



Università  
Ca'Foscari  
Venezia

Corso di Laurea magistrale  
in Sviluppo Interculturale  
dei Sistemi Turistici

Tesi di Laurea Magistrale

Venezia: musei e turismo. Binomio vincente?  
Analisi del turismo culturale e  
del sistema museale nel Capoluogo Veneto

**Relatore**

Ch. Prof. Nicola Camatti

**Laureanda**

Sara Bettin

Matricola 857271

**Anno Accademico**

2019/2020



*La funzione di un museo dovrebbe essere non quella di mostrarci delle cose,  
ma di permettere di vedere in noi stessi attraverso le cose, di misurarci in  
relazione agli oggetti esposti.*

*(J.M.G. Le Clézio)*

## RINGRAZIAMENTI

Ringrazio il mio relatore, Nicola Camatti, per aver sostenuto la mia idea di tesi e aver avuto sempre una battuta pronta nel momento del bisogno. Ringrazio la Dott.ssa Squarcina, l'Arch. Zega, la Dott.ssa Carraro e il Dott. Stevanato per avermi aiutato attraverso le interviste a capire le potenzialità del biglietto descritto nella mia ricerca. Ringrazio tutti i miei amici per non avermi abbandonato durante i miei sproloqui sulle mie paranoie. Infine, ma non meno importante, ringrazio mia madre che mi ha sopportato e supportato e senza la quale non sarei quella che sono oggi.

# INDICE

<b>INDICE</b>	<b>5</b>
<hr/>	
ABSTRACT	7
INTRODUZIONE	8
<b>CAPITOLO PRIMO</b>	<b>10</b>
<hr/>	
1. IL TURISMO CULTURALE: DEFINIZIONE	10
1.1 UNA BREVE STORIA LUNGA QUATTRO SECOLI	10
1.2 PERCHE' FARE ANCORA TURISMO CULTURALE?	17
1.3 VISITARE UN MUSEO: VERO INTERESSE O DOVERE?	20
<b>CAPITOLO SECONDO</b>	<b>29</b>
<hr/>	
2. I PROBLEMI DEL TURISMO CULTURALE E IL SUO PATRIMONIO	29
2.1 COSA SI INTENDE PER PATRIMONIO CULTURALE	30
2.2 DALLE ÉLITE ALLA MASSIFICAZIONE	35
2.3 TURISMO E MANCANZA DI RISPETTO	37
2.4 DIFFERENZE TRA TURISTA E VIAGGIATORE	41
2.5 L'OVERTOURISM	44
2.6 DA TURISMO CULTURALE DI MASSA A TURISMO RESPONSABILE: UN POSSIBILE SVILUPPO	46
2.7 TERRORISMO E VIRUS: COME BLOCCARE IL TURISMO	51
<b>CAPITOLO TERZO</b>	<b>54</b>
<hr/>	
3. IL CASO VENEZIA	54
3.1 IL TURISMO CULTURALE A VENEZIA: IERI E OGGI	59
3.2 VENEZIA: CULLA DEL TURISMO CULTURALE IN ITALIA	61
3.3 LE ZONE PIU' VISITATE E LE PROBLEMATICHE CHE SUBISCONO I MONUMENTI PER IL TROPPO AFFOLLAMENTO	64
3.4 SCOPRIRE LA BELLEZZA CULTURALE FUORI DALL'AREA MARCIANA	67
<b>CAPITOLO QUARTO</b>	<b>70</b>
<hr/>	

<b>4. IL SISTEMA MUSEALE A VENEZIA</b>	<b>70</b>
4.1 TIPOLOGIE DI GESTIONI MUSEALI PRESENTI NELLA CITTÀ DI VENEZIA	73
4.2 IL SISTEMA DELLA FONDAZIONE MUSEI CIVICI DI VENEZIA	76
4.2.1 IL GRUPPO MUVE	78
4.2.2 I SERVIZI EXTRA OFFERTI	81
4.2.3 IL SUO RUOLO NEL MERCATO DELLA CITTÀ	82
4.2.4 L'USO DELLE PIATTAFORME SOCIAL	83
4.3 GLI ALTRI SISTEMI	85
4.3.1 IL POLO MUSEALE DEL VENETO	85
4.3.1.2 I MUSEI SOTTO LA DIREZIONE	88
4.3.3 LE GALLERIE DELL'ACCADEMIA	92
4.3.4 TUTTI GLI ALTRI	95
<b>CAPITOLO QUINTO</b>	<b>100</b>
<b>5. IL BIGLIETTO A MISURA DI VISITATORE</b>	<b>100</b>
5.1 I BIGLIETTI GIÀ ESISTENTI	101
5.1.1 LE TIPOLOGIE DI BIGLIETTO NELLA FONDAZIONE MUSEI CIVICI	101
5.1.2 GLI ALTRI BIGLIETTI	108
5.2 COME È NATA L'IDEA	111
5.3 LA SUA STRUTTURA	124
5.4 I VANTAGGI DI QUESTA TIPOLOGIA DI BIGLIETTO	126
5.5 LA VENDITA	128
<b>CONCLUSIONI</b>	<b>130</b>
<b>BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA</b>	<b>132</b>

## **ABSTRACT**

Questa tesi ha l'intento di analizzare la situazione attuale del turismo culturale a Venezia e del sistema museale che la città ospita.

Partendo da un breve cenno storico sulla pratica di un turismo dedito alla cultura, alla storia e all'arte, si passerà a capire quanto questo abbia ancora un fondamento reale nell'esperienza di viaggio di una persona o sia diventato quasi un dovere per la maggior parte dei viaggiatori, che lo associano ad altri tipi differenti di esperienze.

Verrà, poi, illustrato il sistema museale che è presente nella città, le tipologie di gestioni museali, con un particolare focus sul gruppo dei Musei Civici, sulla loro storia e su come apportano valore alla città e al turismo che essa ospita.

Non saranno fatti, però, solo elogi. Bensì, saranno presi in considerazione anche dei possibili punti deboli, come ad esempio, la tipologia di biglietti che viene venduta. Sarà, dunque, illustrata una nuova tipologia di biglietto da me ideata che potrebbe creare una nuova esperienza, più personalizzata e creata ad hoc per ogni tipo di visitatore, secondo le sue specifiche esigenze e gusti.

# INTRODUZIONE

L'uomo ha cercato, fin dai tempi più antichi, di salvaguardare e tramandare la propria storia e le proprie tradizioni, come testimonianza del proprio passaggio su questo mondo.

Solamente in tempi più recenti questi patrimoni hanno cominciato a essere protetti con leggi speciali e con strutture costruite appositamente per la loro conservazione.

Da quando ne ho memoria sono sempre stata affascinata da questi grandi edifici, contenitori non solo della Storia, ma di milioni di storie che non verranno mai completamente raccontate e che in qualche modo sono arrivate fino a noi.

Tutto quello che noi oggi ammiriamo da dietro una teca, appeso al muro o esposto in qualche sala sovraffollata di persone ha attraversato secoli di avvenimenti che ci hanno portato fino all'attuale costruzione della nostra società. Il "semplice" quadro di una scena rurale, dipinto a metà del Settecento ha "visto" innumerevoli rivoluzioni e moti, la nascita delle Nazioni, cambi di potere e senza dimenticarlo due Guerre Mondiali che hanno devastato città e regioni in tutto il Mondo.

Ma sono esistiti uomini e donne che hanno avuto il coraggio e la passione di creare queste grandi raccolte di opere d'arte e non, prima visibili agli occhi di pochi fortunati e, successivamente, aperte all'intera collettività, in modo che tutti potessero imparare anche solo guardando.

È da questi piccoli, ma allo stesso tempo, grandi cambiamenti che le persone hanno cominciato a spostarsi per vedere le varie collezioni permanenti e le mostre temporanee organizzate in questi istituti di cultura.

Da qui nasce il cosiddetto turismo culturale, che non si basa solo sulla visita a musei o in generali a enti culturali, ma viene ampliato a tutto ciò che ha a che fare con la cultura come i festival, i concerti, le rassegne ecc.

Non sempre è un turismo di qualità. Praticato maggiormente nelle città d'arte, negli ultimi anni è stato oggetto di un turismo mordi-e-fuggi, *fast* e irrispettoso nei confronti del patrimonio proposto.

Alcune città come Venezia sono diventate l'emblema di un "turismo cafone", che pensa più all'apparire bene nelle foto ricordo che a salvaguardare e rispettare ciò che vede.

Se i turisti-visitatori stanno diventando sempre più dei "macellai" pronti a trasformare la cultura nella propria bestia da macello, poco stanno facendo le istituzioni per impedire questa cosa.

Andando a guardare nello specifico nel settore del comparto museale, pochi sono gli enti che hanno idealizzato delle misure di visita personalizzate nell'ambito di sistemi museali



con all'interno varie realtà e poco si è ancora fatto in ambito di promozione e valorizzazione del proprio territorio.

“Con il talento si vincono le partite, ma è con il lavoro di squadra e l'intelligenza che si vincono i campionati.” Con questa celebre frase del giocatore di basket Michael Jordan voglio sintetizzare quello che è il mio pensiero, ovvero che con una buona collaborazione tra i vari enti che gestiscono il turismo e la cultura in un determinato ambito (destinazione, regione o Paese) e un'ottima organizzazione niente o quasi diventa impossibile.

# CAPITOLO PRIMO

## 1 IL TURISMO CULTURALE: DEFINIZIONE

Scoprire nuove culture e nuovi saperi ha da sempre alimentato nelle persone una grande voglia di viaggiare, dando vita a un ramo del turismo che prende il nome di “turismo culturale”.

L’Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) lo definisce come:

una rappresentazione di tutti gli spostamenti di persone, derivati da scopi culturali come: le vacanze studio, la partecipazione a spettacoli dal vivo, festival, eventi culturali, le visite a siti archeologici e monumenti, i pellegrinaggi. Il turismo culturale, quindi, riguarda anche il piacere di immergersi nello stile di vita locale e in tutto ciò che ne costituisce l’identità e il carattere.<sup>1</sup>

I turisti invogliati dalla brama di arricchire il loro bagaglio di conoscenze personali, si mettono in viaggio verso mete che vanno dal paesino a pochi chilometri da casa, all’isola esotica ricca di storia e tradizioni poco conosciute ai più. Ma per arrivare alla concezione di vacanza culturale odierna bisogna prima ripercorrere alcune tappe fondamentali per la nascita del fenomeno e dell’industria turistica.

### 1.1 UNA BREVE STORIA LUNGA QUATTRO SECOLI

Sebbene le prime pratiche proto-turistiche possono essere fatte risalire ai tempi dell’Impero Romano, quelle proprie del turismo culturale hanno radici ben più recenti.

Già nel corso del Medioevo e del primo Rinascimento, si sono delineati dei percorsi per attraversare da nord a sud l’Europa e per raggiungere nel minor tempo possibile le grandi città sparse sui territori. Essi vengono usati soprattutto da pellegrini o da viandanti, i quali però non si godono appieno il paesaggio e vedevano nelle varie tappe del cammino dei duri ostacoli da oltrepassare per arrivare a destinazione.

---

<sup>1</sup> Osservatorio Nazionale del Turismo

Come per i moderni itinerari, ci sono dunque delle strade consigliate. Ad esempio, per andare da Lione e Parigi si viaggia sulla strada del Bordeaux o sulla sua equivalente della Borgogna.

Le guide creano nette distinzioni tra ciò che merita di essere visitato e cosa no. Si crea, così, un'alternanza tra soste brevi e lunghe. Consigliano anche dove sia meglio mangiare e dove fare solamente un breve ristoro.

Tra le città più turisticamente attraenti nell'Italia del tempo, ci sono: Torino, Milano, Parma e Venezia. Contrariamente a quanto si pensa, Firenze ha una reputazione mediocre. Nel resto d'Europa, tra le città che hanno una migliore reputazione ci sono Parigi e Amsterdam.

Parlando propriamente della nascita del turismo culturale, la sua storia comincia alla fine del XVI secolo grazie alla nobiltà europea (inglese, francese e tedesca), la quale prende l'abitudine di far fare ai propri rampolli dei lunghi viaggi formativi. Questi viaggi sono passati poi alla storia col nome di *Gran Tour*. Si tratta di circuiti in cui ci si reca di città in città alla scoperta dei tesori antichi e delle opere d'arte più importanti. Tra le varie tappe previste, le due mete caratterizzanti del viaggio sono la Francia e l'Italia, la quale viene completamente attraversata da nord a sud.

Questi viaggi trovano indiretta pubblicità anche grazie alla letteratura con nuovi romanzi come *I viaggi di Gulliver* di J. Swift, che stimolano, favoriscono e confermano la crescita degli individui grazie all'amore per il viaggio. Viaggiare diventa una vera e propria arte, con tanto di usi e costumi propri.<sup>2</sup>

Questi tour per membri della *upper class* si concludono a Roma, ma bisogna dire che per alcuni di essi questi viaggi sono dei grandi paradossi. Infatti soprattutto i giovani inglesi, vedono tutto, ma non capiscono nulla.

Ciò nonostante, i giovani inglesi continuano a viaggiare in giro per l'Europa anche per tutto il XVIII secolo, consolidando questa tradizione formativa. Si ricercano le antiche rovine greche e romane e durante il viaggio si comprano vari oggetti artistici di poco valore, paragonabili a lontani parenti dei nostri souvenir a buon mercato. Pompei con le sue vestigia romane è una delle destinazioni predilette, dove passare un lungo periodo di ozio e di studio.

---

<sup>2</sup> Cfr. Marc Boyer, *Il turismo: dal Gran Tour ai viaggi organizzati*, Trieste, Editoriale Libreria, 1997, p. 28.

Il Medioevo, a differenza del Rinascimento è, in quell'epoca, tendenzialmente disprezzato: i suoi resti vengono lasciati ai margini delle visite di questi lunghi viaggi, se non evitati del tutto. Capolavori dell'architettura medioevale come San Marco o il Palazzo dei Papi ad Avignone vengono definiti miserevoli o indegni.

Col passare degli anni e col mutamento delle mode, l'Italia perde lentamente il suo primato di meta preferita. I giovani viaggiatori rimangono sempre più affascinati delle città che coniugano l'antico e il classico con le nuove tecnologie, come fabbriche e mulini. Ci si ferma per molto tempo nelle grandi capitali del nord e centro Europa come Londra, Vienna, Parigi e Praga. Alcuni Paesi, tuttavia continuano a non essere toccati da questi tour. Tra questi spiccano la Spagna e le isole del Mediterraneo. Infatti, in questi luoghi non ci sono molte comodità e gli agi non sono garantiti. Dall'altra parte dell'Europa, invece, alcuni coraggiosi si spingono oltre queste destinazioni nei loro tour: San Pietroburgo è sulla bocca di tutti per la sua fama e bellezza. Molti letterati la visitano, tra cui il francese Diderot.

Questi viaggiatori spesso si ritrovano a redare delle guide per aiutare i futuri viaggiatori nella scelta di cosa visitare. Nascono così le prime guide chiamate *videndum*: con queste vengono fissati i canoni di cosa vale la pena visitare e cosa può essere lasciato ai margini. Queste guide venivano create su misura per viaggiatori inglesi, francesi e tedeschi dai loro connazionali.<sup>3</sup>

In definitiva, questi viaggi culturali sono visti come una tappa fondamentale per la vita di un ragazzo di buona famiglia, assolutamente necessari per terminare e completare la sua istruzione. Il *Gran Tour* diventava la via verso la conoscenza tramite l'esplorazione e la ricerca dell'antico e del bello. Da molti viene visto come un rito di passaggio da quella che era l'età della spensieratezza e giovinezza all'età adulta. Infatti, per questo motivo, il viaggio viene organizzato per i ragazzi che vanno da una fascia d'età dai sedici ai ventidue anni. Tramite tutto ciò è possibile al giovane uomo apprendere capacità decisionali e di comando, ma anche studiare lingue straniere e con esse gli usi e costumi del popolo visitato.

Oggi, potremmo paragonare il *Gran Tour* a un Erasmus universitario o a un anno sabbatico in giro per il mondo: modi di viaggiare che sono collegati solo in parte al turismo culturale, ma che ben può essere inserito in questi contesti.

---

<sup>5</sup> Ibidem p. 35.

Se il *Gran Tour* è visto come il punto di inizio del turismo culturale, altri eventi significativi dettati dalle mode e dalle esigenze dei tempi successivi al XVIII secolo, segnarono la nascita di nuove forme di turismo; le quali interessarono in parte il settore culturale.

Ne è un esempio lampante Bath, località inglese già celebre a livello locale ai tempi dell'antica Roma per le sue acque termali. In epoca antica, infatti, chiunque poteva recarsi alle terme: persone agiate, poveri e perfino gli animali. Le attività termali sono sempre proseguite nei secoli successivi al crollo dell'Impero Romano d'Occidente, ma solo in epoca moderna vedono riaffermarsi il loro ruolo. Bath diventa una meta alla moda per il soggiorno estivo. L'urbanistica della città viene rivista da capo a piedi, creando nuove case e portici dove cittadini e villeggianti possono passeggiare riparati dal sole e dalla pioggia.<sup>4</sup>

Le città termali diventano luogo di promiscuità: gli incontri extra coniugali sono all'ordine del giorno, così come le case per il gioco d'azzardo. Non è quindi difficile capire perché in poco tempo il turismo termale abbia raggiunto una così grande fama. Nasce un "modello Bath" e da questo prendono vita molte altre destinazioni. È un turismo elitario e alto borghese, che vede nei viaggi un modo di affermarsi e disintossicarsi dall'estenuante e poco salubre vita cittadina.<sup>5</sup>

I centri turistici cominciano ad adattarsi alla nuova domanda e a creare strutture in grado di ricevere questi "nuovi abitanti temporanei". Non vengono solo costruiti hotel e case vacanza: ristoranti, teatri e luoghi di divertimento diventano le mete dove passare le serate in compagnia.

I centri termali diventano sempre più specializzati con cure all'avanguardia (per l'epoca) ed esaltano le proprietà curative dei loro stabilimenti. Finiti i trattamenti giornalieri, ci si sposta e si visita tutto quello che c'è di interessante attorno alle zone. Vengono quotidianamente organizzate delle feste e dei balli, tutto diventa occasione di incontro tra la gente che conta. Addirittura viene creata una specifica etichetta per le ore e le forme di incontro. Niente viene lasciato al caso. Così, a poco a poco, le cure termali vengono messe in secondo piano e si pensa più a fare una vacanza all'insegna della socialità, degli incontri e delle visite.

---

<sup>4</sup> Ibidem p. 33.

<sup>5</sup> Ibidem p. 35.

Raggiungere le destinazioni, di qualunque tipo (culturali, termali o marittime) diventa man mano sempre più semplice. L'invenzione e la costruzione di nuovi mezzi di trasporto, come ad esempio la ferrovia, facilita gli spostamenti delle persone e permette di raggiungere in tempi brevi luoghi altrimenti inarrivabili dai viaggiatori con risorse limitate.

Tra la fine del XVIII e l'inizio del XIX secolo si sviluppano nuove tecniche per la promozione delle destinazioni di viaggio. I sovrani si mettono all'opera per lanciare nuove località, ma il vero slancio viene dato da dei veri e propri "protettori". Infatti, sono solitamente dei personaggi stravaganti, paragonabili agli attuali influencer, che lanciano le varie stazioni balneari o termali, ovvero i luoghi di villeggiatura più alla moda alla fine dell'Ottocento. Le destinazioni meglio lanciate diventano sinonimo di luoghi di felicità: non è raro trovare illustrazioni o cartoline promozionali con allegre famiglie o giovani coppie. Il viaggio diventa sempre più una consuetudine anche per i novelli sposi e la meta preferita in Europa è la romantica Venezia. Oltreoceano le Cascate del Niagara sono una grande attrazione per i viaggi di nozze dei ricchi americani. Tra i protettori più celebri vanno ricordati i nomi dell'Imperatrice Vittoria, la Principessa Sissi e l'Imperatrice Eugenia, consorte di Napoleone III.<sup>6</sup>

Alla fine del secolo, le coste europee diventano bersaglio di un turismo extra europeo. I funzionari dei vari imperi dispersi per tutto il mondo tornano nel vecchio continente per svernare e passare le vacanze. La Costa Azzurra diventa il luogo prediletto sia per le vacanze estive che per quelle invernali. Gli inglesi danno via alla moda di svernare al sud dell'Europa e vengono costruite vere e proprie località con lo scopo di accogliere i turisti. Da ovest a est, sono sempre più le città nate o cresciute con scopi tipici della villeggiatura: Lisbona, Pau, Madera e Malta sono solo alcuni esempi. Nel sud Italia diventano molto popolari Sorrento, Capri e Taormina.

Ma se tutte queste stazioni nascono da città già esistenti e vengono imbellettate per scopi turistici, altrettante destinazioni vengono create *ex novo*: è il caso di Deauville e Cabourg in Francia, entrambe con piante urbane tanto perfette quanto artificiali.

L'idea che nasce in questo periodo è che si voglia sempre partire ed essere in viaggio. Si viaggia tutto l'anno, cambiando le stazioni e il tipo di turismo: da quello balneare a quello montano passando per le terme e le visite culturali.

---

<sup>6</sup> Ibidem p. 58.

Molti nobili dell'epoca documentano questo loro continuo spostarsi, alcuni lamentandosene e descrivendolo come faticoso per via del continuo rifare dei bagagli, ma irrinunciabile da chi vuol essere alla moda.

Nel corso del Novecento, con l'avvento delle ferie pagate e la diminuzione delle ore della giornata lavorativa, anche la classe operaia può cominciare a permettersi di viaggiare, soprattutto durante il periodo estivo.

Dal 1925, la maggior parte dei lavoratori con un buon stipendio gode di un periodo limitato di ferie durante l'anno. Anche se periodi di vacanza brevi esistevano già dalla fine dell'Ottocento nei paesi anglosassoni, le lotte sindacali riescono a garantire il diritto delle vacanze in gran parte dei paesi industrializzati. Nascono degli accordi tra industriali e sindacati che si rivelano sempre più efficaci e puntuali. Per alcuni paesi del Mediterraneo, però, le ferie arriveranno solo dopo molti anni di lotte sindacali. In Francia si avrà una vera e propria vittoria del partito Le Front Populaire che ottiene le ferie pagate per tutti i lavoratori dal 1936. Lo stesso avviene in Russia, dove tuttavia si omettono le cooperative contadine da tale provvedimento.<sup>7</sup>

Questi nuovi viaggiatori, preferivano inizialmente come destinazione luoghi balneari e montani e solo più tardi ritorneranno in auge le città d'arte. A Ferragosto tutta la Francia si riversa sulle coste. C'è anche da dire che fino al secondo Dopo Guerra, la maggior parte dei lavoratori in ferie non parte in viaggio, ma resta a casa e si dedica ad attività rilassanti come il giardinaggio. In seguito, migliora l'offerta culturale proposta e, in alcuni casi, vengono ideati ad hoc dei festival per rilanciare alcune località lasciate ai margini dei flussi turistici.

---

<sup>7</sup> Ibidem p. 98.



Fonte: jonicaradio.it

Come avveniva per le guide durante il XVI secolo, anche le guide cartacee nate nei secoli successivi consigliano i luoghi da non perdersi e cosa poter lasciare ai margini della visita. Si spinge più verso il riconoscimento di quello che si vede, che verso la scoperta. Bisogna provare esclusivamente quello che è indicato e nonostante le libertà di spostamento garantite dai nuovi mezzi di trasporto, se un luogo non viene menzionato, non merita di essere visto. Vengono proposte le strade principali e le tappe intermedie non vengono minimamente prese in considerazione. Con il cambiare dei tempi vengono scritte delle guide apposite per ciclisti e automobilisti.

Si sviluppano nuovi tipi di guide fino ad arrivare a quelle tascabili. In poco spazio vengono date informazioni pratiche e create classifiche stereotipate. Vengono stilate lunghe introduzioni con accenni storici, geografici e culturali sui luoghi che si andranno a visitare.

L'Italia intera, però, mantiene il suo fascino anche in questo secolo nonostante sia stata meta nel corso degli anni di diversi tipi di turismo. Siamo partiti dal Cinquecento che la vedeva la destinazione preferita di pellegrini e amante dell'arte rinascimentale. È successivamente diventata la parte finale del Gran Tour ed è stata apprezzata per le sue rovine classiche e le nuove urbanistiche. Contemporaneamente una città in particolare,



Venezia, vedeva il suo massimo splendore come città degli eccessi e punto di arrivo di tutta la nobiltà europea che voleva divertirsi e godere della vita. Dal 1840, invece, diventa la perfetta meta culturale; un museo a cielo aperto con un immenso patrimonio artistico.

## **1.2 PERCHE' FARE ANCORA TURISMO CULTURALE?**

Il turismo culturale è una tipologia di turismo che viene proposto, fin da quando si è ragazzi tramite le visite d'istruzione di più giorni fatte solitamente nelle città d'arte della propria Nazione fino alle grandi capitali che hanno caratterizzato i grandi eventi dell'umanità. Si può decidere di partire per un evento particolare e irripetibile per poi prolungare il soggiorno ed esplorare le altre attrattive di tipo culturale e non che la località ha da offrire.

L'importante è non partire con l'idea di trovare nel posto in cui si è diretti una fotocopia delle usanze che si hanno a casa: sarebbe ottimale iniziare il viaggio con una minima conoscenza degli usi e costumi del luogo e poi, una volta arrivati, lasciarsi travolgere dalla comunità e far entrare un pezzo delle nuove tradizioni appena apprese nelle proprie.

La cultura, dunque, diventa un vero e proprio settore produttivo mostrando un aumento del benessere generale della popolazione che ne usufruisce. Chi fa visite culturali ha sicuramente a disposizione del tempo libero da dedicarci, che può essere di poche ore fino alla organizzazione di una vera e propria vacanza di più giorni. Sebbene non sia uno dei settori leader in Italia, sta assumendo sempre più un ruolo centrale nella nostra economia grazie anche ad iniziative che invitano di più la popolazione ad usufruire dei servizi proposti. L'Italia è sicuramente una delle mete privilegiate per questo tipo di turismo grazie a una tradizione storico-artistica millenaria, ma non solo. Enogastronomia, folklore, artigianato e made in Italy fanno da grande richiamo per un turismo sia interno che internazionale.

Chi fa questo tipo di turismo (non solo in terra italiana) è mosso da una grande curiosità verso tradizioni che non conosce, ma una volta arrivato nel luogo di destinazione ne approfitta per comprare prodotti e usufruire di servizi collegati e non con il settore turistico; dando così un grande input anche ad altri settori economici della nazione visitata.

Viaggiare anche per assaporare tradizioni vive e folklore che difficilmente potrebbero essere apprese all'interno di luoghi istituzionali, a volte un po' troppo imbellettati per far risaltare solamente un determinato tipo di aspetto culturale. Si accorpano in questo modo, elementi sociali che difficilmente si riescono a scindere da quelli riferiti alla cultura. Così

facendo, il visitatore si pone davanti a scene di vita quotidiana che difficilmente avrebbe assimilato alla sola visita in un museo. Va, comunque, ricordato che per molte destinazioni (soprattutto in ambito europeo) i luoghi simbolo della cultura sono tra le prime motivazioni del viaggio verso quel determinato posto, mentre gli aspetti sociali vengono messi in secondo piano. Questo probabilmente perché, parlando sempre in un'ottica di viaggiatore italiano, si arriva davanti a dei comportamenti sociali molto simili ai propri.

Ritornando alla nostra situazione nazionale, troviamo iscritti nella Lista del Patrimonio Mondiale dell'Umanità stilata da Unesco ben quarantasette siti di valore storico/artistico e culturale su un totale di novecentosessantadue, sparpagliati in centocinquantasette nazioni. La maggior parte di essi si trova nelle grandi città, che raccolgono questi siti e dispongono di una grande capacità di posti letto e di strutture create appositamente per l'accoglienza e l'accompagnamento dei turisti durante tutto il loro soggiorno. Si forma, in questo modo, una grande circolazione di ricchezza che nasce dalla voglia di visitare le celebri vestigia passate, le quali vengono sfruttate creando, a volte, anche parecchi problemi riversati sia sull'opera stessa, ma anche sulla città che accoglie.

Il turismo culturale si presta anche a un tipo di vacanza mordi e fuggi. Si parte nel weekend, si sta via pochi giorni e si cerca di vedere tutto quello che si può affollando i centri storici e non prendendo quasi mai in considerazione rotte alternative che potrebbero riservare molte piacevoli sorprese. Si tratta delle cosiddette *city breaks*, in cui si fugge dalla propria città per rifugiarsi in altre. Questo fenomeno è notevolmente favorito dai bassi prezzi dei trasporti e dal crescente numero di compagnie di trasporto *low cost* per muoversi da una parte all'altra. Dal 2011 gli arrivi e le presenze, per quanto riguarda la domanda di turismo culturale, sono cresciuti notevolmente, aprendo nuovi possibili scenari per esperienze sempre più personalizzate e meno di massa.<sup>8</sup>

Non un turismo solo per grandi centri o città con particolari e uniche risorse, ma qualsiasi centro potrebbe idealmente sviluppare e valorizzare una propria storia attraendo verso di sé un numero di visitatori più o meno vasto. Ma com'è chi fa vacanze di stampo culturale?

È sicuramente una persona che ha avuto maniera di approfondire, in un dato periodo della propria vita, la conoscenza della storia della destinazione e ne vuole sapere sempre di più. Si tratta di viaggiatori acculturati, che negli ultimi anni hanno sempre meno voglia di seguire le masse e desiderano personalizzare la propria esperienza andando alla ricerca sia di

---

<sup>8</sup> Osservatorio Nazionale del Turismo

destinazioni più esotiche e lontane dal proprio ordinario, sia di monumenti che vengono solitamente lasciati fuori dai tour tradizionali nelle mete classiche di questa tipologia di turismo. Tramite la conoscenza e la curiosità l'individuo riesce ad elevare il suo status sociale, grazie anche a una personale maggior apertura mentale che può "contagiare" i conoscenti e spingerli a voler creare un'esperienza di un tipo di viaggio simile.

Uno dei motivi che può spingere una persona a intraprendere un percorso di viaggio del genere può essere uno studio in merito alla cosa visitata. Sia studenti nel bel mezzo del proprio percorso di formazione che sono partiti per un viaggio di istruzione, ma anche viaggiatori che hanno da poco terminato gli studi e vogliono vedere da vicino l'oggetto di tante notti insonni sui libri e capirne di più riguardo ad esso. Capita molto spesso di recarsi in musei o davanti a luoghi emblema della cultura e di vedere viaggiatori con libri in mano che scrutano l'opera (o monumento) in modo da coglierne tutti i segreti e da riconoscerne tutti gli aspetti.

Quando si viaggia, lo si fa oltre che per allargare i propri orizzonti conoscitivi anche per godere del bello. Come per chi fa un safari fotografico in Africa, anche per chi visita una città d'arte lo scopo è quello di meravigliarsi di fronte al bello. Nessuno andrebbe mai a fare una vacanza in una città dal puro stampo industriale, a meno che non sia portato da interessi particolari che possono essere più unici che rari. Il viaggiatore vuole sentire dentro di sé lo stupore, il cuore che palpita davanti a una determinata opera d'arte: si è aspettato tanto per vederla e ora si vogliono sentire le gambe che tremano davanti ad essa. Dunque, fare turismo culturale per provare stupore, meravigliarsi ed emozionarsi.

Da questi sentimenti deriva la cosiddetta Sindrome di Stendhal, ovvero un'affezione psicosomatica che porta nella persona che si trova in determinate circostanze sintomi come: tachicardia, capogiri, vertigini, confusione e allucinazioni. Questo avviene quando si è al cospetto di opere d'arte di straordinaria bellezza e solitamente poste in spazi chiusi o dove la vista viene limitata. Questa sindrome si verifica la prima volta nel 1817, quando lo scrittore francese da cui essa prende il nome si trovava a Firenze, una delle tappe del suo Gran Tour. Tuttavia, solo dal 1977 viene individuato, e analizzato, dalla comunità medica e si è potuto constatare che in genere si manifesta di più negli individui maschili acculturati, che viaggiavano da soli e che provengono dall'Europa o Nord America.

### **1.3 VISITARE UN MUSEO: VERO INTERESSE O DOVERE?**

Come accennato in precedenza, chi fa turismo culturale non può esimersi dal visitare almeno un museo durante la sua vacanza. In alcuni casi, molti viaggi vengono costruiti sulla base di determinate visite a musei o in generale a luoghi di cultura. Le visite museali possono essere considerate come dei viaggi carichi di emozioni all'interno di spazi ben definiti. In questi luoghi si possono scoprire le storie più incredibili a proposito di civiltà lontane dal nostro tempo o addirittura scomparse.

L' Icom (International Council of Museums) crea nel 1951 una definizione precisa per la parola Museo. Essa è:

Il museo è un'istituzione permanente, senza scopo di lucro, al servizio della società e del suo sviluppo. Aperto al pubblico, compie ricerche che riguardano le testimonianze materiali e immateriali dell'umanità e del suo ambiente, le acquisisce, le conserva, le comunica e soprattutto le espone a fini di studio, di educazione e di diletto.

Come scritto nella definizione, in pochi secoli di storia il museo ha educato generazioni di persone, diventando uno degli strumenti principali di trasmissione di conoscenza. Esso assume il compito di preservare e proteggere diversi tipi di manufatti come (facendo alcuni esempi): quadri, sculture, oggetti vernacolari, di tipo scientifico e storico. L'intenzione di questo atto di conservazione e tutela è quella di far conoscere alle generazioni future gli usi e i costumi del passato.

Bisogna, tuttavia, specificare che i musei come li intendiamo noi oggi, non sono sempre esistiti, ma anzi sono un'invenzione pressappoco recente.

Dei primi esempi possono essere fatti risalire all'epoca greca e più precisamente nel 530 a. C., quando una principessa e sacerdotessa decise di realizzare col padre il Museo Ennigaldi-Nanna. Ma il "capostipite" di questa dinastia di luoghi di cultura è sicuramente il Museo di Alessandria, nato in età ellenistica e istituito da re Tolomeo I. Al suo interno vivevano e lavorano molti studiosi, scienziati e letterati e fonti dell'epoca descrivono di come questo luogo fosse il centro di molti litigi e gelosie.

In seguito e per molti secoli i musei caddero in disgrazia, venendo dimenticati. Certo esistevano collezioni di ricchi privati, ma non visibili dalla collettività. Dal XV secolo nascono le Wunder-Kammen, ambienti di raccolta e solitudine, non più grandi di studi, con

specifici mobili atti a contenere reperti di grande rarità, prestigio e curiosità. Tra i più celebri va ricordato quello di Isabelle D'Este di Gonzaga nel Castello di San Giorgio a Mantova, adornato dai più bravi artisti dell'epoca.

Dagli studioli si passa ad addobbare interi spazi nei palazzi; da qui nascono le gallerie e la più celebre nel corso del Cinquecento è quella del Palazzo degli Uffizi a Firenze. Questo tipo di raccolta prende piede in tutta Europa tra le grandi corti. Re e regine fanno a gara per avere i pezzi più belli e grazie anche a vari lasciti testamentari si mettono le basi per quelle che saranno poi le collezioni permanenti dei più importanti musei mondiali.

Il primo museo, in senso moderno, è stato istituito da Papa Clemente XII nel 1734 a Roma, aprendo la collezione dei Musei Capitolini. Seguono, successivamente, il British Museum a Londra nel 1759 e a fine secolo il Louvre in Francia. Quest'ultimo nasce grazie agli eventi rivoluzionari scoppiati nel 1789 e viene visto come il museo della nazione, poi trasformato nel primo enorme museo d'arte europea. I rivoluzionari e successivamente i repubblicani vedevano nel museo una grande scuola in cui tutti i cittadini, dal più umile al più abbiente, potevano imparare qualcosa.

Nel corso dell'Ottocento, altre grandi nazioni del mondo cominciano a creare i propri musei per esaltare le grandi collezioni nazionali. Tra queste risaltano tra le altre la Germania e gli Stati Uniti. Comincia una vera e propria gara tra i potenti del mondo per accaparrarsi le più importanti vestigia del passato. Queste faranno da base per la creazione dei grandi musei pubblici. Il museo diventa, a questo punto, uno dei nuovi simboli della potenza di un paese sugli altri, ma non solo. È anche l'emblema dell'orgoglio del proprio popolo, il quale è curioso di scoprire e di conoscere il patrimonio culturale nazionale o estero. Molti reperti sono frutto di importazioni dalle colonie e viene dato al museo, allo stesso tempo, un fascino locale ed esotico.<sup>9</sup>

Fino alla Seconda guerra mondiale resterà uno dei pochi metodi per la conoscenza di massa e per poter viaggiare in terre lontane senza muoversi di casa. Solo dopo questo drammatico evento cominceranno a crearsi più musei dedicati al contemporaneo e le persone avranno modo di spostarsi di più, dando vita al turismo di massa e alla creazione di liste ideali di musei da non perdersi nelle nuove vacanze culturali.

---

<sup>9</sup> Enciclopedia Treccani Online <[www.treccani.it](http://www.treccani.it)>

Per ospitare le grandi collezioni di scibile umano sono stati usati sia grandi palazzi signorili e dimore del passato, che in tempi contemporanei stabilimenti costruiti appositamente da grandi architetti. Basti pensare ai vari Guggenheim sparsi per il mondo, i quali sono frutto dell'immaginazione e portano la firma di famosi architetti come F. L. Wright e F. Gehry. Il museo da semplice contenitore diventa a sua volta opera d'arte di notevole importanza, tanto da essere salvaguardato al livello delle opere che custodisce.

Va specificato che per quanto ogni opera contenuta all'interno di una di queste strutture abbia lo stesso tipo di diritto di salvaguardia e di trasmissione di conoscenza, non hanno una stessa natura.

Esistono musei di tipo artistico, archeologico, all'aperto, marittimo, militare, scientifico, storico-naturalistico, botanico, case museo, fino ai più all'avanguardia nati negli ultimi anni di tipologia tecnologica. Questi stanno interessando sempre più un nuovo mercato che consiste nel creare luoghi dove esporre riproduzioni tecnologiche di opere d'arte conservate in altri musei. Grazie a ologrammi, proiezioni e ricostruzioni che usano le più avanguardistiche tecniche digitali sarà possibile in un futuro prossimo vedere tutto l'anno una copia esatta della Gioconda a Pechino, magari con l'ausilio di una guida robotica. Insieme al campo della tecnologia si sta espandendo sempre più quello del museo virtuale: piattaforme lanciate sul web da importanti istituzioni museali e non, che permettono a visitatori sparsi per i vari continenti di accedere alle esposizioni (permanenti e non) comodamente seduti sul divano di casa. La conoscenza è diventata a portata di un click.

Se stanno sempre diventando più celebri queste visite "casalinghe" a musei e istituzioni, riescono ancora a reggere bene quelle fisiche, fatte nel reale recandosi sul posto. Questo è dovuto anche grazie al ruolo centrale che ha la scuola, la quale è la prima organizzatrice di visite di stampo culturale.

Tutto parte da una semplice visita al museo, o per meglio dire "gita". Per un giovane studente l'uscita al museo è uno dei primi approcci in modo diretto alla conoscenza del passato che lo ha riguardato più o meno direttamente. Riesce ad entrare in contatto con reperti e manufatti originali di grandissima ricchezza e prestigio, oggetti che ha già visto riprodotti in libri o in televisione.

Non sono solo gli studenti alle prime armi con la storia che beneficiano di questi luoghi del sapere. L'intera comunità può usufruire di questo servizio e le attività interne all'istituzione sono mirate e organizzate per permettere in maniera efficiente lo svolgimento

di determinate funzioni. Tra queste vanno ricordate quelle di: conservazione fisica degli oggetti contenuti all'interno delle mura del museo, curando eventuali danni dati dal tempo attraverso attività di restauro e manutenzione; lo studio di essi per ricostruirne la storia e i significati; la diffusione della loro storia e della conoscenza che abbiamo su di essi, attraverso la creazione di cataloghi, relazioni, conferenze e mostre, con scopo finale quello che il pubblico possa osservare, capire e ammirare tali oggetti.

Un museo non ha solamente le funzioni sopra indicate. Ne esistono molte altre probabilmente meno visibili all'occhio del visitatore, ma di ugual e vitale importanza per il suo sostentamento. Tra queste possiamo trovare attività di acquisizione di nuovi materiali per l'ampliamento delle collezioni, la documentazione e registrazione delle opere tramite la catalogazione e la promozione di diverse iniziative. Non bisogna dimenticare tutte le attività di back office, di contabilità, di marketing e le nuove iniziative social, che permettono di restare costantemente in contatto con la realtà museale preferita scoprendone le ultime novità e creando un legame col visitatore molto stretto, tanto che alcuni dei musei più famosi al mondo sfruttano questa connessione per raccolte fondi da destinare a nuove iniziative.

La domanda che viene allora da porsi è: perché nonostante le nuove tecnologie che permettono di restare costantemente in contatto con il museo, si dovrebbero ancora visitare questi luoghi?

Per visitare un museo si avvia un vero e proprio processo di viaggio, sia dal punto di vista fisico che dal punto di vista cognitivo-emozionale. Infatti, per poter visitare una determinata istituzione culturale dobbiamo spostarci dal nostro luogo di abitazione usuale e intraprendere uno spostamento verso di essa. Dobbiamo anche prepararci mentalmente ad apprendere nuove nozioni: arrivare sul posto con una mentalità aperta, magari con già qualche informazione nel nostro bagaglio e lasciarci coinvolgere da quello che vediamo attorno a noi.

Ci sono varie motivazioni che possono essere connesse a quella di tipo conoscitivo, ma riguardano altre sfere emotive del visitatore.

Ad esempio, chi visita un museo si sente più felice. Questo fatto è risultato dopo uno studio condotto da Harris Interactive, dove si è capito che spendere soldi in attività, visite o semplicemente in esperienze umane produce un effetto di felicità maggiore nell'individuo, rispetto al solo acquisto di cose materiali. Infatti, se ripensiamo all'esperienza che abbiamo vissuto in un determinato momento tempo dopo (e tra queste possiamo inserirci una visita

in un museo), la nostra mente avrà eliminato i ricordi negativi e avrà tenuto in considerazione solo quelli positivi, provocando così una reazione di benessere all'interno dell'individuo preso in considerazione. Non solo: esperienze di questo tipo possono anche formare e favorire la nascita e lo sviluppo di rapporti interpersonali di successo, cosa che gli oggetti materiali acquistati nei negozi fisici e non, non possono fare. L'esperienza in un museo può essere ricordata da alcuni come uno dei momenti più felici della propria vita.<sup>10</sup>

Tra gli altri motivi validi per visitare un museo c'è quello legato all'apprendimento e a un maggior sviluppo delle attività cognitive. Chi si reca in questi posti, riesce ad apprendere qualcosa anche guardandosi semplicemente attorno. Sono luoghi dediti ad un apprendimento informale, in cui si imparano valori e conoscenze anche solamente grazie all'ambiente. Non tutto si impara sui banchi, anzi, molte nozioni che apprendiamo a scuola vengono ben presto dimenticate. La maggior parte delle cose che conosciamo, le abbiamo apprese da ambienti esterni ad essa. È per questo motivo che le istituzioni scolastiche fanno grande affidamento sui musei, perché sanno quanto possano influire positivamente sugli alunni di tutte le età. Le stanze ricche di reperti diventano vere e proprie aule ed è sempre più frequente che assieme alla visita vengano organizzati laboratori didattici, soprattutto per quanto riguarda la visita di bambini o ragazzi molto giovani.

Chi si reca in visita in un museo lo fa per curiosità o perché si sente parte di una comunità. Al suo interno non sono rare discussioni di idee o semplici confronti su varie opinioni. Molti musei nel mondo hanno dato vita a iniziative che prevedono l'incontro all'interno delle mura per conoscersi e scambiare le proprie idee. Il MoMA di New York, per esempio, ha organizzato delle lezioni di yoga. Senza arrivare ad attività estreme, si può semplicemente pensare a come questi siano il posto ideale per le presentazioni di libri o messe in scena di piccole rappresentazioni teatrali, fino a concerti. I musei stessi possono essere anche punti di partenza per il cambiamento di una certa società e per il suo sviluppo, grazie a programmi per l'apprendimento e per il loro impegno nella crescita di senso civico all'interno della società. Anche un piccolo museo di una piccola città può provocare un grande cambiamento all'interno di essa e rafforzarne la sua identità.

A questo discorso di museo visto come entità comunitaria si può inoltre aggiungere che questi sono aperti a tutti, indipendentemente dalla provenienza, genere, classe e religione. Anzi, il punto sta nel proporre la visita delle collezioni a una maggiore diversità culturale, in

---

<sup>10</sup> <<https://libreriamo.it/arte/beni-culturali/10-motivi-per-cui-vale-la-pena-visitare-museo/>>



modo da far incontrare diverse persone anche di diverse comunità. I luoghi di cultura aiutano nel dialogo e nella comprensione di diversi passati e diverse tradizioni. Non impongono delle regole a cui sottostare, ma sono aperti a tutte le filosofie e i commenti, se costruttivi.<sup>11</sup>

Ovviamente sono fonte di ispirazione per nuovi creativi: al loro interno si possono vedere molti oggetti che hanno fatto la storia e da quelli trarne una personale. Molti profili social condividono fotografie scattate nei più grandi musei del mondo con un'ottica più artistica che turistica o di ricordo. Le opere d'arte esposte diventano a loro volta protagoniste di altre opere, ma di diverso tipo. Fotografie, libri, fumetti, dipinti di copisti sono solo alcuni esempi di ispirazioni creative che si possono avere all'interno di un museo.<sup>12</sup>

I luoghi di cultura possono essere considerati ottimi, tra le altre cose, per passare in maniera costruttiva del tempo con amici e familiari. I genitori possono essere le guide turistiche per i propri figli e avviare un processo di apprendimento già da casa, raccogliendo materiale informativo o informandosi su eventuali laboratori allestiti nella giornata di visita. In questo modo l'apprendimento e l'esperienza vengono condivise.

Tra le "scuse" migliori per visitare un museo c'è quella che alcuni di essi sono sempre ad accesso gratuito, lasciando magari una libera donazione all'entrata. Per gli altri musei che solitamente sono a pagamento, si può usufruire di giornate gratuite, come ad esempio in Italia la "Domenica al museo", la quale vede la prima domenica di ogni mese gratuita per tutti i musei statali presenti sul territorio nazionali. Altre strutture private, invece, possono prevedere diversi tipi di gratuità come una giornata dedicata ai residenti o agli studenti.

Molti dei musei presenti oggi nel mondo dispongono di servizi secondari ottimi per invogliare le persone meno avvezze alla cultura a visitarli. Con una scusa di un caffè tra amici presso il bar della National Gallery di Londra si può gratuitamente fare un giro tra le grandi ali della collezione permanente. Oppure negli shop al loro interno si possono trovare tante idee regalo per amici e familiari amanti dell'arte e cogliere l'occasione dell'acquisto per un'ora immersa nella cultura.

La lista dei motivi per visitare un museo potrebbe essere molto più lunga e andare sul personale. Ciascun visitatore ha dei motivi molto più intimi che lo legano alla visita di un

---

<sup>11</sup> Ivi

<sup>12</sup> Ivi

determinato luogo e non possono essere classificati in liste che guardano all'aspetto più generale e può accumulare più persone "sotto uno stesso tetto".

È certo che per fare una buona visita è necessaria una certa preparazione e una certa attenzione durante tutto il percorso. Si è studiato che mediamente si passano 8 secondi davanti a un'opera e che il nostro sguardo vola tra esse. Molto spesso non si presta la dovuta attenzione o veniamo distratti da continue fotografie e post sui social. Capita di sentire visitatori affermare di essere in visita per scattare più fotografie possibili da postare poi nei social network e far diventare la visita un emblema della loro vacanza o escursione giornaliera. Se si è dei frequentatori assidui di determinati musei è possibile vedere diverse figure passare per i corridoi, tra cui sempre più spesso aspiranti influencer di moda alla ricerca di un bello sfondo per le proprie fotografie, più di una visita esplorativa.

Questi visitatori hanno fretta. Devono vedere il più possibile, fare indigestione d'arte e di segni del loro passaggio senza capire che cosa stanno o hanno visitato. È per questo che alcuni grandi nomi di musei come i Tate hanno creato dei piccoli manuali su come andrebbe fatta una giusta visita, nel giusto tempo e con il metodo esatto. Secondo loro non bisogna entrare in preda all'ansia, guardando ossessivamente le lancette dell'orologio. Non stiamo sprestando del tempo, ma lo stiamo dedicando a una crescita personale. Alcuni musei richiederebbero un tempo di visita che supera la giornata e per vedere tutto (ma non concludere nulla) si rischia di perdersi qualche importantissimo tassello per strada. Bisogna, quindi, fermarsi, assaporare il momento e apprezzare i tesori che sono custoditi all'interno della stanza in cui ci troviamo.

In queste guide viene, poi, caldamente consigliato di lasciarsi guidare dai propri sensi: non solo dalla vista, ma da tutti. Godere di quello che si ha davanti e lasciarsi trasportare dalle proprie sensazioni in un viaggio sensoriale che può avvenire in un unico modo nella vita. Alla fine del percorso non c'è una verifica da fare per poter uscire e si può tralasciare quello che non ci interessa per soffermarci appieno su quello che più ci sta a cuore. Sono, comunque, sconsigliate per i visitatori alle prime armi le visite che superano le due ore. Viene anche segnalato un metodo che potrebbe essere considerato bizzarro dai più: vedere prima l'intero museo, senza soffermarsi troppo e poi rivedere nel dettaglio e con calma quello che più ci ha colpito.

Può essere considerato molto utile per chi non conosce bene il museo, la collezione o le opere esposte avvalersi di un tour guidato, in gruppo, individuale o tramite l'ausilio di un

audio guida. Ultimamente sono state create varie applicazioni che sostituiscono questi sistemi tradizionali creando una visita personalizzata e replicabile da remoto anche a casa. Sicuramente queste applicazioni hanno un vantaggio di costo in quando sono gratuite e facilmente scaricabili dallo store del proprio dispositivo mobile. Perdono, però, di contatto umano e non riescono a trasmettere le giuste emozioni di fronte alle opere, ma rimangono fredde e distaccate.<sup>13</sup>

Le applicazioni possono essere utili non solo durante la visita, ma anche per la pianificazione del percorso e per la prenotazione e pagamento di eventuali biglietti. Esistono applicazioni con mappe orientative, giochi e curiosità su quello che si sta vedendo. L'esperienza viene trasformata in un gioco che riesce a coinvolgere non solo un pubblico caratterizzato da famiglie e bambini, ma anche di adulti e ragazzi in visita autonomamente.

Esiste, tra le altre cose, un vero e proprio decalogo per come “sopravvivere” al meglio a una visita museale. Tra questo è vivamente consigliato un abbigliamento leggero, non carichi di vestiti sia in estate che in inverno. Infatti, cappotti, berretti e sciarpe potrebbero ingombrare durante la visita. Se se ne è provvisti è sempre consigliabile lasciarli in guardaroba, così come zaini e borse ingombranti.<sup>14</sup>

Si deve valutare anche con chi si viaggia e la compagnia con cui si è. Non è mai bello vedere gruppi di persone litigare per colpa del troppo tempo passato da uno dei membri davanti a un'opera. Non è consigliabile portare qualcuno in un museo come punizione, soprattutto se si tratta di bambini. Potrebbero non apprezzare l'uscita e rovinare un piacevole ricordo di famiglia. Al contrario, bisognerebbe cercare il più possibile di coinvolgerli, senza lasciarli girovagare senza meta per le varie stanze. Ad aiutare il genitore potrebbero correre in soccorso gli educatori museali, presenti sempre più spesso all'interno della struttura del personale museale. Con i loro giochi e le loro curiosità sapranno come intrattenere i più piccoli senza farli stancare troppo.

La visita al museo rimane, quindi, ancora un punto importante per il viaggio culturale e in generale per la formazione di un individuo. Per quanto le nuove tecnologie come i tour virtuali aiutino nella diffusione dell'apprezzamento dell'arte e rendano l'esperienza

---

<sup>13</sup> <<https://www.nonsprecare.it/come-visitare-un-museo>>

<sup>14</sup> Ivi

immediata, non riusciranno mai ad eguagliare le visite dal vivo. Queste sono cariche di sentimento e di emozioni, che non si riusciranno mai a provare da dietro uno schermo.

Alla domanda “vale ancora la pena visitare un museo?” la risposta è sì.

Si perché ha effetti terapeutici, sociali ed economici positivi.

Il turismo culturale vive soprattutto grazie a loro, ma con l'aumentare del numero dei viaggiatori e la crescita del mercato turistico si fanno sempre più presenti le problematiche riguardo a queste pratiche. Come si può salvaguardare al meglio un patrimonio già di per sé fragile e come si può sensibilizzare un turista sempre più arido di sentimenti e di tempo?

Per rispondere a tutte queste domande bisogna prima analizzare i problemi che affliggono in questo preciso momento storico questo settore e nello specifico il comparto culturale.

# CAPITOLO SECONDO

## 2 I PROBLEMI DEL TURISMO CULTURALE E IL SUO PATRIMONIO

Come è stato spiegato nel primo capitolo, il turismo culturale in epoca moderna e contemporanea ha sempre fatto parte dell'immaginario di viaggio della maggior parte delle persone.

Innanzitutto, essendo il patrimonio culturale la base da cui parte l'idea del turismo culturale, bisogna dare una definizione a questo soggetto.

L'ICOMOS, ovvero l'organizzazione internazionale non governativa che ha come scopo quello di promuovere la teoria, la metodologia e le tecnologie applicate alla conservazione, alla protezione e alla valorizzazione dei monumenti, ne crea una definizione nel 1999 durante la dodicesima Assemblea Generale avvenuta in Messico:

Il patrimonio culturale è un concetto ampio che include l'ambiente naturale così come quello culturale. Comprende paesaggi, luoghi storici, siti e ambienti costruiti dall'uomo, così come la biodiversità, le collezioni, le pratiche culturali del passato e del presente, le esperienze di vita e la conoscenza. Esso registra ed esprime i lunghi processi di sviluppo storico, che formano l'essenza delle diverse identità nazionali, regionali, indigene e locali ed è parte integrante della vita moderna. È un punto di riferimento dinamico e uno strumento positivo per la crescita e il cambiamento. Il patrimonio culturale specifico e la memoria collettiva di ciascuna località o comunità non è sostituibile ed è una base importante per lo sviluppo presente e futuro.

Se inizialmente solo i beni tangibili erano meritevoli di rientrare nella definizione di patrimonio culturale, grazie a un lungo processo di studio del significato di questo termine si è arrivati all'inserimento nello stesso anche i beni intangibili, quali (ad esempio) le tradizioni e il folklore. Questo ampliamento della definizione ha portato a non pochi malumori tra gli esperti, in quanto si è pensato a una banalizzazione del termine e a trovare, poi, il patrimonio in qualsiasi cosa.

Non sono state poche le polemiche, soprattutto per quanto riguarda il concetto della conservazione: nasce qui il dilemma storico del "conservare troppo o conservare poco". Ogni comunità sociale decide cosa conservare con lo scopo di ritrovare nel presente un'identità

che ha radici nel passato. Un passato che si può vedere anche nei paesaggi. Infatti, nella lista dei beni da tutelare rientrano anche loro, come luoghi che hanno visto il passaggio, la nascita o la crescita di determinati eventi storici che hanno portato alla costituzione dell'attuale società in cui viviamo.

I grandi spostamenti turistici di massa venutasi a creare dal secondo dopoguerra hanno dato il via alla creazione di nuove problematiche relative alla salvaguardia del patrimonio culturale visitato e al sovraffollamento dei suddetti luoghi d'attrazione.

Si è riflettuto molto su come arginare il problema, ma ad oggi non si è ancora arrivati a una soluzione soddisfacente da applicare a quelle destinazioni che soffrono di *overtourism*.

## **2.1 COSA SI INTENDE PER PATRIMONIO CULTURALE**

Come accennato all'inizio del capitolo, la concezione contemporanea di patrimonio culturale non include più solamente quei beni culturali artistici e storici che possono essere identificati in un oggetto o in un edificio, ma al contrario anche le tradizioni, il folklore e attività varie.

Per capire l'importanza della cultura nel turismo, si può solamente pensare a come nell'arco degli ultimi anni le proposte di nuovi prodotti culturali si siano moltiplicate, complice anche l'ideazione di un nuovo tipo di turismo che punta più all'esperienza che a una massificazione degli eventi.

La messa a punto di queste nuove pratiche culturali è strettamente connessa all'ampliamento della definizione del patrimonio e del significato che rappresenta.

Dal punto di vista storico, la creazione del patrimonio culturale è avvenuta dapprima all'interno dei singoli stati, creando una visione nazionalistica e, poi, in epoca più recente è stata creata una rete per la salvaguardia, la conoscenza e la fruizione a livello internazionale.

Infatti, negli ultimi settant'anni sono sorte moltissime associazioni che cooperano per garantire un futuro a tutti i beni culturali (tangibili e non) che devono essere tramandati alle generazioni future per garantire la continuazione di una memoria comune.

Tra questi si deve ricordare l'International Council of Museum (ICOM), il quale è stato istituito dall'Unesco a sostituzione dell'International Museum Office nel 1946. Lo stesso Unesco era nato solamente un anno prima, ovvero nel 1945, per capire e contribuire con idee

alla ricostruzione dopo la seconda guerra mondiale. Oltre a salvaguardare la cultura e il suo patrimonio, questo specifico ufficio delle Nazioni Unite ha anche lo scopo di promuovere l'educazione e la scienza in tutto il mondo.

Per aiutare la gestione del patrimonio e dare un parere tecnico su restauri e conservazione, è stato istituito negli anni Sessanta a Varsavia un ufficio specifico: si tratta dell'International Council of Monuments (ICOMOS). Questa decisione di creare un nuovo ufficio è stata presa per aiutare a completare le linee guida sulla conservazione e sul restauro della Carta di Venezia del 1964, al fine di organizzare una maggiore rete di collaborazione tra i diversi Stati del mondo.

Nasce nel 1972 la Convenzione sulla protezione della Cultura del mondo e del patrimonio naturale, la quale ha dato il via alla stesura della Lista dei beni patrimonio dell'umanità. I beni che vengono iscritti devono avere come minimo comune denominatore il "valore universale eccezionale". Tra i vari obiettivi, quello di incoraggiare la conservazione del proprio patrimonio è stato recepito con molto entusiasmo dagli stati membri dell'organizzazione, mentre si sono verificate delle problematiche per fissare dei parametri di scelta che potessero mettere d'accordo tutti i Paesi.

Infatti, il patrimonio che veniva abitualmente riconosciuto e con più beni rappresentativi sulla Lista era quello Nord Americano ed europeo e si era altresì notato che tra le tipologie di beni più largamente rappresentati c'erano quelli di tipo religioso.

Si è, quindi, pensato a una nuova strategia per rilanciare un nuovo tipo di patrimonio culturale, più identificativo di una cultura globale e non solo caratterizzante di certe aree del mondo. Si tratta della Global Strategy for a representative, balance and credible World Heritage List. Questa è stata messa in atto dopo il 1994 e ha prodotto molti effetti positivi, tra i quali quello di offrire a città e Paesi una visione amplificata del proprio patrimonio. Così facendo, città importanti che focalizzavano la loro attrattività solo sul centro storico, hanno potuto ampliare l'offerta anche nei territori limitrofi, producendo dei nuovi itinerari anche dal punto di vista turistico.

Da come si è potuto capire, il patrimonio culturale è sempre stato oggetto di protezione da parte dei singoli Paesi, ma solo recentemente si è arrivati a una grande forza di volontà e di cooperazione a livello internazionale per il suo mantenimento e la sua trasmissione alle generazioni future.

Non sappiamo, però, se queste manterranno le nostre linee guida per l'identificazione del patrimonio o se le cambieranno nel corso del tempo, viste le continue rivisitazioni dei concetti, dei termini e dei valori da tramandare. Tra le altre cose, la tematica dei valori porta con sé molte controversie, in quanto questi possono cambiare a seconda delle censure e degli ideali del tempo, soprattutto quelli di tipo politico.

In ogni caso, qualsiasi tipo di regime, sia esso una dittatura o una democrazia, cercherà di salvaguardare qualsiasi tipo di patrimonio culturale per tramandarlo.

Basti pensare ai pontefici rinascimentali, che oltre a uomini di fede erano dei veri e propri regnanti e guerrieri. Sono stati i primi a salvaguardare opere, soprattutto del passato, grazie a delle leggi create appositamente per quello scopo. Gli edifici e le opere coinvolte in questa azione di salvataggio dall'usura e dal tempo facevano tutte parte della storia della cristianità.

Dal Cinquecento la legislazione avente come tema la salvaguardia dei beni culturali ha avuto una forte evoluzione. Bisogna, però, specificare che il primo codice del turismo nascerà, in Italia, solamente nel 2004, come eredità di alcune istanze di tutela create nel 1939 (legge Bottai) e nel 1967 (commissione Franceschini). Queste due hanno aperto la strada a nuove forme di concetto di patrimonio culturale, tra cui: l'archeologia industriale, i musei etnografici e gli itinerari letterari<sup>15</sup>.

Da questo momento, nel nostro paese, comincia a prendere forma l'attuale pensiero relativo al patrimonio e ai beni culturali; un concetto più ampio e con più significati.

In sintesi, un bene culturale (inteso sia a livello nazionale che internazionale con le varie sfumature del caso) è un bene che appartiene a un patrimonio artistico, storico e archeologico, ampliando il termine di cultura a varie categorie. Il bene culturale crea in questo modo, un forte e imprescindibile legame con il concetto di civiltà legato anch'esso a quello di Nazione. All'interno della nostra società è talmente tanto importante da essere inserito nella Costituzione. L'art. 9 dice che la Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e tutela il paesaggio e il patrimonio storico artistico della Nazione.

Oltre al codice del turismo, nominato precedentemente e alla Costituzione, ne esiste anche uno relativo ai beni culturali, dove vengono chiarite le linee guida per assicurare una migliore conoscenza e promozione del patrimonio all'interno della Nazione. Le regole dettate devono

---

<sup>15</sup> Cfr, Battilani Patrizia, Si fa presto a dire patrimonio culturale. Problemi e prospettive di un secolo di patrimonializzazione e cultura, p. 8



essere tassativamente osservate su tutto il territorio e fatte rispettare dalle Regioni e dagli enti locali. Per il codice, dunque, questo fenomeno culturale è visto come una memoria e testimonianza del passato, patrimonio e identità di un popolo. Deve essere salvaguardato e visto come un'esperienza nel presente da tramandare alle generazioni future<sup>16</sup>.

Tornando a una visione internazionale del significato e quindi alle prospettive e regole date da Unesco, ce n'è una che ha messo in difficoltà parecchie culture lontane dal mondo eurocentrico. Si tratta del principio di autenticità che mirava a inserire nella lista dei Patrimonio dell'Umanità solo quei beni che mantenessero le stesse caratteristiche e gli stessi materiali anche nelle generazioni future. Questo, ovviamente, metteva in una condizione di svantaggio quelle società che avevano nella loro cultura la rigenerazione del proprio patrimonio. Così facendo, è stato necessario indire un nuovo incontro per riflettere su questa tematica. La riunione si svolse a Nara nel 1994, città del Giappone celebre per i suoi templi centenari "sempre nuovi", poiché rinnovati ciclicamente per sostituire i vecchi materiali. In totale, 45 stati membri hanno firmato il nuovo Documento dando vita a una nuova era per il modo di concepire il patrimonio.

Successivamente a questo grande e importantissimo passo, che riconosceva delle realtà diverse a quelle europee e nordamericane prevalenti, il più grande cambiamento degli ultimi vent'anni di storia del patrimonio culturale, è per l'appunto il riconoscimento di un patrimonio intangibile.

Grazie a ciò è stato possibile creare nuovi dibattiti sia in campo culturale, che come veniva detto fin dall'inizio, in campo turistico per creare nuovi itinerari e proporre nuove tipologie di viaggio più personalizzate e di nicchia rispetto ai soliti circuiti di vacanza.

Ed è proprio grazie al turismo che il mondo della cultura riesce a vivere.

Basta solo pensare, anche in questo caso, all'Italia: nel nostro Paese il binomio patrimonio culturale e turismo ha una posizione rilevante in ambito economico e sociale. Un territorio come il nostro, disseminato di molte bellezze culturali e paesaggistiche ha sicuramente bisogno di un'adeguata progettazione per una migliore offerta e un'ottima fruizione di quelli che sono i beni visitabili<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> Cfr, Sergio Sara, La Valorizzazione dei beni culturali mediante il turismo, p. 10

<sup>17</sup> Ibidem, p. 4

In un futuro prossimo sarà, quindi, necessario incrementare il numero di politiche e interventi mirati a garantire un giusto sviluppo del turismo, con particolare attenzione al comparto culturale.

La cultura e il turismo possono rivelarsi un vero e proprio cavallo di battaglia per uscire da crisi economiche e per rilanciare il Paese, sia internamente che a livello internazionale. Inoltre, si può pensare a una crescita sostenibile della pratica turistica, che non metta in pericolo il patrimonio, ma al contrario, rilanci una tipologia di vacanza *slow* ben lontana dal mordi e fuggi di questi tempi.

Come è stato necessario definire il concetto di patrimonio culturale, ora lo è definire il legame che vi è tra esso e il turismo.

La forte crescita della pratica del turismo ha permesso lo svilupparsi di diverse categorie all'interno di questo, tra cui per l'appunto quella del turismo culturale. A sua volta, negli ultimi vent'anni si è assistito a una grande crescita di quello che viene definito un turismo urbano legato ai beni culturali. Questo lo si è dovuto a causa dell'intenso processo di valorizzazione e pubblicizzazione dei centri storici delle più importanti città e della nascita di nuove attività culturali ad essi collegati.

Nell'ultimo periodo si sta cercando di usare la cultura anche per la promozione e lo sviluppo di centri urbani storicamente e culturalmente importanti, ma più piccoli. Il comparto culturale è, infatti, strettamente connesso allo sviluppo locale (anche dei centri minori) e può essere usato come carta vincente per la crescita socio-economica di una nuova destinazione e di un territorio ad essa collegato. Essendo questo un mondo con una realtà in continua evoluzione, lo stesso turismo ne risente e ne giova allo stesso tempo. L'indotto generato dalle pratiche turistiche può influire sulla crescita della ricchezza del Paese.

Si può, dunque, considerare che il patrimonio culturale e il turismo ad esso legato siano un modo pacifico per creare nuovi e duraturi contatti tra culture diverse, sparse per tutto il mondo, per avvicinarle tra loro e dare vita a nuovi tipi di "dialoghi".

Per ovviare a problemi di incomprensioni tra esse, le varie istituzioni dei diversi Paesi sono tenute a dotarsi dei giusti mezzi di comunicazione per una più corretta azione di promozione turistica a livello nazionale ed internazionale.

Si deve puntare ad annullare quella linea immaginaria che divide il turismo e la cultura e rende impossibile a livello ideale una collaborazione tra i due. Questi elementi sono la base

per delle esperienze di conoscenza reciproca, ma soprattutto di crescita di un bene comune, la conoscenza.

## **2.2 DALLE ÉLITE ALLA MASSIFICAZIONE**

Il turismo è senza alcun dubbio una delle maggiori voci dell'economia mondiale. Comprende un giro di affari pari a 1.200 miliardi di dollari ed è superato per introiti solo dalle industrie dei carburanti, dei prodotti chimici e da quelli alimentari. Nonostante i vari stop dovuti alle crisi economiche e non, i numeri sul lungo termine non sembrano destinati a diminuire.

Come spiegato nel primo capitolo, la storia del turismo e ancor prima del viaggio è lunga e travagliata e ha da sempre fatto parte del cammino di crescita dell'umanità.

A contribuire nel corso della storia all'affermarsi del turismo di massa, sono la creazione di nuovi tipi di offerte legate al settore, le quali hanno permesso l'evolversi non solo di nuovi agi, ma anche di nuove tipologie di turismo e di turisti.

Se inizialmente le pratiche turistiche venivano svolte unicamente dalla borghesia e dalla nobiltà in decadenza, il giro d'affari si è poi allargato ai funzionari pubblici, a uno strato sociale medio alto, fino a poi tutta la popolazione. Naturalmente venivano scelte per le vacanze mete differenti, creando anche delle mode. Si sviluppano località di lusso e altre più a buon mercato, senza dimenticare quelle mirate a un turismo di tipo sociale, per le fasce deboli della società. Il miglioramento dei mezzi di trasporto, favorisce gli spostamenti non solo all'interno del territorio di un Paese, ma anche all'estero creando una rete di scambi internazionale.

La lunga storia del turismo ha visto l'affermarsi del turismo di massa solamente in epoca recente. Questo lo si è dovuto a dei fattori istituzionali, ma anche per la vittoria di diritti incontestabili dei lavoratori delle fasce più basse e i miglioramenti delle condizioni di vita in generale. Tra questi vanno certamente ricordati: il pagamento delle ferie, la messa in sicurezza delle destinazioni, la diffusione dell'automobile, il commercio di pacchetti di viaggio già pronti per "l'utilizzo" e la maggiore diffusione di servizi per il settore turistico.

Sebbene il turismo di massa abbia portato a una democratizzazione di questa pratica, rendendola accessibile alla maggior parte della popolazione, seppur con formule di viaggio

diverse, sono sorte delle problematiche a esso relative, che non dovrebbero lasciare indifferenti.

Tre di queste sono sicuramente le più note e che hanno abbassato l'asta di qualità di questa specifica tipologia: la standardizzazione, l'accumulazione simbolica e l'ostentazione del viaggio.

Il turista di massa non è alla ricerca del particolare che non hanno visto in molti, ma al contrario, egli nella sua vacanza ricerca un *marker* vale a dire un elemento simbolico che ha già visto nell'arco della sua vita su riviste, film o libri e che diventa il simbolo stesso del suo viaggio.

Quello che era autentico diventa inautentico e i luoghi simbolo della destinazione diventano piazze prive di alcun significato, ma alla ricerca di "polli da spennare" per ricavarne un maggior profitto economico.

Il turismo di massa è doppiamente dannoso: per la destinazione e per il turista stesso.

La destinazione incappa in rischi con risvolti a lungo termine, che potrebbero modificarne l'aspetto per sempre (e di conseguenza il suo status di destinazione turistica). Gli impatti ambientali rientrano tra gli aspetti centrali per quello che riguarda un cambiamento permanente. Un turismo di massa logorante, finirebbe col distruggere interi ecosistemi e farli scomparire dalla faccia della Terra.

Oltre ai rischi ambientali, di grande importanza per la morte di una destinazione sono anche i rischi di carattere sociale e quelli di tipo economico. I primi vedono come attori i turisti e la comunità locale, in perenne contrasto tra loro. La cultura del luogo viene standardizzata a un basso livello e mercificata senza ritegno. Le lotte non sono solo dall'interno verso l'esterno, ma anche tra gli abitanti del luogo, i quali hanno idee diverse su come dovrebbe essere gestita la situazione. Le problematiche di tipo economico hanno, invece, come fulcro centrale la creazione di posti di lavoro poco qualificati, ma soprattutto precari. La retribuzione è scarsa e nei paesi più poveri del Mondo si ricorre molto spesso al lavoro minorile e alla prostituzione per attrarre potenziali ospiti per un tipo di turismo considerato più disgustoso: quello sessuale. Molto spesso capita che i soldi ricavati dalle attività turistiche nei paesi più deboli ritornino interamente nei paesi occidentali di provenienza dando vita al fenomeno del *leakage*.

Sicuramente, al giorno d'oggi sarebbe impossibile e ingiusto tornare a un turismo per la sola élite, ma si può sempre cercare di trasformare una massa indisciplinata e senza riguardi in una massa responsabile e interessata veramente al luogo che va a visitare. Una sorta di élite-non élite legata alle tematiche ambientali, sociali ed economiche relative al luogo della propria vacanza.

Si passerebbe, in questo modo, a una nuova dimensione del turismo che sta prendendo sempre più piede, ma ancora non è riuscito a soppiantare le vecchie ideologie di vacanza. Dopo i *fast-food* si è arrivati al *fast-tourism* e come accade per il cibo, può andare bene una volta non sempre.

## **2.3 TURISMO E MANCANZA DI RISPETTO**

Esiste una domanda che quasi tutti si pongono. È possibile visitare i luoghi più belli e più importanti della Terra senza intaccarli, rovinarli o peggio distruggerli?

Ad oggi, con l'attuale tipologia di turismo sembra proprio di no. Questo perché, come detto in precedenza, il turismo è sempre più di massa e “mordi e fuggi”, soprattutto per quello che riguarda il comparto culturale. Siamo arrivati a un turismo con una grandissima forza distruttiva, in cui si vuole vedere tutto e spendere molto poco.

Molti vedono il turismo di massa come il risultato di un pensiero di mobilità perenne, dovuto da pratiche di capitalismo senza ritegno. L'essere sempre in viaggio, anche senza uno scopo preciso, sarebbe diventato un nuovo modo di ostentare il proprio status symbol, anche se si sarebbe più interessati a condividere la nostra esperienza sui social che a conoscere quello che siamo andati a visitare.

Si è arrivati a un turismo che viene definito mondofago, ovvero quello che viene visitato viene lentamente distrutto da pratiche turistiche poco o per nulla sostenibili. La conoscenza ha lasciato il posto alle finalità economiche e tutto gira intorno a quelli che sono i consumi legati al viaggio. Tutto si limita all'apparire e nasce in questo modo un nuovo mantra, il quale recita che senza partire non è possibile vivere una vita felice e degna di questo nome.

Il turismo è diventato l'unico metodo per evadere da una realtà quotidiana stressante, anche se il viaggio organizzato vi assomiglia per banalità. Da questi nuovi approcci, sono sorti gli attuali problemi che affliggono molte destinazioni (culturali e non). Le città culturali

diventano dei grandi luna park, delle sorta di Disneyland dell'arte dove si passa più tempo in fila e a contatto con banalità finte, che a contatto con l'arte.

Ma si è diventati degli ingordi: non si vogliono più fare le file e si comprano pass molto costosi per saltarle, ma allo stesso tempo si spulciano migliaia di siti web per pagare il meno possibile il biglietto di ingresso in un museo o l'appartamento in cui soggiornare.

Il viaggio derivato da uno scellerato turismo di massa ha perso di personalizzazione durante la sua creazione. Il turista è diventato un irresponsabile, poco incline alle regole e al rispetto della popolazione locale. Capita spesso di vedere in aree molto affollate delle più belle città d'arte del mondo turisti bivaccare, se non addirittura assumere comportamenti da campeggiatori a fianco di capolavori storico artistici da tutelare.

D'estate la situazione in certe destinazioni diventa, probabilmente, anche peggio. Le alte temperature e le città soffocanti non aiutano un fenomeno di affollamento già normalmente problematico nei luoghi simbolo di queste destinazioni. File infinite, venditori abusivi e bagni nelle fontane sono solamente alcuni esempi di come il patrimonio culturale in tutte le sue forme viene bistrattato e maltrattato, portando all'exasperazione chi vive la città per ragioni diverse da quelle di viaggio.

I locals sono esausti. Molto spesso nascono vere e proprie manifestazioni contro gli arrivi di massa turistici e si corre ai ripari come si può con cartelli di divieti, a volte al limite dell'assurdo.

Gli abitanti di queste destinazioni di vacanza descrivono i turisti come degli incivili e il turismo di massa come un'attività da boicottare. Questo perché chi arriva nelle località sempre più spesso non è interessato al territorio o alla storia del posto che stanno visitando. Si entra nelle chiese con un abbigliamento inadeguato, si urla nei musei e, soprattutto, dopo il loro passaggio vengono trovati ai margini di strade e monumenti cumuli di rifiuti.

Esiste, inoltre, il fenomeno del portarsi a casa un souvenir "importante". Molti articoli di cronaca riportano di come alcuni turisti abbiano pensato di prendere con sé dei resti archeologici da mettere in valigia come ricordo della vacanza.

Il comportamento dei turisti, non è l'unico problema a cui si assiste nello studiare questo fenomeno. Tra gli altri vari grandi problemi che nascono c'è quello della gentrificazione. Si tratta della trasformazione di zone di una meta turistica, un tempo abitate dalla classe operaia in aree alla moda, in cui dilaga la speculazione edilizia e vengono allontanati i residenti

locali, con conseguente aumento dei prezzi. Oltre a tutto ciò, i servizi che venivano prima offerti alla comunità residente vengono lentamente sostituiti da altri a misura di turista: è così che il negozio di ferramenta o la merceria lasciano il posto a ristoranti e bar.

Le aree più importanti della città dal punto di vista turistico perdono di valore identitario. Quelli che una volta erano i simboli delle destinazioni, dove ci si poteva rispecchiare nell'autenticità della società locale, ora sono luoghi "senz'anima" venduti a un giro di affari che guarda più ai profitti generati dalla massa che a un'esperienza personalizzata di vacanza.



Fonte: [ilmessaggero.it](http://ilmessaggero.it)

Essendo le città d'arte soggette a un turismo *fast*, in cui si deve vedere tutto e subito, l'alloggio non rimane più una parte importante e fondamentale del viaggio, ma solo il rifugio dove passare la notte. Ed è così che nasce una spietata guerra al ribasso dei prezzi, dove ultimamente la giocano da padrone camere e appartamenti prenotati su piattaforme online come Air BnB o Booking.

Si cerca, dunque, anche di spendere sempre meno nel trasporto per e dalla destinazione oltre che sull'alloggio, per riservare il budget ad altri tipi di consumi, che per alcuni turisti possono essere ripartiti tra ristoranti, attrazioni o shopping.

Sicuramente per migliorare la situazione attuale, in cui versano la maggior parte delle destinazioni culturali, sarebbe ideale creare delle buone strategie marketing che spieghino ai turisti l'inadeguatezza di certi comportamenti.

Tuttavia, potrebbe aiutare la situazione anche il creare nuovi itinerari sia all'interno delle città, ma anche all'esterno che generino nuovi flussi e portino le ondate di visitatori fuori dalle aree più congestionate verso quelle meno toccate dai tours. In questo modo si potrebbe creare un'esperienza di visita della destinazione più omogenea e potrebbero essere messe in pratica nuove strategie per frenare comportamenti incivili e far conoscere diversi lati della città e della cultura che caratterizza quel determinato luogo, altrimenti lasciati ai margini o del tutto non scoperti.

L'Italia, inoltre, massicciamente puntato sul turismo in entrata dall'estero, il quale era caratterizzato da lunghi soggiorni di almeno una settimana nelle maggiori aree di attrazione del Paese. Sebbene la storia e la cultura abbiano aiutato molto nell'attrarre dei potenziali turisti, non si è puntato a una specializzazione e potenziamento adeguati. Questo riguarda soprattutto le strutture che creano l'offerta e le risorse ad esse collegate, la redistribuzione dei flussi sul territorio verso le aree meno visitate e di mantenere un buon livello rispetto alla domanda interna.

Una possibile soluzione sarebbe quella di creare un primo circuito turistico a livello Nazionale dove inserire le più importanti destinazioni culturali italiane: ricreare una sorta di *Gran Tour* contemporaneo. Per fare ciò è necessario pensare a nuovi metodi per valorizzare e tutelare il patrimonio culturale Nostrano. A questo grande circuito sarebbe possibile associarne altri più piccoli e comprensivi di destinazioni minori collegati ad una più grande. Un esempio potrebbe essere quello di organizzare un tour che da Venezia sposti una percentuale di turisti nell'entroterra alla scoperta dei sapori enogastronomici tipici veneti e delle ville costruite dal Cinquecento in poi. Questo produrrebbe sicuramente degli effetti positivi, ridistribuendo la ricchezza su tutto il territorio in maniera equa, allungando il periodo di permanenza del turista nella destinazione e facendo conoscere più sfaccettature sulla cultura del luogo, che una vacanza *fast e mainstream* non concederebbe. Ovviamente, per poter realizzare questo è necessario un attento studio della proposta e del tipo di target a cui si va a proporre.

Le destinazioni classiche non possono essere lasciate nell'attuale condizione. L'esigenza è quella di saperle reinventare e di ricostruirle sopra una storia al passo coi tempi. Non bisognerebbe, dunque, considerarle unicamente come un bel passato da sfoggiare, ma anche come una sfida del presente e del futuro da saper proporre a un nuovo tipo di turista, più consapevole e invogliato a conoscerne ogni aspetto.



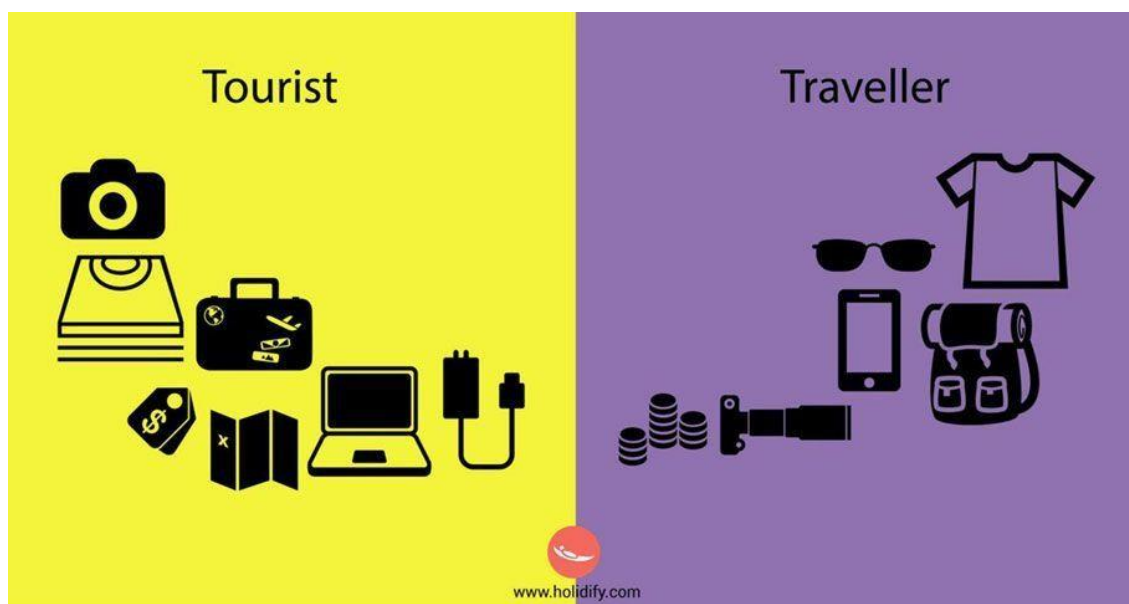
Un aspetto sempre più importante, che potrebbe aiutare a risolvere alcune problematiche come le lunghe file di attesa alle biglietterie, è quello che concerne le piattaforme digitali. Esse dovrebbero essere sempre aggiornate sugli ultimi eventi, semplici da utilizzare e intuitive. Potrebbero essere un ottimo mezzo per la conoscenza della destinazione e la sua promozione, senza dimenticare un'adeguata campagna sui social network più utilizzati. In questo modo si otterrebbe un immediato feedback da parte dei follower potenzialmente interessati a un viaggio nella zona.

Le nuove tecnologie, un nuovo modo di pensare e di concepire le pratiche turistiche potrebbero essere delle soluzioni semplici e semi-immediate per sistemare alcune delle più grandi problematiche. Una ri-educazione al bello, alla calma e alla gioia vera riguardo al viaggio del turista, ma anche di chi lo accoglie e lo guida nel percorso della sua vacanza potrebbero fare la differenza in questo periodo storico frenetico e con un'idea di turismo molto lontana dal suo vero significato, che una volta veniva associato a quello del viaggio vero e proprio.

## **2.4 DIFFERENZE TRA TURISTA E VIAGGIATORE**

Molto spesso i termini turista e viaggiatore vengono usati comunemente senza distinzione di significato. In verità, i due termini sono ben diversi tra loro e il primo negli ultimi anni viene sempre di più utilizzato con un'accezione negativa.

Esistono delle grandi differenze concettuali tra il viaggiatore e il turista, che con il passare del tempo stanno definendo le due categorie in modo molto marcato e distinto. Chi viaggia non vuole essere considerato come un turista che visita il banale, ma un viaggiatore che nell'esperienza ricerca il suo Io.



Fonte: Holidify.com

Paul Theroux (scrittore e viaggiatore americano contemporaneo) creò un aforisma che rende molto bene la differenza tra queste due categorie di persone:

I turisti non sanno dove sono stati. I viaggiatori non sanno dove stanno andando.

Sul web è molto semplice imbattersi in tabelle e siti che descrivono le basi fondamentali dei due tipi di comportamento.

Per la cultura generale, un viaggiatore è colui che non segue un itinerario già studiato e prefissato, ma parte all'avventura e segue il proprio istinto. Se durante il suo viaggio gli si presentano degli intoppi, non si fa prendere dal panico, ma cerca di adattare i suoi piani ai cambiamenti che gli si sono presentati. Tra le cose più importanti che definiscono il modo di concepire il viaggio di un viaggiatore c'è sicuramente l'approccio totale della cultura della destinazione e la voglia di conoscerla a fondo. Chi viaggia e non fa del semplice turismo non si ferma a visitare solamente i luoghi simbolo, affollati di persone. Esso si inoltra nelle zone meno esplorate del posto alla ricerca dell'autentico. Un viaggiatore non è alla ricerca del relax, la sua è un'esperienza da ricordare, vuole sempre fare cose nuove e si mette costantemente alla prova per cercare di adattarsi. Questo gli riesce più facilmente rispetto a un normale turista in quanto si sposta senza pregiudizi e con un comportamento *open mind*<sup>18</sup>.

<sup>18</sup> Cfr <<https://www.fusiontourism.com/2016/01/10-differences-between-a-traveller-and-a-tourist/>>

Se la figura del viaggiatore ai più sembra positiva e che possa portare solamente valore aggiunto all'esperienza del viaggio, quella del turista è considerata come il totale opposto. Potendo essere considerato come l'altra faccia della medaglia il turista assume per certi aspetti un comportamento morboso verso il viaggio. I momenti che vivrà vengono minuziosamente pianificati e il programma diventa il padrone del tempo a disposizione. Solitamente crea una lista di siti *must-seen* raccomandati da persone fedeli che hanno già visitato la destinazione prima di lui. Un turista segue un rigido comportamento e raramente esce dagli schemi già decisi prima della partenza. Tra i comportamenti tipo del turista c'è quello di trasformarsi in un fotografo seriale: tutto viene documentato su una videocamera e possibilmente postato al più presto sui social per creare uno status symbol temporaneo che lo pone in una posizione di supremazia rispetto a chi è a casa. Altri mezzi usati da chi pratica turismo sono: una mappa o un navigatore e gli stessi vestiti di tutti i giorni, che lo tranquillizzano facendolo sentire a casa anche a migliaia di chilometri di distanza. Solitamente il turista non prende nuovi sentieri e non esce dalla località principale oggetto della sua vacanza; in pratica crea una sua zona di comfort e l'idea di visitare le zone limitrofe della destinazione principale lo terrorizza. Molto spesso va alla ricerca degli stessi servizi che ha a casa: emblematico è l'esempio della comitiva di turisti italiani che va alla ricerca in ogni parte del mondo di una pizzeria in cui cenare, lamentandosi poi del pasto consumato. Talvolta un turista assume un atteggiamento di superiorità rispetto agli abitanti del luogo di vacanza e diluisce pillole di "saggezza" basate sulla sua banale esperienza. Nella sua vacanza sono previsti tutti gli agi di casa: Wi-Fi, hotel tutto incluso, macchina noleggiata o mezzi sicuri su cui viaggiare<sup>19</sup>.

Inoltre, il turista vuole suscitare invidia in chi vede le sue foto e mostra il divertimento anche quando questo non esiste.

Infine è importante analizzare anche il settore degli acquisti, in particolare quello dei souvenir. Il turista comprerà il ricordino banale e a buon mercato, molto spesso fabbricati in altri paesi per prezzi miseri. Ne acquisterà in abbondanza per regalarli a chiunque e mostrare la sua posizione sociale. Il viaggiatore, al contrario ricerca il pezzo raro e tipico del luogo, ricco di significato. Non acquisterà oggetti per tutti i suoi conoscenti, ma solo per chi è a lui più vicino e può comprendere appieno i suoi sentimenti maturati durante l'esperienza<sup>20</sup>.

---

<sup>19</sup> Ibidem

<sup>20</sup> Stefanini Simone, La differenza tra turista e viaggiatore spiegata in queste 10 illustrazioni minimali, p. 4

Dunque, se viaggiare porta a una conoscenza più intima di sé stessi e a un cambiamento più o meno conscio del proprio essere, fare turismo porta solo a un allentamento della tensione accumulata durante la quotidianità.

Negli ultimi anni si è sempre più compreso quanto il turismo, stia diventando un modo di vacanza insostenibile e si sta, quindi, pensando a dei nuovi modi di concepire il viaggio anche per quelle persone che non sono così coraggiose da intraprendere un'esperienza da un punto di vista più "estremo". Quello che si sta facendo è puntare sull'empatia del luogo e creare una storia dietro ad esso. Una nuova storia potrà permettere l'avvicinarsi di nuovo pubblico alla destinazione, una nuova conoscenza della sua storia e geografia e l'allargarsi del circuito di visita alle zone limitrofe del punto centrale.

Per dare vita a questi progetti è necessario avvalersi anche dei nuovi strumenti tecnologici come le piattaforme social, i blog del settore e un buon sito specifico per la destinazione. Sempre più fondamentale è l'attività di *storytelling*, con la quale si cerca di attrarre nuove persone.

La nuova frontiera è creare un ibrido tra il viaggiatore e il turista. In questo modo si arriverebbe a un turismo più consapevole, ricercato e sostenibile della destinazione, ma senza costringere il turista meno avventuroso a pratiche estreme che non rientrano nel suo modo di essere e di vivere la propria esperienza di vacanza.

## **2.5 L'OVERTOURSIM**

Una delle problematiche relative a un turismo irresponsabile, che più fanno discutere negli ultimi tempi è sicuramente quella relativa all'overtourism.

Molto semplicemente, si tratta di una condizione estrema legata al turismo, in cui una destinazione diventa molto popolare tanto da essere sottoposta letteralmente a un'invasione da parte di turisti di tutto il mondo.

Questo tema è relativamente nuovo nella storia del turismo, ma già conta molti casi studio, tra cui quello più famoso legato alla città di Venezia.

Sostanzialmente può essere visto come il lato oscuro della medaglia che lo lega alle nuove e innovative pratiche del turismo sostenibile.

Le problematiche che sono state analizzate precedentemente in questo capitolo e che, in sintesi, riguardano il cambiamento del tipo di commerci nella città, la trasformazione dei

centri storici e il malumore degli abitanti della destinazione rispetto ai turisti, sono dirette conseguenze di questa spettrale problematica.

Fenomeni di affollamento eccessivo possono riguardare in maniera differente il fattore tempo e spazio: esistono, infatti, fenomeni di stagionalità che vedono destinazioni riempirsi in determinati periodi dell'anno e svuotarsi completamente in altri. Analogamente, aree della destinazione vengono prese d'assalto lasciando altre prive di visite.

Sebbene questo fenomeno venga ricordato per i suoi casi più eclatanti come Venezia o Barcellona, non deve essere sottovalutato: sta diventando sempre di più il risultato di un turismo malato che affetta tutte le più importanti destinazioni turistiche a livello globale<sup>21</sup>.

Le possibili cause che favoriscono questo problema, che di conseguenza genera gli altri ad esso collegati, possono essere riassunte in semplici e chiari fattori chiave. Il flusso di turisti in viaggio sta aumentando sempre di più e si stima che nel 2030 ci saranno in giro per il Mondo circa 1,8 miliardi di persone. Questo aumento è possibile grazie all'uso sempre più democratico di Internet. Diventa più semplice prenotare e costruire viaggi su misura senza l'intervento di agenzie specializzate e risparmiando sui costi. Sono sempre di più i siti di vendita di prodotti turistici low-cost che si possono scovare in Rete e comprare un volo o affittare un appartamento diventano le spese più irrisorie dell'intero viaggio, a discapito della destinazione.

Ovviamente, come si diceva prima, il fenomeno di overtourism si aggrava nel momento in cui c'è un momento di alta stagione. Non tutti sono disposti a passare molti giorni nel luogo scelto per la vacanza: qui, si ritorna al discorso già precedentemente citato della vacanza "mordi e fuggi", che riguarda più un comportamento di ostentazione, piuttosto che di conoscenza del luogo.

Il turismo, ormai, non segue più un calendario di ferie programmato con largo anticipo, che permetteva una migliore gestione dei flussi in arrivo. Tutto è diventato senza regole e senza una precisa progettazione. Si cerca di salvare il salvabile, sbuffando per gli arrivi eccessivi, ma lamentandosi successivamente per cali improvvisi della domanda. Il fattore economico è divenuto l'unico lato importante di un settore interdisciplinare, che dovrebbe porre al centro più fattori, che vanno dal sociale all'ambientale.

---

<sup>21</sup> Cfr <<https://italiapost.it/overtourism-che-cos-e-significato-soluzioni/>>

Nasce, in questo modo, il nuovo concetto di “inquinamento turistico”, il quale vuole mettere in guardia gli operanti del settore dai comportamenti nocivi che queste pratiche avranno nel lungo periodo sulle destinazioni<sup>22</sup>.

Bisogna, dunque, cercare di sensibilizzare i turisti a scegliere differenti stili di viaggio e diversi periodi di partenza, che non rientrino nelle settimane nevralgiche degli spostamenti. Un altro punto a favore sarebbe quello di creare una linea programmatica che aiuti a sparpagliare i turisti per tutta la destinazione, creando dei nuovi percorsi, i quali possano interessare nuove categorie di turista-tipo<sup>23</sup>.

Quello che probabilmente manca, in questo momento, alla maggior parte dei lavoratori del settore turistico è un po' di fantasia e di voglia di cambiamento, che li spinga a pensare oltre al raggiungimento dei profili più alti.

## **2.6 DA TURISMO CULTURALE DI MASSA A TURISMO RESPONSABILE: UN POSSIBILE SVILUPPO**

In questi ultimi anni si sta cercando di fare sempre di più per correre ai ripari dalle attività scellerate di un turismo di massa irresponsabile.

Nel 1987 si erano già cominciati i primi sforzi per promuovere una tipologia di turismo responsabile. L'OMT è il primo che si avvicina alla tematica della sostenibilità in campo turistico, grazie anche alla presentazione del Rapporto Brundtland, nel quale si sottolineava come lo sviluppo dovesse incontrare le necessità del presente, ma senza intaccare i bisogni del futuro.

Qualche anno più tardi, nel 1992, a Rio De Janeiro si svolge il Vertice della Terra, nel quale vengono inseriti nella famosa Agenda 21 anche temi riguardanti lo sfruttamento eccessivo dovuto a pratiche turistiche irrispettose dei bisogni dell'ambiente e della società. Vengono, infatti, criticati il modo in cui viene mercificato e gestito l'ambiente naturale e come le popolazioni locali vengano scarsamente coinvolte nelle decisioni dei vari processi.

---

<sup>22</sup> Ivi

<sup>23</sup> Ivi

Il filosofo settecentesco Blaise Pascal scriveva: “Ho scoperto che tutte le disgrazie dell’uomo derivano da un’unica sorgente, cioè dal fatto che egli è incapace di restarsene tranquillo nella sua stanza”<sup>24</sup>

Questo pensiero lo si può tranquillamente associare a uno di tipo esistenzialista: l’essere umano scopre la sua vera identità solamente visitando l’esterno, ovvero viaggiando per il mondo. Considerando che la maggior parte delle persone che viaggiano sono da analizzare nell’ottica di un comportamento turistico, più che di viaggio, per praticare un turismo responsabile è necessario che essi siano consapevoli di loro stessi e di quello che vanno a visitare. Ed è proprio attraverso i viaggi che si capiscono i propri limiti e le proprie capacità; ci sottoponiamo a un autotest.

La maggior parte dei comportamenti praticati sono negativi ed errati e portano a pratiche turistiche sbagliate. Questo lo si deve anche a uno sforzo da parte dell’industria turistica di far uscire durante il periodo di vacanza il bambino che c’è dentro ogni turista. Questo fanciullo, il più delle volte, ha comportamenti egoistici e capricciosi. Proprio come i bambini, i turisti vengono coccolati e protetti nelle destinazioni di arrivo da tutte quelle strutture create ad hoc per non farli preoccupare e farli rilassare il più possibile. Andare in vacanza, secondo gli psicologi del turismo, fa regredire le persone e i comportamenti peggiorano rispetto alla normale vita quotidiana. Per un turista tutto deve essere perfetto e se così non fosse, si lamenta e punta i piedi per ottenere quello che ha richiesto. Nel luogo di vacanza gode di svariati privilegi che normalmente non avrebbe e pure l’abbigliamento assomiglia a quello indossato durante la propria giovinezza (cappellino, t-shirt e pantaloni corti). I souvenir possono essere considerati come i giocattoli del turista-bambino, che vengono portati a casa come trofeo della propria vacanza<sup>25</sup>.

Il discorso comportamentale è molto importante se si analizzano le varie tipologie di turismo che vengono maggiormente vissute ad oggi. Da qui nasce e si sviluppa il tema che riguarda il turismo sostenibile.

Turisti o forse sarebbe meglio chiamarli viaggiatori stanchi dei soliti circuiti proposti scelgono di vivere il proprio viaggio andando fuori dai limiti; inizia così l’avventura *off the beaten track* e da qui nasce l’idea dei viaggi alternativi.

---

<sup>24</sup> Blaise Pascal, *Pensieri*, Einaudi, Torino, 1962

<sup>25</sup> Cfr, Canestrini D., *Andare a quel paese*, Feltrinelli, Milano, 2001 p. 54

Per quanto questa tipologia di viaggio voglia il più possibile allontanarsi dal tipo di vacanza mordi-e-fuggi e dall'ombra nera del turismo di massa, non è sempre una scelta del tutto sostenibile.

Molti viaggi alternativi vengono pensati per persone benestanti, capaci di spendere grosse cifre per avere un'esperienza fuori dal comune. Altre volte, questa tipologia di vacanza è pensata su misura di persone sportive, le quali partono da casa con l'idea di non avere nessun limite davanti che li possa fermare. Questa filosofia è totalmente sbagliata, perché per preservare il contesto in cui si va a passare del tempo è importante seguire delle rigide regole<sup>26</sup>.

Ambiente naturale e culturale ha rischiato ed è stato realmente danneggiato da pratiche turistiche che si pensavano a impatto quasi zero, come ad esempio le gite in mountain bike.

È da tenere in considerazione anche il fenomeno di turisticizzazione di aree dapprima lasciate ai margini dei tour e poi sempre più affollate perché diventate di tendenza.

Tra i vari tipi di turismo alternativo, quello sicuramente più celebre è l'ecoturismo. Nato in America, ha successivamente riscosso grande successo in Europa e tra tutti i tipi di turismo è quello con il più alto tasso di crescita dal punto di vista economico.

Nella migliore riuscita, questo turismo porta a dei grandi risultati nel campo della conservazione naturale e può essere usato anche come mezzo di apprendimento.

Come sempre esiste il rovescio della medaglia, che getta in ombra gli scopi nobili di questo fenomeno: infatti, le grandi compagnie di tour operator e alberghiere si stanno interessando sempre di più di questo settore per cominciare a investirci. Solamente che non si alloggerà più nell'abitazione tipica della destinazione, magari con pochi comfort e lontana dal nostro stile di vita, ma in mega hotel di lusso, con tutti i generi di convenevoli che avranno la fortuna di essere costruiti all'interno di veri e propri paradisi ambientali rovinati per sempre.

In pratica, l'ecoturismo rischia di diventare un turismo nocivo mascherato da "buon samaritano" solamente perché davanti si ritrova con il prefisso eco-.

L'ambiente, però, non è l'unico aspetto importante da salvaguardare da pratiche di turismo estreme. Se l'ecoturismo, secondo la sua definizione, è attento alla biodiversità delle aree

---

<sup>28</sup> Ibidem p. 66



naturali protette, è altrettanto necessario intervenire per la protezione della cultura locale e di tutte quelle pratiche che rientrano nell'etica di una destinazione.

È in questi casi che l'ecoturismo si fonde con il turismo sostenibile creando delle pratiche fluide.

Il turismo sostenibile, inoltre, viene etichettato con tanti diversi aggettivi a seconda del ramo che va a sostenere.

Tra quelli più usati di frequente, troviamo: consapevole, durevole, ecologico verde, equo, etico, responsabile, solidale e via così. Molte volte queste etichette vengono abusate nel linguaggio comune, creando dei fraintendimenti quando dietro ciascuna di esse c'è una storia ben precisa. Anzi, molte volte questi termini diventano delle *buzz word* di tendenza.

Il turismo sostenibile è stato ideato e modellato a partire dall'idea dello sviluppo sostenibile, nato nel 1987 per mano della Commissione mondiale per l'ambiente e lo sviluppo. Se ne parla la prima volta nella relazione Brundtland, commissionata dalle Nazioni Unite.

Il concetto di turismo sostenibile è ormai presente nella maggior parte delle culture traducendo la parola in lingue diverse nello stesso modo. Solo in francese, il termine, viene tradotto con *durable*, ossia durevole. Sebbene venga inteso lo stesso tipo di turismo, i due termini (sostenibile e durevole) non sono sinonimi e analizzati nello specifico mostrano come possano prendere due connotazioni molto diverse<sup>27</sup>.

Nonostante queste piccole differenze che possono variare all'interno delle diverse culture e stati, l'Organizzazione mondiale del turismo (OMT) ha delineato alcune caratteristiche necessarie per individuare questo tipo di turismo, nello specifico tre. Per parlare in maniera propria di turismo sostenibile si deve porre l'attenzione sulla protezione delle risorse ambientali, si deve garantire alla comunità locale un adeguato beneficiare dalle attività legate a questo tipo di business e si deve proporre ai visitatori un'esperienza di qualità. Queste tre caratteristiche si possono riassumere, in lingua inglese, nella regola delle tre E: *environment*, *ethics* ed *economy*<sup>28</sup>.

---

<sup>27</sup> Ibidem p. 65

<sup>28</sup> Ibidem p. 66

Se quindi l'ecoturismo appare come un argomento di discussione pieno di contrasti, quello sostenibile ne ha probabilmente molti di più. Questo perché quest'ultimo non si preoccupa solamente dell'ambiente, ma di tutti quegli aspetti che devono essere salvaguardati da azioni estreme.

Parlando sempre di differenze, ne esiste una anche tra sostenibilità e responsabilità. La prima, come abbiamo precedentemente visto, all'inizio si concentrava sull'ambiente per poi allargarsi a tutti gli aspetti vitali della destinazione. La seconda vuole promuovere l'incontro tra culture diverse e si concentra maggiormente sugli aspetti sociali.

Non solo i turisti devono fare la loro parte per creare un'esperienza di viaggio sostenibile. Gran parte del lavoro, per rendere questa realtà sempre più possibile, è in mano agli organizzatori e agli enti specializzati.

Se, ad esempio, l'industria dei viaggi in aereo sembra non essere così tanto ecologia per via delle emissioni emanate dagli aerei, quella alberghiera si sta adeguando più rapidamente alla domanda di un soggiorno sostenibile dei propri clienti, creando delle iniziative da seguire in aree regionali tedesche e austriache.

Sebbene si potrebbe pensare che una tipologia di turismo eco, sostenibile o alternativo sia poco applicabile al comparto culturale, questo non è affatto vero.

Infatti, come era stato precedentemente detto, è molto importante non sfruttare le risorse della destinazione e creare empatia con gli abitanti del luogo.

Una destinazione culturale, come ad esempio una città d'arte, sebbene generalmente non sia immersa nella natura ha un proprio ecosistema da tutelare. Cumuli di immondizie ai lati delle strade farebbero da richiamo a specie animali infestanti e potenzialmente pericolose per la sopravvivenza di quelle autoctone. Lo stesso vale per altri tipi di inquinamento come quello luminoso o sonoro, che potrebbero disturbare l'ambiente presente nella città. Allo stesso tempo, è molto importante non sottovalutare il punto di vista sociale: il turista non deve assumere un comportamento da dio benedicente, che onora la destinazione della sua presenza, ma deve quasi diventare un esploratore rispettoso.

Interessante potrebbe essere un confronto tra il turismo e il detto "dopo tre giorni l'ospite è come il pesce: puzza!". Se l'ospite in questione riesce, però, a dare il meglio di sé per farsi accettare dai locali, quasi sicuramente sotto il profilo sociale la vacanza potrà rivelarsi un successo.

## **2.7 TERRORISMO E VIRUS: COME BLOCCARE IL TURISMO**

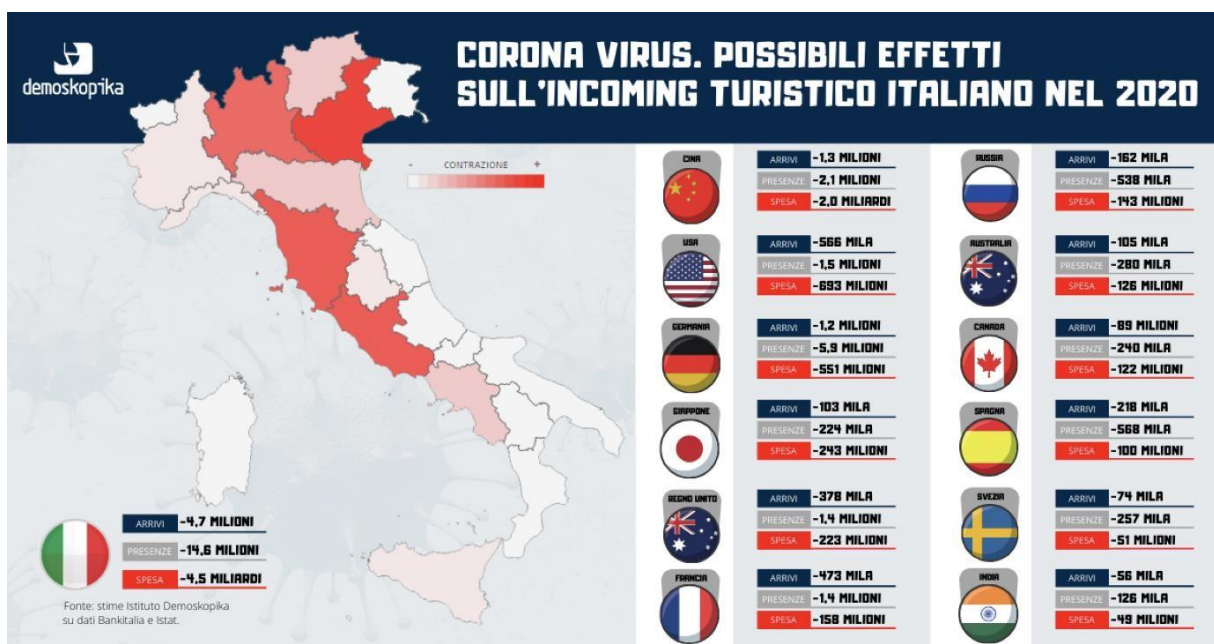
Sicuramente questa tipologia di turismo è tra quelle che non conoscono (quasi) mai crisi e che risente poco di eventuali problematiche climatiche o altri tipi di catastrofi.

Bisogna però specificare che, se risente poco delle ripercussioni causate dal clima esistono due tipi di attacchi che riescono a metterlo in ginocchio. Essi sono: gli attacchi terroristici e possibili epidemie come quella che ha recentemente colpito il mondo intero col nome di Coronavirus.

Perché queste due tipologie di problematiche possono colpire maggiormente un turismo di tipo culturale piuttosto che uno di tipo marittimo o montano?

Cominciando ad analizzare gli eventi dal secondo caso, ovvero quello più recente che ha riguardato l'emergenza sanitaria dovuta al virus Covid-19, si è assistito a una veloce chiusura di tutti i centri culturali di qualsiasi genere (musei, cinema, teatri, biblioteche e simili) per evitare assembramenti di persone che avrebbero potuto favorire un maggior contagio a causa del mancato rispetto della distanza di sicurezza richiesta per limitare la crescita del numero di malati. Città intere come Venezia, Padova e Milano, ma anche New York, Londra e Parigi, si sono trovate improvvisamente vuote, come fosse scoppiata una bomba invisibile al centro delle piazze più importanti, lasciando soli i monumenti in un silenzio quasi spettrale. Misure di sicurezza adottate per il bene dell'intera comunità abitanti nelle zone e dei turisti in quel momento in visita nelle città stesse. Così, però, intere strutture ricettive si sono ritrovate "morte", svuotate. Cancellate prenotazioni per mesi e con esse rinviati moltissimi eventi che avrebbero apportato nelle casse di città e province moltissimi ricavi. La gente è stata invitata, anzi obbligata, a non viaggiare e a non muoversi dalle proprie abitazioni. Sono andati, così, persi milioni di euro, di cui una parte era già stata investita.

Naturalmente sono state misure di sicurezza eccezionali, messe in atto per evitare un tracollo delle strutture sanitarie, ormai piene e con pochi posti a disposizione per quei malati che avevano bisogno di reparti specifici, tra cui quello di terapia intensiva; per cercare di non propagare l'infezione in modo massiccio in tutto il mondo, anche in zone poco sviluppate dove la sanità è quasi inesistente e ancora di contenere il più possibile il numero delle vittime che avrebbero potute essere milioni come successe cent'anni fa con l'epidemia chiamata "spagnola".



Fonte: Agi.it

Il discorso, invece, è notevolmente diverso per il primo caso nominato, cioè le crisi inflitte dagli attacchi terroristici al settore turistico culturale e a specifiche destinazioni.

Questi non possono essere previsti in alcun modo e solitamente non vengono ripetuti nella stessa città in tempi ravvicinati. Creano grande paura e apportano dei momenti di scompiglio generale, da cui, però, la destinazione riesce a riprendersi in tempi più o meno brevi. Le tempistiche variano in base all'attrattività presente e di come questa riesce ad avere un maggior appeal sul turista, rispetto alla paura che lo colpisce.

Il caso tristemente più celebre di attacco terroristico è sicuramente quello di New York avvenuto nel settembre del 2001, con il relativo evento della caduta delle Torri Gemelle. L'evento non solo ha fatto registrare un calo dei movimenti turistici per un prolungato periodo di tempo, ma ha rivoluzionato il modo di viaggiare introducendo nuove regole che i viaggiatori tutt'oggi devono seguire alla lettera. Da questo fatto sono state create delle nuove liste di oggetti ammessi a bordo di un aeromobile per i bagagli a mano e i controlli prima dei gates sono stati notevolmente intensificati, ma non ha portato al completo isolamento dello stato.

Altri attentati hanno riguardato città simbolo per il turismo, soprattutto di stampo culturale, e sono state (ricordandone solo alcune): Londra, Parigi, Nizza e Barcellona.

Panico, paura e sfiducia sono i sentimenti che hanno pervaso la testa delle persone, ma le città colpite sono fortunatamente riuscite a risollevarsi e a ritornare ai vertici delle classifiche delle destinazioni con maggior numero di arrivi e di ricavi grazie alla pratica del turismo.

Quello che, invece, non si sa ancora è come il problema del Coronavirus verrà gestito in futuro. La speranza è che questa emergenza ci insegni a programmare meglio i nostri investimenti futuri, magari investendo di più in una sanità pubblica rafforzata e in grado di gestire più serenamente emergenze che con lo scambio culturale potrebbero verificarsi più frequentemente.

Si può comunque prevedere un grande periodo di “magra” per molti settori e quello che ne risentirà maggiormente sarà molto probabilmente quello turistico: nessuno avrà per molto tempo il coraggio di spostarsi anche quando l’epidemia si sarà placata e i differenti momenti del contagio permetteranno solo degli spostamenti dilazionati tra paese e paese.

Sarà, dunque, da capire chi potrà fare del turismo, quando e dove. Bisognerà adottare delle nuove misure sanitarie o forse, solo, apprendere delle nuove abitudini quotidiane da riportare anche in vacanza; prestare maggiore attenzione alla propria igiene e a quella che ci circonda.

Per tornare alla domanda da cui è nato questo pensiero, il turismo marittimo e quello montano risentirebbero meno di attacchi del genere perché nel caso di epidemie dovute a virus, le attività che si svolgono in questi luoghi sono quasi tutte all’aperto e permettono di mantenere le distanze di sicurezza necessarie per non trasmettere l’infezione da persona a persona. Per quanto riguarda i possibili attacchi di tipo terroristico, raramente vengono fatti in località con un’affluenza di turisti e popolazione medio-bassa, anche se potrebbero essere colpite da casi isolati non connessi alle organizzazioni terroristiche più grandi.

Ma come ogni settore produttivo che ha momenti di crisi, anche il turismo (di qualsiasi tipo) riesce a risollevarsi e vede il suo andamento altalenante, dovuto ai continui cambiamenti che sconvolgono la quotidianità delle persone. Quel che è sicuro, è che lo possiamo considerare come una delle più grandi industrie del XX e XXI secolo, destinato a crescere e a cambiare. Dal turismo di massa praticato senza ritegno fino al decennio scorso, a un turismo più responsabile, etico e personalizzato.

# CAPITOLO TERZO

## 3. IL CASO VENEZIA

Qual è la *buzzword* sulla bocca di tutti in questo momento nella città di Venezia?

Sicuramente *overtourism*!

Ma di cosa si tratta? E perché è un fenomeno così pericoloso per questa città simbolo di bellezza del mondo, nonché patrimonio dell'Unesco?

Greg Dickinson, autore di un recente articolo sul Telegraph prova a darne una definizione, ovvero è: “Il fenomeno secondo cui una destinazione popolare o una particolare vista viene invasa dai turisti in modo insostenibile”<sup>29</sup>.

Per chi vive ogni giorno le problematiche delle zone “affette da questo nuovo morbo” si tratta dell’incapacità di gestire in maniera adeguata l’afflusso dei visitatori e la loro accoglienza a causa della mancanza di strumenti idonei o per colpa di errate (o addirittura mancanti) politiche di governance per la sostenibilità socio-ambientale del fenomeno in questione.

Sicuramente è un tema di estrema attualità e viene messo in discussione il destino di moltissime destinazioni turistiche, talmente amate dalle persone, da essere ridotte “all’osso”.

Per tale motivo, è stato presentato a Parigi un rapporto dell’ente Healthy Travel and Healthy Destination, partito da una richiesta di Airbnb, secondo il quale la capitale mondiale per di sovraffollamento turistico sarebbe Venezia. A seguire, poi, troviamo Barcellona, Amsterdam e Bangkok<sup>30</sup>.

A questo proposito, sono state pensate per la città capoluogo del Veneto, delle misure per regolare, come i tornelli in Piazzale Roma per regolare le entrate delle persone nei giorni in cui sono previsti grossi afflussi come, ad esempio, nel periodo del Carnevale. Altri consigli dati ai visitatori dagli enti locali e da vari blog del settore sono quelli di pernottare in zone

---

<sup>29</sup> Cfr. Rainews.it, La parola del momento? “Overtourism”. E Venezia ne è, naturalmente, la capitale mondiale, p. 1

<sup>30</sup> Ivi

non centrali (o addirittura esterne alla città) e di scegliere itinerari di visita poco battuti. Ritorna così in auge il vecchio dilemma che consiste nel fare i turisti lontano dai turisti<sup>31</sup>.

Venezia spetta il titolo di destinazione “regina” di questo problema e l’amministrazione cittadina ha cercato in qualche modo di correre ai ripari creando un “Regolamento di polizia e Sicurezza urbana” per multare i visitatori scorretti nei confronti del decoro della città.

Il regolamento prevede nel suo insieme molte azioni sanzionabili, come: fare i propri bisogni a cielo aperto, sedersi o mangiare per terra, sui gradini dei ponti e dei portici monumentali, tuffarsi o nuotare negli specchi d’acqua di tutto il centro urbano, svolgere mestieri “girovaghi” come il fotografo, mascheriere, arrotino, lustrascarpe se non autorizzato e tante altre attività che mettono in pericolo l’immagine di Venezia e possono creare danni sia alle architetture che a terzi.

Nella lunga lista viene anche inserito il divieto di usare droni, ormai oggetto elettronico per le riprese molto popolare tra vacanzieri o fotografi più o meno professionisti.

Tutte queste attività vietate possono sembrare assurde, ma diventano misure necessarie quando per ogni abitante dell’isola si stima un totale di presenza di 73,8 turisti, soprattutto se consideriamo il visitatore mordi e fuggi, cioè l’escursionista che rimane solamente una giornata.

Oltre al nuovo regolamento è stata lanciata anche la campagna, sempre del Comune, #EnjoyRespectVenezia con cui si vogliono dare dei consigli a chi visita la città, soprattutto in periodi di grande affollamento.

Negli ultimi due anni, molti tra i visitatori che hanno scelto la città come meta per le loro vacanze di più giorni non hanno pernottato in strutture tradizionali, ma in Airbnb (appartamenti di privati dati in affitto a turisti per brevi periodi). Questa tipologia di alloggio è stata considerata come positiva da molti addetti del settore perché i turisti che la scelgono vogliono in gran parte vivere la città come se fossero suoi reali cittadini, anche se solo per un tempo limitato. In questo modo contribuiscono in maniera positiva allo sviluppo economico dell’area in cui soggiornano.

Anche se gran parte dei nuovi turisti arriva con una nuova consapevolezza ed è alla ricerca di nuove esperienze che variano dal provare i piatti tipici della gastronomia locale ad

---

<sup>31</sup> Ibidem p. 2

assistere a performance teatrali di un certo livello in teatri prestigiosi in tutto il mondo come la Fenice, ancora c'è una forte presenza di persone che trattano la città come un vero e proprio parco di divertimenti, non interessandosi alla sua cultura e a capire le esigenze di una città fragile e basata anche su un ecosistema complicato e unico al mondo.

Venezia è quindi la Disneyland italiana, dove i costumi del Carnevale indossati da artisti di strada fuori stagione diventano le nuove tute di Topolino e co. Insieme a questo si va alla ricerca del risparmio e della quantità al posto della qualità. Dovuto alla continua crescita di turisti affamati di “trashy souvenirs” è la proliferazione di negozietti tutto-a-un-euro che spacciano vetro cinese per vetro di Murano e vedono nei caldi giorni d'estate i loro massimi guadagni, in quanto anche chi non intende comprare nulla è richiamato come da un canto di sirene non tanto dalle vetrine sgargianti, ma soprattutto dalla presenza di un condizionatore che può donare sollievo per alcuni minuti (giusto il tempo di comprare la collana di murrine per la nonna rimasta a casa).

Proprio come Disneyland vede la sua unica popolazione nei turisti e nei lavoratori che giungono ogni giorno per prestare servizio a vacanzieri spensierati e per accontentare il ragazzino voglioso di un palloncino, anche a Venezia sempre meno persone resistono alla tentazione di trasferirsi in terraferma. Questo è dovuto sia alla comodità di raggiungere determinati servizi come i grandi supermercati costruiti nelle grandi zone industriali nella terraferma, sia perché i tradizionali negozi di quartiere stanno lentamente scomparendo e al loro posto nascono, oltre ai già citati negozi di souvenirs, bar o chioschetti con alimenti “alla moda” (come coppette con fragole, cioccolato e panna) che fanno gola ai visitatori più giovani, alla ricerca del perfetto scatto a tema food da postare sui social con possibilmente il Canal Grande come sfondo. A questo bisogna aggiungere che i temporanei arrivi dei turisti in laguna provocano molto spesso danni anche di notte poiché ci sono stati frequenti casi di persone ubriache che hanno disturbato la quiete pubblica in tarda serata con schiamazzi e comportamenti poco consoni.

Non tutti i turisti, poi, arrivano con mezzi “tradizionali” come macchina, treno o aereo. Molti sono passeggeri di crociere, che arrivano in porto da Trieste e rimangono attraccate per un giorno. Su di loro l'opinione pubblica è divisa: per molti queste mastodontiche navi sono un bene perché portano persone che vogliono spendere e comprare oggetti-ricordo della città. Alcuni dei loro passeggeri, poi, decidono di destinare la giornata a terra per la visita di musei, creando un introito anche alla cultura. Al contrario, molti cittadini non direttamente coinvolti in attività imprenditoriali (che vedono di buon occhio l'arrivo di questi giganti del



mare), hanno dato vita al comitato NO GRANDI NAVI, il quale tramite delle manifestazioni più o meno pacifiche cerca di mostrare alle autorità il grande dissenso per l'attracco di queste nel porto e soprattutto per il loro passaggio nel Bacino di San Marco e nel Canale della Giudecca per arrivare a destinazione. Guardando attentamente il loro transito, si può affermare che il loro passaggio non crea grossi problemi: i motori delle navi da crociera infatti sono spenti quando transitano per i due canali davanti San Marco e Dorsoduro. A trainare questi "bestioni" sono delle altre imbarcazioni molto più piccole situate a poppa e a prua della nave. Chiunque abbia navigato in quei canali a bordo di un'imbarcazione del servizio di trasporto pubblico, ha potuto constatare, parlando delle grandi onde che si dice che vengano da loro create e che procurino grossi danni, che molto spesso sono dei piccoli taxi lanciati a grossa velocità per lo stesso percorso a produrre molti più disagi alle imbarcazioni attorno. Ogni persona che ha preso un vaporetto che transita in quella zona, può ricordare di aver almeno una volta assistito alla "doccia" procurata ai passeggeri dopo il passaggio di qualche imbarcazione leggera a tutta velocità, creando malumori e non lasciando una buona immagine nella mente dei visitatori.

In ogni caso, la discussione sul rapporto vantaggi-svantaggi è ancora in atto. In questo breve excursus di poche righe si sono volute analizzare le problematiche che questo tipo di mezzo porta alla città, sia dal punto di vista ambientale, sia guardando all'impatto delle persone che ogni giorno arrivano e aumentano il numero di presenze. Non si è ancora riusciti a decidere se le crociere sono, alla fine, un male da cui liberarsi (e quindi dirottarle verso un altro porto, magari in un'altra città dell'Adriatico del nord) o un mero beneficio economico da cui prendere spunto per sviluppare una migliore strategia per gestire al meglio questo tipo di situazione per non intaccare ancora di più il flusso di visitatori, che già è presente in maniera massiccia.

Ma per tutti questi problemi esistono soluzioni?

Ovviamente sì, ma non sono state ancora messe in campo, forse per mancanza di denaro da investire o forse perché per il momento molte persone traggono più vantaggi da questa situazione che nel limitare i flussi.

La legge di bilancio per il 2019 ha introdotto la possibilità di introdurre una "tariffa di sbarco" anticipata dai vettori di trasporto (pullman, aerei, navi da crociera) che accedono alla città antica di Venezia, estendendo la possibile imposizione comunale della tassa di soggiorno anche ai flussi giornalieri di turisti. La tassazione si propone anche il fine di

«conseguire un effetto selettivo e moderare l'accesso delle cosiddette grandi navi alla zona lagunare».

Sicuramente non è pensabile che la soluzione definitiva sia quella di vietare l'ingresso a persone veramente interessate alla visita di questa città simbolo del patrimonio Unesco o mettere un biglietto d'entrata rendendo l'intera zona una pura merce o trasformandola in un parco divertimenti dove le gondole sono le barchette che trasportano in giro le famiglie annoiate.

Prima di tutto, su che base si potrebbe non permettere a una persona di non entrare? Con un concetto del “chi prima arriva meglio alloggia”? O svendendo Venezia al più ricco offerente facendola diventare meta di ricchi impresari e sceicchi, lasciando fuori la famiglia media che ha risparmiato un anno per realizzare il sogno di camminare in Riva degli Schiavoni?

Sul web si trovano molti blog che parlano di creare delle soluzioni mirate, sempre non allontanandosi da un buon mix con una governance ideata ad hoc e studiando nuovamente una cultura dell'accoglienza, ormai venuta da tempo a mancare visto, per esempio, come certi ristoratori prendono in giro il povero malcapitato turista che non conoscendo l'italiano si lascia sbeffeggiare dagli addetti al settore.

La promozione e la comunicazione di una destinazione dovrebbero ora, più che in altre epoche, puntare su un ottimo livello di accoglienza e si dovrebbero “sforare” più Destination Manager che Assessori al turismo non propriamente in grado di gestire il problema.

Probabilmente Venezia, un giorno, verrà a capo di tutti i suoi problemi, soprattutto quando ci sarà una maggior collaborazione tra amministrazione, abitanti e turisti. Purtroppo la città ha dei limiti territoriali che non permettono l'arrivo massiccio di tutti questi visitatori e, assieme a una migliore organizzazione della città stessa, si dovrebbe puntare di più anche a valorizzare l'entroterra. Entroterra non inteso solamente come zone di Mestre e Marghera, ma come tutta l'unione dei Comuni che si trovano dopo di esse, che valorizzati e promossi nella giusta maniera riuscirebbero ad attrarre categorie di visitatori desiderosi sì di visitare il centro, però alla ricerca di una sistemazione per la notte in un'area più tranquilla. Questa proposta la si potrebbe fare a una clientela anziana oppure alle famiglie. Sono prese in considerazione piccole città distanti solo 40 minuti di autobus dal centro di interesse. Milano, Spinea o tutta la zona della Riviera del Brenta meritano una rivalutazione dal punto di vista

turistico e potrebbero essere associate a Venezia come luoghi di disintossicazione dal caos del polo centrale. Decentrare il potere della Regina e spartirlo per i comuni limitrofi, dare nuove esperienze e indirizzare le persone a esplorare nuove realtà.

Le parole chiave diventano: giusta promozione all'estero, programmazione, organizzazione e distribuzione.

### **3.1 IL TURISMO CULTURALE A VENEZIA: IERI E OGGI**

Il turismo a Venezia ha origini lontane. Nel 1179 la Repubblica della Serenissima ottiene da Alessandro III la remissione dei peccati per chi si reca in pellegrinaggio alla Basilica di San Marco, anticipando così il Giubileo indetto nel 1300 da Papa Bonifacio VIII.

Ancora prima, già nell'anno 997, Pietro Orseolo II decreta la Festa della Sensa, in memoria della conquista della Dalmazia, in occasione della quale veniva allestita una grande fiera in Piazza San Marco con l'esposizione dei prodotti artigianali locali. Questa fiera, col passare degli anni è diventata celebre in tutta Europa.

Al connubio dell'indulgenza con la ricca fiera dei prodotti veneziani, va aggiunto naturalmente il richiamo del particolare fascino della città stessa, così diversa da qualunque altra città del mondo conosciuto.

Con l'inizio delle Crociate sorgono, assieme al servizio di trasporto dei cavalieri e dei pellegrini sulle navi, tutta una serie di servizi ad esse connesse. In Riva degli Schiavoni operavano i "Tholomarii", che assistevano i viaggiatori per quanto riguardava l'alloggio, l'imbarco e la fornitura dei beni necessari per la traversata in mare.

Al fine di regolamentare la materia e prevenire gli imbrogli, il Maggior Consiglio nel 1255 affronta la questione con il "Capitulum Peregrinorum" che definiva chi e come poteva operare in questo campo.

La fama di Venezia come meta di viaggio continua nei secoli. Era, infatti, una tappa obbligatoria del Grand Tour, pratica che a partire dal XVII secolo vedeva l'intraprendere di un lungo viaggio da parte di giovani aristocratici europei per perfezionare il loro sapere.

Il fenomeno del Grand Tour continua con grande forza fino alla fine del XVIII secolo, per poi affievolirsi. Dall'Ottocento e nella prima metà del Novecento, Venezia si consolida come

una delle principali mete -italiane del turismo d'élite, grazie anche al prestigio del Lido. Con il secondo dopoguerra e quindi con le iniziative volte alla fruizione di un periodo di riposo "forzato" per tutti i lavoratori, inizia l'età del turismo di massa che, complici i cambiamenti nel tessuto economico e sociale della città, determina profonde trasformazioni nel centro storico, dove il turismo diventa l'attività economica predominante. A partire dagli anni Ottanta, gli effetti sociali e culturali di tale impatto sono diventati l'oggetto di numerosi studi, che si interessano soprattutto alla percezione del turismo da parte dei veneziani. Mentre tale riflessione aveva luogo, però, è iniziata una nuova fase del turismo mondiale, che coinvolge nuovi soggetti e modifica totalmente le dimensioni del fenomeno.



Fonte: en.wikipedia.org

Venezia, secondo i dati ufficiali delle presenze turistiche inseriscono viene inserita ai primissimi posti in Italia per numero di visitatori: terza dopo Roma e Milano nel 2015 e 2016 con oltre 10 milioni di presenze. Per valutare adeguatamente il fenomeno, è però da considerare che diversi milioni di persone all'anno visitano Venezia soggiornando in vicini comuni e nelle città di mare poco lontane come Cavallino-Treporti, Jesolo e Caorle, le quali sono collegate alla città con linee di trasporto dirette sia private che pubbliche. Visite giornaliere a Venezia vengono inoltre organizzate da diversi tour operator di tutte le località turistiche principali del Veneto, così come anche (via catamarano) dalle vicine coste istriane, con corse giornaliere nel periodo estivo da Rovigno, Parenzo, Pola, Pirano e Umago.

## **3.2 VENEZIA: CULLA DEL TURISMO CULTURALE IN ITALIA**

L'Italia è la prima nazione al mondo per quantità di siti Unesco presenti sul suo territorio e ha da sempre fatto parte del panorama culturale mondiale, sfornando nel corso della storia menti artistiche geniali. Ogni piccolo Comune nel nostro paese ha una caratteristica che lo differenzia dal vicino e che lo rende unico tra tutti gli altri.

Le grandi città, però, nel corso dei secoli hanno richiamato maggiormente l'attenzione di personaggi storici famosi che compivano veri e propri viaggi per scoprire le bellezze che il Belpaese aveva da offrire.

Tra le città più interessate da questo fenomeno troviamo: Napoli, Roma, Firenze, Milano e per l'appunto Venezia.

Venezia è stata un crocevia di commerci e persone. Molti viaggiatori (o possiamo definirli proto turisti) vi hanno soggiornato, portandola nel cuore nei viaggi successivi.

Possiamo trovare nel suo territorio testimonianze di varie epoche, che vanno dai primi insediamenti posteriori alla caduta dell'Impero Romano d'Occidente, al Medioevo, fino ai giorni nostri con le moderne costruzioni di hotel di inizio Novecento e il contemporaneo Ponte della Costituzione, meglio conosciuto col nome di Ponte di Calatrava (dal nome dell'omonimo architetto che lo ha costruito).

Molti turisti decidono di partire da qui con un tour che prosegue poi per il centro e sud Italia, una sorta di Gran Tour moderno.

Un Gran Tour sempre più affollato, che ospita nei suoi pacchetti viaggio organizzati sia persone realmente interessate alla cultura e al patrimonio che la città ha da offrire e sia altre, vogliose solamente di postare sui social la loro presenza in uno dei luoghi simbolo del turismo di massa, troppo occupate a controllare i like sui propri smartphone che ad ammirare il paesaggio intriso di cultura e di storia attorno a loro.

Questa è Venezia ai giorni nostri: un grande polo attrattivo di masse che non fanno realmente dove si trovano, ma imitano dei modelli della società e li emulano nei comportamenti, nello stile di vita e nei modi di fare.

La domanda che ci si pone, dunque, è: troppi turisti mettono a rischio il patrimonio?

Si, senza dubbio.

Ma vengono reindirizzati verso musei con minore affluenza e con alternative artistiche altrettanto valide al visitatissimo Palazzo Ducale?

Raramente. E oltre a non venire date altre proposte, essi non posseggono neanche le basi per trovarle.

È così che nascono fraintendimenti, i quali sembrano essere il testo di una barzelletta. Al Museo Archeologico della città arrivano visitatori convinti che si possano vedere le reliquie di San Pietro (attualmente conservate a Roma, più precisamente nel micro-stato del Vaticano) quando per la verità si può osservare da vicino un reliquiario con inciso per la prima volta la “traditio legis”, cioè Cristo che dà il rotolo della legge a San Pietro.

I turisti non si informano, arrivano a flotte, disinformati o peggio ancora con un bagaglio di informazioni confuse, raccolte qua e là sui social o mentre ascoltavano distrattamente la televisione.

I musei, ormai, sono diventati dei set fotografici dove realizzare lo scatto perfetto e ottenere così lo status di travel blogger dai propri followers. Non si fa più attenzione al reperto o all’oggetto d’arte esposto. Si va in massa, ci si fa foto a vicenda e poi si sprofonda nei divanetti assorti dagli schermi luminosi dei nostri smartphone.

Forse, solamente i musei “star” della città riescono ad ottenere ancora una minima attenzione da questo nuovo tipo di visitatore. Non tutti, però, godono della stessa fortuna. Anzi, alcuni vengono addirittura snobbati dalla popolazione locale, che gode di vantaggi economici per la visita e vengono preferiti solamente da certe categorie di visitatori.



Fonte: Ansa.it

È il caso di Ca' Rezzonico, situato a metà strada tra Piazzale Roma e Punta della Dogana, in una posizione strategica se il turista vuole scappare per un breve momento dal caos dell'Area Marciana e delle vie che la collegano. Per la maggior parte dell'anno è vuoto, raggiungendo in alcuni periodi solamente 50 visitatori al giorno. È il museo prediletto da parte di molti visitatori francesi, probabilmente perché ricorda le residenze francesi del XVII secolo.

La lista dei musei riposti nel dimenticatoio è, in ogni caso, ben più lunga e riguarda sia altri Musei Civici (ovvero i musei gestiti dal Comune di Venezia), sia fondazioni private e piccole gallerie.

In totale in città ci sono 42 musei e di questi si ricorda il nome di forse solamente una decina. A nessuno si può vietare di visitare le Gallerie dell'Accademia, ma al posto di consigliare un altro dei musei più conosciuti, si può indirizzare il visitatore verso una struttura museale meno nota anche basandosi sui reali interessi storico artistici del turista in questione.

Molti visitano l'interno della Basilica di San Marco perché “non si può tornare a casa senza averla visitata”, ma non sono a conoscenza dell'esistenza di chiese di quartiere molto più piccole, di altrettanto interesse e frequentate solo dai fedeli della parrocchia. Si visitano certi

luoghi perché si sente una sorta di obbligo imposto, creando così code, problemi di gestione e ingorghi in aree concentrate.

Si torna così sempre al discorso base per riqualificare il turismo nelle zone: programmare degli itinerari precisi, promuovere i centri di minore interesse e indirizzare i flussi di visitatori verso di essi. Non si tratta di non lasciare più scelta, ma di darne di più. Infatti la maggioranza delle persone che arrivano in città non hanno a conoscenza la reale offerta culturale che si può trovare su tutto il territorio (contando anche le isole maggiori e quelle minori) e rischiano di perdersi qualche piccola perla conservata in un museo poco conosciuto.

Bisogna quindi puntare su un prodotto culturale che comprenda tutta la città di Venezia e non su pochi punti, promossi senza più nessuno scrupolo e lasciati alla mercé di tutti. Realizzare un prodotto di qualità rivolto a diversi cluster di visitatori, ognuno dei quali può giovare dalla visita di un centro culturale prima lasciato ai margini delle visite.

### **3.3 LE ZONE PIU' VISITATE E LE PROBLEMATICHE CHE SUBISCONO I MONUMENTI PER IL TROPPO AFFOLLAMENTO**

Abbiamo visto come ci siano aree più visitate rispetto ad altre e come i turisti siano indotti a recarsi in certi luoghi rispetto ad altri. La situazione di Venezia, osservando meglio quello che realmente appare davanti agli occhi di chi è presente, appare allora in un quadro disastroso: onde di turisti che affollano aree ricche di prestigio e di storia, zone di riferimento come Piazza San Marco o l'area ai piedi del Ponte di Rialto dalla parte del Sestiere di Canareggio.

Ma tutto questo, probabilmente, è un sovraffollamento che "ci siamo andati a cercare".

Questo lo si può tranquillamente verificare recandosi all'interno di uno degli uffici turistici situati nelle zone chiave della città. Chi ci lavora è portato, per ragioni di tempo o di semplicità, a indirizzare i turisti alle aree che abbiamo appena citato e ad arrivarci attraverso la via più semplice, Strada Nova, che è anche la più ricca di negozi. L'ufficio in questione non ricava niente nell'indirizzare determinate persone in determinati luoghi. Quasi certamente, però, pensando di facilitarli nell'orientarsi per le labirintiche calli creano dei veri e propri ingorghi, soprattutto a ridosso dei ponti, punti in cui molti si fermano a scattare fotografie e creano disagi. È molto raro che si consigli un itinerario passante per i sestieri di



Dorsoduro e di San Polo per andare alla stazione. In effetti la strada da percorrere è più lunga, ma è senza dubbio percorsa da meno persone. Queste aree, poi, non vedono la stessa intensità di visitatori durante tutto l'arco dell'anno e sono quindi facilmente visitabili anche per una passeggiata esplorativa.

Visitare, allora, una qualunque città fuori stagione può premiare il viaggiatore coraggioso con nuove esperienze sia tangibili che intangibili.

Se si vuole poi non incorrere nel pericolo di passare più tempo in coda fuori dai maggiori musei a Venezia, novembre è il momento in cui le presenze turistiche crollano: forse per il maltempo presente in laguna in quel periodo o forse perché non ci sono festività che regalano ai lavoratori giorni di ferie per poter “andare a zonzo” tra una calle e l'altra. È anche uno dei primi mesi in cui il fenomeno dell'acqua alta si presenta con grande prepotenza, costringendo i turisti a rintanarsi nelle proprie camere d'albergo; anche se i più coraggiosi vedono in questo fenomeno naturale la possibilità di immortalare scatti rari e continuano a vivere la propria vacanza come se nulla fosse o addirittura sentendosi fortunati per aver preso parte a questo evento.

Apprendo una piccola (ma interessante) parentesi su questo evento atmosferico bisogna dire, però, che se per alcuni visitatori l'acqua alta crea più disagi che contentezza, è una rarità che deve essere sperimentata. Può capitare di vedere durante i periodi in cui questo avviene con maggiore frequenza, persone sguazzare al centro di Piazza San Marco come se fossero in una delle piscine dell'Aquafan di Riccione. Altri, invece, sperano di imbattersi nel fenomeno d'estate per rinfrescarsi i piedi comodamente seduti sui gradini davanti all'entrata del Museo Correr.

Tornando all'analisi del mese di novembre come periodo dell'anno con minore affluenza, chi sceglie di visitare la città ne resta sorpreso nonostante i numerosi problemi climatici ad esso connessi.

Proprio per evitarli si sceglie di viaggiare nei mesi estivi creando così una maggior affluenza a partire da maggio fino a settembre: le giornate sono lunghe, calde e i negozi vengono visti come grandi frigoriferi dove ripararsi dal sole d'agosto. In questo caso si parla di alta marea umana. Gruppi al seguito di guide con ombrellini appariscenti, ragazzi giovani accampati per le calli e famiglie che cercano di vedere il più possibile in 48 ore invadono i campi, le vie e i mezzi di trasporto.

Avendo analizzato, dunque, il problema dell'overtourism da un punto di vista culturale, si è capito che la massiccia presenza di turisti sul territorio cittadino può portare problemi sia dal punto di vista logistico, ma anche dal punto di vista della tutela del suddetto bene.

Chi si occupa della promozione e dell'organizzazione del territorio è, da un altro punto di vista, altrettanto colpevole della situazione di degrado in cui versa Venezia. C'è bisogno di un'azione mirata a promuovere di più il turismo fuori stagione. Dare vita a una soluzione meno scontata e più autentica. Vivere Venezia quasi come la vive un suo abitante in un giorno libero, con calma e senza arrabbiarsi per le file chilometriche all'entrata delle maggiori attrazioni della città (o per salire sui mezzi del trasporto pubblico).

C'è poi da tener conto, sempre parlando di "danni" al patrimonio culturale, dei fraintendimenti riguardo alle regole di buon costume e di decenza, che vengono richieste in specifici luoghi. Parecchi turisti non sono a conoscenza delle regole imposte ad esempio all'interno delle chiese. Un fatto che capita spesso è quello di vedere turiste vestite in modo succinto (soprattutto durante i mesi estivi) cercare di entrare in alcune chiese ottenendo un netto rifiuto da parte dell'usciera. Altre volte si assiste al netto disinteresse per le regole imposte per la salvaguardia del patrimonio artistico, in particolar modo quello architettonico. Frequenti sono stati i casi di persone sorprese nell'intento di scalare monumenti, avendoli scambiati per una parete per il free climbing piuttosto che per la facciata di un palazzo.

Questo andare contro le regole si tratta anche di una grossa maleducazione da parte della persona verso il luogo che sta visitando, senza contare che il gran numero di presenza non aiuta a monitorare la situazione, ma anzi crea più possibilità di comportamenti emulativi, vista anche la moda di filmare queste azioni e di diffonderle sul web. In tutto questo, manca l'accompagnamento del turista nella sua scoperta del territorio e la sua integrazione in una realtà fragile.

Tutto quello di cui si è appena scritto può essere spiegato attraverso un semplice esempio, che per certi versi tenta di giustificare la nascita di alcuni di questi comportamenti e di come esse prendano piede in diverse città del mondo. Prendiamo come campione un turista inglese che vede ogni giorno persone nell'intento di arrampicarsi sui leoni di Trafalgar Square. È una cosa che non andrebbe fatta, ma nonostante queste centinaia di persone lo fanno ogni giorno senza preoccuparsi di eventuali danni. Come può allora capire il turista inglese che questa cosa non va fatta sul cugino veneziano del leone londinese?

Il Comune ha così iniziato a imporre sanzioni ai trasgressori, ma non è solo imponendo multe, divieti e cartelli minacciosi che si risolvono le cose. Rieducare al bello, al guardare, a capire ma non toccare, questo andrebbe fatto! Dare alla gente in visita da lontano delle alternative altrettanto divertenti e ricche di fascino a quelle proibite. Al posto di dare da mangiare ai piccioni in Piazza San Marco creare un contest fotografico sul migliore scatto del pennuto in qualche modo simbolo della città in una posa divertente. Coinvolgere il turista, non estraniarlo.

Lo stesso vale anche per i musei, simbolo della cultura veneziana. Le varie strutture culturali hanno diverse tipologie di gestione e in base a queste ognuna ha differenti modi di gestione e iniziative. Nessuna tra loro, purtroppo, crea iniziative per dare una diversa fruizione del proprio patrimonio: visite statiche, impersonali accompagnate da rimproveri per il troppo avvicinamento a un'opera esposta e da diversi inviti al silenzio.

### **3.4 SCOPRIRE LA BELLEZZA CULTURALE FUORI DALL'AREA MARCIANA**

È così nata l'idea di creare un itinerario diverso dai soliti, lontano dalla folla ma comunque vicino all'area di maggior interesse della città, ovvero Piazza San Marco e il complesso marciano.

Basta camminare una decina di minuti in direzione est, proprio poco oltre al ponte di collegamento tra Palazzo Ducale e Riva degli Schiavoni e si assiste a una scena che fa pensare alla presenza di una barriera magica: i gruppi di turisti si fermano al primo ponte che separa il sestiere di San Marco con quello di Castello e quasi come ipnotizzati tornano indietro convinti che oltre non ci sia più nulla di interessante o di valido da visitare.

In questo sta l'errore del turista mal informato: Castello è il sestiere più lontano dai flussi massicci di visitatori, quello che molti definiscono, ad oggi, il più autentico. Le persone si recano in questa zona solamente per 6 mesi all'anno, ovvero, quando vengono aperti i cancelli della Biennale che ha luogo in due sedi, Arsenale e Giardini (più gli eventi collaterali in vari edifici sparsi per la città). Per il resto del tempo è un "piccolo angolo di paradiso" per i residenti che ancora riescono a trovare qualcosa della Venezia pre boom turistico.

Ma identificare Castello solamente come sestiere casa della Biennale è sbagliato: molte sono le attrazioni che ha da offrire e si può sperimentare un diverso itinerario che riporti i

turisti arrivati in area marciana alla stazione con un giro senza dubbio più lungo, ma molto più affascinante e meno battuto.

Uscendo a lato di Palazzo Ducale, si può proseguire con una gradevole camminata lungo Riva degli Schiavoni e Riva Sette Martiri. È il luogo ideale per una passeggiata tranquilla e si possono ammirare l'Isola di San Giorgio e una parte dell'Isola della Giudecca, ambedue zone della città poco frequentate dai visitatori e soprattutto dagli escursionisti. Se ci si addentra per le calli interne del sestiere ci si scontra nelle maestose porte dell'Arsenale, oggi territorio della Marina Militare e non visitabile. Molti, infatti, scambiano l'Arsenale militare per la sede della Biennale, quando questa è invece ospitata all'interno delle Corderie, poco più avanti. Le Corderie assieme ai Giardini possono, come detto prima, essere visitate solo per 6 mesi l'anno per gli eventi legati all'esposizione d'arte (o di architettura a seconda dell'anno). È altrettanto bello, in ogni modo, passeggiare per la zona, la quale è ricca di bar e ristorantini con prodotti tipici.

Questa zona dà anche molti spunti agli amanti della fotografia per scatti non convenzionali e potrebbe essere considerata anche per la creazione di un eventuale itinerario per un tour fotografico a caccia di angoli nascosti, ma ricchi di fascino. Venezia è conosciuta nel mondo anche per le sue Scuole, da non confondersi con gli attuali istituti di comprensione per ragazzi, ma sono luoghi colmi di storia e di arte. La più famosa è quella di San Rocco situata nel sestiere di Dorsoduro, tuttavia a Castello troviamo l'altrettanto affascinante Scuola di San Giorgio e quella di San Marco, ad oggi trasformata nell'Ospedale cittadino. Davanti quest'ultima troviamo il Monumento a Gattamelata, il quale ha una storia interessante che racconta di come questo condottiero volesse una statua in suo onore davanti San Marco dopo la sua morte. Siccome nella Piazza non è possibile mettere statue di alcun illustre personaggio, con un furbo stratagemma gliela costruirono davanti la scuola dedicata sempre all'omonimo evangelista.

Questa zona non ha una grande presenza di musei e collezioni permanenti, ma se ne trova uno nelle vicinanze dell'Arsenale. Si tratta del Museo Storico Navale, istituzione parte del gruppo dei Musei Civici, che ospita, oltre all'edificio principale (la cui area espositiva si sviluppa su cinque livelli per un totale di 42 sale espositive), il Padiglione delle Navi, situato nell'antica "officina remi" dell'Arsenale.



Fonte: veneziaevento.com

Nel complesso è un'ottima zona dove passare una piacevole giornata fuori dalle aree con una maggiore concentrazione di persone e scoprire un lato di Venezia, bel lontano dal caos, dai venditori ambulanti e dagli schiamazzi. Ascoltare le campane di mezzogiorno, mentre si beve un buon caffè seduti in un bar nelle vicinanze di un canale.

Camminare, perdersi e perdere la nozione del tempo. Le vacanze, una volta considerate tempo per riposarsi, sono diventate sempre di più un tour de forces dove si hanno tabelle di marcia per visite guidate e poco tempo da dedicare alla vera conoscenza del luogo e dei suoi abitanti. Scegliere di spendere un giorno nel sestiere di Castello diventa, quindi, non solo un escamotage per scappare dalla frenesia, ma anche un modo per riscoprire la piacevolezza delle ferie, create proprio per scappare dall'agitazione quotidiana.

Venezia può essere salvaguardata anche in questo modo dal fenomeno dell'overtourism.

# CAPITOLO QUARTO

## 4. IL SISTEMA MUSEALE A VENEZIA

Il sistema museale veneziano e, in generale quello italiano, ha subito un forte cambiamento dopo la riforma del titolo V della Costituzione avvenuto nel 2001. Questo, definisce in quale modo debba avvenire la ripartizione delle varie competenze sul territorio, analizza le tipologie di collaborazioni che sono state attivate tra i musei italiani e ne rivela una realtà piuttosto complessa e multiforme con dei contorni, a volte, non molto chiari.

Il primo strumento di gestione museale in Italia è stato creato nel corso degli anni Ottanta e si trattava della “rete museale”, la quale prevedeva una gestione di tipo consortile. Da questa idea è nata una riflessione sullo stato di abbandono di molti musei di piccole dimensioni, i quali avevano a loro disposizione scarse risorse, soprattutto di tipo economico<sup>32</sup>.

Quello a cui si voleva arrivare era una collaborazione tra musei, la quale avrebbe consentito una maggiore relazione tra le singole unità e i loro patrimoni culturali. Lo scopo era quello di valorizzare il singolo attraverso la rete e, tra le altre cose, ripartire i costi fissi raggiungendo un’economia di scala.

Oggi si è arrivati a un pensiero più eterogeneo: partendo da una verifica delle collaborazioni si è intuito che esistono vari tipi di collaborazioni museali e che la stessa rete, molte volte, viene affiancata ai concetti di “distretto culturale” e “sistema culturale integrato”<sup>33</sup>.

Questo problema concettuale, ovvero comprendere a che tipo di rete ci si riferisce, non si estende solo sul campo teorico, ma anche pratico, poiché in molte regioni non viene usato solo il concetto di rete. Si può, infatti, assistere alla creazione e proliferazione di parchi, sistemi, percorsi, ecomusei e distretti.

---

<sup>32</sup> Cfr, C. Di Salvo, Cos'è un sistema museale italiano, <<https://terpress.blogspot.com/>>

<sup>33</sup> Ivi

Bisogna anche sottolineare come la scelta di dare vita a una di queste realtà, molto spesso, implichi solo la scelta di attivare una strategia promozionale comune o un itinerario alternativo da proporre al pubblico che vada a sostituire quello tradizionale<sup>34</sup>.

In un ambito così delicato e all'apparenza disordinato nascono i “sistemi museali territoriali”, i quali riguardano la forma organizzativa culturale della Regione e nello specifico i musei sono le singole unità di servizio.

Questi sistemi possono essere catalogati come degli organismi inseriti in una data area geografica, o molto semplicemente in uno specifico territorio, avente le stesse caratteristiche e vanno a documentare le differenze culturali esistenti e cercano di organizzare una gestione dei servizi e delle risorse in maniera più efficiente<sup>35</sup>.

Attraverso tutto ciò, gli enti locali più piccoli possono mettere in campo delle politiche di cooperazione, qualificazione e allo stesso tempo promuovere la salvaguardia e la valorizzazione del proprio patrimonio culturale e ambientale presente nel territorio.

Se si analizza la struttura del sistema museale territoriale più da vicino, si vedrà che al suo interno è presente il “sistema museale urbano”, con lo scopo di coordinare le differenti realtà museali di una stessa città per offrire ai visitatori una proposta culturale comune dal punto di vista di attività scientifiche e didattiche e l'ideazione di percorsi di visita integrati<sup>36</sup>.

Si differenziano da questi i sistemi museali tematici, in cui viene preso in considerazione l'intero territorio regionale. Possono essere considerati come uno strumento funzionale attraverso il quale i singoli enti museali o espositivi organizzano, assieme al sostegno della propria Regione, una cooperazione che mira a valorizzare, studiare, divulgare e fare ricerca su temi di pertinenza degli stessi.

Un museo, dunque, possiede una fittissima rete di relazioni che può essere paragonata ad un universo. Non esistono, infatti, solamente gli intensi rapporti che ha con il pubblico (ovvero con i visitatori), ma con il tempo vengono a crearsi svariate collaborazioni e

---

<sup>34</sup> Ivi

<sup>35</sup> Ivi

<sup>36</sup> Ivi

condivisioni, di diverse forme e tipologie, con altri soggetti, come i generici portatori di interesse, che apportano valore e cercano di potenziarlo per quanto possibile.

Bisogna, poi, tenere a mente che gli istituti di cultura hanno strettissime collaborazioni con associazioni o più in generale con gli enti che si occupano di accoglienza turistica e promozione del territorio.

Sicuramente un sistema museale, che connette più realtà “sotto lo stesso tetto”, dà a chi lo visita e a chi ci lavora un diverso modo di concepire le cose: l’organizzazione stessa cambia e la conoscenza e la fruizione del nostro patrimonio culturale assumono una visione amplificata e arricchita da tutte le connessioni che costituiscono il sistema. In parole povere, il museo esce dai suoi confini fatti di mattoni e calce e si proietta su tutto il territorio circostante.

Riassumendo, il sito del Ministero dei Beni, delle Attività Culturali e del Turismo, delinea in questo modo questa nuova formula di organizzazione, messa in atto da quest’anno:

“Il Sistema museale nazionale, che fa capo alla Direzione generale Musei, si pone come obiettivo quello di creare una governance del patrimonio improntata alla sostenibilità, all’innovazione e alla partecipazione, che coinvolga insieme ai musei e i luoghi della cultura dello Stato anche le strutture di proprietà regionale, comunale, i musei diocesani, quelli privati, universitari o militari.

L’adesione costituisce un’opportunità di crescita e di miglioramento per tutti i musei e luoghi della cultura, indipendentemente dalla proprietà, dimensione, regione di appartenenza. Infatti, lontano da impostazioni gerarchiche, il Sistema museale nazionale è fondato sul fare rete, per rafforzare la collaborazione tra lo Stato centrale, le Regioni, i Comuni e gli altri Enti locali, le Università e tutto il sistema di formazione.

Un coordinamento multilivello e una cooperazione intersettoriale offrono vantaggi in termini quantitativi e qualitativi per i visitatori e favoriscono la competitività dell’Italia nel panorama turistico internazionale.



I musei connessi tra loro possono segnare un punto di svolta e di apertura verso nuovi pubblici, in particolare le fasce sociali tradizionalmente escluse dai consumi culturali. I musei in rete agevolano l'individuazione di soluzioni per avvicinare realmente le persone e garantire effettive esperienze di conoscenza.

Tra le finalità, ritroviamo quelle di:

- potenziare la fruizione del patrimonio culturale nel suo complesso, dai musei più piccoli e meno noti ai grandi attrattori;
- garantire un accesso di qualità per il pubblico e un miglioramento della protezione dei beni culturali, attraverso la definizione di livelli uniformi di qualità per tutti i luoghi della cultura della rete;
- favorire la promozione dello sviluppo della cultura;
- favorire la generazione di economie di scala, inclusa la prestazione condivisa di servizi e competenze professionali tra gli istituti che fanno parte del Sistema<sup>37</sup>.

Ogni sistema può avere declinazioni diverse: lo si può identificare con un biglietto unico, un progetto educativo sparso su diversi comuni del territorio o una stessa gestione del patrimonio.

La struttura si realizza in “orizzontale” e attorno ad essa vi si crea una grande partecipazione; una sorta di grande comunità che accoglie professionisti del mondo della cultura, i quali consentono al visitatore di conoscere tutte le opportunità esistenti per vivere la visita<sup>38</sup>.

## **4.1 TIPOLOGIE DI GESTIONI MUSEALI PRESENTI NELLA CITTÀ DI VENEZIA**

La città di Venezia presenta al suo interno una grande varietà di gestioni museali che dipingono un fitto e diverso panorama d'offerta.

Una prima grande divisione di gestioni potrebbe essere fatta tra il pubblico e il privato.

---

<sup>37</sup> <<http://musei.beniculturali.it/progetti/sistema-museale-nazionale>>

<sup>38</sup> Ivi

I Musei Civici di Venezia, ad esempio, sono un'importante realtà museale presente sul territorio cittadino e sono gestiti dall'omonima Fondazione, la quale è co-gestita anche dal Comune di Venezia.

Il sistema museale che riguarda questa direzione riunisce tutti i musei di proprietà del Comune più Palazzo Ducale, il quale è di pertinenza statale, ma con gestione comunale<sup>39</sup>.

Nello specifico, i musei facenti parte di questo gruppo (che vedremo più nel dettaglio nel prossimo paragrafo) sono: Palazzo Ducale, il Museo Correr, Ca' Rezzonico – Museo del Settecento Veneziano, Ca' Pesaro – Galleria Internazionale d'Arte Moderna, il Museo del Vetro con sede sull'isola di Murano, il Museo di Storia Naturale, il Museo di Palazzo Mocenigo, Palazzo Fortuny, il Museo del Merletto situato sull'isola di Burano, Casa di Carlo Goldoni e per ultimo la Torre dell'Orologio<sup>40</sup>.

Assieme alla gestione semi-pubblica comunale sono presenti in città musei con gestione totalmente statale. Questi, sono gestiti dalla Soprintendenza Speciale per il Patrimonio Storico, Artistico ed Etnoantropologico e per il Polo Museale della città di Venezia e dei comuni della Gronda lagunare.

In questo grande gruppo di musei rientrano: il Museo Archeologico Nazionale, il Museo d'Arte Orientale – Ca' Pesaro, la Galleria Giorgio Franchetti alla Ca' d'Oro, il Museo di Palazzo Grimani. Esistono altri musei sotto questa gestione, ma sparsi per tutto il territorio regionale. Fanno sempre parte del sistema museale statale del Veneto, il Museo Nazionale Concordiese, il Museo Archeologico di Quarto d'Altino e il Museo Nazionale di Villa Pisani<sup>41</sup>.

Di gestione sempre statale, ma non più parte del Polo museale del Veneto sono le Gallerie dell'Accademia, altro “pezzo da novanta” per quello che riguarda i numeri delle visite nei musei della città.

I restanti musei veneziani hanno altri tipi di gestioni, diverse da quella pubblica. Tra queste rientrano i privati, le fondazioni, diversi tipi di enti o istituzioni religiose.

---

<sup>39</sup> E. Stinco, I Musei Civici di Venezia, p. 1

<sup>40</sup> Cfr [Museivenezia.it](http://Museivenezia.it)

<sup>41</sup> Ivi

Citando qualche nome celebre di musei a gestione non pubblica, è impossibile non conoscere: la Collezione Peggy Guggenheim, il complesso della Basilica di San Marco con il museo, la Pala d’Oro e Tesoro e il campanile, il Museo Ebraico di Venezia, Palazzo Grassi, Punta della Dogana, il Museo Storico Navale della Marina Militare, il Museo Querini Stampalia, il Museo della Musica, il Museo Leonardo da Vinci, la Scala Contarini del Bovolo, la Fondazione Giorgio Cini, il Museo Wagner (presso Ca’ Vendramin Calergi, la sede del Casinò), La Biennale di Venezia, la Casa Museo Andrich Torcello, Fondazione Prada – Ca’ Corner della Regina, il Museo della Fisica Anton Maria Traversi, la Casa di Corto Maltese, il Museo del Manicomio di San Servolo, il Museo delle Icone Bizantine – Istituto Ellenico, il Museo Diocesano / Pinacoteca Manfrediana, Museo Archeologico Provinciale sull’isola di Torcello e Planetario di Venezia a Lido<sup>42</sup>.

È facilmente intuibile come la città di Venezia abbia una vastissima offerta museale, ramificata in più gestioni e con diverse tipologie di offerta che non si fermano ai soli “quadri e statue”. Si può, quindi, dedurre come una vacanza culturale standard degli ultimi anni, basata su tempistiche di soggiorni brevi e poco informati, non aiuti a far risaltare tutta la bellezza e il patrimonio che la città può offrire. Si finisce sul puntare e indirizzare le visite solo su alcuni musei che vengono presi d’assalto nei periodi di maggiore afflusso, lasciandone vuoti interi altri con collezioni più di nicchia e dunque non sufficientemente valorizzati e pubblicizzati.

Questa tesi partirà dall’analisi della Fondazione Musei Civici di Venezia, su cui verrà fatta un’approfondita analisi per poi, nel capitolo successivo, studiare e creare un biglietto *ad hoc* da applicare verosimilmente in un futuro prossimo nella realtà.

Verranno successivamente illustrati, in maniera più coincisa, gli altri sistemi museali pubblici e privati ai quali la “mia idea” di biglietto potrebbe essere allargata in periodi di criticità come quello attuale.

---

<sup>45</sup> Ivi

## 4.2 IL SISTEMA DELLA FONDAZIONE MUSEI CIVICI DI VENEZIA

La Fondazione Musei Civici di Venezia o abbreviata MUVE raggruppa al suo interno undici musei, che verranno analizzati nel dettaglio nel paragrafo successivo.

Se si analizzano i vari patrimoni contenuti all'interno di ciascun museo, si potranno contare circa 700.000 mila opere d'arte, cinque biblioteche specialistiche, un importante archivio fotografico e un deposito all'avanguardia appena al di fuori della città, più precisamente al Vega Stock a Marghera<sup>43</sup>.

Questo sistema museale è gestito dalla Fondazione a partire dal suo anno di costituzione, il 2008. Recentemente alla Fondazione si sono unite, attraverso una partnership, due importanti realtà del territorio della terraferma: il Centro Culturale Candiani e Forte Marghera, entrambi a Mestre<sup>44</sup>.

È importante specificare che la Fondazione è privata e che il patrimonio che gestisce, invece, è pubblico. A gestirla c'è un consiglio di amministrazione e le attività che la riguardano sono tutte autofinanziate. Il Comune di Venezia è coinvolto essendo l'unico socio fondatore.

Molto semplicemente, la Fondazione è una rete di musei autonomi che hanno alle spalle un unico centro direttivo.

Al suo interno vengono svolte le tradizionali attività museali (studio, conservazione e valorizzazione) affiancate da altre che comprendono anche dei servizi. Si tratta di attività di ricerca, formazione, didattica e creazione/promozione di eventi dalla durata limitata. Tutto questo viene svolto in un'ottica di dialogo con il territorio circostante<sup>45</sup>.

Tra gli scopi di MUVE ci sono quelli di favorire l'aggregarsi di nuovi soci, i quali devono condividere gli stessi scopi. Essenziali sono le relazioni con gli altri enti culturali, quali: sistemi museali (nazionali ed internazionali) e altre istituzioni con diverse nature da quella culturale. Esistono, inoltre, delle collaborazioni e delle partnership che vengono ideate con enti privati per la realizzazione di progetti specifici.

---

<sup>43</sup> Cfr <visitmuve.it>

<sup>44</sup> Ivi

<sup>45</sup> Ivi

Tra gli obiettivi che la Fondazione si è prefissata, ci sono quelli di aumentare la visibilità internazionale e di conseguenza la reputazione ad essa collegata e lo sviluppo di solidi collegamenti con le comunità locali. Tutto questo sempre garantendo ai propri visitatori la massima accessibilità. Assieme a questi, tra gli scopi della Fondazione c'è quello di delineare delle strategie per valorizzare il patrimonio dei propri musei attraverso degli specifici piani di sviluppo.

Analizzando il lasso di tempo che parte dall'anno 2013 e arriva fino al 2017, si può notare come i Musei Civici si siano rivelati una realtà vincente all'interno della città.

Durante questo periodo è stato constatato che i numeri sono stati in aumento, nonostante ci sia stato un calo iniziale tra il 2013 e il 2014 di quasi 100 mila persone. Nel calcolare il numero delle visite sono stati presi in considerazione anche gli ingressi alle mostre temporanee organizzate in alcuni di questi musei<sup>46</sup>.

Il 50% dei turisti che arrivano a Venezia e decide di visitare delle istituzioni culturali, visita dei musei che fanno parte del gruppo Fondazione Musei Civici. Sono poi seguiti dal Circuito Chorus per la visita nelle chiese e i Musei Statali come le Gallerie dell'Accademia e la Galleria Franchetti Ca' d'Oro.

Concentrandoci nello specifico solamente quattro musei facenti parte di questa Fondazione superano i 100 mila visitatori l'anno e sono: Palazzo Ducale, Museo Correr, Museo del Vetro e Ca' Rezzonico<sup>47</sup>.

Certamente, ha aiutato nel favorire l'affermarsi di questo sistema una serie di interventi mirati che hanno riguardato differenti settori. È stata modificata nel corso degli anni la struttura stessa di questa organizzazione, l'aggregazione delle sedi museali, la modalità di gestione e le stesse tariffe con le quali si è voluto puntare a migliorare un'offerta di turismo, permanente e non, e a razionalizzare il flusso dei visitatori. Tutta questa politica di cambiamento, era già iniziata a partire negli anni Novanta del secolo scorso<sup>48</sup>.

---

<sup>46</sup> Annuario del Turismo 2017, p. 90

<sup>47</sup> Ivi

<sup>48</sup> Cfr E. Stinco, I Musei Civici di Venezia, p. 5

Dopo essere stata costituita la Fondazione ha dovuto scontrarsi contro una realtà museale molto eterogenea, in cui Palazzo Ducale e altre realtà del territorio di proprietà statale ed ecclesiastica rubavano la scena a quelle di tipo civico.

Dopo il Palazzo dei Dogi, le sedi museali più visitate erano: le Gallerie dell'Accademia (di proprietà statale), la Fondazione Guggenheim e la Scuola di San Rocco.

## 4.2.1 IL GRUPPO MUVE

La Fondazione conta al suo interno undici musei, di varia natura e tipologia e con diverse necessità.



Foto: nonsolocinema.com

Sicuramente, il simbolo e la “gallina dalle uova d’oro” di questo gruppo è Palazzo Ducale. Il Palazzo si può certamente considerare come uno dei capolavori dell’arte gotica presenti in città. Lo si può identificare come una grandiosa stratificazione di elementi costruttivi e ornamentali.

Le basi e alcune parti dell’edificio risalgono ai primi periodi del Medioevo, più precisamente intorno al X e XI secolo. Il resto della costruzione è costituito da tre grandi corpi che hanno unito le sezioni precedentemente esistenti, dando vita a un unicum. L’ala del Palazzo che guarda il Bacino di San Marco è la più antica ed è stata oggetto di una ricostruzione a partire dal 1340. L’ala verso la Piazza, la quale in precedenza era la sede del Palazzo di Giustizia, ha al suo interno la celebre Sala dello Scrutinio; infine, sul lato opposto, l’ala rinascimentale ospitava la residenza del doge e molti uffici del governo<sup>49</sup>.

---

<sup>49</sup> Cfr <visitmuve.it>

L'ingresso per il pubblico di Palazzo Ducale è situato presso la Porta del Frumento (che ha questo curioso nome per via della vicinanza all'Ufficio delle Biade"), che si apre sotto il porticato della facciata trecentesca adiacente al Bacino San Marco<sup>50</sup>.

Dopo la fine della Repubblica di Venezia (1797) il Palazzo ha cambiato la sua funzione d'essere. Le varie vicissitudini vissute dalla struttura nel corso dell'Ottocento fanno sì che si ricorra, verso la fine del XIX secolo, a importanti lavori di restauro. Parti del porticato esterno vengono in questo periodo sostituite e posizionate in quello che oggi è il Museo dell'Opera. All'interno del Palazzo, più precisamente al primo piano, troviamo alcuni uffici per la tutela dei beni culturali, tra cui la Soprintendenza per i Beni Ambientali e Architettonici di Venezia e Laguna.

Dal 1923 la gestione del Palazzo passa dalle mani dello Stato a quelle del comune e dal 1996 diventa a tutti gli effetti parte del sistema Musei Civici di Venezia<sup>51</sup>.

Tra gli altri musei della Fondazione più visitati ci sono: il Museo Correr, il Museo del Vetro e Ca' Rezzonico.

Il Museo Correr è attualmente collegato a Palazzo Ducale: vi si può accedere grazie al biglietto cumulativo per tutti i musei di Piazza San Marco.

Il museo inizia la sua attività nel 1922 e viene scelta come sede espositiva l'Ala Napoleonica e una parte delle Procuratie Nuove.

Il nome del museo deriva da quello del nobile veneziano Teodoro Correr (1750-1830), celebre collezionista della sua epoca. In punto di morte, nel 1830, decide di lasciare parte del suo patrimonio, della sua collezione d'arte e dei palazzi, alla città e tutto questo diventerà una parte fondamentale del patrimonio dei Musei Civici.

La sua idea era quella di lasciare alla città un luogo che potesse non solo essere d'aiuto a studiosi e ricercatori, ma potesse anche conservare e proteggere l'immenso patrimonio culturale e artistico che era in suo possesso<sup>52</sup>.

---

<sup>50</sup> |vi

<sup>51</sup> |vi

<sup>52</sup> |vi

Dopo vari trasferimenti e arricchimenti avvenuti nel corso dell'Ottocento per mano di diversi direttori, il museo viene collocato nuovamente nell'Ala Napoleonica a partire dal 1922. In questi anni vengono creati anche il Museo di Storia Naturale (che prende sede nel Fondaco dei Turchi) e si acquisisce il Museo del Vetro con sede a Murano nel Palazzo Giustiniani<sup>53</sup>.

Con il passare degli anni, al gruppo dei Musei Civici si aggiungono anche Ca' Centanni, conosciuta per essere la casa natale del commediografo Carlo Goldoni, donata nel 1931 e l'anno seguente Ca' Rezzonico viene acquistata dal Comune di Venezia, destinandolo a diventare la dimora della storia settecentesca della città. La parte relativa al Settecento della collezione Correr viene qui collocata<sup>54</sup>.

Nel corso degli anni Cinquanta la collezione di Casa Goldoni viene arricchita da nuovi pezzi provenienti dal Centro Studi teatrali e nel 1956 un nuovo museo entra nel gruppo. Si tratta della casa-atelier di Mariano Fortuny, che assieme alle sue collezioni, vengono donate al Comune da Henriette Fortuny. Il Museo Fortuny, però, apre solamente nel 1975 e sei anni dopo si arriva all'apertura del Museo del Merletto sull'isola di Burano, più precisamente nell'antica Scuola di Andriana Marcello.

Tra gli ultimi musei del gruppo a prendere forma c'è Palazzo Mocenigo, aperto nel 1985, il quale ospita al suo interno il Centro Studi di Storia del Tessuto e del Costume e anche le collezioni tessili del Correr<sup>55</sup>.

Esiste un ultimo museo parte di questo sistema ed è la Torre dell'Orologio, situata di fianco al complesso delle Procuratie Vecchie in Piazza San Marco. La Torre si può identificare come un grande orologio astronomico che scandiva la vita della Repubblica, tra funzioni religiose e pubbliche. In funzione da più di Cinquecento anni, lo si può associare come oggetto simbolo dello scorrere del tempo della città.

Durante gli anni Novanta il sistema museale civico di Venezia viene completato e rinnovato con una nuova struttura organizzativa confluita sotto un'unica direzione.

---

<sup>53</sup> Ivi

<sup>54</sup> Ivi

<sup>55</sup> Ivi



## 4.2.2 I SERVIZI EXTRA OFFERTI

La Fondazione Musei Civici di Venezia risulta tra i più importanti sistemi di gestione museale della città, MA ha sicuramente un ruolo leader anche per quello che riguarda i servizi extra offerti, come i servizi educativi e di ricerca.

Fondamentali sono i servizi scientifici proposti, i quali permettono uno scambio costante tra la comunità scientifica internazionale e quella locale. Molto importanti sono le Biblioteche specialistiche all'interno di alcuni dei musei, che conservano al loro interno preziose documentazioni storiche, manoscritti, periodici, monografie e altri materiali di diverso genere connessi a Venezia. Ogni biblioteca ha un settore specifico: quella del Museo Correr è specializzata sulla storia e sull'arte della città lagunare, quella di Palazzo Mocenigo sulla moda e sui costumi dal XVII secolo al contemporaneo, quella di Casa di Carlo Goldoni sulle arti performative dal XVII al XX secolo e, infine, non vanno dimenticate le collezioni di tipo naturalistico della Biblioteca del Museo di Storia Naturale e di tipo artistico moderno e contemporaneo di Ca' Pesaro.

Naturalmente si tratta di servizi offerti a studiosi, ricercatori e studenti. Non è possibile per un visitatore o un turista accedere senza una valida motivazione di ricerca, ma sicuramente sapere che il museo che si visita ha al suo interno un'illustre collezione libraria, può accrescere il fascino di richiamo che questo ha sulle masse di visitatori.

Esistono anche dei servizi educativi rivolti ai più piccoli, solitamente residenti nella città di Venezia o nei territori limitrofi. Si tratta di *summer camp* con tema i "Musei in gioco", destinati ai ragazzi dai 7 agli 11 anni. Grazie a queste attività all'interno di alcuni musei (Ca' Rezzonico e Forte Marghera a Mestre) è possibile far conoscere ai ragazzi i tesori artistici che caratterizzano il patrimonio artistico e culturale della città, anche attraverso il gioco ed esperienze all'aperto.

Non esistono solo attività estive rivolte ai più giovani: la Fondazione ha messo appunto oltre sessanta proposte di tipo didattico interdisciplinare, divise e calibrate per fasce d'età ed esigenze di approfondimento.

### 4.2.3 IL SUO RUOLO NEL MERCATO DELLA CITTÀ

La Fondazione, come è stato precedentemente detto, è probabilmente il sistema museale più importante presente a Venezia assieme alla presenza statale.

La Fondazione è presieduta dalla Dottoressa Mariacristina Gribaudo e diretta dalla Dottoressa Gabriella Belli. MUVE ha un ruolo chiave sia per la gestione e promozione museale, SIA per la ricerca nelle sue biblioteche specialistiche CHE nel suo archivio fotografico.

Se gli ultimi dati forniti dal Comune sui numeri della cultura a Venezia risalgono al 2017, è abbastanza semplice trovare sul web testate specializzate di economia che ne riportano di più recenti.

È il caso de “Ilsole24ore” che a fine 2019 ne riportava i dati dell’anno precedente, constatando come ci fossero stati durante quel periodo delle problematiche riguardevoli come l’acqua alta eccezionale, che ha dovuto far prendere importanti provvedimenti anche sotto il profilo economico.

Se fino al 2017 c’era stato un rialzo nei numeri dei visitatori, nel 2018 l’affluenza complessiva è calata portando il numero di visite totali a 2.272.014. Il calo maggiore lo si è registrato durante i mesi estivi, mentre a partire da dicembre le stime sono state in rialzo<sup>56</sup>.

Il visitatore preferisce ancora acquistare il proprio biglietto direttamente sul posto: la biglietteria di Palazzo Ducale, ad esempio, ha avuto il 57,4% degli incassi totali, anche se rispetto agli anni precedenti ha subito un calo di quasi l’8%. Questo è dovuto al progressivo sviluppo di altri canali di vendita come l’online. Sul web le vendite hanno superato i 1,9 milioni di incassi e il call center si avvicina a questo con 1,57 milioni. Anche Venezia Unica, il canale di vendite gestito da Vela ha ottenuto dei buoni risultati. Rispetto al 2017 ha avuto una crescita delle vendite del 38,4%<sup>57</sup>. Questo lo si deve sia a un numero maggiore di visitatori che pre-acquistano il biglietto online, ma anche al punto vendita di Venezia Unica presente a uno degli ingressi della Piazza, più precisamente sotto l’Ala Napoleonica.

---

<sup>56</sup> Cfr. M. A. Marchesoni, Fondazione Muve può contare su un autofinanziamento del 97%, <ilsole24ore.com>

<sup>57</sup> Ivi

Parlando solo di cifre, nel 2018 la Fondazione ha chiuso con un utile netto in leggero calo, ovvero a 1,482 milioni di euro. Rispetto al 2017 c'è stato un -21% di incassi.

Le spese sostenute dalla Fondazione, sempre in quest'arco di tempo, sono state in leggero aumento e si aggirano intorno ai 29 milioni di euro, spesi per i servizi museali, la gestione ordinaria e il personale<sup>58</sup>.

I dati dell'affluenza dei visitatori negli anni e le rispettive vendite dei biglietti verranno analizzati meglio e nel dettaglio nel Capitolo Quinto.

#### **4.2.4 L'USO DELLE PIATTAFORME SOCIAL**

Con l'uso sempre più massiccio delle nuove tecnologie e delle piattaforme social, anche la Fondazione Musei Civici di Venezia ha creato la propria pagina web assieme a quelle "personali" di ognuno dei musei.

Le piattaforme scelte dalla Fondazione per comunicare con i propri seguaci o followers sono le più utilizzate dalla rete, ovvero: Instagram, Facebook e Twitter.

Sicuramente il social migliore per avvicinarsi ad un pubblico giovane è Instagram. La Fondazione vanta nel suo profilo più di 15 mila follower e ha una pubblicazione di post quasi giornaliera, anche se non ben organizzata in giorni definiti.

Esistono, poi, dei profili "personali" per alcuni degli 11 musei del gruppo. Tra questi, si possono trovare quelli di: Palazzo Ducale, il Museo del Vetro, Palazzo Fortuny e Ca' Pesaro. sarebbe sicuramente più auspicabile dotare tutti i musei di un profilo "personale" e di usare quello della Fondazione solamente per ri-postare eventi particolari e per informazioni di carattere generale. Se si applicasse questa tecnica si riuscirebbe a dare PIU' spazio sul panorama del sistema museale civico a tutti quanti i musei e non si farebbe risaltare solamente qualche "mosca bianca".

Non vale lo stesso discorso per Facebook. Probabilmente è il social più utilizzato in questo momento da un target di utenti adulti e, quindi, più interessato ad eventi di tipo culturale.

---

<sup>58</sup> Ivi

Come per Instagram esiste una pagina della Fondazione che conta più di 51 mila follower e a differenza di questo ogni museo ha la propria pagina personale dove viene promossa la propria attività.

Anche su Facebook vengono pubblicati post con cadenza quasi giornaliera e sul profilo comune vengono riportate per lo più le notizie comuni di tutti i musei o quelle che riguardano la Fondazione in generale.

Sarebbe interessante creare un collegamento tra le due piattaforme social, con dei post comuni e altri differenziati per ciascuna di esse. Creare una sorta di ponte tra una piattaforma (Facebook) quasi unicamente, ormai, utilizzata da un target adulto e Instagram con un pubblico molto più giovane, quasi da svezzare in fatto di arte e offerta culturale.

Certo è che se Instagram può apportare nelle sale dei musei un pubblico sicuramente più giovane, Facebook è altrettanto importante per la pubblicizzazione di eventi correlati al museo e facilita il passaparola telematico tra le persone.

A seguito della grave crisi che si è venuta a creare a seguito dell'emergenza Covid, nell'estate del 2020 sono stati invitati anche importanti influencers come Aurora Ramazzotti a visitare i musei (in questo caso si trattava di Palazzo Ducale) per rilanciare la destinazione di Venezia e altre in giro per il Veneto attraverso i social con un buon riscontro, anche se spesso il lavoro di influencer viene sottovalutato ed etichettato dal grande pubblico come una cosa da nulla.

Uscendo dal caso di Venezia (che ha per l'appunto utilizzato questa nuova tattica di comunicazione e promozione) e citando solamente l'episodio "Ferragni e Uffizi" si potrà notare come la visita della nota imprenditrice digitale alle Gallerie abbia fatto aumentare le visite nella settimana successiva del 27%, con una maggiore percentuale di giovani.

Se, dunque, il mondo della cultura è sempre stato un po' restio a queste forme di pubblicità, quasi demonizzandole, arrivano in questi mesi post crisi da Covid-19 dimostrazioni di come ci sia la volontà di rialzarsi e di creare un dialogo con le nuove generazioni. Si parla di una generazione che difficilmente si stacca dal proprio smartphone e dai social e punta tutto sull'apparire, ma grazie ai questi e alle nuove tecnologie è possibile per loro riuscire ad

instaurare rapporti e vivere esperienze altrimenti impossibili con lo stile di vita a cui si è arrivati.

Sarebbe interessante se tutti i musei (e non solo i più rinomati al mondo come il Louvre o Metropolitan Museum di New York) lanciassero più spesso iniziative di tipo social per coinvolgere sempre più persone in challenge divertenti, ma soprattutto istruttive.

Un caso che ha fatto il giro del mondo durante il periodo di *lockdown* è stato quello del Getty Museum di Los Angeles, il quale aveva proposto ai propri follower o a chiunque nel mondo di ricreare con ciò che aveva a casa il quadro che più gli piacesse.

Tornando al discorso principale, ovvero quello del rapporto della Fondazione con i propri social, è da notare come su tutte le piattaforme ci sia una presenza costante e la voglia di crescere sia in termini numerici, ma anche in termini di offerta al visitatore. Resta solo da migliorare il dialogo tra tutte e non creare dei singoli universi non collegati che non dialogano tra loro e non danno un senso di omogeneità.

Come per tutte le cose si può solo che migliorare, ma direi che sul panorama social della città, Venezia non si trova in difetto, anche se viene superata (sempre in termini numerici) dalle Gallerie dell'Accademia e dalla Peggy Guggenheim Collection, la quale rientra nel grande gruppo Guggenheim con sede principale a New York e famoso a livello globale.

## **4.3 GLI ALTRI SISTEMI**

### **4.3.1 IL POLO MUSEALE DEL VENETO**

Assieme ai Musei Civici esiste un'altra direzione che si occupa di amministrare i musei di proprietà statale presenti in isola e nel resto della Regione.

Si tratta del Polo Museale del Veneto, ora diventata una Direzione, ma con gli stessi principi.

Partendo dall'inizio, il Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo (MIBACT), a seguito del D.P.C.M. 29 agosto 2014, n.171 del 11 dicembre 2014, ha creato una nuova tipologia di struttura organizzativa, la quale ha dato il via alla nascita dei Poli Museali Regionali, ovvero le articolazioni periferiche della Direzione Generale dei Musei.

Tra i compiti spettanti ai Poli Museali ci sono quelli di: assicurare sul loro territorio di competenza l'espletamento del servizio pubblico di fruizione e valorizzare gli istituti e i luoghi di cultura statali. Inoltre, devono definire le strategie e gli obiettivi in programma in riferimento alla valorizzazione. In ultimo, hanno il compito di promuovere l'integrazione di percorsi culturali di fruizione e gli itinerari turistico-culturali.

Per garantire questi scopi, e più in generale quello dello sviluppo della cultura, si è mirato a costruire un sistema museale regionale che raggruppi tutti i luoghi culturali e gli istituti di questo genere statali, le amministrazioni pubbliche presenti sul territorio di competenza dello stesso e gli altri soggetti pubblici o privati con il quale il Polo Museale deve mirare a garantire degli standard qualitativi elevati e la massima accessibilità.

Di primaria importanza per un Polo Museale è l'incremento delle collezioni museali attraverso nuove acquisizioni, con l'organizzazione di mostre temporanee e anche tramite la promozione di attività di catalogazione, studio, valorizzazione, restauro e comunicazione. È sicuramente importante quanto le attività prima elencate, incentivare la creazione di forme consortili e non imprenditoriali per la gestione degli uffici in comune con gli Enti territoriali. Questo lo si può fare grazie a delle convenzioni con associazioni culturali e/o di volontariato e aventi nel loro statuto per finalità, la promozione e la diffusione della conoscenza dei beni culturali.

A fine 2019 alcuni Poli museali sono stati definitivamente cambiati in Direzioni. Tra questi rientra il Polo Museale del Veneto, che gestiva quindici siti museali sparsi in tutta la Regione.

Questa nuova Direzione si chiama nello specifico "Direzione territoriale delle reti museali di Lombardia e Veneto" e raggruppa al suo interno ventinove musei, di cui undici in Lombardia e 18 tra Veneto e Trentino. La riforma la si è avuta sotto il ministero di Alberto Bonisoli<sup>59</sup>.

Questa riorganizzazione mette assieme regioni con un patrimonio culturale molto diverso tra loro. È anche da notare come l'autonomia che gli enti museali statali avevano acquistato con la precedente Riforma Franceschini venga notevolmente ridotta, se non del tutto cancellata in alcuni casi, riportando l'intero potere decisionale al Ministero.

---

<sup>59</sup> F. Girardo, Polo museale veneto cancellato, è rivolta < <https://corriere.delveneto.corriere.it/> >

Nonostante questo recentissimo cambio di sistema organizzativo, la sostanza non cambia. I musei parte dell'ex-Polo non cambiano e rientrano in ogni caso tra i siti più visitati nella città lagunare.

Infatti, stando alle statistiche dell'Annuario del Turismo del 2017, i musei statali, ovvero quelli sotto la Direzione Generale dei Musei del Veneto e le Gallerie dell'Accademia, sono il secondo sistema più visitato nella città. I dati di seguito riportati mettono assieme i numeri di tutti i musei statali senza fare distinzioni delle direzioni, poiché non ancora divisi.

## 12. Visitatori dei musei statali

	2013	2014	2015	2016	2017	Var. % 16-17
<b>Gallerie dell'Accademia<sup>1</sup></b>	325.026	272.052	286.821	311.645	316.995	1,7%
<b>Galleria Franchetti alla Ca' d'Oro</b>	70.255	69.510	71.084	68.632	65.653	-4,3%
<b>Palazzo Grimani</b>	22.112	24.533	22.305	17.561	18.717	6,6%
<b>Museo Archeologico<sup>2</sup></b>	265.034	271.542	298.380	344.904	343.588	-0,4%
<b>Museo d'Arte Orientale<sup>3</sup></b>	70.255	75.758	81.000	92.137	107.902	17,1%
<b>TOTALE Musei statali</b>	<b>752.682</b>	<b>713.395</b>	<b>759.590</b>	<b>834.879</b>	<b>852.855</b>	<b>2,2%</b>

<sup>1</sup> Comprensivi dei biglietti integrati con Palazzo Grimani, venduti fino al 30 giugno 2016.

<sup>2</sup> Fa parte di un percorso integrato con i Musei di Piazza San Marco.

<sup>3</sup> Fa parte di un percorso integrato con Ca' Pesaro.

NB Il numero dei visitatori del 2016 delle Gallerie dell'Accademia è stato aggiornato in base ai dati consolidati del MIBACT.

Fonte: Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo – Polo Museale del Veneto

Foto: Annuario del Turismo 2017

Come si può notare le Gallerie dell'Accademia mostrano il loro ruolo di leader nel numero di visitatori nei musei statali.

Considerando nell'analisi solamente i musei della Direzione Generale (all'epoca del report ancora non esistente sotto questo profilo) situati nella città di Venezia, si può vedere come il più visitato sia il Museo Archeologico seguito dalla Galleria Giorgio Franchetti alla Ca' d'Oro, Palazzo Grimani e il Museo d'arte orientale. Bisogna sempre specificare che gli alti numeri di visite del Museo Archeologico sono in parte dovuti anche al biglietto cumulativo dei Musei di Piazza San Marco.

### **4.3.1.2 I MUSEI SOTTO LA DIREZIONE**

Come per il sistema museale civico, anche quello statale presenta una grande eterogeneità di tipologie di musei e siti culturali. A differenza del primo caso presentato in questo capitolo, la Direzione si occupa anche di amministrare e gestire enti al di fuori della città di Venezia e, come prima detto, sparsi su tutto il territorio Regionale.

Qui di seguito una breve descrizione dei vari siti, utile per far capire la vasta e diversa offerta che la Direzione offre ai suoi visitatori.

La Galleria Giorgio Franchetti alla Ca' d'Oro ospita la collezione di opere d'arte raccolta da Giorgio Franchetti nella sua vita. A seguito della donazione allo Stato italiano avvenuta nel 1916 e in vista dell'allestimento del museo, furono collocate nella Galleria alcune raccolte statali proprietaria della maggior parte dei bronzi e delle sculture esposte, oltre a numerosi dipinti veneti e fiamminghi.

Tra le opere più ammirate e cercate dai visitatori rientrano: San Sebastiano di Andrea Mantegna, il Ritratto di Marcello Durazzo di Antoon van Dyck, il Doppio ritratto di Tullio Lombardo, la Venere allo specchio di Tiziano, le vedute di Francesco Guardi, la Venere dormiente di Paris Bordone e le ampie porzioni degli affreschi di Giorgione e Tiziano, provenienti dalle due facciate del Fondaco dei Tedeschi. Molto apprezzati dagli amanti dell'arte moderna sono i tre teleri Di Vittore Carpaccio e bottega con le Storie della Vergine provenienti dalla Scuola degli Albanesi.

Il museo è conosciuto anche per i laboratori offerti al pubblico a tema conservazione e restauro di opere d'arte.

Situato nell'isola del Lazzaretto Vecchio è, invece, il Museo Archeologico Nazionale della Laguna di Venezia. L'isola ha già di per sé una storia affascinante: dal 1846 al 1965 era in mano alle autorità militari, prima austriache e poi italiane. In questo periodo sono state demolite due ali del chiostro della chiesa, il campanile, il parlatorio e altri edifici.

Negli anni Sessanta il Lazzaretto Vecchio viene dato in concessione dal Comune a un'associazione cinofila con il compito di dare vita a un ricovero per cani randagi.

Durante gli anni Duemila e più specificatamente tra il 2004 e il 2008, l'isola è stata soggetto di alcuni importanti interventi di recupero da parte dei Ministeri dei Lavori Pubblici e dei Beni Culturali. Tutto questo lo si è avuto grazie alla previsione dell'allestimento del



Museo della Città e della Laguna di Venezia. Attraverso degli scavi iniziati per l'occasione, sono tornate alla luce delle fosse sepolcrali singole e comuni con oltre 1500 scheletri di persone malate di peste. Gli studiosi cercheranno di ricostruirne la vita e ottenere più informazioni sui veneziani del Cinquecento. Il progetto del museo non è all'epoca andato in porto per mancanza di fondi e si è rischiato un nuovo abbandono dell'isola e il suo degrado.

Fortunatamente, dal settembre del 2013, la Soprintendenza Archeologica del Veneto ha permesso l'attivazione di un protocollo d'intesa per il servizio di vigilanza, visita pubblica e piccole manutenzioni, grazie al contributo gratuito dell'Associazione Archeoclub di Venezia, la quale si era già mobilitata da anni sull'isola del Lazzaretto Nuovo. Grazie all'aiuto dei volontari e a un efficiente passaparola, l'isola viene aperta ogni mese e ospita migliaia di visitatori ogni anno.

Continuando la lista dei musei presenti in città, uno dei siti più visitati è senza alcun dubbio il Museo Archeologico Nazionale di Venezia, il quale raccoglie un'interessante collezione archeologica ed è situato presso le Procuratie Nuove, in Piazza San Marco. Nella sua collezione è ospitata una raccolta d'antichità, con esempi di sculture greche del V-IV secolo a.C., i Galati Grimani, vale a dire ritratti di epoca romana, rilievi, iscrizioni, ceramiche, avori, gemme e una raccolta numismatica.

Nel 2013, grazie alla sua presenza nel circuito museale dei musei di piazza San Marco, è stato il diciannovesimo sito statale italiano più visitato, con 265.034 visitatori. Nel 2015 ha fatto meglio con 298.380 visitatori, migliorando ulteriormente nel 2016 con 344.904 visitatori, risultando il diciottesimo sito statale per numero di visitatori.

A terminare la presenza nella città di Venezia della Direzione ci sono il Museo di Palazzo Grimani e il Museo di Arte Orientale.

Quest'ultimo rientra tra le più importanti raccolte di arte giapponese del periodo Edo in Europa. Dal 1928 è stato collocato all'interno del palazzo di Ca' Pesato e più precisamente al terzo piano. Questo lo si è dovuto a una convezione tra lo Stato, il quale possiede la raccolta e il Comune di Venezia, proprietario dell'immobile.

È oggi possibile ammirare questi oggetti esotici grazie a Enrico di Borbone conte di Bardi, il quale durante il suo "lungo viaggio intorno al mondo" assieme alla moglie e al suo seguito, durato dal 1887 al 1889, visita alcuni paesi dell'Asia tra cui l'Indonesia, la Cina e il Giappone. Durante questo periodo di permanenza in Oriente acquista più di trentamila opere.

Dopo essere rientrato a Venezia, il Conte colloca gli oggetti d'arte acquistati in Asia al secondo piano di Palazzo Vendramin Calergi, sua dimora durante parte dei mesi invernali. Dopo la sua morte, la collezione viene in parte venduta fino allo scoppiare della Prima Guerra Mondiale, dopodiché verrà per un periodo sequestrata essendo sotto la proprietà di una ditta austriaca. Diventerà patrimonio del governo italiano in quanto parte del debito di guerra che l'Austria doveva all'Italia.

Dopo aver stipulato, nel 1925, un accordo col Comune su dove ricollocare questa collezione dall'inestimabile valore, viene incaricato Eugenio Barbantini DEL difficile compito di allestire un nuovo museo d'arte orientale; tutto questo in un palazzo con stucchi e affreschi non inerenti alla collezione. Il 3 maggio 1928 si inaugurerà il museo: esposizione d'arte giapponese del Periodo Edo (1603-1868) con una sezione cinese e una indonesiana.

Uscendo fuori dai confini della città di Venezia, si può notare come la Direzione abbia raggruppato altre realtà molto diverse per numeri e tipologie di museo che, analizzando solo il comparto veneto, spaziano dalla provincia e città di Verona fino al Polesine.

Rientra tra i musei dell'ex-Polo fuori i confini veneziani il Museo Archeologico Nazionale di Adria, sede museale inaugurata nel 1961, la quale conserva reperti provenienti dalla collezione della famiglia Bocchi e dalle aree archeologiche di epoca preromana (soprattutto testimonianze del primo emporio greco e della conseguente città etrusca) e romana scoperte nei dintorni della città.

Successivamente segue il Museo Archeologico Nazionale di Fratta Polesine, inaugurato il 21 febbraio 2009, che sorge all'interno della barchessa settentrionale del complesso palladiano di Villa Badoer e costituisce l'esito di più di 40 anni di ricerche archeologiche nel territorio polesano, in particolare per quanto riguarda la tarda Età del bronzo. I reperti esposti, tra i più notevoli e importanti in ambito europeo, si riferiscono ai villaggi che erano presenti presso l'antico fiume Po durante l'età del Bronzo finale: l'insieme di manufatti più consistente riporta al villaggio di Frattesina e alle necropoli ad essa associate, scoperte in località Narde e Fondo Zanotto a Fratta Polesine.

Sempre nella zona sud del Veneto ha sede il Museo Archeologico Nazionale e Area Archeologica di Altino, nei pressi del sito archeologico di Altinum. Il museo, che conserva i reperti archeologici più rappresentativi di questa zona, la quale era un centro veneto e romano di grande importanza, sul margine settentrionale della laguna che sarà di Venezia.

Assieme al vicino sito archeologico, è incluso nel sito patrimonio dell'umanità "Venezia e la sua laguna" tutelato dall'UNESCO.

Nell'area di Portogruaro e Concordia Sagittaria si trova il Museo Nazionale Concordiese di Portogruaro (e Area Archeologica di Concordia Sagittaria), il quale rientra nella città metropolitana di Venezia. Qui sono conservati degli importanti reperti rinvenuti nella zona di Concordia Sagittaria. Inaugurato nel 1888, dopo appena 22 anni dall'annessione del Veneto al Regno d'Italia, è uno dei più antichi musei statali italiani e il primo tra questi fondato nel Veneto.

Nella zona del padovano si trova il Museo Nazionale Atestino, conosciuto anche come Museo archeologico di Este. Dal 1902 il museo è ospitato presso la cinquecentesca Villa Mocenigo, distrutta da un incendio nel Settecento e in seguito ricostruita vicino alla cinta muraria trecentesca.

A Pordenone, in zona Friuli-Venezia Giulia, è situato il Museo Nazionale di Archeologia del Mare, nato nel 1992 quando quattro subacquei di Pordenone ritrovano al largo di Caorle il relitto di un'antica nave romana del II secolo a.C. A seguito di questa scoperta si susseguirono altre campagne subacquee nel 1992/1993, nel 1994 e nel 1995/1996 vengono rinvenute anfore da vino, due macine, vasellame, ceppi d'ancora in piombo. Vengono successivamente ritrovati anche piccoli cannoni e frammenti ceramici medievali e, nel giugno 1998, un frammento architettonico rinascimentale.

Vengono riportati alla luce anche dei reperti di epoca più contemporanea: nel novembre del 1995 viene scoperto il relitto di un brigantino francese-italico, ovvero una nave militare del XIX secolo: incredibilmente lo scafo in rame e il fasciame sono in ottimo stato conservativo. Nella primavera successiva vengono ritrovate delle palle di cannone in ferro, questo testimonia il modo in cui è affondata l'imbarcazione il 22 febbraio 1812, durante la battaglia di Grado. Grazie a questi importanti ritrovamenti archeologici sottomarini, nasce l'idea di istituire un museo nazionale di archeologia marina.

Ritornando nelle zone limitrofe a Venezia, a 20 minuti dalla città, nella Riviera del Brenta, si trova il Museo Nazionale di Villa Pisani. Dapprima dimora dei nobili veneziani Pisani, poi possedimento francese e successivamente austriaco, diventa effettivamente nel 1947 parte della locale Soprintendenza ai monumenti, che tuttora è responsabile dei restauri e della conduzione del complesso museale. Nel secondo dopo guerra il declino di questo sito sembrava ormai incontenibile e dagli anni Cinquanta agli anni Sessanta il complesso vive

un lungo periodo di abbandono e disinteresse fino alla chiusura di quasi tutte le sale e alla cancellazione di molti ambienti del giardino. Dalla metà degli anni Ottanta si sono susseguiti numerosi restauri che hanno restituito lustro e splendore a molte zone del parco e ad alcune della villa.

Per ultimi, ma non per importanza, rientrano del gruppo e devono essere citati: il Museo Archeologico Nazionale di Verona, il Museo Nazionale Collezione Salce e Villa del Bene.

Quest'ultima è una villa veneta situata nella località di Volargne, nel comune di Dolcè (Verona), lungo l'antica via tridentina che costeggia il fiume Adige. La villa è stata costruita a partire dal XV secolo ed è ha subito degli interventi di ampliamento nel XVI secolo dai suoi proprietari, la famiglia Del Bene. Per via del suo valore storico-artistico, nel 1926 la villa è stata dichiarata monumento di interesse nazionale e dal 1956 il complesso è di proprietà dello Stato Italiano.

### **4.3.3 LE GALLERIE DELL'ACCADEMIA**

Sempre sotto tutela statale, ma non più parte del vecchio Polo Museale del Veneto sono le Gallerie dell'Accademia.

La loro istituzione risale al 24 settembre 1750, quando il Senato Veneto ne sancisce la nascita e vengono dotate di uno statuto nel 1756. All'inizio si trattava di un'accademia di belle arti con a capo un Collegio accademico formato da trentasei professori tra i quali erano scelti annualmente i quattro maestri per gli insegnamenti di: figura, ritratto, paesaggio e scultura. Il primo presidente dell'Accademia è stato Gianbattista Piazzetta, mentre Gianbattista Pittoni e Gianmaria Morlaiter vengono ricordati come i primi consiglieri. L'insegnamento della prospettiva e dell'architettura venne inserito nel 1768 con un corso tenuto da Francesco Costa. Già dalla sua costituzione, l'Accademia di Venezia si occupa della conservazione e del restauro di dipinti pubblici e nel 1777 l'accademico Pietro Edwards viene ricordato come l'artefice di una singolare elaborazione tecnica e critica nell'arte del restauro, tale da poter essere riconosciuta come un'autentica Carta del Restauro, contribuendo più tardi, nel corso dell'Ottocento, alla "Istituzione di una Formale Pubblica Scuola pel Ristauro delle danneggiate Pitture". Nel 1807 la "Veneta Accademia di Pittura, Scultura e Architettura" venne riformata in "Accademia Reale di Belle Arti" e si trasferì nei locali, ormai non più adibiti al culto, del convento, chiesa e scuola di Santa Maria della Carità.

Il presidente dell'Accademia cominciò a rivestire la carica a vita così come i maestri. Nel frattempo dal 1798 arrivarono nella sede dell'Accademia molti capolavori dai conventi e dalle chiese del Veneto e dopo la cacciata dei francesi e il ritorno degli austriaci molte opere furono restituite dalla Francia. Il 10 agosto 1817 le Gallerie vennero aperte al pubblico continuando comunque ad ingrandire la collezione grazie alle donazioni degli stessi maestri e delle varie collezioni private. Solamente nel 1879 le Gallerie dell'Accademia vennero scorporate dal diretto controllo e tutela degli stessi docenti dell'Accademia di belle arti che precedentemente rivestivano, tra l'altro, tale ruolo di conservazione.

L'Accademia è, tra le altre cose, ricordata per i suoi artisti rappresentanti, i quali con il loro contributo hanno favorito la crescita delle nuove generazioni. Tra questi vanno certamente menzionati: Piazzetta, Tiepolo, Selva, Canova, Hayez, Grigoletti, Politi, Ciardi, Cesetti, Saetti, Giuliani, e Arturo Martini, Carlo Scarpa, Afro, Santomaso ed Emilio Vedova. Questi nomi sono sicuramente parte di tutto ciò che l'Accademia di Venezia ha saputo far trapelare, diventando di fatto uno degli istituti artistici più prestigiosi in campo internazionale.

Dopo circa duecentocinquant'anni dalla sua fondazione, l'Accademia di belle arti di Venezia si è trasferita dalla sua storica sede della Carità, ormai destinata ad accogliere nella sua completezza il patrimonio delle gallerie dell'Accademia e si è trasferita nel restaurato complesso dell'ex Ospedale degli Incurabili.

Oggi all'Accademia rimane il duro compito dell'educazione e della formazione al più alto livello nel campo della cultura e della produzione dell'arte. Col questo nobile proposito di realizzare al meglio tali obiettivi i corsi sono stati rinnovati in maniera più funzionale e ne sono stati attivati di nuovi, con lo scopo di dare, relativamente agli interessi dei propri studenti, alle loro vocazioni e motivazioni, strumenti conoscitivi ed operativi più all'avanguardia e alla definizione di ulteriori profili professionali e ai possibili sbocchi occupazionali.

Dal 2008 la didattica, in parte ancora sperimentale, dedicata ai “nuovi media” e all’elaborazione tecnologica dell’immagine, causa la carenza di spazi della sede centrale, è andata costituendo un polo omogeneo nell’Isola di San Servolo.

L'Accademia di belle arti di Venezia è una istituzione di Alta Cultura nel settore delle arti, collocata nel segmento della formazione a livello universitario<sup>60</sup>.

---

<sup>60</sup> < <http://www.gallerieaccademia.it/il-museo> >

Parlando solamente del museo, le Gallerie dell'Accademia occupano, nel complesso della Carità, oltre 10 mila metri quadri di spazi espositivi.

Le Gallerie sono celebri per la vasta raccolta di quadri di arte medioevale e moderna, ma anche per il ricco gabinetto di stampe e disegni, il quale accoglie al suo interno grafiche dal Quattrocento all'Ottocento.

Oltre a tutto ciò vengono visitate in massa, poiché casa della più ampia raccolta al mondo di dipinti e lavori della scuola veneta.

Il museo si sviluppa su due piani: nel primo si segue un itinerario cronologico con autori italiani e veneti dal Trecento al tardo Rinascimento e al piano terra si prosegue con materiali sia pittorici che scultorei.

Le Gallerie, oltre a essere ricche di fascino e di storia, hanno anche aspetti più tecnici essendo uno dei più importanti musei statali nel territorio della regione Veneto e non solo. Sono dotate di autonomia organizzativa, tecnico-scientifica, finanziaria e contabile.

Come tutti i musei, anche l'Accademia persegue le finalità generali di tutela, gestione e valorizzazione del proprio patrimonio (esposto e non) e promuove la crescita culturale con annesso contributo sociale alla comunità locale.

Ovviamente, è un'istituzione permanente senza scopo di lucro, aperta al pubblico e si mette al servizio della società e del suo sviluppo in termini di cultura.

Citando solo alcune delle attività e finalità del museo (che ricordo somigliarsi in tutti gli istituti culturali) ci sono quelle di: ricerca, studio, conservazione, restauro, manutenzione, valorizzazione dei beni, didattica, catalogazione della collezioni, gestione nelle diverse forme, prestiti di beni, comunicazione e promozione, *fundraising*, marketing e tutte le altre attività messe in atto per creare la migliore esperienza possibile per il visitatore e gli addetti ai lavori<sup>61</sup>.

Il museo ha tra i suoi compiti quello di relazionarsi con il territorio circostante, con i portatori di interesse e con i mass media. Ricordo che a livello veneziano è uno degli enti culturali più seguiti sui social con circa 43 mila followers su Instagram e 24 mila su Facebook.

---

<sup>61</sup> <http://www.gallerieaccademia.it/sites/default/files/inline-images/Decreto%20di%20approvazione%20dello%20Statuto-Gallerie%20dell%27Accademia%20di%20Venezia.pdf>

Ai vertici del Museo c'è un Direttore, che si relaziona con il Consiglio di Amministrazione, il Comitato Tecnico Scientifico e il Collegio dei revisori dei conti.

Le Gallerie offrono anche la possibilità di partecipare a laboratori didattici pensati sia per i più piccoli, che per i ragazzi delle scuole superiori. È possibile partecipare a queste attività ludiche anche senza il patrocinio della scuola, ma iscrivendosi alle varie proposte pubblicizzate periodicamente sul sito del museo.

Ad esempio, durante il periodo del *lockdown* avvenuto nella primavera di quest'anno, il museo ha lanciato una campagna social per sperimentare la creatività dei propri follower e accrescere i feedback verso di loro. L'iniziativa si chiamava "Mi porto a casa il museo" e prevedeva di ricollocare virtualmente, nella propria abitazione, un'opera del museo "esposta" nella collezione online.

In ultimo, le Gallerie sono parte del progetto di alternanza scuola-lavoro, proposto ai ragazzi delle superiori.

#### **4.3.4 TUTTI GLI ALTRI**

Come in tutte le destinazioni turistiche, ma soprattutto in città con più di un museo, esistono altre gestioni che esulano da quella statale o più genericamente da quella pubblica.

Venezia non ne fa eccezione e propone ai turisti che la visitano un'ampia gamma di scelta tra Fondazioni private e musei sacri.

Qui riporterò solamente alcune di quelle esistenti, sicuramente le più famose e più visitate.

Tra gli altri musei presenti a Venezia vanno sicuramente citati: la Collezione Peggy Guggenheim, casa dell'omonima ereditiera americana che aveva trovato a Venezia il suo "piccolo paradiso". È certamente il museo di arte contemporanea più visitato e uno tra quelli più all'avanguardia in fatto di creazione di laboratori e servizi educativi, soprattutto rivolti ai più piccoli.

## 15. Visitatori della Peggy Guggenheim Collection

	2013	2014	2015	2016	2017	Var. % 16-17
<i>gennaio</i>	15.904	16.845	16.979	19.140	21.975	14,8%
<i>febbraio</i>	18.510	17.686	19.800	24.493	23.322	-4,8%
<i>marzo</i>	30.345	28.041	29.343	33.721	32.962	-2,3%
<i>aprile</i>	41.384	52.949	43.207	45.037	48.825	8,4%
<i>maggio</i>	42.941	52.527	42.809	44.518	40.044	-10,0%
<i>giugno</i>	34.393	35.112	37.354	37.522	38.374	2,3%
<i>luglio</i>	32.042	32.031	35.365	34.983	34.864	-0,3%
<i>agosto</i>	31.251	33.547	34.867	33.417	32.769	-1,9%
<i>settembre</i>	34.935	31.291	37.076	35.848	40.631	13,3%
<i>ottobre</i>	42.486	38.671	43.990	45.115	46.471	3,0%
<i>novembre</i>	32.651	28.642	30.433	33.344	40.984	22,9%
<i>dicembre</i>	19.565	18.423	21.168	26.360	25.988	-1,4%
<b>TOTALE</b>	<b>376.407</b>	<b>385.765</b>	<b>392.391</b>	<b>413.498</b>	<b>427.209</b>	<b>3,3%</b>

Fonte: Peggy Guggenheim Collection

Foto: Annuario del Turismo 2017

## 16. Visitatori della Fondazione Querini Stampalia

	2013	2014	2015	2016	2017	Var. % 16-17
<i>gennaio</i>	1.426	1.493	2.124	2.395	2.009	-16,1%
<i>febbraio</i>	1.695	1.583	2.321	2.697	2.101	-22,1%
<i>marzo</i>	3.121	3.180	2.927	3.094	2.976	-3,8%
<i>aprile</i>	3.061	2.710	3.543	3.595	3.949	9,8%
<i>maggio</i>	2.307	2.461	4.832	4.600	4.183	-9,1%
<i>giugno</i>	3.369	2.978	3.009	3.224	3.614	12,1%
<i>luglio</i>	2.468	1.974	2.640	3.010	2.345	-22,1%
<i>agosto</i>	3.021	2.473	2.893	3.422	2.612	-23,7%
<i>settembre</i>	3.234	3.504	3.285	3.935	3.141	-20,2%
<i>ottobre</i>	4.095	5.822	3.324	5.826	3.414	-41,4%
<i>novembre</i>	2.601	5.734	2.559	5.363	3.463	-35,4%
<i>dicembre</i>	1.672	2.453	2.290	2.247	2.616	16,4%
<b>TOTALE</b>	<b>32.070</b>	<b>36.365</b>	<b>35.747</b>	<b>43.408</b>	<b>36.423</b>	<b>-16,1%</b>

Fonte: Fondazione Querini Stampalia

Vanno certamente menzionati anche il Museo della Fondazione Scientifica Quercini Stampalia, Palazzo Cini (Casa-museo di Vittorio Cini), il Centro d'arte contemporanea di Punta della Dogana, il Museo Storico Navale, il Museo archeologico della Provincia –



Torcello (Raccolta di antichità greco-romane, reperti archeologici dell'epoca paleoveneta e etrusca).

## 2 – Museo Storico Navale

	2013	2014	2015	2016	2017*	Var. % 16-17
<i>gennaio</i>	1.900	2.183	3.756	2.512	3.687	46,8%
<i>febbraio</i>	2.279	2.729	4.146	3.449	4.192	21,5%
<i>marzo</i>	5.052	4.362	5.736	3.558	-	-
<i>aprile</i>	6.826	6.314	10.090	7.753	9.719	25,4%
<i>maggio</i>	6.797	6.855	6.926	6.317	5.768	-8,7%
<i>giugno</i>	3.565	3.947	4.953	6.739	5.304	-21,3%
<i>luglio</i>	3.561	5.009	5.238	5.409	5.016	-7,3%
<i>agosto</i>	4.778	6.855	6.717	7.536	5.979	-20,7%
<i>settembre</i>	3.924	5.891	5.656	6.083	4.860	-20,1%
<i>ottobre</i>	4.671	6.990	3.139	7.870	6.103	-22,5%
<i>novembre</i>	2.617	3.791	3.366	4.135	3.816	-7,7%
<i>dicembre</i>	2.147	3.566	3.511	4.448	3.433	-22,8%
<b>TOTALE</b>	<b>48.117</b>	<b>58.492</b>	<b>63.234</b>	<b>65.809</b>	<b>57.877</b>	<b>-12,1%</b>

\* Chiuso nel mese di marzo per un intervento strutturale.

Fonte: Museo Storico Navale

Foto: Annuario del Turismo 2017

Esistono anche dei percorsi di visita pensati per far conoscere la sacralità della città di Venezia e che si basano sulle ricchezze di varie chiese e culti. Non solo una Venezia cattolica, ma sede d'incontro di varie religioni che hanno saputo convivere assieme per secoli.

Tra le chiese, le scuole di Devozione e i musei sacri che si possono visitare e che rientrano nelle visite culturali ci sono: la Basilica di San Marco con annesso ingresso tramite biglietto alla Pala d'Oro al Tesoro e al museo, il Campanile della Basilica di San Marco, la Basilica dei Frari, la Basilica di SS. Giovanni e Paolo, la Basilica di S. M. Assunta di Torcello e il suo campanile, la Chiesa e il Campanile di San Giorgio Maggiore, la Scuola Grande di San Rocco, la Scuola Grande di San Giovanni Evangelista, la Scuola Dalmata di San Giorgio e Trifone, la Scuola Grande dei Carmini, l'oratorio dei Crociferi, il Museo Comunità Ebraica, il Museo Dipinti Sacri Bizantini e l'Istituto Ellenico, il Monastero Mekhitarista, il Museo Diocesano e il Convento di S. Francesco del Deserto, conosciuto anche come "Antico convento francescano situato in una delle più suggestive isole della laguna veneziana"

### 13. Visitatori dei musei ecclesiastici e delle chiese

#### 1 – Visitatori anni 2013-2017

	2013*	2014	2015	2016	2017	Var. % 13-17	Var. % 16-17
<b>Museo di San Marco</b>	358.000	361.197	401.143	523.693	577.524	61,3%	10,3%
<b>Campanile di San Marco</b>					742.665		-
<b>Museo Diocesano</b>	4.399	3.575	4.732	4.576	3.981	-9,5%	-13,0%
<b>Chiese ad accesso libero o con biglietto</b>	543.292	545.434	581.905	486.193	556.761	2,5%	14,5%
<b>Chiese del circuito Chorus</b>	219.630	197.730	191.491	178.050	186.642	-15,0%	4,83%
					<b>2.067.573</b>		
<b>TOTALE</b>	<b>1.125.321</b>	<b>1.107.936</b>	<b>1.179.271</b>	<b>1.192.512</b>	<b>1.324.908**</b>	<b>17,7%**</b>	<b>11,1%**</b>

\* Valori approssimati per difetto (comprensivi di biglietti e ingressi liberi).

\*\* Campanile di San Marco escluso.

Fonte: Procuratoria della Basilica di San Marco, Delegazione in re amministrativa per Torcello, Ufficio Turismo della Curia Patriarcale di Venezia

#### 1 – Museo Ebraico

	2013	2014	2015	2016	2017	Var. % 16-17
<b>gennaio</b>	2.741	3.017	2.710	3.239	4.149	28,1%
<b>febbraio</b>	3.741	3.999	3.494	4.375	5.515	26,1%
<b>marzo</b>	6.410	6.308	7.486	7.280	8.445	16,0%
<b>aprile</b>	7.296	7.157	8.230	8.090	8.440	4,3%
<b>maggio</b>	7.593	7.720	7.111	9.535	7.683	-19,4%
<b>giugno</b>	5.887	5.825	5.559	7.341	6.334	-13,7%
<b>luglio</b>	7.171	6.438	6.884	8.743	6.812	-22,1%
<b>agosto</b>	6.336	6.678	6.627	8.624	7.375	-14,5%
<b>settembre</b>	3.736	4.240	4.477	7.794	4.755	-39,0%
<b>ottobre</b>	5.988	6.014	5.247	7.306	6.210	-15,0%
<b>novembre</b>	3.745	3.508	3.933	5.463	4.628	-15,3%
<b>dicembre</b>	2.532	2.314	3.129	3.768	3.538	-6,1%
<b>TOTALE</b>	<b>63.176</b>	<b>63.218</b>	<b>64.887</b>	<b>81.558</b>	<b>73.884</b>	<b>-9,4%</b>
<b>Ingressi gratuiti</b>	4.174	5.767	5.916	6.344	5.236	-17,5%
<b>TOTALE</b>	<b>67.350</b>	<b>68.985</b>	<b>70.803</b>	<b>87.902</b>	<b>79.120</b>	<b>-10,0%</b>

Fonte: Comunità Ebraica Venezia

Foto: Annuario del Turismo 2017

È facilmente visibile da questi grafici come ci sia una divisione eterogenea dei visitatori, che punta sui “soliti tre”, i quali lasciano poco spazio al resto dell’offerta culturale.

Probabilmente, non è tutta colpa dei turisti poco informati che “divorano” Venezia in pochi giorni. La sovra-promozione di alcuni siti a discapito di altri fa sì che il contorno non venga notato e questo porta a un concentrazione dei visitatori e dei turisti più in generale nelle aree citate nei precedenti articoli.

Le scelte di vendita di alcune tipologie di biglietto, che saranno illustrate nel capitolo successivo, cercano di deviare i flussi. Tuttavia, nella maggior parte dei casi, a causa di una disinformazione del turista medio e di un corretto sistema di comunicazione da parte dei musei, queste offerte non hanno successo.

# CAPITOLO QUINTO

## 5 IL BIGLIETTO A MISURA DI VISITATORE

Come andremo ad analizzare in quest'ultimo capitolo e come, abbiamo già visto, nella città di Venezia sono presenti molteplici realtà museali, ciascuna con dei sistemi direzionali diversi.

Nei paragrafi successivi spiegherò le tipologie di biglietto presenti in questo momento nella città, sia per quello che riguarda la Fondazione Musei Civici che per tutti gli altri sistemi museali attivi.

Quello a cui voglio arrivare, una volta terminata questa analisi, è l'ideazione di un biglietto a misura di visitatore, che potrà essere applicato a un singolo sistema museale (in questo caso alla Fondazione Musei Civici di Venezia), ma in momenti storici di crisi come quello che stiamo vivendo ora, a tutto il comparto museale di una città.

È evidente come l'epidemia del Covid-19 non abbia permesso per un lungo periodo la normale attività dei vari istituti di cultura e di come ne siano stati ri-aperti solo una parte, con orari e percorsi modificati.

Se la mia idea di biglietto personalizzata si può facilmente applicare a un singolo sistema con più musei sotto la sua direzione, può sembrare altrettanto semplice e logico applicare la stessa procedura ad un'intera destinazione in casi di estrema necessità, dove l'offerta deve risultare vincente ed accattivante.

Se l'estate 2020 ha visto una moria di turisti nelle città d'arte, in parte può essere dovuto ad una chiusura in blocco della maggior parte dei musei e ad una mancata politica vincente di vendita di pacchetti di visita.

In fin dei conti, gli itinerari proposti sono pressappoco gli stessi da anni e quelli più innovativi vengono spesso poco pubblicizzati perché meno remunerativi.

Soffermandoci sempre sul caso di Venezia è semplice trovare sulla pagina web di VeneziaUnica, ovvero il sito turistico ufficiale della città, itinerari alternativi per "Per

viaggiatori curiosi che amano le deviazioni dai soliti percorsi”<sup>62</sup>, ma raramente si vedono turisti uscire dalle consuete rotte di visita.

Fatta questa breve introduzione, si procederà, ora, con l’analisi dei biglietti esistenti e con i numeri delle visite (non precedentemente citati) dei Musei Civici, in modo da avere un quadro completo della situazione, per poi procedere con la proposta.

## **5.1 I BIGLIETTI GIÀ ESISTENTI**

### **5.1.1 LE TIPOLOGIE DI BIGLIETTO NELLA FONDAZIONE MUSEI CIVICI**

Come si è potuto constatare, la Fondazione Musei Civici di Venezia gestisce un ampio gruppo di musei, tutti con caratteristiche diverse.

Se certamente esiste la possibilità di visitarli singolarmente comprando il biglietto singolo (online o in loco) è anche altrettanto certo che un visitatore può usufruire di pacchetti, che raccolgono assieme due o più musei in base a temi comuni o alla vicinanza geografica.

Il pacchetto più venduto è quello dei Musei di Piazza San Marco, il quale include la visita a Palazzo Ducale, al Museo Correr, al Museo Archeologico Nazionale e alle Sale Monumentali della Biblioteca Marciana. Da notare come gli ultimi due musei citati in questo biglietto cumulativo non facciano parte della Fondazione, ma rientrino sotto la Direzione Regionale Musei del Veneto.

Questo biglietto dà la possibilità di vedere nell’arco di tre mesi tutti e quattro i musei una sola volta ciascuno<sup>63</sup>.

A differenza di tutti gli altri musei della Fondazione, quelli dell’Area Marciana non hanno la possibilità di essere visitati con un biglietto singolo. In poche parole, ad oggi, è impossibile entrare (tranne in rare eccezioni, come nei primi mesi estivi del 2020 per via delle chiusure dovute all’epidemia Covid-19) solamente a Palazzo Ducale. Questo può portare a grandi fraintendimenti con visitatori mal informati che comprano il biglietto senza capire la possibilità offerta e non si recano in visita negli altri musei convenzionati.

---

<sup>62</sup> < <http://www.venezianaunica.it/it/content/detourism-veneziana> >

<sup>63</sup> Cfr visitmuve.it

Al contrario, strategicamente parlando, la possibilità di visitare quattro musei con un unico biglietto è molto vantaggiosa e dà la possibilità a musei con meno visite di beneficiare dei “grandi numeri” di Palazzo Ducale.

Tutto questo potrebbe avere risvolti ancora più positivi se il biglietto per i musei di Piazza San Marco venisse utilizzato da tutti i suoi compratori nel modo più corretto. Analizzando le statistiche dell’ultimo report disponibile, ovvero quello del 2017, si può notare come a dominare la vetta di museo più visto sia senza dubbio Palazzo Ducale con 1.405.439 visitatori nel 2017, ma è seguito con un grandissimo distacco il Museo Correr (334.820 visite).

Nel conteggio di queste stime, vanno tenute in considerazione le entrate speciali e le chiusure per motivi tecnici (come i riallestimenti), gli orari prolungati e per quello che concerne Palazzo Ducale il tour degli Itinerari Segreti che richiama sempre un grande seguito<sup>64</sup>.

#### 5 – Palazzo Ducale

	2013	2014	2015	2016	2017	Var. % 16-17
<b>gennaio</b>	44.554	45.556	45.421	52.173	55.978	7,3%
<b>febbraio</b>	67.170	61.673	66.118	70.976	73.836	4,0%
<b>marzo</b>	111.817	99.284	96.640	110.979	100.043	-9,9%
<b>aprile</b>	138.184	150.744	140.473	138.832	158.212	14,0%
<b>maggio</b>	149.810	154.591	140.132	143.107	142.664	-0,3%
<b>giugno</b>	129.604	144.452	134.570	137.655	147.529	7,2%
<b>luglio</b>	140.268	145.987	134.535	138.908	149.630	7,7%
<b>agosto</b>	136.877	144.572	132.808	136.179	139.203	2,2%
<b>settembre</b>	138.078	143.588	131.863	134.818	138.710	2,9%
<b>ottobre</b>	134.494	134.540	131.491	136.455	147.707	8,2%
<b>novembre</b>	66.634	62.452	63.682	68.420	78.975	15,4%
<b>dicembre</b>	49.740	55.684	58.394	65.057	72.952	12,1%
<b>TOTALE museo</b>	<b>1.307.230</b>	<b>1.343.123</b>	<b>1.276.127</b>	<b>1.333.559</b>	<b>1.405.439</b>	<b>5,4%</b>
<b>TOTALE mostre</b>	180.236		65.430	27.851	48.716	74,9%
<b>TOTALE visitatori</b>	<b>1.487.466</b>	<b>1.343.123</b>	<b>1.341.557</b>	<b>1.361.410</b>	<b>1.454.155</b>	<b>6,8%</b>

Inclusi: gli "Itinerari Segreti"; il percorso "I tesori del Doge", dal 1° aprile 2015; le aperture serali straordinarie nei week-end da agosto a ottobre 2016, l'apertura del 25 dicembre 2016, dalle 11 alle 19; l'apertura del 1° gennaio 2017, dalle 11 alle 19; le aperture serali, fino alle 22, dal 23 al 26 febbraio 2017; l'apertura per motivi istituzionali il 25 aprile 2017, fino alle 14; le aperture speciali dal 19 maggio, tutti i venerdì e sabato (eccetto sabato 15/7 e 9/9), fino alle 23; l'apertura del 25 dicembre 2017. Chiusure straordinarie il 4, 9 e 22 settembre 2017.

Fonte: Fondazione Musei Civici di Venezia

Foto: Annuario del Turismo 2017

<sup>64</sup> Annuario del Turismo 2017, p. 93

Altri pacchetti con grandissime potenzialità sono quelli che riguardano: i Musei del Settecento Veneziano, i Musei del Moderno e Contemporaneo e i Musei delle Isole.

Partendo dal primo caso, il biglietto per i Musei del Settecento Veneziano comprendono al loro interno un unico ingresso per Ca' Rezzonico – Museo del Settecento veneziano, Palazzo Mocenigo e la Casa di Carlo Goldoni.

Come per il pacchetto di Piazza San Marco, anche in questo caso la validità è di tre mesi e dà la possibilità al turista di visitare assieme musei sicuramente più di nicchia e meno battuti dalle ondate di visite disorganizzate.

Ca' Rezzonico è il quarto museo più visitato nel gruppo (101.646 visite) anche se in grande calo rispetto al primo monitoraggio del 2013, dove le entrate erano state 112.282.

Con meno di 100 mila visitatori sono, invece, Palazzo Mocenigo (48.801) e la Casa di Carlo Goldoni (21.522). Va sempre tenuto a mente che questi monitoraggi risalgono al 2017<sup>65</sup>.

Il secondo caso comprende tutti quei musei che hanno in comune il mondo dell'arte moderna e contemporanea. Si tratta del biglietto per i Musei del Moderno e Contemporaneo che racchiude al suo interno: Ca' Pesaro e Palazzo Fortuny. I due musei non raggiungono singolarmente le 100 mila visite annuali e sono, quindi, ben lontani dal primato di Palazzo Ducale, anche se vengono ben pubblicizzati sulle piattaforme social della Fondazione. Artisticamente parlando, al loro interno si trovano alcuni tra i più importanti pezzi dell'arte ottocentesca e novecentesca come Giuditta II di Klimt e la raccolta personale di opere dell'omonimo scenografo spagnolo<sup>66</sup>.

Come per tutti gli altri pacchetti già visti, anche quello per il contemporaneo ha una durata di tre mesi con la possibilità di una sola entrata per museo.

Grande richiamo verso il pubblico lo hanno i Musei delle Isole, in particolar modo il Museo del Vetro a Murano. Il primo citato è il terzo museo all'interno della Fondazione per numero di visite e nel 2017 ha raggiunto i 74.758 visitatori. Come per tutti gli altri è possibile visitarli singolarmente, ma esiste un biglietto cumulativo che vede accoppiare il museo di Murano

---

<sup>65</sup> Ibidem pp. 93-94

<sup>66</sup> Cfr. <visitmuve.it>

con quello del Merletto sull'isola di Burano, il quale è ben lontano in termini numerici dal risultato del primo.

Non rientrano in nessun caso di musei con biglietto cumulativo i seguenti musei civici, che tra le altre cose non raggiungono i 100 mila visitatori: il Museo di Storia Naturale (74.772 viste) e la Torre dell'Orologio (11.632 visite), mentre non raggiunge i 100 mila visitatori, ma rientra in un biglietto cumulativo il Museo del Merletto (40.129 visite). Tutti questi dati risalgono all'ultimo rilevamento disponibile del 2017.

Come per i precedenti musei con un afflusso più consistente, bisogna anche in questo caso tenere in considerazione le varie aperture e chiusure straordinarie verificatesi nel corso dell'anno e dell'intero periodo di analisi dell'andamento delle visite (2013-2017)<sup>67</sup>.

---

<sup>67</sup> Annuario del turismo 2017, p. 94



### 3 – Musei con meno di 100 mila visitatori: dettaglio anni 2013-2017

Musei con meno di 100 mila visitatori <sup>a</sup>	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Ca' Pesaro<sup>1</sup></i>	68.765	74.832	76.286	90.142	103.216
<i>Museo di Storia Naturale<sup>2</sup></i>	70.588	68.388	70.639	78.945	74.772
<i>Palazzo Mocenigo<sup>3</sup></i>	9.213	48.026	44.887	49.251	48.801
<i>Museo del Merletto</i>	29.157	31.683	32.825	37.503	40.129
<i>Casa di Carlo Goldoni<sup>4</sup></i>	19.520	17.682	17.592	20.180	21.522
<i>Torre dell'Orologio</i>	9.136	8.844	10.032	11.972	11.632
<b>TOTALE VISITATORI</b>	<b>206.379</b>	<b>249.455</b>	<b>252.261</b>	<b>287.993</b>	<b>300.072</b>

<sup>a</sup> Media nel quinquennio

- 1 Chiuso per lavori di allestimento dal 2 al 30 maggio 2013. Aperto il 1° gennaio 2017, dalle 11 alle 19, il 27 febbraio 2017, dalle 10 alle 17 e il 14 ottobre 2017, in occasione della "Giornata del Contemporaneo" (1.007 accessi gratuiti).
- 2 Aperto il 17 e il 24 aprile 2017.
- 3 Il museo è stato chiuso per lavori di restyling dal 15 gennaio 2013 e riaperto il 1° novembre 2013, pertanto i dati riportati per il 2013 sono relativi ai soli mesi di apertura.
- 4 Chiuso per lavori di manutenzione dal 16 al 27 novembre 2015. A luglio 2016, aperto dalle 10 alle 14, e ad agosto 2016, dalle 10 alle 15.

Fonte: Fondazione Musei Civici di Venezia

### 2 – Musei con più di 100 mila visitatori: dettaglio anni 2013-2017

Musei con più di 100 mila visitatori <sup>a</sup>	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Palazzo Ducale<sup>1</sup></i>	1.307.230	1.343.123	1.276.127	1.333.559	1.405.439
<i>Museo Correr<sup>2</sup></i>	246.691	289.509	286.454	337.648	334.820
<i>Museo del Vetro<sup>3</sup></i>	149.740	126.467	142.855	161.977	174.758
<i>Ca' Rezzonico<sup>4</sup></i>	112.282	106.996	99.601	102.779	101.640
<b>Totale visitatori musei</b>	<b>1.815.943</b>	<b>1.846.095</b>	<b>1.805.037</b>	<b>1.935.963</b>	<b>2.016.657</b>
<b>Totale visitatori mostre**</b>	<b>243.934</b>	<b>49.433</b>	<b>172.630</b>	<b>86.306</b>	<b>147.664</b>
<b>TOTALE VISITATORI</b>	<b>2.059.877</b>	<b>1.895.528</b>	<b>1.977.667</b>	<b>2.022.269</b>	<b>2.164.321</b>

<sup>a</sup> Media nel quinquennio

\*\* Le mostre temporanee sono allestite a Palazzo Ducale, Museo Correr e Palazzo Fortuny

- 1 Inclusi: gli "Itinerari Segreti"; il percorso "I tesori del Doge", dal 1° aprile 2015; le aperture serali straordinarie nei week-end da agosto a ottobre 2016, l'apertura del 25 dicembre 2016, dalle 11 alle 19; l'apertura del 1° gennaio 2017, dalle 11 alle 19; le aperture serali, fino alle 22, dal 23 al 26 febbraio 2017; l'apertura per motivi istituzionali il 25 aprile 2017, fino alle 14; le aperture speciali dal 19 maggio, tutti i venerdì e sabato (eccetto sabato 15/7 e 9/9), fino alle 23; l'apertura del 25 dicembre 2017. Chiusure straordinarie il 4, 9 e 22 settembre 2017.
- 2 Aperto il 1° gennaio 2017, dalle 11 alle 19 e il 25 dicembre 2017. Chiuso il 14 aprile 2017, dalle 10 alle 13.
- 3 Chiuso dal 15 dicembre 2014 all'8 febbraio 2015 per riallestimento e restauro. Aperto il 1° gennaio 2017, dalle 11 alle 17 e il 25 dicembre 2017. Chiuso il 14 aprile 2017, dalle 10 alle 13.
- 4 Aperto il 25 aprile 2017, il 1° maggio 2017 e il 25 e 26 dicembre 2017. Chiusura anticipata il 3 settembre 2017, in occasione della Regata storica.

Fonte: Fondazione Musei Civici di Venezia

Foto: Annuario del Turismo 2017

Va specificato che ciascun museo del gruppo prevede delle casistiche di gratuità per l'ingresso o di riduzione per determinate fasce di visitatori.

Oltre ai biglietti cumulativi validi per gruppi ristretti di musei esistono dei pass e delle convenzioni che facilitano il turista nel suo acquisto e gli permettono di poter visitare tutti i musei parte della Fondazione, anche se realisticamente parlando, in una tipica vacanza a Venezia, che prevede un soggiorno molto ridotto, questo investimento è alquanto dispendioso e sbagliato. Sicuramente potrebbe essere promosso per un turista che resta in città per un tempo superiore a una settimana o che ha deciso di dedicare i pochi giorni a disposizione a una full immersion nei musei.

Il pass più venduto ai turisti è il Museum pass. Si tratta di un biglietto cumulativo comprensivo, che permette la visita a tutte le collezioni permanenti dei Musei Civici di Venezia. La sua validità è molto lunga (6 mesi) e consente l'accesso una sola volta per museo, compreso il Centro Culturale Candiani. L'unico che non rientra nell'offerta proposta è la Torre dell'Orologio<sup>68</sup>.

Sicuramente per un escursionista che abita vicino a Venezia e vuole poter visitare nell'arco di 6 mesi tutti i musei del gruppo MUVE si tratta di un'offerta vantaggiosa, ma se il biglietto viene proposto a un turista che si ferma da un tempo minimo di un weekend a un massimo di una settimana, "il gioco non vale la candela". Si innesca una catena che parte da una spesa esorbitante per il turista, un crescente malumore e, infine, un *feedback* negativo verso la città e a uno dei più importanti sistemi museali che la caratterizzano.

Per chi, al contrario, abita a Venezia o nei dintorni una buona proposta per visitare l'ampia offerta museale può essere la tessera MUVE Friend Card, con la quale è possibile sostenere la Fondazione. Attraverso questa carta è possibile appoggiare in maniera diretta le realtà museali della Fondazione e allo stesso tempo ottenere dei benefici in qualità di "amico dei musei".

Nell'offerta viene spiegato come sia possibile per chi l'acquista prendere parte ad eventi esclusivi, partecipare alle inaugurazioni delle mostre e, probabilmente l'aspetto più interessante per la maggior parte dei suoi compratori, visitare le nuove mostre inserite nei percorsi di guida dei musei gratuitamente<sup>69</sup>.

---

<sup>68</sup> Cfr. <visitmuve.it>

<sup>69</sup> Ivi

A differenza di un normale biglietto acquistato in loco, la tessera MUVE Friend Card è nominale e ha una validità di un anno. Con essa è possibile visitare i musei un numero di volte illimitato, ma non è possibile ottenerla online; bisogna perfezionare e completare l'acquisto nelle biglietterie dei musei. Ovviamente, a differenza di un normale biglietto, per questa tessera è necessario utilizzare i propri dati personali e un documento di riconoscimento<sup>70</sup>.

Per chi visita Venezia frequentemente, ci vive o per gli studenti dell'isola interessati ai musei si tratta, senza alcun dubbio, di una carta allettante che permette di risparmiare circa 30 euro se si considerano tutti gli ingressi singoli delle varie esposizioni.

Purtroppo, vedendola in un'ottica puramente turistica né la MUVE Friend Card né il Museum Pass possono, personalmente parlando, essere considerate come delle proposte vincenti. Si costringe il turista a comprare dei biglietti complessivi di tutto, quando probabilmente è interessato solo ai musei più famosi e a qualche altro più di nicchia.

Possono essere adottate dal visitatore diverse opzioni, che potrebbero essere:

- Comprare il Museum Pass con tutti i "rischi" che ne derivano, come non visitare tutto quello che rientra nel biglietto;
- Acquistare i biglietti singoli solo dei musei di cui si è interessati e spendere più del budget pensato per le visite culturali;
- Comprare diversi biglietti cumulativi, sempre col rischio di non visitare qualcosa tenendo conto della brevità dei soggiorni a Venezia.

Ci tengo a sottolineare come le osservazioni fatte sull'acquisto di un biglietto più adatto a una certa tipologia di turista e/o visitatore siano puramente personali e siano maturate in seguito a un periodo di lavoro presso alcuni dei musei della Fondazione. Mi è stata data, infatti, l'opportunità durante alcuni contratti per altre mostre temporanee presenti nella città, di lavorare come guardasala per alcuni musei e parlando spesso con i turisti in visita mi è stato fatto notare un certo disappunto verso alcune tipologie di biglietto o verso la vendita di queste, molto spesso senza un'adeguata spiegazione o consigli. Da questa analisi "sul campo" ho maturato l'idea di creare un biglietto personalizzato e di poterlo applicare in caso di periodi di necessità, come quello che stiamo vivendo in questo 2020, a tutti i musei di un dato territorio sorvolando le diverse amministrazioni e problematiche burocratiche. La mia

---

<sup>70</sup> Ivi

idea vorrebbe creare, almeno teoricamente, un unico sistema museale sotto il profilo della promozione, della prenotazione e possibilmente della vendita di un unico pacchetto museale il più personalizzato possibile. Tutto questo verrà spiegato dettagliatamente nel corso del capitolo.

## 5.1.2 GLI ALTRI BIGLIETTI

Naturalmente tutti gli altri enti museali presenti a Venezia, siano essi statali o sotto privati, hanno la possibilità di essere visitati tramite l'acquisto di un biglietto per la singola struttura.

Infatti, esistono pochi altri tipi di biglietti cumulativi, come quello per Palazzo Grassi che può essere visitato assieme a Punta della Dogana, il circuito di chiese Chorus e alcuni percorsi tematici pensati dalla Direzione Regionale dei Musei del Veneto.

Ma se volessimo visitare con un unico biglietto più musei della Direzione Regionale dei Musei del Veneto nella sola isola di Venezia sarebbe impossibile, poiché non è previsto un biglietto che inglobi in un'unica soluzione la visita a più musei. Bisogna, però, ricordare l'eccezione alla regola, ovvero il Museo Archeologico Statale che rientra nel biglietto di Piazza San Marco con il Palazzo Ducale, il Museo Correr e la Biblioteca Marciana.

È, però, possibile visitare all'interno di uno dei percorsi proposti dalla Direzione, più specificatamente nel Percorso 2, Palazzo Grimani e la Galleria "Giorgio Franchetti" alla Ca' D'oro (entrambi a Venezia) assieme ad altri musei presenti nel territorio dell'entroterra che sono: il Museo Civico della Laguna Sud "San Francesco Fuori Le Mura" a Chioggia e il Museo di Zoologia Adriatica "Giuseppe Olivi" sempre a Chioggia.

In totale esistono tre percorsi, ma nessuno degli altri due proposti prevede un unico itinerario cittadino. Le proposte, però, vanno *off-the-beaten track* e offrono dei nuovi punti di vista.

Il Percorso 1 propone al visitatore la possibilità di uscire dalla folla della città ed immergersi nella natura della Laguna e più in generale della Terraferma. I musei pensati e messi all'interno di questo itinerario sono: il Museo Civico della Laguna Sud "San Francesco Fuori Le Mura" e il Museo di Zoologia Adriatica "Giuseppe Olivi", già precedentemente citati nel Percorso 2, il Museo Archeologico Nazionale di Adria e il Museo Nazionale di Villa Pisani a Stra.

Il Percorso 3, invece, si sposta interamente nelle zone a sud della regione Veneto e propone ai suoi turisti di visitare il Museo Archeologico Nazionale a Fratta Polesine, il Museo dei Grandi Fiumi a Rovigo, il Museo Archeologico Nazionale ad Adria e il Museo Civico della Laguna Sud “San Francesco Fuori Le Mura” a Chioggia.

Come verrà, successivamente, fatto notare dall’Arch. Zega, Direttrice del Museo Nazionale di Villa Pisani, queste proposte al pubblico non vengono adeguatamente promosse e comunicate al pubblico ed è difficile che vengano utilizzate dai più.

È interessante notare l’esistenza della possibilità che viene data a determinate fasce di popolazione, da parte dei musei statali e non, di visitare le collezioni permanenti con prezzi molto ridotti, se non gratuitamente.

Parlando dei primi, l’accesso ai musei statali è generalmente garantito tutti i giorni dell’anno, esclusi il 1° gennaio, il 25 dicembre, con l’aggiunta di altri giorni eventualmente stabiliti dal singolo istituto museale. Ovviamente, i giorni e gli orari di apertura sono comunicati dai singoli musei attraverso i canali di informazione ufficiale.

Come accennavo prima, di seguito sono riportate le categorie di visitatori che godono di benefici rispetto all’acquisto del biglietto. Le categorie qui sotto citate sono quelle che beneficiano di gratuità presso i musei statali, ma molto spesso vengono avvantaggiate o godono di riduzione anche nei musei a gestione privata. Dunque, “hanno diritto al biglietto gratuito direttamente presso le biglietterie delle sedi espositive, tramite esibizione di un documento attestante una delle seguenti condizioni:

- visitatori minori di 18 anni, inclusi quelli privi di cittadinanza europea;
- cittadini europei disabili e loro familiare o ad altro accompagnatore che dimostri la propria appartenenza a servizi di assistenza socio-sanitaria;
- guide turistiche dell’Unione europea nell’esercizio della propria attività professionale, mediante esibizione di valida licenza rilasciata dalla competente autorità;
- interpreti turistici dell’Unione europea quando occorra la loro opera a fianco della guida, mediante esibizione di valida licenza rilasciata dalla competente autorità;
- personale dipendente del Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo;
- membri dell’International Council of Museums (ICOM);

- gruppi o comitive di studenti delle scuole pubbliche e private dell'Unione Europea, accompagnati dai loro insegnanti, previa prenotazione e nel contingente stabilito dal capo dell'istituto;
- allievi dei corsi di alta formazione delle Scuole del Ministero (Istituto Centrale per il Restauro, Opificio delle Pietre Dure, Scuola per il Restauro del Mosaico);
- docenti e studenti iscritti alle accademie di belle arti o a corrispondenti istituti dell'Unione Europea, mediante esibizione del certificato di iscrizione per l'anno accademico in corso;
- docenti e studenti dei corsi di laurea, laurea specialistica o perfezionamento post-universitario e dottorati di ricerca delle seguenti facoltà: architettura, conservazione dei beni culturali, scienze della formazione o lettere e filosofia con indirizzo archeologico o storico-artistico. Le medesime agevolazioni sono consentite a docenti e studenti di facoltà o corsi corrispondenti, istituiti negli Stati dell'Unione Europea;
- docenti di storia dell'arte di istituti liceali, mediante esibizione di idoneo documento;
- giornalisti in regola con il pagamento delle quote associative, mediante esibizione di idoneo documento comprovante l'attività professionale svolta.
- per motivi di studio o di ricerca, attestate da Istituzioni scolastiche o universitarie, da accademie, da istituti di ricerca e di cultura italiani o stranieri, nonché da organi del Ministero, ovvero per particolari e motivate esigenze, i capi degli Istituti possono consentire l'ingresso gratuito nelle sedi espositive di propria competenza e per periodi determinati a coloro che ne facciano richiesta;
- personale docente di ruolo o con contratto a termine della scuola italiana. Il Ministero ha aderito all'iniziativa per quanto riguarda l'accesso agli spazi in cui sono allestite mostre o esposizioni temporanee con percorso espositivo separato dall'ordinario percorso di visita. Di conseguenza, gli aventi diritto potranno accedere a tali spazi a pagamento, usufruendo dei buoni di spesa, generabili tramite un'applicazione informatica.”<sup>71</sup>

Degno di nota è anche il portale cittadino VeneziaUnica, il quale permette di acquistare online o presso le biglietterie sparse per la città dei pacchetti per i musei, i trasporti pubblici e i parcheggi.

---

<sup>71</sup><<https://www.beniculturali.it/agevolazioni>>

Sul loro sito è possibile trovare la soluzione più adatta, a seconda del periodo di permanenza e dei propri interessi.

Esistono pass per gli adulti, i ragazzi e gli over 65. Sono soluzioni componibili di più servizi oltre a quelli culturali, ma con una base comune a tutte che prevede il circuito di visita dei Musei di Piazza San Marco, tre chiese del gruppo Chorus e la Fondazione Querini Stampalia.

Uno dei punti di forza di questo pacchetto è la possibilità di riunire in un unico voucher sia la possibilità di visita a musei sotto tutela di diverse direzioni, sia il trasporto all'interno e all'esterno della città.

Uno dei punti deboli di questa piattaforma è l'impossibilità di vendere biglietti di musei o enti che non abbiano stipulato accordi di vendita con essa. In un mondo forse utopico l'ideale sarebbe avere un rivenditore che dia la possibilità al turista di comprare in un unico luogo fisico e non tutti i biglietti che la città mette a disposizione, personalizzando l'offerta al massimo e creando meno confusione possibile.

## **5.2 COME È NATA L'IDEA**

Lavorando a stretto contatto per diverse realtà museali, più nello specifico all'interno della Fondazione Musei Civici e per il Museo Nazionale di Villa Pisani (parte della Direzione Regionale dei Musei del Veneto), mi sono resa conto di come non esista un'idea personalizzata per il turista medio, ovvero per quello che resta in città solitamente per un periodo limitato che non supera i tre giorni.

Come si è potuto constatare dalle precedenti analisi dei visitatori e dei biglietti venduti, Palazzo Ducale è l'unico che supera il milione di visite l'anno, probabilmente perché proposto in tutti i pacchetti, già organizzati e non, venduti e fulcro della maggior parte dei tour proposti nella città. Il Museo Correr, che è il secondo nel gruppo dei Musei Civici e nel biglietto di Piazza San Marco per numero di visite, conta poco più di 300 mila visitatori l'anno, lasciando intendere sia lo scarso interesse da parte del turista medio a visitare un museo meno in vista e pubblicizzato, ma sia la scarsa conoscenza da parte di essi della possibilità di vedere più musei con un unico pass. Questo discorso è facilmente applicabile anche agli altri due musei rientranti nel biglietto di Piazza San Marco, ovvero il Museo Archeologico Nazionale e la Biblioteca Marciana.

A questo proposito, ho voluto intervistare la Dott.ssa Squarcina, Dirigente di area della Fondazione Musei Civici di Venezia, e conoscere la sua opinione sull'attuale condizione culturale della città e le sue opinioni sui biglietti proposti al pubblico.

D: Gentile Dott.ssa Squarcina, grazie per l'occasione concessami per intervistarLa. Lei è una delle dirigenti di una delle più importanti realtà museali presenti nella città di Venezia (e anche in entroterra). Che ruolo pensa che abbia la Fondazione in questo momento e quale si augura che abbia in futuro?

R: *La Fondazione Musei Civici di Venezia ha nella città un ruolo determinante, come lo ha la cultura si tratta di un ruolo determinante perché essa è un faro per molti percorsi: da quello economico a umano. La fondazione musei civici di Venezia raggruppa 12 realtà rappresentative della storia della città e ne rappresenta la trasversalità di rapporti, pensieri e concezioni internazionali. All'esterno si mostra come un punto di riferimento e all'interno mette impegno e sfida. la fondazione si può considerare come pilastro ed elemento determinante per la città. Ha l'impegno di recepire e trasmettere al meglio quali sono i passaggi evolutivi della storia e dell'arte. In aggiunta, il momento attuale è particolare e non esiste un termine unico per definirlo. Il punto di partenza per svilupparsi verso il futuro è uno solo la cultura, la quale è uno strumento che deve essere alla portata di tutti. Bisogna capire se sfruttarlo. L'intento è quello di rendere la cultura fruibile a tutti e i musei luoghi vivi, con vita intellettuale. non devono essere considerati come momenti chiusi e passati. Anzi, il passato è la fondamenta sicura per balzare verso il futuro. ad esempio, il museo del vetro e la sua storia sono determinanti per i nuovi designer. Nel 1895 a murano è stato ideato un bicchiere con lo stelo a molla. murano, per l'epoca, era avanti con la creatività ed è stata un faro per moltissimi creativi delle epoche successive. È necessario guardare, questo per definire il nuovo.*

D: La Fondazione raggruppa al suo interno 11 realtà museali molto diverse tra loro e su tutte spicca quella di Palazzo Ducale. Pensa che i vari musei del gruppo siano promossi e valorizzati alla stessa maniera o c'è la tendenza, anche inconsapevole, di valorizzare più qualcuno a discapito di altri?

R: *No, è come chiedere a una mamma se vuole bene più a un figlio che agli altri. Dall'esterno è difficile capire la difficoltà di portare avanti 11 realtà molto diverse. Gli 11 musei vanno visti come 11 capitoli in un*



*racconto unico. Palazzo Ducale è il più visitato perché emblema della serenissima e tappa necessaria per chi visita Venezia. L'attenzione è mirata in tutte le sedi ed esse sono altrettanto curate. La gestione è uguale per tutti per l'aspetto basico, poi ci sono delle specifiche. L'intelligente gestione della Direttrice Gabriella Belli ha permesso una maturazione dell'identità senza turbare il contesto.*

D: Parlando di biglietti, Palazzo Ducale è il primo museo per numero di visitatori all'interno della città, ma il secondo in graduatoria ovvero il Museo Correr ha un distacco di più di un milione di visitatori. Secondo Lei, questo a cosa è dovuto? Considerando che entrambi sono visitabili con lo stesso biglietto.

*R: Il Palazzo Ducale è imprescindibile ed è qualcosa di fisiologico, qualcosa che il turista sente il bisogno di visitare. La fondazione dà delle opportunità diverse. Oggi come oggi stiamo rivedendo i flussi turistici e le modalità d'approccio. Se si considera il turismo come opportunità, conoscenza, vedere e comprendere questo patrimonio esiste. Il turismo è un tema difficilissimo e il turista rappresenta una grossa sfida. Non basta più fare numeri, ma farli coscienti. bisogna fare in modo che le visite lascino una traccia. La bigliettazione e la prenotazione (chiave di volta e risolutiva soprattutto in momenti come questi) devono aiutare il turista. esso va visto come fonte di investimento umano, un patrimonio. Dobbiamo coinvolgerlo, catturarlo. dentro un biglietto c'è una filosofia. Tornando alla prima domanda bisogna chiedersi qual è il luogo importante e dove aprire un dialogo. Tutti possono avere quella scintilla di interesse. Noi dobbiamo partire dalla dinamicità dialettica. Sono luoghi vitali dove si può innescare una conoscenza.*

La ringrazio per l'aiuto e per l'attenzione concessami.

È maturata in me, quindi, l'idea di ideare un'unica soluzione con cui il visitatore può recarsi in più musei con un unico biglietto, ma senza che questo sia già stato pre-impostato e segua dei determinati criteri, come itinerari con lo stesso tema o musei nella stessa zona.

Questo mio biglietto ideale era stato inizialmente pensato per essere proposto solo all'interno del circuito della Fondazione Musei Civici di Venezia, ma considerando le recenti vicende dovute all'epidemia di Covid-19, che hanno visto la chiusura prolungata di molti musei in città (e quindi una riduzione dell'offerta), penso possa essere facilmente applicata su larga scala a tutti i vari sistemi museali che sono presenti a Venezia ed eventualmente nelle zone limitrofe.

Questo potrebbe avere dei vantaggi positivi come la deviazione dei flussi verso zone della città meno visitate e conseguentemente nei loro musei, ma sempre in un'ottica personalizzata e non di ondata comandata dalle mode.

Molto probabilmente tra gli svantaggi bisognerebbe considerare, se si allargasse l'idea all'intera città, l'eccessiva offerta, che senza un'adeguata comunicazione e spiegazione manderebbe in confusione il turista.

È per questo che oltre a creare il biglietto, la cui struttura verrà spiegata nel prossimo paragrafo, sarebbe ideale progettare un'adeguata e mirata campagna di promozione e valorizzazione della città e del suo patrimonio. Risulterebbe utile far conoscere la ricchezza che si mette a disposizione dei cittadini e dei turisti, senza soffermarsi maggiormente su certi enti piuttosto che su altri.

Comunicazione, promozione e valorizzazione dovrebbero diventare tassativamente le tre parole chiave da usare in qualunque iniziativa abbia a che fare con la cultura e il turismo. In un territorio fragile come quello veneziano andrebbero usate con maggiore forza e influenza per spiegare quanto sia bella, ma allo stesso tempo fragile questa città unica al mondo.

Un biglietto che, quindi, non pensi a un turista con gusti standard, ma a una grande varietà di visitatori con gusti diversi, solo poco informati sull'offerta data. Si cercherebbe, dunque, di creare un ibrido tra il turista con un itinerario programmato nei minimi particolari e il viaggiatore preparato sulla storia e sulla cultura del posto, ma senza una precisa scaletta da seguire durante la visita.

È per questo motivo che vorrei dare, con questa idea, una maggiore possibilità di scelta a chi non conosce (o lo conosce in parte) il patrimonio veneziano.

Dopo aver intervistato la Dott.ssa Squarcina, sono riuscita ad avere il parere sull'attuale situazione del comparto culturale nel territorio anche dall'Arch. Loretta Zega, Direttrice del Museo Nazionale di Villa Pisani.

Essendo il mio modello di biglietto pensato originariamente per un unico sistema museale, che sia gestito da un solo ente, esso può essere rapportato a tutte le realtà pubbliche e private che hanno sotto la propria ala più di un museo.

Sarebbe sicuramente interessante poter pensare a una soluzione che comprenda tutta la zona del veneziano e che quindi esca dai confini dell'isola di Venezia e si spinga nei territori

dell'entroterra ricchi di storia e di fascino, ma poco frequentati dai turisti che soggiornano poche notti.

Si potrebbe pensare a uno sviluppo dell'idea su larga scala o, in alternativa, creare degli itinerari tematici che colleghino musei in zone limitrofe. Quest'ultima idea cozza con quella di un biglietto che segua i diversi interessi del visitatore e non lo faccia seguire un percorso standard, ma potrebbe considerarsi il trampolino di lancio per zone altrimenti lasciate ai margini dei tour e dei soggiorni.

Di seguito l'intervista all'Arch. Zega e le sue opinioni riguardo a questo tema sicuramente sempre attuale:

D: Gentile Arch. Zega, grazie per avermi concesso questa intervista. Lei è a capo di uno dei più importanti musei nel territorio del Veneziano e che ogni anno richiama turisti da tutto il mondo. Pensa che la maggior parte visitatori che arrivano a Villa Pisani vengano dopo un'accurata ricerca o capitino per caso come succede per molte realtà museali presenti nelle grandi città d'arte?

*R: Malgrado il sito sia molto noto, sia ai visitatori veneti sia a quelli italiani, c'è ancora moltissimo da fare per la sua promozione. Gli stranieri vengono perché il sito è presente in molte guide come eccellenza da non mancare, ma certo sarebbe necessario pensare ad una promozione mirata sia ai promotori turistici sia al vasto pubblico dei visitatori. In realtà rispondendo alla sua domanda sono vere entrambe le cose: la ricerca da parte dei turisti viene comunque fatta perché la maggior parte ci viene apposta e non per caso; ma la villa è una delle mete negli itinerari delle Ville venete e dei percorsi d'acqua della Riviera del Brenta e quindi essendo inclusa anche in diversi percorsi tematici accade che molti la visitino casualmente.*

D: Il Museo Nazionale di Villa Pisani si trova sulla Riviera del Brenta, più precisamente a Stra. Questo potrebbe essere visto come un ostacolo per chi fa una breve vacanza di pochi giorni a Venezia. Secondo Lei,

aumentare il tempo di permanenza media dei turisti attraverso la promozione delle bellezze che possono trovare nell'entroterra, potrebbe giovare alle realtà museali come quella che dirige?

*R: Certamente, catturare i numerosissimi turisti che hanno come meta Venezia è uno dei problemi fondamentali per la promozione non solo di Villa Pisani ma più in generale di un turismo di qualità che tenga conto delle molteplici mete alternative presenti in aree limitrofe a Venezia. Il tema è complesso e merita una speciale attenzione da parte dei numerosi soggetti che si occupano del turismo, del trasporto, ecc... Richiede il coinvolgimento della Regione, degli enti territoriali coinvolti, della Direzione regionale Musei Veneto e delle diverse realtà che si occupano delle Ville Venete. Per quanto riguarda invece il Museo Nazionale di Villa Pisani, a mio avviso per la sua promozione è necessario migliorare la comunicazione (in termini di qualità e collocazione delle informazioni nei siti web e nei luoghi opportuni), sottolineare e comunicare ai turisti la presenza di collegamenti per raggiungere Villa Pisani con il trasporto pubblico da Padova e da Venezia (magari attivando una sinergia con l'ACTV); studiare una comunicazione efficace, sempre in tema di viabilità, su autostrade e strade che promuova il complesso museale e infine promuovere itinerari che coinvolgano, oltre a Venezia, le mete turistiche di alta qualità presenti sul territorio magari studiando dei "pacchetti" di viaggio con prezzi congrui che permettano la sostenibilità di un aumento del tempo di permanenza.*

D: La Direzione Regionale dei Musei del Veneto, attualmente, non dispone di biglietti cumulativi per la visita di più musei; fatta eccezione per il Museo Archeologico Nazionale che è stato accorpato a quelli dell'Area Marciana. Secondo il Suo parere, un biglietto personalizzato creato dal visitatore secondo i suoi interessi, ma limitando il numero della scelta delle cose da vedere, potrebbe essere una buona idea? O

preferirebbe la via più classica di un biglietto cumulativo che segua la via di un itinerario già definito?

*R: Per la verità per il Museo nazionale di Villa Pisani abbiamo alcuni percorsi cumulativi a costi agevolati che riguardano non solo altri musei statali ma anche musei civici e perfino musei privati. Per quanto sia molto accattivante l'idea di un biglietto personalizzato dal visitatore stesso, vedo molto difficile la sua realizzazione soprattutto perché, per essere efficace, dovrebbe coinvolgere un numero importante di Musei appartenenti ad enti diversi (Stato, Regione, Comuni, Istituzioni Private). Ciascun ente ha diverse modalità di bigliettazione, rendicontazione; la gestione degli incassi per la vendita della card o del biglietto cumulativo e la redistribuzione degli utili richiederebbero davvero un'organizzazione complessa e non di facile accettazione da parte di tutti i musei che occorrerebbe coinvolgere.*

D: In ultimo, una migliore politica di comunicazione-promozione-valorizzazione, anche attraverso i nuovi canali social, aumenterebbe gli afflussi? Si potrebbe arrivare attraverso canali semplici e che vengono usati nel quotidiano a una maggiore consapevolezza del patrimonio culturale da parte del visitatore?

*R: Assolutamente sì! Siamo ormai tutti convinti che i nuovi mezzi di comunicazione, in particolare i canali social, siano uno strumento indispensabile di "comunicazione-promozione-valorizzazione" e non solo per una mera (ma non trascurabile) questione economica ma proprio per la valorizzazione, la conoscenza, la consapevolezza e la fidelizzazione del pubblico verso il nostro patrimonio culturale, si tratta di una importante opportunità di crescita culturale della Società. Questa è una sfida che dobbiamo raccogliere malgrado le difficoltà tecniche, per la mancanza di strumenti adeguati nelle nostre strutture museali, e generazionali, visto che il personale nei nostri musei ha una età media superiore ai 50 anni e*

*che quindi ha meno dimestichezza con questo tipo di linguaggio comunicativo.*

*Mi preme comunque sottolineare che il tema della comunicazione– promozione dei beni culturali sui social non può essere trattato con le stesse tecniche della comunicazione commerciale, dobbiamo avere ben presente la differenza tra “promuovere” e “vendere” e tra “beni commerciali” e “beni culturali”; la qualità della comunicazione anche sui social deve essere all’altezza della qualità del patrimonio culturale che abbiamo l’onore di promuovere e la difficoltà è proprio quella di trovare modalità di linguaggio e divulgazione innovative e adeguate a questi nuovi mezzi che coinvolgono e raggiungono tutti i tipi di pubblico.*

*Buon lavoro*

La ringrazio per il Suo aiuto e per il tempo dedicatomi.

Inoltre, ho intervistato la Dott.sa Maria Cristina Carraro, responsabile del Servizio Amministrazione, Finanza e Controllo della Fondazione Musei Civici di Venezia, e conoscere il suo parere sulle attuali offerte proposte ai visitatori. Di seguito è riportata la mia intervista:

D: Gentile Dott.sa Carraro, grazie per l’occasione concessami per intervistarLa. Volevo affrontare con Lei la questione dei biglietti proposti dalla Fondazione al pubblico. Mi piacerebbe, innanzitutto, chiederLe di più in merito al biglietto cumulativo di Piazza San Marco. Con esso possiamo visitare tutti i musei dell’Area Marciana. Tra questi c’è Palazzo Ducale, che è il primo museo per numero di visitatori all’interno della città, ma il secondo in graduatoria, ovvero, il Museo Correr ha un distacco di più di un milione di visitatori. Secondo Lei, questo a cosa è dovuto? Considerando che entrambi sono visitabili con lo stesso biglietto.

R: *Per l’area Marciana si è pensato ad un unico biglietto che consenta di visitare Palazzo Ducale, il Museo Correr, il Museo Archeologico Nazionale e le Sale Monumentali della Biblioteca Nazionale Marciana*

*proprio per favorire la visita non solo di Palazzo Ducale, che è forse la meta principale per i visitatori di Venezia, ma anche delle altre sedi, che presentano comunque un notevole patrimonio artistico e delle collezioni di altissimo livello. Tuttavia è vero che una buona parte dei turisti visita soltanto Palazzo Ducale. Talvolta si tratta di mancanza di tempo: i crocieristi oppure i turisti giornalieri, ad esempio, hanno poche ore a disposizione, per cui scelgono di visitare solo la sede più conosciuta e anche più rappresentativa della città. Un'altra ragione può dipendere dal fatto che le agenzie turistiche che organizzano visite guidate spesso offrono tours riguardanti Palazzo Ducale ed eventualmente la Basilica di San Marco, non attribuendo il giusto rilievo agli altri Musei di Piazza San Marco. Talvolta, nel caso di famiglie con dei bimbi, si preferisce non esagerare nella proposta culturale per timore che si stanchino, prediligendo comunque la meta più conosciuta.*

D: Secondo il Suo parere, c'è un problema di comunicazione con il visitatore quando vengono comprati i pass cumulativi? È possibile che non venga recepito ai più l'esistenza della possibilità di vedere altri musei con lo stesso biglietto di Palazzo Ducale? O pensa che ai visitatori importi maggiormente vedere il Palazzo perdendo l'opportunità di visitare anche il resto?

*R: Non credo si tratti di un problema di comunicazione. Sul sito web della Fondazione Musei Civici e nei nostri canali social è chiaramente indicato il percorso espositivo; il biglietto si chiama "Musei dell'Area Marciana" e vengono precisati i musei facenti parte del circuito; molto spesso il personale della biglietteria sottolinea la possibilità di visitare gli altri musei.*

*Prima dell'attuale emergenza sanitaria, il biglietto per l'accesso ai Musei Civici aveva una validità di 3 mesi e non vi era un orario specifico di visita. Ora, in ragione delle misure adottate per contrastare l'epidemia da Covid-19, al momento dell'acquisto del biglietto on-line per i Musei dell'Area Marciana, deve essere scelta la data di visita - che deve essere la stessa per tutti i musei interessati - la fascia oraria per la visita di Palazzo Ducale*

*e necessariamente la fascia oraria per la visita del Museo Correr (da cui inizia il percorso integrato con gli altri due musei nazionali), altrimenti non si conclude l'acquisto. In tal modo la comunicazione è totale e necessitata.*

*Mi sento pertanto tranquilla nell'affermare che le motivazioni che portano a visitare meno i restanti musei della Piazza non riguardano la carenza di comunicazione.*

D: Parlando degli altri pass cumulativi proposti dalla Direzione (Musei del Settecento, delle Isole, ecc.), stanno ottenendo un buon riscontro con il pubblico o vengono preferiti i biglietti singoli e non si coglie l'occasione di visitare più realtà con un unico pass?

*R: Poco dopo l'avvio dei nuovi pass cumulativi, nell'autunno 2019, relativi ai Musei del Settecento Veneziano e ai Musei del Moderno e Contemporaneo, Venezia ha affrontato l'emergenza dell'acqua alta che le ricordo aver molto danneggiato Cà Pesaro e Palazzo Fortuny. Pocodopo è iniziata l'emergenza sanitaria e si è dovuta sospendere l'attività di vendita. A partire dai mesi estivi l'apertura dei musei è stata parziale e, in un primo periodo ha riguardato solo Palazzo Ducale e i Musei del Vetro di Murano e del Merletto di Burano (questi ultimi con ingresso gratuito fino a fine luglio), per cui i pass cumulativi non sono stati proposti. In ogni caso il pass per i Musei delle Isole esisteva già in passato ed è sempre stato molto apprezzato dai visitatori; per il pass dei Musei del Settecento le prime settimane di vendita nell'ottobre 2019 avevano dato un buon riscontro. Ora siamo ad una nuova ripartenza pur in una situazione generale completamente diversa e decisamente più sfidante. Il biglietto integrato dei Musei del Contemporaneo non è stato ancora attivato a causa della chiusura delle sedi che lo interessano. Auspichiamo possa avvenire presto nel 2021.*

D: Veniamo all'ultima domanda. Come Le avevo descritto, l'ultimo capitolo della mia tesi vuole sviluppare una nuova tipologia di biglietto



che vuole dare maggiore libertà di scelta al visitatore e permettere di personalizzare al massimo la sua esperienza. Pensa che questa possa essere una buona idea o resterebbe fedele a quella di proporre biglietti cumulativi con itinerari tematizzati?

*R: Fino all'anno scorso il visitatore aveva già a disposizione un'ampia offerta di biglietti e pass. Oltre ai biglietti per l'accesso ai singoli Musei e il pass per i Musei delle Isole (Murano e Burano), era possibile acquistare il Museum Pass, che ha una validità di 6 mesi e consente l'accesso a tutte le collezioni permanenti dei Musei Civici, ottimo per chi ha molto tempo a disposizione ed è amante dell'arte. Inoltre c'era la proposta della Muve Card, che ha una validità di 12 mesi e consente l'accesso gratuito a tutte le collezioni permanenti dei Musei Civici, oltre ad una serie di ulteriori vantaggi, e che si differenzia tra residenti nel Comune di Venezia e non residenti. In generale, i residenti godono dell'entrata gratuita presso le collezioni permanenti di tutti i Musei, mentre chi risiede nell'Area della Città Metropolitana di Venezia ha normalmente a disposizione 4 giornate all'anno per visitare gratuitamente le collezioni permanenti dei Musei. A questa già vasta panoramica, verso la fine dell'anno scorso sono stati aggiunti anche i nuovi pass per visitare i musei della Fondazione appartenenti alla stessa area tematica: Musei del Settecento Veneziano e Musei del Moderno e Contemporaneo. Coloro che desiderano visitare i Musei Civici di Venezia possono pertanto scegliere fra diverse possibilità di biglietti e di esperienze di visita.*

*Con riferimento alle soluzioni che consentono la massima personalizzazione della visita da parte del turista a Venezia, mi sento di segnalare anche i biglietti venduti da VE.LA. - Società partecipata dal Comune di Venezia e partner della Fondazione Musei Civici – che propone pass comprensivi delle diverse opzioni di biglietto di accesso ai Musei Civici, a cui si aggiungono ulteriori servizi come il trasporto pubblico su acqua e su terra oltre che il possibile accesso ad altri luoghi della cultura veneziana.*

La ringrazio per l'attenzione e l'aiuto dato.

In ultimo, durante la stesura di quest'ultimo capitolo ho avuto la possibilità di poter intervistare di persona, tra gli altri, il Dott. Luca Stevanato, responsabile dell'ufficio di Digital Marketing di VE.LA, importante realtà cittadina che unisce gli uffici e affari del trasporto pubblico a quelli del turismo e degli eventi.

Ne è seguito un colloquio di due ore sul ruolo di Vela nella città di Venezia e delle tecniche innovative da loro adottate per proporre nuovi city pass e biglietti cumulativi all'avanguardia coi tempi.

Grazie alle sue spiegazioni mi è stato possibile apprendere come il portale e-commerce di VeneziaUnica proponga al momento nove tipi di city pass, ma in tempi normali (dunque non di emergenza da Covid-19) se ne contavano circa una trentina. Questi pass combinano la possibilità di vedere i musei dell'Area Marciana, la Fondazione Querini Stampalia, il Teatro La Fenice e di utilizzare i trasporti pubblici presenti in città.

Inoltre, è possibile creare un pass più personalizzato mettendo nel carrello del sito i diversi biglietti di alcune realtà museali e religiose molto importanti nella città (Fondazione Muve, Querini Stampalia, Museo Ebraico, Circuito Chorus, ecc.), il trasporto pubblico e il parcheggio se si viene in macchina.

Mi è stato spiegato come il gruppo Vela sia un unicum in Italia, così come anche i sistemi informatici che utilizza per le prenotazioni di trasporti e musei di proprietà di diverse società e combinate tra loro.

Le vendite gestite da VeneziaUnica, prima della battuta di arresto a livello globale del mercato turistico, erano in forte rialzo, grazie anche a una proposta di prezzi medi per i city pass.

Tra le varie ragioni che hanno portato a una flessione delle vendite dei city pass, oltre al calo generale della domanda di turismo, c'è quella che Venezia si basa soprattutto su un turismo proveniente dall'estero e, in modo particolare, da paesi molto lontani come Stati Uniti, Cina e Giappone. Considerando le difficoltà o le impossibilità degli abitanti di questi paesi di spostarsi dal loro luogo di residenza a causa della difficile situazione sanitaria, il turismo interno italiano non ha garantito dei livelli di vendita nemmeno simili a quelli degli scorsi anni. Infatti, il turismo interno si basa soprattutto su escursionisti, che visitano la città in giornata e non apportano grandi somme di denaro all'interno delle casse della città.

Se vogliamo vederla anche da un punto di vista politico, sul quale verteva una delle mie domande, la giunta istituita dal Sindaco Brugnaro aveva in programma quello di deviare dai punti nevralgici della città (come Piazza San Marco) i flussi massicci dei turisti verso aree di minore affluenza. Se questa proposta era probabilmente degna di nota, è stata affiancata a una politica più affarista in cui si sono costruiti nell'area adiacente alla Stazione Ferroviaria di Mestre dei mega hotel e ostelli economici, pronti ad ospitare migliaia di persone. Facendo un veloce ragionamento si può dedurre di come le idee di detourism, ovvero gli itinerari alternativi presenti anche sul sito web di VeneziaUnica si scontrino con la creazione di posti letto di massa per turisti con potenzialità di spesa medio basse.

Ovviamente, Venezia non deve diventare una meta per soli “paperoni” o una Disneyland del lusso. L'ideale sarebbe poterla trasformare in città sostenibile e con un tipo di turismo adatto ai suoi bisogni. Questo, come spesso accade, si scontra con le politiche meramente economiche.

Tornando al discorso principale, ovvero quello delle card e dei city pass, è facilmente intuibile (anche leggendo le varie interviste proposte in questo capitolo) che ogni diversa realtà museale ha la propria idea.

Se per i musei pubblici, come il Museo Nazionale di Villa Pisani, un pass personalizzato con i musei scelti dai visitatori potrebbe rivelarsi una buona idea ma difficilmente realizzabile per via delle diverse burocrazie, per i Musei Civici i pass da loro attualmente proposti sono già abbastanza e danno una buona offerta, anche se pensati per itinerario e non per gusti personali del visitatore. Discorso analogo per Vela: davano fino a prima del lockdown dello scorso marzo la possibilità di scelta tra una trentina di pass con un massimo di spesa attorno al centinaio di euro. Al momento la spesa massima per un visitatore che acquista un city pass combinato è di 73€. Come per i Musei Civici, che sono in parte privati, anche per Vela un nuovo biglietto cumulativo potrebbe essere un'idea buona, ma se studiato adeguatamente e probabilmente proposto in una realtà diversa. Tutte le più importanti e grandi città turistiche del mondo dispongono di city pass gestiti da enti pubblici o privati e con diverse tipologie di prenotazione che vengono combinate tra loro.

L'idea di proporre all'interno della città di Venezia un nuovo pass, che racchiuda solamente servizi di tipo culturale potrebbe non rivelarsi una strategia totalmente vincente per quello che richiede il visitatore. Infatti, come descritto anche nei capitoli precedenti, il turista che si reca in vacanza a Venezia pernotta mediamente 2,4 notti. È chiaro, dunque,

come l'acquisto del Museum Pass proposto dalla Fondazione Muve (che ha una durata di 6 mesi e permette la visita a tutti i musei del gruppo) non sia la scelta più adeguata da fare se si resta un tempo limitato nella destinazione e come, di conseguenza, la prima scelta di biglietti da acquistare ricada sul pass dei Musei di Piazza San Marco. Questo pass, inoltre, ha avuto un rialzo del proprio prezzo da 20€ a 25€, come del resto anche il Museum Pass. Questa scelta strategica ha portato a un maggiore acquisto del primo tipo di biglietto citato, una diminuzione di visitatori, ma allo stesso tempo un maggiore margine di guadagno anche come meno persone.

In fin dei conti, come si è potuto capire, Palazzo Ducale è il simbolo indiscusso della città, il museo che tutti devono e vogliono vedere a qualunque costo. Un aumento del biglietto potrà scoraggiare solamente poche persone.

Dopo aver reperito tutte queste interviste che spaziano di punti di vista e di tipo di gestione è sorta in me una domanda, probabilmente banale e un po' ingenua: ma se la cultura dovrebbe essere a portata di tutti e una chiave per un migliore futuro, è giusto che una qualsiasi realtà museale (non per forza i casi da me analizzati finora) ragioni quasi esclusivamente sotto un'ottica economica e di profitti? O sarebbe meglio lasciare in secondo piano le questioni danarose e ricordarsi che al centro di tutto dovrebbero esserci solamente fini culturali?

Esulando per un attimo dalla questione city pass e biglietti in generale è semplice capire come in Italia la situazione in ambito culturale sia ancora instabile e ci sia un grande divario tra enti pubblici e privati (soprattutto considerando i budget), ma non si sta forse perdendo di vista quale siano le vere priorità degli enti museali e in generale gli istituti di cultura? Siamo veramente disposti a trasformare tutto in sole questioni economiche e vedere numeri al posto di opere d'arte?

Un pass come quello da me pensato potrebbe non cambiare un intero sistema, ma potrebbe aiutare a rimettere al centro della questione il visitatore, il museo e la cultura e non i bilanci da far quadrare a fine anno.

### **5.3 LA SUA STRUTTURA**

Comincerò questo paragrafo con la stessa metafora a cui ho pensato quando ho cercato di idealizzare questa proposta di ticket.

Si pensi ad un'insalata mista. Una di quelle personalizzabili, dove l'insalata verde è la base e resta l'unico ingrediente fisso di tutte le possibili variabili. A questa vengono aggiunti, secondo il gusto del commensale, tutti gli altri ingredienti fino a un numero massimo prestabilito.

La stessa cosa la si può facilmente rapportare in questo biglietto ideale.

Cominciamo dalla base: stando ai numeri dei visitatori non si può che mettere Palazzo Ducale. Questo sia, come si diceva prima, per l'enorme affluenza di visitatori non organizzati, ma anche perché lo si può considerare uno dei luoghi simbolo della città e fulcro di moltissimi tour organizzati.

A questa base verrebbero, in seguito, aggiunti tutti gli altri musei della Fondazione Musei Civici di Venezia a seconda dei gusti del visitatore. Infatti, ricordo che sebbene nel paragrafo precedente io abbia confermato l'ipotesi che questa idea sia potenzialmente applicabile a qualsiasi sistema museale, è qui costruito per essere già messo idealmente in funzione dal gruppo MUVE (ed eventualmente allargato all'intera città di Venezia mantenendo la stessa base di partenza).

Certamente, non sarebbe l'ideale permettere a un turista che si ferma in città solamente un weekend di comprare nel pass 10 musei, poiché il tempo per vederli tutti (se ci atteniamo ai consigli su come visitare un museo descritti nel Capitolo Primo) non sarebbe abbastanza.

Per questo sarebbe consigliabile mettere appunto dei pacchetti personalizzati di diversa durata, presumibilmente pensati per essere utilizzati in tre, cinque o sette giorni. Questa ipotesi di durata è da pensare solo in base ad un'ottica turistica. Gli attuali pass come il Museum Pass permettono al visitatore di vedere tutti i musei della Fondazione nell'arco di sei mesi, ma è quasi impossibile che un turista che arrivi dall'estero torni in questo lasso di tempo per utilizzare le entrate rimaste. La si può considerare una formula di biglietto vincente per un turista o escursionista, che arrivi da zone limitrofe e può permettersi di tornare a Venezia più volte nell'arco del tempo. Bisogna, però, considerare che visto i tempi incerti e l'imprevedibilità della vita chi, conscio dell'offerta del Museum Pass, lo comprerebbe sapendo di abitare a più di una certa distanza dalla città?

Probabilmente, dopo la prima ondata di epidemia di Covid-19, che ha messo davanti agli occhi delle persone la possibilità di un nuovo *lockdown*, poche persone avranno o penseranno di comprare questo tipo di pass di così lunga durata.

Questo biglietto è rivolto e pensato quasi esclusivamente per dei visitatori temporanei e non per gli abitanti di Venezia o per degli escursionisti abituali, i quali potrebbero continuare ad usufruire dei pass già esistenti di durata più lunga, come il Museum Pass o la VeneziaUnica City Card pensata per i cittadini.

Il prezzo, impossibile da calcolare su questa tesi per la mancanza di materiali contabili dei vari musei, si potrebbe basare su dei prezzi dei singoli musei ridotti in maniera vantaggiosa per il visitatore. In questo modo, vedendo la possibilità di pagare meno e vedere di più, si otterrebbero più acquisti di questa tipologia di pass e il tipo di servizio migliorerebbe, come conseguentemente il tipo di turismo che affolla le sale dei vari musei.

## **5.4 I VANTAGGI DI QUESTA TIPOLOGIA DI BIGLIETTO**

Al momento sono disponibili per i visitatori molteplici tipologie di biglietto, che comprendono acquisti singoli o pass cumulativi.

Nessuno di questi, però, permette al visitatore di creare la propria esperienza di visita, ma si cerca di indirizzarlo (forzandolo) a una scelta che da solo, probabilmente, non avrebbe compiuto.

Consideriamo un esempio molto semplice: una famiglia di 4 persone (due adulti e due ragazzi sopra i 6 anni) si reca a Venezia e ipoteticamente vuole visitare solamente musei che rientrano sotto la direzione della Fondazione Musei Civici. Restano in città un weekend, o meglio, dal venerdì alla domenica. Senza considerare il momento di criticità attuale dove alcuni musei sono ancora chiusi o hanno orario ridotto, tutti gli enti sono visitabili. Come è normale, i vari componenti della famiglia hanno gusti diversi e vogliono visitare musei con caratteristiche non accumulabili solitamente in un biglietto che segue itinerari standard. Seguendo i desideri di ogni componente della famiglia si decide di visitare Palazzo Ducale, il Museo di Storia Naturale, Ca' Rezzonico e Palazzo Fortuny. Verosimilmente si visiteranno due musei al giorno. Ora si deve considerare che per il primo museo citato esiste la possibilità di vederlo solo attraverso il biglietto cumulativo di Piazza San Marco, che costa 25€ per gli adulti e 13€ il ridotto. Consideriamo, però, che è prevista l'offerta famiglia e che tutti pagano ridotto. Questo vale anche per gli altri musei scelti dalla famiglia di turisti, tranne che per Palazzo Fortuny.

Quindi, abbiamo tre possibilità di acquistare i biglietti famiglia e una in cui dobbiamo comprare i singoli, sempre se non si rientra tra le gratuità previste e differenti in ciascun museo.

La visita diventerebbe così scomoda e complicata, perché anche comprando i biglietti telematicamente avremmo quattro diversi allegati a cui fare riferimento all'entrata di ogni museo.

La visita potrebbe semplificarsi attraverso l'acquisto del Museum Pass, ma la nostra famiglia viene da molto lontano e non riuscirebbe a giovare dell'offerta proposta poiché sicuramente non tornerebbe a Venezia nell'arco di sei mesi.

Facendo due rapidi calcoli, anche grazie ai tariffari presenti sul sito di MUVE, è facile capire che nonostante ci sia la possibilità di pagare quasi sempre il biglietto ridotto, la spesa supera abbondantemente i 100€.

Questo può portare a diverse opzioni di scelta:

- La famiglia si può permettere la spesa e decide di visitare tutti i musei, senza acquistare il Museum pass o altri tipi di biglietti cumulativi di cui beneficerebbe in parte;
- La famiglia decide di risparmiare comprando il Museum Pass, ma visita solo i musei interessati rendendo l'acquisto praticamente inutile;
- La famiglia sceglie di non visitare alcuni dei musei che aveva messo in programma, creando malumori all'interno del gruppo che potrebbero rovinare la riuscita dell'intera vacanza.

Se si adottasse una tipologia di biglietto come quella da me pensata, si darebbe una possibilità anche alle fasce di visitatori meno abbienti di vedere solo quello che interessa ad un prezzo logico.

Tutto questo sarebbe possibile solo grazie ad una precedente giusta campagna di promozione-comunicazione-valorizzazione, la quale spieghi al turista/visitatore l'importanza e la varietà di ciò che sta e che può visitare.

## 5.5 LA VENDITA

Come poter vendere al meglio un biglietto che richiede sicuramente molta ponderazione nella scelta di cosa visitare in mezzo a tutte le offerte proposte?

Sicuramente il mezzo migliore è un portale sul web o anche una semplice app. Si potrebbero creare entrambe le cose, sia per facilitare l'acquisto dei biglietti prima della partenza del turista, sia per permettere a chi è già in città di comprarli dal proprio smartphone in qualsiasi momento e situazione.

La mia idea non è quella di creare un sito o una app nuovi, ma di utilizzare i portali di prenotazione e di vendita già esistenti in città (come quello di VeneziaUnica) e porli come tramite tra i turisti-visitatori e gli enti museali interessati in questa nuova idea.

Non penso che la vendita in loco, attraverso le biglietterie dei musei e i punti vendita autorizzati, sarebbe una buona idea. Se le persone cominciassero a farsi costruire il proprio biglietto in uno di questi luoghi, si rischierebbe la creazione di uffici affollati e congestionati con conseguenze di malumori e fraintendimenti tra i venditori al front desk e gli acquirenti.

Per questo motivo, come già anticipato nei precedenti paragrafi, un'ottima campagna di promozione-comunicazione-valorizzazione potrebbe solo che giovare ed aiutare nella creazione di questa idea.

Per usare una metafora naturalistica, "prima di seminare qualcosa bisogna prima preparare il campo per poi provare a farci nascere qualcosa". Lo stesso concetto lo si può applicare alla vendita di una nuova tipologia di biglietto, in questo caso museale.

Prima di tutto, quando l'idea è definita dai vari uffici e organi competenti dell'istituto in questione, la si lancia attraverso i propri portali di comunicazione come i social network, il proprio sito internet fino a mezzi più tradizionali come la stampa. Successivamente, si ripropone la notizia ripetutamente, in modo che tutti ne vengano a conoscenza e non arrivino impreparati alla visita.

Sarebbe ideale comunicare questa nuova forma di biglietto per la visita in diverse lingue e attraverso specifici portali che comunichino la notizia direttamente al turista che sta progettando la vacanza da una città o Paese diverso.

Un ruolo chiave lo avrebbero sicuramente le istituzioni, come il Comune, la Regione e, in certi casi, lo Stato. Tutti questi, assieme all'ente museale in questione, dovrebbero usare il



proprio potere mediatico non solo per lanciare questa idea di biglietto (la quale potrebbe dare inizio a un importante cambiamento nella tipologia di turismo culturale effettuato fino ad ora), ma anche per rilanciare il patrimonio culturale italiano e la sua importanza per la nostra Nazione.

Non dimentichiamo che in alcune città come Venezia, soluzioni come questa potrebbero migliorare la situazione di degrado in cui versa l'isola a causa di un turismo "malato". Come già detto nei precedenti capitoli, i turisti che affollano le calli della città non sono (il più delle volte) consapevoli di quello che visitano e girano senza una meta, alla ricerca dello scorcio perfetto per scattare la foto perfetta per Instagram, piuttosto che per conoscere la cultura e la storia millenaria di questa destinazione.

Un biglietto personalizzato come il mio darebbe il là per "costringere" i turisti ad informarsi anticipatamente su cosa intendono visitare e a farsi già un piano di visita pre-impostato. Se questo può sembrare come la sublimazione dell'identikit del turista, io lo vedo come un'ibridazione tra il turista super programmatore e il viaggiatore rispettoso e sapiente della storia che lo circonda.

Per riassumere, penso che il modo migliore per vendere questo tipo di ticket sia unicamente attraverso canali telematici, dopo un'accurata promozione via media (tradizionali e non) e con l'intenzione di valorizzare maggiormente il patrimonio proposto al visitatore; questo senza incanalare i flussi su un unico museo-symbol, ma deviando le persone verso più direzioni altrettanto belle e interessanti.

## CONCLUSIONI

Questa tesi è stata un viaggio cominciato dall'analisi del turismo culturale nel corso dei secoli, passando all'interno del mondo dei musei e dei suoi sistemi e arrivando al caso studio di Venezia.

La cultura ha sempre fatto parte della storia dell'Uomo e sempre lo accompagnerà, mutando nella forma e nei contenuti.

Se come è stato visto, prima si trattava di una pratica totalmente elitaria e destinata ad un pubblico di pochi eletti, ora è diventata di pubblico dominio, a rischio disinformazione e fraintendimenti.

Siamo passati da un consumo della cultura lento a un vedi-e-scappa, ma prima non dimenticarti di postare qualcosa sui social.

Probabilmente ho usato molto spesso toni polemicici verso i social e il loro utilizzo da parte dei turisti nei contesti culturali, ma questo solamente perché penso che vengano utilizzati nel modo più sbagliato. Non vengono, infatti, usati come mezzo di un racconto di un'esperienza o di un passaggio sensato della destinazione, ma solo (nella maggior parte dei casi) come testimonianza di aver passato un'ora all'interno delle mura di un qualsiasi museo e aver fatto abbastanza scatti per testimoniare agli amici il passaggio dentro questo. Quasi nessuno guarda più al contenuto, ma solo alla forma. Non ci si sofferma su quello che scriviamo, sui sentimenti che mostriamo attraverso la foto, ma solo se lo scatto è esteticamente bello e in grado di catturare abbastanza like per accrescere l'ego personale.

È questo che è diventato il turismo culturale in città come Venezia. I musei, le strade, i luoghi simbolo altro non sono che i palcoscenici fissi dove girare milioni di video e scattare altrettante foto senza significato, o forse con uno temporaneo.

Questo tipo di turismo è diventato come una cena in un fast food: non ti informi sul menù, sulla storia del locale o sul tipo di scelte fatte dal ristoratore per servirti quello che mangi. Scegli la meta (tornando a parlare di turismo) perché va di moda, perché nel bene o nel male l'hai vista parecchie volte in televisione o nei media e vuoi anche tu apparire sullo sfondo. Pochi turisti sanno veramente quanto l'acqua alta sia un problema serio per Venezia e minacci di far scomparire per sempre questa meraviglia del mondo. Per quelli che la trovano durante il loro soggiorno è solamente l'occasione di mettere in atto le lezioni di nuoto prese all'età di 6 anni o fare finta di essere all'Aquafan di Riccione.

Non voglio avere la presunzione di dire che la mia idea di biglietto, se mai un giorno avesse la fortuna di diventare realtà, possa sistemare le cose definitivamente e trasformare di punto in bianco un turismo culturale malato in uno perfetto. Quello in cui spero è che il potenziale turista che vuole venire in vacanza a Venezia, prima di acquistare un pacchetto di visita culturale perché vantaggioso economicamente, si informi su tutte le possibili variabili che la città offre che vanno ben oltre Palazzo Ducale e la Basilica di San Marco.

Venezia non è solo quello, come Pisa non è solo la sua torre o Roma il Colosseo. Venezia è un insieme di storia, arte, scienza, natura e tanto altro, che ha avuto inizio dopo la caduta dell'Impero Romano e che si sta proiettando verso il futuro.

Così sono anche i musei: non sono solo una raccolta di tante antichità od oggetti di un determinato ambito di studio. Si tratta del nostro biglietto da visita verso il mondo che costruiremo domani e che racconteranno ai nostri nipoti la strada che abbiamo fatto per arrivare al progresso.

Vorrei terminare la mia tesi con una frase dello scrittore francese Antoine de Saint-Exupery, autore del Piccolo Principe, il quale affermava che:

“Fare dono della cultura è fare dono della sete. Il resto  
sarà una conseguenza.”

Bisogna essere assettati di sapere, affamati di curiosità e vivere la propria vita alla ricerca della conoscenza. Solo così si potrà migliorare, non solo in ambito turistico, ma in ambito umano.

## **BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA**

Agnetti M., Il facility management per la valorizzazione dei Beni Culturali: l'esperienza della Fondazione Musei Civici di Venezia, Venezia, 2011.

Annuario del Turismo 2017.

Battilani P., Si fa presto a dire patrimonio culturale. Problemi e prospettive di un secolo di patrimonializzazione e cultura.

Blaise P., Pensieri, Einaudi, Torino, 1962.

Boyer M., Il turismo: dal Gran Tour ai viaggi organizzati, Trieste, Editoriale Libreria, 1997.

Calcagno M., Faccipieri S, Nuove forme di interazione nella fruizione di prodotti culturali, Venezia, 2011.

Candela G. e Figini P., Economia del Turismo e delle Destinazioni, McGraw-Hill Education, 2010.

Canestrini D., Andare a quel paese, Feltrinelli, Milano, 2001.

Canestrini D., Turistario. Luoghi comuni dei nuovi barbari, Baldini&Castoldi, Milano, 1993.

Cellini R., Cuccia T., Ingressi gratuiti e a pagamento nei musei italiani. Recenti evidenze empiriche e implicazioni, Fascicolo 3, 2019.

Cortéz-Jiménez I., Which Type of Tourism Matters to the Regional Economic Growth? The cases of Spain and Italy.

DCMS, Paul Roberts' report, Nurturing Creativity in Young People.

Greg R., Cultural Tourism: A review of recent research and trends.

Grossi R., *Introduzione alla Cultura del Turismo, Locomotiva del Paese*, Formez PA, 2014.

Marini Clarelli M. V., *Il museo nel mondo contemporaneo. La teoria e la prassi*, Roma, 2011.

Pastori G., *Tutela e valorizzazione dei beni culturali in Italia: situazione in atto e tendenze*, in *Aedon*, 2004, n.3.

Radoccia I., *La tutela giuridica dei beni culturali*.

Richards G. e Wilson J. 2007, *Tourism, Creativity and Development*, London, Routledge.

Santagata W., *Elogio della gratuità*, *Il Giornale dell'arte*.

Sergio S., *La Valorizzazione dei beni culturali mediante il turismo*.

Solima L., *Il pubblico dei musei. Indagine sulla comunicazione nei musei statali italiani*, Roma, 2000.

Stefanini S., *La differenza tra turista e viaggiatore spiegata in queste 10 illustrazioni minimali*.

Stinco E., *I Musei Civici di Venezia*.

United Nation Environment Programme (Unep), *Environmental Codes of Conduct for Tourism*, technical report n. 29, 1995.

Van der Borg J., Petric L., Hell M., *Process orientation of the world heritage city management system*, *Journal of Cultural Heritage*, vol. 44.

Weber F., *Overtourism. An analysis of contextual factors contributing to negative developments in overcrowded tourism destinations*.

[http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/focus/focus/Seminario\\_Il\\_valore\\_del\\_patrimonio\\_culturale\\_idee\\_a\\_confronto](http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/focus/focus/Seminario_Il_valore_del_patrimonio_culturale_idee_a_confronto)

[http://www.treccani.it/enciclopedia/museo\\_%28Enciclopedia-dei-ragazzi%29/](http://www.treccani.it/enciclopedia/museo_%28Enciclopedia-dei-ragazzi%29/)

<https://libreriamo.it/arte/beni-culturali/10-motivi-per-cui-vale-la-pena-visitare-museo/>

<https://www.nonsprecare.it/come-visitare-un-museo>

<https://www.fusiontourism.com/2016/01/10-differences-between-a-traveller-and-a-tourist/>

<https://italiapost.it/overtourism-che-cos-e-significato-soluzioni/>

<https://www.rainews.it/dl/rainews/media/La-parola-del-momento-Overtourism-E-Venezia-naturalmente-capitale-mondiale-3d749e9f-9c39-4bfd-8a81468b1d411ea5.html#foto-1>

<http://www.rainews.it/dl/rainews/media/La-parola-del-momento-Overtourism-E-Venezia-naturalmente-capitale-mondiale-3d749e9f-9c39-4bfd-8a81>

<https://www.ilsole24ore.com/art/viaggi/2018-07-20/venezia-overtourism->

<https://www.emilianofarina.it/overtourism-italia/>

<https://www.lonelyplanetitalia.it/articoli/costume-e-societa/cosa-fare-contro-overtourism>

<https://www.italiaconvention.it/news/overtourism-un-problema-crescita/>

<https://www.lonelyplanetitalia.it/destinazioni/italia/venezia>

<https://www.visitmuve.it/>

<https://www.museivenezia.it/>

<https://www.ilsole24ore.com/art/fondazione-muve-puo-contare-un-autofinanziamento-97percento-ACJXRY6>

[https://corrieredelveneto.corriere.it/veneto/politica/19\\_agosto\\_17/polo-museale-veneto-cancellato-rivolta-8599c932-c0d9-11e9-9815-b24d90df5666.shtml](https://corrieredelveneto.corriere.it/veneto/politica/19_agosto_17/polo-museale-veneto-cancellato-rivolta-8599c932-c0d9-11e9-9815-b24d90df5666.shtml)

<http://www.gallerieaccademia.it/il-museo>

<http://www.gallerieaccademia.it/sites/default/files/inline-images/Decreto%20di%20approvazione%20dello%20Statuto-Gallerie%20dell%27Accademia%20di%20Venezia.pdf>

<https://storico.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/MenuPrincipale/LuoghiDellaCultura/Agevolazioni/>  
[https://it.wikipedia.org/wiki/Musei\\_nazionali\\_italiani](https://it.wikipedia.org/wiki/Musei_nazionali_italiani)

<http://musei.beniculturali.it/progetti/sistema-museale-nazionale>

<https://www.culturaveneto.it/it/web/cultura/musei/reti-e-sistemi-museali1>

<http://musei.beniculturali.it/notizie/notifiche/sistema-museale-nazionale-prosegue-laccreditamento-di-regioni-e-musei>

<https://laltravenezia.blogspot.com/2011/04/le-origini-del-turismo-veneziana.html>