé. La si sta trasformando di fatto in un business che crea enormi disagi alla popolazione e incrementa in modo molto serio il fenomeno dell'*overtourism* a Venezia.

Inoltre, in tutto ciò, sfugge una percentuale che si sta man mano scoprendo, che è quella delle affittanze in nero, ossia quelle non dichiarate o dichiarate in maniera irregolare o non veritiera.

Secondo un interessante studio, anche se non prettamente scientifico, effettuato da Generazione '90¹⁰⁰, più del 40% dei posti letto è abusivo, nel senso che su *Booking* o *AirBnB* viene pubblicizzato un certo numero di posti letto che però non corrisponde a quello dichiarato nell'elenco ufficiale del Comune; quindi, se per esempio cinque sono dichiarati ufficialmente, se ne trovano però nove a disposizione su internet.

È bastato confrontare i dati messi a disposizione da Ca' Farsetti, prendendo a campione 400 appartamenti, e incrociarli con quelli pubblicati sulle piattaforme online per vedere la discrepanza di posti letto. Nello specifico, ben 180 casi su 400 mostrano delle anomalie. Per queste 180 case, il geoportale del Comune¹⁰¹ registrava 611 posti letto; nelle piattaforme online, invece, gli stessi annunci ne pubblicizzavano 1017.

Questo naturalmente comporta delle conseguenze molto pesanti in termini di congestione della città, nonché di aumento della criminalità e danni per il Comune stesso, che da questi posti letto irregolari non riscuote la tassa di soggiorno.

Riporto solo alcuni dei casi più eclatanti del PDF che mi è stato gentilmente concesso dall'associazione:

¹⁰⁰ Gruppo di giovani veneziani che si adopera nel preservare la città, dei quali tratterò nel capitolo 4 sotto paragrafo 4.2.1.4.

¹⁰¹ <https://www.comune.venezia.it/it/content/geoportale-0>.

Sestiere	Annuncio	Indirizzo	Sito	Posti letto dichiarati	Posti letto annuncio	Discrepanza
Dorsoduro	Dorsoduro Terrace	Dorsoduro 605	Booking	2	12	10
Dorsoduro	Suite 735	Dorsoduro 735	Booking	3	9	6
Dorsoduro	G & T Apartments	Dorsoduro 785	Booking	4	10	6
Sant'Elena	Apartment Venise Sant'Elena	Viale Piave 20	Booking	2	8	6
San Polo	B&B Exclusive	San Polo 3080	Booking	4	16	12

Andando a sommare la situazione delle affittanze turistiche con quella dei viaggi *low-cost*, aggiungendoci una amministrazione e una gestione della città non adeguata si può facilmente capire il perché Venezia soffra del fenomeno dell'*overtourism* e oramai si possa definire come una destinazione al collasso.

Al fine di riuscire a gestire questa situazione, il *management* della città dovrebbe essere composto da due elementi:

1. lo *sfruttamento* delle risorse già esistenti e della domanda presente;
2. la *ricerca* di nuovi prodotti e nuove strategie.¹⁰²

Questi due sistemi dovrebbero andare a pari passo, in modo da garantire al sito un presente ma anche un futuro assicurato.

¹⁰² Seraphin, H., *Overtourism and the Fall of Venice as a Destination in Journal of Destination Marketing & Management*, 2018.

3.2.2 Speculazioni sulle relazioni causali tra comunicazione ed overtourism

Provando a cercare immagini di Venezia nel web si trovano principalmente foto di Piazza San Marco, del Canal Grande e di Rialto, assieme a qualche sporadico scatto di Burano o di rii senza nome.

In questo modo, viene suggerito al turista che compie le ricerche preliminari prima del viaggio che la parte da visitare della città sia solo questa.

Spessissimo, quando mi trovo in giro per la città o nei mezzi pubblici, sento discutere i turisti su cosa debbano ancora visitare o su cosa valga la pena soffermarsi e praticamente sempre sento le parole "San Marco, Basilica, Rialto". Se ci si trova in battello, è risaputo che le fermate dove scendono più persone sono proprio quelle di San Zaccaria e di Rialto.

I turisti che non sono mai stati a Venezia e che cercano informazioni sulla città si affidano ad internet perché è il mezzo più veloce e intuitivo. La visione data dal web tuttavia fa credere che la città sia formata solo da quei pochi luoghi, visitabili praticamente in una giornata. Questo, oltre a essere falso, è anche dannoso, in quanto provoca il sovraffollamento e la congestione di poche e specifiche aree. La distribuzione di turisti è disomogenea sul territorio veneziano, e questo alla fine si riflette anche nella differenziazione della redditività tra le imprese di Venezia. Bisogna sempre pensare che, alla fine, il turismo porta anche benefici economici ai locali e, in una città dove ormai la monocultura turistica regna, coloro che non ne hanno o ne hanno poco a che fare faticano molto per sopravvivere.

Per di più, oltre al sovraffollamento di certe zone pedonabili, ci sono anche gli effetti sui servizi pubblici, come i trasporti, i rifiuti, la sanità,

che risentono dei costi extra dovuti ai turisti escursionisti e alle difficoltà logistiche che l'intasamento provoca.

Venezia è una di quelle città che non ha necessità di pubblicizzarsi molto, che vive di luce riflessa data dalla sua stessa notorietà. Nonostante l'esperienza di visita per il turista sia ormai scadente per non dire a dir poco deludente, è assai poco probabile a parer mio che Venezia venga messa da parte come meta. È una di quelle classiche città dove, chiunque, almeno una volta nella vita, vorrebbe venire, anche soltanto per poter dire: "io sono stato a Venezia".

Questo però ha fatto in modo che gli amministratori e gli imprenditori della città lagunare non si occupassero molto del *brand* della città e dell'immagine che essa mostra di sé al resto del mondo, confidando solamente sulla fama della destinazione; ma oggigiorno, ormai, sono numerosi i *social network* ove i turisti possono scambiarsi informazioni e darsi consigli, e in quei casi risulta palese come Venezia venga vista in maniera superficiale e negativa da una buona fetta di chi l'ha visitata. Nei mesi precedenti alla tesi ho speso del tempo a confrontare commenti emblematici tratti da varie piattaforme, come *Facebook* e *Reddit*. Ho cercato i gruppi di discussione su Venezia e ho potuto notare come molte persone arrivino a consigliare di starci poco tempo o addirittura sconsiglino di visitare del tutto la città.

Ecco alcuni esempi che vorrei segnalare:

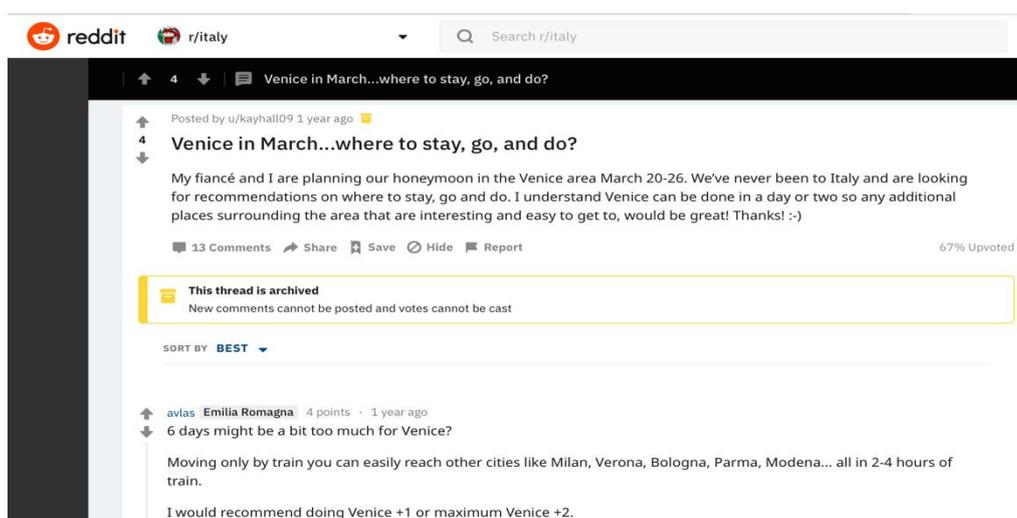


Figura 16 Commento su Reddit. Fonte:

https://www.reddit.com/r/italy/comments/7lhqb8/venice_in_marchwhere_to_stay_go_and_do/

↑ whassupbun 2 points · 1 year ago · edited 1 year ago

↓ I was there yesterday and the crowd was horrific. Beautiful place but the experience was really soured by the sheer amount of tourists, just people everywhere. I ended up just walking around the city for 3 hours and left.

I stayed in Treviso and it was only a 30min train ride away from Venice. Things are much cheaper and quieter in Treviso, but not much to see.

Figura 17 Commento Reddit. Fonte:

https://www.reddit.com/r/Venezia/comments/8yix4o/do_not_come_here_in_july_and_august/

Nel primo commento si legge di un futuro turista che chiede consigli su cosa fare nei giorni che starà a Venezia in luna di miele, chiedendo anche se fosse vero che la città potesse venir visitata in due giorni; gli viene risposto che sei giorni a Venezia sono decisamente troppi, che addirittura ne basta uno.

Nel secondo commento invece si può notare come il sovraffollamento che la città sta subendo sia deleterio anche per chi vi soggiorna; l'utente, spaventato dalla folla, non è riuscito ad avere un'esperienza di visita positiva e come conseguenza, dopo solo tre ore, ha preferito andare a Treviso, nonostante ci fosse poco da vedere.

Questi commenti si possono trovare in molti altri social espressi in modi differenti. C'è chi addita Venezia come una "tourist trap", una trappola per turisti, come una "cinesata", come una Disneyland. Molti sconsigliano di visitarla perché è troppo cara, altri perché puzza, altri perché sono stati mal accolti dai veneziani.

Il fatto di comunicare così male la città al resto del mondo, di svenderla per ciò che gli altri si aspettano, ossia il tritico San Marco – Rialto – Canal Grande, è una delle cause stesse dell'*overtourism*. Le persone che vengono a Venezia, spesso superficialmente informate, si aspettano di poter vedere solo queste tre cose, e poche altre. È anche per questa ragione che molti si fermano due, tre giorni al massimo, perché non siamo stati in grado di comunicar loro cos'altro ha da offrire questa città e quindi dar loro una ragione per prolungare il soggiorno.

3.3 La comunità e l'empatia

3.3.1 Fattori identitari della comunità residente

Venezia è una città con una cultura e una identità molto ben definite. Con la sua particolare formazione e le caratteristiche che la rendono unica al mondo ha plasmato la popolazione che la abita, la quale si è adattata e ha fatto propri sia gli aspetti positivi che quelli negativi. Il senso di comunità, a Venezia, è estremamente forte. Se è vero che in una città inevitabilmente si possano distinguere e separare i residenti dai turisti, e che l'avvicinamento di questi due mondi non sia sempre facile e scontato, nella città lagunare questo non avviene praticamente mai e anzi, si ritiene in un certo senso giusto e importante tenerli separati.

L'aumento del turismo e la sensazione sempre crescente di disagio e quasi soffocamento che i veneziani provano anche soltanto a girare per la loro città ha fatto in modo che, in questi anni, il distacco tra questi due poli diventasse quasi una questione di principio e un modo per preservarsi.

Dal sentimento denominato precedentemente come *antitourism* i veneziani ne hanno costruito le loro lotte degli ultimi anni, e questo ha unito ulteriormente la popolazione.

Sempre nei mesi precedenti alla stesura della tesi ho cercato sul *social network* di *Facebook* i gruppi che i veneziani avevano formato per discutere di Venezia o semplicemente per condividere foto o informazioni sulla città, e sono riuscita a rilevarne circa una ottantina. Le conversazioni e ciò che viene postato variano di gruppo in gruppo; si passa dal voler mostrare immagini e scorci di Venezia per esaltarne la bellezza, a discussioni, anche accese, sulla situazione di vivibilità della città, a nostalgici commenti di quando Venezia era ancora la "nostra" città.

In generale, ciò che emerge vividamente è l'affetto e il forte senso di identità che i veneziani provano nei confronti della loro città. Sagre, cibi tipici, tradizioni, sono ciò che lega i residenti alla città e li separa dal resto del mondo.

L'aumento del turismo a Venezia, come anche in qualsiasi altra città, comporta delle conseguenze percepibili nella cultura e nell'identità della popolazione ospitante, che viene se non addirittura snaturata, quantomeno modificata. Accade spesso che per attrarre e soddisfare i visitatori i residenti adattino o modifichino il profilo delle loro usanze.

A Venezia ciò è accaduto nei negozi e nei mestieri tradizionali che stanno sparendo, a favore di locali di souvenir di dubbia qualità e senza nessuna storia dietro; in alcune feste tipiche, come il Carnevale, che si è trasformato in un evento turistico cui i veneziani cercano di non parteciparvi, con il rischio di non riuscire più a muoversi per la città a causa dell'immensa marea di gente¹⁰³; ma anche nella vivibilità generale della città, come i famosi campi cittadini, che un tempo venivano utilizzati dai bambini per giocare, cosa ora vietata per la presenza dei plateatici dei ristoranti. Numerose sono le polemiche che il nuovo regolamento di Polizia Urbana, ancora in fase di pubblicazione, ha suscitato, in quanto pare un vero e proprio attentato alla quotidianità, come se il fine ultimo fosse quello di rendere la vita così difficoltosa da far "scappare" i residenti di loro sponte.

Tra le varie regole, spiccano appunto quella del divieto di giocare a pallone e girare in monopattino se si ha più di 11 anni, gli orari fissi per poter sbattere la tovaglia fuori dalla finestra e il divieto di spostarsi da esercizio pubblico a esercizio pubblico per festeggiamenti, in pratica quello che in veneziano viene definito come "bacaro tour" e che è una usanza tipica dei giovani veneziani.

¹⁰³ Mi riferisco al Carnevale 2018, ove la folla era rimasta bloccata per la chiusura dei varchi e molti veneziani non sono riusciti a tornare a casa per delle ore.

Il nuovo regolamento di Polizia Urbana

I DIVIETI APPROVATI IERI

- Chi ha più di 11 anni non potrà giocare a pallone negli spazi pubblici
- Non si potrà girare in monopattino oltre gli 11 anni
- Vietato sostare senza motivo su tutto il territorio comunale.
- Mendicanti e venditori abusivi non potranno sostare nel raggio di 200 metri degli incroci, semafori, piazze e parcheggi.
- Multa a chi staziona e occupa spazi per "l'attività di meretricio" inibendo la libera circolazione e impedendo l'accessibilità e la fruizione delle aree.
- Multe da 25 a 500 euro per ogni persona trovata in soprannumero negli appartamenti.
- Estensione del Daspo urbano anche alla zona di Chirignago-Zelarino.
- Via libera all'uso di acqua pubblica delle fontane per dar da bere agli animali e annaffiare le piante sulla pubblica via usando secchi e annaffiatori. Vietato l'uso dei tubi da giardino.

SUOLO PUBBLICO E PUBBLICI ESERCIZI

- Multe da 100 a 300 euro e allontanamento a chi impedisce accessibilità e fruizione di infrastrutture, musei, scuole, edifici pubblici e di culto, pontili, parchi, piazze centrali di Mestre, impianti sportivi, presidi sanitari e le aree interne al perimetro del sito Unesco "Venezia e la sua laguna".
- Nessuno può chiedere l'occupazione dello stesso luogo con banchetti o gazebo per più di due giorni al mese e con intervallo di almeno 8 giorni tra una occupazione e la successiva.
- Multa da 25 a 500 euro a chi sporca luoghi pubblici, aperti al pubblico e le cose esposte
- Obbligo di "brandizzare" recipienti e contenitori per attività commerciali, artigianali o di pubblico esercizio che vendono o somministrano cibi e bevande da asporto.
- Divieto di mettere a disposizione dei clienti locali adiacenti, posti nelle vicinanze per il consumo di cibi e bevande, barche di qualsiasi tipo, parapetti e strutture destinate all'ormeggio (multe da 25 a 500 euro).
- Obbligo di mantenere puliti i servizi igienici
- Nell'area del sito Unesco "Venezia e la sua laguna" è vietata l'esposizione di menu con le immagini dei piatti proposti se non autorizzata con precise modalità
- Divieto a titolari di pubblici esercizi, hotel ed esercizi commerciali di invitare le persone che transitano a entrare nell'attività
- Divieto a gondolieri e sandolisti di invitare le persone a utilizzare i propri mezzi.

DECORO

- Divieto a scuotere, spolverare e battere panni e tappeti dalle finestre e dalle terrazze sul suolo pubblico, eccetto dalle 7 alle 9 nei giorni feriali e dalle 7 alle 10 dei festivi, avendo cura che non transitino pedoni o natanti.
- Vietato lavare sul suolo pubblico indumenti, panni e simili e tendere funi aeree per stendere su tutti i palazzi monumentali e in determinate aree centrali del centro storico, delle isole e di Mestre.
- Divieto di circolare in luoghi pubblici, su veicoli e imbarcazioni pubblici e privati in tenuta balneare
- Divieto di spogliarsi in pubblico
- Divieto di lavarsi in fontane pubbliche e di espletare i propri bisogni fisiologici in luoghi pubblici
- Divieto di consumare cibi e bevande nei luoghi pubblici ostruendo la circolazione (eccetto spazi dedicati, parchi e giardini), divieto di consumare (e vendere) in contenitori di vetro fuori dai locali pubblici e dai plateatici
- In caso di acqua alta i pedoni devono procedere con andatura adeguata senza sollevare schizzi all'incrocio con altri pedoni. I carretti devono dare precedenza ai pedoni
- Divieto di sedersi e straiarsi su ponti, gradini, portici, vere da pozzo... a Venezia e in aree centrali delle isole e della terraferma
- Divieto di sdraiarsi sulle panchine
- Divieto di tuffarsi o nuotare nei canali, divieto di pediluvio
- Divieto di bere alcol dalle 20 alle 8 al di fuori dei luoghi e dei plateatici autorizzati
- Divieto di trasporto di bevande alcoliche senza giustificato motivo dalle 20 alle 8
- Divieto di partecipare o organizzare scorribande di due o più persone tra pubblico esercizio e pubblico esercizio, finalizzate al non responsabile festeggiamento in addi al celibato, lauree, ecc che comportino disturbo della civile convivenza
- Divieto a collocare lucchetti su ponti, transenne ed elementi di arredo urbano
- Divieto di depositare recipienti o cose sotto le pubbliche fontane, entrare nelle aiuole e cogliere fiori, arrampicarsi su alberi, pali, inferrate, monumenti
- La circolazione di carretti a mano per il trasporto di cose a Venezia e isole devono rispettare precise caratteristiche, compresi appoggi posteriori gommati e targhetta di riconoscimento. Il regolamento prescrive anche orari e modalità di circolazione nelle varie aree di centro storico e isole.
- Multa da 25 a 500 euro a chi acquista, riceve, consuma o esibisce qualsiasi tipo di sostanza stupefacente. Multa anche a chi abbandona cose utilizzate o utilizzabili per l'assunzione di sostanze stupefacenti.
- Multa da 25 a 500 euro a chi trasporta senza motivo mercanzia in grandi sacchi o borsoni in tutto il Comune e nei mezzi pubblici. Vietata anche la sosta prolungata con la mercanzia distesa a terra o appesa al corpo.
- Multa da 25 a 500 euro a chi acquista merce posta in vendita in forma ambulante itinerante qualora sia distesa a terra, appesa al corpo del venditore o contenuta in sacchi e borsoni.

Figura 18 Regolamento Polizia. Fonte: [www. https://www.facebook.com/VeneziaNONDisneyland/photos/](https://www.facebook.com/VeneziaNONDisneyland/photos/)

Tra i residenti sono nate anche moltissime associazioni¹⁰⁴ di varia natura a favore della protezione dei veneziani, della residenzialità, della vivibilità e della cultura di Venezia. Questi gruppi tendono a unire moltissimo la comunità, che si ritrova a dialogare e a lottare insieme per un fine comune, ossia la salvaguardia della propria città e dei proprio diritti, nonché della propria identità.

¹⁰⁴ A queste associazioni ho dedicato un sotto capitolo specifico, il 4.2.

3.3.2 Depopulation ed Empowerment

Venezia è una città che soffre da anni del fenomeno dello spopolamento, determinato da un insieme di fattori complessi.

Dal 1966 a oggi, il centro storico di Venezia ha perso praticamente la metà dei suoi abitanti: nel 1966 erano 121.000, nel 2019 poco più di 50.000, con un ritmo di quasi 2.000 mila residenti in meno all'anno. Gli esperti prevedono, inoltre, che entro il 2030 Venezia, se la situazione si continua a evolvere in questa direzione, potrebbe ritrovarsi senza abitanti.¹⁰⁵

L'esodo dei veneziani verso città più abitabili pare inarrestabile, complici l'aumento dei prezzi e del costo della vita, nonché la quasi impossibilità a trovare appartamenti in affitto o da comprare. Ormai, come è stato precedentemente detto, i proprietari degli appartamenti trovano molto più conveniente e redditizio affittare la loro proprietà ai turisti piuttosto che ai veneziani e la stragrande maggioranza delle case si sta trasformando in appartamenti turistici.

Negli ultimi tempi il Comune della città lagunare ha visto aumentare esponenzialmente le richieste da parte dei veneziani per poter prendere possesso di un alloggio pubblico, proprio a causa della mancanza di case private e per il crollo del potere d'acquisto.

Solo negli ultimi due anni, sono stati fissati quattro bandi per l'assegnazione di abitazioni popolari; nel 2020 si arriverà a distribuire oltre 400 appartamenti, preferendo chi vive a Venezia da molti anni (tra i 15 e i 25) e che si trova in una situazione di disagio o che non riesce ad accedere al mercato libero. Inoltre, si tende anche a voler favorire le giovani coppie che combattono per restare in città, per cui l'8% degli appartamenti andrà agli under 35 e la stessa percentuale alle giovani coppie di neosposi o alle famiglie monoparentali.¹⁰⁶

¹⁰⁵ [http://www.repubblica.it/2006/08/sezioni/cronaca/2030-veneziana-vuota/2030-veneziana-vuota.html](http://www.repubblica.it/2006/08/sezioni/cronaca/2030-veneziana-vuota/2030-veneziana-vuota/2030-veneziana-vuota.html).

¹⁰⁶ <https://www.metropolitano.it/residenzialita-pubblica-400-appartamenti/>.

Ormai, non sono solo le persone con un reddito basso a fare richiesta per una casa del Comune, ma anche il ceto medio che, a causa di una *gentrification* sempre più spiccata, non riesce più solo con le proprie possibilità ad abitare in centro storico; gli sfratti per cambio di affittanza degli immobili, ossia da residenziale a turistico, sono all'ordine del giorno.

Oltre alle difficoltà economiche di vivere in città come Venezia si aggiungono anche quelle pratiche, come la manutenzione continua che le case veneziane richiedono, la poca praticità nel muoversi, il clima umido e afoso, nonché la riduzione dei servizi per i cittadini (come macellerie, fabbri, fruttivendoli) che provocano un impoverimento generale della città.

Inoltre, lo spopolamento, come abbiamo visto, è un effetto diretto dell'*overtourism* e delle conseguenze che questo fenomeno comporta in città.

È anche per questa ragione infatti che Venezia ormai viene vista come una *Disneyland*, o meglio ancora, una *Veniceland*, perché la sparizione dei residenti la fa assomigliare sempre più a un parco giochi aperto soltanto per essere mostrato ai turisti, ma senza più identità personale o tessuto sociale.



Figura 19 Contatore abitanti di Venezia, aggiornato al 17/05/2019. Fonte: https://www.ilgazzettino.it/nordest/venezia/venezia_spopolamento-4497450.html

Nel sito dell'UNESCO si discute delle varie problematiche della città lagunare, e assieme a quelle come:

- Il *rischio idrico*, quindi l'aumento dei livelli della laguna;
- Il *moto ondoso*, dato dal traffico acqueo che corrode le fondamenta della città;
- L'*inquinamento*, dato da Marghera ma anche delle stesse barche e crociere;
- La *pressione turistica*, che impatta sempre di più nella vita della città;
- Le *grandi opere*, quelle opere che alterano l'assetto morfologico della città;
- La *pesca illegale*, che provoca uno squilibrio eco sistemico della laguna;
- Il *degrado edilizio e urbano*, dato appunto dal moto ondoso ma anche da una poco effettiva manutenzione da parte degli amministratori;

si tratta anche del fenomeno dello *spopolamento* della città.¹⁰⁷

Riguardo ciò l'Organizzazione delle Nazioni Unite dà delle direttive molto precise:

- Innanzitutto, *contrastare l'emorragia di residenti* valorizzando le unità abitative esistenti, restaurandole ove necessario;
- *Contrastare* la trasformazione della città in una *monocultura turistica*;
- *Sostenere* le *attività* artigiane e le arti e i mestieri tradizionali;
- *Promuovere* il *recupero* delle aree degradate;
- *Promuovere* la *formazione* di giovani artigiani che proseguano le attività tipiche.¹⁰⁸

In questo modo, secondo l'UNESCO, Venezia potrebbe proseguire a essere una città vera e propria, e non il fantasma di se stessa.

¹⁰⁷ http://www.veniceandlagoon.net/web/piano_di_gestione/macroemergenze/.

¹⁰⁸ Vedi nota 105.

Indubbiamente, l'esigua popolazione residente a Venezia centro storico viene stimolata da un senso di orgoglio e di appartenenza alla comunità, definito come *empowerment*. Questo fenomeno sottolinea l'importanza di sopraelevare e dare importanza ai residenti, in termini psicologici, sociali e politici.

L'*empowerment psicologico* si viene a creare nel momento in cui l'orgoglio personale dell'individuo viene ingrandito dalle reazioni degli esterni, che riconoscono l'unicità e il valore della comunità.¹⁰⁹ Questo fattore è fondamentale per far comprendere alla popolazione il suo valore, e aiutarla a comunicarlo e rivitalizzarlo anche per i visitatori.

A Venezia, questo senso di orgoglio è fortissimo, probabilmente reiterato dall'antica importanza della città ma anche dalla forma geografica stessa del centro storico, che lo isola automaticamente dal resto della città metropolitana.

L'*empowerment sociale* riguarda la coesione sociale, il mettere insieme le persone che abbiano un obiettivo in comune. Questo sentimento aiuta i residenti a sentirsi connessi tra di loro e a lavorare insieme.¹¹⁰

Nel centro storico della città lagunare, come già è stato accennato, negli ultimi anni sono nate e si sono formate moltissime associazioni e gruppi spontanei di volontari che perseguono un obiettivo comune, seppur seguendo diverse sfaccettature: garantire la vivibilità della città. Giovani e anziani che amano Venezia, che vogliono salvaguardarne l'ecosistema, proteggerne gli abitanti, contribuire e proporre idee per il miglioramento della gestione dei flussi.

L'*empowerment politico* tratta la possibilità per i residenti di essere rappresentati in maniera giusta ed equa e di avere l'opportunità di dire la loro opinione riguardo il turismo. Questo aspetto viene considerato

¹⁰⁹ Boley, B., McGehee, N., Perdue, R., and Long, P., *Empowerment and Resident Attitudes Toward Tourism: Strengthening the Theoretical Foundation Through a Weberian Lens in Annals of Tourism Research*, 2014, p.12.

¹¹⁰ Vedi nota 107.

come uno dei tratti fondamentali del *community-based tourism*, cui si è parlato nel primo capitolo.¹¹¹

L'*empowerment* politico non riguarda solo il diritto al voto per i cittadini, ma soprattutto il potere di dar loro voce e garantir loro una azione collettiva. Esso richiede una democratica inclusione nel processo decisionale e l'occasione di partecipare, in qualche modo, al governo locale. È fondamentale infatti che la comunità, attore principale in qualsiasi tipo di processo della destinazione, venga rappresentata, coinvolta e ascoltata.¹¹²

A Venezia si percepisce con molta veemenza la mancanza di un coinvolgimento politicamente attivo per la popolazione. Sono numerosissime, ormai, le manifestazioni e le proteste attuate dai residenti verso le istituzioni, che sia il Sindaco, la Giunta o gli assessori. Ci si batte principalmente contro la svendita della città: alberghi, bed and breakfast, ristoranti; ormai anche molti palazzi storici, una volta proprietà del Comune, sono stati venduti ad acquirenti stranieri che ne faranno quasi in tutti i casi hotel di lusso.

I veneziani protestano contro *AirBnB*, chiedendo che le affittanze turistiche vengano strettamente regolamentate ma soprattutto che i posti letto irregolari vengano bloccati; protestano contro le Grandi Navi, uno dei problemi più gravi e pressanti per la città lagunare, che causano inquinamento e moto ondoso e per le quali non sono state ancora trovate soluzioni alternative valide; protestano contro gli sfratti, che sono all'ordine del giorno ormai e per i quali il Comune dovrebbe trovare una valida alternativa.¹¹³

¹¹¹ Precisamente, capitolo 1 sotto paragrafo 1.2.1.

¹¹² Boley, B. B., & McGehee, N. G., *Measuring empowerment: Developing and validating the Resident Empowerment through Tourism Scale (RETS)* in *Tourism Management*, 2014, p.10.

¹¹³ https://corrieredelveneto.corriere.it/venezia-mestre/cronaca/18_aprile_19/venezia-protesta-contro-airbnb-sotto-comune-tensione-corteo-forze-dell-ordine-734966d2-43b9-11e8-a2d0-c3fefb99e251.shtml - <https://www.ilfattoquotidiano.it/2019/06/07/venezia-la-protesta-contro-le-grandi-navi-non-potra-arrivare-a-piazza-san-marco-la-scelta-del-prefetto-schierato-con-la-lega/5240109/> - <https://www.lavocedivenezia.it/ultima-ora-centri-sociali-occupano-comune-contro-sfratti-a-venezia/>.

Tutti questi dissensi e tutti questi malcontenti delineano il profilo di una comunità che non si sente valorizzata o chiamata in causa nel momento in cui si devono prendere decisioni vitali per la propria città.

3.3.3 *Il bisogno di una diversa concezione dell'ospitalità e del rispetto: l'empatia come risposta*

Tra le molte polemiche che si susseguono tra i residenti, rispetto al turismo e ai visitatori della città lagunare, sicuramente una delle più sentite e reiterate è proprio quella del comportamento dei turisti.

Maleducazione, arroganza e superficialità sono le caratteristiche con le quali i turisti vengono descritti dai veneziani.

Allo stesso modo, però, anche la comunità viene vista dai visitatori in duplice maniera: sia come portatrice di un aspetto fondamentale della cultura locale, che come un insieme di persone chiuse, brusche, indisponenti.

Al fine di educare i turisti e insegnar loro i comportamenti corretti da mantenere in città, il Comune ha pubblicato una campagna sotto il nome di *#EnjoyRespectVenezia*. Questo decalogo riunisce i comportamenti sostenibili e responsabili da rispettare nel centro storico di Venezia, sia per mantenerne l'ambiente, che i monumenti, che la convivenza armoniosa con i cittadini.

Il messaggio parla di *Enjoy*, perché Venezia va vissuta e goduta appieno, e la campagna non ha sicuramente come obiettivo ridurre questo aspetto; si parla però anche di *Respect*, perché nel visitarla bisogna rispettarla e salvaguardarla, che è la parte fondamentale della campagna; infine si parla di *Venezia*, unico termine in italiano per dare un senso di appartenenza, per dire che la città deve essere al centro di tutte le attenzioni.

La campagna elenca 12 pratiche per formare un visitatore consapevole e rispettoso:

1. Esplorare le bellezze artistiche nascoste della città;
2. Esplorare la laguna e le isole;
3. Assaggiare i prodotti locali;
4. Acquistare nelle botteghe artigiane;
5. Fare tour guidati con accompagnatori abilitati;
6. Camminare a destra e non sostare per le calli;
7. Non fare pic-nic per terra, lungo le rive o nei campi;
8. Non consumare cibi nell'area di San Marco;
9. Non circolare in abbigliamento poco consoni per la città;
10. Rispettare l'ambiente e i monumenti;
11. Fare la raccolta differenziata;
12. Cercare di visitare Venezia nei periodi di minor affollamento.¹¹⁴



Figura 20 Locandina campagna. fonte: <https://confesercenti.ve.it/in-evidenza/2017/07/20/enjoy-respect-venezia/>

Il successo e la buona riuscita di questa campagna è dubbio, forse anche per la poca incisività della sponsorizzazione e della diffusione, o perché probabilmente manca un pezzo fondamentale per renderla conosciuta ai visitatori: il renderla nota prima della visita. Molti turisti

¹¹⁴ <https://www.comune.venezia.it/it/content/buone-pratiche>.

ne vengono a conoscenza soltanto nel momento in cui arrivano in città, ed è quindi difficile per loro familiarizzare con certi aspetti che magari non sono molto intuitivi.

L'idea che i residenti hanno dei turisti, negli ultimi tempi, è molto negativa, e anche chi vive di turismo e ci guadagna non riesce a distaccarsi da questa prospettiva.

Uno dei molti commenti che si può trovare sui *social*, soprattutto nei gruppi chiusi composti da veneziani, è il seguente:



Figura 21 Commento di un veneziano. Fonte: Gruppo chiuso di Facebook

Traduzione in italiano: "Non ne posso più di turisti e gentaglia varia. Ma non hanno una casa questi foresti? Che stiano a casa loro."

È palese il sentimento di odio e disagio che l'utente prova verso i turisti, così forte da non volerli nella sua città.

Dall'altro lato, i turisti percepiscono questi sentimenti negativi nei loro confronti e rispondono di conseguenza; durante le ricerche fatte nei vari social, è emerso come l'esperienza di visita di molti sia stata rovinata proprio a causa di questa sensazione di non essere ben voluti o desiderati, di sentirsi dei nemici e mal accolti.

Un esempio di ciò di cui parlo è questo commento:



Figura 22 Commento di un turista. Fonte: https://www.reddit.com/r/italy/comments/77ob3q/a_night_in_venice/

Indubbiamente, tra questi due poli c'è un problema di mancanza di empatia e rispetto che crea un clima pesante e negativo.

Quello che sfugge ai visitatori e ai residenti è che entrambi sono allo stesso livello: il visitatore è un residente temporaneo, e il residente è anche un visitatore, in un'altra città.

La convivenza tra queste due realtà è vitale e l'empatia è la chiave per raggiungerla. È necessario mettersi nei panni gli uni degli altri per rispettarci e sostenerci a vicenda.

CAPITOLO IV

Le iniziative

In questo capitolo si andranno a trattare in maniera approfondita le iniziative gestite dal Comune per quanto riguarda il turismo in generale, quindi il progetto *Detourism* che ha come obiettivo quello di confluire i flussi anche in zone meno note e quindi meno congestionate della città, oltre alla già precedentemente citata campagna di *#EnjoyRespectVenezia*. Inoltre, verrà studiato il Progetto di *governance* territoriale del turismo a Venezia, stipulato nel 2016, che avrà come obiettivi quelli di promuovere un turismo sostenibile, implementare le risorse tecnologiche per riuscire, in futuro, a prevedere e meglio gestire i periodi di maggior affluenza e infine valorizzare e sostenere la cultura e l'identità veneziana.

Successivamente saranno analizzati i progetti più specificatamente destinati alla regolamentazione del turismo da un punto di vista sociale, ossia di tutela dei residenti. Residenzialità, servizi e lavoro sono i punti chiave per risollevare la cittadinanza.

In seguito, si descriveranno quelle che sono le associazioni più attive sul territorio veneziano, quindi quei gruppi formati da cittadini che hanno come solo interesse la propria città.

Italia Nostra – Venezia, Venessia.com, Gruppo25Aprile e Generazione '90 sono i comitati che ho selezionato e di cui ho intervistato un componente per farmi raccontare la loro storia, le loro manifestazioni, i loro ideali e principi e soprattutto i loro obiettivi primari per questa città.

Infine, verrà paragonata la realtà Comunale con quella cittadina, il dialogo e l'eventuale collaborazione tra le due. Verranno ipotizzati dei possibili scenari futuri tra questi due poli, che sono distanti ma al tempo stesso dovrebbero essere vicini e lavorare a stretto contatto per il bene di Venezia.

4.1 La città di Venezia e il suo Comune

4.1.1 Le iniziative generali sul turismo

Negli anni il Comune di Venezia ha cercato di attivarsi a favore della promozione di un turismo più solidale e sostenibile.

Oltre alla già citata campagna di sensibilizzazione *#EnjoyRespectVenezia*, che ha appunto come obiettivo quello di educare i turisti a godere rispettosamente della città e dei suoi abitanti, ne troviamo un'altra, atta a promuovere un turismo sensibile e attento, compatibile con la delicata città che è Venezia. Questa campagna di comunicazione viene denominata *Detourism*¹¹⁵ e si pone come obiettivo proprio quello di far conoscere una città diversa, incoraggiando la scoperta di zone più nascoste e meno visitate di Venezia e della sua laguna. L'obiettivo ultimo è quello di gestire e deviare i flussi turistici verso zone meno note e quindi meno congestionate, andando ad alleviare la pressione da quei siti che vengono soffocati da un numero di turisti fin troppo elevato.

In pratica, vengono proposti degli spunti per itinerari al di fuori delle rotte usuali, nei sestieri del centro storico della città e nelle isole della laguna, assieme a percorsi accessibili a persone con disabilità motorie. Inoltre, vengono elencati gli spazi verdi visitabili e promossa la cucina veneziana, celebre per i *cicheti*¹¹⁶ e la varietà di pesce, assieme all'intramontabile spritz.

Di seguito, un esempio di tour che viene proposto nel sito turistico ufficiale della città di Venezia¹¹⁷, definito come "tour insolito" nel sestiere di Dorsoduro:

¹¹⁵ <https://www.comune.venezia.it/it/content/detourism-itinerari-sostenibili>.

¹¹⁶ Per *cicheti* si intendono crostini, polpette, sarde, piccoli spuntini da accompagnare a un'ombra di vino.

¹¹⁷ <http://www.veneziaunica.it/it>.

Le quasi 130 pagine sono suddivise per tematiche generali, quali:

- 1) Governare la risorsa turistica;
- 2) Azioni a sostegno della residenza;
- 3) Bilanciare gli extracosti per favorire la valorizzazione e lo sviluppo della città;
- 4) Innovare l'informazione e il marketing. Educare a un turismo responsabile e sostenibile.

OBIETTIVO GENERALE	OBIETTIVO SPECIFICO
A) Governare la risorsa	<p>Cabina di regia: conoscere la risorsa al fine della pianificazione delle scelte</p> <p>Smart Control Room</p> <p>Monitorare e controllare gli accessi e la mobilità all'interno della città anche per renderla più sicura</p> <p>Coordinare le funzioni di controllo e sicurezza</p> <p>Nuove strategie di mobilità urbana e metropolitana</p> <p>Sperimentazione di sistemi di prenotazione dell'accesso all'area Marciana</p> <p>Sistemi di prenotazione e carte turistiche</p> <p>Interventi a sostegno dell'esercizio delle professioni di guida turistica a Venezia ai fini della valorizzazione dell'offerta culturale</p>
B) Tutelare la residenzialità	<p>Interventi di disciplina dell'attività di portabagagli</p> <p>Revisione delle norme urbanistiche a favore della residenza: sollecitazione</p> <p>Revisione della normativa sulle locazioni turistiche: sollecitazione</p> <p>Limitazioni delle attività di take away</p> <p>Riordino delle aree di occupazioni suolo</p> <p>Sollecitazione di interventi di riforma della legislazione Speciale per Venezia</p> <p>Interventi di accessibilità e superamento barriere architettoniche</p> <p>Interventi di raccolta differenziata e misure volte al contenimento del carico di rifiuti in città a tutela dell'igiene pubblica e del decoro urbano</p>
C) Bilanciare gli extracosti per favorire la valorizzazione e lo sviluppo della città	<p>La sostenibilità dei flussi turistici sul territorio</p> <p>Proporzionalità dell'imposta di soggiorno alle locazioni turistiche</p> <p>Revisione della modalità di riscossione dell'imposta di soggiorno</p> <p>Studio per la fattibilità di accordi con i gestori di trasporto ferroviario</p>
D) Innovare l'informazione e il marketing, educare a un turismo responsabile e sostenibile	<p>Anno Internazionale del Turismo Sostenibile 2017</p> <p>Migliorare la qualità dell'offerta turistica metropolitana</p> <p>Decalogo comportamentale per il visitatore, campagna internazionale di sensibilizzazione</p> <p>Cartellonistica e totem informativi</p> <p>Individuazione aree di ristoro e mappatura dei giardini e parchi della Città di Venezia e incremento dei servizi igienici pubblici</p> <p>Forti in rete</p> <p>Rete dei siti Unesco del Veneto</p> <p>Interventi di rilevanza culturale in Terraferma</p> <p>Valorizzazione dei circuiti di visita diffusa – Progetto slow tourism</p>

Figura 24 Tabella riassuntiva. Fonte: Progetto di governance territoriale del turismo a Venezia, pp. 8-9.

Con i fondi dati a disposizione al Comune di Venezia dal Governo italiano, tramite il *Patto per lo sviluppo della Città di Venezia*¹¹⁹, si procederà a riqualificare vaste zone della città, che per caratteristica sua intrinseca ha costante bisogno di restauri; promuovere il progresso digitale e tecnologico anche con lo scopo di ideare un sistema che possa garantire una migliore gestione dei flussi, tramite quindi centri di raccolta dati, telecamere, piattaforme web che avrebbero al fine lo scopo di analizzare il numero di presenze nell'anno ed essere quindi poi in grado di prevedere i periodi di maggior affollamento, e in seguito ridurli; valorizzare la cultura veneziana, quindi i suoi musei e i suoi palazzi.

4.1.2 Le iniziative sociali rivolte alla popolazione

Iniziative specifiche, rivolte alla popolazione, non sono riuscite a rilevarne.

In qualche modo, in questi anni, la Giunta si è attivata per cercare di preservare l'identità, la cultura e la popolazione veneziana.

Dato l'aumento inarrestabile delle presenze in città e il crollo del numero dei residenti, è diventato ormai prioritario intraprendere azioni concrete che possano modificare l'altrimenti inarrestabile sfaldamento del tessuto della città.

Le stesse campagne di *#EnjoyRespectVenezia* e *Detourism*, in un certo senso, possono venir lette anche come delle campagne sociali, l'una perché educa il turista a rispettare la città, e quindi di conseguenza anche i suoi cittadini, l'altra perché indirizzando i flussi verso zone meno conosciute di Venezia, permette al residente di vivere una vita

¹¹⁹ Presidenza del Consiglio dei Ministri, Città di Venezia, *Patto per lo Sviluppo della Città di Venezia, Interventi per lo sviluppo economico, la coesione e territoriale della Città di Venezia*. http://www.governo.it/sites/governo.it/files/Patto_Venezia_20161126.pdf

normale, camminando senza dover sgomitare e godendosi la propria città.

Anche nello stesso progetto di *governance* sopraccitato, tra gli altri obiettivi c'è quello di tutela della residenzialità, le cui azioni tratteranno:

1. Revisione delle norme urbanistiche a favore della residenza;
2. Revisione della normativa sulle locazioni turistiche;
3. Limitazioni delle attività di *take away*;
4. Riordino delle aree di occupazione suolo;
5. Sollecitazione di interventi di riforma della legislazione Speciale per Venezia;
6. Interventi di accessibilità e superamento barriere architettoniche;
7. Interventi di raccolta differenziata e misure volte al contenimento del carico di rifiuti prodotti in Città a tutela dell'igiene pubblica e del decoro urbano.

Nel primo punto, si attua la strategia di implementazione degli alloggi a canone di locazione sostenibile, nonché il blocco di nuovi insediamenti ricettivi alberghieri e complementari, salvo deroghe; nel secondo, si richiede l'intervento del MIBACT e della Regione Veneto per normative adeguate al territorio veneziano; nel terzo si attua il divieto di nuove aperture di locali non artigianali e adeguare quelle già in essere; nel quarto si mira a regolamentare l'occupazione di suolo pubblico con plateatici e venditori ambulanti; nel quinto si richiedono finanziamenti per salvaguardare la città; nel sesto si ribadisce l'impegno a proseguire con gli adeguamenti per rendere Venezia una città accessibile e infine nel settimo si tratta la raccolta differenziata, una miglior distribuzione dei cestini in città e una variazione della TARI.¹²⁰

Molte di queste iniziative, assieme ad altre, le ho discusse con i rappresentanti delle associazioni, di cui qui di seguito parlerò.

¹²⁰ Città di Venezia, Progetto di *governance* territoriale del turismo a Venezia, 2016-2018, p. 71-90.

4.2 La città di Venezia e i suoi residenti

4.2.1 Le associazioni: quali e perché

Ho deciso di presentare e descrivere quattro delle associazioni che, in base alle mie conoscenze, a ricerche fatte online, a successo mediatico e numero di iscritti presenti nelle pagine o gruppi *Facebook*, risultano come le più attive e importanti nel territorio lagunare. Verrà descritta la storia, gli obiettivi, i successi e le tematiche chiave che ognuno di questi comitati ha, con particolare attenzione per quella sociale.

I gruppi che tratterò saranno:

- Italia Nostra – Venezia;
- Venessia.com;
- Gruppo25Aprile;
- Generazione '90.

Il *primo* verrà analizzato più brevemente e in maniera generale, in quanto gruppo molto attivo nelle tematiche ambientali e di salvaguardia dell'ecosistema lagunare, solo di appoggio per quanto riguarda quelle sociali.

Il *secondo* rappresenta il primo gruppo formato spontaneamente da cittadini, con una lunga storia di manifestazioni, lotte e ideali alle spalle, anche se oggi giorno meno attivo.

Il *terzo* è un comitato relativamente giovane, ma che dal punto di vista sociale della cittadinanza, sta facendo moltissimo. Sarà descritto proprio per questo motivo, per essere, al momento, il gruppo più rappresentativo e attivo sul territorio veneziano.

Infine, la *quarta* associazione verrà trattata in quanto formata da veneziani che dovrebbero rappresentare il futuro di questa città. Nonostante sia l'associazione che i suoi componenti siano giovani, è palpabile il desiderio di contribuire e far sentire la propria voce.

4.2.1.1 Italia Nostra – Venezia

Ho incontrato Lidia Fersuoch, presidentessa dell'associazione Italia Nostra – Venezia¹²¹.

Italia Nostra è una associazione culturale di stampo nazionale, la cui prima sede fu a Roma negli anni '50. Venne fondata con l'intento di partecipare attivamente alla tutela dei beni culturali e del paesaggio, alla conservazione del centro storico di Roma.

In seguito, vennero aperte altre circa 200 sezioni, tra cui quella di Venezia nel **1959**. Attualmente, conta numerosi iscritti, tra i quali un centinaio sono veneziani.

Fin da subito, Italia Nostra – Venezia si è battuta per la tutela della laguna e dell'urbanistica della città. Negli anni '60, venne intrapresa una lotta contro la distruzione del tessuto storico della città, andando ad abbattere le piccole abitazioni e palazzi a favore di quelle più grande e sane. Negli stessi anni, si accese un sentito dibattito riguardo il Canale dei Petroli, che accoglie il passaggio delle navi commerciali; oggi, la stessa questione è stata riportata in auge, da quando si pensa al sopraddetto canale come alternativa al passaggio delle crociere per il Bacino di San Marco e il Canale della Giudecca. Italia Nostra – Venezia si oppone con forza allo scavo del canale, che comporterebbe dei rischi e un danneggiamento del delicato ecosistema lagunare.

Questa associazione, anche in questi ultimi anni, è molto attiva sul tema dell'ambiente, della laguna e dei beni culturali. Appositamente, trattano marginalmente il tema degli impatti sociali del turismo, e solo per vie trasverse: ad esempio, la trasformazione del Fondaco dei Tedeschi in centro commerciale di lusso, nel **2016**, è stata vista come uno snaturamento di un palazzo storico che apparteneva ed era pensato per i veneziani, quindi un ennesimo "furto" di proprietà di cui

¹²¹ <https://www.italianostravenezia.org>.

i residenti sono stati privati. Nonostante i numerosi ricorsi per le pesanti modifiche che il palazzo stava subendo, non è stato possibile bloccare l'operazione.

Sempre per quanto riguarda le opere pubbliche, proprio qualche mese fa la stessa presidentessa si è esposta contro l'edificazione che verrà realizzata ai Giardinetti Reali, a pochi passi da San Marco; ennesima opera che sfigurerà l'asset originario del luogo, e che ospiterà attività difficilmente dedicate ai cittadini, nonostante le promesse.

Polemiche sono nate anche nel cambio di nome dell'isola di Sacca Sessola, ora denominata Isola delle Rose, appellativo molto più orecchiabile per un'isola che ospita un lussuoso resort, alla quale però, in questo modo, è stata tolta l'identità cittadina e storica.

L'odissea veneziana del Fontego dei Tedeschi tra pubblico e privato

L'ULTIMO round sul veneziano Fontego dei Tedeschi si gioca la prossima settimana al Consiglio di Stato. Ma intanto rivivono in un piccolo libro la storia di questo stupefacente edificio che sorge accanto al ponte di Rialto e le polemiche sul progetto dell'architetto Rem Koolhaas che lo sta trasformando — il cantiere è già avviato — in un emporio del lusso (la proprietà, il gruppo Benetton, ne ha affidato la gestione ai francesi di Dfs). Nelle limpide pagine di *Nostro Fontego dei Tedeschi* Lidia Fersuoch fa scorrere la vicenda dell'edificio realizzato nel Cinquecento. Il Fontego, scrive Fersuoch (archivista, presidente di Italia Nostra veneziana: il libro edito dalla Corte del Fontego viene presentato oggi alla Scoletta dei Calegheri, Campo san Tomà, ore 17,30), è il luogo dove i mercanti teutonici stipano i loro prodotti. È un crocevia di culture, la sua mole imponente è seconda solo a Palazzo Ducale. Intorno al maestoso cortile corrono duecento stanze. Nell'Ottocento il Fontego subisce manipolazioni e un brutto lucernario va a coprire il cortile. Nel 1925 è acquistato dalle Poste, che avviano lavori di consolidamento, alcuni utili, altri meno. Nel 2008 il Fontego viene venduto al gruppo Benetton, che vuol farne un centro commerciale. Le norme urbanistiche proteggono l'edificio «come in una botte di ferro», scrive Fersuoch: nessuna variazione volumetrica, nel numero dei piani, nella superficie utile lorda, e salvaguardia degli elementi antichi. Ma il Comune, in cambio di 6 milioni, sigla con la proprietà una convenzione che scavalca i vincoli.

Koolhaas presenta un progetto. Il tetto viene scopercchiato e al suo posto si apre una terrazza. Nel cortile è prevista una scala mobile rosso fuoco che demolisce in alcuni punti la balaustra cinquecentesca. Il lucernario viene rialzato e sotto si realizza un piano in vetro e acciaio. Le polemiche sono furenti. Salvatore Settis ne scrive su Repubblica.

Italia Nostra prepara un esposto e Ugo Soragni, direttore regionale dei Beni culturali, spedisce il progetto al comitato di settore del ministero. Che lo boccia.

Koolhaas, diventato curatore della Biennale architettura, lavora a un secondo progetto. Il piano sotto il lucernario è ancora lì. La scala mobile cambia dislocazione. C'è anche la terrazza, che corre lungo la fronte del Fontego. E su una parete della loggia compare un grande foro circolare. Alle polemiche sugli interventi, che secondo due docenti di restauro, Mario Piana e Giuseppe Cristinelli, e Vittorio Gregotti, sarebbero troppo impattanti, si aggiungono le critiche di chi non vede utilità, anzi solo svantaggi, di un emporio del lusso in una città soffocata dal turismo. La firma di Koolhaas è una garanzia per chi è favorevole agli interventi. La soprintendente Renata Codello (ora a Roma) dà l'autorizzazione: l'edificio, dice, è già stato manipolato e può esserlo ulteriormente. In prima istanza il Tar del Veneto rigetta l'esposto di Italia Nostra, sostenendo che il Fontego versione Koolhaas assolve a una "funzione pubblica". Ma l'ultima parola spetta al Consiglio di Stato.

Figura 25 Articolo di giornale. Fonte: <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2015/04/18/>

I NUOVI EDIFICI ACCANTO ALLA CAFFÈ HOUSE

Giardinetti edificati protesta di Italia Nostra «E il canone è ridicolo»

La presidente dell'associazione Lidia Fersuoch lancia l'allarme «Rendano pubblico l'accordo tra privati sulla Piazza»

Alberto Vitucci

Due grandi edifici e una rotonda in metallo e vetro nei Giardinetti reali, accanto alla Caffèhaus progettata da Lorenzo Santi nel 1815. A pochi passi da piazza San Marco. Fa discutere il nuovo assetto dell'area dei Giardinetti, che in questi giorni prende forma con l'edificazione dei nuovi edifici. Italia Nostra grida allo scandalo, e annuncia iniziative anche giudiziarie. Ma gli interventi risultano autorizzati dalla Soprintendenza e approvati dal Comune. «Stupore e scandalo a cui ormai i veneziani si stanno abituando», sbotta Lidia Fersuoch, presidente della sezione veneziana di Italia Nostra, «dal pesante intervento di restauro del Fontego dei Tedeschi con la costruzione di un

piano aggiunto in vetro e cemento ormai ci possiamo aspettare qualunque cosa». Italia Nostra punta adesso il dito sul nuovo intervento. Frutto di un accordo avviato nel 2015 dall'allora commissario del Comune, il prefetto Vittorio Zappalà, proseguito dall'amministrazione

«28 mila euro l'anno, come l'affitto di un appartamento per 19 anni di concessione»

Brugnaro. Lo spazio pregiato e strategico dei Giardinetti Reali dato in concessione alla Venice Gardens Foundation dell'industriale torinese Rebaudengo. Interventi di restauro e rifacimento delle parti metalliche e lapidee. Con la

costruzione dei tre nuovi edifici che dovrebbero ospitare, secondo il progetto, «servizi per il pubblico e attività culturali di ricerca». «Per un canone annuo di 28 mila euro, 2.300 euro mensili», scrive la presidente dell'associazione, «cioè come un appartamento di lusso, la Venice Gardens Foundation ha avuto in concessione per 19 anni la Palazzina santi e i Giardinetti reali. Nella palazzina la fondazione potrà allestire una Coffee House, attività in quel luogo molto redditizia». «Solo l'antipasto», prosegue la nota di Italia Nostra, «a quello che arriverà nelle Procuratie vecchie in Piazza San Marco, sempre a opera delle Generali che si sono in quel caso affidate a un archistar per realizzare un nuovo auditorium».

Italia Nostra ricorda anche il libello di una scrittrice veneziana, Paola Somma. «Le Generali sono diventate mecenate dei mecenati», scrive.

Nel progetto è previsto anche il restauro del ponte Levatoio della Zecca e un nuovo collegamento anche pedonale con l'attigua piazza San Marco.



Gli edifici e la rotonda in metallo e vetro eretti nei Giardinetti Reali

«I Giardinetti reali», dice la presidente di Italia Nostra, «potrebbero diventare presto una prestigiosa porta d'acqua per le Generali».

L'associazione chiede adesso al Comune di rendere pub-

blico l'accordo tra Fondazione Venice Gardens e le Generali firmato nel 2016.

«Un bene pubblico di rara bellezza, protetto e vincolato», continua l'esperto ambientalista, «che deve essere fruibile e sotto il controllo dei cittadini».

I lavori per la nuova serra dei Giardinetti intanto procedono a ritmo serrato. Entro un mese i nuovi edifici dovrebbero essere finiti.

Si provvederà, come scritto nel cronoprogramma del-

la Fondazione, a piantare «nuove essenze arboree» all'interno dei Giardinetti.

L'inaugurazione della nuova struttura, con la benedizione di Comune, Demanio e Soprintendenza, è prevista per fine novembre. L'area apparirà alquanto diversa da come se la ricordano i veneziani meno giovani. Luogo di passeggiata nel verde con vista sul Bacino San Marco. Vista oggi occlusa da bancarelle e taxi. —

Figura 26 Articolo di giornale. Fonte: <https://www.facebook.com/italianostraVE/photos/>

Infine, invitati dalla Giunta nel **2016** per dare la loro opinione sulla gestione dei flussi turistici, assieme anche ad altre associazioni per un totale di 19 progetti differenti, contribuirono con un progetto che aveva come obiettivo quello di contenere gli arrivi di gruppi di persone andando a regolare le prenotazioni nelle agenzie.

Sul flussi turistici

LE VALIDE PROPOSTE DELLA MUNICIPALITÀ

Se Venezia, Murano e Burano costituissero un comune separato dalla terraferma forse oggi la difficile questione del turismo sarebbe vicina a una risposta sensata, in linea con l'importante esigenza di salvaguardare la vita e l'economia locali senza rinunciare ai benefici di un afflusso anche importante di visitatori. Questa è almeno la sensazione che si ha di fronte alla lettura di un documento approvato nel pomeriggio dell'11 gennaio dalla Municipalità appunto di Venezia, Murano e Burano. Purtroppo però le proposte della Municipalità (approvate a grande maggioranza: 15 voti favorevoli, 4 contrari e 3 astenuti), non hanno valore legislativo ma solo consultivo e dovranno passare per l'esame del consiglio comunale vero e proprio il quale, eletto in tutto il Comune e oggi guidato dal sindaco Brugnaro, senza alcun

dubbio le respingerà. Formulate dopo l'esame delle «audizioni» convocate dal Comune stesso negli ultimi due mesi (17 audizioni di cittadini, associazioni e forze economiche locali), esse riflettono in modo sorprendente il pensiero espresso dalle associazioni di cittadini meno legate a interessi economici immediati e più preoccupate dal mantenimento di una accettabile qualità della vita. Ecco una rapida sintesi dei punti più importanti: 1. Per la prima volta nella storia degli organi del Comune, si osa nominare esplicitamente la «soglia massima» di presenze turistiche ritenute accettabili. La Municipalità dichiara che tale soglia dev'essere di 50.000 presenze, inclusive di turisti pernottanti ed escursionisti. Il dato si avvicina a quello proposto da alcuni gruppi di cittadini: 38.000 da Italia Nostra, 55.000 dal professor Carrera, 35.000 da Jan van der Borg. 2. Si chiede che gli escursionisti siano gestiti iniziando dai gruppi organiz-

zati, il cui numero va fortemente limitato richiedendo una prenotazione obbligatoria (questa era ed è una richiesta esplicita di Italia Nostra). E si propongono misure importanti per il controllo di autobus e lanciando gran turismo. 3. Gli appartamenti di Venezia devono andare in affitto a residenti. Per limitare l'affitto a uso turistico si propone di «limitare la possibilità di locare appartamenti a turisti solo a chi risiede a Venezia» e di «definire una tassazione pesante a livello nazionale e locale per le affittanze turistiche, istituendo un contratto di locazione specifico». 4. Si prevedono incentivi fiscali per le coppie che acquistano casa a Venezia e per i negozi di vicinato, mentre si propongono misure per arrestare la proliferazione di bar, ristoranti e negozi di paccottiglia turistica. Con l'approvazione di questo documento si può dire quindi che il dado sia tratto.

Paolo Lanapoppi
vicepresidente Italia Nostra

Figura 27 Articolo di giornale. Fonte: <https://www.facebook.com/italianostraVE/photos/>

Italia Nostra è una realtà molto importante in tutta Italia, e sono numerose le battaglie che hanno intrapreso nella penisola. A Venezia, oltre a quelle già citate, si aggiungono quelle sull'inserimento della città nella *black list* dell'UNESCO, sul futuro delle navi da crociera, sulla trasformazione dell'Isola delle Tresse in discarica, sul Mose. Di questioni più sociali però, come è già stato preannunciato, preferiscono non occuparsene, per potersi concentrare su altro; a loro avviso, ognuno deve cercare di fare la sua parte, concentrandosi su un suo argomento specifico, contando naturalmente sempre sull'appoggio degli altri.

4.2.1.2 *Venessia.com*

A proposito di questa associazione, nata nel **2000** come sito internet ma divenuta poi movimento attivo negli anni **2004/2005**, ho incontrato Matteo Secchi, il suo presidente.

Venessia.com¹²² nasce appunto il 30 maggio **2000** come sito personale di Stefano Soffiato, utilizzato come blog personale, poi sviluppatosi in raccolta pubblica di aneddoti della vita veneziana del tempo. Con il tempo, il blog inizia ad avere sempre più successo e riscontri in termini di attenzione, e da qui l'idea di Soffiato di aprire un forum di discussione, nel **2002**. *Facebook* e i *social media* non esistevano ancora; con il suo sito, Soffiato si vanta di aver utilizzato per primo internet e un *social network* per riunire le persone e dar loro modo di confrontarsi e dibattere riguardo temi scottanti su Venezia. Il gruppo di persone era ed è eterogeneo, sia politicamente che socialmente; l'unica cosa che unisce tutti è proprio l'amore e l'interesse per la propria città.

Nel **2004**, dopo aver raggiunto un numero sentito di partecipanti, i componenti di Venessia.com decidono di incontrarsi personalmente e

¹²² <http://www.venessia.com>.

il dialogo online si trasforma in azione concreta per Venezia e i suoi abitanti. Si può dire che Venessia.com sia stato il gruppo precursore di tutti i comitati che sono successivamente nati.

La prima azione concreta del gruppo appena nato fu nel **2006**, con il volersi riappropriare dell'un tempo chiamato Ponte Grisostomo, ora noto come Ponte dei Zogatoi proprio grazie all'intervento di una quindicina di attivisti che distesero un lenzuolo con il nome attuale sopra quello effettivamente messo sul *nizioleto*. In qualche anno, la richiesta venne effettivamente accolta e fu una piccola vittoria identitaria per i veneziani, che da sempre chiamavano il ponte con quel nome¹²³.



Figura 28 Articolo di giornale. Fonte: <https://www.facebook.com/pg/venessiacom/photos>

La seconda azione importante si svolse nel momento in cui il criticatissimo ponte di Calatrava venne trasportato a Venezia, in due serate di agosto del **2007**. La prima sera, furono meno di una decina i protestanti; la seconda invece si ritrovarono in più di duecento persone

¹²³ Memori di un negozio di giocattoli storico in città, ormai tragicamente ceduto a venditori di souvenir.

a manifestare contro una spesa, a dir loro, inutile, o quantomeno superflua, nel momento in cui Venezia e i suoi veneziani avevano bisogno di altri tipi di sostegni, come contributi per la residenzialità o per i servizi alla popolazione.

Questa manifestazione ebbe anche un risvolto politico, trasformandosi in una protesta popolare contro la giunta di Cacciari, al tempo sindaco di Venezia.



Figura 29 Articolo di giornale. Fonte: <https://www.facebook.com/pg/venessiacom/photos>

Nel **2008**, gli attivisti di Venessia.com si ritrovano per protestare contro la legge regionale per il turismo voluta da Zaia ed entrata in vigore nel 2014; in quel caso, si riunirono assieme a Venessia.com ben 14 associazioni che riuscirono a farsi ricevere in Consiglio Regionale e cassare ben tre articoli ritenuti inadatti a una città come Venezia. Uno tra questi avrebbe potuto permettere a un albergo qualsiasi di aprire dependance senza vincoli numerici, finché esse si trattassero di unità immobiliari nello stesso sestiere, trasformando la città, in poche parole, in un albergo diffuso.

Tra tutte le lotte e le manifestazioni sicuramente questa è tra le più significative, in quanto ha apportato un risultato concreto alla città e una strenua difesa ai suoi cittadini.

L'obiettivo principale era cercare di dare un freno all'apertura di maxi-alberghi che avrebbero dato il colpo di grazia a una città che già, al tempo, soffriva moltissimo la perdita di residenti; la diffusione di camere e appartamenti per turisti avrebbe portato inevitabilmente allo sfratto di centinaia di veneziani.

Nel **2008** Venessia.com installò a questo proposito il celebre conta persone che si trova nella farmacia in campo San Bartolomeo, per monitorare la situazione residenziale della città.



Figura 30 Articolo di giornale. Fonte: <https://www.facebook.com/pg/venessiacom/photos>

Nel 14 novembre **2009** Venessia.com celebrò il suo successo mediatico denunciando in tutto il mondo la situazione di Venezia e dei suoi abitanti, onorandola, tra virgolette, con il suo funerale. La manifestazione venne organizzata allo scendere degli abitanti sotto la soglia dei 60.000, chiarissimo segnale di svuotamento della città dei suoi residenti.

Oltre cento giornalisti parteciparono e documentarono la protesta, provenienti da molti dei più importanti giornali internazionali; fu la notizia proveniente dall'Italia più diffusa, dopo quella del terremoto dell'Aquila.

La sua importanza deriva proprio dal fatto di aver segnalato, non solo all'interno della città o del nostro Paese, ma a tutti, la situazione che Venezia stava affrontando e quella che avrebbe affrontato negli anni a venire. Venne rilanciato il dibattito sull'esodo degli abitanti, della devastazione cui avrebbe fatto fronte negli anni il centro storico, della perdita della cultura e dell'identità.

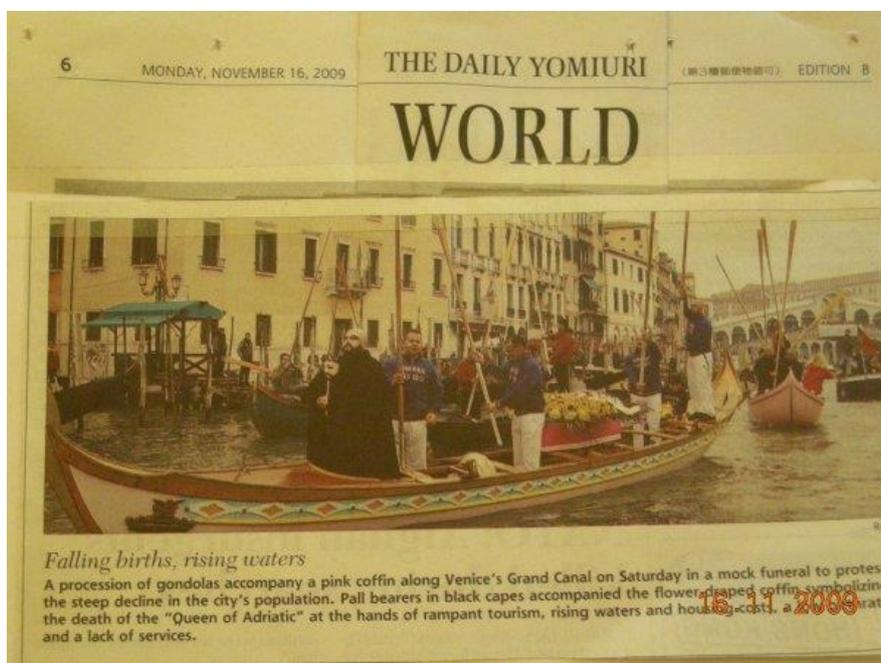


Figura 31 Articolo di un giornale giapponese. Fonte: <https://www.facebook.com/pg/venessiacom/photos>

Tra le manifestazioni di una certa rilevanza, oltre a quella sopraccitata, troviamo nel **2010** anche *Veniceland*, un chiaro richiamo a *Disneyland* e a quello che Venezia stava già diventando, un grande parco divertimenti. Venne organizzata a Piazzale Roma con tanto di finta mappa, giostre e biglietto d'ingresso. Il tutto sempre per denunciare la situazione di degrado della città, la perdita di identità di Venezia e la mancanza di politiche decisive che vadano a invertire la rotta intrapresa.



Figura 32 Articoli di giornale. Fonte: <https://www.facebook.com/pg/venessiacom/photos>

Sempre nel **2010** gli attivisti di Venessia.com fanno sentire la loro voce nella protesta contro il trasferimento a Fusina dal Tronchetto della rivendita ittica cui i pescivendoli di Rialto fanno riferimento.

Questa decisione avrebbe comportato in pratica la chiusura di moltissimi banchetti tipici, in quanto la strada da fare per procurarsi il pesce e i costi di trasporto sarebbero stati un deterrente per i proprietari. Il mercato di Rialto è una istituzione a Venezia: perderlo sarebbe stato come perdere un pezzo di storia, una parte della nostra cultura e della nostra tradizione.

Mercato di Rialto, corteo nel pomeriggio la mobilitazione applaudita in Inghilterra

Nonostante le rassicurazioni del sindaco Orsoni - «il mercato ittico all'ingrosso resterà al Tronchetto, stiamo studiando come fare gli interventi di migliororia necessari senza trasferimenti» - operatori, esercenti, associazioni di Rialto non sono tranquilli.

Così, come annunciato, faranno perciò oggi la loro manifestazione di pressione.

«Chi ci amministra deve sapere che non ci fidiamo delle sole parole e che la mobilitazione resta compatta finché non ci saranno i fatti: il mercato del pesce deve restare al Tronchetto, perché altrimenti muore anche il mercato di Rialto», commenta Iginio Mascari, tra gli organizzatori della mobilitazione, so-

stenuta da migliaia di firme raccolte nelle ultime settimane tra i clienti del mercato.

Appuntamento, dunque, alle 14 in Pescheria per un presidio e per spostarsi poi verso Ca' Farsetti, dove chiedere un incontro al sindaco.

Intanto, la resistenza civile dei residenti veneziani conquista l'home page di *Guardian.co.uk-The Observer*, che intervista il portavoce di *40xveneziam.com* e *Venessia.com*, le due associazioni di cittadini che hanno sostenuto la mobilitazione degli operatori e commercianti del mercato, con documenti sui giornali e un tamtam online. Titolo dell'articolo: «I re-



Il mercato del pesce di Rialto

sidenti di Venezia reclamano la vittoria nella battaglia in difesa dell'eredità della città: gli attivisti sconfiggono il piano che avrebbe chiuso il Mercato di Rialto e s'impegnano a bloccare il declino della città in balia del turismo».

Figura 33 Articolo di giornale. Fonte: <https://www.facebook.com/pg/venessiacom/photos>

Altra battaglia importante, negli anni **2011/2012**, ripetutasi (tristemente) quest'anno, nel **2019**, è quella in difesa dell'Ospedale Civile di Venezia. L'ospedale di Venezia subisce in particolar modo lo svuotamento del centro storico, che rischia di provocare il declassamento della struttura da centro generale per le emergenze a struttura base, costringendo i veneziani a doversi far curare all'Angelo di Mestre. Questa decisione comporterebbe danni notevoli: innanzitutto, la sparizione di una struttura di eccellenza nel Veneto; poi, la perdita di un punto di riferimento fondamentale per i residenti, che si troverebbero costretti a spostarsi di chilometri per ricevere cure, senza contare i rischi che si corrono, in termini di tempo e distanza, a dover trasportare un malato grave dal centro storico della città a Mestre. Al momento, la decisione di declassare il Civile è stata bocciata, ma la costante perdita di residenti a Venezia continuerà a portare a galla questa possibilità. Venessia.com, nell'ultima manifestazione organizzata, cui hanno partecipato oltre 2000 persone, ha voluto lanciare un *flashmob* e una forte campagna diventata virale: fotografarsi fingendosi morti, scrivendo il motivo del decesso e come

esso si sarebbe potuto evitare se solo il Civile fosse stato ancora l'ospedale di una volta.

La campagna choc sui social Veneziani "morti" per protesta

IL TORMENTONE

VENEZIA Non c'è da scherzare sull'ospedale e c'è da scommetterci che la mobilitazione chiamata per domenica mattina ai Santi Giovanni e Paolo ci sarà tanta, ma tanta gente. Intanto, sta spopolando sui social la campagna di sensibilizzazione organizzata dal gruppo "Venice Golden Contest" in collaborazione con Venessia.com: si invitano i veneziani a pubblicare le loro foto da morti, spiegando perché è avvenuto il decesso. La ragione, ovviamente, è solo una: perché non c'è più l'ospedale e Mestre è troppo lontana. Una campagna certamente molto efficace. A cominciare dal nome: #Issomorti.

«Stiamo raccogliendo tutte le foto dei morti - spiega Matteo Secchi, portavoce di Venessia.com - e a breve faremo un collage e un'epigrafe unica che sarà spedita al presidente della Regione Luca Zaia che ha "regalato" al capoluogo della regione il declassamento del

suo ospedale». In un giorno già una quarantina di cittadini hanno spedito le loro foto da morti e ne continuano ad arrivare. Lo scopo è far girare questa campagna in tutto il mondo, cosa che questi attivisti hanno più volte dimostrato di essere in grado di fare.

«Farlo è facile - aggiunge - basta farsi il selfie "da morto" e spiegare perché si è morti. C'è molta partecipazione, ma se c'è qualcuno in ascolto che

ha un nome importante da spendere, che si presti e ci dia una mano. Sarà anche macabro - conclude - ma in una città come Venezia che in Regione non ha nessuna rappresentanza politica dobbiamo pensarle tutte per far arrivare un messaggio efficace e far capire a tutti come Venezia è trattata, dopo che le stesse persone in Regione si lavano la bocca con il nostro gonfalone e la nostra storia». (m.f.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



TROPPI ZUCCHERI Ironia sulla fine



MORTO perché senza ospedale

Figura 34 Articolo di giornale. Fonte: <https://www.facebook.com/pg/venessiacom/photos>

In termini di manifestazioni, l'ultima che va citata è *Venexodus*, nel **2016**. Organizzata in occasione della discesa del numero dei residenti sotto la soglia dei 55.000, la protesta si svolse da Campo San Bortolo, dove proprio Venessia.com ha installato il contatore dei residenti, fino a Ca' Farsetti. Lo slogan provocatorio con cui i manifestanti si sono accompagnati, oltre a una valigia per simboleggiare la partenza dal centro storico, era: "togliamo il disturbo?".

Il tema della residenzialità, per gli attivisti di Venessia.com ma in generale per tutte le associazioni, è un tema molto sentito; le istituzioni e le strategie da loro attuate non paiono sufficienti ad arginare questo esodo, che comporterà la morte della città, perché senza veneziani Venezia non può essere chiamata tale.



Tullio Cardona

VENEZIA

Quelli di Venessia.com le chiamano "zingarate", ma sono iniziative che poi travalicano la laguna e vanno diffondendosi a livello mondiale, come in occasione del "Funerale di Venezia" nel 2008, quando i residenti erano scesi sotto i 60mila. Ora, con gli abitanti della città storica sotto la soglia dei 55mila, ecco pronta un'ulteriore manifestazione sabato alle 11.30, promossa dal social forum, dal titolo "Venexodus - Togliamo il disturbo", che invita i veneziani in campo San Bartolomeo con simboliche valigie da emigrare per poi manifestare davanti a Ca' Farsetti.

«Non sede di una precisa amministrazione - ha precisato Matteo Secchi, di Venessia.com - ma intesa come casa comune. Siamo una cittadinanza che sta per estinguersi anche per la pluriennale incapacità politico amministrativa degli enti locali, che in 40 anni non sono stati capaci di mettere in atto strategie di azione tese ad offrire soluzioni abitative e a mantenere la popolazione in città, costringendola all'esodo». Per l'occasione, Venessia.com ha riunito e ricevuto il sostegno di oltre 15 associazioni cittadine: Generazione 90, Masegni & Nizioletti, Awakening, Garanzia Civica, Giovani Veneziani, Ambiente Venezia, Venezia Cambia, Comitato No Grandi Navi, Circolo Manin Tommaseo, Assemblea Sociale per la Casa, Murano Viva, Movimento per l'Autonomia di Mestre, Gruppo

La protesta delle valigie ha fatto il giro del mondo

Sabato mattina corteo "Togliamo il disturbo" da San Bartolomeo a Ca' Farsetti



TURISTI E TROLLEY Per Venezia ricchezza e anche una maledizione

25 Aprile, Ultimi Veri Veneziani e Biri Biri. Ma non solo: in questi giorni, veneziani all'estero ed amanti della città dei dogi stanno manifestando nelle varie città del mondo, inviando immagini in laguna, provenienti da Parigi, New Orleans, Orlando, Los Angeles, Bonn, Varsavia,

Londra, Stoccolma, Marsiglia, Belgrado, Tokyo, Buenos Aires, Varsavia. Sui loro cartelli la scritta, in varie lingue: "Senza veneziani non chiamatela più Venezia". Aprirà il corteo una grande valigia che conterrà le proposte di Venessia.com per fermare l'esodo: la costituzione

di un soggetto unico emergenziale, fra Comune ed Ater, per l'assegnazione ai cittadini del patrimonio pubblico residenziale; una tassazione diversa per chi affitta ad uso abitativo od uso turistico; azioni anti speculative perché Venezia non sia solo un'occasione finanziaria. Infine, il doge, in una gondola carica di valigie, abbandonerà tristemente la città.

«Ormai Venezia sta diventando come Pompei - ha concluso Secchi - un insediamento storico senza vita». Nel pomeriggio di ieri, gli attivisti di Venessia.com hanno tentato di dispiegare un lungo striscione con lo slogan "Venexodus" sull'isola di San Secondo, prospiciente il ponte della Libertà; l'incursione è durata pochi minuti: è intervenuta subito la polizia ordinandone l'immediata rimozione.

Intanto, dati sempre più allarmanti e sintomo di una situazione ormai fuori controllo arrivano da Reset Venezia. nell'ultima ricerca fatta con Insideairbnb.com, è emerso un au-

mento delle attività extralberghiere del 35 per cento in soli 14 mesi. Ormai le case in affitto turistico censite solo sul portale americano sono 4mila 333. Alla faccia di chi dice che i "foresti" usano la città vediamo che ben 3mila 600 appartamenti sono gestiti da veneziani, alcuni dei quali ne gestiscono in una volta anche 20, 50, 80. E questo denota il fatto che l'affitto turistico è diventata un'attività per imprese neanche tanto piccole. Ma non è più neppure un business solo veneziano, poiché quasi 700 attività sono gestite in terraferma e ce ne sono ovunque, anche a Catene, Zelarino, Tessera.

Un ultimo dato, la maggior parte sono appartamenti completi, mentre solo una piccola parte riguarda stanze singole o addirittura condivisioni di stanze. Quindi, se la Legge regionale voleva "aiutare" i residenti consentendo loro di affittare un pezzo di casa, in realtà ne ha agevolato l'esodo mettendo a disposizione migliaia di case.

© riproduzione riservata

Figura 35 Articolo di giornale. Fonte: <https://www.facebook.com/pg/venessiacom/photos>

Oltre alle manifestazioni e alle mobilitazioni, Venessia.com ha cercato anche di contribuire concretamente alla gestione dei flussi, nel **2010** con un decalogo di dieci punti e quaranta pagine consegnato ai candidati sindaco e poi, nel **2016**, sotto esplicito invito del Comune stesso, come già detto per Italia Nostra - Venezia, ha presentato il progetto *RespectVenice*, progetto più che di gestione, di comunicazione della città e delle sue caratteristiche peculiari. Questo piano è stato approvato e da esso ne sono stati tratti spunti per quello che è l'effettivo e noto *#EnjoyRespectVenezia*, campagna di sensibilizzazione al turismo sostenibile di cui abbiamo precedentemente parlato.

In generale, Venessia.com si è distinta per essere la prima associazione, il gruppo precursore di tutte le lotte e i successivi comitati che si sono formati. Con le loro iniziative, a volte anche goliardiche e provocatorie, hanno voluto portare all'attenzione internazionale il tema di Venezia e dei suoi abitanti e far luce sui temi più scottanti e prioritari: residenzialità, tradizioni e identità.

4.2.1.3 Gruppo25Aprile

Ho incontrato Marco Gasparinetti, presidente dell'associazione. Attualmente, il Gruppo25Aprile¹²⁴ è uno dei gruppi, se non il gruppo, più importante nella scena veneziana. La scelta del nome richiama la fine dell'occupazione nazista dopo la II Guerra Mondiale e quindi il giorno di libertà e rinascita per gli italiani ma anche, più specificatamente per i veneziani, il 25 aprile è San Marco, patrono della città. La loro sede si trova in Bragora, nel sestiere di Castello, definito come un fortino della resistenza veneziana, anche se negli ultimi anni ha comunque accusato dei cambiamenti notevoli. È una sede parrocchiale che si autofinanzia, proprio perché non vogliono doversi rivolgere al Comune in nulla.

Nasce nel **2014** in seguito allo scandalo del Mose¹²⁵, scandalo che porta i componenti e i cittadini a una sfiducia generale verso i partiti che da quella storia ne erano usciti a dir poco screditati. I cittadini, sentendosi traditi e vedendo come l'interesse del singolo prevalesse su quello superiore (il bene della città), decisero di unirsi e formare questa associazione che raccoglie persone innamorate della propria città.

La loro prima azione e il loro primo successo fu proprio nel **2014**, quando raccolsero oltre 32.000 firme per bloccare il progetto di scavo del canale della Contorta al fine di far passare le crociere, piano che avrebbe comportato danni inimmaginabili all'ecosistema lagunare. Per sottolineare la vittoria e lo sventato pericolo, un blitz di oltre 50 bandiere con la scritta "Venezia è Laguna" furono messe alle finestre dei palazzi storici sul Canal Grande, il giorno della Regata Storica, per sottolineare come Venezia sia un connubio di arte, cultura ma pur sempre una laguna.

¹²⁴ <https://gruppo25aprile.org>.

¹²⁵ <https://www.ilfattoquotidiano.it/2019/04/11/mose-sequestrato-il-tesoro-delle-tangenti-di-galan-12-milioni-6-indagati-e-una-lista-di-imprenditori-con-capitali-off-shore/5103538/>.

Nel **2016** viene organizzato un flash mob in seguito a una frase molto controversa del sindaco Luigi Brugnaro, che dichiara alla stampa che il futuro di Venezia è Mestre.¹²⁶ Al grido di "Venezia è il mio futuro" centinaia di striscioni sono apparsi alle finestre, sulle calli e sui parapetti dei ponti veneziani, in difesa della città e della sua residenzialità. Da questo slogan ne è nata la pagina ufficiale dell'associazione, appunto, "Veneziamiofuturo/Venicemyfuture".¹²⁷

«Venezia ha futuro»: teli colorati su palazzi, scuole e nei vaporetto

Dal Canal Grande al Sacro Cuore di Parigi, 300 lenzuola invadono la città contro moto ondosso, invasione turistica, spopolamento. In campo anche Italia Nostra e separatisti



1



2



3



4

Sul web
Tutte le foto della manifestazione di ieri mattina per difendere Venezia sul nostro sito corriereveneto.it

VENEZIA Lo slogan è lo stesso: «Venezia è il mio futuro». La scritta affidata a 300 lenzuola sventola colorata dai balconi dei palazzi sul Canal Grande ma anche da una decina di scuole superiori e dalle case delle zone più popolari, Cannaregio in testa. È da qui, dalla fondamenta della Misericordia che ieri mattina è partito il flash mob organizzato dal Gruppo 25 Aprile, Fal, Italia Nostra, ma a cui hanno aderito numerose associazioni come Masegni & Nizioletti, Venezia Mestre due Grandi Città, Movimento autonomia di Mestre, W San Marco, e i promotori della petizione da 4 mila firme lanciata un mese fa «Salviamo Venezia».

I teli, comparsi in tutti e sei i sestieri e tradotti in undici lingue (tra cui ebraico, arabo, russo, armeno, cinese) rimandano ai problemi maggiori, declinati a seconda della sensibilità: si va dal moto ondosso alla pressione turistica, dal commercio abusivo alla crisi della residenzialità e dei mestieri fino alla denuncia del trasferimento in terraferma

Gasparinetti
Bisogna fermare l'esodo: perdiamo 100 residenti al mese

Zuin
La nostra risposta è il lavoro che facciamo per rilanciare la città

dei servizi per i cittadini. Il flash mob è nato all'indomani della dichiarazione del sindaco Luigi Brugnaro sul futuro della città a Mestre. «Vogliamo lanciare un messaggio all'Unesco che il 10 luglio si riunisce per valutare l'inserimento di Venezia tra i siti a rischio — spiega Marco Gasparinetti portavoce del Gruppo 25 Aprile — questo è l'ultimo appello, la città si sta spopolando ormai siamo in 40 mila». «Brugnaro, attaccano, si era impegnato a fermare l'esodo ma in un anno abbiamo perso 100 residenti al mese, 1200 in totale. L'amministrazione comunale risponde alla protesta con le parole dell'assessore al Bilancio Michele Zuin: «La nostra risposta è stata venerdì con la presentazione delle cose fatte in un anno, noi continuiamo a lavorare con il massimo impegno e andiamo avanti per la nostra strada, rispondendo con i dati». Ieri è stato solo l'inizio, nuove lenzuola compariranno nei prossimi giorni per culminare il giorno del Redentore, la festa più amata che richiama decine

di migliaia di persone. L'iniziativa non è nata nei social, ma attraverso il passaparola ed è arrivata anche all'estero, in Svizzera, in Polonia, in Brasile, a Parigi dove sulle scalinate del Sacre Coeur è stato esposto lo striscione più grande, lungo 25 metri. Le foto sono subito diventate virali con l'hashtag #veneziamiofuturo. Alberto Toso Fel ha dato voce ai monumenti, ed ecco che il Gobbo di Rialto preoccupato per i tanti malanni della città interpella in veneziano l'amico romano Pasquino il quale risponde in dialetto romano dicendo ai veneziani di svegliarsi: per cambiare le cose ci sono le clezioni. Mentre Daniele Mania chiede all'amico Nicolò Tommaseo come mai tutti i residenti lasciano la città. Il gruppo 25 Aprile non è nuovo a queste iniziative: due anni fa nel giorno della Regata Storica ha lanciato le foto dei palazzi veneziani nel mondo con affisse lenzuola contro lo scavo di nuovi canali in laguna mentre un anno fa alla prima della Fenice ha lanciato volantini dal loggione. Ma stavolta ha cala-

mitato numerose realtà diverse. «La salvaguardia della popolazione è una delle nostre battaglie per questo ci siamo anche noi» spiega la presidente di Italia Nostra Lidia Persuoch. C'è Venezia Mestre due grandi città, gruppo promotore del referendum per la separazione dei comuni con Marco Sitran («Venezia ha un futuro se c'è un Comune che la rappresenta e non solo che ne sfrutta il nome per fare soldi con il turismo di massa», dice) e con Gian Angelo Bellati, candidato sindaco della Lega una anno fa: «L'unica via è riconoscere la specialità di Venezia, esenzioni fiscali, creare posti di lavoro slegati dal turismo».

Ma ci sono anche i giovani, due studenti del Fermi Samuele Marighella e Althea Pauletto con la loro insegnante Nicoletta Proisini: hanno disegnato gli striscioni appesi alla loro scuola con l'immagine di una briciola che rimanda al tema del moto ondosso e al contempo ricorda un amico che ne è rimasto vittima.

1
Ponte delle guglie
Mega lenzuola

2
Sulle finestre
I teli colorati sul Canal Grande

3
In Francia
Striscione al Sacro Coeur

4
Al forte
Autonomia per le due città

Eliasa Lorenzini
@EliasaLorenzini

Figura 36 Articolo di giornale. Fonte: <https://caldeipensieri.files.wordpress.com/2016/07/corriere3luglio.jpg>

¹²⁶ http://www.ansa.it/veneto/notizie/2016/07/02/flash-mob-per-difendere-futuro-venezia_41c815ca-0514-40b9-8160-38552003d850.html.

¹²⁷ <https://www.facebook.com/veneziamiofuturo/>.

Nel **2017** venne organizzato un corteo con il nome di "Mi no vado via", ossia "Io non vado via", il cui tema fondamentale era quello della residenzialità. Oltre 2000 persone e 42 associazioni diverse marciano dall'Arsenale a per tutta Riva degli Schiavoni, fino quasi a San Marco, per denunciare la svendita della città e la trasformazione di palazzi in alberghi, il cui contraccolpo mediatico fu enorme.



Figura 37 Articolo di giornale. Fonte: <https://www.facebook.com/veneziamiofuturo/photos/>

Uno dei temi da sempre trattati dal Gruppo25Aprile è proprio quello del preoccupante cambiamento del profilo della città e del suo tessuto storico e sociale; la trasformazione di un palazzo in un hotel è un fenomeno irreversibile, in quanto le modifiche strutturali che vengono apportate sono così incisive da non poterle poi in un secondo tempo invertire. Per questa ragione l'argomento viene considerato ancor più fondamentale rispetto alle locazioni turistiche, che vengono criticate in ogni caso dall'associazione, con una postilla: nel caso in cui sia un privato cittadino ad affittare a turisti, e con i soldi di questo affitto riesca poi lui stesso a sopravvivere a Venezia, o se un proprietario di

più appartamenti riesca equamente ad affittarli a turisti e residenti. Quello che viene apertamente condannato sono le agenzie possidenti di moltissime case affittate solo ai turisti, che creano uno squilibrio atto soltanto al guadagno.

A questo proposito, proprio sulle orme della campagna basta alberghi, nel **2017**, dopo la manifestazione "Mi no vado via", alla prima del teatro La Fenice sono piovuti dalla galleria migliaia di volantini con lo slogan "Basta alberghi, Venezia vuole vivere".



Figura 38 Articolo di giornale. Fonte: <https://calledepensieri.files.wordpress.com/2018/11/25-nov-corriere.jpg>

Questa protesta si era generata in seguito alla (s)vendita di due palazzi storici di proprietà del Comune, Palazzo Papadopoli, sede dei vigili urbani, e Palazzo Donà, allo stesso imprenditore di Singapore.¹²⁸

128

<http://www.veneziatoday.it/cronaca/palazzo-poerio-papadopoli-offerta-10-milioni-acquisto-novembre-2017.html>.

Sempre nel **2017**, a dimostrazione che il gruppo non cerca solo la critica ma è in grado anche di fornire alternative valide, vennero stilate 20 proposte frutto di varie assemblee di sestiere, presentate e discusse poi nell'aula magna dell'Ateneo Veneto. In breve, il documento riassume le richieste e le problematiche della città, cui viene data una possibile risposta.

L'ESPRESSO | 23



20 parole per salvare Venezia

GIUSEPPE SALLUSTI

A **ALLOGGI**
Le associazioni chiedono che la Regione modifichi la legge del 2001 che ha liberalizzato le locazioni turistiche, per tutelare il tessuto sociale dei sestieri. Inoltre bisogna assegnare subito le case vuote, anche con l'autorestaro.

B **BRICOLE**
Sono i più conficcati nella laguna per indicare le vie d'acqua. Il ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti dovrebbe stanziare i fondi necessari per avviare un programma straordinario di manutenzione e sostituzione delle bricole.

C **AMBI**
Sono i cambi di destinazione d'uso degli immobili da residenziale a turistico. Il Comune dovrebbe fare una moratoria per due anni. «Una terapia d'urto per mettere fine all'eccesso di residenti. Dal 1981 sono calati da 170 mila a 65 mila».

D **IGNITA'**
È quella dei residenti più deboli, che le associazioni chiedono di tutelare: «Il rispetto per gli anziani e disabili non può limitarsi a qualche posto "riservato" a bordo dei vaporetta ma deve concretizzarsi in forme di sostegno per sostenere la qualità della vita».

E **EDUCAZIONE NAUTICA**
Un progetto per le scuole cittadine, con docenti volontari ed esperti a titolo gratuito, in considerazione del sempre più frequenti incidenti (a volte mortali) che in parte sono dovuti ad inesperienza o mancanza conoscenza delle regole di base.

F **LUSSI TURISTICI**
No ai ticket, sì alla prenotazione gratuita. Chi non prenota non potrà usufruire dei servizi pubblici, salire sul campanile, entrare in basilica, accedere a determinate aree della città, parcheggiare in Piazzale Roma.

G **ESTIONE**
Le associazioni chiedono di cambiare la strategia sui beni pubblici: stop alla privatizzazione, incomprensibile e misep, come è stato per la casa del custode dei Giardini Papadopoli.

H **OTEL**
Venezia ospita 30 milioni di turisti l'anno (secondo gli esperti circa 20 milioni più di quanti ne potrebbe sopportare). Le associazioni chiedono di fermare nuove licenze alberghiere nei sestieri.

I **LLUMINAZIONE**
Alla giunta e agli uffici comunali competenti le associazioni chiedono «illuminazione notturna e installazione di telecamere di sorveglianza in zone dove si registrano violenze ai danni dei commercianti».

L **AVORO**
Non c'è solo il turismo: si può utilizzare l'Arsenale per creare una cittadella della ricerca finalizzata agli studi marittimi offrendo spazi a imprese del settore, dell'artigianato tradizionale e del restauro.

M **USEO CORRE**
Il museo, sostengono le associazioni, deve criticare allo «spicco» che sta alla base della nascita delle colonie, privilegiando la storia e le caratteristiche specifiche di una Repubblica marinara unica al mondo.

N **EGOZI**
Come ha fatto Firenze, il Comune dovrebbe adottare un regolamento per limitare attività commerciali incompatibili con la tutela del patrimonio monumentale e immateriale (artigianato locale).

O **SPEDALE**
La richiesta al ministero della Salute è il mantenimento del punto nascita dell'ospedale civile, in deroga alla soglia dei 500 parti all'anno, in considerazione dei tempi di percorrenza della realtà lagunare.

P **OSTI BARCA**
Nel passaggio dal commissariamento alla nuova giunta eletta, da un anno è fermo il bando per l'assegnazione dei posti barca vacanti nei sestieri e nelle isole. «Va sbloccato», dicono le associazioni.

Q **UALITÀ DELL'ARIA**
L'Agente regionale per l'ambiente dovrebbe installare una stazione di monitoraggio della qualità dell'aria nei sestieri. L'unica presente in Laguna è collocata a Santa Lucia e non è rappresentativa dell'esposizione reale della popolazione residente allo smog».

R **IFIUTI**
La tassa comunale dovrebbe essere riveduta «con tendenziale abbattimento allo zero per le prime case e aliquota ridotta per le utenze domestiche in generale; nel breve termine, revoca immediata degli aumenti deliberati dal Comune per il 2016».

S **CUOLE**
Più sostegno allo sviluppo degli asili nido e delle scuole materne e che rappresentino un servizio fondamentale per la cittadinanza. Le tariffe devono essere sostenibili per giovani coppie, altrimenti l'arretramento della popolazione è inevitabile.

T **RAFFICO ACQUEO**
Serve un piano per la salvaguardia del patrimonio immobiliare pubblico e privato contro gli effetti del moto ondoso; il controllo dell'equipaggiamento atmosferico e acustico; la precedenza al trasporto pubblico.

U **LTIMA SPIAGGIA**
Per salvare Venezia serve una terapia istituzionale: redirebbero per asportarla da Mestre e atterrato speciale per tratterne una parte del gettito fiscale e programmare interventi al di fuori dei cicli elettorali.

V **ENEZIA**
Per quanto unica, la città ha anche bisogno di cose normali: un cinema all'aperto a campo San Polo, il raddoppio del mercato di Santa Marta, il ripristino del «Mercatino dei Mercatini», la cura delle fontane pubbliche.

Figura 39 Articolo di giornale. Fonte: <https://www.italianostravenezia.org/2017/01/23/la-veneziana-futura-in-ordine-alfabetico/>

Nell'articolo in foto vengono riassunte le proposte e le richieste fatte dai cittadini stessi, che possono però anche venir lette in forma integrale sulla pagina di Italia Nostra – Venezia.¹²⁹

¹²⁹ <https://www.italianostravenezia.org/wp-content/uploads/2017/01/veneziamiofuturo-fogli2-2.pdf>

Dopo queste manifestazioni, che ebbero un grandissimo riscontro mediatico e successo presso la popolazione stessa, la sensazione di venire ascoltati di più e presi in considerazione dal Sindaco e dalla Giunta c'è; alcune delle richieste fatte (come un bando per i posti barca o la ristrutturazione di alloggi popolari) pare siano state accolte. Anche la (s)vendita dei palazzi pare si sia arrestata, anche grazie alla delibera per il blocco ai cambi d'uso.¹³⁰

Negli ultimi anni, a causa dell'aumento esponenziale delle affittanze turistiche e del dilagare di *AirBnB*, anche il Gruppo25Aprile si è interessato all'argomento firmando, assieme ad Associazione Progetto Firenze, l'appello di altre dieci città europee¹³¹ per la richiesta di aiuto a regolamentare questo fenomeno. Questo appello è stato accolto dal Comune e dal sindaco ed è stato prontamente sottoscritto, segnando un'altra vittoria per il gruppo.

Venezia Estuario G | Domenica 23 giugno 2019 | www.gazzettino.it

Il Comune firma l'appello anti-Airbnb

► Venezia sta con le 10 città europee che chiedono un freno ► L'assessore Zuin: «Non rispettano la legge italiana perché alla multinazionale per farla adeguare alle norme nazionali non vogliono far sapere a nessuno quanto incassano»

LOCALITÀ TURISTICHE

VENEDIA Il Comune aderisce all'appello di dieci capitali del turismo affinché la prossima Commissione europea ponga un freno allo strapuntone di Airbnb. Lo annuncia l'assessore al Bilancio Michele Zuin, spiegando come il sindaco Luigi Brugnaro abbia accolto l'esortazione del Gruppo 25 Aprile e dell'associazione Progetto Firenze a sottoscrivere la lettera, che ha già avuto una vasta eco a livello internazionale. È fondamentale che una città come Venezia si allinei con Amsterdam, Barcellona, Berlino, Buenos Aires, Cracovia, Monaco Parigi, Valencia e Vienna per la valenza simbolica di luoghi in cui la residenzialità è ammazzata dal dilagare delle locazioni brevi.

FIRMANO «Siamo più che d'accordo ad aderire all'appello delle dieci città europee», spiega Zuin, «perché con le armi che abbiamo a disposizione da sempre combattiamo le locazioni turistiche. Parliamo soprattutto di tassazione. Lo scorso anno abbiamo creato tre categorie per l'imposta di soggiorno, di cui la più alta toglie 4,5 euro. Quest'anno abbiamo tolto per le locazioni brevi la riduzione per le Marche (20%) e isole (30%). E poi, non ci siamo mai sottomessi a Airbnb».

Lo stesso sindaco Luigi Brugnaro, ha sempre detto che il problema di questa città non sono gli alberghi, ma le locazioni, che portano i turisti nei palazzi dove abitano le famiglie.

RISPETTO DELLE REGOLE «Il punto fondamentale», prosegue Zuin, «è che questi di Airbnb non vogliono far sapere a nessuno quanto loro effettivamente traggono e incassano. La

abbiamo toccato con mano ai numerosi incontri avuti con la multinazionale. Loro chiedono una aliquota unica, mentre noi insistiamo a dire che non lo ro a doverci adeguare alla nostra politica regolamentare. Inoltre, è che un dato di Federabergami Airbnb sarebbe obbligata per legge a introdurre l'imposta di soggiorno sulle transazioni, ma in realtà lo fa solo in 11 Comuni, tra i quali Venezia. A questi Comuni Airbnb dà un forfait, perché non vuol sapere i suoi affari». A Venezia una cosa del genere non sarebbe mai accettata, anche perché comporterebbe gli estremi per la contestazione di un tassatore.

UN PERICOLO Il pericolo che Airbnb conti di operare rinfanciandosi delle leggi nazionali, versando i suoi profitti in giurisdizioni paradisi come l'Irlanda (900 milioni di dollari nel 2015 dalle rinvii) e contribuendo allo spopolamento delle città d'arte è serio. Di qui l'appello all'Europa affinché una volta per tutte affronti l'argomento escludendo che Airbnb possa essere considerata un "fornitore di informazioni digitali" invece di un'agenzia immobiliare.

«Abbiamo dimostrato», spiega poi Zuin, «che da pericolo la residenza perché il quasi impossibile trovare case in affitto, anche nella contrappendenza del prezzo e incorporato il possibile guadagno futuro con le locazioni turistiche. Il sindaco lo dice sempre: l'Airbnb è un presidente, se uno urla lo fanno stare zitti, se succede qualcosa chiamano la polizia. Negli appartamenti si fa ciò che si vuole. Il sindaco conclude: «mi ha detto di firmare senza indagare. Se le battaglie sono giuste vanno combattute. Il guaio che Airbnb rispetti la legge italiana e che il Parlamento europeo e la Commissione europea affrontino il tema una volta per tutte».

Michele Zuin
Assessore Bilancio



10 Il Comune si schiera con altre città europee per far rispettare le regole di affitto turistico ad Airbnb

La pioggia fa fuggire i turisti, subito lunghe code

CAVALLINO-TREPONTI

Sabato di pioggia e la cittadina del litorale va ancora una volta in allarme. Giornata da dimenticare quella di ieri per le strade di Cavallino-Treponti.

Il problema sono state le lunghe code che si sono formate tra via Faustina e via Baracca per gran parte della giornata con punte di quasi due ore di coda per arrivare a Jesolo partendo da piazza Santa Maria Elisabetta a Cavallino. Anche dal litorale per mobile è stata un'impresa quasi impossibile, per non parlare della difficoltà di arrivare dal Comune. Eppure, il fenomeno non è nuovo. Anzi si ripete con costanza ad ogni giornata di pioggia perché anche se i turisti si sono svegliati con il maltempo e puntualmente a migliaia si sono messi al volante, non hanno ancora dattato di scendere dal mezzo.

che i mezzi del trasporto pubblico che hanno accumulato migliaia di viaggiatori. A peggiorare la situazione hanno poi contribuito le gartanze di chi aveva prenotato la vacanza e gli immancabili arrivi dei pendolari. Infernali le conseguenze con il traffico completamente paralizzato nella zona di Cavallino e lungo via Faustina. Uguale lo scenario nella vicina Jesolo: auto bloccate in via Roma destra, in via Aquilone e all'incrocio della rotonda "Pecchi". A risentire anche i mezzi del trasporto pubblico che hanno accumulato migliaia di viaggiatori. E così se per uscire dal litorale ci sono volute anche due ore di coda, le gestate dei residenti non sono mancate.

«Non è possibile» è il commento raccolto tra gli automobilisti in coda - che da anni in ogni giornata di pioggia accade sempre la stessa situazione. Servirebbe una maggiore attività di sensibilizzazione nei campagne, invitando gli ospiti a non mettersi tutti alla guida nello stesso momento. Ma al centro delle critiche è finita anche la rete infrastrutturale, ovvero via Faustina, l'unica strada che attraversa l'intero territorio frequentata ogni estate da milioni di turisti.

«È impensabile» attaccano alcuni automobilisti - «del perché alcuni campagne, che sono delle vere e proprie autostrade, non siano stati fatti in questi anni».

Giuseppe Babbo
@giusephebabbo

supersi all'altezza dei loro ingressi su via Faustina. La rottamazione di queste strutture potrebbe essere un modo per snellire il traffico: si fanno le rotonde per rendere la viabilità più fluida, per l'altezza degli ingressi per i campeggi o i villaggi turistici si fermano dei "tagli" che bloccano tutto. La situazione è insostenibile. Da ricordare che la questione viabilità è affrontata con interesse dalle amministrazioni comunali di Cavallino-Treponti e Jesolo che ormai da mesi hanno anche avviato un tavolo di lavoro.

Tra le ipotesi al vaglio c'è quella di allargare via Roma destra a Jesolo e dei tratti di via Faustina a Cavallino. In questo modo potrebbero essere ricavate delle corsie in grado di separare il traffico interno da quello in uscita dal litorale.

Figura 40 Articolo di giornale. fonte: <https://www.facebook.com/veneziamiofuturo/photos/>

¹³⁰ Nonostante si possa definire una delibera colabrodo, per le numerose deroghe concesse: <https://nuovavenezia.gelocal.it/venezia/cronaca/2017/06/04/news/stop-cambi-d-uso-si-decide-caso-per-caso-1.15445004>

¹³¹ https://www.theguardian.com/cities/2019/jun/20/ten-cities-ask-eu-for-help-to-fight-airbnb-expansion?CMP=share_btn_fb&fbclid=IwAR2qrCG0SpSsdabc19oNDvY-wHlAC-k-EjgMrbMMDWtUnoge-DQbqC6llw

Nel **2019**, assieme ad altre cinque città con importanti flussi turistici, ossia Cipro, Corfù, Rodi, Creta e Ragusa il Gruppo25Aprile ha formato e organizzato i primi incontri della "Rete delle Società Mediterranee" per discutere del tema dell'iperturismo (fenomeno di cui soffrono tutte le sopraddette città), creando un manifesto comune e condiviso. La loro richiesta, e la richiesta di tutte le altre città, è quella di cercare di riportare in città un turismo sano, di qualità, rispettoso, lo stesso che ora ha lasciato questi siti perché troppo invasi da un turismo di massa. Quest'anno, nel **2019**, il Comune ha approvato la riduzione della tassa sui rifiuti¹³², tema di cui il Gruppo25Aprile parla da anni; a Venezia infatti i residenti pagano la TARI più alta di tutta Italia, in quanto contribuiscono anche per la quota dei turisti. Per l'associazione, nonostante questo spiraglio di miglioramento, si può ancora migliorare: un punto su cui spingono è l'azzeramento della TARI a chi affitta ai residenti, per preferire questo tipo di contratto rispetto a quello turistico.

L'incentivazione degli affitti ai residenti è uno dei punti cui più tengono. Tra le molte iniziative lodevoli che hanno fatto, tra l'essere intervenuti in situazioni di sfratto di anziani, manifestazioni e convegni, nel **2019** hanno anche ideato una sorta di bando di gara (volutamente simile a come dovrebbe farlo il Comune, con punteggi e condizioni da rispettare) per destinare 5.000 euro raccolti con la produzione di un loro calendario. Questi soldi sono stati destinati a due famiglie che si trovano in una situazione particolarmente difficile e che hanno bisogno di un supporto per rimanere a Venezia.

¹³² <https://live.comune.venezia.it/it/riduzione-tari-veneziah-19-dicembre-2018>.

A due famiglie sotto sfratto 5 mila euro dal Gruppo25Aprile

Due contributi: uno da 3 mila euro, l'altro da 2 mila, per sostenere due famiglie nell'affitto di una casa a Venezia.

Il Gruppo25Aprile ha dato seguito all'impegno che aveva preso a gennaio, lanciando il suo secondo bando di gara per la casa: scaduto il 15 marzo il termine per la presentazione delle domande (oltre una decina quelle arrivate) è stata stilata la graduatoria provvisoria, con le 7 persone che hanno raggiunto un minimo di 70 punti.

«Prima in graduatoria una famiglia veneziana con sfratto per finita locazione in corso. Il nostro auspicio è che il contributo possa aiutarla a trovare un tetto al più presto», ha annunciato Marco Gasparinetti con un post nel

gruppo Facebook.

Al primo posto è, infatti, risultata una signora veneziana di 60 anni; al secondo - ex aequo, a 130 punti - un signore quarantenne. «Entrambi sono persone sotto sfratto esecutivo», spiega Nicoletta Frosini, portavoce del Gruppo, «ma la signora ha anche un familiare a carico con un grave handicap, per questo è risultata prima». Quella stilata dal direttivo è una graduatoria provvisoria, alla quale seguirà ora la verifica dei documenti presentati dai richiedenti, per poi passare all'assegnazione del contributo: un aiuto concreto a famiglie di veneziani in difficoltà, in una città dove trovar casa è sempre più difficile e dove l'emergenza sfratti non si è mai placata. La

verifica della documentazione sarà effettuata entro il 22 aprile.

Per finanziare il bando, il Gruppo 25 aprile aveva messo in vendita il calendario 2019, realizzato grazie alle foto di Venezia donate otto fotografi, veneziani e non: Marta Buso, Marco Centasso, Barbara Della Puppa, Marco Pilla, Mark Smith, Martina Sola, Gian Giacomo Stiffoni, Yolande Thomas.

Un'iniziativa di solidarietà unica, nel suo genere: l'anno scorso il Gruppo25Aprile aveva assegnato un contributo di 3 mila euro. Quest'anno - grazie agli incassi del calendario - ha potuto contare su 5 mila euro, decidendo così di aiutare due famiglie. —

R.D.R.

Figura 41 Articolo di giornale. Fonte: <https://www.facebook.com/veneziamiofuturo/photos/>

Al momento, il Gruppo25Aprile conta 2700 iscritti. Nonostante la sensazione, a volte, di essere stati ascoltati e di essere riusciti veramente a contribuire a dei piccoli miglioramenti o dare dei segnali positivi, sono molte ancora le cose che la Giunta può fare. Le richieste dei componenti del gruppo sono richieste concrete e fattibili; una casa per tutti, innanzitutto, prerequisito di una città viva; un lavoro, che sia adatto alle competenze di ciascuno; dei servizi, senza i quali i residenti non possono condurre una vita normale.

Di questo passo, stimano che rimarranno a Venezia soltanto 20.000 persone, tra coloro che sono proprietari di casa e quelli che hanno diritto a una casa popolare, finché anche questi, vessati da tasse altissime e da condizioni di vita disagiati, non se ne andranno.

4.2.1.4 Generazione '90

Di questo comitato, che a breve diverrà associazione riconosciuta a tutti gli effetti, ho parlato con Giampietro Gagliardi, che ne è uno dei principali componenti.

Generazione '90¹³³ riunisce dal **2016** la realtà dei giovani veneziani (quelli, appunto, nati negli anni '90) che vogliono adoperarsi per la loro città.

Si definiscono come apartitici, ma non apolitici; infatti, forse in questo si differenziano dagli altri, in quanto sono aperti alla possibilità di partecipare attivamente alla vita politica della città per attuare le proposte.

Il loro obiettivo è quello di riportare la città a essere una città viva, attiva, popolata; posti di lavoro, servizi e residenzialità sono i loro punti all'ordine del giorno.

Il loro modus operandi è molto aperto e propositivo; sono interessati e disponibili a interloquire con l'amministrazione, consapevoli che sono loro, effettivamente, a poter fare le azioni concrete. Il loro atteggiamento è quindi molto costruttivo e positivo, non condannano nessuna azione e nessuna decisione a priori. In questi anni, infatti, si sono presi del tempo per dare opinioni sui temi più disparati, non perché di base non l'avessero, ma perché oltre a dare una sentenza, vogliono proporre alternative e soluzioni.

Il loro primo atto dimostrativo fu nel **2016** con una manifestazione chiamata in veneziano "Ocio ae gambe, che go el careo", ossia "Attenzione alle gambe, che passo con il carrello". La scelta del veneziano è una scelta voluta, a sottolineare l'appartenenza dei manifestanti alla città storica, come anche la scelta di camminare per strade e ponti con il carrello della spesa, "strumento" tipico veneziano utilizzato per fare la spesa e trasportarla più comodamente dal

¹³³ <http://generazione90veneziana.it>.

supermercato a casa. L'obiettivo della manifestazione era quello di riappropriarsi degli spazi pubblici che sono stati tolti ai veneziani, quelle calli e campi che vengono invasi ogni giorno da migliaia di turisti, che non permettono quindi il normale deflusso di persone.

la Nuova Venezia

ASSOCIAZIONI A VENEZIA ■ A PAGINA 15

Tutti in corteo: riprendiamoci la nostra città

IL 10 SETTEMBRE "OCIO AE GAMBE"

Corteo con i carrelli per riprendersi la città

► VENEZIA

"Veneziani, andiamo con carrelli e passeggini a far la spesa per riprenderci i nostri spazi". Indetta sabato 10 settembre la manifestazione-corteo al grido di "Ocio ae gambe, che go el careo!". Ad organizzare l'insolito corteo è Generazione '90, gruppo trasversale di ragazzi ventenni e trentenni nato tre mesi fa per tutelare il diritto di vivere Venezia e che lunedì ha invitato tutta la città a partecipare per lanciare un segnale alle istituzioni, alla politica e all'opinione pubblica italiana e internazionale: «Venezia non deve morire, chi vuole abitarla e viverla deve poter essere messo nella condizione di farlo».

La manifestazione si snoderà come un corteo che partirà da Rio Terà San Leonardo a Cannaregio (all'incrocio con Rio Terà Farsetti), passando per la Strada Nova e con destinazione il mercato di Rialto. La partenza sarà alle 10, arrivo previsto alle 11.30. Non sono previsti interventi perché, dicono i giovani, «il tempo delle parole è finito ed è invece il momento per i cittadini di mostrarsi uniti in difesa di Venezia. Le istituzioni devono ascoltarci prima che sia troppo tardi. La mancanza di ge-



Il mercato di Rialto

stione del turismo ha permesso che questo, anziché essere la grande risorsa che può essere, sia diventato un fastidio per i residenti, cacciati ormai dalla nostra città perché d'intralcio alla totale mercificazione di Venezia. Noi di Generazione '90 vogliamo dare un segnale, partendo da una delle azioni più quotidiane che un cittadino qualunque compie: fare la spesa al mercato».

E così il camminare tirandosi dietro il carretto per la spesa diventa un'arma di protesta. Hanno aderito diverse associazioni: Mamme con le Rampe, Rialto Novo, Venessia.com, Cerchidonda, Garanzia Civica, Circolo Ricreativo 3 Agosto, Gruppo 25 Aprile, Giovani Veneziani.

Figura 42 Articolo di giornale. Fonte: <https://www.facebook.com/generazione90/photos/>

Negli anni seguenti si sono impegnati per fare proposte concrete e realizzabili riguardo vivibilità e servizi, gestione dei flussi turistici e residenzialità.

Le loro idee riguardano innanzitutto una carta multiservizi per i giovani sotto i 26 anni, uno spazio riservato agli eventi al Tronchetto (al posto della costruzione di nuovi hotel, che poi è invece avvenuta), la trasformazione della città in città green e attenta all'ambiente con carburanti e mezzi pubblici consoni, un aumento dei posti nei parcheggi pubblici riservati ai residenti, il potenziamento degli impianti sportivi, e molte altre iniziative.¹³⁴

Tra queste iniziative una sorta di volantino precursore di quelli della campagna *#EnjoyRespectVenezia*, nata con il nome di *#comeacasatua* e tradotta in ben otto lingue diverse, ossia italiano, inglese, francese, spagnolo, russo, tedesco, cinese e giapponese, per farla comprendere proprio a tutti. Questi flyer sono stati attaccati alle porte delle case destinate ai turisti, per responsabilizzarli e informarli sulle abitudini di Venezia.

VENEZIA, COME A CASA TUA



IMMONDIZIE
 NEI SESTIERI DI CASTELLO, GIUDECCA, MURANO E BURANO DEVONO ESSERE LASCIATE FUORI DALLA PROPRIA ABITAZIONE, TRA LE 6.00 E LE 8.00 DI MATTINA. AL CONTRARIO SI INCORRE IN SANZIONI PECUNIARIE FINO A 500 EURO.

	LUN	MAR	MER	GIO	VEN	SAB	DOM
CARTA	•		•		•		X
VETRO, PLASTICA		•		•		•	X
RESIDUO	•	•	•	•	•	•	X



NEI SESTIERI DI CANNAREGIO, DORSODURO, SAN MARCO, SAN POLO E SANTA CROCE, SI APPLICA IL METODO PORTA A PORTA DALLE 8.30 ALLE 12. ALTRIMENTI È POSSIBILE PORTARE LE IMMONDIZIE PRESSO I PUNTI DI RACCOLTA DISTRIBUITI NEL SESTIERE, TRA LE 6.30 E LE 8.30.
INFO SU WWW.GRUPPOVERITAS.IT



VENEZIA OGNI ANNO PERDE CIRCA 1000 ABITANTI PER LO SPOPOLAMENTO. AD OGGI CI SONO POCO PIÙ DI 50.000 CITTADINI. ALCUNI DEI QUALI VIVONO SICURAMENTE VICINO A TE. SII RISPETTOSO NEL CONDOMINIO: NON CREARE CONFUSIONE, LASCIA PULITO E RISPETTA LE REGOLE DEL CONVIVERE CIVILE.



QUANDO CAMMINI, MANTIENI SEMPRE LA TUA DESTRA. FERMATI IL MENO POSSIBILE NELLE CALLI STRETTE E SUI PONTI DI PASSAGGIO. SONO ZONE DI TRANSITO USATE ANCHE DA CHI VA AL LAVORO, A FARE LA SPESA O DAL MEDICO.



CONFRONTA I PREZZI.
 RISTORANTI E BAR HANNO SEMPRE UN MENÙ CONSULTABILE ALL'ESTERNO. PRIMA DI FERMARTI A MANGIARE DA QUALCHE PARTE, RICORDATI CHE ESISTONO ZONE APPOSITE.
NO PIAZZA SAN MARCO.



PER LOCALIZZARE IL BAGNO PUBBLICO PIÙ VICINO:
WCTOILETTEVENEZIA.COM/MAP



Figura 43 Volantino. Fonte: <http://generazione90venezia.it/2018/04/04/comeacasatua/>

¹³⁴ <http://generazione90venezia.it/le-proposte/>.

Due anni fa, nel **2017**, assieme ad altre associazioni attive sul territorio, sono stati ascoltati dalla Giunta Comunale sul tema della residenzialità; le loro proposte riguardavano la ristrutturazione e l'aumento delle case popolari, affitti a prezzi calmierati, tutela delle case per i residenti. La sensazione, a fine incontro, è quella di non essere stati pienamente capiti o di non aver ricevuto l'attenzione che meritavano.

INCONTRO CON VICESINDACO E ASSESSORI

Residenzialità, le associazioni a Ca' Farsetti

Da Venessia.com a Generazione90: «C'è buona volontà ma manca la strategia, vigileremo»

Né deluse, né entusiaste, ma non di certo soddisfatte. Ieri mattina le associazioni che da anni si stanno battendo per la residenzialità, hanno incontrato finalmente la giunta. Il sindaco Luigi Brugnaro era in ferie, ma hanno partecipato gli assessori al Patrimonio Lucia Colle, alla Coesione sociale Simone Venturini, ai Trasporti Renato Boraso, al Bilancio Michele Zuin e al Commercio Francesca Da Villa. L'incontro con le associazioni (Venessia.com, Generazione 90, Assemblea Sociale per la Casa, Garanzia Civica, Awakening, Venezia Cambia, Murano Viva, Giovane Murano, Sindacato Unione inquilini) è durato due ore con la promessa di rifare il punto a giugno. Unanime il commento finale: «C'è buona volontà, ma non strategia». La stampa ha dovuto aspettare nell'atrio perché l'incontro è stato considerato «privato».

Giunta. «Abbiamo dato uno spaccato di quello che abbia-

mo fatto, di quanto trovato e di cosa faremo» ha detto la vice sindaco Colle «La residenzialità dipende infatti dalla qualità dell'intera vita della città. A breve 71 nuclei entreranno in social housing all'interno dell'Opera Pia Coletti, a Murano alle Conterie dopo l'estate saranno pronti altri 36 appartamenti Erp e 16 in social housing, 10 alloggi nell'area ex La Fontaine e 18 in via Pividor al Lido di Venezia. Stiamo cercando di cambiare alcune strutture da Erp a non Erp per riproporre il social housing. Abbiamo chiesto alla Guardia di Finanza di aumentare i controlli». I bandi per l'autorestauro si sono rivelati troppo complicati. Le case del Comune sono 2570: 291 vuote, 204 sfitte non abitabili, 41 in manutenzione, 43 in attesa di assegnazione. Con finanziamenti già stanziati sono stati recentemente risistemati 80 alloggi e, solo nel 2016, 29 interventi di manutenzione per un totale di 700mila euro.

Venessia.com. «Vigileremo» ha commentato Matteo Secchi di Venessia.com «Ci hanno spiegato le intenzioni che per adesso sono su carte, quindi vediamo a giugno se si sono fatti passi avanti. Non sono soddisfatto, mi aspettavo più coraggio, soprattutto nei confronti dell'ente Ater che, in quanto commissariato, non è stato preso in considerazione oggi».

Generazione 90. «Non siamo soddisfatti» ha detto Giampaolo Gagliardi «È positivo che ci sia stato un incontro, ma mi dispiace che non sia stato permesso l'ingresso ai giornalisti perché sarebbe stato un segno di trasparenza. Sono stati mostrati piccoli interventi di manutenzione, c'è tanto impegno ma ho dei dubbi che ci sia una strategia. Per ora manteniamo un atteggiamento dialogante, ma molto vigile».

Asc. «Si è parlato molto di social housing, ma non di welfare pubblico» ha detto Chiara Burrati dell'Assemblea Sociale

per la Casa «Avevamo proposto delle agevolazioni per i residenti, ma non se n'è parlato e l'autorecupero delle case che si è detto macchinoso, in più non si è parlato di Ater».

Garanzia civica. «C'è buona volontà, ma poca strategia» ha commentato Andrea Gusso «Se è vero che vogliono cambiare direzione devono farlo nel verso giusto, altrimenti si rischia di andare fuori rotta».

Sindacato unione inquilini. Come osservatore era presente Matelda Bottoni dell'U.I.L. «Penso sia positivo che la giunta abbia detto che aprirà un canale con la Regione per abbassare l'attuale tetto di 107 mila euro che non permette oggi il turnover delle case comunali e per regolamentare le locazioni turistiche. È anche positivo che si sia chiesto all'IRE di bloccare il piano vendite. Negativo è che gli sfratti si confermano in media sei al giorno e che la casa è una vera emergenza».

Vera Mantengoli

Figura 44 Articolo di giornale. Fonte: <https://www.facebook.com/generazione90/photos/>

Spesso, la sensazione che pervade queste associazioni, soprattutto una come questa, composta da giovani volenterosi e pieni di voglia di fare, è quella di non venire presi in considerazione da chi ha veramente il potere di mettere in atto le cose, di venir fintamente ascoltati senza un attuabile scopo finale.

Quest'anno, nel **2019**, hanno compiuto uno studio non scientifico sulle affittanze turistiche, andando ad incrociare i dati riguardo i posti letto trovati sul sito ufficiale del Comune con quelli trovati sulle piattaforme online. È bastato confrontare i numeri civici per rendersi conto che, in alcuni casi, la discrepanza è nettissima: appartamenti che sul portale del Comune dichiarano due posti letto e nella realtà di Booking o Airbnb

ne hanno dodici.¹³⁵ Questi dati sono stati più volte messi a disposizione della Giunta, degli assessori o del comando della polizia, ma in alcuni casi non sono stati neanche richiesti, oppure sono stati inviati senza mai ricevere un riscontro.

Case per turisti, la “cresta” anche sui posti letto

► Ricerca di “Generazione 90”: su 400 alloggi controllati ► I casi più eclatanti a Dorsoduro, Cannaregio e a Mestre
In un caso a fronte di 6 letti dichiarati, gli ospiti erano 35

LA RICERCA

VENEZIA Che la situazione di Venezia sia complessa dal punto di vista delle affittanze turistiche, per i ragazzi di “Generazione 90” è un dato di fatto. È proprio spinto da tale convinzione, il movimento – nato tre anni fa con l’obiettivo di lanciare proposte che tutelino il futuro della città – ha condotto uno studio a campione. Tra i dati ufficiali, ossia dichiarati nel portale del Comune attraverso bollini colorati che identificano il tipo di affittanza e quelli effettivi messi in vendita sui motori di ricerca come Booking o AirBnB, sono emerse delle discrepanze tra i numeri di posti letto presenti nel territorio comunale.

CONTROLLI INCROCIATI

Un vero e proprio controllo incrociato, quello effettuato da un gruppo di otto giovani in un paio di settimane, che ha rivelato una differenza significativa. Sarebbero infatti ben 407 i posti letto in più riscontrati, risultato di una campionatura random, dunque casuale, che si rifà al 12 giugno

2019 ed effettuata per diversi settori della città lagunare ma non solo. Anche per le isole (Murano e Giudecca), Mestre, Favaro e Marghera. Per un totale di 400 casi analizzati, in modo particolare appartamenti e b&b. «Ciò che emerge dal confronto – analizza Giovanni di Giorgio, di “Generazione 90” – non è solo l’allarmante sproporzione di affittanze irregolari ma anche come il portale del Comune, che pure aggiorna il numero di strutture e posti letto dichiarati ogni 24 ore, non sia al passo con la realtà. Attraverso il database in formato pdf di InsideAirBnB

AL SETACCIO I POSTI COMUNICATI DAI TITOLARI E QUELLI REALMENTE MESSI IN VENDITA SUI SITI PRINCIPALI



IL FENOMENO Ricerca sugli alloggi privati per i turisti

(con 8.469 affittanze registrate) abbiamo riscontrato in fatti che tanti non sono presenti sul portale dell’amministrazione».

I CASI LIMITE

Tra i casi più eclatanti vi sono quelli di un civico a Dorsoduro con 2 posti letto dichiarati e 12 effettivi e uno a Cannaregio con 3 dichiarati e ben 18 effettivi. E ancora, uno in Via Ernesto Bonaiuti a Mestre, con 6 dichiarati e addirittura 35 effettivi e quello in Via Monte Cavallo a Favaro, che mette in luce una discrepanza di 13 posti. «Ci siamo soffermati sugli appartamenti tolti alla potenziale residenzialità e messi a disposizione del turismo. Non siamo contrari all’affitto turistico, vorremmo soltanto che le regole fossero controllate. Venezia è

MARCO CABERLOTTO: «CI SIAMO CONCENTRATI SUGLI APPARTAMENTI TOLTI AI RESIDENTI VOGLIAMO CHE LE REGOLE SIANO RISPETTATE»

già di per sé tra le città con il turismo di ritorno più basso. E trovarsi stipati nelle stanze potrebbe essere uno dei motivi», afferma Marco Caberlotto, sottolineando come l’intento di “Generazione 90” non sia quello di polemizzare con l’amministrazione comunale ma di mettere a sua disposizione dei dati.

IL SOMMERSO

Alla luce di tutto questo sorge dunque una constatazione. «Gli studi fatti finora sui flussi turistici – dice Giampaolo Gagliardi – sono sbagliati in quanto non tengono conto del sommerso». È pur vero comunque che tra le 400 realtà analizzate ci sono anche casi risultati regolari, circa la metà. Quelli cioè da cui i ragazzi di Generazione 90 vogliono ripartire per una città più sana da consegnare alle generazioni future. La proposta intanto torna ad essere sulle limitazioni alle affittanze turistiche, per le quali si chiede che venga posto un limite di giorni affittabili inversamente proporzionale al numero di alloggi posseduti.

Marta Gasparon
@MARTAGASPARON

Figura 45 Articolo di giornale. Fonte: <https://www.facebook.com/generazione90/photos/>

L’idea di Generazione ‘90, quindi, è quella di fare qualcosa di concreto e costruttivo mettendo anche, in un certo senso, le mani in pasta. Non sono e non vogliono essere lontani dalla politica, in quanto ritengono sia uno strumento fondamentale per la realizzazione di molte delle loro idee e progetti. Per questo motivo, si riservano di pensare alle elezioni del 2020 e se qualcuno dei loro iscritti volesse candidarsi, anche portando le loro proposte e i loro progetti, non lo riterrebbero un errore, anzi; sarebbe il punto iniziale per creare quel dialogo che tanto cercano e quell’aiuto dall’interno per farsi veramente valere.

¹³⁵ Riguardo questo studio, ne ho citato i casi più eclatanti del pdf gentilmente concessami dall’associazione nel sotto paragrafo 3.2.1.

4.3 Il confronto e lo scenario futuro delle due realtà

Come si è potuto vedere, ci sono pareri leggermente contrastanti per quanto riguarda la collaborazione tra Giunta e cittadini.

Generalmente, quello che esce dalle interviste con i rappresentanti delle associazioni è uno scarso interesse da parte del Comune di ascoltare e in qualche modo mettere in atto le proposte e le idee generate dal basso. L'unico comitato che mi è parso in qualche modo soddisfatto e positivo è quello del Gruppo25Aprile, che percepisce uno sforzo, seppur piccolo, da parte dell'amministrazione per "accontentare" le loro proposte e cercare di concretizzarle.

Sicuramente, comparando gli studi effettuati nel primo capitolo¹³⁶, il *community-based tourism* a Venezia dovrebbe essere ancora implementato. Da parte della popolazione, l'interesse di partecipare attivamente alle decisioni e dare un loro contributo, c'è. Con tutte le persone intervistate, ho notato una esasperazione di fondo, accompagnata però da un desiderio di miglioramento e delle alternative concrete per raggiungerlo. La collaborazione tra Comune e associazioni è ancora scarsa; alcuni mi fanno notare come molte delle iniziative attuate dal Sindaco possano far riferimento a una sottomessa campagna elettorale per garantirsi l'elezione anche nel prossimo mandato. Si potrebbe trattare quindi, secondo la scala di Arstein¹³⁷, di *manipulation*, quindi dell'uso di chi detiene il potere della partecipazione cittadina come mero mezzo di propaganda; oppure, più positivamente, di *consultation*, quindi del coinvolgimento della popolazione nell'esternare le proprie opinioni e idee.

Tra nessuna delle persone intervistate emerge particolare astio o disagio nei confronti dei turisti; nessuno di loro è "contro" il turismo. Piuttosto, vedono con occhio critico come questo turismo sia stato gestito e quali fini abbiano portato la trasformazione della città in una

¹³⁶ Precisamente, nel capitolo 1, sotto capitolo 1.2.

¹³⁷ Vedi p.22-23 di questa tesi.

quasi *Veniceland*. Soprattutto, criticano quanto fatto per aiutare la popolazione: pochi aiuti e pochi incentivi ancora, e sicuramente messi in atto troppo lentamente.

Esistono, a parer mio, negli scenari analizzati, degli elementi di inclusione: ad esempio, nel progetto *RespectVenice* ideato da *Venessia.com* e promosso e lanciato (seppur con pesanti modifiche) dal Comune con il nome di *#EnjoyRespectVenezia*, nell'iniziativa dei volantini informativi di Generazione '90 simili a quelli della sopraccitata campagna, nella normativa per la regolamentazione dei cambi d'uso richiesta dal Gruppo25Aprile.

Associazioni cittadine e Giunta Comunale sono due realtà importantissime a Venezia. L'una dovrebbe permettere ai residenti di sentirsi coinvolti e ascoltati, l'altra invece, nei limiti del possibile, dovrebbe realizzare le richieste di questi gruppi, che sono mirate al benessere della città e dei suoi componenti.

Alcuni di questi comitati pensano anche a un eventuale coinvolgimento nelle scene politiche mentre altri, invece, sottolineano come vogliono restarne ben distaccati.

Quindi, in un futuro, come potranno evolversi i rapporti tra queste due realtà?

Proprio in base alle parole che mi sono state dette dai vari rappresentanti dei gruppi, ho sviluppato tre scenari che possono essere sostenuti da esempi anche realmente accaduti, che in seguito illustrerò.

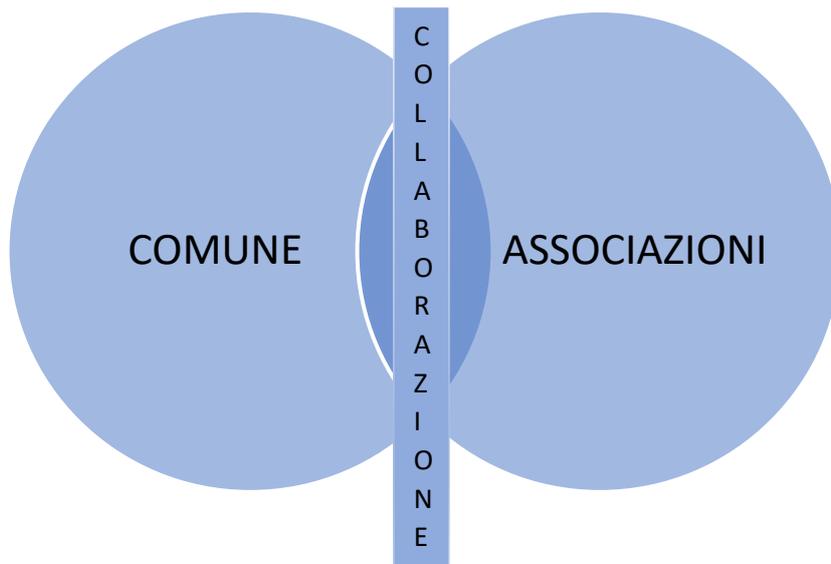
Le tre ipotesi che propongo sono:

1. La trasformazione dei gruppi in vari partiti o in un unico partito, quindi il loro ingresso nella vita politica;
2. Una collaborazione vera ed effettiva tra questi due poli, un'unione armoniosa per il bene di Venezia;
3. La disgregazione delle due realtà, quindi il netto distacco tra le due, le quali proseguono ognuna la propria strada, senza tener conto dell'altra.

Ipotesi 1



Ipotesi 2



Ipotesi 3



Tra le tre prospettive, la più realizzabile e adeguata è sicuramente la seconda.

La *prima* potrebbe creare attriti tra i rappresentanti dei gruppi e la popolazione, che si sentirebbe in qualche modo "tradita" per il cambio di rotta. Anche se, come mi è stato detto, spesso emerge la necessità di avere qualcuno che sia addentro i processi esecutivi, in caso contrario le proposte rischiano di non evolversi in qualcosa di concreto. Un esempio di partito creatosi dal basso è quello del Movimento 5 Stelle. Nel 2005 Beppe Grillo apre il blog di informazione e news "beppegrillo.it"¹³⁸, seguito da una nutrita community di lettori che, ispirati dai temi trattati da Grillo, fondano delle liste a lui associate e da lui sostenute, denominate "liste civiche a 5 stelle". In seguito, in prossimità delle elezioni regionali del 2010, annuncia la creazione e l'entrata in politica del suo partito, denominato appunto Movimento 5 Stelle.

Il M5S ebbe un grandissimo successo al suo debutto, proprio in quanto rappresentava una ventata di novità rispetto alla classe politica che da anni presenziava sul panorama italiano. Fondata da cittadini comuni, composta in un certo senso da cittadini comuni, porta proprio l'esempio, anche se più in generale e nazionalmente, di quanto la popolazione desideri avere una voce in capitolo su temi che la riguardano.

La *terza*, invece, rappresenta il prospetto peggiore, perché l'antagonismo tra le due andrebbe a discapito di tutti, città cittadini e amministrazione, comporterebbe malumori e un clima non favorevole al lavoro. Inoltre, queste due realtà non possono e non devono prescindere l'una dall'altra, in quanto sono complementari nel panorama di una destinazione.

Attualmente, a Venezia molte persone pensano che, per alcuni aspetti, sia presente questo tipo di situazione; la democrazia integrata e il

¹³⁸ <http://www.beppegrillo.it>.

processo partecipativo sono ancora al di fuori della conoscenza cittadina.

La *seconda*, appunto, è la più auspicabile. La collaborazione tra questi due elementi così imprescindibili per una corretta gestione della città è necessaria, sia perché i cittadini in questo modo si sentano partecipi e venga conferito loro il giusto *empowerment*¹³⁹, sia perché l'amministrazione possa capire quali sono i bisogni dei residenti e le loro priorità.

In Toscana, ad esempio, è stato istituito nel 2013 il "Dibattito pubblico regionale"¹⁴⁰, un processo di confronto e partecipazione pubblica riguardo vari interventi. Si svolge nelle fasi preliminari di costituzione di un progetto e prevede la partecipazione, il confronto e la testimonianza di vari attori quali scienziati, esperti e cittadini. In seguito alla conclusione del dibattito, il rapporto prodotto viene inviato e analizzato dalla Giunta regionale, dal Consiglio e dal promotore dell'intervento, i quali valutano le proposte ed eventualmente ne tengono conto nella realizzazione dell'opera.

Allo stesso modo si dovrebbe lavorare a Venezia, una città che intrinsecamente di per sé presenta caratteristiche particolari ed estremamente specifiche. Soltanto coinvolgendo tutte le risorse presenti nel territorio e portandole a condividere le loro opinioni, si possono veramente tutelare gli interessi della città.

A questo fine il *community-based tourism* è l'opzione più corretta per gestire la città: è necessario che istituzioni e cittadini collaborino insieme, in modo che i cittadini sviluppino un senso di responsabilità nei confronti della loro città, mentre chi la governa riesca a capire quanto la partecipazione cittadina possa essere d'aiuto nel gestire in modo costruttivo i conflitti e di conseguenza assumere un ruolo più efficace e legittimato.

¹³⁹ Di *empowerment* abbiamo parlato nel capitolo 3, sotto paragrafo 3.3.2.

¹⁴⁰ <http://www.consiglio.regione.toscana.it/oi/default?idc=47&nome=autorita-dibattito>.

Conclusione

L'obiettivo finale di questa tesi era quello di dimostrare come la partecipazione cittadina al processo decisionale di *governance* della destinazione sia un tema fondamentale di necessaria attuazione, dato l'impatto sociale che il turismo può comportare soprattutto su di essa. In particolare, il caso studio che viene trattato per sostenere questo principio è stato quello di Venezia.

Partendo da un'analisi generale del turismo sostenibile e di chi sono quei tipi di turisti che lo praticano, si è poi andato a introdurre il *community-based tourism*, ossia l'approccio di partecipazione comunitaria che la città dovrebbe adottare, dato il ruolo fondamentale della comunità nel turismo e nell'intera esperienza di visita. Data la complessità di questo approccio, non è di semplice attuazione, ma i suoi cinque punti chiave (partecipazione, equità, collettività, rispetto e diritto di scelta) sono gli *step* necessari da seguire per coinvolgere i residenti.

In seguito, si è parlato di Capacità di Carico Turistica, di impatto del turismo e *overtourism*.

Della CCT, dopo una descrizione generale degli studi fatti, della sua definizione e obiettivi, si è approfondita la CCT sociale, la CCS, ossia il livello massimo di turisti che un sito può ospitare senza che l'esperienza di visita cali di qualità o che la vita del residente ne risenta, causandogli disagio e insofferenza. Affinché la CCS possa essere tenuta sotto controllo, ancora una volta, la popolazione deve essere coinvolta nel piano turistico, dividerne gli obiettivi e sentirsi a conoscenza degli sviluppi.

Riguardo l'impatto del turismo sulla destinazione, si sono analizzati tre modelli fondamentali per una destinazione: il modello del ciclo di vita di Butler, l'Irridex di Doxey ed infine il modello attitudinale. Il primo tratta i cambiamenti che il turismo comporta sulla città, dalle fasi in cui esso è una forza positiva a quelle in cui è negativa; il secondo si

concentra sulla popolazione e sugli atteggiamenti che essa assume man mano che il sito prosegue nel suo ciclo di vita; il terzo descrive in maniera specifica le interazioni turista – residente e i comportamenti che ne possono derivare in base al livello di contatto tra i due.

Più nello specifico, poi, si sono trattati gli impatti sociali tangibili e intangibili, positivi e negativi, per dimostrare come il turismo possa essere un fenomeno stimolante e coinvolgente per la popolazione ma, se mal gestito, può modificarne il tessuto sociale e causare conflitti.

In seguito, si è analizzato il fenomeno dell'*overtourism* o iperturismo, in italiano, come è nato, come si è diffuso e le conseguenze che comporta in una città. Da *over* spesso si passa poi ad *antitourism*, momento in cui la popolazione inizia a vedere i turisti come i veri nemici della loro vita e della loro città. La *turismofobia* ha preso piede ormai in molte città, compresa Venezia, dati i cambiamenti socioculturali che il turismo genera nella destinazione. In realtà, la colpa di questa situazione non è da attribuire ai turisti, bensì a chi dovrebbe gestire il fenomeno; una cattiva amministrazione e una superiorità ingiustificata nel non ascoltare le richieste dei cittadini da parte dei *policy makers* sono le ragioni di ciò.

Nel terzo capitolo è stato introdotto il caso studio, Venezia.

Dopo una breve descrizione storica e geografica, trattando anche il suo inserimento nella Lista Patrimonio dell'Umanità nel 1987 e il possibile inserimento nella lista a rischio, si è analizzato il tipo di turismo che la città ha accolto, dal '900 a oggi. Basandosi sulla CCT della città, l'anno scorso Venezia ha ospitato quasi 10 milioni di turisti in più rispetto alla sua capacità, con un aumento dell'11,6% rispetto all'anno precedente. Si è quindi potuto passare a parlare di *overtourism* a Venezia, inserendo i dati degli arrivi dai maggiori terminal e soprattutto l'aumento degli appartamenti messi a disposizione dei turisti sulle piattaforme online. Nel 2019, rispetto all'anno precedente, il 14% in più di case sono state cedute al mercato delle affittanze turistiche.

Questo comporta dei danni grandissimi a Venezia e ai suoi stessi abitanti, che non riescono più a vivere nella loro città.

Si sono fatte delle speculazioni sul perché Venezia venga invasa da milioni di turisti ogni anno, soprattutto sul perché questi si fermano poco, due o tre notti al massimo, e vadano quindi ad alimentare il fenomeno dell'*overtourism*. È possibile che la città stessa, che in questo caso si può definire come il prodotto, venga comunicata male in rete: San Marco, Rialto e il Canal Grande sono le attrattive che vengono pubblicizzate. Di conseguenza, il visitatore rischia di arrivare e credere ci sia veramente solo questo, e che due giorni possano bastare, creando un circolo continuo di arrivi e partenze.

In seguito, si è parlato dell'identità veneziana, della cultura, delle tradizioni tipiche e dell'orgoglio con cui la popolazione le sfoggia, fino a denunciare lo spopolamento che Venezia sta vivendo da anni, causato sicuramente dal cambio d'uso degli appartamenti, dall'aumento dei prezzi e dalle precarie condizioni di vivibilità della città. Ci si è soffermati quindi sul termine *empowerment*, che è sicuramente quello che i veneziani, i pochi rimasti, vogliono e sentono. Si tratta del senso di appartenenza dei residenti alla propria comunità e alla propria città, declinato in forma sociale, psicologica e politica. È importante sopraelevare i cittadini e far loro render conto del valore di ciò che possono offrire, incoraggiare i gruppi cittadini e dar loro una voce nella gestione della città.

Infine, il quarto capitolo è incentrato sulle iniziative sul turismo attuate dal Comune e quelle delle varie associazioni attive.

Sono state descritte le campagne *#EnjoyRespectVenezia* e *Detourism*. La prima, punta a sensibilizzare il turista sulle norme della città e sulle sue caratteristiche peculiari, la seconda invece mira a deviare i flussi turistici al di fuori delle zone più conosciute e quindi già molto congestionate. Poi si è parlato anche del Progetto di *governance* territoriale del turismo a Venezia, istituito nel 2016, e dei suoi obiettivi per valorizzare la città e gestire il numero di turisti. Tra questi è

presente anche quello di tutela della residenzialità, con revisione delle normative sulle locazioni turistiche, limitazioni alle attività di asporto e al proliferare dei plateatici.

Si è passato quindi a descrivere quattro associazioni note e importanti a Venezia, per la risonanza sui quotidiani nazionali ed esteri e per il numero di soci e iscritti: Italia Nostra – Venezia, Venessia.com, Gruppo25Aprile e Generazione '90.

Intervistando un componente di ogni gruppo, mi sono fatta raccontare storia, manifestazioni, eventi e successi che in questi anni li hanno accompagnati. Ognuno di loro mi ha dato una prospettiva diversa, nonostante la presenza di un filo unico che accomunasse tutti: l'interesse puramente rivolto alla città e a chi la vive.

Tra di loro, c'è chi volutamente vuole essere apolitico e apartitico, mentre c'è chi non nega, in un futuro, uno sviluppo nella scena politica. Residenzialità, gestione dei flussi e aumento dei servizi sono temi che tutti vogliono affrontare, chi più goliardicamente e chi più seriamente. In generale, noto un desiderio e una propensione a dare alternative e a fare proposte che possano essere realizzabili, se la Giunta lo volesse. Alcuni si sentono, in parte, ascoltati dall'amministrazione e vedono uno spiraglio di discussione e di collaborazione; altri invece si sentono poco presi in considerazione, un finto interesse per assicurarsi il benessere degli elettori.

Quali potrebbero essere, in un futuro, gli scenari che si apriranno per questi comitati cittadini, in relazione anche a chi detiene il potere? A parer mio e secondo esempi già esistenti, qualcuno potrebbe trasformarsi in un partito politico, o si unirà a uno già esistente; oppure, potrebbe implementarsi una collaborazione tra le due realtà; o ancora, questi due poli potrebbero restare separati. Naturalmente, quella che auspico io è la via della cooperazione, ossia una unione rispettosa ed educata per lavorare insieme al bene della città e dei cittadini, senza prevaricazioni o giochi di potere.

Bibliografia

Ap, J. and Crompton, J.L., *Residents' Strategies for responding to tourism impacts* in *Journal of Travel Research*, 1993.

Arnstein S. R., *A Ladder Of Citizen Participation* in *Journal of the American Institute of Planners*, 1969.

Boley, B., McGehee, N., Perdue, R., and Long, P., *Empowerment and Resident Attitudes Toward Tourism: Strengthening the Theoretical Foundation Through a Weberian Lens* in *Annals of Tourism Research*, 2014.

Boley, B. B., & McGehee, N. G., *Measuring empowerment: Developing and validating the Resident Empowerment through Tourism Scale (RETS)* in *Tourism Management*, 2014.

Butler J.W., *The Tourism Area Life Cycle Vol.1, Application and Modification*, Cromwell Press, Gran Bretagna, 2005.

Costa P., van der Borg J., *Un modello lineare per la programmazione del turismo. Sulla capacità massima di accoglienza turistica del Centro Storico di Venezia*, "Coses Informazioni", 32-33, 1988.

Canestrelli E. Costa P., *Tourist carrying capacity: A fuzzy approach* in *Annals of Tourism Research*, 1991.

Choi H., Sirakaya E., *Measuring Residents' Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale* in *Jurnal of Travel Research*, 2005.

Choi H., and Sirakaya E., *Sustainability indicators for managing community tourism* in *Tourism Management*, 2006.

Coccosis H., Mexa A., *Defining, Measuring and Evaluating Carrying Capacity in European Tourism Destination*, 2001.

Città di Venezia, Progetto di *governance* territoriale del turismo a Venezia, 2016-2018.

Comune di Venezia, *Annuario del turismo*, 2017.

Davolio M., Somoza A., *Il viaggio e l'incontro, che cos'è il turismo responsabile*, 2016.

Doxey G. V., *A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inferences. The impact of tourism*, in *Sixth annual conference proceedings of the Travel Research Association*, Academic Press, San Diego, 1975.

Fatemeh S., Badaruddin M., *A Stage-Based Model Development Study on Tourism: Social Impact Assessment in International Journal of Scientific and Research Publications*, Volume 5, 2015.

Galli P., Notarianni M., *La sfida dell'ecoturismo*, De Agostini, Novara, 2002.

Lopez-Bonilla M., Lopez-Bonilla L. M., *Measuring Social Carrying Capacity: An Exploratory Study*, University of Seville, 2007.

Marzetti Dall'Aste Brandolini S., Masetti R., *Social Carrying Capacity of Mass Tourist Sites: Theoretical and Practical Issues about its Measurement*, 2005.

Our_common_futurebrundtlandreport1987.pdf

Papathanassis A., *Over-Tourism and Anti-Tourist Sentiment: An Exploratory Analysis and Discussion in "Ovidius" University Annals*, Economic Sciences Series, 2017.

Saveriades A., *Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus in Tourism Management*, Vol. 21, 2000.

Scholtz M., *A critical assessment of the social impacts of tourism in selected South African Communities*, 2014.

Seraphin, H., *Overtourism and the Fall of Venice as a Destination* in *Journal of Destination Marketing & Management*, 2018.

Sustainable_tourism_A_state-of-the-art_review.pdf

Van der Borg J., Camatti N., Bertocchi D., *La capacità di carico di tipo turistico di Venezia nel 2018*, 2018.

World Tourism Organization (UNWTO); Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality; NHTV Breda University of Applied Sciences; and NHL Stenden University of Applied Sciences (2018), *'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary*, UNWTO, Madrid.

Zannini A., *Il turismo a Venezia dal secondo dopoguerra ad oggi* in *Laboratoire italien*, 2014.

Sitografia

http://www.agenda21.it/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=55&Itemid=76

https://www.agi.it/cronaca/bomba_turisti_cinesi_overturism-5474872/news/2019-05-12/

http://www.aitr.org/?page_id=452

http://www.aitr.org/wp-content/uploads/2014/05/vademecum_aitr_2012.pdf

<https://www.alamy.com/venice-italy-june-17-2018-tourists-go-home-graffito-in-venice-close-up-image211227479.html>

http://www.ansa.it/veneto/notizie/2016/07/02/flash-mob-per-difendere-futuro-venezia_41c815ca-0514-40b9-8160-38552003d850.html

https://www.are.admin.ch/are/it/home/sviluppo-sostenibile/cooperazione-internazionale/l_agenda-2030-per-uno-sviluppo-sostenibile/ONU--le-pietre-miliari-dello-sviluppo-sostenibile/1987--rapporto-brundtland.html

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-40107507>

<https://www.bbc.com/news/world-europe-40826257>

<http://www.beppegrillo.it>

<https://www.comune.venezia.it/it/content/buone-pratiche>

<https://www.comune.venezia.it/it/content/detourism-itinerari-sostenibili>

<https://confesercenti.ve.it/in-evidenza/2017/07/20/enjoy-respect-venezia/>

[http://www.consiglio.regione.toscana.it/oi/default?idc=47&nome=aut
orita-dibattito](http://www.consiglio.regione.toscana.it/oi/default?idc=47&nome=aut
orita-dibattito)

[https://corrieredelveneto.corriere.it/venezia-
mestre/cronaca/18_aprile_19/venezia-protesta-contro-airbnb-sotto-
comune-tensione-corteo-forze-dell-ordine-734966d2-43b9-11e8-
a2d0-c3fefb99e251.shtml](https://corrieredelveneto.corriere.it/venezia-
mestre/cronaca/18_aprile_19/venezia-protesta-contro-airbnb-sotto-
comune-tensione-corteo-forze-dell-ordine-734966d2-43b9-11e8-
a2d0-c3fefb99e251.shtml)

[http://www.dlts.univr.it/documenti/OccorrenzaIns/matdid/matdid982
754.pdf](http://www.dlts.univr.it/documenti/OccorrenzaIns/matdid/matdid982
754.pdf)

[https://www.economista.es/catalunya/noticias/9265610/07/18/El-
auge-de-la-turismofobia-en-Barcelona-inquieta-al-sector-html](https://www.economista.es/catalunya/noticias/9265610/07/18/El-
auge-de-la-turismofobia-en-Barcelona-inquieta-al-sector-html)

https://enactusgroningen.nl/over/mcupload_5605a9f650620/

https://en.wikipedia.org/wiki/Agenda_21

[https://en.wikipedia.org/wiki/United_Nations_Conference_on_Sustain
able_Development](https://en.wikipedia.org/wiki/United_Nations_Conference_on_Sustain
able_Development)

http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/sanmarino_0.pdf

[https://www.express.co.uk/news/world/1005392/Tourist-shocking-
anti-tourist-Barcelona-Spain-resort-balconing-violence](https://www.express.co.uk/news/world/1005392/Tourist-shocking-
anti-tourist-Barcelona-Spain-resort-balconing-violence)

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417797>

[https://www.facebook.com/generazione90/photos/a.5931209675245
27/620845514752072/?type=3&theater](https://www.facebook.com/generazione90/photos/a.5931209675245
27/620845514752072/?type=3&theater)

[https://www.facebook.com/generazione90/photos/a.5931209675245
27/723045344532088/?type=3&theater](https://www.facebook.com/generazione90/photos/a.5931209675245
27/723045344532088/?type=3&theater)

[https://www.facebook.com/generazione90/photos/a.5931209675245
27/1258259451010672/?type=3&theater](https://www.facebook.com/generazione90/photos/a.5931209675245
27/1258259451010672/?type=3&theater)

[https://www.facebook.com/italianostraVE/photos/a.10931021007247
57/1438421772859453/?type=3&theater](https://www.facebook.com/italianostraVE/photos/a.10931021007247
57/1438421772859453/?type=3&theater)

<https://www.facebook.com/italianostraVE/photos/a.1103090893059211/2749649385070012/?type=3&theater>

<https://www.facebook.com/VeneziaNONDisneyland/photos/a.1825438487743342/2450858355201349/?type=3&theater>

<https://www.facebook.com/VeneziaNONDisneyland/photos/a.1825438487743342/2464156443871540/?type=3&theater>

https://www.facebook.com/pg/venessiacom/photos/?tab=album&album_id=180386035338793&ref=page_internal

<https://www.facebook.com/venessiacom/photos/a.180385295338867/188235154553881/?type=3&theater>

<https://www.facebook.com/venessiacom/photos/a.180395938671136/188907841153279/?type=3&theater>

<https://www.facebook.com/venessiacom/photos/a.180384055338991/187953641248699/?type=3&theater>

<https://www.facebook.com/venessiacom/photos/a.180383132005750/187267807983949/?type=3&theater>

<https://www.facebook.com/venessiacom/photos/a.180383132005750/187304141313649/?type=3&theater>

<https://www.facebook.com/venessiacom/photos/a.187253337985396/187259777984752/?type=3&theater>

<https://www.facebook.com/venessiacom/photos/a.1322258637818188/1322263324484386/?type=3&theater>

<https://www.facebook.com/veneziamiofuturo/photos/a.1387366571293512/1890452854318212/?type=3&theater>

<https://www.facebook.com/veneziamiofuturo/photos/a.1463660170330818/2748558445174311/?type=3&theater>

<https://www.facebook.com/veneziamiofuturo/photos/a.1387366571293512/2595613883802102/?type=3&theater>

<http://generazione90venezia.it>

<http://generazione90venezia.it/le-proposte/>

<http://generazione90venezia.it/2018/04/04/comeacasatua/?fbclid=IwAR0sIAsL0v1Gcc-VvkeOw2iFgwSzjL1uw48Yl6ZiqxjDfdAm1hJwIGtUiuA>

http://www.governo.it/sites/governo.it/files/Patto_Venezia_20161126.pdf

<http://www.greenreport.it/news/urbanistica-e-territorio/venezia-patrimonio-mondiale-dellumanita-alla-danger-list-dellunesco/>

<https://gruppo25aprile.org>

<https://www.ilfattoquotidiano.it/2019/02/04/venezia-tassa-di-ingresso-chi-deve-pagare-come-e-quanto-la-scheda/4946742/>

<https://www.ilfattoquotidiano.it/2019/04/11/mose-sequestrato-il-tesoro-delle-tangenti-di-galan-12-milioni-6-indagati-e-una-lista-di-imprenditori-con-capitali-off-shore/5103538/>

<https://www.ilfattoquotidiano.it/2019/06/07/venezia-la-protesta-contro-le-grandi-navi-non-potra-arrivare-a-piazza-san-marco-la-scelta-del-prefetto-schierato-con-la-lega/5240109/>

https://www.ilgazzettino.it/nordest/venezia/venezia_spopolamento-4497450.html

<https://www.ilturista.info/ugc/immagini/venezia/veneto/79567/>

http://insideairbnb.com/venice/report_en.html

<https://www.istat.it/it/archivio/227929>

<https://www.italianostravenezia.org>

<https://www.italianostravenezia.org/wp-content/uploads/2015/12/17-Democrazia-partecipativa.pdf>

<https://www.italianostravenezia.org/wp-content/uploads/2017/01/veneziamiofuturo-fogli2-2.pdf>

<https://www.italianostravenezia.org/2017/01/23/la-venezia-futura-in-ordine-alfabetico/>

<https://www.lavocedivenezia.it/ultima-ora-centri-sociali-occupano-comune-contro-sfratti-a-venezia/>

<https://live.comune.venezia.it/it/riduzione-tari-venezia-19-dicembre-2018>

<https://medium.com/lybra-tech/quando-il-turista-è-di-troppo-overtourism-cause-e-rimedi-a377c4fd1c768>

<https://medium.com/the-daily-rant/tourist-go-fucking-home-59ac5eb3f5dd>

<https://www.metropolitano.it/residenzialita-pubblica-400-appartamenti/>

<https://nuovavenezia.gelocal.it/venezia/cronaca/2017/06/04/news/stop-cambi-d-uso-si-decide-caso-per-caso-1.15445004>

<https://www.reddit.com>

https://www.reddit.com/r/italy/comments/77ob3q/a_night_in_venice/

https://www.repubblica.it/viaggi/2016/08/26/foto/dubrovnik_una_citta_da_numero_chiuso_-146657191/

<http://www.repubblica.it/2006/08/sezioni/cronaca/2030-veneziana-vuota/2030-veneziana-vuota/2030-veneziana-vuota.html>

<https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2015/04/18/lodissea-veneziana-del-fontego-dei-tedeschi-tra-pubblico-e-privato54.html>

<http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>

<https://skift.com>

https://suv.comune.fe.it/attach/centroh/docs/geografia_e_sociologia_del_turismo.pdf

https://www.theguardian.com/cities/2019/jun/20/ten-cities-ask-eu-for-help-to-fight-airbnb-expansion?CMP=share_btn_fb&fbclid=IwAR2qrCG0SpSsdabc19oNDvY-wHIAc-k-EjgMrbMMDWtUnoge-DQbqC6lLw

<https://www.theguardian.com/environment/2012/jun/23/rio-20-earth-summit-document>

<http://www.today.it/citta/venezia-nave-crociera-incidente-oggi.html>

<http://www.unesco.it/it/ItaliaNellUnesco/Detail/188>

https://www.unric.org/it/images/Agenda_2030_ITA.pdf

<https://www.univeur.org/cuebc/downloads/PDF%20carte/65.%20Manila.PDF>

<http://www.venessia.com>

<http://www.veneziatoday.it/cronaca/legambiente-malaria-inquinamento-rapporto-2018.html>

<http://www.veneziatoday.it/cronaca/palazzo-poerio-papadopoli-offerta-10-milioni-acquisto-novembre-2017.html>

<http://www.veneziatoday.it/cronaca/persone-bloccate-carnevale-cannaregio.html>

<http://www.venezianaunica.it/it>

<http://www.venezianaunica.it/it/content/itinerari-detourism>

http://www.venezianaunica.it/sites/default/files/dorsoduro_insolita.pdf

http://www.veniceandlagoon.net/web/piano_di_gestione/macroemergenze/

<https://www.viaggiarelibera.com/turismo-sostenibile-e-responsabile/>

<https://www.viaggiarelibera.com/wp-content/uploads/2013/03/Economia-Ambiente-Società.gif>

<https://vikeshkashyap.blogspot.com/2017/04/cohen-and-plog-theory.html>

<https://whc.unesco.org/en/list/394>

https://www.wired.it/attualita/politica/2019/07/05/venezia-unesco-patrimoni-umanita-black-list/?refresh_ce=