



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale (*ordinamento
ex D.M. 270/2004*)

in Sviluppo Interculturale dei Sistemi
Turistici

Tesi di Laurea

—
Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

Venezia: città d'arte vittima del
turismo di massa.

Relatore

Prof. Jan van der Borg

Laureando

Alessia Mastropasqua
Matricola 833507

Anno Accademico

2015 / 2016

INDICE

Introduzione

1 Cambiamenti economici e sociali del secondo dopoguerra

1.1 Il diverso soddisfacimento dei bisogni dei cittadini negli anni

1.2 Economia e cultura: da mondi distinti a binomio vincente

1.2.1 Cos'è la cultura?

1.2.2 Dove prende piede il fenomeno?

1.3 Modelli di organizzazione territoriale: dal distretto industriale al distretto culturale evoluto

1.3.1 Caratteristiche del distretto industriale

1.3.2 Distretti industriali e distretti culturali a confronto

1.3.3 Diverse tipologie di distretti culturali

1.3.4 Origini del distretto culturale

1.4 Venezia, una panoramica economica, sociale e culturale

1.4.1 Venezia cambia il proprio asse produttivo

1.4.2 La fortuna di Venezia

2 Il turismo veneziano

2.1 Analisi della domanda del centro storico di Venezia

2.1.1 Nascita di un nuovo segmento di domanda: l'escursionismo

2.1.2 Caratteristiche della domanda turistica veneziana

2.2 Analisi dell'offerta del centro storico di Venezia

2.2.1 Il prodotto turistico primario veneziano

2.2.2 Il prodotto turistico secondario veneziano

3 Gli impatti positivi e negativi del turismo a Venezia

3.1 Impatti positivi del turismo sul centro storico veneziano

3.2 Impatti negativi del turismo sul centro storico veneziano

3.2.1 Venezia: nuovo parco tematico

3.2.2 Numero di visitatori in continua crescita

3.2.3 La capacità di carico del centro storico

3.2.4 Costi sociali del turismo veneziano

3.2.5 Costi ambientali del turismo veneziano

3.2.6 Il centro storico ed il suo stato di saturazione

4 Alcuni tentativi passati, presenti e futuri per risollevare il centro storico di Venezia

4.1 Una politica turistica moderna

4.1.1 Tentativi di regolarizzazione dei flussi turistici

4.1.2 Nuovi progetti per la gestione dei flussi turistici del centro storico

4.1.2.1 Progetto ' Venezia Libera '

4.1.2.2 Progetto ' Soft '

4.1.2.3 Progetto ' CRM '

4.1.2.4 Progetto ' Pass4Venice '

4.1.2.5 Progetto ' Ztl Revolution '

4.1.2.6 Progetto ' Turismo sostenibile '

4.1.2.7 Progetto ' San Marco Pass '

4.2 Mestre: puntare sulla Terraferma si può

4.2.1 Il Museo M9

Conclusione

Bibliografia

Sitografia

INTRODUZIONE

Fino al secondo dopoguerra molti dei maggiori Stati sviluppati avevano trovato nella grande industria la loro fonte di benessere sia sociale che economica. A partire dagli anni '70, per la prima volta nella storia, molte città, però, conscie dei danni provocati da questo settore produttivo all'ambiente e alla salute dei propri cittadini e con l'auspicio di riuscire ad ovviare alla globalizzazione ed a tutti quei fenomeni da essa derivati, cercarono e trovarono nella 'dimensione culturale' la propria svolta, il proprio volano di sviluppo, in grado di permettere loro di risollevarsi, contraddistinguersi e generare comunque introito.¹ A spingere le città ad orientarsi verso un'economia basata più sul capitale umano, sociale e culturale-simbolico fu proprio la stessa domanda, la quale avendo superato la "soglia critica del benessere materiale" non fu più solo interessata al soddisfacimento dei bisogni di tipo primario, ma fu incuriosita ed attratta da beni e servizi con un particolare carattere valoriale, in grado di fornirle una posizione nella società.² E fu grazie a questi *input* che proprio attività manifatturiera venne dunque surclassata dall'attività terziaria, che fino ad allora era stata rilegata ai margini dell'economia di ciascun Paese.

Considerati i cambiamenti descritti, la presente ricerca ci mostrerà come Venezia, a partire dagli anni '70 dello scorso secolo, iniziò anch'essa un processo di profonda mutazione economica e sociale, che portò ad un graduale riposizionamento del suo asse economico e ad una progressiva trasformazione del tessuto culturale e sociale

¹ P.L. Sacco, G. Tavano Blessi, S. Vergani, "Turismo e Città d'Arte – Il 'capitale culturale' di Venezia. Quale risorsa per lo sviluppo della città?", Atti della conferenza 'Turismo e Città d'Arte' (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

² Teorie tratte da R. Inglehart, "La Società Postmoderna", Roma 1998 e da P. Bourdieu, "La Distinzione: Critica Sociale del Gusto", Bologna 2000.

dell'intera area, abbandonando così il settore secondario ed investendo in quello terziario.³

Dopo un'attenta analisi della sua domanda e della sua offerta turistica e volto uno sguardo a come la città lagunare ha saputo nel tempo consolidare la propria immagine di destinazione di vacanze per eccellenza di fronte al mondo intero tanto da essere presente nell'immaginario collettivo dei turisti come una delle città da dover visitare almeno una volta nella vita, ci focalizzeremo in modo più approfondito su quelli che sono gli impatti, in particolar modo negativi, che il fenomeno turistico ha avuto sulla località, non solo dal punto di vista ambientale, ma soprattutto dal punto di vista sociale. Per quanto sia vero che esso ha comportato benefici generando introiti, creando occupazione ed mettendo la città in una posizione unica e privilegiata in rapporto a qualunque altra città al mondo, il turismo ha anche provocato una serie di effetti tutt'altro che positivi, che oggi Venezia è costretta a dover fronteggiare ed affrontare. La tesi fornirà, dunque, una visione complessiva della situazione attuale del centro storico della città lagunare e nell'ultima parte, dopo aver presentato alcune manovre adottate negli anni scorsi, si focalizzerà su quelle attuali e future con le quali cercare di governare e contrastare il fenomeno turistico per così risollevarne la propria sorte altrimenti negativa.

³ P.L. Sacco, G. Tavano Blessi, S. Vergani, "Turismo e Città d'Arte – Il 'capitale culturale' di Venezia. Quale risorsa per lo sviluppo della città?", Atti della conferenza "Turismo e Città d'Arte" (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

CAPITOLO 1

Cambiamenti economici e sociali del secondo dopoguerra

Al termine della Seconda Guerra Mondiale, l'Italia, come gran parte del Mondo Occidentale, usciva dal conflitto fortemente abbattuta sia a livello demografico che economico. I morti, solo in Europa, ammontavano a 30 milioni, intere città furono rase al suolo, le industrie vennero completamente distrutte, i collegamenti resi pressoché inesistenti, ed anche l'agricoltura, che fino ad allora era stata l'attività economica principale, era in ginocchio.

Fu così che gli Stati Uniti decisero di intervenire e risanare la situazione: attraverso l'attuazione del Piano Marshall stanziarono 14 milioni di dollari destinati alla ricostruzione dei Paesi devastati dalla guerra e permisero all'Europa di risollevarsi dalle macerie e riprendere la propria ascesa.

La seconda metà del XX secolo è, infatti, conosciuta per essere il periodo di massima espansione economica del Vecchio Continente ed è definita dall'economista francese Jean Fourastié come il *trentennio glorioso*. La crescita economica fu straordinaria: il Prodotto Interno Lordo (PIL) aumentò fino a quasi triplicarsi; l'Italia passò da essere un Paese prevalentemente agricolo ad uno prevalentemente industriale; ed ad agevolare ed a velocizzare questo processo di ristrutturazione fu, senza dubbio, l'introduzione di nuove tecnologie.

A partire dagli anni '70, l'Italia, come altri Paesi europei, dovette ricorrere alla "dimensione culturale" di ciascun territorio, ovvero un mezzo in grado di fornire contenuti e pratiche innovative per poter rispondere alla crescente spinta della globalizzazione e dei fattori da essa derivati, quali: la delocalizzazione produttiva, la circolazione delle merci e dei capitali e i flussi di migranti in cerca di condizioni di vita migliori. Per fuggire da tale omologazione, dunque, gli Stati post-industrializzati fecero della cultura il proprio punto di forza per cercare di mantenere, o addirittura accrescere, il loro benessere economico e sociale.⁴

Ma come è giunto l'uomo a capire di dover scappare dalle convenzionalità industriali e di dover valorizzare il proprio territorio focalizzandosi sulle proprie conoscenze e sulle proprie tradizioni?

1.1 Il diverso soddisfacimento dei bisogni dei cittadini negli anni

Sin dagli albori delle prime civiltà, le città rappresentarono l'emblema delle risorse necessarie allo sviluppo urbano e al soddisfacimento dei bisogni dei cittadini stessi. Se agli inizi, però, tali beni venivano utilizzati superficialmente, col passare degli anni assunsero un ruolo cardine e sempre più significativo, permettendo ai centri urbani di identificarsi in una precisa struttura fisica e societaria in un processo di mimesi con la popolazione. Le aree urbane presentavano e presentano tutt'ora cinque diversi tipi di risorse, identificabili in capitali, potenzialmente utili ed in grado di generare sviluppo economico: il capitale fisico e quello naturale, che furono i motori attorno ai quali si sviluppò la società industriale basata sulla grande industria; ed il capitale umano, quello sociale e quello simbolico-culturale, ovvero le fondamenta sulle quali si pongono le attuali economie dei Paesi occidentali più evoluti.

Sin dalle rivoluzioni industriali, l'obiettivo principe delle economie basate sulla grandi imprese fu quello di produrre beni e servizi in quantità sempre maggiori, al fine di soddisfare i bisogni della popolazione e le aspettative delle intere comunità.⁵

⁴ Ibid.

⁵ P. L. Sacco, M. Viviani, *"Scarsità, Benessere, Libertà nel Contesto dell'Economia dell'Identità"*, «Istituzioni e Sviluppo Economico», 1 (2003), pp. 5-41.

Come possiamo evincere dalle teorie degli studiosi Ronald Inglehart e Pierre Bourdieu, durante l'ultimo trentennio del XX secolo, si superò la "soglia critica del benessere materiale" e ci fu un cambiamento della domanda proveniente dagli stessi cittadini.⁶ Gli Stati, che grazie al boom economico del dopoguerra raggiunsero uno standard qualitativo della vita piuttosto elevato, modificarono le loro richieste, accantonando l'approccio quantitativo in favore di uno più basato sulla qualità dei prodotti e dei servizi. Fu proprio il cambiamento della domanda a spingere ed orientare le economie dei Paesi occidentali verso quei capitali che fino ad allora erano stati accantonati e poco valorizzati: il capitale umano, quello sociale e quello culturale-simbolico. Le società post-industriali si iniziarono, dunque, a focalizzare non più solo sul soddisfare le esigenze primarie, ma si orientarono verso beni e servizi con una sfera valoriale tale da appagare bisogni di tipo identitario, e che aiutavano l'uomo a definire la propria persona ed il proprio *status* nella società in cui viveva.

A rafforzare questa tesi Joan Trullén Thomas e Rafael Boix Domenech, due docenti universitari di economia applicata, rispettivamente nelle università di Barcellona e Valencia, sostengono che *"La competitività delle economie dei Paesi più sviluppati fonda le sue basi non tanto su fattori materiali, ma su fattori immateriali come la conoscenza, agevolati dall'introduzione di nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione che collocano ad un posto centrale nel processo di sviluppo economico variabili fino a pochi anni prima considerate residue."*⁷ Si iniziò a puntare, quindi, su un nuovo cavallo di battaglia: i patrimoni immateriali ben radicati ed esclusivi di ciascun territorio: la conoscenza, il *savoir faire*, le tradizioni, ed il patrimonio culturale ed artistico, perché un bene o un servizio ricco di capitale simbolico acquista più valore agli occhi del consumatore-fruitori.⁸ Si può dunque affermare che il capitale simbolico-culturale iniziò ad occupare un ruolo fondamentale non esclusivamente nell'ambito economico, per gli introiti che può generare, ma anche come strumento per la crescita sociale della popolazione.

⁶ Teorie tratte da R. Inglehart, *"La Società Postmoderna"*, Roma 1998 e da P. Bourdieu, *"La Distinzione: Critica Sociale del Gusto"*, Bologna 2000.

⁷ J. Trullén, R. Boix, *"Economia della conoscenza e reti di città: città creativa nell'era della conoscenza"*, in *"Sviluppo Locale"*, vol.8, n.18, pp 18-41 (2001).

⁸ B.C. Beaudreau, *"Identity, Entropy and Culture"*, in *"Journal of Economics Psychology"*, vol. 27, n. 2, 2006, pp. 205-223.

1.2 Economia e cultura: da mondi distinti a binomio vincente

Fino alla Seconda Guerra Mondiale cultura ed economia furono considerati due mondi distinti ed antitetici. Da una parte trovavamo la cultura, che in un'accezione molto generale, si riferisce alla sfera dell'immateriale, delle espressioni artistiche, morali, intellettuali e delle manifestazioni di valori collettivi; dall'altra parte, invece, c'era l'economia, che seguendo le logiche dello scambio si poneva come obiettivo principale la produzione materiale, guidata dall'interesse individuale e che si basa tutt'oggi su caratteristiche ben precise del bene, quali: l'utilità, il prezzo e l'importanza che gli stessi consumatori ed il mercato gli attribuisce. Al contrario, il valore culturale come ci sottolinea l'economista David Throsby *"non può essere calcolato secondo un'unità comune ed è pluridimensionale, mutevole e probabilmente comprende alcune componenti esprimibili soltanto in termini non qualitativi."*⁹

Tuttavia, l'economia della cultura ha ormai da tempo posto l'attenzione su come le attività legate alla sfera culturale stiano assumendo un ruolo ed un peso sempre crescente nelle economie moderne e possano svolgere un ruolo strategico nelle politiche di sviluppo locale. Il consolidamento delle relazioni tra economia e cultura è dovuto a tre componenti.

Il primo di questi fattori è la crescita del contenuto di conoscenza nella produzione, testimoniato dall'aumento sostanziale di attività innovative e di ricerca; dalla predominanza di servizi; e dal ruolo dominante che stanno assumendo sempre più le caratteristiche immateriali rispetto a quelle materiali di ciascun bene. Un secondo elemento è rappresentato dall'effetto-reddito che deriva dalla crescita di produttività dei beni industriali e, di conseguenza, dalla riduzione dei loro prezzi relativi. Questa riduzione è dovuta al progredire dell'innovazione tecnologica e alla sempre maggiore apertura internazionale delle economie d'oggi. Il risultato di tutti questi processi ha dato vita ad una serie di benefici sulla domanda di beni e servizi non materiali, in quanto l'aumentare del reddito e la diminuzione del costo dei beni primari, porta il consumatore a riallocare il proprio provento in un paniere di consumo molto più ampio. Infine, il terzo ed ultimo fattore che contribuisce a rendere fondamentale il

⁹ D. Throsby, *"Economics and Culture"*, Cambridge University Press, 2001.

ruolo della cultura nell'attuale economia, è la sua natura idiosincratca. Con quest'ultima s'intende il proprio "carattere esclusivo" di una data comunità e ambito di produzione di specifici significati identitari, la domanda di cultura si rafforza come conseguenza della globalizzazione. Infatti, più di qualsiasi altro processo industriale, la produzione culturale è, per sua natura, espressione di un determinato contesto storico e geografico.¹⁰

Fino ad ora abbiamo utilizzato diverse volte il termine "cultura" in modo generico definendolo come quella sfera dell'immateriale, delle espressioni e dei valori, ma in che cosa si concretizza?

1.2.1 Cos' è la cultura?

Il settore culturale annovera al proprio interno un insieme composito di diverse attività. Per meglio comprendere di cosa si tratta, faremo riferimento allo studio svolto da KEA European Affairs per la Commissione Europea nel 2006, meglio noto come "Rapporto Jàn Figel", dal nome del Commissario UE all'istruzione, formazione, cultura e multilinguismo, il quale suddivide in due gruppi le attività culturali. Nel primo insieme ritroviamo il vero e proprio fulcro delle attività culturali: le *visual arts*, le *performing arts* e le *heritage*, ovvero le biblioteche, gli archivi, i musei, le mostre, il teatro, la danza, il circo, la scultura, la pittura e la fotografia; nel secondo gruppo invece costituito dalle *cultural industries*, troviamo le produzioni cinematografiche, video e musicali, le produzioni radio-televisive e dello spettacolo, le agenzie di stampa, l'editoria e la produzione di video-giochi. Il settore creativo, invece, comprende: il design, l'architettura e la pubblicità.¹¹

Facendo riferimento ad un altro studio elaborato da KEA European Affairs per la Commissione Europea, nel 2003, il settore culturale, insieme a quello creativo, ha generato un giro d'affari, nell'insieme dell'UE 27, di ben 654 miliardi di euro, con un contributo al PIL europeo pari al 2,6%. Nel quinquennio 1999-2003 l'incremento del volume d'affari delle attività collegate alla cultura è stato del 5,4% medio annuo, un

¹⁰ R. Dalla Torre, "Il valore economico della cultura in Europa", in "Tafter Journal" 14 aprile 2009

¹¹ *ibid*

valore doppio della crescita del PIL europeo nello stesso periodo, confermando così l'importanza per lo sviluppo che questo settore oggi riveste in Europa. Spostando l'attenzione sul nostro Bel Paese, il contributo economico del settore culturale e creativo è pari al 2,3% del PIL.¹²

Facendo riferimento ai dati appena citati, gli economisti non poterono più considerare la cultura come un settore marginale e di poca incidenza sull'economia dell'intero Vecchio Continente. E fu così che il bene culturale passò da essere un bene meritorio a essere una risorsa per la collettività, indispensabile per far fronte alla globalizzazione ed alle sue conseguenze. Si instaurò dunque, un forte legame tra cultura, economia e territorio, che generò un sistema articolato capace di generare crescita e sviluppo. Stando a questi presupposti, *il concetto di "valore" assume un nuovo connotato strategico per lo sviluppo del territorio: "esso rappresenta il nodo concettuale e strumentale nello sviluppo dell'economia del territorio in funzione della sua correlazione con il concetto di cultura"*¹³.

1.2.2 Dove prende piede il fenomeno?

Il contesto che meglio si prestò a fare da culla a questo nuovo fenomeno di crescita e trasformazione fu, senza dubbio, la città. La città intesa come un territorio di proporzioni più o meno limitate da permettere la realizzazione di sistemi di relazioni tra risorse e società, in grado di fornire servizi e *"quanto altro sia necessario per offrire condizioni favorevoli alla vita sociale (il concetto di città è legato a quello di una molteplicità di funzioni di varia origine e indole, economiche, sociali, culturali, religiose, amministrative, sanitarie, ecc., riunite in un solo luogo)"*.¹⁴

La contiguità spaziale permette la creazione di sistemi di reti tra risorse e società, risorse che modificate, elaborate e perfezionate dall'uomo sono in grado di fornire una risposta concreta alle necessità ed ai bisogni degli attori del territorio.

¹² P. Marchionna, *"La cultura come valore aggiunto dell'economia post-industriale"*, in *"Post Filosofie"*, Cacucci Editore, 2010

¹³ *ibid*

¹⁴ Definizione presa dal dizionario online Treccani url: <http://www.treccani.it/vocabolario/citta/>

A fungere da substrato in questa situazione di sviluppo economico e culturale ci fu un sempre più profondo e significativo apprezzamento ed interesse da parte della popolazione nei confronti delle espressioni culturali e dei contesti da esse sviluppate. Il “superamento della soglia del benessere” fece sì che la gente si dedicasse maggiormente alle pratiche ricreative e che, di conseguenza, impiegasse i propri guadagni non solo per soddisfare i propri bisogni legati alla sopravvivenza, ma anche per accrescere il proprio desiderio di cultura. Se per molti secoli la cultura è stato un privilegio élitario, destinato alla fruizione da parte di pochi, se non di pochissimi eletti, dagli ultimi decenni del XX secolo è diventato un ambito destinato ad una fruizione collettiva. Si può dunque affermare che, l'accrescimento del livello di cultura da parte di quasi la totalità dei cittadini e le avanguardie tecnologiche, che hanno permesso notevoli migiorie, hanno contribuito notevolmente a far diventare il settore culturale una delle maggiori leve per lo sviluppo economico e sociale.

Logicamente, al fine di spiccare in un mondo ormai vittima della globalizzazione, ciascuna città ha messo in luce, culturalmente parlando, quanto di più peculiare ed autentico aveva nel proprio territorio, in modo da poter essere riconosciuta nella moltitudine. Ma come ha potuto ciascuna città, che ha deciso di dare un'impronta culturale alla propria economia, organizzare il tutto? Per meglio comprendere come si sono creati i primi distretti a carattere culturale, bisogna fare qualche passo indietro e analizzare la prima forma di sistema di sviluppo territoriale: il distretto industriale, dal quale ha poi preso origine il distretto culturale evoluto.

1.3 Modelli di organizzazione territoriale: dal distretto industriale al distretto culturale evoluto

Dalla nascita delle prime civiltà fino al secondo dopoguerra, le città hanno assunto il ruolo di catalizzatore della crescita della società, fungendo da spazio circoscritto, dove avveniva l'elaborazione e la lavorazione di risorse allo scopo di produrre beni e

servizi.¹⁵ A seguito della globalizzazione, però, la città ha subito diverse modificazioni, non solo dal punto di vista economico e sociale, ma anche dal punto di vista della conformazione dei propri spazi, facendo così vacillare le teorie fino ad allora prese in esame. Solo a fronte di queste trasformazioni, gli studiosi iniziarono a cimentarsi nell'elaborazione di strumenti di *policy* e *governance ad hoc* volti a progettare una pianificazione strategica del territorio.¹⁶

A partire dalla seconda rivoluzione industriale, lo sviluppo territoriale è stato caratterizzato da un'accentuata concentrazione spaziale di capitale fisico nei centri urbani, dapprima autogestitosi ed a seguire pianificato in modo tale da poter generare un *trend* produttivo di crescita. Se durante questo periodo ad essersi affermata come cardine dell'economia dei maggiori Paesi industrializzati è stata la grande industria, come afferma lo studioso Becattini durante un seminario ai suoi studenti: *"nel campo della produzione, chi menava la danza era la grande impresa industriale"*¹⁷, nei decenni a seguire l'economista Alfred Marshall troverà in un modello distrettuale la strategia perfetta per garantire un'ascesa economica costante degli Stati industrializzati.

Il distretto industriale, chiamato anche marshalliano, in onore del suo fondatore, *"è quel sistema produttivo basato sulla piccola e media impresa che ha caratterizzato il modello di sviluppo economico italiano e che è stato descritto come il fenomeno della "Terza Italia", ovvero l'alternativa al sistema produttivo basato sulla grande industria."*

¹⁸ Secondo Marshall, questa nuova forma di organizzazione territoriale ha avuto sin da subito un successo straordinario, in quanto si basa su economie di localizzazione, vale a dire sulla contiguità spaziale di manodopera e risorse per cercare di contrastare la costante crescita del costo dei trasporti e del lavoro, dovuti all'ampliamento dei mercati e dello sviluppo economico. Ma quali caratteristiche deve avere un insieme di piccole imprese per essere definito "distretto"?

¹⁵ P.L. Sacco, G. Tavano Blessi, S. Vergani, *"Turismo e Città d'Arte" – Il 'capitale culturale' di Venezia. Quale risorsa per lo sviluppo della città?*, Atti della conferenza 'Turismo e Città d'Arte' (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

¹⁶ Per Piano strategico di una città si intende *"un atto volontario di costituzione e condivisione di una visione futura della città, del suo posizionamento rispetto ad altre città, territori e sistemi socio-economici, di esplicitazione di obiettivi e di strategie per conseguirli mediante politiche ed interventi pubblici e privati"* tratto da C.A. Barbieri, *"Rapporto tra piano strategico e piano urbanistico. Quattro città a confronto."*, 2001

¹⁷ G. Becattini, *"Alle origini della campagna urbanizzata"*, dispense per il seminario tenutosi il presso la Facoltà di Architettura il 15/05/2000, corso di Urbanistica, Università di Firenze.

¹⁸ A. Bagnasco, *"Tre Italie. La problematica territoriale dello sviluppo italiano"*, Bologna, il Mulino, 1977.

1.3.1 Caratteristiche del distretto industriale

Il distretto industriale è un insieme corposo di imprese indipendenti di piccola e media entità che si localizzano nella stessa area geografica e che si specializzano in diverse fasi dello stesso processo produttivo.¹⁹ Come si può ben capire, la presenza di diverse piccole imprese in un territorio delimitato non è un elemento sufficiente per dar vita ad un distretto. Tra le altre caratteristiche principali, infatti, troviamo: la concentrazione spaziale di competenze produttive complementari pertinenti ad una certa filiera e *l'industrial atmosphere, intesa come libera circolazione di informazioni, rapida diffusione di innovazioni tecniche ed organizzative e, più in generale, cooperazione reciproca che diffonde conoscenza e fiducia all'interno del distretto*²⁰; ed infine una serie di fattori che permettano la circolazione delle informazioni. A svolgere un ruolo di fondamentale importanza ed a contraddistinguere il distretto industriale rispetto ad altre forme di organizzazione territoriale è, indubbiamente, il capitale umano, vale a dire tutte quelle competenze radicate e tutte quelle esperienze che ciascuna impresa facente parte del distretto mette a disposizione della comunità con la quale collabora ed interagisce costantemente. Avere più aziende specializzate in una o in poche fasi del processo produttivo permette un più accurato e dettagliato svolgimento di ciascuno *step*. Si viene così a creare un "sistema locale integrato". *"La produzione, le relazioni economiche e sociali tra produzione e comunità e i valori di fiducia e di appartenenza costituiscono le trame che caratterizzano la società e il territorio in cui il distretto nasce e si sviluppa."*²¹ Dunque a fare da basi portanti ci sono le capacità sedimentate all'interno della comunità e tutte politiche che valorizzano le risorse di ciascun territorio.

A contrapporsi a questo modello di distretto industriale "europeo", troviamo un modello "americano", basato sui *cluster*, teorizzati da Michael Porter, dove le componenti "culturali" ed intangibili assumono una rilevanza minore rispetto a quella dei distretti marshalliani; infatti a svolgere il ruolo principale troviamo *la dimensione*

¹⁹ P. L. Sacco, S. Pedrini, "Il distretto culturale: un nuovo modello di sviluppo locale?" in "Ottavo Rapporto delle Fondazioni Bancarie" saggio dedicato a G. Becattini, ACRI Roma, Ottobre 2003

²⁰ A. Marshall, "Principi di Economia", Isedi, Milano, 1972 e A. Marshall, "Economia della produzione", Isedi, Milano, 1975.

²¹ P. L. Sacco, G. Ferilli, "Il distretto culturale evoluto nell'economia post industriale", Working Paper, Università Luav di Venezia, luglio 2006.

*spaziale della filiera ed il “modello fisico” di agglomerazione che si traduce in precise forme di economie localizzative*²² Secondo l'economista americano, ciascun territorio deve attraversare tre fasi per poter diventare un vero e proprio distretto. Il punto di partenza è inevitabilmente sviluppare le imprese presenti sul territorio, sfruttando una manodopera a costi ridimensionati ed accedendo per via diretta alle risorse naturali presenti sul territorio; il secondo passo è quello di produrre beni e servizi standard traendo vantaggio dalle relazioni instaurate con i diversi attori locali, che siano essi privati o statali; per poi arrivare ad uno sviluppo endogeno del *cluster* stesso, producendo beni e servizi sempre più all'avanguardia ed in linea con le tecnologie più avanzate.²³

A partire dagli anni '70 del XX secolo, la cultura inizia sempre più a far parte dei processi di sviluppo locale e dopo circa un decennio cominciano a svilupparsi dei modelli di organizzazione territoriale, su ispirazione dei distretti industriali, ma supportati dalla produzione e dalla fruizione culturale, che prendono il nome di distretti culturali, detti anche *cultural clusters*. Per quest'ultimi s'intende quel sistema di offerta territorialmente ben circoscritto, nel quale è presente un'elevata quantità di risorse culturali con un considerevole livello di articolazione, qualità ed integrazione dei servizi turistici e culturali e un accentuato sviluppo delle filiere produttive ad esso collegate, che ha lo scopo di promuovere lo sviluppo economico e sociale del territorio, valorizzando le risorse culturali, materiali ed immateriali, al fine di sostenere la cultura ed il turismo.

1.3.2 Distretti industriali e distretti culturali a confronto

Il distretto culturale non rappresenta una semplice applicazione delle logiche del distretto industriale all'ambito culturale, poiché solo alcune delle peculiarità del modello distrettuale classico vengono conservate ed applicate alla nuova forma di sviluppo locale. Tra queste possiamo trovare: *la liaison* tra il prodotto ed il territorio, la

²² M.E. Porter, *“Building the Microeconomic Foundation of Prosperity: Findings from the Microeconomic Competitiveness Index*, «Global Competitiveness Report 2002-2003», Harvard University Press, Cambridge (Massachusetts) 2003.

²³ P. L. Sacco, G. Ferilli, *“Il distretto culturale evoluto nell'economia post industriale”*, Working Paper, Università Iuav di Venezia, luglio 2006.

qualità dei prodotti, lo scambio di conoscenze ed informazioni, ed una forte presenza pubblica a sostegno della produzione, in questo caso culturale. L'elemento in comune tra le due tipologie di distretti, che funge da tassello indispensabile per la loro stessa definizione, è dato dalla capacità di creare sinergie tra ciascun individuo ed il territorio.

Il primo tratto distintivo tra i due è dato dal fatto che nel distretto industriale esiste una distinzione sia fisica che temporale tra la produzione del bene e il suo consumo; mentre nel settore culturale vi è una simultaneità temporale ed una coincidenza spaziale tra la creazione e la fruizione del bene o del servizio. In secondo luogo, il distretto industriale nasce come *una straordinaria invenzione di cooperazione involontaria*²⁴, al contrario del distretto culturale che viene generato dalla *costruzione volontaria di agenti politici che individuano nel patrimonio culturale l'asse strategica di un modello di sviluppo*.²⁵ Queste non sono le sole differenze tra i due modelli, in quanto ponendo l'attenzione sulla produzione, ciascun distretto industriale è specializzato in un solo settore, al contrario, il settore culturale si adopera su più fronti, abbracciando ambiti di diversa entità.²⁶ Infine, le diversità sono evidenti anche negli obiettivi che ciascun dipartimento si prefissa, in quanto il distretto classico si pone come fine quello di valorizzare la filiera produttiva, andando così ad incrementare gli introiti di ciascuna impresa al proprio interno, ed in una visione più generalista, andando ad arricchire il territorio e la comunità stanziatasi; mentre il distretto culturale si preoccupa di: ottimizzare

patrimonio culturale sia materiale che immateriale, grazie ad una rete di interazioni costruitasi non solo con gli agenti statali, ma anche con quelli privati; di ampliare l'offerta culturale ed infine di accrescere l'attrattività del territorio.

²⁴ E. Rullani, *“La fabbrica dell’immateriale”*, Carocci, Roma, 2004

²⁵ M. Preite, a cura di, *“La valorizzazione del patrimonio culturale in Toscana: una valutazione di alcune esperienze”*, Fondazione Michelucci, Firenze, 1998

²⁶ P.L. Sacco, S. Pedrini, *“Il distretto culturale, mito o opportunità?”*, Dipartimento di Economia e EBLA Center, Università di Torino, Torino, 2003

Tabella 1: Distretti industriali e culturali a confronto²⁷

	Distretto industriale	Distretto culturale
<i>Obbiettivi del distretto</i>	Valorizzazione di una filiera produttiva	Valorizzazione dei beni culturali e delle filiere culturali collegate
<i>Importanza del contesto socio-economico-culturale</i>	Elevata	Elevata
<i>Nascita del distretto</i>	Spontanea o "naturale"	Istituzionale o "artificiale"
<i>Coinvolgimento attori pubblici-privati</i>	In prevalenza privati con il supporto delle istituzioni pubbliche	In prevalenza pubblici con un coinvolgimento <i>eventuale</i> di attori privati
<i>Separazione produzione e consumo</i>	Presente	Assente (ad eccezione delle produzioni in modalità allografica)
<i>Orientamento all'innovazione</i>	Tendenzialmente alto	Tendenzialmente basso

Fonte: C. Dossena, G. Cioccarelli.

1.3.3 Diverse tipologie di distretti culturali

Più che cercare di trasporre l'organizzazione distrettuale al settore culturale bisogna cercare di capire come la capacità di attivazione economica di un territorio, che ha caratterizzato il modello distrettuale industriale, possa essere adoperata in contesti dove a fare da padrona è una cospicua quantità di offerta culturale effettiva e potenziale, grazie ad una ridefinizione opportuna dell'organizzazione distrettuale. Walter Santagata, uno dei maggiori studiosi dell'economia della cultura, nella sua concezione di distretto culturale tiene ben presente il ruolo della componente immateriale all'interno di una logica organizzativa di natura distrettuale. L'economista infatti sostiene che il distretto culturale nasce dall'esigenza di rendere sostenibile lo sviluppo del territorio, senza gravare sulle condizioni ambientali del luogo nel quale prolifera; e dalla produzione di beni e di servizi basati sulle conoscenze e sulle tradizioni locali, per così accrescere il valore qualitativo del prodotto anziché quello

²⁷ C. Dossena, G. Cioccarelli, "Dal distretto industriale al distretto culturale evoluto", in G. Cioccarelli, A. Francesconi, "Organizzare i distretti evoluti", F. Angeli, 2013.

monetario.²⁸ I prodotti, infatti, *cultured-based*, sono frutto di un'alta specializzazione, sono indissolubilmente legati ad un luogo, ad una comunità e alle sue tradizioni. Tutti questi elementi vengono a far parte del cosiddetto *capitale culturale*, che può essere definito come: "un vantaggio che prende corpo, ruota attorno e produce valori culturali in aggiunta ai contenuti economici che possiede."²⁹ Per capitale culturale s'intendono sia tutte quelle espressioni tangibili, vale a dire opere d'arte e design, che le espressioni intangibili, immateriali come le idee, le convinzioni, le tradizioni e i valori condivisi che permettono poi di dar vita alle opere materiali. Qualunque sia, dunque, la sua natura, il capitale culturale dà origine a prodotti dal contenuto sia culturale che economico.

W. Santagata afferma, inoltre, che i distretti culturali vengono definiti in base al bene prodotto, ma essendo comunque il risultato dell'applicazione delle conoscenze tacite e delle esperienze vissute all'interno di una comunità, sono genericamente definiti beni idiosincratici.

E' molto interessante l'organizzazione distrettuale elaborata da W. Santagata applicabile a tutte quelle aree produttive ad alto valore aggiunto ed ad alta intensità di capitale umano, tipico delle economie post-fordiste. E' un modello organizzativo adottabile solo in contesti dove è presente una *governance* territoriale molto evoluta. L'economista definisce così quattro diverse tipologie di distretti culturali, in base alla tipologia di bene culturale prodotto, alle forme di tutela della produzione intellettuale ed ai meccanismi di circolazione della conoscenza:

- *Industrial Cultural District*
- *Institutional Cultural District*
- *Museum Cultural District*
- *Metropolitan Cultural District.*³⁰

²⁸ W. Santagata, "Cultural district, property rights and sustainable economic growth", EBLA Center WP. 01/2002. E W. Santagata, "Some effect of creativity on fashion market behavior", EBLA Center WP. 05/2002. E W. Santagata, "Cultural district and economic development", mimeo, EBLA Center, Università di Torino, 2003.

²⁹ D. Throsby, "Economics and Culture", Cambridge University Press (2001).

³⁰ W. Santagata, "Cultural district and economic development", mimeo, EBLA Center, Università di Torino, 2003.

L' *Industrial Cultural District*, è un distretto culturale su impronta industriale, che trova fondamento in un contesto socio-economico ben definito ed articolato, che qualora quest'ultimo venisse a mancare, il distretto stesso fallirebbe. L'*Istitutional Cultural District* prevede, invece, la presenza di istituzioni formali, volte a tutelare i diritti di proprietà e di marchio. Per *Museum Cultural District* s'intende quel distretto che trova fondamento in un centro storico ricco di musei; ed infine con il *Metropolitan Cultural District* si definiscono tutti quei distretti che hanno come fine quello di creare opportunità di crescita in contesti urbani attraverso la sfera culturale. Quest'ultima viene vista come un'opportunità per opporsi al declino del settore industriale classico e per uscire da una logica prettamente legata alla produzione standardizzata delle grandi imprese. All'interno del *Metropolitan Cultural District* si possono distinguere due diverse tipologie di città: le città d'arte e le città della cultura, dove con le prime ci si riferisce a tutti quei centri urbani ricchi di monumenti, musei, chiese e palazzi dediti alla conservazione di sé stessi e all'attrarre turisti; mentre le città della cultura sono tutte quelle città che, oltre ad avere un cospicuo numero di beni architettonici da tutelare e promuovere, sono interessate a generare, sviluppare ed attrarre nuove forme d'arte.

Per quanto puntuale e suggestiva, la divisione data da W. Santagata risulta ridurre ciascuna tipologia di distretto al minimo, tanto da rendere difficile la sopravvivenza degli stessi dipartimenti. Per prosperare e creare valore alla società ciascun distretto culturale dovrebbe incorporare ed integrare ognuna delle quattro forme sopra descritte. Il distretto culturale, infatti, *ha bisogno di un'auto-organizzazione di base che nasce da una capacità imprenditoriale, di una forma evoluta di tutela e di promozione congiunta della produzione del sistema locale, di un recupero conservativo e della valorizzazione del patrimonio culturale preesistente, [...] della capacità di produrre e far circolare idee culturali innovative, inserendo il sistema locale all'interno di un network dell'eccellenza produttiva.*³¹

Un "distretto culturale mono-filiera" è, dunque, da considerarsi limitativo. Per permettere ad un territorio di spiccare all'interno di un mondo ormai globalizzato e di sviluppare interesse, bisognerà indirizzarsi verso una concezione di distretto culturale

³¹ P. L. Sacco, S. Pedrini, "Il distretto culturale: un nuovo modello di sviluppo locale?" in "Ottavo Rapporto delle Fondazioni Bancarie" saggio dedicato a G. Becattini, ACRI Roma, Ottobre 2003

“evoluto”, ovvero fondato su una complementarità tra cultura e attori locali appartenenti ai diversi ambiti, nonché quello sociale, economico e produttivo. In quest’ottica la produzione e la fruizione di beni e servizi culturali non saranno più solo viste come fonte di profitto, ma piuttosto come elementi di una catena del valore in una società post-industriale. La cultura assume sempre più un ruolo di agente sinergico con le varie dimensioni locali della vita quotidiana. Come sottolinea P. L. Sacco, in uno scenario competitivo, non è tanto la cultura ad aver bisogno del distretto, quanto il distretto ad aver bisogno della cultura.³²

Si può quindi affermare che il concetto di sviluppo non è più limitato ai soli fattori tangibili, che seppur considerati nell’insieme, non sono sufficienti per sostenere una crescita del territorio sostenibile e duratura. Il distretto culturale evoluto è il risultato della messa a sistema di tre diversi filoni di pensiero, quello di Richard Florida, di Michael Eugene Porter ed infine di Amartya Sen.

R. Florida sostiene che una crescita economica è possibile solo in contesti tolleranti ed aperti alla creatività, nei cosiddetti *creative milieu*, dove si raggruppano più menti geniali che danno vita a nuove idee e nuove tecnologie, andando così a definire ciò che lo studioso ha definito *The Rise of Creative Class*.³³ A questa linea di pensiero è utile affiancare quanto elaborato da M. E. Porter che, dal canto suo, facendo riferimento alla teoria dei cluster precedentemente definita, ritiene essere di spicco, quei dipartimenti che utilizzano metodi e tecnologie più avanzati al fine di produrre beni e servizi che rendano il territorio competitivo e degno di nota.³⁴ Tuttavia, gli elementi fondamentali per progredire delle teorie economiche moderne sono: il livello della qualità della vita, il grado di innovazione e la capacitazione. Poniamo la nostra attenzione su quest’ultimo fattore: la capacitazione, termine che inizia a prender piede nel settore economico solo alla fine degli anni ’90, quando Amartya Sen vince il Premio Nobel per l’Economia. Lo studioso indiano, per l’appunto, avanza una teoria

³² W. Santagata, “*Cultural district, property rights and sustainable economic growth*”, EBLA Center WP. 01/2002. E W. Santagata, “*Some effect of creativity on fashion market behavior*”, EBLA Center WP. 05/2002

³³ R. Florida, “*The Rise of the Creative Class: And how it’s transforming work, leisure, community and everyday life*”, Perseus Book Group, New York, 2002.

³⁴ M.E. Porter, “*Building the Microeconomic Foundation of Prosperity: Findings from the Microeconomic Competitiveness Index*”, «Global Competitiveness Report 2002-2003», Harvard University Press, Cambridge (Massachusetts) 2003.

del tutto rivoluzionaria nel settore, in quanto riesce ad individuare lo scopo a cui puntano tutte le attività economiche, che non è tanto quello di incrementare il proprio guadagno, quanto piuttosto migliorare la qualità di vita mediante l'acquisizione di nuove risorse, non solo tangibili ma anche intangibili, indispensabili per l'individuazione ed il raggiungimento di obiettivi individualmente e socialmente di rilievo.³⁵ Lo sviluppo, infatti, dev'essere inteso come *un processo di espansione delle libertà reali di cui godono gli esseri umani. In tale prospettiva, tutte le conquiste, nella sfera privata come in quella pubblica e politica, sono soltanto mezzi per accrescere qualsiasi forma di libertà, che rimane, allo stesso tempo, il fine primario e il mezzo principale per conseguire lo sviluppo.*³⁶

La dimensione culturale e simbolica assume, dunque, un peso determinante, tanto da diventare un *asset* strategico per la definizione delle politiche di sviluppo locale economico di riqualificazione del territorio e di risposta alle continue richieste provenienti da un mercato sempre più esigente.

1.3.4 Origini del distretto culturale

Dal punto di vista storico, i pionieri che negli anni '70 per primi puntarono sulla cultura come settore economico trainante dello sviluppo locale furono gli inglesi. Infatti il Greater London Council, ovvero l'ente municipale londinese, elaborò una vera e propria strategia per lo sviluppo di questo settore assai ricco ed elaborato, che includeva i beni culturali, gli spettacoli dal vivo, le arti visive, la fotografia, le industrie cinematografica, televisiva e multimediale, la moda, lo sport, ed altro ancora.³⁷ Questo progetto puntava e punta a creare un forte legame tra le attività culturali e le attività ad esse connesse, *in primis* con il turismo, mediante una specializzazione spaziale, fungendo da requisito affinché le città diventino luogo privilegiato per l'insediamento di attività culturali.

³⁵ A. Sen, "Well-Being, Capability and Public Policy", in "Giornale degli Economisti e Annali di Economia" 7-9, 1994, pp. 333-347.

³⁶ P. L. Sacco, G. Ferilli, "Il distretto culturale evoluto nell'economia post industriale" Dipartimento delle Arti e del Disegno Industriale, Università IUAV di Venezia, Venezia, luglio 2006.

³⁷ P. L. Sacco, S. Pedrini, "Il distretto culturale: un nuovo modello di sviluppo locale?" in "Ottavo Rapporto delle Fondazioni Bancarie" saggio dedicato a G. Becattini, ACRI Roma, Ottobre 2003

A spingere il Greater London Council a considerare l'arte, nella sua accezione più generale, un settore di sviluppo e di sprone, fu la necessità di riqualificare alcune zone di degrado o in crisi. *Utilizzare il settore culturale come motore di ri-funzionalizzazione non solo rispondeva ad una necessità, ma permetteva di realizzare una massa critica nell'offerta dei servizi attraverso la quale si potevano generare delle economie esterne all'impresa e tipiche del distretto che avrebbero potuto ingenerare attività nuove e sussidiarie necessarie per potenziare l'impatto del processo di rivitalizzazione della zona o del quartiere.*³⁸

Fu così che iniziarono a svilupparsi i primi interventi di riqualifica del territorio, che diedero vita al complesso di sale da concerto più grande d'Europa, il Southbank Centre, ed al Tate Modern, nato da un'ex centrale elettrica, ad oggi il museo di arte internazionale più visitato al mondo. Ciò comportò quello che in letteratura è conosciuto per essere il *cultural district*, ovvero un'area urbana nella quale sono localizzate diverse attività della filiera produttiva culturale, e che portano alla costruzione di intere aree volte ad ospitare l'arte, intesa nel suo senso più ampio. La riqualifica di aree dismesse e l'utilizzo del settore culturale come leva di sviluppo deve chiaramente far parte di un disegno progettuale locale più ampio e ben definito, che prende in considerazione il territorio e la città nel quale si deve svolgere. Senza una vera e propria *policy* volta a governare ed integrare l'impiego del settore culturale in un progetto economico locale, il fenomeno non sarebbe altro che fine a sé stesso, e non comporterebbe nessuna progressione economica territoriale.

Gli innovativi progetti di sviluppo territoriale proposti dal Greater London Council vengono presi come esempio da emulare non solo nel resto del Regno Unito, ma anche da molte città d'Europa e del nord d'America; infatti a partire dalla seconda metà degli anni '70, primi anni '80 del XX secolo, molte città iniziano a puntare sulla riqualifica dei propri territori degradati, lasciando che diventino sede di attività e manifestazioni culturali, che permetteranno una rinascita economica locale. Venezia è un chiaro esempio di città italiana che, a fronte di una crisi del settore industriale, ha cambiato il proprio asse produttivo, abbandonando la grande industria per orientarsi verso una produzione culturale sostenibile. Nel paragrafo e nei capitoli a seguire analizzeremo

³⁸ *ibid.*

nel dettaglio l'evoluzione storica economica della città lagunare e ciò che ha comportato questo cambio di direttiva.

1.4 Venezia, una panoramica economica, sociale e culturale

Venezia, capoluogo della Regione Veneto, costituisce una realtà urbana piuttosto complessa ed elaborata, basti pensare alle sue origini storiche, alla sua articolazione sul territorio ed al modo in cui sono distribuite al proprio interno le diverse funzioni urbane. All'interno della città di Venezia convivono realtà tra loro differenti, sia per conformazione e dimensione fisica che per destinazione funzionale, tali da essere talvolta persino opposte tra loro. Il capoluogo lagunare può essere suddiviso in tre macro-zone: la Terraferma, l'Estuario ed in Centro Storico, ed è proprio su quest'ultimo che porremo, nel corso della relazione, la nostra attenzione e analizzeremo nel dettaglio le varie evoluzioni storiche che hanno comportato diversi cambiamenti sia a livello economico che sociale.

Per Terraferma s'intende tutta la zona di Mestre, Marghera e tutti quei territori accorpati a Venezia durante il primo dopoguerra. Questa parte è senza dubbio la più estesa e la più popolosa, in quanto ospita ben l'80% della popolazione totale veneziana. L'Estuario comprende, invece, le isole che si trovano all'interno della laguna, vale a dire Lido, Murano, Burano, Pellestrina e le altre isole di minori dimensioni. Infine, come ultima macro-zona troviamo il Centro Storico, ovvero quella che è conosciuta dalla stragrande maggioranza per essere "Venezia", formata da sei sestrieri (Canareggio, Castello, Dorsoduro, Santa Croce, San Marco e San Polo) e dall'isola della Giudecca. Amministrativamente possiamo trovare ripartizioni ancora differenti, che vanno ad accentuare la complessità della città veneziana.

1.4.1 Venezia cambia il proprio asse produttivo

Nel secondo dopoguerra la città di Venezia era uno dei poli industriali italiani più produttivi e redditizi del Nord Est d'Italia, la propria economia era improntata sul

settore secondario e vedeva primeggiare le industrie chimico/siderurgico, cantieristico/portuale ed artigianale, quasi tutte localizzate nella zona di Marghera.

Sotto il versante culturale, sin dall'antichità, Venezia è stata luogo prescelto per l'insediamento di artisti e uomini di cultura, anche internazionali, impegnati nella composizione e nella creazione di opere d'arte; molti infatti la prediligevano come *location* nella quale dare libero sfogo alla propria creatività ed al proprio estro, soprattutto grazie alle emozioni ed alle suggestioni che la città stessa è sempre stata in grado di evocare e trasmettere. Venezia, inoltre, vantava e vanta tutt'oggi la presenza di diverse istituzioni culturali di rilievo, tra cui la Biennale ed il Gran Teatro la Fenice, in grado di ospitare eventi di carattere mondiale e di attrarre una grande quantità di turisti ed appassionati d'arte provenienti dal mondo intero.

A partire dagli anni '70 del XX secolo, Venezia, come molte altre città europee e nord americane, iniziò un processo di profonda mutazione economica e sociale, che portò ad un graduale riposizionamento del proprio asse economico e ad una progressiva trasformazione del tessuto culturale e sociale dell'intera area. In ambito economico le grandi industrie chimico/siderurgico e cantieristico/portuale, che avevano costituito fino ad allora il fulcro attorno al quale ruotava tutta la produzione locale, persero il carattere propositivo nel territorio, infatti venendo meno la produzione, diminuì anche l'impiego della manodopera. Tuttavia a determinare la svolta epocale per il capoluogo ci fu una sempre maggior consapevolezza da parte dei cittadini dei rischi legati alla propria salute ed a quella ambientale derivanti dai settori produttivi fino ad allora utilizzati. A complicare ulteriormente il destino delle grandi industrie veneziane, inoltre, ci fu l'introduzione di normative volte a tutelare la sicurezza degli stessi lavoratori e dell'ambiente. Tutto ciò comportò la delocalizzazione produttiva in altre aree e la chiusura di intere aree industriali presenti nella zona dell'Arsenale e della Giudecca ed a Marghera.

Venezia, avendo ormai abbandonato la grande industria come settore trainante dell'economia locale, decise di orientarsi verso una nuova risorsa di cui il suo territorio è sempre stato ricco e che fosse in grado di garantire una crescita sostenibile e

duratura: la cultura.³⁹ Ma come può una città come Venezia che ha sempre improntato la sua economia sul settore secondario, cambiare rotta da un momento all'altro e riuscirci?

1.4.2 La fortuna di Venezia

Venezia, a partire dagli anni '70, inizia a percepire i primi segnali di declino economico: la domanda dei propri prodotti di punta inizia a diminuire, ed i nuovi Paesi emergenti risultano avere prezzi decisamente più concorrenziali, provocando così vistose perdite dal punto di vista economico e costringendo gli imprenditori a delocalizzare in altri territori la produzione. Inoltre, lo scontento della popolazione e la sempre maggior consapevolezza dei gravi rischi di salute e delle irreparabili conseguenze provocate all'ambiente dalle industrie sono le maggiori cause della svolta intrapresa dalla città lagunare che abbandona il settore secondario in favore di uno terziario, decisamente più salutare e sostenibile.

A favorire ed a permettere la svolta dell'asse economico di Venezia ci sono stati senza dubbio altri fattori di carattere economico e sociale. Come anticipato nei paragrafi precedenti, l'Europa e più nello specifico l'Italia ha raggiunto uno standard qualitativo della vita piuttosto elevato: i redditi *pro capite* sono decisamente aumentati, tanto che ciascuna famiglia riesce a destinare una parte di esso alle spese non primarie, come sostiene il celebre statistico tedesco Ernst Engel nel suo studio del 1857 *"più povera è una famiglia, maggiore sarà la proporzione della sua spesa totale destinata all'acquisto di generi alimentari"* ed analogamente *"più ricca è una nazione, minore sarà la proporzione di generi alimentari nella spesa totale"*.⁴⁰ Inoltre il fenomeno dell'urbanizzazione, il miglioramento dei mezzi di trasporto e dei servizi e la conquista del tempo libero da parte dei lavoratori, divenuto ora un diritto tutelato dalla legge, contribuiscono allo sviluppo di una realtà economica del tutto nuova e che facilita notevolmente l'adozione del nuovo asse produttivo per Venezia: il turismo.

³⁹ P.L. Sacco, G. Tavano Blessi, S. Vergani, *"Turismo e Città d'Arte – Il 'capitale culturale' di Venezia. Quale risorsa per lo sviluppo della città?"*, Atti della conferenza "Turismo e Città d'Arte" (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

⁴⁰ P. Battilani, *"Vacanze di pochi vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo"*, Le vie della civiltà, Il Mulino, Bologna, 2009.

Il turismo, quale nuovo settore economico/industriale, diviene un fenomeno non più élitario, destinato ad una cerchia ristretta di persone, bensì diviene alla portata di tutti. Il benessere economico raggiunto negli ultimi trent'anni del XX secolo dalla popolazione, permette loro di visitare nuove città, nuovi Paesi, *appagando sempre più la volontà di accrescere il proprio bagaglio esperienziale e la conoscenza del territorio, un bisogno che troverà risposta nella visita delle cosiddette "città d'arte"*.⁴¹

Si stabilisce così una relazione tra beni culturali e turismo del tutto nuova ed originale, dove i beni culturali non sono più visti come un patrimonio da conservare e preservare, essendo testimonianza del passato, ma diventano piuttosto una fonte produttiva, capace di attrarre turisti⁴² e diventare fattori di sviluppo locale.

Venezia, dunque, non si lascia sfuggire l'occasione di poter sfruttare a pieno le proprie risorse culturali e la propria spettacolarità geografica-paesaggistica ed inizia il proprio processo di trasformazione economico-sociale, facendo del turismo il proprio volano di sviluppo. Pian piano, ed anche in maniera inconsapevole, il capoluogo veneto vede accrescere il proprio ruolo non solo a livello nazionale, ma anche a livello globale, quale meta privilegiata nel mercato turistico, ricca di un patrimonio artistico e naturalistico unico ed impareggiabile, ciascuno di esso legato in modo indissolubile all'identità e alla storia del luogo.

⁴¹ P.L. Sacco, G. Tavano Blessi, S. Vergani, *Turismo e Città d'Arte – Il 'capitale culturale' di Venezia. Quale risorsa per lo sviluppo della città?*, Atti della conferenza 'Turismo e Città d'Arte' (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

⁴² M. I. Simeon, *"Beni Culturali e Turismo"*, in *"IX Rapporto sul Turismo Italiano"*, Mercury, Firenze, 2000.

CAPITOLO 2

Il turismo veneziano

*Venezia è una delle poche città al mondo ad avere esperienza del turismo ancor prima che questo fenomeno prendesse piede e fosse preso in considerazione dagli studiosi.*⁴³

Infatti sin dal XXVII secolo, l'epoca nella quale si è svolta la pratica dei Grand Tour, vale a dire i famosi viaggi lungo l'Europa Continentale di durata più o meno lunga intrapresi dai giovani rampolli della nobiltà europea lungo i maggiori centri culturali per poter attingere di ogni forma d'arte, il centro storico della città lagunare è stata una tappa obbligatoria del percorso culturale itinerante: ricca di storia, monumenti, architetture ed opere dei maggiori artisti di ogni dove. Non sono, però, solo le bellezze culturali a rendere Venezia meta prediletta della nobiltà europea, infatti essa deve la sua reputazione in particolar modo all'unicità della sua struttura fisica ed urbanistica.

Diversi letterati nel corso dei secoli lasciano traccia nei loro scritti della meraviglia provata e di quanto si possa rimanere ammaliati dalla bellezza e dall'unicità del centro storico di Venezia, partendo dallo studioso francese Hippolyte Tayne che sostiene: *“Venezia è la perla d'Italia. Quando si volge lo sguardo a questi palazzi marmorei, a questi ponti, a queste chiese, a questo merletto stupendo di colonne, balconi e finestre, si comprende perché veniamo tutti qui”*, ed ancora Henry James, lo scrittore statunitense, *“il puro e semplice uso della vista tra calli e canali consente di*

⁴³ J. van der Borg, *“Tourism and Urban Development: The Case of Venice, Italy”*, European Institute for Comparative Urban Research Erasmus University Rotterdam, 1991/5.

*raggiungere un eccellente grado di felicità*⁴⁴. Per anche solo citare Goethe, Turner, i fratelli Goncourt, Nietzsche, tutti assolutamente ammaliati ed innamorati di Venezia.

Negli ultimi decenni del XX secolo l'aumento del tempo libero, del livello di istruzione, delle disponibilità economiche e l'avvento dei nuovi mezzi di trasporto hanno fatto sì che crescesse esponenzialmente la richiesta da parte della popolazione di beni di carattere secondario come la cultura, il divertimento e l'intrattenimento, portando così le economie più all'avanguardia ad orientarsi verso questo genere di produzione. Nel 2007 la Commissione Europea ha elaborato l'*Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo*, nel quale ha definito il turismo *“una delle attività economiche che possiedono il maggiore potenziale per generare crescita e posti di lavoro nell'UE.”*⁴⁵ Il turismo, dunque, passa da essere una pratica fortemente elitaria a essere un fenomeno talmente in voga e d'uso comune da venire definito *“di massa”*.

Venezia, dal canto suo, conscia del suo potenziale, fa del turismo una risorsa importante, se non addirittura la sua risorsa più importante, inizialmente capace di risollevarla dal declino economico e produttivo ed a seguire, in grado di farla diventare una delle mete turistiche più ambite e richieste al mondo.

Partendo da questo presupposto forniremo, in questo capitolo, un'analisi completa e dettagliata della domanda e dell'offerta del capoluogo veneto, in modo da poter meglio approfondire nella parte successiva quelli che sono stati gli sviluppi e gli andamenti nel corso del tempo non solo economici, ma anche e soprattutto dell'assetto sociale della città lagunare. Inoltre, come anticipato precedentemente, la tesi analizzerà nel dettaglio le dinamiche e le evoluzioni limitatamente al centro storico, ovvero quella che dalla maggior parte delle persone viene chiamata erroneamente *“Venezia”*, non sapendo in realtà che la città di Venezia avendo un assetto urbanistico molto più complicato ed ampio non è circoscritta alla suddetta parte urbana, ma anzi include anche altre località.

⁴⁴ R. Bertinetti *“Quando Venezia appariva una perla di luce pura a chi faceva il Grand Tour”*, nel *Il Piccolo Glocal*, Trieste, 2 marzo 2015.

⁴⁵ Comunicazione della Commissione Europea del 19 ottobre 2007, COM (2007) 621.

2.1 Analisi della domanda del centro storico di Venezia

Nel corso degli ultimi decenni il mercato turistico ha subito notevoli cambiamenti che hanno portato gli studiosi del fenomeno a modificare il modo stesso di descriverlo. Infatti, a partire dal 1979 il COSES, ovvero il Consorzio per la ricerca e la formazione del comune di Venezia, che si occupa di condurre analisi, studi e progetti finalizzati all'attività delle amministrazioni pubbliche su diverse tematiche tra cui il turismo, durante una sua indagine ha sostenuto di dover iniziare a parlare di *turismi* al plurale riferendosi al capoluogo veneto. Se fino a quel momento, infatti, facendo riferimento alla parte della domanda del mercato, si erano individuati due segmenti principali, ovvero il turista tradizionale e quello residenziale, adesso inizia a farsi spazio una nuova tipologia di turista, identificabile col nome di *escursionista*. Ma soffermiamoci un attimo, dapprima su chi è davvero il turista, ed a seguire su quelle che sono le caratteristiche del nuovo segmento di domanda emergente.

Gli studiosi di economia del turismo non hanno una definizione unanime sulla figura del turista, si possono però tuttavia individuare tre elementi, tre parole chiave che ruotano attorno ad essa: la motivazione, lo spazio ed il tempo. La motivazione è il primo fattore che ci porta a distinguere il turista dal non turista. Il primo, infatti, viaggia principalmente per divertimento e svago, anche se a rientrare in questa categoria vi è il turista d'affari o meglio definito turista congressuale, ovvero colui il quale si sposta dalla propria residenza abituale per questioni lavorative, ma allo stesso tempo è maggiormente interessato e spinto dall'aspetto ludico e ricreativo della destinazione. Inoltre, possiamo includere nella nozione di turista tutti quelli che effettuano viaggi presso località termali e/o *beauty farms*, ma non chi si sposta esclusivamente per motivi di salute, ad esempio chi compie viaggi per curare malattie in centri specializzati. Mentre, a destare un po' di idee divergenti tra gli studiosi, in merito a se includerli o meno nella definizione di turista, troviamo le persone che si spostano dalla loro residenza abituale per andare a trovare parenti ed amici in altre località.

Come secondo elemento utile a identificare il turista come tale, vi è lo spazio, vale a dire che una persona viene definita turista quando esce dal "proprio ambiente quotidiano" dove è solito svolgere la propria *routine* giornaliera. Per meglio capire a

riposo, vacanza, studio, visita a parenti e amici, per motivi di salute, religiosi/pellegrinaggi, affari ed altro.”⁴⁷

2.1.1 Nascita di un nuovo segmento di domanda: l’escursionismo

Se fino agli anni '70 del XX secolo, la domanda turistica del centro storico veneziano era stata caratterizzata da due principali segmenti, ovvero il turista tradizionale e quello residenziale, a partire dalla fine degli anni '70, inizi anni '80 comincia a prender forma una nuova figura: l’escursionista, dove per quest’ultima s’intende *colui che si allontana dal proprio ambiente quotidiano per motivi di svago e divertimento, ma che non supera la soglia delle 24 ore di permanenza nella località prescelta.*⁴⁸ Fornire dei dati corretti e precisi su questo fenomeno è sempre stato, fin dagli albori, complicato, in quanto le statistiche ufficiali in Italia, come in molti altri Paesi, sono basate sul sistema di registrazione obbligatoria delle presenze degli ospiti in ciascuna struttura, e dunque gli escursionisti non possono essere conteggiati se non mediante delle indagini.

Il COSES, nel 1988, a seguito della nascita di questo fenomeno, ha cercato di fornirne una stima piuttosto puntuale, infatti posizionando dei ricercatori presso i principali punti di accesso alla città, è riuscito a raccogliere il numero dei pernottanti e degli escursionisti ed ha applicato la proporzione trovata nel piccolo all’intero mercato, seppur applicando qualche lieve modifica. Logicamente è facile presupporre che il reale numero di turisti residenziali sia superiore rispetto a quello stimato, in quanto si ipotizza quasi per certo che ci sia una componente di turisti non ufficialmente registrati all’interno delle strutture per via dell’evasione del fisco. Ad ogni modo, dai numeri registrati dall’indagine del COSES, sin dalla sua nascita questo nuovo fenomeno irrompeva con forza in quella che era il disegno della domanda turistica del centro storico veneziano, infatti stando alle stime ricavate il numero degli escursionisti superava di ben tre volte il numero dei turisti che decidevano di pernottare nella città lagunare.

⁴⁷ Definizione del UNWTO – United Nation World Tourism Organization.

⁴⁸ Ibid.

Tabella 2: Indicatori turisti residenziali ed escursionisti in valore percentuale

Anno	T . residenziali	Escursionisti
1977	22.5	77.5
1978	20.7	79.3
1979	19.0	81.0
1980	20.7	79.3
1981	19.9	80.1
1982	20.2	79.8
1983 - 1984	22.3	77.7
1985 - 1986	20.7	79.3
1987	18.7	81.3

Fonte: COSES e APT.

La figura dell'escursionista può essere dettata e caratterizzata da più modi di agire e comportarsi, grazie ai quali possiamo individuare quattro differenti generi: gli escursionisti tradizionali, quelli di rimbalzo o indiretti, i falsi ed impropri, ed infine, quelli di passaggio.

Per escursionista tradizionale, definito anche dagli studiosi *day tripper*, s'intende chi visita la destinazione in giornata, partendo dalla propria casa al mattino e rientrando in serata. La presenza di questa particolare categoria risulta essere più intensa durante i fine settimana e a ridosso delle festività; ed a costituire la maggior parte di questi escursionisti trovavamo inizialmente per di più i residenti delle località limitrofe alla meta turistica, in questo caso al centro storico veneziano, in quanto difficilmente una persona che abitava a tre, quattro ore di distanza dalla città di Venezia, decideva di trascorrervi una sola giornata, senza includervi almeno un pernottamento. I maggiori *day trippers* veneziani, agli albori del fenomeno, provenivano dalle stesse province del Veneto e dalle vicine regioni, ma negli anni a seguire, invece, con l'intensificarsi del traffico aereo, con l'abbattimento del Muro di Berlino e con l'avvento della Perestrojka

iniziò ad registrarsi un cospicuo aumento di escursionisti tradizionali provenienti dall'Est Europa.⁴⁹

A rientrare nella seconda tipologia di escursionisti, ovvero quelli di rimbalzo o indiretti, sono tutti coloro che hanno scelto una località di vacanza differente da Venezia, come per esempio una località sul litorale veneto, piuttosto che friulano o addirittura romagnolo, ma che destinano comunque una giornata per andare a visitare il rinomato centro storico della città lagunare. Si può infatti sostenere che l'interesse primario è la vacanza, in questo caso balneare, arricchita dalla componente culturale insita nella visita a Venezia, quindi di per sé quest'ultima è solo subordinata alla prima. Questo fenomeno si configura per essere più intenso durante il periodo estivo, in quanto i visitatori che pernottano nelle località balneari nei periodi differenti da quello estivo, più che escursionisti di rimbalzo o indiretti sono escursionisti falsi, rientrando dunque nella terza tipologia, poiché più che interessati alla destinazione balneare, sono intenzionati ad abbassare quelli che sono i costi destinati all'alloggio, decisamente più onerosi a Venezia che in una località balneare d'inverno, qualunque essa sia.⁵⁰

Nella terza categoria di escursionisti gli studiosi, dunque, inseriscono chi, in questo caso, sceglie Venezia come meta della vacanza, ma che per svariati motivi non può o non vuole pernottarvi e sceglie altre città vicine al centro dove dormire. Tra le maggiori cause ne troviamo principalmente due: innanzitutto la volontà di ridimensionare i costi destinati all'alloggio, in quanto è chiaro che una città pressoché priva di attrazioni turistiche sarà più economica rispetto ad una che ne è ricca; ed a seguire troviamo l'impossibilità di trovare una sistemazione nella località, in quanto tutte risultano essere al completo. Un esempio a noi vicino è dato dalle persone che alloggiano a Mestre e tutti i giorni di recano a Venezia, avendola scelta come destinazione delle loro vacanze. Questo tipo di escursionisti sono comunque diffusi soprattutto nelle località turistiche dove i costi alberghieri sono particolarmente elevati.⁵¹

Come quarta ed ultima categoria di escursionisti abbiamo quelli di passaggio, identificabili in coloro che durante un viaggio itinerante sostano in una località in

⁴⁹ J. van der Borg, *"Tourism and Urban Development. The impact of tourism on urban development: towards a theory of urban tourism, and its application to the case of Venice, Italy"*, Rotterdam, 1991.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ J. van der Borg, *"Dispensa di economia del turismo. Parte Prima: Domanda Turistica, Consumo Turistico, Previsioni"*, novembre 2009.

giornata, per poi proseguire e pernottare in un'altra. In questa sezione rientrano senza dubbio i crocieristi, che arrivano a Venezia, la visitano in poche ore e nel pomeriggio, o tutt'al più in serata rientrano a bordo della nave per proseguire la navigazione ed attraccare l'indomani mattina in un'altra località.⁵²

Stando ai dati più recenti il fenomeno dell'escursionismo nel centro storico della città lagunare non ha fatto che intensificarsi nel corso degli anni, infatti *solo circa il 20% del totale dei visitatori è costituito da turisti e quindi pernottanti nel centro storico; il restante 80% è costituito da escursionisti, di cui di questi solo il 50% sono escursionisti falsi, il 20% escursionisti tradizionali, un altro 20% è costituito da escursionisti indiretti e il 10% sono escursionisti di passaggio.*⁵³ Nel prossimo capitolo tratteremo ciò che effettivamente comporta una segmentazione della domanda turistica di questo tipo in una città come Venezia.

2.1.2 Caratteristiche della domanda turistica veneziana

Nel corso degli anni Venezia si è sempre contraddistinta per essere una delle città con maggiore *appeal* sui turisti di tutto il mondo, infatti grazie alla sua conformazione territoriale e paesaggistica unica, ed alla sua grande ricchezza culturale, è riuscita sin dalla nascita del fenomeno turistico a collezionare un numero di arrivi e presenze decisamente positivo, registrando un *trend* in continua crescita. Stando alle ultime stime relative al 2015, i visitatori totali durante l'arco dell'anno arrivano a toccare i 30 milioni, una soglia ben al di sopra di quante la città stessa riesca a gestirne e a tollerarne. Ora procederemo dapprima con l'analisi della domanda e dell'offerta del centro storico veneziano e nel capitolo successivo ci soffermeremo sulle conseguenze che un turismo così massivo ha comportato e continua tutt'ora a comportare.

Prendendo ora in esame i dati riportati nella Tabella 3 possiamo notare un aumento pressoché graduale sia negli arrivi che nelle presenze in tutto il periodo considerato, fatta eccezione per qualche arco temporale ristretto. La prima digressione degli arrivi e delle presenze turistiche si è registrata nel 1986-1987, ovvero nel biennio in cui si stava

⁵² Ibid.

⁵³ Ibid.

diffondendo la paura tra gli americani, nonché uno dei maggiori segmenti della domanda turistica veneziana, di attentati terroristici e quando il dollaro statunitense era vittima della svalutazione di mercato. A seguire un'altra leggera flessione, questa volta un po' meno incisiva, si è presentata nel biennio 2001-2002 ed a seguire tra il 2007 ed il 2008. Anche questa volta la maggiore causa della diminuzione di turisti è attribuibile al calo dei visitatori provenienti dagli *States*, dopo l'attentato terroristico dell'11 settembre 2001 alle *Twin Towers*; mentre per quanto riguarda l'ultima decrescita, a determinarla è stata la crisi economica mondiale.

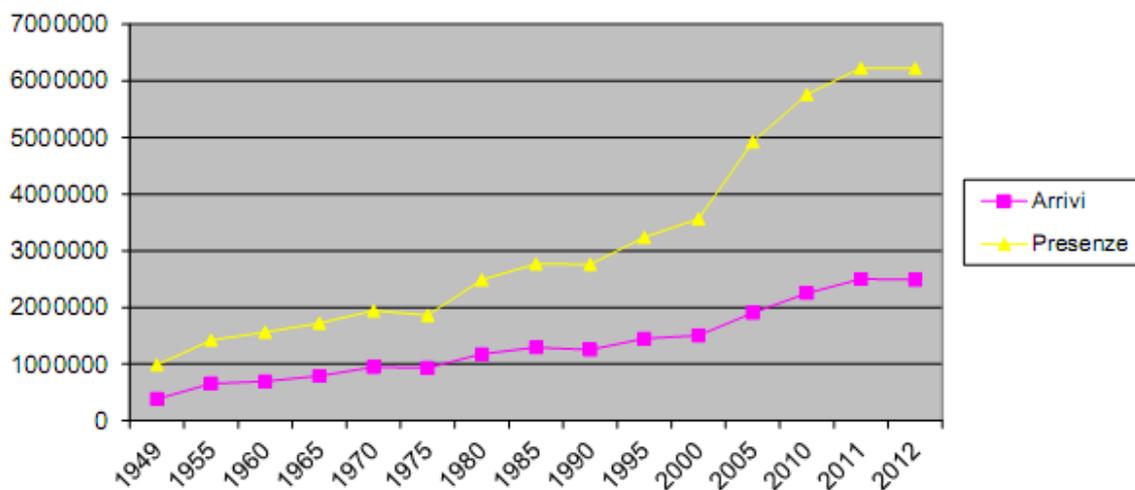
Tabella 3: Dati relativi agli arrivi e presenze registrate nel centro storico di Venezia dal 1949 al 2010.

ANNO	VE CENTRO STORICO		ANNO	VE CENTRO STORICO	
	ARRIVI	PRESENZE		ARRIVI	PRESENZE
1949	382.760	985.085	1980	1.175.109	2.487.687
1950	456.871	1.097.366	1981	1.191.827	2.574.363
1951	475.614	1.128.699	1982	1.210.113	2.604.204
1952	526.803	1.209.733	1983	1.251.736	2.655.181
1953	562.724	1.259.477	1984	1.335.968	2.846.007
1954	590.077	1.317.402	1985	1.291.878	2.768.655
1955	654.681	1.420.749	1986	1.118.419	2.457.695
1956	659.955	1.468.555	1987	1.058.956	2.324.636
1957	663.991	1.539.111	1988	1.119.213	2.392.981
1958	659.467	1.489.286	1989	1.235.001	2.662.670
1959	669.357	1.503.674	1990	1.250.649	2.760.068
1960	691.646	1.563.427	1991	1.111.456	2.508.595
1961	698.567	1.575.724	1992	1.208.946	2.680.179
1962	741.475	1.714.792	1993	1.274.205	2.872.298
1963	759.975	1.731.440	1994	1.402.974	3.063.046
1964	752.754	1.696.536	1995	1.449.052	3.234.870
1965	787.687	1.720.660	1996	1.471.708	3.288.115
1966	852.972	1.843.605	1997	1.443.394	3.325.556
1967	799.367	1.677.371	1998	1.482.502	3.444.938
1968	807.175	1.701.816	1999	1.451.447	3.459.323
1969	877.414	1.836.467	2000	1.503.913	3.562.728
1970	946.127	1.940.239	2001	1.554.874	3.728.713
1971	929.112	1.901.208	2002	1.481.866	3.587.434
1972	956.289	1.968.892	2003	1.546.867	3.829.285
1973	915.504	1.857.713	2004	1.746.591	4.435.241
1974	876.722	1.801.564	2005	1.902.478	4.925.182
1975	928.170	1.859.826	2006	2.029.575	5.387.695
1976	928.001	1.920.411	2007	2.165.656	5.875.370
1977	1.016.239	2.076.229	2008	2.075.085	5.676.553
1978	1.061.416	2.179.730	2009	2.096.593	5.727.324
1979	1.100.905	2.294.975	2010	2.251.160	5.760.811

Fonte: Azienda di Promozione Turistica - Venezia

Elaborazione: Servizio Statistica e Ricerca - Comune di Venezia

Grafico 1: Andamento degli arrivi e delle presenze del centro storico di Venezia



Fonte: Regione Veneto

Analizzando i dati relativi al periodo dal 2010 al 2015, possiamo notare che il numero di arrivi nel centro storico di Venezia, che sta ad indicare il numero di persone fisiche non residenti nella località che vi hanno pernottato almeno una notte, ha raggiunto quasi 2 milioni e seicentomila unità; mentre il numero di presenze, ovvero la quantità totale di pernottamenti dei clienti registrati presso le strutture, è arrivato ad essere 6 milioni e ottocentoquindicimila. Si può notare che nell'ultimo anno il numero degli arrivi e quello delle presenze ha subito una notevole accelerazione come di per sé era avvenuto tra il 2010 ed il 2011. Non è una previsione particolarmente azzardata sostenere che i numeri continueranno a salire negli anni a seguire.

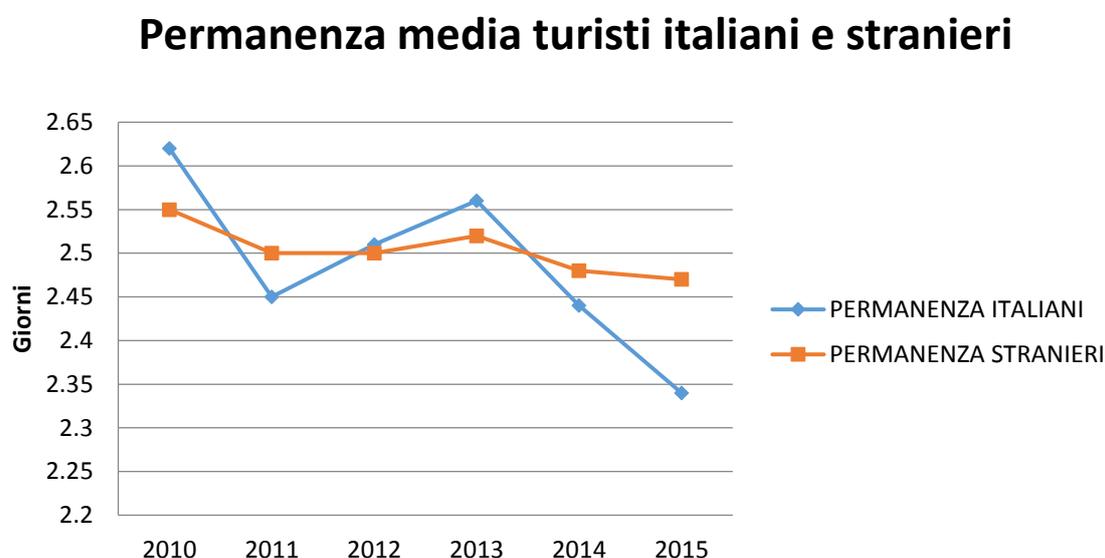
Tabella 4: Dati arrivi e presenze centro storico di Venezia per il periodo 2010-2015.

Anno	Arrivi	Presenze
2010	2.251.000	5.761.000
2011	2.501.000	6.227.000
2012	2.485.000	6.222.000
2013	2.533.000	6.402.000
2014	2.599.000	6.425.000
2015	2.777.000	6.815.000

Fonte: Elaborazioni Comune di Venezia Settore Turismo su dati APT.

Facendo riferimento all'evoluzione della permanenza media dei pernottamenti a partire dalle prime manifestazioni del turismo di massa a Venezia sino all'anno scorso, il dato non ha subito grosse variazioni, infatti i turisti hanno all'incirca sempre dedicato tra i due ed i tre giorni per la visita della località. Le stime inerenti alla permanenza nel centro storico della città lagunare risultano essere in linea con quelli delle altre città d'arte, soprattutto italiane, infatti un turista difficilmente dedica più di 2,5 giorni per visitare una città culturale. Quest'ultime si contraddistinguono per avere la media più bassa rispetto alle altre tipologie di località.⁵⁴ Secondo i dati riportati nell'Annuario del Turismo 2015 se fino al 2013 non vi è molta differenza tra la permanenza media dei turisti residenziali italiani e quelli di provenienza straniera, è doveroso sottolineare come negli ultimi due anni quella dei turisti italiani risulta diminuire in modo più marcato rispetto a quella straniera, passando da 2.55 giorni a 2.34 (Grafico 2).

Grafico 2: Permanenza media turisti stranieri ed italiani dal 2010 al 2015.



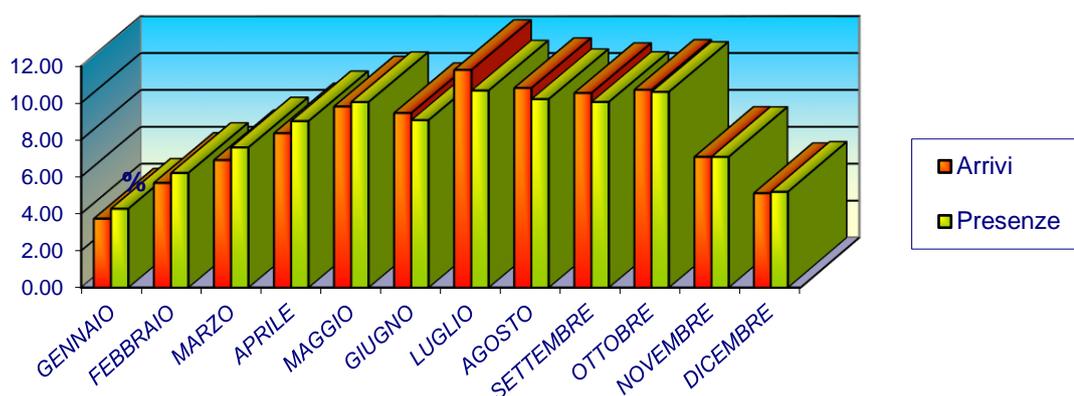
Fonte: Rielaborazione dati Assessorato allo Sviluppo del Turismo su dati APT.

Il turismo delle città d'arte, a differenza delle altre tipologie di turismi, non è strettamente legato e condizionato dalle leggi stagionali. Il grafico a seguire,

⁵⁴ E. Becheri, G. Maggiore, a cura di, "Rapporto sul turismo italiano 2012-2013. XIX Edizione", Franco Angeli, 2015.

rappresentante l'andamento delle presenze e degli arrivi dell'anno 2010, è da ritenersi esaustivo anche per gli anni a seguire, in quanto a fronte di una crescita del quantitativo di visitatori nel centro storico di Venezia, la loro disposizione all'interno durante l'anno è approssimativamente lo stesso del 2010.

Grafico 3: Andamento mensile anno 2010 - centro storico di Venezia



Fonte: Azienda di Promozione Turistica - Venezia

Elaborazione: Servizio Statistica e Ricerca - Comune di Venezia

I mesi di gennaio, febbraio, novembre e dicembre sono quelli dove l'affluenza di visitatori è più bassa, essendo anche il periodo dell'anno con le temperature più rigide e con la quantità più alta di piogge. L'andamento risulta essere via via crescente nei mesi primaverili per raggiungere il *clou* durante i mesi di luglio, agosto, settembre ed ottobre. Questi dati sono relativi a quello che è un *trend* generale del centro storico della città lagunare, ma se invece dovessimo riportare esclusivamente i dati inerenti al turismo domestico della località, vale a dire dei turisti italiani che visitano Venezia, il grafico sarebbe differente. I turisti nazionali, infatti, preferiscono, stando alle ultime stime inerenti all'anno 2015 riportate nell'ultimo Annuario del Turismo di Venezia, visitare il capoluogo veneto durante i mesi primaverili, soprattutto ad aprile.⁵⁵

E' opportuno, giunti a questo punto, porre la lente d'ingrandimento sulla provenienza dei visitatori che di giorno in giorno assalgono letteralmente la città lagunare. Nel corso degli anni Venezia si è sempre contraddistinta per essere meta prediletta di vacanze soprattutto dagli stranieri piuttosto che dagli italiani. Stando ai dati presi in considerazione da J. van der Borg, docente di economia

⁵⁵ Comune di Venezia, Annuario del Turismo della Città di Venezia, 2015.

all'università Ca' Foscari di Venezia, riportati nella Tabella 5, nel trentennio dal 1957 al 1987 la proporzione tra i visitatori italiani e quelli stranieri è rimasta pressoché costante, infatti ad ogni ospite italiano ne corrispondevano tre di altra nazionalità.⁵⁶

Tabella 5: Origine della domanda del centro storico di Venezia in termini percentuale.

Anno	Arrivi		Presenze	
	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri
1957	24	76	25	75
1966	24	78	24	76
1976	26	74	27	73
1987	24	76	22	78

Fonte: COSES. Varie pubblicazioni.

Con il passare degli anni il divario presente tra il numero dei visitatori domestici e quelli stranieri sia in termini di arrivi che di presenze si è amplificato notevolmente, infatti analizzando le stime del periodo che va dal 2010 al 2015, si può affermare che per ogni visitatore italiano vi sono in media circa 7.84 stranieri. Considerato quest'ultimo lasso temporale, per quanto limitato rispetto al precedente, emerge subito una progressione del divario tra visitatori stranieri e quelli italiani piuttosto cospicua.⁵⁷

Tabella 6: Origine della domanda del centro storico di Venezia dal 2010 al 2015 in termini percentuale.

Anno	Arrivi		Presenze	
	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri
2010	13.06	86.94	13.40	86.60
2011	12.16	87.84	11.95	88.05
2012	11.43	88.57	11.50	88.50
2013	11.53	88.47	11.70	88.30
2014	11.70	88.30	11.55	88.45
2015	11.31	88.69	10.78	89.22

Fonte: Elaborazioni Assessorato dello Sviluppo del Turismo su dati APT.

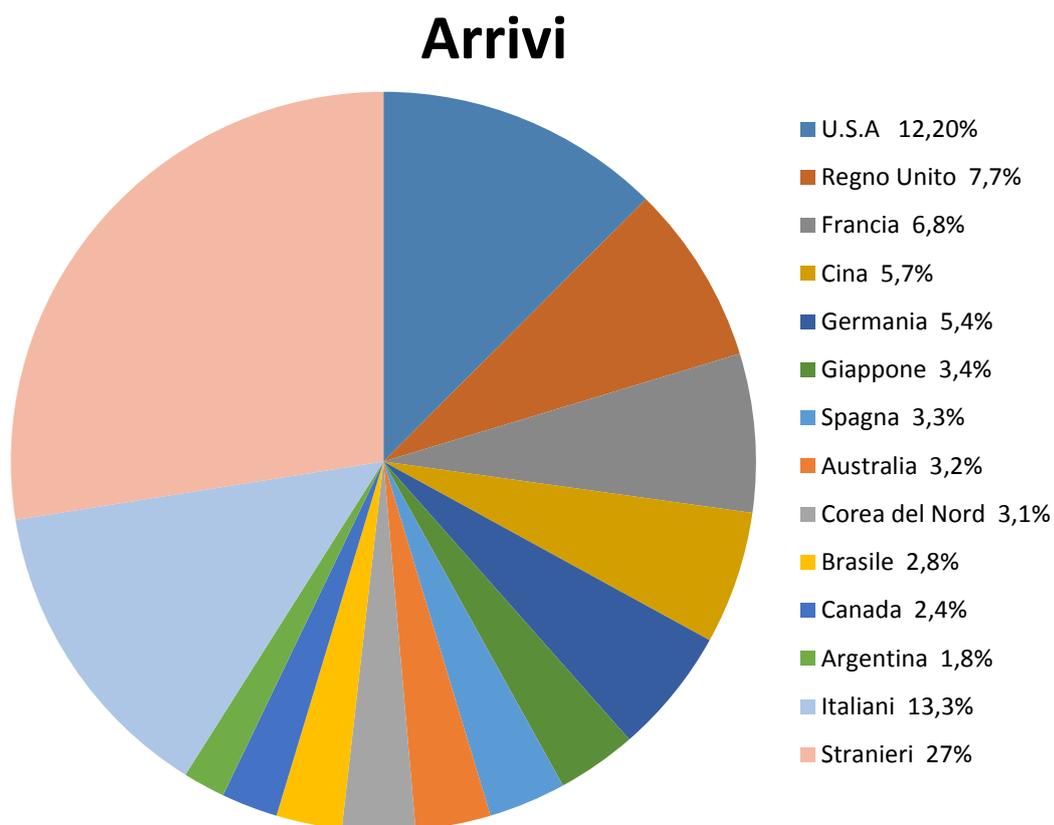
⁵⁶ J. van der Borg, "Tourism and Urban Development. The impact of tourism on urban development: towards a theory of urban tourism, and its application to the case of Venice, Italy", Rotterdam, 1991.

⁵⁷ Comune di Venezia, Annuario del Turismo della Città di Venezia 2015, settembre 2016.

Se fino a questo momento abbiamo però generalizzato sulla componente straniera, esaminiamo adesso più da vicino le varie nazionalità di provenienza che compongono la domanda turistica del centro storico di Venezia.

L'Europa rappresenta il bacino più rilevante, a seguire si collocano le Americhe, l'Asia, l'Oceania Meridionale e per concludere l'Africa. Facendo riferimento ai numeri relativi all'anno 2015 la quantità più alta di visitatori registrati è di provenienza statunitense, a seguire troviamo rispettivamente Gran Bretagna che ha superato la Francia, ed ancora Cina che guadagna una posizione sulla Germania, Giappone, Spagna, Australia, Corea del Sud che supera il Brasile, a seguire stabile il Canada; ed infine non troviamo la Russia per la prima volta, ma l'Argentina.

Grafico 4 : Origine domanda turistica del centro storico di Venezia relativo all'anno 2015.



Fonte: Rielaborazione su dati Comune di Venezia Settore Turismo su dati APT.

Gli americani sono il primo mercato straniero e dal 2013 si riconfermano per essere i più numerosi tra gli stranieri; il loro *trend* è sempre positivo, fatta eccezione dei cali registrati negli anni 1986-1987, 2001-2002 e 2007-2008, a causa dell'espandersi della paura di attentati terroristici e a causa della svalutazione di mercato della loro moneta. Dopodiché si posizionano gli inglesi, che dal 2011 ad oggi risultano essere in forte aumento, superando così i francesi, che seppur in diminuzione risultano essere uno dei mercati più interessanti per Venezia. A seguire troviamo la Cina, che avendo un ottimo *trend* si rivela essere uno dei migliori mercati emergenti, superando così la Germania, che inverte la tendenza negativa dell'anno precedente aumentando il numero sia degli arrivi che delle presenze. Dopodiché troviamo il Giappone, che seppur in calo mantengono la sesta posizione, e la Spagna in costante ripresa dal 2014. Degna di nota è senza dubbio il balzo in avanti della Corea del Sud che scavalca il Brasile sempre costante come di per sé anche il Canada. Infine per la prima volta tra le prime dodici troviamo l'Argentina.⁵⁸

Come ultimo indice di analisi della domanda turistica del centro storico di Venezia consideriamo la tipologia di sistemazione che i turisti scelgono come alloggio per visitare la città. Stando alle stime elaborate dal Comune di Venezia e riportate nell'Annuario del Turismo relative al quinquennio 2010-2015 i visitatori, che siano essi di nazionalità italiana piuttosto che straniera, preferiscono alloggiare in strutture alberghiere, ovvero negli alberghi, anziché in quelle extralberghiere, dove per quest'ultime, facendo riferimento alla realtà del centro storico della città lagunare, s'intendono per lo più da affittacamere ed altre unità abitative. I numeri, analogamente a quanto emerso nelle considerazioni precedenti, rivelano un incremento sia nel settore alberghiero che in quello extralberghiero.⁵⁹

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Ibid.

Tabella 7: Domanda alberghiera ed extralberghiera dal 2010 al 2015.

Anno	Alberghiero		Extralberghiero		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
2010	1.770.000	4.241.000	481.000	1.520.000	2.251.000	5.761.000
2011	1.947.000	4.595.000	554.000	1.632.000	2.501.000	6.227.000
2012	1.904.000	4.452.000	581.000	1.770.000	2.485.000	6.222.000
2013	1.942.000	4.520.000	591.000	1.882.000	2.533.000	6.402.000
2014	1.955.000	4.579.000	644.000	1.847.000	2.599.000	6.426.000
2015	2.067.000	4.830.000	709.000	1.985.000	2.777.000	6.814.000

Fonte: Elaborazioni Comune di Venezia Settore Turismo su dati APT.

2.2 Analisi dell'offerta del centro storico di Venezia

A fronte di un manifestato e sempre maggiore gradimento da parte dei visitatori di tutto il mondo per la conformazione urbanistica del tutto singolare e per l'unicità paesaggistica e culturale della sua città, il Comune di Venezia nel corso degli anni ha irrobustito i beni e servizi preesistenti, prima destinati solo agli abitanti, e ne ha creati altri volti ad accogliere i turisti e favorirli nella visita della città. A determinare, però, la propensione del singolo a scegliere una località come meta delle proprie vacanze non è di sicuro la rete di servizi e i beni offerti dalla città, quali: strutture ricettive, trasporti, punti di ristoro, ma quello che in termini economici viene definito *prodotto turistico primario*, vale a dire tutti quei beni di immane bellezza e valore paesaggistico e naturalistico propri della città; la rete di beni culturali a partire dalle singole caratteristiche urbanistiche per finire con i musei le varie mostre con sede nel centro; ed infine, la tradizione e la cultura insita tra le calli e gli abitanti veneziani. Andiamo ora ad approfondire l'offerta primaria del centro storico veneziano, in modo da comprendere le motivazioni che realmente spingono i visitatori di ogni dove a visitarla.

2.2.1 Il prodotto turistico primario veneziano

Venezia è da sempre stata considerata una città unica al mondo, innanzitutto per la sua conformazione urbanistica. La città, infatti, sorge all'interno di una laguna, composta da più di cento isolotti, attraversata da piccoli canali e collegata da oltre quattrocento ponti e piccole stradine affollate chiamate calli. A renderla ancor più unica ed affascinante vi è il fatto che il centro storico è collegato alla terraferma solo da due percorsi principali, il primo costituito dalla rete stradale ed il secondo invece dalla linea ferroviaria. A stupire in particolare i visitatori è l'assenza di larghe strade e autovetture che sfrecciano per la città, che si è soliti trovare in tutte le altre città del mondo, e la presenza di vaporetti, barche e motoscafi come mezzi di trasporto abituali. Venezia agli occhi dei turisti risulta essere una città intrinseca di storia, ricca di palazzi in stile gotico e bizantino che permettono al visitatore di immergersi in una realtà storica differente da quella odierna. Le sue peculiarità urbanistiche e l'inestimabile patrimonio artistico e culturale oltre ad averla eletta una delle città più belle al mondo, le hanno permesso di rientrare tra i siti patrimoni dell'umanità tutelati dall'UNESCO.

A costituire parte integrante dell'offerta turistica primaria del centro storico della città di Venezia ed a renderla pertanto unica al mondo troviamo la sua cospicua rete di musei distribuiti all'interno di tutta l'area urbanistica. L'offerta culturale e museale, essendo molto ricca ed articolata, viene suddivisa in tre categorie differenti: la Biennale di Venezia, i Musei Civici Veneziani, ed infine quelli comunemente chiamati Altri Musei Veneziani, che raggruppano musei, gallerie e fondazioni di diverso genere.

La Biennale di Venezia è tra le istituzioni culturali più giovani e prestigiose al mondo, nata nel 1895 con l'intento di rivitalizzare il mercato dell'arte locale allora stagnante, si proponeva di promuovere le nuove tendenze artistiche, organizzando rassegne e manifestazioni di carattere internazionale, per la prima volta seguendo un modello pluridisciplinare. Ed è proprio grazie a queste ultime caratteristiche che la Biennale di Venezia si collocava e si colloca tutt'ora ai vertici mondiali per diverse rassegne, quali: la Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica, con ben 63 edizioni, l'Esposizione Internazionale d'Arte, con 51 edizioni, la Mostra Internazionale di Architettura, con 9 edizioni, ed ancora il Festival della Musica, che ha raggiunto le 49 edizioni, quello del Teatro, con 37 edizioni, ed infine il Festival della Danza con 3 edizioni. Ciascuna di

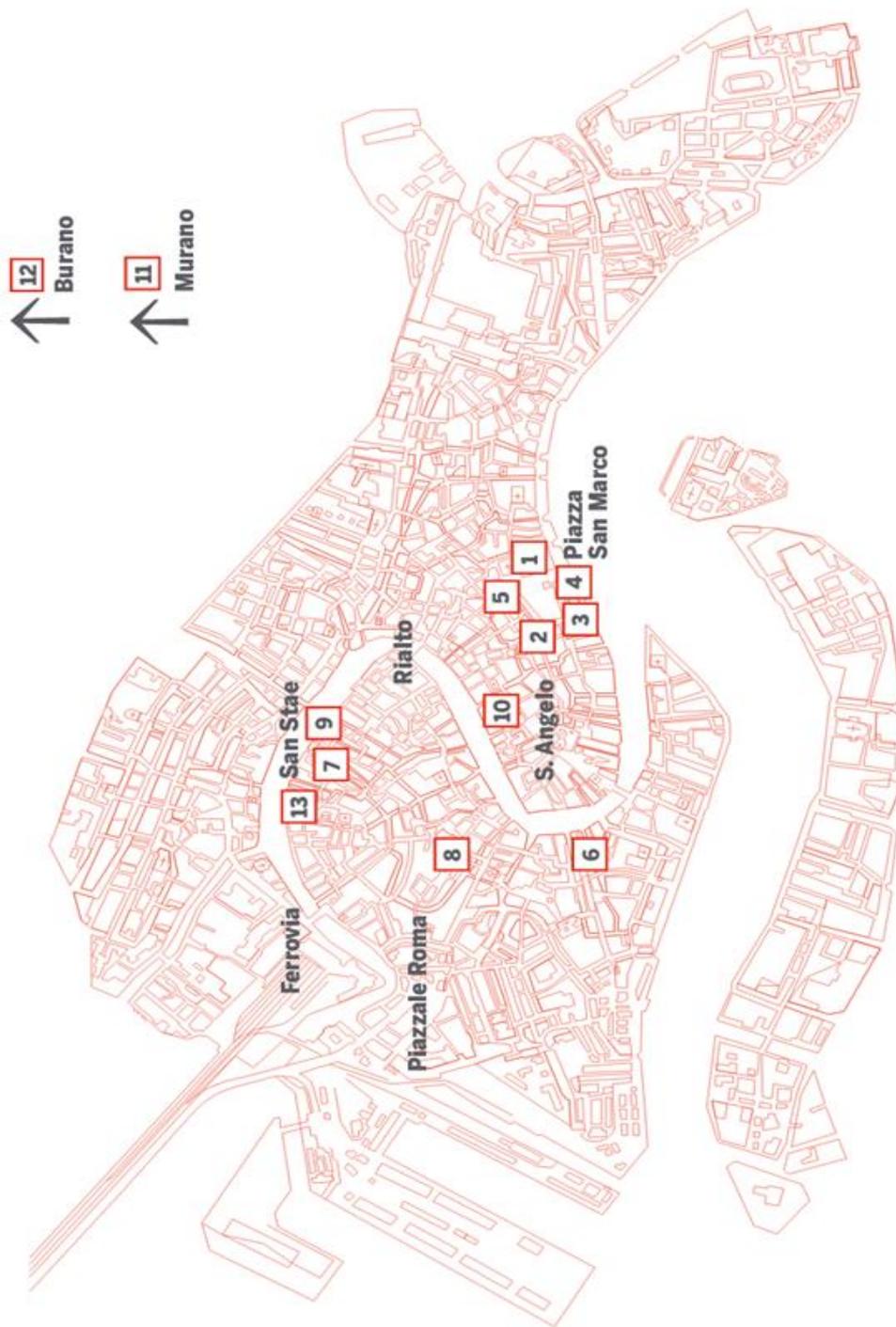
queste esposizioni ha luogo in diverse proprietà, messe a disposizione dal Comune o mediante accordi stipulati con la Marina o con l’Agenzia delle Entrate, dislocate su buona parte del centro storico, dai Giardini di Castello, al Palazzo del Cinema ed a quello del Casinò, questi ultimi due collocati però al Lido, ed ancora all’Arsenale, il Teatro alle Tese ed infine al Teatro Piccolo Arsenale.

I Musei Civici Veneziani costituiscono un’ insieme ben strutturato di sedi e collezioni con un’ inestimabile valore artistico e storico, appartenenti a tematiche e tipologie precise, quali: l’area marciana, il Settecento veneziano, il moderno ed il contemporaneo, e per finire il naturalistico e l’etnografico.⁶⁰ Questa rete museale, come d’altro canto anche le rassegne della Biennale, riesce ad attrarre un gran numero di turisti e giovani appassionati d’arte. Nella pagina seguente possiamo trovare una cartina raffigurante la collocazione museale all’interno del centro storico.

⁶⁰ Sito del Comune di Venezia.

Figura 1 I musei civici di Venezia

1. Palazzo Ducale
2. Museo Correr
3. Museo Archeologico Nazionale
4. Sale Monumentali della Biblioteca Nazionale Marciana
5. Torre dell'Orologio
6. Ca' Rezzonico
7. Palazzo Mocenigo
8. Casa di Carlo Goldoni
9. Ca' Pesaro
10. Palazzo Fortuny
11. Museo del vetro – Murano
12. Museo del merletto – Burano
13. Museo di Storia Naturale



Fonte: Sito ufficiale Fondazione Musei Civici di Venezia.

Infine, come ultima cerchia di musei, gallerie e fondazioni troviamo i generalmente chiamati Altri Musei Veneziani. In questa categoria sono raggruppate non solo le pinacoteche minoritarie, come il Museo Ebraico, quello storico navale ed altri, ma anche quelle di calibro internazionale, a partire dalla famosissima Collezione Peggy Guggenheim, che rappresenta il maggior museo in Italia per l'arte europea ed americana della prima metà del XX secolo, con sede presso il Palazzo Venier dei Leoni, sul Canal Grande, nella stessa dimora della fondatrice dal quale prende il nome. A rientrare in quest'altro insieme di offerta culturale troviamo inoltre le Gallerie dell'Accademia, nelle quali sono raccolti importanti dipinti veneziani dal XIV al XVIII secolo dei maggiori artisti, quali: Bellini, Giorgione, Carpaccio, Tiziano, Tintoretto, Veronese e Tiepolo; il Museo Querini Stampalia, le sale monumentali della Biblioteca Marciana ed altri ancora. Non dobbiamo però dimenticare che a costituire fonte d'interesse per i turisti ci sono anche le chiese, tra tutti la Basilica di San Marco, simbolo per eccellenza della stessa città.⁶¹

In molti hanno cercato negli anni di riprodurre in modo pressoché speculare scorci della realtà veneziana, tanto che ad oggi si registrano ben 97 copie della città in tutto il mondo. Tra i duplicati più celebri ricordiamo: l'hotel *The Venetian* a Las Vegas ideato e realizzato nel 1999 da Sheldon Gary Adelson, uno degli uomini più ricchi al mondo, che, includendo nella sua riproduzione da milioni di dollari il Palazzo Ducale, il Ponte dei Sospiri, Ca' d'Oro, ha voluto "trasmettere il lusso e la decadenza dei palazzi veneziani"; ed ancora le copie del campanile di San Marco a Maracaibo in Venezuela; nel Nebraska si possono, inoltre, fare gite a bordo della *caorlina*, una tipica imbarcazione di Burano, che partecipava alla Regata Storica; per giungere al caso più recente del 2007 a Macao in Cina dov'è stato riprodotto l'hotel *The Venetian* di Las Vegas in proporzioni mastodontiche, per arrivare ad avere una copia della copia di Venezia.⁶² Nonostante questi tentativi di replica, Venezia rimane unica al mondo e continua ad attrarre una quantità di turisti inestimabile.

⁶¹ Ibid.

⁶² E. M. Butti, "Venezia è unica? No, ce ne sono 97", "La Stampa", Torino, 4 gennaio 2008

2.2.2 Il prodotto turistico secondario veneziano

Venezia per poter permettere ai suoi turisti di beneficiare delle bellezze paesaggistiche e culturali e di goderne appieno ha dovuto rafforzare quelli che erano i beni ed i servizi già preesistenti nel centro urbano, utilizzati di per sé anche dagli stessi abitanti, ed ha dovuto crearne di nuovi vista la grande quantità di visitatori che ogni giorno giungono a Venezia.

Un servizio assolutamente indispensabile per una città di forte *appeal* turistico e che ha addirittura fatto di quest'ultimo il proprio motore di sviluppo, è, senza dubbio, un buon sistema ricettivo in grado di poter accogliere e contenere i visitatori. Nel corso degli ultimi due decenni il centro storico di Venezia ha modificato radicalmente quello che era il proprio tessuto originario. Il numero delle strutture ricettive è cresciuto in modo esponenziale, infatti prendendo come riferimento i dati riportati in uno studio condotto a J. van der Borg e da M. Rispoli, nel 1988, solo limitatamente all'area del centro storico si contavano circa 11.000 posti letto nelle strutture alberghiere e 2.000 in quelle extralberghiere.⁶³ Ad oggi il numero totale risulta notevolmente incrementato, ma andiamo a vedere nello specifico l'andamento dal 2010 al 2015.

Tabella 8: Dinamica dei posti letto nelle strutture alberghiere ed extralberghiere del centro storico di Venezia dal 2010 al 2015.

Anno	Posti letto strutture alberghiere	Posti letto strutture extralberghiere	Posti letto totali
2010	16.350	10.021	26.273
2011	16.350	11.863	28.213
2012	16.884	12.589	29.473
2013	16.860	13.433	30.293
2014	17.441	13.302	30.713
2015	18.213	14.683	32.896

Fonte: Elaborazioni Comune di Venezia Settore Turismo sudati ATP.

⁶³ M. Rispoli, J. van der Borg, "Più vicini, più cari" (*Closer, more expensive*), Coses-Informazioni, n. 32-33, 1988.

Confrontando i dati raccolti nel 1988 con quelli riportati nella Tabella 8 possiamo affermare che per quanto sia cresciuto in modo considerevole il numero dei posti letto nelle strutture alberghiere, ad aumentare maggiormente è stata senza dubbio la quantità di posti letto nelle strutture extralberghiere, che a distanza di soli sei anni ha visto accrescere il proprio numero di 4.662 posti.

Risulta essere piuttosto interessante affrontare nel dettaglio la reale composizione dell'offerta turistica alberghiera ed extralberghiera, per meglio comprendere anche qual è lo standard qualitativo effettivo messo a disposizione dalla città per il turista che decide di alloggiare a Venezia. Nelle Tabelle 9 e 10 verranno forniti i numeri relativi alla quantità di alberghi, piuttosto che strutture extralberghiere, con relativi posti letto e relative camere, suddivisi in base alla categoria di appartenenza. E' sempre opportuno tener presente che ciascun dato riportato è da considerarsi impreciso, in quanto c'è sempre una percentuale di strutture che, evadendo il fisco non dichiara la propria esistenza e la quantità di letti messi a disposizione.

Tabella 9: Offerta alberghiera per tipologia nel centro storico di Venezia nel 2015.

Categorie e tipi di struttura	Alberghi	Letti	Camere
Alberghi 5* e 5*lusso	16	4.388	2.212
Alberghi 4* e 4*superior	74	6.944	3.495
Alberghi 3* e 3*superior e residenze turistico-alberghiere	110	4.849	2.643
Alberghi 2* e 1*	70	2.032	1.145
Totale strutture alberghiere	270	18.213	9.495

Fonte: Elaborazioni Comune di Venezia Settore Turismo sudati ATP.

Analizzando le stime dell'anno 2015 presentate dal Comune di Venezia nel proprio annuario del turismo, e riportate nella Tabella 9, relative all'offerta ricettiva di tipo alberghiero, si evince che il maggior numero di strutture presenti nell'area del centro storico di Venezia è quello degli alberghi 3* e 3* superior, subito seguiti dagli hotel 4* e 4* superior, per poi incontrare via via le strutture a 2* e 1*, ed in un numero ancor più ridimensionato gli alberghi a 5* e 5* lusso. Risultano pressoché inesistenti le

residenze turistico–alberghiere. Si può dunque sostenere che l’offerta alberghiera del centro storico veneziano è mediamente buona, e tende ad accontentare per lo più una clientela attenta ai comfort ed ai servizi, non mancano però le soluzioni più semplici e spartane con prezzi più abbordabili, volti ad accontentare gli ospiti meno pretenziosi.

Tabella 10: Offerta extralberghiera per tipologia del centro storico di Venezia nel 2015.

Tipi di strutture	Strutture	Letti
Affittacamere	278	2.698
Unità abitative *	2.224	7.196
<i>Bed&Breakfast</i>	326	1.721
Campeggi e Villaggi Turistici	0	0
Ostelli, Case Religiose di Ospitalità, Centri Soggiorno Studi, Case per Ferie	27	1.951
<i>Country House</i>	0	0
Foresterie	8	713
Residence	16	257
Agriturismi	10	147
Totale strutture extralberghiere	2.889	14.683

* classificate, non classificate, gestite da società immobiliari.

Fonte: Elaborazioni Comune di Venezia Settore Turismo sudati ATP.

Facendo riferimento, invece alle strutture extralberghiere presenti nella Tabella 10, sempre frutto delle indagini condotte dal Comune veneziano, si può affermare che nel loro insieme riescono a fornire una quantità di posti letto superiore rispetto a quella garantita dalle strutture alberghiere. Nello specifico, il numero degli appartamenti, precedentemente adoperati ad uso residenziale ed ora utilizzati come alloggio per turisti rappresentano da soli quasi il 77% della totale offerta extralberghiera. A seguire troviamo i *bed&breakfast* e gli affittacamere. Si presentano, invece, in un numero decisamente inferiore gli ostelli, le case religiose di ospitalità, i centri soggiorno studi, case per ferie, residence e foresterie ed agriturismi; mentre l’assenza di campeggi e villaggi turistici nel centro storico è dovuta alla mancanza di ampi spazi verdi e grandi complessi.

Negli ultimi anni, vista la manifestata tendenza che si sta verificando a Venezia di convertire gli appartamenti privati in *b&b* o in affittacamere, sta dilagando sempre più una nuova piattaforma di prenotazione di camere ed appartamenti: *Airbnb*. Si tratta di un portale virtuale attraverso il quale chi dispone di una o più camere o addirittura intere abitazioni le mette a disposizione dei viaggiatori, i quali previo pagamento di un corrispettivo in denaro, senza dubbio più economico rispetto ai prezzi più onerosi vigenti a Venezia, potranno alloggiarvi come in un qualsiasi hotel. La *community* nasce nel 2008 dall'idea di due *designer* californiani che dopo aver affittato la loro stessa abitazione a tre viaggiatori decidono di creare questo nuovo portale. E' sufficiente crearsi un *account* totalmente gratuito con un relativo profilo di identificazione e pubblicare il proprio annuncio piuttosto che prenotare un soggiorno.⁶⁴ Airbnb può essere considerato più che un semplice portale di prenotazione fine a sé stesso, il frutto di un nuovo modo di concepire l'ospitalità, dove il viaggiatore sceglie volutamente l'appartamento come soluzione di alloggio proprio per sentirsi parte integrante della località al pari degli stessi cittadini. Va da sé che questo portale di prenotazione *online* è indirizzato ad una clientela perlopiù giovane, con la mania dello *share*, dell'*economy*, dell'*innovative* e del *tech friendly*; al contrario la componente più adulta e conservatrice dei viaggiatori preferisce ancora i tradizionali e convenzionali metodi di *booking*, forse perché dispongono di un *budget* più cospicuo rispetto ai giovani o forse perché preferiscono avere un confronto diretto con l'albergatore, non avendo ancora molta confidenza con la tecnologia. Da un'indagine eseguita da *resetvenezial.it* sul sito *airbnb.com/venice* sono risultati essere pubblicizzati ben 3.128 *b&b*, numero decisamente superiore a quello inserito nell'Annuario del Turismo, e chissà quanti altri saranno promossi in altri siti simili.⁶⁵

⁶⁴ www.airbnb.it

⁶⁵ Italia Nostra ONLUS, "Proposte per Venezia. Realtà presente e prospettive per il futuro", Dossier di Italia Nostra – Sezione di Venezia – in occasione della visita di Ilaria Borletti Buitoni, Sottosegretario del Ministero per i Beni Culturali e per il Turismo, Venezia 2015.

Figura 2 Concentrazione strutture ricettive nel centro storico di Venezia.



Fonte: COSES

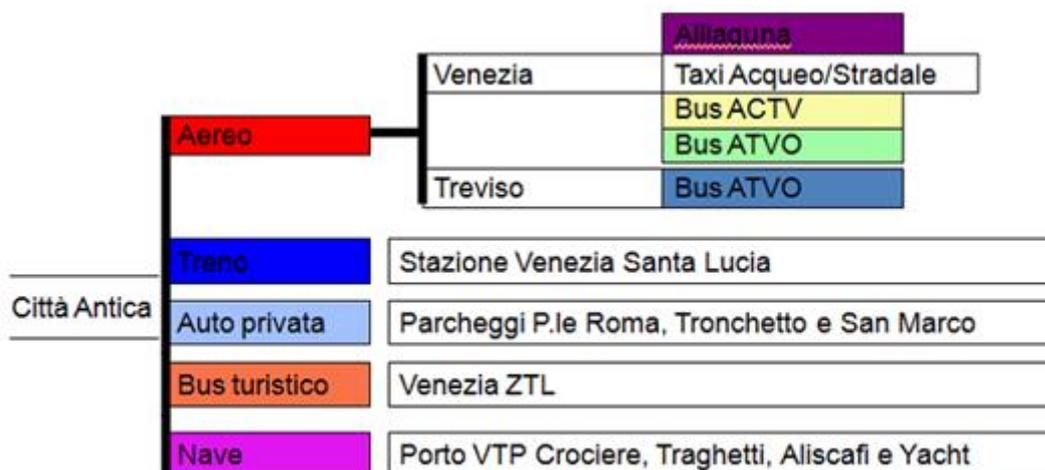
Se possiamo asserire con assoluta certezza che le strutture ricettive sono destinate ai soli turisti, al contrario il sistema di infrastrutture e trasporti non è destinato ad un loro utilizzo esclusivo, in quanto chiaramente gli stessi abitanti del centro storico saranno i primi ad impiegarli nel quotidiano. Essendo aumentato in modo esponenziale il numero dei visitatori che ogni giorno raggiungono la città, quest'ultima ha dovuto intensificare la rete di trasporti preesistenti alle ondate turistiche ed ha dovuto crearne di nuovi.

Come anticipato precedentemente, il centro storico veneziano, avendo una conformazione territoriale ed urbanistica del tutto particolare, non è percorribile come le altre città del mondo con automobili o altri mezzi di locomozione su strada, se non fino alla zona del Piazzale Roma, nonché la parte finale del Ponte della Libertà, che costituisce l'unico collegamento tra terraferma e centro storico, ad eccezione della linea ferroviaria. I turisti, dunque, per visitare il centro storico potranno scegliere tra percorrere le calli a piedi e godere appieno dei dettagli paesaggistici, architettonici e delle bellezze tradizionali locali; piuttosto che usufruire dei traghetti per spostarsi da una parte all'altra della città in modo più veloce, oppure come ultima alternativa potranno optare per l'utilizzo del taxi, che rimane l'opzione meno vantaggiosa dal punto di vista economico, in quanto senza dubbio più cara rispetto alle due soluzioni precedenti. Ma come si può raggiungere il centro storico veneziano?

Venezia presenta diversi punti di accesso alla città, pur disponendo di uno spazio urbanistico particolare e ristretto. Grazie all'intensificazione del numero dei voli ed al loro relativo abbassamento dei costi, uno dei mezzi preferiti dai turisti per raggiungere la città risulta essere l'aereo, a maggior ragione se si considera che il mercato turistico veneziano è più internazionale che domestico. La città, infatti, dispone di due aeroporti SAVE, il principale a Tessera-Venezia nel quale arrivano sia voli internazionali che low cost ed il secondo sia in termini di dimensioni che di numero di arrivi a Treviso. Entrambi gli aeroporti, essendo distanti rispetto al centro storico veneziano, sono ben collegati a quest'ultimo con autobus ACTV e ATVO e nel caso dell'aeroporto di Tessera-Venezia, considerata la sua posizione, anche tramite taxi via terra, via mare e traghetti. Un altro dei mezzi utilizzati dai visitatori, in questo caso soprattutto italiani, che scelgono Venezia come destinazione delle loro vacanze, è indubbiamente il treno,

infatti ogni giorno migliaia di persone giungono alla stazione di Venezia Santa Lucia per godere della città lagunare. Un numero inferiore di visitatori, per lo più escursionisti, preferisce raggiungere il centro storico autonomamente con la propria auto, senza così disporre dei mezzi pubblici. Una volta percorso tutto il Ponte della Libertà potranno lasciare l'auto nei posteggi pubblici a pagamento o nei garage presenti in Piazzale Roma, o piuttosto in zona Tronchetto. Come ultimo punto di accesso per la città, essendo essa sorta sulla laguna, abbiamo certamente il mare, infatti è possibile arrivare a Venezia tramite navi da crociera, traghetti, aliscafi e per i più benestanti anche con gli *yachts*. A seguire troveremo uno schema riassuntivo di tutte le modalità per accedere al centro storico di Venezia.

Figura 3: Accessi al centro storico di Venezia.



Fonte: COSES.

A costituire un tassello importante del prodotto turistico offerto dalla città di Venezia troviamo indubbiamente la ristorazione. Nell'area del centro storico del capoluogo veneto negli ultimi decenni si è registrato un incremento esponenziale dell'offerta ristorativa, direttamente proporzionale alla crescita del numero dei visitatori; tanto che ad oggi gran parte delle calli risulta avere una grande quantità di ristoranti, pizzerie, bacari tipici e *take away* di ogni genere. L'offerta gastronomica locale è di per sé improntata sulla tradizione culinaria mediterranea, a base di pesce e prodotti tipici locali ed italiani, ma non mancano le soluzioni più semplici e relativamente più economiche volte ad accontentare una clientela informale e meno sofisticata.

CAPITOLO 3

Gli impatti positivi e negativi del turismo a Venezia

Negli anni '70 del XX secolo i veneziani si trovarono di fronte ad un bivio: continuare a basare la propria economia sulla sicurezza dettata dal conformismo e dal tradizionalismo industriale o liberarsi da tutto ciò, facendo conoscere al mondo globalizzato una fonte di reddito più piacevole ed innovativa, qual è il turismo. Spinti dalla voglia di rinnovarsi, di accrescere i propri introiti e di risollevarne le sorti ambientali del proprio territorio, intrapresero la via della novità, pur non sapendo a cosa andassero davvero incontro.

Come sostenuto più volte dall'economista Van der Borg⁶⁶ prima di attivare un'economia locale basata sul turismo, bisognerebbe preventivamente stimare quali sono gli impatti economici, sia positivi che negativi, che esso potrebbe avere sulla località, cosa che Venezia ha surclassato o per lo meno non ha svolto a dovere, arrivando oggi ad essere in balia di quel fenomeno che lei stessa negli anni '70 aveva favorito. Il turismo, infatti, per quanto da un lato possa, di primo acchito risultare essere una grande risorsa ricca di potenziale per ciascuna località, è pur vero che se

⁶⁶ J. van der Borg, *"Tourism and Urban Development. The impact of tourism on urban development: towards a theory of urban tourism, and its application to the case of Venice, Italy"*, Rotterdam, 1991.

non gestito in modo appropriato può diventare elemento di alterazione e degrado del patrimonio culturale e paesaggistico.⁶⁷

Nel corso del capitolo avremo modo di affrontare quali sono stati gli effetti positivi apportati dal turismo sul centro storico veneziano, ma ancora più nello specifico i costi sociali ed ambientali con i quali la città lagunare si vede costretta a dover fronteggiare quotidianamente da ormai trent'anni, ovvero dal momento in cui il fenomeno turistico ha preso piede.

3.1 Impatti positivi del turismo sul centro storico veneziano

Il capoluogo veneto al fine di fronteggiare un declino economico ormai in atto e di non essere anch'esso vittima della globalizzazione e di tutti i fenomeni da esso derivanti, decide di intraprendere la strada che vede come motore di sviluppo il turismo, questa nuova risorsa economica che mette in risalto la propria tradizione, la propria unicità territoriale ed infine la propria ricchezza culturale di fronte al mondo intero. Il turismo si rivela, inizialmente, l'arma vincente per contrastarli, e nell'arco di breve tempo produce tutti gli effetti positivi desiderati dalla popolazione e dalle autorità locali che si erano posti sin da subito in una posizione a favore.

Innanzitutto Venezia, di per sé già conosciuta globalmente per la sua conformazione urbanistica del tutto particolare ed insolita, grazie alla risorsa sulla quale ha deciso di puntare, si colloca in una posizione privilegiata e di rilievo, diventando così una calamita turistica per i turisti di tutto il mondo e catturando su se stessa l'attenzione internazionale. Questa costante presenza di visitatori stranieri permette agli abitanti della città lagunare di aprire la propria mentalità alle differenti culture e tradizioni e di potervi attingere per infine arricchire il proprio bagaglio esperienziale. Sin da subito, il centro storico comincia la sua tanto aspirata e desiderata ascesa economica, favorita dal comportamento dei visitatori che ammaliati dalla sua bellezza e dalla sua unicità, ed inoltre supportati molto spesso anche dalla motivazione che probabilmente sarà la loro unica visita a Venezia, non si pongono remora alcuna nello

⁶⁷ G. Ortalli, *"Turismo e Città d'Arte"* – *"Turismo e città d'arte. Temi per un rapporto difficile."*, Atti della conferenza 'Turismo e Città d'Arte' (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

spendere denaro. Nel giro di poco tempo le casse comunali e le tasche dei commercianti locali si rimpolpano, andando così a colmare le lacune preesistenti. Inoltre, il turismo, dovendo mettere a disposizione dei visitatori una rete di servizi ben più articolata e composita, di quanto di per sé ne facesse la grande industria, riesce a creare una cospicua quantità di posti di lavoro che aiutano non solo la popolazione residente dell'area circoscritta di Venezia, ma che richiedendo anche l'apporto dei cittadini dei comuni ad essa limitrofi, contribuisce così ad incrementare l'economia dell'intera regione.

Per quanto Venezia sperasse di attrarre una quantità di visitatori tale da giustificare la scelta economica fatta a monte, e dunque di vedere incrementare il proprio reddito comunale in modo considerevole, mai si sarebbe aspettata di registrare un livello turistico così elevato da riuscire a malapena a contenerlo entro i propri confini territoriali.

3.2 Impatti negativi del turismo sul centro storico veneziano

La città lagunare a qualche decennio di distanza dal cambio dell'asse produttivo si ritrova ad essere, anziché in una condizione di crescita economica, frastornata e sommersa dalle conseguenze e dagli impatti negativi che il turismo ha provocato non solo sull'ambiente, ma soprattutto sulla sua stessa popolazione residente. Nel seguente paragrafo si lascerà ampio spazio alla descrizione ed all'analisi della situazione sociale in atto nel centro storico veneziano e degli effetti che il fenomeno turistico ha avuto e continua ad avere sull'ambiente.

Facendo riferimento ai dati ed alle stime relative al numero di visitatori che ogni giorno raggiunge Venezia, prese in esame nel capitolo precedente, si può facilmente estrapolare che la città lagunare risulta essere uno dei centri culturali italiani più gettonati e meta prediletta soprattutto del turismo straniero; ma cerchiamo di capire come questo, di per sé fattore positivo, possa entrare in contrasto con la vita quotidiana degli stessi abitanti veneziani ed in che modo possa recargli danno.

3.2.1 Venezia: nuovo parco tematico

Come sostengono Garry Marvin e Robert Davis, rispettivamente docenti presso le università di Roehampton in Inghilterra e dell' Ohio State negli USA, la città lagunare si trova ad affrontare, ancora una volta, una condizione del tutto particolare ed unica al mondo, poiché *“sembra piuttosto ovvio che uno dei problemi di Venezia sia la troppa arte, trabocca, è satura d'arte. La gran parte di essa è chiusa in musei, chiese e gallerie. Questo tuttavia non sembra essere il problema principale in termini di impatto sociale. Il problema riguarda piuttosto l'arte come atmosfera: per molti visitatori il tessuto stesso della città è un'opera d'arte globale”* ed essi vogliono viverla come esperienza. Inoltre *“laddove altre città possono contenere zone e luoghi di interesse turistico, Venezia è un contenitore in e di se stessa, contiene la totalità della 'Venezia', presente nell'immaginario del turista [...] altre città hanno monumenti, edifici o aree presenti nell'immaginario del turista e che attirano i visitatori, ma questi rimangono spazi all'interno della totalità della città, che nel complesso, non interessa e non attrae i turisti.”*, il problema concreto della città lagunare *“sta nel fatto che non vi sono in essa spazi non significativi per il turista che ne cerca l'identità di città d'arte: la sua essenza il suo angolino più modesto trabocca di rilevanza turistica, tanto che il semplice girovagare e perdersi nelle sue calli nascoste ora viene pubblicizzato come una vera 'esperienza turistica’”*.⁶⁸ Dunque se in altri contesti i turisti sono localizzati in aree più o meno limitate e circoscritte nelle quali sono presenti i principali monumenti e le attrazioni turistiche di maggior rilievo, a Venezia i visitatori sono ovunque: invadono giorno dopo giorno tutti gli spazi cittadini; non esiste, come nelle altre città d'arte, una distinzione tra la zona prettamente turistica ed altre invece destinate alla popolazione locale, dove si trovano perlopiù attività e servizi ad uso residenziale. Inoltre qualora il centro storico veneziano non avesse disposto di uno spazio di proporzioni così ridotte e non fosse stato caratterizzato tra l'altro dalle limitazioni fisiche dettate dai canali e dalla laguna, magari il numero di visitatori che ogni giorno la occupa sarebbe risultato tollerabile, come di per sé avviene in altre città di pari valore artistico e culturale.

⁶⁸ G. Marvin, R. Davis, *Turismo e Città d'Arte* “–“Turismo e città d'arte. Quali costi sociali a Venezia?”, “Atti della conferenza ‘Turismo e Città d'Arte’ (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

Se prima dell'avvento del turismo i veneziani si sentivano parte integrante del proprio territorio, nonché veri cittadini, in quanto erano i soli ad abitare e ad usufruire dell'area del centro storico, e ad arricchirla con le proprie tradizioni e consuetudini, ad oggi si vedono costretti a contendersela quotidianamente con migliaia di visitatori, se non addirittura ad accettare e subire la loro presenza. Venezia sta pian piano perdendo quelle caratteristiche che da sempre l'hanno resa abitabile; addirittura molti veneziani si sentono scacciati dagli spazi pubblici, che sono stati sin dagli inizi testimonianza e simbolo della loro vita quotidiana, un esempio lampante è dato dalla presenza di pochissimi locali in prossimità di Piazza San Marco. Per quanto possa essere significativa, però, l'esclusione di quest'ultima dalla vita quotidiana dei locali è pur sempre comprensibile ed accettabile, essendo essa il luogo simbolo per antonomasia della città lagunare, conosciuto in tutto il mondo e per la quale migliaia di turisti la visitano ogni anno, come d'altra parte lo è il Colosseo per Roma, o il Duomo e la Madonnina per Milano; ma ciò che realmente disturba gli abitanti del centro storico veneziano è l'impossibilità di viverci gli spazi pubblici della loro città come erano soliti fare prima delle ondate turistiche. Infatti, se per i forestieri, ovvero il termine con i quali i veneziani definiscono i non-residenti, le calli, ed i campi, altro sostantivo che contraddistingue le piazze locali, sono semplicemente strade o meglio mezzi per arrivare da un posto un altro, per i locali sono luoghi e spezzoni di vita quotidiana, ricchi di valori e abitudini.⁶⁹

Più volte nel corso degli anni Venezia ed i suoi abitanti hanno cercato di far riemergere la sua tradizione e la sua cultura, dapprima con il Vogalonga, vale a dire una gara che si tiene sul Canal Grande ogni anno nella quale partecipano sia dilettanti che professionisti con diverse tipologie di imbarcazioni, purché siano esse a remi e che avanzino con la particolare tecnica della voga alla veneta; ed ancora la festa del Redentore, ricorrenza del mese di luglio nella quale si ricorda la liberazione della città dalla peste che negli anni 1575-1577 colpì la popolazione veneziana, ad oggi ricordata con un maestoso spettacolo pirotecnico; ed infine lo stesso Carnevale. Purtroppo anche queste occasioni, di per sé nate con l'intento di far riemergere la cultura veneziana ormai schiacciata dal turismo, hanno solo incuriosito ed attratto maggiormente i turisti ed i visitatori provenienti da tutto il mondo, contribuendo così

⁶⁹ Ibid.

ad accrescere la visione della città di Venezia all'estero di parco tematico più che di una città patrimonio dell'UNESCO, che rischia di essere inclusa nella lista dei siti monumentali a rischio.

3.2.2 Numero dei visitatori in continua crescita

Come anticipato nel capitolo precedente, se fino alla fine degli anni '70 il centro storico veneziano era caratterizzato principalmente da un turismo il cui ruolo principale era svolto da veri e propri turisti, ovvero da persone che si allontanavano dalla loro abituale residenza e si recavano in località al di fuori del loro ambiente quotidiano per scopi ricreativi e vi pernottavano per almeno una notte; a partire dagli anni '80 inizia ad affermarsi la presenza dell'escursionista, vale a dire una figura del tutto differente da quella del turista, che va ad alterare l'assetto turistico preesistente nella città.

Ma in che modo questa nuova figura di visitatore può modificare il contesto turistico di un'area come quella del centro storico della città lagunare?

Il turista che decide di alloggiare a Venezia, vi apporta una serie di benefici in termini economici, poiché egli, oltre a generare introito per gli albergatori attraverso il semplice pernottamento, va a contribuire, usufruendone, al normale funzionamento di tutta una rete di servizi ed infrastrutture urbane utilizzate dagli stessi residenti come ad esempio bar, ristoranti, supermercati ed altri ancora. Inoltre, avendo a disposizione una quantità di tempo maggiore per visitare la città in tutte le sue forme, riesce a dedicarsi anche a quelle che richiedono non solo tempo materiale, ma anche un dispendio economico, come ad esempio i musei. Poiché, stando ai dati ricavati dall'indagine elaborata dal Dipartimento di Economia dell'Università Ca' Foscari della stessa città lagunare, per delineare il profilo del visitatore tipo condotto nell'anno 2012⁷⁰, Venezia, pur essendo una città d'arte con una ricchissima offerta culturale di ogni genere, registra un numero di ingressi a gallerie, mostre e fondazioni relativamente basso.

⁷⁰ Dipartimento di Economia – Università Ca' Foscari di Venezia, *“Il profilo del visitatore a Venezia. Risultati del Visitor Survey 2012”*, Venezia, 2013.

Al contrario, l'escursionista, non solo *in primis* non contribuisce a generare guadagno per i proprietari delle strutture ricettive, non pernottando, ma avendo una limitata quantità di ore a disposizione (tendenzialmente un massimo di 8) da dover dedicare alla visita della città, preferisce girovagare per le calli veneziane, senza seguire una logica e lasciandosi trasportare ed ispirare dal paesaggio del tutto unico e particolare da cui è circondato. Questa nuova figura di visitatore, tra l'altro, non solo la maggior parte delle volte non sceglie di impiegare il proprio denaro per l'acquisto di biglietti per l'accesso ai musei o altri eventi e manifestazioni culturali, ma molto spesso non ne destina neanche per il consumo di beni e servizi lontani dalla sfera artistica, quali cibo, bevande ed elementi di svago. E' per questo suo modo di agire che l'escursionista viene definito un visitatore ' mordi e fuggi ', che attinge dalla città, ma non contribuisce a far progredire l'economia locale in nessun modo, anzi il più delle volte arreca solo danno e disturbo, congestionandola.

Per quanto difficile e complicato da stimare come fenomeno e ancor più da tenere sotto controllo per ovvi motivi, l'escursionismo, sin dai primi anni della sua comparsa nella città lagunare, si può affermare che non si è mai presentato in punta di piedi, senza fare rumore e senza dunque farsi notare. Facendo riferimento, infatti, ai *forecast* dei flussi turistici del centro storico veneziano elaborati da diversi studiosi del settore alla fine degli anni '80, come C. Carraro, N. Rossi, A. Venturini e J. van der Borg, si può notare che, per quanto manifestatosi da pochi anni, il fenomeno innanzitutto aveva attratto la loro attenzione ed in seconda battuta gli studiosi avevano predetto una sua forte ascesa in termini quantitativi negli anni a seguire, come effettivamente è stato.⁷¹ Le previsioni in questione rivelavano inoltre che il numero degli escursionisti sarebbe stato di gran lunga superiore rispetto a quello dei turisti, andando a costituire circa l'80% del totale dei visitatori. Col passare degli anni, la quantità di quest'ultimi nel centro storico veneziano si è intensificato notevolmente, le stime più recenti sostengono, infatti, che si è raggiunta la quota di 30 milioni di presenze annue e che si è mantenuta pressoché la stessa proporzione di un tempo tra le due tipologie di

⁷¹ J. van der Borg, "Tourism and Urban Development. The impact of tourism on urban development: towards a theory of urban tourism, and its application to the case of Venice, Italy", Rotterdam, 1991.

visitatori, infatti i pernottanti risultano essere 9,9 milioni e gli escursionisti 20,1 milioni.⁷²

Come si può ben capire i numeri di presenze annue raggiunti dal centro storico di Venezia, considerate anche le sue limitazioni territoriali e quelle fisiche, sono ben al di sopra delle sue reali possibilità di capienza e stanno comportando una serie di problematiche ingenti per tutta l'area urbana e la sua popolazione residente ormai giunta allo stremo delle forze. Nel paragrafo successivo analizzeremo la situazione attuale della città lagunare e la sua relativa capacità di carico.

3.2.3 La capacità di carico del centro storico

Stando alla definizione ufficiale data dalla United Nation World Tourism Organization (UNWTO) con l'appellativo "capacità di carico", in inglese *carrying capacity*, si definisce "il numero massimo di persone che visitano una determinata località senza compromettere le sue caratteristiche ambientali, fisiche, economiche e socio-culturali e senza ridurre il livello di soddisfazione generale dei turisti." Esaminandola più nel dettaglio è opportuno dare alcune chiarificazioni per meglio comprendere di cosa si tratta. Innanzitutto questa soglia massima dipende non dalla distribuzione dei visitatori all'interno tutto l'arco dell'anno o del mese in questione, ma più precisamente all'interno della giornata, quindi la *carrying capacity* va ad indicare la quantità massima di visitatori tollerati dalla città nell'arco di ogni singolo giorno, ed inoltre, è doveroso sottolineare che come termine ultimo si prefigge l'obiettivo di massimizzare il fatturato proveniente dal turismo.⁷³ Gli economisti che per primi cercarono di fornire una stima limite per il centro storico di Venezia furono J. van der Borg e P. Costa, che nel 1988, individuarono ben quattro principali indici che ci aiutano a stabilire la soglia superata la quale, anziché avere dei benefici, si arreca danno alla città. Il primo è da considerare come un vero e proprio limite fisico, ovvero il numero massimo di visitatori che il centro storico è il grado di assorbire nel suo spazio pubblico disponibile;

⁷² Italia Nostra ONLUS, "Proposte per Venezia. Realtà presente e prospettive per il futuro", Dossier di Italia Nostra – Sezione di Venezia – in occasione della visita di Ilaria Borletti Buitoni, Sottosegretario del Ministero per i Beni Culturali e per il Turismo, Venezia 2015.

⁷³ J. van der Borg, "Tourism and Urban Development. The impact of tourism on urban development: towards a theory of urban tourism, and its application to the case of Venice, Italy", Rotterdam, 1991.

il secondo indice di stima è dato da un limite sociale, con il quale si stabilisce la quantità massima di visitatori tollerabile dagli stessi residenti, oltre la quale si creerebbero dei conflitti tra gli uni e gli altri; il terzo riguarda la dimensione prettamente economica e definisce il quantitativo massimo di ospiti tollerabili rapportato alla loro stessa qualità d'esperienza turistica, che verrebbe meno qualora ci fosse un sovraffollamento all'interno di uno spazio ristretto come quello del centro storico. Infine come quarto ed ultimo indice di limitazione troviamo il criterio socio-economico, che stabilisce il numero massimo di visitatori che l'area urbana è in grado di assorbire, senza che si arrechi danno alle altre attività economiche locali; superato quest'ultimo si verifica un fenomeno conosciuto col termine *crowding out*, che ahimè a Venezia è in atto, ma ne parleremo nei prossimi paragrafi.

Avendo quattro indici differenti con il quale stimare la capacità massima di visitatori tollerabile non bisogna sorprendersi se si trovano altrettanti valori, tutti differenti tra loro. Per determinare soglia effettiva limite da non superare nel centro storico veneziano sarà sufficiente individuare la stima più bassa, in modo da rispettare anche le altre tre. Nel caso specifico del centro storico veneziano i due economisti hanno indicato alla quota di 7,5 milioni di presenze l'anno, con una media di 20.750 al giorno, la soglia massima di turisti, scomponibili in 4,7 milioni di pernottanti e 2,8 milioni di escursionisti.

Tabella 11: *Carrying capacity* del centro storico su modello Costa-Van der Borg a confronto con stime dei visitatori del centro storico veneziano rilevate nel 2014.

	Annuali	Turisti al giorno	Escursionisti al giorno
Limite massimo definito dal modello Costa-Van der Borg	7,5 milioni	13.000	7.750
Dati verificati nel 2014	30 milioni	27.000	55.000

Fonte: Costa, Van der Borg⁷⁴ ed elaborazioni Comune di Venezia Settore Turismo su dati ATP e

Due anni più tardi, nel 1990, P. Costa con la collaborazione di E. Canestrelli elabora un modello meno semplice per individuare la capacità massima del centro storico della

⁷⁴ Ibid.

città lagunare, questa volta riducendo a due gli indici di riferimento. Infatti i due studiosi associano al limite fisico, con il quale si stabilisce il numero massimo di visitatori che il centro urbano può assorbire, un secondo criterio: il limite socio-economico, che va ad indicare la quantità massima di visitatori che la città può assorbire senza ostacolare ed alterare il normale svolgimento delle funzioni economiche e sociali locali. Tra i due, ad essere più vincolante risulta essere per l'appunto l'ultimo dei due criteri, ovvero quello socio-economico. La stima elaborata da quest'ultimo modello di riferimento e considerata ottimale per il centro storico della città lagunare si discosta di poco da quello trovato in prima analisi dal modello Costa-Van der Borg, infatti dà come numero totale di visitatori 22.400 al giorno, suddivisi in 11.700 turisti pernottanti e 10.700 escursionisti.⁷⁵

Tabella 12: Rapporto *Carrying capacity* del centro storico su modello Costa-Van der Borg e quello su modello Costa-Canestrelli.

	Annuali	Turisti al giorno	Escursionisti al giorno
Limite massimo definito dal modello Costa-Van der Borg	7,5 milioni	13.000	7.750
Limite massimo definito dal modello Costa-Canestrelli	8,176 milioni	11.700	10.700

Fonte: Van der Borg.⁷⁶

La capacità di carico, stabilendo il numero ottimale di visitatori sopportabili dal centro storico di Venezia, ci permette di rilevare quante volte nel corso della sua esperienza turistica la città lagunare ha ospitato più persone di quanto essa fosse realmente in grado di fare. Considerando che già nel 1987, ovvero l'anno precedente all'elaborazione del primo modello di stima, il numero di visitatori totali annui superava quelli quantificati come soglia limite, quindi non è così tanto complicato intuire che ad oggi, che il numero dei visitatori continua a crescere in modo esponenziale, la soglia sia sempre violata. Scopriamo ora in cosa consistono realmente i danni arrecati dal sovrannumero di visitatori alla città lagunare.

⁷⁵ Ibid.

⁷⁶ Ibid.

3.2.4 Costi sociali del turismo veneziano

Un numero eccessivo di visitatori in una qualunque città con una comune struttura territoriale ed urbana, per quanto possa infierire in modo negativo sulla popolazione residente e sullo stesso ambiente, risulta arrecare meno danni se paragonato a quelli quantificati nel centro storico veneziano, di per sé già vittima della sua stessa posizione e della sua stessa conformazione. Per quanto possa essere spettacolare ed unico al mondo un centro urbano costruito nel bel mezzo della laguna formato da oltre cento isolotti tutti collegati da canali e ponti, converrete con me nel sostenere che per viverci esso richiede uno spirito di adattamento forte, molto spesso motivato da un altrettanto forte spirito di attaccamento alla località nativa. Vivere nel centro storico di Venezia, infatti, è differente e, a mio avviso, più complicato rispetto a vivere in qualsiasi altra città, indipendentemente dalla pressione apportata su di esso dal fenomeno turistico incalzante. Se poi a questa condizione andiamo a sommare i problemi scaturiti dall'eccessiva presenza turistica, il tutto risulta essere ancor più complicato. Analizziamo ora cos'ha causato una così massiva presenza dei turisti.

Dal momento in cui Venezia fece del turismo la base fondante del proprio asse produttivo si sono susseguiti una serie di cambiamenti che hanno radicalmente rivoluzionato l'assetto strutturale e sociale del centro storico veneziano, a partire dall'economia stessa che passava da avere un modello d'impronta plurisettoriale, tipica delle grandi industrie, ad averne uno mono-filiera, generando così perlopiù posti di lavoro inerenti all'ambito turistico, caratterizzati da una bassa specializzazione, e costringendo quelli dei restanti ambiti a decentrarsi nella zona della terraferma piuttosto che addirittura nei paesi limitrofi.

Inoltre, l'incremento pressoché costante nel tempo della domanda turistica e l'aumento del prestigio internazionale del centro storico di Venezia hanno comportato una considerevole crescita di una serie di costi. *In primis* a lievitare sono stati tutti quei costi legati all'acquisto di beni e servizi primari e secondari, in particolare quelli che concernono l'affitto e l'acquisizione di immobili sia ad uso residenziale che ad uso produttivo; ed infine tutti quei costi correlati alla manutenzione dell'impianto

infrastrutturale della città.⁷⁷ Tutta questa serie di cambiamenti ha fatto sì che la popolazione residente, sempre più provata e stremata dalla più insistente pressione turistica, per quanto legata alla propria città nativa, fosse costretta, gradualmente nel corso degli anni, ad abbandonare il centro storico veneziano per trasferirsi o sulla terraferma o nei comuni limitrofi. Purtroppo se si era registrato un notevole calo di residenti già a partire dal secondo dopoguerra, con l'intensificarsi del fenomeno turistico si è assistito ad un vero e proprio esodo, considerate le proporzioni notevoli del numero di residenti che dal 1970 hanno lasciato il centro urbano della città lagunare. Stando ai dati dei censimenti del Comune di Venezia si è passati da avere nel 1970 un totale di 111.808 abitanti, limitatamente all'area del centro storico, ad un totale di 55.109 abitanti nel 2016.

Come abbiamo modo di notare prendendo in esame la serie storica presente nella Tabella 13 della pagina seguente, è pressoché sempre costante la relazione indirettamente proporzionale che lega il numero dei residenti del centro storico a quello degli abitanti della terraferma, infatti al diminuire del primo il secondo aumenta. Se subito dopo il dopoguerra il numero dei residenti nel centro storico era di poco inferiore al doppio in quelli della terraferma 174.808 ab. : 96.966 ab., negli anni successivi si è assistito ad un totale ribaltamento delle posizioni, in quanto secondo le più recenti stime relative a giugno 2016, il numero degli abitanti del centro storico veneziano corrisponde a meno di un terzo di quello dei residenti della terraferma veneziana 55.109 ab. : 178.958 ab.⁷⁸ . Si ricorda, infine che un'altra componente degli abitanti che prima avevano residenza nella parte antica della città ha scelto altri comuni come luogo per trasferirsi.

⁷⁷ P.L. Sacco, G. Tavano Blessi, S. Vergani, *"Turismo e Città d'Arte" – Il 'capitale culturale' di Venezia. Quale risorsa per lo sviluppo della città?*, Atti della conferenza 'Turismo e Città d'Arte' (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

⁷⁸ Dati elaborati dal Centro Statistiche del Comune di Venezia.

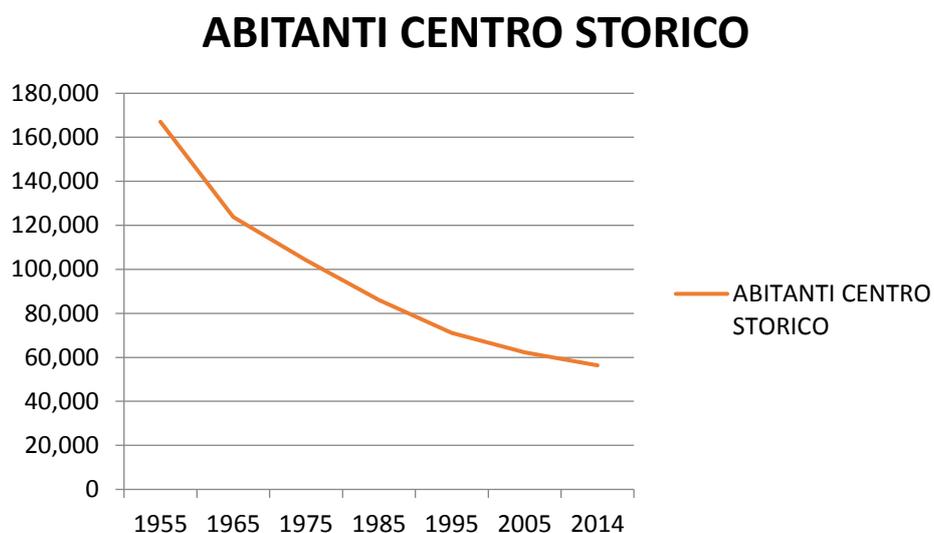
Tabella 13: Serie storica della popolazione del centro storico e della terraferma veneziana dal 1951 al 2013.

Anni	C. STORICO TERRAFERMA		Anni	C. STORICO	TERRAFERMA
	residenti	residenti		residenti	residenti
1951	174.808	96.966	1985	86.072	200.084
1952	174.448	100.124	1986	84.355	198.577
1953	172.195	105.018	1987	82.703	196.851
1954	170.446	110.232	1988	80.988	195.498
1955	167.069	115.777	1989	79.487	193.894
1956	162.834	122.015	1990	78.165	192.270
1957	158.466	129.629	1991	76.644	190.136
1958	154.268	137.469	1992	75.159	187.783
1959	150.242	145.282	1993	73.149	184.885
1960	145.402	152.575	1994	72.037	183.294
1961	137.150	161.035	1995	71.053	182.072
1962	132.148	168.201	1996	69.906	180.899
1963	129.468	176.094	1997	68.600	179.745
1964	126.808	183.045	1998	67.838	178.630
1965	123.733	188.907	1999	66.945	177.515
1966	121.309	193.314	2000	66.386	176.531
1967	118.889	196.720	2001	65.695	176.290
1968	116.270	200.445	2002	64.076	174.915
1969	113.587	202.902	2003	63.947	176.046
1970	111.550	205.249	2004	63.353	176.505
1971	108.426	205.829	2005	62.296	176.449
1972	106.516	207.685	2006	61.611	176.621
1973	106.806	209.640	2007	60.755	177.649
1974	105.656	209.911	2008	60.311	179.372
1975	104.206	210.674	2009	59.942	180.662
1976	102.269	210.512	2010	59.621	181.330
1977	100.608	209.995	2011	58.991	181.905
1978	99.189	209.435	2012	58.215	181.494
1979	97.280	208.953	2013	56.683	179.149
1980	95.222	207.811	2014	56.363	179.567
1981	93.598	206.707	2015	55.589	179.249
1982	92.118	204.817	2016	55.109	178.958
1983	90.414	203.115			
1984	87.936	201.429			

Fonte: Servizio Statistica e Ricerca - Comune di Venezia.

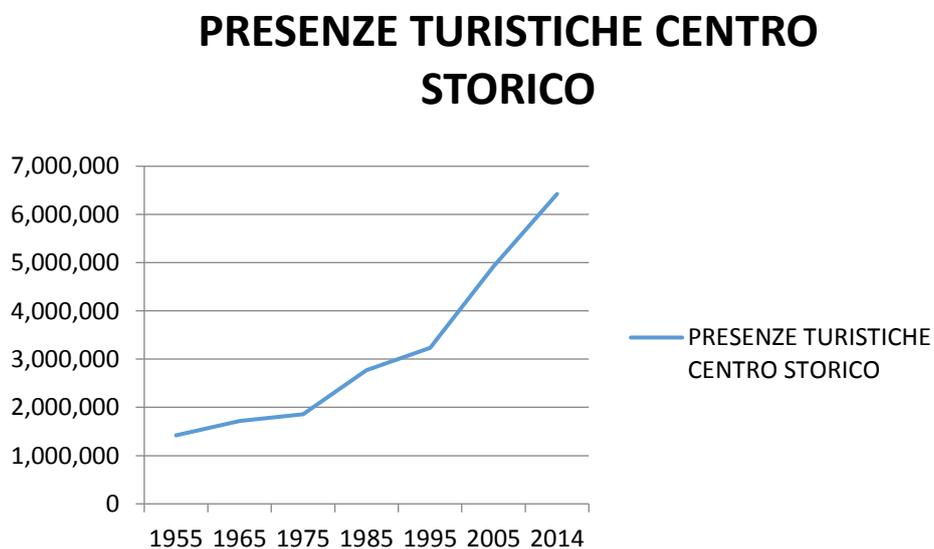
Risultano interessanti, ai fini della nostra tesi, le rappresentazioni grafiche (Grafico 5 e 6 della pagina seguente) raffiguranti la prima dell'andamento dei residenti del centro storico di Venezia e la seconda il numero delle presenze dei turisti durante lo stesso lasso temporale. Come si può notare dal Grafico 5 della pagina successiva, a partire dagli anni '50 dello scorso secolo il numero della popolazione residente nell'area del centro storico del capoluogo veneto ha subito una drastica diminuzione, che è via via progredita con l'intensificarsi del turismo. Il numero dei visitatori, invece, esclusa qualche battuta d'arresto nel corso degli anni, ha sempre mantenuto un *trend* positivo, registrando nell'ultimo decennio i picchi più alti di sempre.

Grafico 5: Andamento popolazione residente nel centro storico di Venezia dal 1954 al 2014.



Fonte: Rielaborazione dati Servizio Statistica e Ricerca – Comune di Venezia.

Grafico 6: Andamento presenze turistiche nel centro storico di Venezia dal 1954 al 2014.



Fonte: Rielaborazione dati Servizio Statistica e Ricerca – Comune di Venezia.

Se nel secondo dopoguerra le cause che portavano gli abitanti del centro storico a cercare residenza altrove erano l'avvicinamento ai posti di lavoro e le migliori

prospettive abitative, ad oggi sono senza dubbio i costi elevati dei beni immobili e degli stessi beni di consumo quotidiani e la sempre maggior pressione esercitata dai turisti.

Il senso di appartenenza al centro storico è talmente tanto forte e radicato tra i nativi del posto che nonostante il più dei trasferimenti degli abitanti consiste nel passaggio dalla parte antica della città alla sua parte nella terraferma, questi vengono visti come delle *“vere e proprie ‘perdite’, e non come una normale redistribuzione all’interno dello stesso comune”*⁷⁹

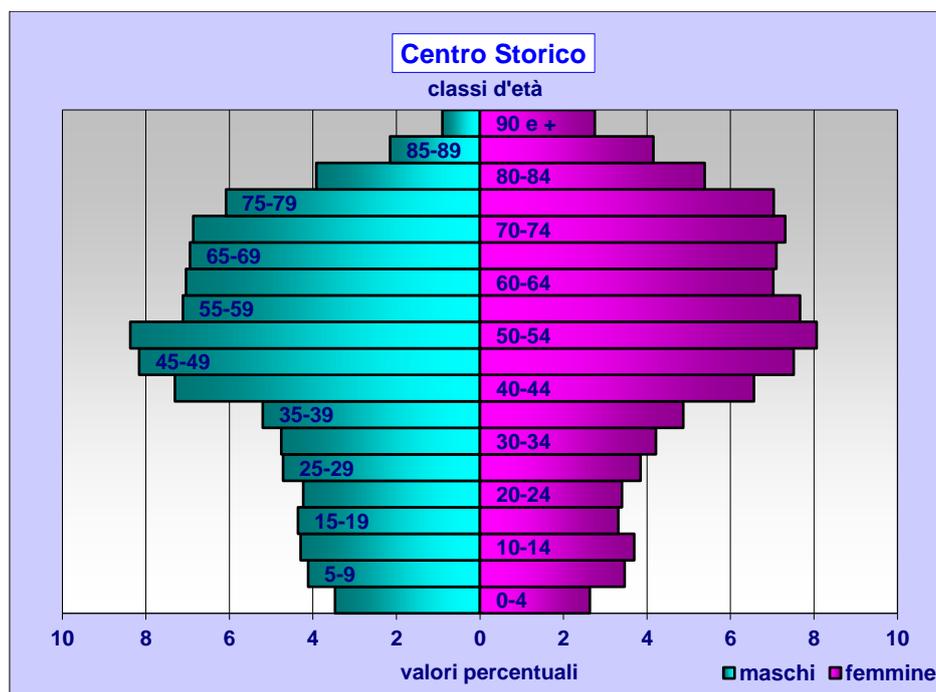
Analizziamo ora più dettagliatamente la composizione della popolazione residente. Come abbiamo avuto modo di comprendere, nel corso degli anni quest’ultima ha subito una profonda metamorfosi sia dal punto di vista della composizione che dal punto di vista della quantità. Ad oggi essa si presenta per essere una popolazione invecchiata e con un ricambio generazionale molto lento; il numero degli anziani ha superato considerevolmente quello dei giovani, infatti ad ogni ragazzo corrispondono oltre 2,7 anziani. L’età media ha raggiunto i 49 anni e circa un terzo ne ha più di 65; la componente femminile risulta essere maggiore rispetto a quella maschile.⁸⁰ Avendo, inoltre, una così piccola componente giovane, il centro storico di Venezia risulta avere una bassa propensione all’innovazione ed al cambiamento, che difficilmente può migliorare, considerato il fatto che la città, non disponendo delle cosiddette ‘aree di compensazione’, dove il costo degli immobili è basso, non è in grado di permettere l’insediamento di persone a basso reddito come i giovani e tanto meno di installarvi attività produttive micro-imprenditoriali innovative, come quelle d’impronta culturale.⁸¹

⁷⁹ P. Gasparoli, F. Trovò, *“Venezia fragile: Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni”*, Altralinea Edizioni, Venezia, 2014.

⁸⁰ Ibid.

⁸¹ P.L. Sacco, G. Tavano Blessi, S. Vergani, *“Turismo e Città d’Arte” – Il ‘capitale culturale’ di Venezia. Quale risorsa per lo sviluppo della città?*, Atti della conferenza ‘Turismo e Città d’Arte’ (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

Grafico 7: Rappresentazione grafica della popolazione residente del centro storico di Venezia al 30 giugno 2016.



Fonte: Servizio Statistica e Ricerca - Comune di Venezia.

L'esodo di gran parte degli abitanti del centro storico di Venezia ha comportato un risveglio del mercato immobiliare, a causa delle innumerevoli vendite che vi ebbero luogo. Se prima, però, i beni in questione venivano utilizzati prettamente come abitazioni dalla popolazione residente, l'impossibilità di affrontarne i costi di manutenzione e di mantenimento, comportò e continua a comportare tutt'oggi un cambio di destinazione d'uso, in quanto gli acquirenti preferirono e preferiscono investire i propri risparmi in locali destinati non più alla propria casa bensì ad attività produttive. Fu così che a partire dagli anni '70-'80 un numero sempre maggiore di alloggi venne adibita ad hotel, *bed&breakfast*, affittacamere e unità abitative, volti ad accontentare una domanda turistica in costante crescita. Facendo riferimento ai più recenti dati raccontati nell'Annuario del Turismo 2015, dal 2010 al 2015 si è registrato un aumento di 1873 posti letto per quanto riguarda le strutture alberghiere e ben 4.662 posti letto per le strutture extralberghiere. Il numero delle strutture alberghiere al 2015 ammontava a 270 e quello delle unità extralberghiere a 2.889 dislocate nell'intera area del centro storico. Si può affermare dunque che a Venezia è in atto una

vera e propria trasformazione da città abitativa a complesso alberghiero, che sta depauperando il centro di tutta la sua ' venezianità '. "L'eccesso di turisti spoglia la città di vita locale, di poesia; in una parola, di anima."⁸²

La considerevole diminuzione della popolazione residente locale sta inoltre causando la relativa scomparsa della maggior parte dei cosiddetti negozi di prossimità, e la diminuzione della qualità dei servizi di vicinato offerti, costringendo così quei pochi abitanti locali rimasti a recarsi al di fuori del 'pesce' e compiere, quindi, degli spostamenti prima non necessari, per svolgere anche le più semplici pratiche quotidiane, come ad esempio fare la spesa. La monocultura turistica sta penetrando nel più profondo della realtà veneziana, privando la sua stessa popolazione, dei servizi di prima necessità: ormai la maggior parte dei punti vendita si è trasformata in negozi di maschere e *souvenirs*, ristoranti, pizzerie, bar e *take away*, ed anche i caratteristici *bacari* stanno lasciando spazio alle più comuni e famose catene in *franchising*. A favorire questo processo è stata, indubbiamente, l'entrata in vigore del D.L. 31 marzo 1994 n. 114, meglio conosciuto con il nome di Riforma Bersani, che ha riformato il settore commerciale, introducendo alcune misure di liberalizzazione, come ad esempio l'abolizione delle licenze per l'apertura di esercizi commerciali fino a 250m² di superficie.

Il Venice Project Center (VPC) ha svolto un'indagine sul settore commerciale e sull'evoluzione della composizione di tipologia d'offerta dal 2004 al 2012 che ha portato alla luce alcuni dati interessanti. Nel centro storico veneziano nel 2012 sono state rilevate 4.980 attività commerciali, perlopiù localizzate nei due sestrieri con maggiore presenza turistica, vale a dire San Marco e San Polo. Per poter meglio spiegare la composizione dell'offerta stessa, quest'ultima è stata suddivisa in tre categorie: i negozi per turisti, con i quali si tende a connotare tutti quegli esercizi commerciali destinati ai turisti; i negozi per residenti, con i quali s'intendono tutte quelle attività che vendono beni e servizi rivolti ai residenti; ed infine i negozi misti, che vanno a raggruppare tutti quei punti vendita con un'offerta di beni e servizi rivolta sia ai locali che ai visitatori, come agenzie di viaggio, banche, negozi di antiquariato ed altri. Dalle stime raccolte, il centro storico veneziano destina ben il 72% del totale dei

⁸² P. Lanapoppi, "La città d'arte che non sa gestirsi", in Italia Nostra – Associazione Nazionale per la Tutela del Patrimonio Storico, Artistico e Naturale della Nazione, Roma.

negozi ai turisti, il 22% ai residenti ed il restante 6% è costituito da negozi con un'offerta destinata ad entrambi.

Figura 4: Mappatura delle attività commerciali private e pubbliche. Distribuzione grafica delle attività commerciali nei diversi sestrieri veneziani. Anno 2012.



Fonte: Venice Project Center.⁸³

Figura 5: Mappatura delle attività commerciali private e pubbliche rivolte ai turisti. Anno 2012.



Fonte: Venice Project Center.⁸⁴

⁸³ P. Gasparoli, F. Trovò, "Venezia fragile: Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni", Altralinea Edizioni, Venezia, 2014.

⁸⁴ Ibid.

Figura 6: Mappatura delle attività commerciali private e pubbliche rivolte ai residenti. Anno 2012.



Fonte: Venice Project Center.⁸⁵

Figura 7: Mappatura delle attività commerciali private e pubbliche rivolte ai turisti e ai residenti. Anno 2012.



Fonte: Venice Project Center.⁸⁶

Nel corso degli anni è stata rilevata una effettiva trasformazione dell'offerta commerciale presente nel centro storico di Venezia, in quanto molte attività hanno cessato la loro attività, e delle altre hanno cambiato la loro categoria merceologica. Tra le maggiori cause, per l'appunto, sono emerse innanzitutto la diminuzione della popolazione residente, ed in seconda battuta l'aumento della domanda turistica.

⁸⁵ Ibid.

⁸⁶ Ibid.

3.2.5 Costi ambientali del turismo veneziano

Come sostenuto più volte durante la tesi, Venezia, spinta dalla consapevolezza degli impatti negativi che la grande industria stava provocando sull'ambiente e sulla stessa popolazione, decide di cambiare il proprio asse produttivo ed orientarsi verso un'economia basata sulla promozione delle proprie risorse naturalistiche, paesaggistiche e culturali, in grado di sviluppare turismo, uno dei settori maggiormente in sviluppo che riesce a garantire un fatturato in costante crescita. La città lagunare intraprende questa nuova strada fondata sulla convinzione che un progresso del settore terziario improntato su servizi e attività immateriali eserciti una pressione decisamente inferiore sull'ambiente rispetto a quella industriale. Partendo dal presupposto che quest'ultima affermazione sia vera in termini aggregati, è doveroso fare alcune precisazioni, in quanto comunque il turismo ha un impatto piuttosto complesso, non solo sulla società nella quale si innesta, come si ha avuto modo di verificare nel corso della tesi, ma anche sulla realtà ambientale.

La prima maggiore conseguenza della pressione turistica è senza dubbio derivata dall'ovvio e forte legame instauratosi tra il turismo ed il settore dei trasporti, ovvio in quanto il turismo stesso non esisterebbe se non ci fosse l'attuale mobilità permessa dai più innovativi mezzi. E' inevitabile, dunque, che i trasporti incidano sull'ambiente e che producano inquinamento atmosferico. Ad occupare una posizione di particolare rilievo tra i mezzi di trasporto con maggiore incidenza sul territorio veneziano troviamo senza dubbio le navi da crociera. Infatti quest'ultime, soprattutto negli ultimi anni che hanno avuto un forte incremento dell'*appeal* sulla clientela ed hanno così fatto aumentare notevolmente l'attività portuale della città lagunare, hanno fatto parlare di sé, a causa innanzitutto dell'enorme quantità di turisti 'mordi e fuggi' che riversano nella città lagunare, ed in secondo luogo per la degradazione ecologica derivata dal loro passaggio. Venezia, essendo di per sé una città dall'assetto territoriale fragile con una forte predisposizione al deterioramento dovuto al frequente innalzamento del livello del mare, che comporta un parziale sommersione del territorio, con la presenza di questi colossi galleggianti nella laguna vede complicarsi la sua situazione già precaria.

Come secondo impatto ambientale del turismo troviamo la produzione di rifiuti, soprattutto urbani, che nonostante siano meno tossici e nocivi di quelli prodotti

dall'attività industriale, devono comunque essere smaltiti piuttosto che riciclati e trattati, comportando così dei costi talvolta anche elevati. Infine, come terza ed ultima forte conseguenza ambientale, il turismo può, se non controllato in modo adeguato, provocare dei danni che andrebbero a ledere irrimediabilmente il patrimonio naturalistico ed artistico della città, andando così a compromettere l'attrattiva stessa del luogo. Un sovraffollamento eccessivo e un comportamento immaturo ed irresponsabile dei visitatori potrebbero complicare ancor di più la situazione. Dunque, contrariamente a quanto pensato dagli stessi veneziani all'inizio dell'affermarsi di questo nuovo asse produttivo, il turismo, se sviluppato in modo eccessivo, per quanto sia un'attività terziaria fondata sullo scambio di un servizio, può passare dall'essere una risorsa sostenibile ad esserne una insostenibile, alterando la stessa fonte di attrazione. Inoltre, bisogna fare un'altra distinzione tra gli effetti provocati dai turisti, ovvero dai visitatori pernottanti all'interno del centro storico, e quelli prodotti dagli escursionisti, ovvero tutti coloro che visitano la città in giornata. Quest'ultimi, infatti, risultano congestionare il territorio maggiormente rispetto ai primi, e contribuiscono in quantità maggiore ad aumentarne l'impronta ecologica.⁸⁷

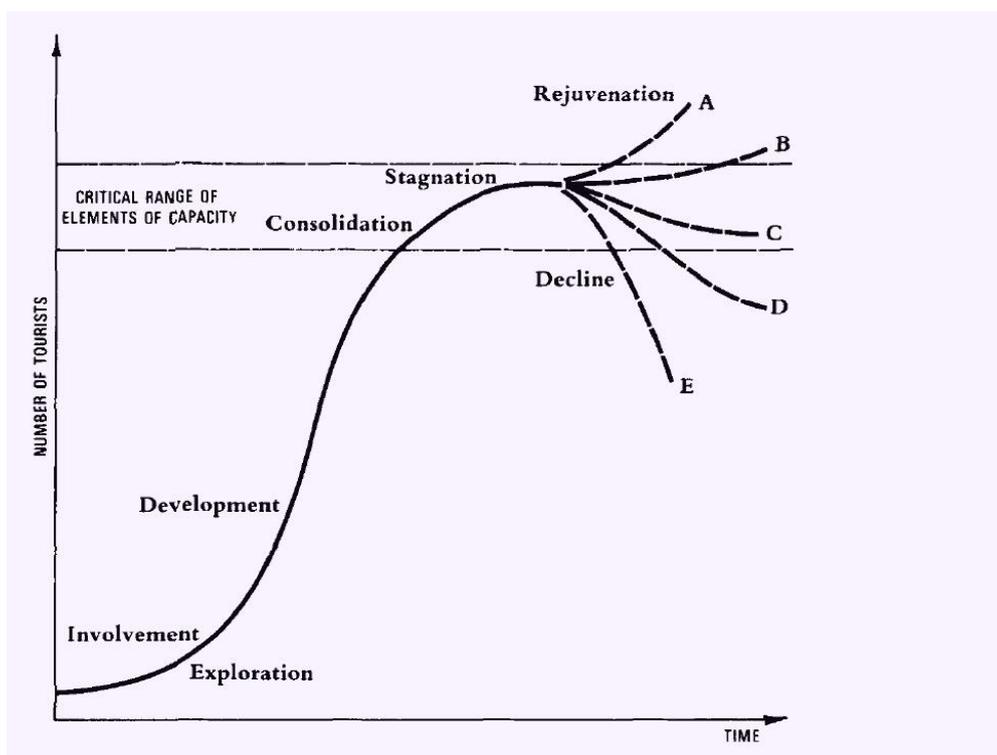
3.2.6 Il centro storico e il suo stato di saturazione

Arrivati a questo punto, dopo aver analizzato accuratamente la domanda e l'offerta del centro storico veneziano e dopo aver posto una lente d'ingrandimento sulle conseguenze che il turismo ha comportato sulla città, è opportuno concludere il capitolo fornendo una panoramica più generale della situazione in cui si trova la parte antica di Venezia. Partiremo con la spiegazione della teoria della vita delle destinazioni turistiche, dall'inglese *tourism area life cycle mode* (TALC), frutto del lavoro dell'economista R. W. Butler, per poi individuare qual è la posizione attuale veneziana, dovuta al suo stato, nella teoria.

⁸⁷ I. Musu, "Turismo e ambiente in un modello di sviluppo dell'economia veneziana", in J. van der Borg, A. Costa (a cura di), "Insula – Quaderni. Documenti sulla manutenzione urbana di Venezia", n. 20 anno VI, settembre 2004.

Il modello elaborato dall'economista prende spunto dai modelli del ciclo della vita dei prodotti e da quelli ecologici utilizzati per studiare la vita degli esseri viventi e si adatta al percorso evolutivo di qualsiasi destinazione turistica. La teoria prevede cinque diversi *steps*: la fase dell'elaborazione, la fase del coinvolgimento, la fase dello sviluppo, la fase del consolidamento ed infine quella della saturazione, da quest'ultima può conseguire un declino o una rinascita della stessa destinazione.

Figura 8: Rappresentazione grafica della teoria del ciclo della vita delle destinazioni turistiche.



Fonte: Butler.

La prima fase , ovvero quella dell'elaborazione (nella Figura 8 individuata col termine *exploration*), è caratterizzata da una scarsa affluenza di visitatori con una relativa irregolarità di presenze durante l'arco dell'anno, la città, inoltre, non offre dei veri e propri servizi esclusivi per i turisti, i quali si trovano a stretto contatto con la popolazione residente. In questo *step* il turismo non ha una forte incidenza nell'economia locale. Facendo riferimento a Venezia, quest'ultima si può dire che ha vissuto questa fase del ciclo della vita nel periodo successivo al dopoguerra, quanto il turismo era ancora un fenomeno élitario e non di massa. Il secondo stadio, il coinvolgimento (nella Figura 8 individuato col termine *involvement*) è quella fase in cui

si registra un aumento del numero dei visitatori perlopiù in determinati periodi dell'anno e la città inizia a predisporre una rete di servizi e beni *ad hoc* per il turista. Pian piano la destinazione inizia ad affermarsi sul mercato turistico ed il fenomeno comincia ad acquisire un ruolo nell'economia stessa della località. La città lagunare si è ritrovata in questa situazione agli inizi degli anni '70, quando è stato deciso di fare del turismo il proprio volano del successo. La terza fase, quella del consolidamento (nella Figura 8 definita col termine *development*) è connotata da un aumento consistente della domanda turistica, con la definizione di periodi di alta e bassa stagione. Durante i periodi in cui l'affluenza è maggiore si registra una quantità di visitatori uguale o addirittura superiore rispetto a quella degli stessi residenti, il che inizia a creare diversi scompensi all'interno della realtà locale sia dal punto di vista sociale che dal punto di vista ambientale. Il centro storico della città lagunare si è trovata in questa situazione *borderline* sin dalla fine degli anni '80 dello scorso secolo, quando il numero dei benefici comportati dal turismo non erano più in quantità così superiore rispetto ai costi che la città era tenuta a sopportare. Come quarta fase troviamo quella del consolidamento (nella Figura 8 definita col termine *consolidation*), vissuta da Venezia negli anni '90, dove individuiamo un rallentamento dell'ascesa della quantità dei turisti, vale a dire dei pernottanti, ma un progressivo aumento degli escursionisti, portando così ad un più alto numero di visitatori totali rispetto ai residenti. Il turismo diventa così un cardine attorno al quale ruota tutta l'economia locale. Da qualche decennio ormai il centro storico della città lagunare si trova in una situazione di stallo, che corrisponde alla quinta ed ultima fase del modello ideato da Butler (nella Figura 8 definita col termine *stagnation*), nella quale le capacità di carico sono state ormai superate, provocando dunque degli effetti negativi ingenti sia sull'ambiente che sulla popolazione locale. La città è ormai al tracollo, i nativi sono rimasti in un numero esiguo, la maggior parte delle attività rivolte ai residenti sono state chiuse, o hanno cambiato offerta merceologica o addirittura hanno preferito trasferirsi altrove. Butler nella sua teoria del ciclo della vita delle destinazioni turistiche individua due possibilità per le città ormai giunte in questa posizione: la prima che preclude una svolta sistematica, che può essere dettata o dallo sviluppo di nuove risorse che permettano una sorta di rinascita, oppure dall'adozione di una nuova politica gestionale in grado di organizzare nel modo più congruo possibile il turismo ed i suoi

flussi; ed una seconda che prevede un progressivo declino della destinazione, che rimane vittima della sua stessa risorsa.⁸⁸

⁸⁸ R. W. Butler, *"The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources"*, marzo 1980.

CAPITOLO 4

Alcuni tentativi passati, presenti e futuri per risollevare il centro storico di Venezia

A circa mezzo secolo dalla scelta di cambiare il proprio asse produttivo basato sulla grande industria per permettere a se stessa di emergere in un mondo ormai standardizzato e globalizzato e per cercare di risollevare la sua situazione ambientale al limite del tracollo, Venezia si trova ad oggi a dover affrontare una realtà totalmente differente rispetto a quella che aveva immaginato per sé stessa. Se credeva, infatti, di trarre solo benefici dalla nuova risorsa, si è sbagliata, non aveva considerato tutta una serie di costi da essa derivati e soprattutto non credeva che in un così breve lasso di tempo avrebbe attratto una quantità di visitatori così elevata. Sin dai primi anni, infatti, il centro storico veneziano è riuscito a suscitare un interesse ed un *appeal* molto alto sui viaggiatori di tutto il mondo, arrivando così a superare già alla fine degli anni '80, e nei primi anni '90 del secolo scorso la sua stessa capacità di carico. La parte antica della città lagunare, infatti, stando ai modelli elaborati dagli economisti J. van der Borg e P. Costa e da quest'ultimo con la collaborazione del collega E. Canestrelli, è in grado di sopportare all'incirca 9 milioni di visitatori l'anno riuscendo a garantire benefici, superato questo limite il turismo diventa tutt'altro che sostenibile e arreca danno al centro storico, dal punto di vista ambientale, ma soprattutto dal punto di vista sociale. Ed è proprio questo il caso di Venezia, che si vede schiacciata dalla sua stessa risorsa. Se nei primi anni si superava la capacità di carico solo a ridosso delle

festività, dei ponti e durante i mesi estivi, attualmente il numero di visitatori è così elevato da spalmarsi durante tutto l'arco dell'anno, non in modo uniforme, ma comunque superando quasi sempre la soglia massima tollerabile. Le principali conseguenze le ha riportate senza dubbio la popolazione residente, che, se già prima del *boom* turistico stava diminuendo per ambire a condizioni di vita migliori rispetto a quelle offerte dal centro storico veneziano, con l'avvento di quest'ultimo ha intrapreso un vero e proprio esodo dalla città antica verso la terraferma. Oltre a vedersi schiacciata dall'enorme quantità di visitatori che ogni giorno invadono le calli ed i canali, Venezia ed i suoi nativi si sentono spogliati di ogni loro tradizione, uso, costume e diritto, dato che la maggior parte dei servizi prima presenti e rivolti a loro sta pian piano venendo spostata verso l'esterno del centro storico e dato che un'altra buona porzione di negozi di prossimità sta cambiando la propria offerta merceologica passando dall'essere indirizzata ai residenti all'aver come destinazione ultima il servire il turista. Inoltre, ad incidere fortemente sulla decisione dei locali di abbandonare l'amato centro storico per trasferirsi altrove è il notevole aumento dei costi non solo dei beni e dei servizi di uso quotidiano, ma soprattutto di quelli degli immobili, già di per sé elevati per la manutenzione. A preoccuparsi delle sorti veneziane non è solo lo stesso comune di Venezia, ma il mondo intero, infatti come possiamo leggere nel recente articolo del 29 agosto 2016 del *The New York Times*, Salvatore Settis scrive: *"A rapacious tourist monoculture threatens Venice's existence, decimating the historic city and turning the Queen of the Adriatic into a Disneyfield shopping mall."*⁸⁹ Il quotidiano statunitense non è il solo, però, a destare interesse per le sorti della città lagunare, infatti anche l'UNESCO, vedendo uno dei siti patrimonio dell'umanità in pericolo 'di sopravvivenza', durante l'ultimo incontro ha lanciato un ultimatum al comune di Venezia affermando che entro febbraio 2017 dovrà fornire delle risposte concrete per contrastare la depauperazione ed il degrado sia sociale che dell'ecosistema del centro storico, se non vorrà vedere Venezia e la sua laguna uscire dalla lista dei beni patrimonio dell'umanità.

Al fine di limitare la continua crescita del numero dei visitatori e di porre rimedio ai danni arrecati al centro storico della città lagunare dal fenomeno turistico, nel capitolo

⁸⁹ S. Settis, *"Can we save Venice before it's too late?"*, in *"The New York Times"*, New York, 29 agosto 2016.

avremo modo di illustrare alcune manovre che sono state attuate nel corso degli anni e quelle che ad oggi potrebbero risultare necessarie ed opportune per risanare la drammatica situazione nella quale si trova la città.

4.1 Una politica turistica moderna

Da diversi anni ormai si parla dei costi che la città di Venezia è costretta a subire a causa del turismo e una volta stabilita la soglia massima tollerabile da essa si sono cercate di definire delle linee politiche da perseguire al fine di non far degenerare lo stato già di per sé precario della città antica. Innanzitutto è opportuno capacitarsi, ormai giunti a questo punto, che non è facile riconvertire l'economia di un centro puntando su settori innovativi o legati alla produzione tradizionale, e tanto meno si può anche solo pensare di modificare o intaccare quella che è la vocazione veneziana di attrarre turisti.⁹⁰ Non si può “*demonizzare il turismo*”⁹¹ ed accusarlo di aver compromesso e messo a repentaglio la longevità della città lagunare, bisogna piuttosto considerare il turismo come una grande risorsa in grado di generare ottimi introiti, ma che come tutte le risorse necessita di programmi e politiche che possano gestirla al meglio. La dimensione senza dubbio più difficile da mettere in atto, ma che è indispensabile nell'era del turismo di massa, è la gestione dei flussi turistici, infatti solo riportando il numero totale dei turisti entro la soglia definita dalla capacità di carico si riuscirebbe a rendere il turismo ancora una volta una risorsa sostenibile. Facendo riferimento nello specifico alla composizione della domanda turistica del centro storico di Venezia bisognerebbe riuscire a rendere equilibrati i due segmenti: i turisti pernottanti e gli escursionisti, in quanto come analizzato nel precedente capitolo quest'ultimi apportano più conseguenze negative sul territorio che positive, al contrario dei turisti residenziali che, avendo interessi comuni alla popolazione residente, come la pulizia e l'efficienza dei mezzi di trasporto, risultano esserne complici.⁹² Il turista pernottante permette *in primis* un monitoraggio del fenomeno turistico, in quanto annuncia il suo arrivo con la prenotazione, ed in più una sorta di

⁹⁰ www.flussiturismo.wordpress.com

⁹¹ J. van der Borg, “*Verso una politica turistica moderna a Venezia*”, Atti della conferenza ‘Turismo e Città d’Arte’ (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

⁹² Ibid.

autogestione, dettata dal fatto che essendoci un tetto massimo di posti letto, la città non potrebbe accoglierne più di quel quantitativo. Inoltre, al fine di non sovraccaricare quella che è la città sarebbe opportuno cercare di evitare la stagionalizzazione ed i relativi picchi di domanda.

Un' altra questione, sempre evidenziata dall'economista Van der Borg, da dover tenere in considerazione in qualsiasi politica turistica è senza dubbio la gestione del plusvalore derivante dal fenomeno da governare. Il mercato turistico, infatti, risulta generare delle entrate aggiuntive che, anziché essere adoperate per sostenere i servizi pubblici che ne necessitano, restano nelle mani delle aziende di gestione comunale e vengono utilizzati per *“mascherare inefficienze e così dovuti alla cattiva gestione.”*⁹³

4.1.1 Tentativi di regolarizzazione dei flussi turistici

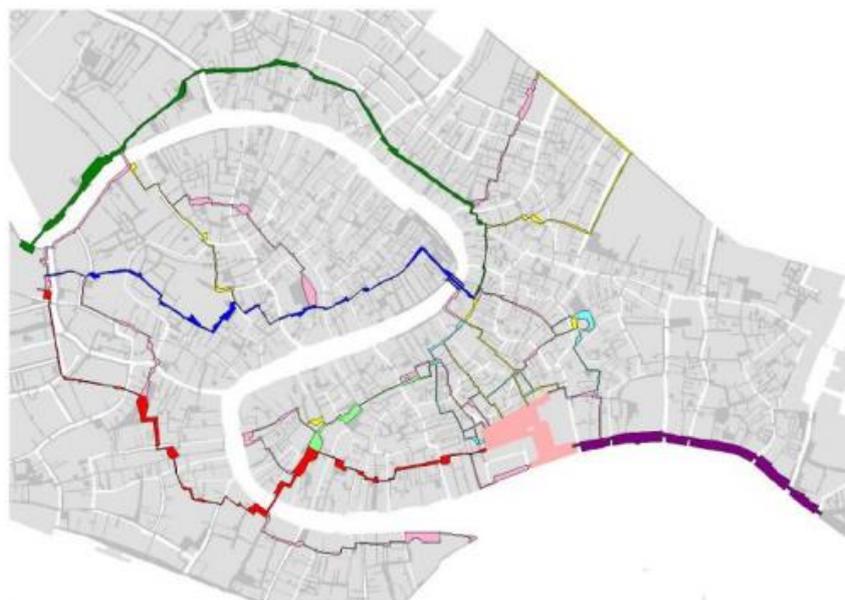
Sin dai primi anni in cui si iniziava a percepire il reale pericolo apportato dalla pressione esercitata dai visitatori sul territorio e sui residenti e si cominciava a delineare la reale conformazione della domanda turistica veneziana, molti sono stati i tentativi e le proposte di gestione avanzati da diverse figure locali e non, sensibili alle sorti del centro storico della città lagunare. Mai più che oggi il preoccupante *status* veneziano al limite del tracollo sta a cuore ed interessa alla Giunta Comunale che si sta adoperando per cercare di riportare la situazione alla normalità. A seguire troveremo in primo luogo presentati i tentativi di regolarizzazione e contenimento dei flussi turistici messi in atto durante il corso degli anni ed in seconda battuta i progetti che verranno presi in esame durante i dibattiti istituzionali, che l'attuale sindaco di Venezia, Luigi Brugnaro, ha deciso recentemente di indire, a seguito delle ultime polemiche sul *“turismo cafone”* che sta caratterizzando sempre più il centro storico e soprattutto dopo le proposte di delibera avanzate a sua insaputa dai propri consiglieri sulla capacità di carico della città, sull'introduzione di biglietti per poter accedere al centro storico e sulla residenzialità.⁹⁴

⁹³ Ibid.

⁹⁴ M. Fullin, *“Gestione del turismo. Partono le commissioni.”*, in *“Il Gazzettino di Venezia”*, Venezia-Mestre, 14 settembre 2016.

Nel 1989 gli economisti P. Costa e J. van der Borg hanno ideato un pacchetto di servizi turistici che risultava essere interessante ed appetibile per gli escursionisti e che venendo acquistato *ante tempore* avrebbe aiutato a stimare il quantitativo effettivo di visitatori non intenzionati a pernottare all'interno del centro storico veneziano, ma piuttosto interessati solo ad una visita in giornata. Il pacchetto in questione prevedeva un utilizzo di zone ed attrazioni differenti da quelle usuali (vedi Figura 9 alla pagina seguente), in modo da creare delle aree alternative per i visitatori senza continuare a gravare sempre sulle stesse ormai divenute passerelle gremite dalle calche di turisti.

Figura 9: Principali direttrici del traffico pedonale nel centro storico di Venezia.



Fonte: COSES 2008.

I primi tentativi vennero intrapresi nel concreto solo diversi anni a seguire, quando nel 2001 la Giunta Costa creò la VeniceCard SpA, ovvero un'azienda costituita per il 70% dal comune di Venezia e per il restante 30% da altre imprese municipali locali⁹⁵, con lo

⁹⁵ Le aziende municipali che andavano a costituire il 30% dell'azienda Venice Card SpA erano ACTV, ovvero la società di trasporto pubblico locale; Vela che di occupa di gestirne a Venezia e a Mestre l'attività commerciale legata principalmente al turismo; Alto Adriatico per un Turismo Affidabile S.C.a.r.l. (Alata), vale a dire una società consortile di Comuni e Province per la promozione del turismo dell'Alto Adriatico; Alilaguna, responsabile del servizio di collegamento diretto tra Venezia e il suo Aeroporto; Azienda Servizi Mobilità (Asm), la società di proprietà del Comune di Venezia gestisce i parcheggi di proprietà comunale; Vesta, società che riunisce tutti i servizi ambientali e di igiene urbana, il ciclo integrale dei servizi idrici, la gestione dei servizi cimiteriali e la gestione dei mercati all'ingrosso ed al dettaglio; Venezia Informatica e Sistemi Venis S.p.A., partner tecnologico del Comune di Venezia per l'Information Technology; Musei Civici Veneziani; ed infine il Casinò di Venezia.

scopo di emettere una sorta di carta multiservizi, valida esclusivamente durante il periodo del soggiorno nella città lagunare, che desse la possibilità al turista di usufruire di tutta una serie di servizi quali trasporti pubblici, accesso ai musei, *transfer* dal e per l'aeroporto Marco Polo, *toilettes*, ingressi al Casinò di Venezia, nonché sconti e agevolazioni da consumare presso gli esercenti convenzionati. Il lancio della tessera servizi, la VeniceCard per l'appunto, avvenne nel gennaio 2003: i visitatori potevano acquistare la *card* su prenotazione tramite i siti www.venicecard.com/it o mediante l'apposito servizio di *call-center* entro e non oltre 48 ore dall'arrivo a Venezia con relativo ritiro presso una delle biglietterie convenzionate dislocate nella città.

Erano state elaborate diverse tipologie di carte in base ai servizi dei quali si voleva beneficiare e ciascuna di esse era differenziata di prezzo in base all'età dell'acquirente. I principi fondanti della VeniceCard erano di contenere il flusso dei visitatori al di sotto della soglia definita dalla capacità di carico, di migliorare la qualità di vita ed infine di disincentivare il turismo improvvisato degli escursionisti 'mordi e fuggi'.⁹⁶ Per rendere ciò possibile, infatti, è stato definito un numero massimo di tessere vendibili giornalmente, limitando così gli ingressi eccedenti. Il progetto in questione non voleva andare a ledere nessun diritto di libertà e libera circolazione sanciti dalla legge, ma aveva come fine quello di spalmare in modo uniforme la quantità dei visitatori durante tutto l'arco dell'anno, eliminando i picchi di domanda che congestionano la città in determinati periodi. Come sosteneva uno degli ideatori del progetto e poi divenuto amministratore delegato dell'azienda esercente della carta multiservizi Van der Borg: *"l'ingrediente principale di questa politica è rendere Venezia prenotabile offrendo una città più economica e facile da visitare per chi prenota e più cara e più difficile a chi non lo fa."*⁹⁷ Non si andava dunque a proibire l'ingresso a nessuno, si voleva solo agevolare la visita di quanti contribuivano attivamente, chi pernottando in città chi acquistando la *card*, a generare valore aggiunto a Venezia e non compromettevano con la loro presenza il destino del 'pesce'. Purtroppo, dopo poco più di un anno dalla realizzazione della VeniceCard, nonostante venne registrato in termini di vendite un riscontro positivo da parte dei visitatori nei confronti della tessera multiservizi, il

⁹⁶ J. van der Borg, *"La gestion des flux touristiques dans les villes d'art. L'exemple de la Venice Card."*, in *"Les Cahiers d'Espaces"*, 2003.

⁹⁷ J. van der Borg, *"Il progetto del presidente del Porto non fermerà la presenza incontrollata dei turisti"*, in *"La Nuova Venezia"*, Venezia, 13 agosto 2014.

maggiore azionista dell'azienda produttrice, nonché il Comune di Venezia, perse l'interesse per il progetto⁹⁸ e lo lasciò naufragare.

Nel frattempo durante il corso degli anni i visitatori aumentavano e non si era ancora riusciti ad attuare un piano regolatore in grado di contenerli. Dal 1 febbraio 2009 tutti i turisti di Venezia ebbero la possibilità di prenotare la loro visita nella città lagunare tramite la piattaforma *VeniceConnected*, nonché un portale *e-commerce* pubblico ideato dall'amministrazione comunale e realizzato da Venis SpA, l'azienda informatica del comune, appunto per la prenotazione e l'acquisto dei servizi turistici a Venezia. L'allora vicesindaco e coordinatore del Tavolo interassessorile per il Turismo, Michele Vianello, al varo del sistema di *booking online* sottolineò la volontà di creare un vero e proprio 'sistema' tra pubblico e privato con il quale rendere il turismo veneziano più innovativo, più sostenibile e con una qualità maggiore di servizi.⁹⁹ *"Un sistema in grado di incentivare e disincentivare le visite, segnalando con diverse tariffe il grado di congestione nel centro storico, e quindi orientando le prenotazioni in periodi meno critici. Il sistema VeniceConnected è stato esteso integrando sistemi di prenotazione alle strutture ricettive alberghiere ed ai bed&breakfast."*¹⁰⁰ Il 7 ottobre 2013, tutti i contenuti presenti sulla piattaforma realizzata solo qualche anno prima vengono reindirizzati su un nuovo portale, quello di Venezia Unica. Il comune veneziano infatti passa la palla alla società Vela SpA, che introduce una nuova tessera: Venezia Unica, un nuovo *city pass* della città di Venezia che dà la possibilità ai visitatori di accedere con un unico strumento ai mezzi di trasporto pubblico, all'offerta culturale e turistica cittadina, e a molti altri servizi utili. Venezia Unica City Pass è uno strumento ideato per organizzare la visita nella città lagunare, per ottenerlo è sufficiente acquistarlo sul sito www.veneziaunica.it oppure recarsi nei punti vendita; per usufruire dei servizi basterà presentare il codice di prenotazione, ottenuto una volta portato a termine l'acquisto, presso ciascun luogo d'interesse e servizio selezionato.¹⁰¹ Questa nuova tessera però per quanto possa dimostrarsi un ottimo mezzo per una gestione coordinata dell'offerta dei servizi veneziani e contribuisca ad aumentare i ricavi non solo delle singole imprese

⁹⁸ J. van der Borg, *"Verso una politica turistica moderna a Venezia"*, Atti della conferenza 'Turismo e Città d'Arte' (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

⁹⁹ Sito del Comune di Venezia.

¹⁰⁰ P. Gasparoli, F. Trovò, *"Venezia fragile: Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni"*, Altralinea Edizioni, Venezia, 2014.

¹⁰¹ www.veneziaunica.it

affiliate ma anche dello stesso comune, non sembra permettere di ridimensionare il flusso di turisti presso la città lagunare, che anzi continua a salire in modo esponenziale.

4.1.2 Nuovi progetti per la gestione dei flussi turistici del centro storico

Come anticipato pocanzi Venezia ormai sfigurata di ogni sua caratteristica urbana per una pressione eccessiva di visitatori necessita nell'immediato di una politica volta a gestire i flussi, se non vuole rischiare di rientrare nella Lista dei Beni Patrimonio dell'Umanità a rischio. L'attuale sindaco Luigi Brugnaro, non potendo più rimandare al futuro una decisione sull'argomento ed essendo stato spronato più volte anche dal sottosegretario ai beni culturali Ilaria Borletti Buitoni ad adottare dei provvedimenti in merito¹⁰², ha deciso di indire una serie di riunioni congiunte con lo scopo di scandagliare e valutare accuratamente sette progetti che sono stati elaborati negli ultimi anni per la gestione dei flussi turistici quali: Venezia Libera di Roberta Bartoloni, *Soft* di Pierpaolo Compostrini con il Corila, Crm di Nicola Babetto, *Pass4Venice* di Andrea Casadei, *Ztl Revolution* di Cristiano Farina, Turismo Sostenibile di Giampietro Pizzo con Venezia Cambia ed infine San Marco Pass di Marco Scurati.¹⁰³ Verranno inoltre interpellati enti di ricerca e conoscitori del diritto per accertarsi che il provvedimento da attuare come risanatore non vada a ledere le regolamentazioni comunitarie e che dunque si attenga alla legge. Sarà poi data la possibilità ai cittadini di esprimere il proprio pensiero e dare il proprio giudizio in materia attraverso figure come associazioni e rappresentanti di movimenti che da tempo si adoperano per salvare le sorti della città. I lavori saranno coordinati dal presidente della Commissione Cultura e Turismo Giorgia Pea che avrà il compito di esaminare ed indicare il piano più consono ed appropriato per il centro storico di Venezia entro la fine dell'anno corrente. ¹⁰⁴ Analizzeremo ora più nello specifico i sette progetti che sono stati selezionati e che verranno studiati ed approfonditi.

¹⁰² www.veneziaradiotv.it

¹⁰³ M. Fullin, "Gestione del turismo. Partono le commissioni.", in "Il Gazzettino di Venezia", Venezia-Mestre, 14 settembre 2016.

¹⁰⁴ Ibid.

4.1.2.1 Progetto ‘ Venezia Libera ’

Il primo piano gestionale dei flussi turistici che andremo a presentare è quello ideato dalla veneziana Roberta Bartoloni che prende il nome di ‘ Venezia Libera ’. Si tratta di un programma di prenotazione gratuita esteso a tutto il territorio e rivolta agli escursionisti, tra cui annoveriamo anche i crocieristi, e a quanti alloggiano in strutture non regolari, e non quindi a residenti ed a pendolari, attraverso la quale si riuscirebbe ad ottenere una città più vivibile e più in sicurezza non solo per gli abitanti, ma anche per gli stessi turisti che altrimenti non riuscirebbero a godere nel modo appropriato dell’unicità e della bellezza del centro storico di Venezia. La prenotazione non è da intendersi obbligatoria, ma è consigliata in quanto garantisce una serie di vantaggi per quanti volessero visitare la città *in toto*, dando libero accesso a tutta ad una serie di servizi compresi i mezzi pubblici, i parcheggi di Piazzale Roma, il campanile di Piazza San Marco, i bagni pubblici ed altri ancora.¹⁰⁵ Non potere beneficiare dei suddetti servizi ed entrare nelle principali attrazioni limiterebbe e non di poco la visita, tanto da disincentivarla. I visitatori sarebbero così decisamente più propensi ad annunciare il loro arrivo nella località come qualsiasi turista che pernotta il proprio alloggio. Il sistema di prenotazione andrebbe ad applicarsi su strumenti già operanti come la tessera multiservizi VeneziaUnica e non necessiterebbe di installazioni fisse come i tornelli, che andrebbero, secondo l’ideatrice del progetto, a creare non pochi disagi anche per gli stessi residenti. I controlli si effettuerebbero attraverso l’uso dei palmari, contestualmente all’acquisto di biglietti d’ingresso presso i musei, presso i bagni pubblici, presso le principali attrazioni e all’atto dell’acquisto dei titoli di navigazione; inoltre nei giorni con maggiore presenza turistica verranno appostati controlli mobili dislocati nei punti di maggiore criticità. Gli abitanti ed i frequentatori abituali della città beneficerebbero in automatico del *pass*; mentre per i turisti pernottanti in strutture presenti sul territorio autorizzate la prenotazione di quest’ultimo sarebbe contestuale a quella dell’alloggio. Roberta Bartoloni è dell’opinione che il progetto debba essere gestito dalla stessa Venezia, infatti a svolgere il ruolo fondamentale dovrà essere il Comune con l’ausilio di Vela, società responsabile delle attività commerciali principalmente legate al turismo sul territorio, e che il *software* di prenotazione dovrà

¹⁰⁵ G. Pradolini, “ Venezia Libera ‘ fuori chi non prenota utilizzando l’imob”, in “Il Gazzettino di Venezia”, Venezia-Mestre, 17 settembre 2016.

essere elaborato e realizzato da Venis SpA, al costo di una stima approssimativa di 200mila Euro.¹⁰⁶ I ricavi invece, riconducibili a circa 9milioni di Euro l'anno, saranno dati dalla vendita di spazi pubblicitari nelle pagine dedicate alla *résvation* sul portale del Comune e dalla vendita dei servizi della card multiservizi VeneziaUnica.¹⁰⁷

La prenotazione risulterà molto semplice e simile a qualsiasi altro *booking system*, si procederà tramite il sito del Comune di Venezia e sarà sufficiente indicare il giorno della visita ed il quantitativo di persone per il quale si intende prenotare; automaticamente si verrà reindirizzati all'offerta dei servizi offerti dalla *card VeneziaUnica* ed a seguire si riceverà la conferma dell'avvenuto *booking* via SMS o tramite *e-mail*. Interessante risulta essere l'intenzione di inserire all'interno di questo breve e semplice procedimento di prenotazione un sorta di decalogo di regole di buon comportamento da sottoporre all'attenzione del visitatore.

Il progetto ' Venezia Libera ' permetterebbe così di far diminuire la pressione turistica degli escursionisti, che come si è sottolineato più volte nel corso della tesi, oltre ad essere in quantità decisamente superiore rispetto ai turisti pernottanti¹⁰⁸ risultano arrecare più costi che benefici per la destinazione; ed inoltre andrebbe a migliorare sia in termini quantitativi che qualitativi la permanenza dei visitatori e la vita degli stessi residenti, non andando né a gravare economicamente sui turisti meno abbienti, in quanto la prenotazione è gratuita, né a violare le leggi costituzionali e comunitarie che tutelano il diritto di libera circolazione.

4.1.2.2 Progetto ' Soft '

Il secondo progetto selezionato per essere valutato dalle commissioni congiunte si prefigura per essere, come sostiene lo stesso promotore Pierpaolo Compostrini, ricercatore e direttore del consorzio Corila¹⁰⁹, più che un modo per governare i flussi

¹⁰⁶ www.gruppo25aprile.org

¹⁰⁷ Ibid.

¹⁰⁸ Italia Nostra ONLUS, "Proposte per Venezia. Realtà presente e prospettive per il futuro", Dossier di Italia Nostra – Sezione di Venezia – in occasione della visita di Ilaria Borletti Buitoni, Sottosegretario del Ministero per i Beni Culturali e per il Turismo, Venezia 2015.

¹⁰⁹ Corila è un'associazione tra Università Ca' Foscari di Venezia, Università IUAV di Venezia, Università di Padova, Consiglio Nazionale delle Ricerche e Istituto Nazionale di Oceanografia e Geofisica

turistici come di per sé lo è quello appena presentato, un modo per stimare realmente la quantità effettiva di visitatori che ogni giorno arrivano nel centro storico veneziano. *“La prima regola è che non si può gestire ciò che non si conosce”*¹¹⁰ ed è appunto partendo da questo presupposto che il 25 marzo scorso l’associazione Corila, ha richiesto all’Unione Europea di stanziare un finanziamento di un milione e mezzo di Euro da impiegare nel progetto di quantificazione concreta dei turisti a Venezia, per poi poter fornire le stime raccolte al Comune di Venezia ed alla Regione Veneto, i quali solo allora potranno elaborare un programma contenitivo di gestione dei flussi turistici. Secondo Compostrini non ha senso cimentarsi nella realizzazione di politiche turistiche gestionali se prima non si sa l’effettiva entità del fenomeno turistico¹¹¹, bisogna dunque prima conoscere bene e poi si potrà elaborare una soluzione. Il progetto ‘Soft’ si prefigge dunque come scopo *“il ‘contare’ basandosi sulle telecamere già in funzione nei terminal e nei punti centrali della città per esigenze di sicurezza, quante persone passano ogni giorno per quel punto.”*¹¹² Ed ancora una volta la tecnologia può aiutare in questa missione, in quanto è già stato messo a punto un *software* con un algoritmo capace di ‘leggere’ le immagini catturate dalle telecamere di sicurezza e di quantificare dunque la quantità di arrivi. Questo prospetto si rivela essere, inoltre, decisamente più economico di quelli in possesso dei gestori telefonici in grado di verificare in tempo reale gli spostamenti degli individui. Disponendo di un numero reale dei visitatori che giungono al centro storico ed avendo anche una mappatura delle aree più percorse e battute dai turisti, si può descrivere in modo più accurato l’andamento dei flussi durante l’anno e si può quindi prevedere quelle che potrebbero essere le situazioni e le zone di particolare congestionamento future. Il progetto in questione ipotizza la possibilità di installare dislocati nella città dei dispositivi intelligenti, i *beacon*, in prossimità delle indicazioni stradali che avranno il compito di indurre la folla in zone meno affollate, ed inoltre prevede di realizzare un’*app* per dispositivi *mobile* con le stesse capacità.¹¹³

Sperimentale, vigilata dal Ministero dell'Istruzione Università e Ricerca. Il consorzio si occupa del coordinamento delle ricerche inerenti al sistema lagunare di Venezia, tratto dal sito www.corila.it

¹¹⁰ A. Vitucci, *“Allarme visitatori, mancano i numeri”*, in *“La Nuova di Venezia”*, Venezia, 6 settembre 2016.

¹¹¹ Ibid.

¹¹² Ibid.

¹¹³ Presentazione del Progetto ‘Soft’ di Pierpaolo Compostrini sul sito www.comune.venezia.it

4.1.2.3 Progetto 'CRM'

Il terzo progetto che verrà preso in considerazione dalle commissioni congiunte presiedute da Giorgia Pea per salvare Venezia dalle invasioni turistiche è quello avanzato da Nicola Babetto, *application developer* e *project manager* della Handing Sas. Il programma si basa su un approccio intelligente con il quale il tessuto commerciale della città possa interfacciarsi col turista, grazie al supporto tecnologico, al fine di dare e ricevere informazioni utili ad entrambe le parti. L'acronimo CRM sta ad indicare proprio la gestione del rapporto col cliente, in questo caso col turista, che si deve promuovere al fine di renderlo il fulcro centrale del *business* turistico. Questa strategia commerciale trova fondamento appunto sul cercare di catturare il maggior numero di informazioni circa i desideri ed i bisogni del turista, in modo da potergli proporre un'offerta appropriata innanzitutto alle sue aspettative e che d'altro canto faccia trarre il maggior profitto all'azienda, che nel nostro caso è la città stessa di Venezia con il suo *network* commerciale.¹¹⁴ Babetto propone nel concreto di creare un sito *web* da sottoporre al visitatore che raccolga tutta l'offerta veneziana, sia in termini culturali, turistici che di intrattenimento e un'*app* che funga da mappa interattiva e da raccogliitore di richieste del turista. Logicamente devono essere presenti anche delle soluzioni tecnologiche come *access point wifi* e *beacon bluetooth* che permettano al turista di essere sempre *connected* e *localized*.¹¹⁵ Si verrebbe così a creare una sorta di dialogo tra città e visitatore dove ognuna delle due parti trarrebbe informazioni utili dall'altra: la prima captando i bisogni dei propri ospiti e la seconda ottenendo informazioni tramite vere e proprie notifiche di avvenimenti, ingorghi, ed intoppi di vario genere. Lo scopo di questa strategia gestionale è fare sentire il visitatore al centro dell'attenzione veneziana, andando ad accrescere la sua *customer satisfaction*, in modo da invogliarlo a tornare nella città e/o a prolungare il suo soggiorno. *Si tratta dunque di un progetto promotore di innovazione, di miglioramento del tessuto cittadino e di promozione del tessuto commerciale della città stessa.*¹¹⁶ Un altro riscontro positivo del progetto di Nicola Babetto è che si andrebbe a migliorare notevolmente l'offerta dei servizi del centro storico veneziano. Si può dunque

¹¹⁴ www.crmpartners.it

¹¹⁵ Presentazione del Progetto 'CRM' di Nicola Babetto sul sito www.comune.venezia.it

¹¹⁶ Ibid.

sostenere che il progetto CRM più che essere un semplice software o programma informatico, si predispone per essere un intervento organico che si attua su diverse componenti urbane della città di Venezia sia dal punto di vista fisico, andando ad operare su infrastrutture, su *access point wifi*, *beacon bluetooth*, sulla segnaletica ed altro ancora, che dal punto di vista dell'offerta commerciale a tutto tondo, data da albergatori, ristoratori e commercianti.¹¹⁷ Concludendo, il turista si farebbe 'ambasciatore' della città stessa, andando a raccontare la sua esperienza turistica a Venezia a terzi ed incentivando così altri arrivi.

4.1.2.4 Progetto 'Pass4Venice'

Il quarto progetto dei sette candidati per essere valutati dalla commissione e per essere poi, solo se giudicato consono ed appropriato, applicato come possibile strumento di gestione della presenza dei turisti nel centro storico di Venezia è 'Pass4Venice', avanzato da Andrea Casadei, uno dei suoi maggiori rappresentanti ed ideatori. Il piano prevede una totale riorganizzazione dei flussi turistici attraverso l'applicazione di un sistema a numero chiuso, varchi d'accesso e *ticket* a tariffa dinamica che sarebbero in grado di generare un introito di 500mila Euro l'anno. Il piano, esposto il 23 maggio dello scorso anno presso il Padiglione Aquae 2015 a Marghera, è stato presentato dai suoi ideatori per essere quel progetto in grado di *"trasformare i turisti che vivono Venezia come un parco tematico in ospiti più attenti e consapevoli delle esigenze dei veneziani."*¹¹⁸ Ma andiamo a vedere più nel dettaglio di cosa si tratta. L'idea di applicare 'un sistema a numero chiuso' a Venezia non è sicuramente una novità, ed anzi se ne discute da almeno 30 anni senza riuscire a metterlo in pratica; questa volta però i gli ideatori del piano gestionale hanno proposto l'istallazione di sette *hub* o meglio varchi obbligatori di accoglienza, in corrispondenza dei punti di accesso al centro storico, vale a dire: l'aeroporto Tessera, Mestre via Righi, Mestre Stazione FS, Punta Sabbioni, Chioggia, terminal Fusina, e la stazione Marittina, dove acquistare una *card* multiservizi che garantirà l'ingresso gratuito a musei ed

¹¹⁷ Ibid.

¹¹⁸ www.veneziatoday.it

attrazioni e l'utilizzo, sempre gratuito, dei mezzi di trasporto.¹¹⁹ Il costo di questa carta sarà dinamico e verrà determinato a seconda del momento dell'acquisto, del periodo della visita, della tipologia dell'acquirente, della quantità di giorni che si intende rimanere nella città, ed infine del tasso di salvezza del centro storico dovuta alla presenza turistica. Oscillando il costo del *pass* da un minimo di 25 Euro ad un massimo di 100 Euro si porrà senza dubbio come un parametro di disincentivazione per i turisti non realmente interessati e motivati alla visita e tenderà a distribuire in modo più uniforme il numero dei visitatori limitando i picchi di domanda. Saranno esenti dall'acquisto della tessera i residenti, gli ospiti e parenti dei residenti, i lavoratori abituali e gli studenti. Il ricavo netto derivante di circa 500mila Euro verrebbe adoperato per la salvaguardia del patrimonio artistico e culturale e per supportare e rilanciare le attività commerciali non turistiche ormai decimate.¹²⁰

Il progetto ' Pass4Venice ', sostiene l'avvocato Alessio Vianello altro fondatore e sostenitore del progetto, per quanto possa incidere sul diritto di mobilità e libera circolazione delle persone, si presenta per essere una forma di tutela e salvaguardia doverosa del patrimonio artistico, culturale ed ambientale di Venezia.¹²¹

4.1.2.5 Progetto ' Ztl Revolution '

Un quinto progetto, questa volta avanzato dal partito politico Movimento Cinque Stelle e presentato il 19 marzo scorso, risulta avere due proposte che potrebbero rivelarsi interessanti per risollevare le sorti della città lagunare. *In primis* viene promossa l'idea di aumentare di 3.00 Euro, ovvero in media il corrispettivo della tassa di soggiorno richiesto presso le strutture ricettive del centro storico, il prezzo attuale di chiunque arrivi a Venezia con autobus di linea piuttosto che Ztl o automobili o che usufruisca del parcheggio al Tronchetto o in Piazzale Roma. La seconda idea prevede un rimborso del costo della tassa di soggiorno in forma di buono di pari valore spendibile presso le botteghe di artigiani certificate dal comune per tutti i turisti che

¹¹⁹ www.pass4venice.it

¹²⁰ Articolo di giornale tratto da www.veneziatoday.it "Pass4Venice presentato il sistema di gestione dei flussi a Venezia", Roma, 9 maggio 2015.

¹²¹ Articolo di giornale tratto da www.pressreader.com "Venetian Heritage cena e awards a Marino e Belli", in "Corriere del Veneto", Padova, 10 maggio 2015

pernottano per più di tre giorni nella città. Inoltre viene proposto di far beneficiare quest'ultimi anche di una tessera Imob con le stesse scontistiche riservate ai residenti per l'utilizzo del vaporetto e un 20% di riduzione per gli ingressi ai musei comunali. Lo scopo di quest'ultima interessante proposta sarebbe quello di disincentivare l'escursionista e tutti coloro che decidono di visitare Venezia per meno di tre giorni e in un certo senso favorire il turista pernottante, che già di per sé apporta benefici alla città e usufruisce nello stesso modo dei servizi della città. Qualora dovessero entrare in porto le suddette misure si ci sarebbe un introito considerevole di circa 51 milioni di Euro da adoperare per ricostituire la residenzialità ormai danneggiata e per sostenere il mercato artigianale locale.¹²²

4.1.2.6 Progetto ' Turismo sostenibile '

La sesta proposta che verrà presa in esame sarà quella avanzata dal portavoce dell'associazione Venezia Cambia, imprenditore e politico locale, Giampietro Pizzo, che prende il nome di ' Turismo Sostenibile '. Il progetto si prefissa come scopo quello di arrivare ad ottenere un turismo programmato, riuscendo a prevedere il numero dei turisti in arrivo nella città lagunare, grazie ad un sistema di prenotazione della visita nella località, non solo per i turisti pernottanti, ma anche e soprattutto per gli escursionisti, il tutto mediante l'adozione di una carta servizi. I turisti residenziali riceverebbero un codice per l'acquisto della tessera, al costo di 5 Euro al giorno, direttamente all'atto della prenotazione del soggiorno presso la struttura; mentre gli escursionisti potrebbero acquistare la *card* o *online*, o presso i punti vendita autorizzati presenti presso le stazioni ferroviarie e negli altri punti di accesso alla città.¹²³ La tessera multiservizi, che prende il nome di *Ven!ceposto* garantirebbe cinque servizi: l'accesso libero alle *toilettes* pubbliche, *wifi* gratuito in tutta l'area veneziana, riduzione di 5 Euro sul costo di ciascun titolo di viaggio, riduzione pari al 50% sull'ingresso ai musei, ed infine la dotazione di una bottiglietta riciclabile con una mappatura delle

¹²² V. Mantengoli, "Tassare con tre euro in più tutti i turisti mordi e fuggi", in "La Nuova Venezia", Venezia, 20 marzo 2016.

¹²³ Presentazione del Progetto ' Turismo Sostenibile ' di Giampietro Pizzo sul sito www.comune.venezia.it

fontane pubbliche.¹²⁴ Il costo della tessera, com'è stato proposto in altri progetti varierebbe in base al giorno in cui si desidera raggiungere Venezia; infatti è stato suddiviso il calendario in quattro differenti periodi in base alla concentrazione di turisti. Un'altra delle proposte avanzate dall'associazione Venezia Cambia e presente nel progetto è quella di individuare un numero massimo di turisti e porre dei sistemi di blocco da attivare nei momenti in cui si raggiunge la soglia critica a Venezia, dove per quest'ultima è stata definita il quantitativo massimo di 20 milioni di visitatori annui, soglia comunque ben al di sopra di quella ritenuta opportuna dagli studiosi Van der Borg e Costa nel loro studio degli anni '80.¹²⁵

4.1.2.7 Progetto 'San Marco Pass'

Il settimo ed ultimo progetto in lista per essere valutato dalle commissioni congiunte entro l'anno è quello supportato da Marco Scurati che prevede l'imposizione di un quantitativo massimo programmato di visitatori, per un numero di giorni compreso tra 60 e 90 all'anno, da applicare al simbolo per eccellenza della città lagunare, nonché Piazza San Marco; il tutto sarebbe possibile mediante l'adozione di una tessera, per l'appunto la *S. Marco Pass*, da acquistare preventivamente prima di raggiungere la località *online* o tramite i vari intermediari che 'vendono' i servizi per la città, quali compagnie aeree, di navigazione, ferroviarie, *OTA*, *tour operator* ed agenzie di viaggi.

L'idea sulla quale si basa il piano gestionale in questione sta proprio *nell'usare un luogo piccolo e facilmente controllabile come fattore limitante di uno più grande, e così la Piazza San Marco con effetto sull'intera città.*¹²⁶ Per quanto Venezia offra molto altro, chi conosce la logica con la quale opera il turista di massa sa che se non gli venisse permesso di 'toccare' e fruire dell'epicentro della sua fantasia stereotipata molto probabilmente rinuncierebbe allo stesso viaggio.¹²⁷ Piazza San Marco si presta molto facilmente in quanto rappresenta da sempre nell'immaginario collettivo il simbolo di

¹²⁴ Ibid.

¹²⁵ J. van der Borg, "Tourism and Urban Development. The impact of tourism on urban development: towards a theory of urban tourism, and its application to the case of Venice, Italy", Rotterdam, 1991.

¹²⁶ M.Scurati, "La soluzione alla gestione dei flussi turistici a Venezia", su www.flussiturismo.wordpress.com

¹²⁷ Ibid.

Venezia, una sorta di Mecca dove almeno una volta nella vita bisogna andare;¹²⁸ non poter andarci durante la propria visita nella città antica lagunare, stando a quanto sostenuto dell'ideatore del progetto, potrebbe comportare tre diversi modi di agire del visitatore, infatti o disincentiverebbe un buon 50% dei turisti 'mordi e fuggi' o contribuirebbe a distribuire i loro arrivi in giorni meno congestionati o in alternativa li porterebbe ad acquistare i *ticket* d'ingresso ai musei per potersi così assicurare l'accesso alla Piazza. Venezia ed il particolare la sua unica piazza¹²⁹ sono da intendersi come un 'contenitore' in grado di tollerare e sopportare un numero limitato di persone, superato quest'ultimo oltre ad avere un impatto negativo sull'ambiente e sull'esperienza turistica degli stessi visitatori, si andrebbe a violare tutte le condizioni di sicurezza pubblica necessarie. Secondo il piano gestionale proposto da Scurati per avere accesso all'area marciana, nella quale si trova la Piazza-simbolo, bisogna essere in possesso o della *S. Marco Pass*, acquistata in anticipo tramite *digital tools*, o di un ingresso presso i musei presenti nell'area, o di una prenotazione presso una struttura ricettiva del centro storico, o in alternativa di una tessera multiservizi, che dà la possibilità di usufruire di mezzi pubblici e dell'offerta culturale della città. Come quantitativo massimo verrebbe imposto 65.000 persone al giorno circa, che corrispondono alla somma degli abitanti del centro storico e di quelli delle isole, costituiti per un 50% da turisti pernottanti ed per il restante 50% da escursionisti.¹³⁰ Inoltre considerando la grandezza di Piazza San Marco, di 15.000 metri², lo spazio di cui per una questione di sicurezza ciascuna persona avrebbe bisogno, che equivale ad almeno un metro², ed infine la permanenza media stimata per la visita di circa 90 minuti, possiamo concludere che la Piazza raggiungerebbe il suo stato di saturazione per almeno sei/sette ore durante il giorno, coincidenti con gli orari di maggiore affluenza. Il Comune dunque, basandosi su una semplice questione legata alla sicurezza pubblica potrebbe attuare senza grandi problemi il progetto in questione.¹³¹

Infine c'è un altro 'luogo', per così chiamarlo, vittima delle bolge dei turisti che dev'essere tutelato, che rientra nel programma ideato da Marco Scurati: quello dei

¹²⁸ Presentazione del Progetto '*San Marco Pass*', di Marco Scurati sul sito www.comune.venezia.it

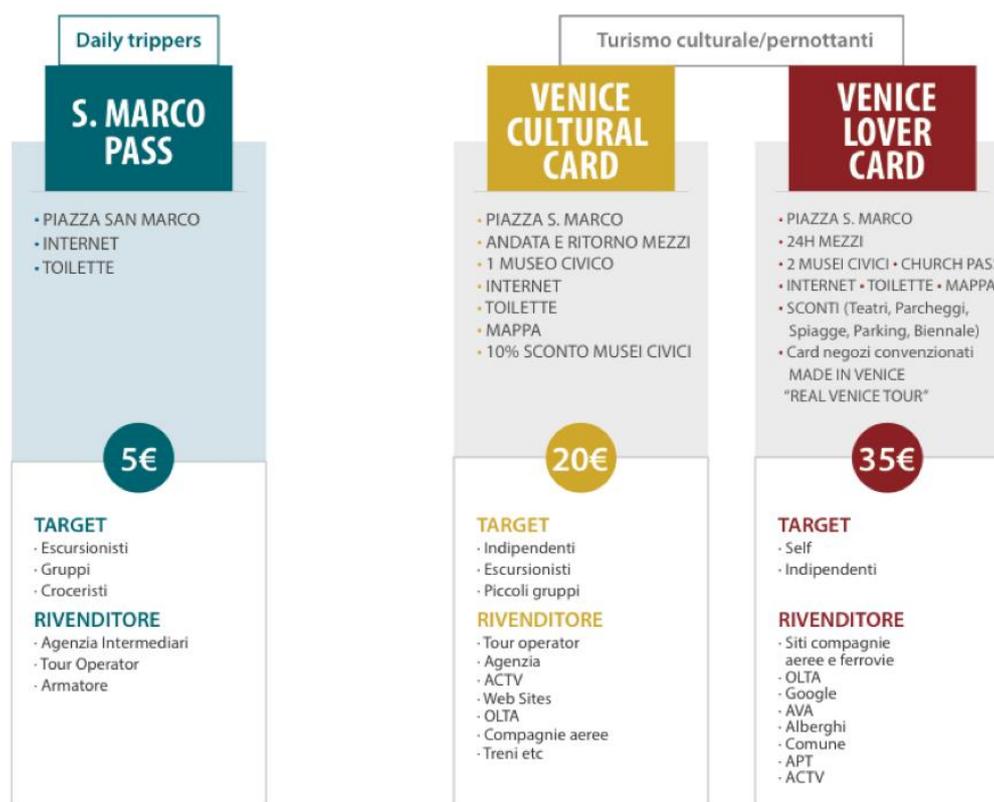
¹²⁹ Unica piazza in quanto Piazza San Marco è l'unica ad assumere questo appellativo, le altre sono chiamate campi o campielli.

¹³⁰ Presentazione del Progetto '*San Marco Pass*', di Marco Scurati sul sito www.comune.venezia.it

¹³¹ M.Scurati, "La soluzione alla gestione dei flussi turistici a Venezia", su www.flussiturismo.wordpress.com

mezzi pubblici. Infatti è stato pensato di creare una sorta di corsia dedicata esclusivamente ai turisti, per l'appunto la *Tourist Line*, con tanto di personale bilingue, spazio per le valigie, mappe ed altro ancora, in modo da non intaccare ed intralciare lo svolgimento della vita di: residenti, lavoratori abituali e studenti. Per completare così l'offerta indirizzata al visitatore, e senza dubbio per aumentare gli introiti comunali, sono state ideate altre tre carte multiservizi differenziate per fasce di prezzo, per offerta e per tipologia di visitatore che darebbero modo al turista di beneficiare in modo considerevole di molti servizi presenti nel centro storico della città lagunare ad un costo ridimensionato. Inoltre la tessera *Venice Lover Card*, ovvero la più completa in termini di offerta includerebbe anche degli sconti da usufruire presso una serie di negozi convenzionati, che testimoniano e valorizzano la tradizione veneziana e garantiscono prodotti *made in Italy*, e *made in Venice* (Figura 10).

Figura 10: Carte multiservizi del progetto 'San Marco Pass'.



Fonte: Progetto 'San Marco Pass', di Marco Scurati sul sito www.comune.venezia.it

4.2 Mestre: puntare sulla Terraferma si può

Negli ultimi decenni, vale a dire da quando la portata di visitatori che investe Venezia ogni giorno supera abbondantemente la capacità di carico della città, tanto da far risultare il centro storico una sorta di parco tematico piuttosto che una realtà urbana, si è sempre cercato di adottare delle misure ostacolanti e restrittive volte a diminuire il numero complessivo di turisti dall'interno, cercando, quindi, di lavorare sempre e solo sul centro storico della città lagunare. Ma perché, piuttosto, non si cerca di far accrescere l'*appeal* delle altre zone limitrofe in modo da decentrare, spostare e, per così meglio dire, distribuire più uniformemente i visitatori su tutta la zona di Venezia piuttosto che solo nella parte antica della città?

Mestre, facente parte sempre del tessuto urbano del capoluogo veneto, ma localizzata sulla parte della Terraferma veneziana, alla luce dei cambiamenti in atto sul suo territorio, potrebbe, infatti, porsi come valida meta alternativa del proprio soggiorno al centro storico. Nel corso degli ultimi anni Mestre, che da sempre è stata vista come un centro quasi completamente industriale, sta apportando una serie di interventi di riurbanistica, di riqualifica e di bonifica del proprio territorio, che gli stanno permettendo di risultare più appetibile ed attraente dal punto di vista turistico. Il centro urbano di Mestre sta assumendo un aspetto sempre più conforme a quello di un centro metropolitano, in grado di offrire un'ampia gamma, con un relativo standard qualitativo, di servizi sempre maggiore non solo rivolto ai suoi abitanti, ma anche indirizzato a quanti la raggiungono dall'esterno. A partire dal 1997 sono state diverse le opere di restauro e recupero di aree dismesse che hanno interessato la cittadina veneta; si è iniziato *in primis* col rilanciare il centro urbano, partendo dalla ristrutturazione di Piazza Ferretto e dei vicini Teatro Toniolo e Piazzale Candiani, con il suo Centro Culturale Candiani, per poi continuare con Villa Erizzo, divenuta ormai la nuova biblioteca comunale. Negli anni a seguire sono stati attuati altri progetti di recupero e di bonifica del territorio, che hanno dato vita per esempio al nuovo polo universitario in Via Torino, sede distaccata dell'Università Ca' Foscari, ed al nuovo hotel NH Laguna Palace, che vanta una delle più grandi sale congressi della zona, ed ancora il nuovo Parco pubblico San Giuliano, ex discarica bonificata a Punta San Giuliano, che con i suoi ben 74 ettari è in grado di accogliere eventi ricreativi di ogni genere, tra i più

famosi e fonte di attrazione per molte persone ricordiamo: dal 2007 al 2011 gli spettacoli degli Heineken Jammin' Festival; dal 2010 al 2011 le uniche due edizioni dell'Electrovenice Festival, che è annoverato per essere l'evento di musica elettronica più importante d'Italia; l'8 maggio 2011 la Santa Messa celebrata dal pontefice Papa Benedetto XVI; dal 2011 ogni anno nel primo weekend di giugno la "Festa del Vento", vale a dire un raduno aquilonistico di carattere internazionale che ospita spettacoli, intrattenimenti e esibizioni dei migliori piloti di aquiloni acrobatici a livello europeo; ed altri ancora.¹³²

Mestre, come si può notare, sta cambiando la propria connotazione, svincolandosi da quella prettamente d'impronta industriale in favore di una più innovativa e all'avanguardia in grado di attirare visitatori interessati a quello che essa stessa ha da offrire e non solo pernottanti che scelgono di alloggiare presso le proprie strutture ricettive in virtù della loro vicinanza al centro storico veneziano e dei loro prezzi più contenuti. A questo proposito anche Mestre, di per sé già ricca di collegamenti e strutture alberghiere ed extralberghiere, non solo turistiche ma anche d'affari, sta intraprendendo, come altre città hanno già fatto prima, un nuovo percorso basato sulla promozione dell'ambito culturale, che si spera possa essere l'incipit di un nuovo motore di crescita economica e che sia soprattutto capace di attrarre turisti e risollevarne così il centro storico veneziano dall'incombente collasso. A rientrare in questo disegno rinnovativo della città e a svolgere un ruolo assolutamente centrale nel progetto c'è, o meglio ci sarà il Museo M9. Andiamo ora a scoprire più nel dettaglio di cosa si tratta.

4.2.1 Il Museo M9

L'idea del Museo M9, ovvero di un museo del tutto innovativo e all'avanguardia, nasce nel 2005, quando la Fondazione di Venezia decide che un nuovo polo culturale è ciò che realmente può aiutare la città di Mestre ad assumere non solo una nuova immagine agli occhi del mondo, ma anche a completare quel progetto di rigenerazione urbana intrapreso negli ultimi decenni dalle amministrazioni locali e dagli organi di

¹³² www.wikipedia.it

governo territoriali. Analizziamo ora più nel dettaglio innanzitutto chi è l'ideatore del complesso museale M9, a seguire il progetto stesso, ponendo maggiore attenzione su quelli che sono i suoi obiettivi, ed infine proveremo a spiegare in che modo il Museo M9 potrebbe aiutare il centro storico di Venezia ad uscire dalla crisi nella quale si trova.

La Fondazione di Venezia è stata costituita formalmente il 5 giugno 1992 con il decreto legislativo del Ministero del Tesoro, ma trae origine dalla Cassa di Risparmio di Venezia nel 1822 e viene definita con l'art. 1 dello Statuto di Fondazione di Venezia come *“una persona giuridica privata, senza fine di lucro, dotata di piena autonomia statutaria e gestionale ed è sottoposta alla vigilanza prevista dalla legge.”*¹³³ La Fondazione ha adottato, nel corso della sua storia, una politica volta a rafforzare la qualità di vita dei cittadini attraverso l'impiego della cultura, della formazione, della ricerca scientifica e di tutti i settori ad essi collegati. Come viene definito dall'art. 3 dello Statuto infatti i settori nel quale opera sono:

- educazione, istruzione e formazione;
- arte, attività e beni culturali;
- ricerca scientifica.¹³⁴

Al fine di seguire al meglio tutti questi diversi ambiti di ricerca, la Fondazione ha costituito ben cinque società strumentali con le quali operare, tutte di per sé autonome, ma allo stesso tempo cooperanti in grado, quindi, di creare la sinergia territoriale auspicata. Tra queste società troviamo Polymnia Venezia, che occupandosi dello studio, dell'istituzione e della gestione di interventi formativi, di ricerca e di presenza nel campo delle arti, dei beni e delle attività culturali, è direttamente responsabile dell'ideazione del progetto M9. Come anticipavo pocanzi, l'idea della creazione di un nuovo polo culturale da inserire nel centro urbano di Mestre viene alla luce nel 2005, quando i membri della Fondazione ritengono che la città necessiti di un centro culturale forte, in grado non solo di attrarre turisti e quindi generare introiti, ma soprattutto di costituire un punto di riferimento concreto per tutti i cittadini basato

¹³³ Legge approvata dal Consiglio Generale il 18 dicembre 2009 ed approvata dal Ministero dell'Economia e delle Finanze il 24 marzo 2010.

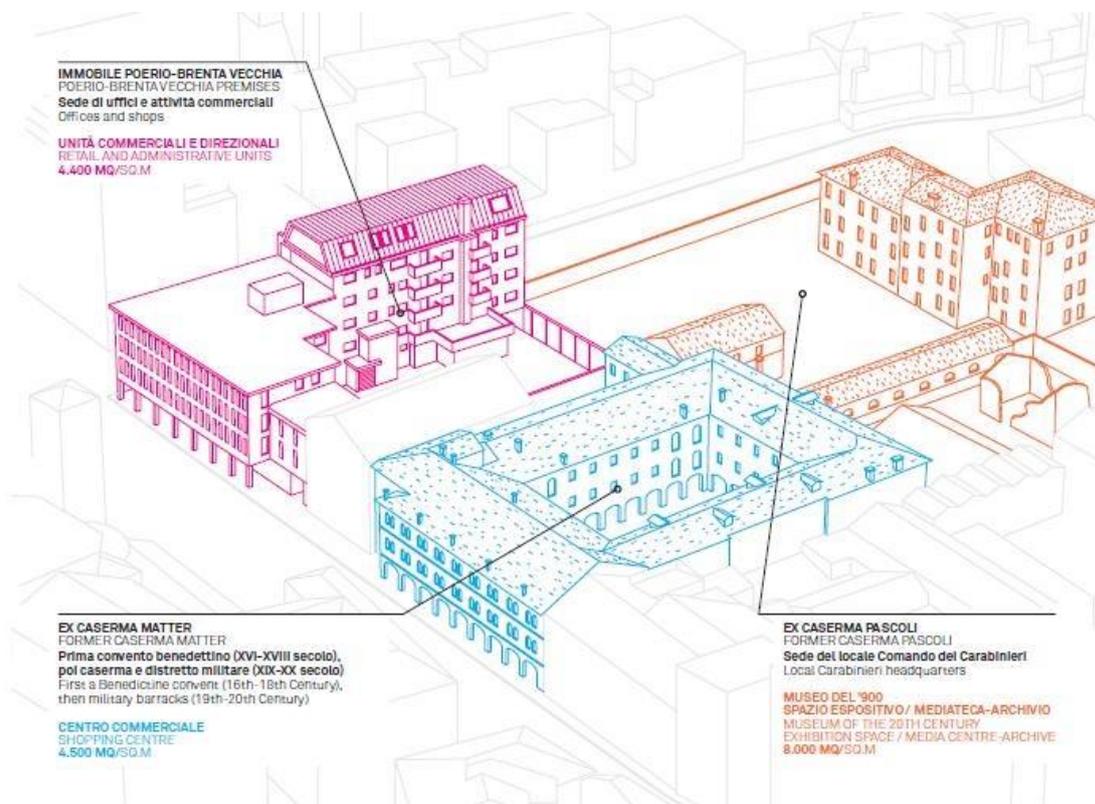
¹³⁴ www.fondazionedivenezia.org

sulla cultura, e ancor più di ridare un'immagine della città differente, non più solo polo industriale, ma polo innovativo e al passo coi tempi.

Per poter avviare e meglio delineare il progetto la Fondazione necessitava di un giusta *location* dove fargli prender forma ed è così che tra il 2007 ed il 2008 acquisisce la proprietà di tre lotti situati nel centro storico di Mestre, che precedentemente facevano parte del Piano di Recupero promosso dal comune, per un'area complessiva di 9000 m² nella zona tra via Poerio, via Brenta Vecchia e via Pascoli. La zona acquistata comprendeva (Figura 11 alla pagina seguente):

- l'ex Caserma Matter, già convento benedettino costruito attorno al 1500;
- l'Ex Caserma Pascoli, sede del Corpo dei Carabinieri costruito negli anni '60/'70 dello scorso secolo;
- l'ex proprietà Volpato, destinato ad attività commerciali e direzionali.

Figura 11: Lotti dove sorgerà il Museo M9.



Fonte: www.m9museum.it

Alla fine del 2007 è stato istituito sia l'Ufficio Museo che il gruppo di lavoro, mentre nei due anni a seguire è stato delineato il progetto indicativo che Fondazione Venezia ha condiviso con le istituzioni, le amministrazioni locali e gli organi del governo territoriali competenti¹³⁵, che successivamente è stato approvato il 15 dicembre 2009 mediante la sottoscrizione di un Accordo di Programma¹³⁶, ovvero un documento nel quale vengono dettate le modalità di intervento per l'edificazione esistente e per la nuova edificazione dell'intera area interessata dal Programma M9, che è andato così a modificare il Progetto Urbanistico P.R.G precedentemente vigente. A febbraio 2010 è stato indetto il Concorso Internazionale di Architettura per M9, al quale sono stati invitati a partecipare sei studi: Agence Pierre-Loius (Francia), Carmassi Studio di Architettura (Italia), David Chipperfield Architects (Gran Bretagna/Italia), Mansilla+Tuñón Arquitectos (Spagna), Souto Moura Arquitectos (Portogallo), ed infine Sauerbruch Hutton (Germania). Per prendere parte al concorso veniva domandato di presentare un progetto che rientrasse nei parametri richiesti¹³⁷ ed inoltre una progettazione complessiva dell'intera area. Il piano architettonico, che è stato giudicato dalla Giuria¹³⁸ più consono, in termini architettonici, ecosostenibili, economici e gestionali, ed in linea con l'idea iniziale che si era definita dell'M9, è stato quello tedesco. La medesima Giuria l'ha definito lo stesso progetto vincitore come *"una felice sintesi tra le esigenze di un nuovo museo moderno, i vincoli tecnici e le caratteristiche urbane di Mestre. Crea un rapporto nuovo con la città, disegnando nuovi spazi pubblici e nuovi accessi, per una piena permeabilità e fruibilità dell'area. Grazie a una concezione strutturale e impiantistica all'avanguardia, attenta a i temi dell'ecocompatibilità e del risparmio energetico, propone una soluzione progettuale di alto livello ed estremamente flessibile negli utilizzi."*¹³⁹

Il Museo M9 si prefigura per essere *"il progetto più grande ed ambizioso proposto dalla Fondazione di Venezia, e rientra nel più vasto ed articolato progetto di riqualificazione*

¹³⁵ Comune di Venezia, Regione Veneto, Sovrintendenza per i Beni Architettonici e Paesaggistici Venezia e Laguna, la Direzione Regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici del Veneto, il MiBAC (Cronoprogramma in M9 Il progetto culturale).

¹³⁶ Il documento è composto da 15 pagine e 8 allegati.

¹³⁷ I parametri entro i quali gli architetti dovevano rimanere erano: altezza massima di 30 metri, volume complessivo si 40.000 metri³, per un totale di 8.000 metri² di superficie lorda, esclusi gli interrati.

¹³⁸ La commissione tecnica era presidiata da F. Del Co'; mentre la Giuria era composta da G. Segre, C. Annibaldi, R. Cecchi, P. Danieli, M. Forlin, C. Magnani, e G. Orsoni.

¹³⁹ E. Barbiani, *"Mestre paesaggi per il futuro"*, in *"My Venice"*, anno VII, n. 3, dicembre 2010.

territoriale, architettonica, urbanistica intrapreso da Comune e Provincia nella Terraferma veneziana."¹⁴⁰ Per la prima volta nel nostro Paese si formula un progetto per un museo che, anziché rivolgere il proprio sguardo al passato e stabilire con esso una sorta di legame, è intenzionato a porsi al servizio delle comunità locali toccando tematiche moderne con l'ausilio di sistemi innovativi ed interattivi, che catturano l'attenzione del visitatore. In Italia, infatti, contrariamente alle stime dei restanti Paesi europei e non, la maggior parte dei musei, pinacoteche e mostre è rappresentata da musei artistici e archeologici; all'estero invece questa tipologia costituisce solo il 30% dell'offerta museale presente.¹⁴¹ L'M9, dunque, come sostiene la stessa Fondazione di Venezia, va a diventare *"un polo culturale capace di divenire punto di riferimento per la città e l'area metropolitana al centro della quale insiste."*¹⁴² Nell'intervista fatta ai due architetti tedeschi vincitori del progetto, Sauerbruch e Hutton,¹⁴³ emerge chiaro il loro obiettivo che non è creare uno spazio palpabile, raggiungibile e comprensibile solo dagli intellettuali, ma piuttosto uno spazio rivolto a tutti, di qualunque livello culturale essi siano, e che riesca, dunque, oltre che ad attrarre turisti, a fungere da luogo d'incontro. Ma quali tematiche verranno trattate nel nuovo polo culturale? E come quest'ultimo sarà strutturato?

Definire M9 come un semplice museo appare, a mio avviso, limitativo, M9 si predispone per essere più un vero e proprio *"polo culturale di nuova concezione con un museo, spazi espositivi, una mediateca-archivio, aree per le attività didattiche e servizi al pubblico"*¹⁴⁴, insomma *"una zona nevralgica atta a divenire luogo di identificazione civica e contribuire al rilancio sociale ed economico di Mestre."*¹⁴⁵ Esso nasce con lo scopo *"di far conoscere il passato, comprendere il presente e avere fiducia nel futuro: sarà un luogo in cui rappresentare, studiare e interrogarsi sulla modernità e la*

¹⁴⁰ G. Segre, *"Nella cultura la rigenerazione urbana di Venezia metropoli"*, in M. Cammelli e P. A. Valentino (a cura di), *"Chitymorphosis. Politiche culturali per città che cambiano"*, Giunti editore, Firenze, 2011, pp. 179-184.

¹⁴¹ Fondazione di Venezia, *"M9 il progetto museale"*, 2011.

¹⁴² F. Achilli, A. Ferraio, G. Guerzoni (a cura di), *"M9 step by step"*, Marsilio Editori, Venezia, 2010.

¹⁴³ Intervista reperibile sul sito www.m9museum.it

¹⁴⁴ Ibid.

¹⁴⁵ A. Ferraio, *"M9: cronistoria di un progetto di rigenerazione urbana"* in F. Achilli, A. Ferraio, G. Guerzoni (a cura di), *"M9 step by step"*, Marsilio Editori, Venezia, 2010.

contemporaneità."¹⁴⁶ I tre assi temporali, passato, presente e futuro, vanno a definire la struttura interna del museo, che si suddivide in altrettante parti:

- M900, nonché la mostra permanente, sarà un museo dedicato al '900, e quindi al passato, e sarà di ampio respiro internazionale, innovativo e ad alto contenuto tecnologico, nel quale si potranno trovare opere ed elementi rappresentativi delle maggiori trasformazioni di carattere demografico e sociale, economico, urbanistico, ambientale e culturale del XX secolo;
- M000, ovvero l'area dedicata alle mostre temporanee, che invece volgerà il suo sguardo al futuro, interpretando il presente e proiettandosi nel domani, con mostre di fotografia, grafica, design, architettura, media, moda, pubblicità, percorsi dedicati ai bambini, servizi didattici e formativi, dedicati ai temi della contemporaneità e ai settori emergenti dell'economia, della creatività e della conoscenza;
- MAMA, comprensiva di auditorium, di mediateca e di aula, tutti utili a conoscere al meglio il periodo storico attuale, nel quale ci troviamo oggi.

E' inoltre prevista anche una zona esterna costituita dalla piazza coperta e dedicata ad attività ricercate e di qualità; e degli spazi commerciali di tipo culturale. Facendo riferimento alle tematiche che verranno toccate, analizzate e soprattutto raccontate nella parte museale dedicata al XX secolo, seguiranno cinque assi tematici:

- storia economica: lavoro, economia e stili di vita;
- storia sociale: individui, gruppi e società;
- storia della cultura: istruzione, cultura e tempo libero;
- storia: architettura, urbanistica ed infrastrutture;
- storia dell'ambiente: ambiente, paesaggio e territorio.¹⁴⁷

Dal punto di vista dei contenuti, M9 si prefigurerà per essere un polo culturale dove cercherà di raggruppare, analizzare e presentare al pubblico le più importanti trasformazioni sociali, economiche, urbanistiche e culturali avvenute *in primis* nell'area veneziana, a partire dalla stessa Mestre, per poi includere anche le zone di Marghera, Venezia centro storico e la laguna circostante, ma anche a livello nazionale, europeo e

¹⁴⁶ www.m9museum.it

¹⁴⁷ Ibid.

mondiale. Il tutto senza migliaia di oggetti fisici, come di per sé accade negli altri musei tradizionali, ma utilizzando quelle che sono stati i prodotti del '900, come supporti principali *file* audio, filmati, immagini a stampa o cartografiche, ma anche fotografie e ricostruzioni sonore, olfattive oltre che visive, di particolari ambienti significativi a rendere la trasformazione.¹⁴⁸ Nella pagina seguente avremo modo di vedere (Figure 12 e 13) la riqualificazione di cui sono stati oggetto i tre lotti acquistati da Fondazione di Venezia per lasciare spazio al nuovo polo culturale M9, i vari modellini presentati dai due architetti tedeschi (Figure 14, 15 e 16), ed infine un *rendering* del complesso museale visto da Via Brenta Vecchia. Il progetto sta pian piano prendendo forma, i lavori, infatti, sono iniziati nel 2014 e dovrebbe terminare presumibilmente tra l'estate 2017 e l'estate 2018.

¹⁴⁸ Fondazione di Venezia, "Next stop M9. A new museum for a new city", 2010b.

Figura 12 e 13 : Riqualificazione dell'area abbandonata e progetto culturale M9.



Fonte: Fondazione di Venezia, "M9 primo museo a Mestre", in "Trenta giorni la newsletter di Fondazione di Venezia, gennaio 2012a.

Figura 14, 15 e 16: Modellini del progetto museale M9 Sauerbruch-Hutton.



Fonte: www.m9museum.it

Figura 17: Rendering da Via Brenta Vecchia.



Fonte: www.artribune.com

Se sulla carta il nuovo polo culturale M9 si prefigge come obiettivi quelli di fornire un'offerta culturale, di rilanciare l'immagine della città di Mestre, di per sé sempre e solo legata all'ambito industriale che l'ha caratterizzata fino ad ora, ed infine di contribuire ad accrescere l'economia locale; in realtà, viste le grandi potenzialità di crescita e di miglioramento dello stile di vita acquisite negli ultimi anni anche grazie alla rigenerazione territoriale ed urbanistica, Mestre potrebbe aiutare il centro storico di Venezia a liberarsi del suo eccessivo numero di visitatori, permettendole così di tornare a vivere. Mestre, come hanno fatto prima di sé Londra, Parigi e Bilbao, per citarne solo alcune, punta sulla cultura, in questo caso contemporanea, come volano per rilanciarsi.

CONCLUSIONE

La presente tesi ha lo scopo di far emergere come Venezia a partire dagli anni '70 dello scorso secolo, avendo intrapreso un nuovo asse produttivo improntato sulla cultura, ha deciso di allontanarsi dalla tradizione industriale chimico/siderurgica e cantieristico/portuale, che fino ad allora era stata il fulcro della propria economia, nella speranza *in primis* di salvare la propria città dal degrado ambientale e salutare provocato dall'attività produttiva ed in seconda battuta di emergere in un mondo ormai vittima della globalizzazione.¹⁴⁹ L'amministrazione locale, avendo sottovalutato e surclassato gli impatti negativi che il turismo avrebbe comportato sulla città, portando alla luce solo i benefici, si è ritrovata a qualche decennio di distanza impreparata ed incapace di accogliere e gestire un simile successo turistico e costretta a dover fronteggiare un fenomeno di massa di proporzioni gigantesche che sta depauperando la città ancor più di quanto facesse la grande industria.

Il centro storico veneziano sin dalla nascita del turismo si è rivelato una delle mete più ambite e apprezzate al mondo, ricco di storia e cultura, ma anche assolutamente unico e spettacolare per la sua conformazione territoriale di città 'galleggiante' che lo contraddistingue e lo rende differente da qualsiasi altro centro urbano. Ancor oggi, a distanza di decenni dai primi accenni del fenomeno turistico, grazie a tutto ciò,

¹⁴⁹ P.L. Sacco, G. Tavano Blessi, S. Vergani, "Turismo e Città d'Arte – Il 'capitale culturale' di Venezia. Quale risorsa per lo sviluppo della città?", Atti della conferenza 'Turismo e Città d'Arte' (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

continua a registrare un *trend* turistico in costante crescita,¹⁵⁰ con numeri ben al di sopra di quelli che è in grado di tollerare senza che subentrino effetti negativi.

Venezia sta facendo i conti con una serie di impatti negativi di diverso genere, in particolar modo a preoccupare sono i costi sociali, che la stanno privando di ogni sua connotazione tipica di centro urbano.¹⁵¹ A segnare maggiormente la città è senza dubbio il vero e proprio esodo intrapreso dagli abitanti, che sono passati da essere negli anni '70 circa 111.000 ad oggi circa 55.000; nonostante il loro attaccamento alla località natale in molti si sono visti costretti ad abbandonarla per cercare di intraprendere una vita con un rapporto qualità prezzo decisamente migliore rispetto a quella offerta dal 'pesce', dove, a causa della monocultura turistica impiantatasi ed al ruolo assunto dalla città agli occhi del mondo, i costi sia dei beni e dei servizi di prima necessità quotidiani che dei beni immobiliari sono lievitati. Gran parte dei negozi di vicinato ha dovuto lasciar spazio a negozi indirizzati a soddisfare i turisti, contribuendo così ad orientare i residenti a scegliere soluzioni abitative sulla terraferma veneziana o addirittura in altre località limitrofe;¹⁵² ed inoltre fattore ancor più incidente è la grande quantità di abitazioni prima adibite ad uso residenziale che sta diventando ad uso alberghiero: Venezia sta assumendo sempre più le sembianze di un grande albergo¹⁵³ o ancor peggio di un grande parco tematico,¹⁵⁴ lasciando così tutte le caratteristiche di un centro urbano. *“Molti stranieri avranno un’immagine di Venezia come una città fragile, minacciata dai fenomeni naturali – in particolare dal mare [...] vi è, tuttavia, un’altra profonda fragilità, una fragilità sociale della vita culturale quotidiana della città. [...] Così come Venezia deve essere protetta dalle maree, allo stesso modo è necessario rafforzare la vita sociale pubblica, le culture della quotidianità di Venezia.”*¹⁵⁵

¹⁵⁰ Comune di Venezia, *Annuario del Turismo della Città di Venezia 2015*, Venezia settembre 2016.

¹⁵¹ G. Marvin, R. Davis, *Turismo e Città d’Arte* “–“*Turismo e città d’arte. Quali costi sociali a Venezia?*”, *Atti della conferenza ‘Turismo e Città d’Arte’* (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

¹⁵² P. Gasparoli, F. Trovò, *“Venezia fragile: Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni”*, Altralinea Edizioni, Venezia, 2014.

¹⁵³ E. Tantucci, *“Venezia trasformata in hotel: cento palazzi ora sono alberghi”*, in *“La Nuova Venezia”*, Venezia, 28 settembre 2016.

¹⁵⁴ G. Marvin, R. Davis, *Turismo e Città d’Arte* “–“*Turismo e città d’arte. Quali costi sociali a Venezia?*”, *Atti della conferenza ‘Turismo e Città d’Arte’* (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

¹⁵⁵ Ibid.

Le diverse amministrazioni locali che si sono susseguite nel corso degli anni non prestando la dovuta attenzione alle dimensioni che stava man mano assumendo il fenomeno turistico nella città e non attuando una vera e propria politica per governarlo, hanno fatto sì che oggi ci si ritrovi a dover fronteggiare una situazione al limite del tracollo e con un *ultimatum* ricevuto da parte dell'UNESCO che impone di provvedere entro febbraio a risolvere i problemi legati all'eccessiva pressione turistica, se non si vuole essere depennati dalla Lista dei Beni Patrimonio dell'Umanità ed entrare a far parte di quella dei beni a rischio.¹⁵⁶

Sin dalla fine degli anni '80 dello scorso secolo studiosi come Van der Borg e Costa avevano appurato che l'unica via per governare il fenomeno turistico sempre più incalzante era attuare una politica volta a gestire i flussi turistici ed ancor oggi, a quasi trent'anni di distanza, si è ancora convinti che sia questa la strada giusta da intraprendere.¹⁵⁷ Recentemente, infatti, l'attuale sindaco Luigi Brugnaro ha deciso di affrontare la tematica in sedi istituzionali, indicando una serie di riunioni di commissioni congiunte nelle quali verranno valutati sette progetti per la gestione dei flussi turistici: Venezia Libera di Roberta Bartoloni, *Soft* di Pierpaolo Compostrini con il Corila, Crm di Nicola Babetto, *Pass4Venice* di Andrea Casadei, *Ztl Revolution* di Cristiano Farina, Turismo Sostenibile di Giampietro Pizzo con Venezia Cambia ed infine San Marco Pass di Marco Scurati.¹⁵⁸ Entro fine anno, dunque, verrà selezionato il piano più consono e appropriato per risollevare la situazione attuale veneziana.

Negli anni si è sempre cercato di adottare delle misure ostacolanti e restrittive per diminuire il numero complessivo di turisti dall'interno, attuando misure sempre e solo sul centro storico della città lagunare. Questa volta potrebbe risultare utile cercare di sviluppare e catturare l'interesse del visitatore sulle zone limitrofe alla parte antica della città, in modo da mantenere comunque un numero di turisti elevato, ma meglio distribuito su tutta l'area di Venezia. A questo proposito si sta attuando un progressivo

¹⁵⁶ Articolo di giornale tratto da www.nuovavenezia.gelocal.it "Venezia ha bisogno di essere autonoma", Venezia, 5 luglio 2016.

¹⁵⁷ J. van der Borg, "Verso una politica turistica moderna a Venezia", Atti della conferenza 'Turismo e Città d'Arte' (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

¹⁵⁸ M. Fullin, "Gestione del turismo. Partono le commissioni.", in "Il Gazzettino di Venezia", Venezia-Mestre, 14 settembre 2016.

piano di riurbanizzazione nel centro storico di Mestre, nel quale spicca il Museo M9, ovvero un polo culturale a 360° di nuova concezione del tutto innovativo e all'avanguardia che cercherà di unire, analizzare e presentare al pubblico le più importanti trasformazioni sociali, economiche, urbanistiche e culturali avvenute nel XX secolo non solo nell'area veneziana, ma anche a livello nazionale, europeo e mondiale.¹⁵⁹ M9 si prefigura per essere, come lo sono state il Tate Modern per Londra, il Guggenheim per Bilbao e il *Centre Pompidou* per Parigi, volano di crescita ed attrazione turistica, in grado di rilanciare l'immagine della città, e aiutare il centro storico così a risollevarsi dalla sua situazione.

¹⁵⁹ www.m9museum.it

BIBLIOGRAFIA

F. Achilli, A. Ferrario, G. Guerzoni (a cura di), *"M9 step by step"*, Marsilio Editori, Venezia, 2010.

A. Bagnasco, *"Tre Italie. La problematica territoriale dello sviluppo italiano"*, Bologna, il Mulino, 1977.

E. Barbiani, *"Mestre paesaggi per il futuro"*, in *"My Venice"*, anno VII, n. 3, dicembre 2010.

P. Battilani, *"Vacanze di pochi vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo"*, Le vie della civiltà, Il Mulino, Bologna, 2009.

B.C. Beaudreau, *"Identity, Entropy and Culture"*, in *«Journal of Economics Psychology»*, vol. 27, n. 2, 2006, pp. 205-223.

G. Becattini, *"Alle origini della campagna urbanizzata"*, dispense per il seminario tenutosi presso la Facoltà di Architettura il 15/05/2000, corso di Urbanistica, Università di Firenze.

E. Becheri, G. Maggiore, a cura di, *"Rapporto sul turismo italiano 2012-2013. XIX Edizione"*, Franco Angeli, 2015.

R. Bertinetti *"Quando Venezia appariva una perla di luce pura a chi faceva il Grand Tour"*, nel *Il Piccolo Gelocal*, Trieste, 2 marzo 2015.

P. Bourdieu, *"La Distinzione: Critica Sociale del Gusto"*, Bologna 2000.

R. W. Butler, *"The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources"*, marzo 1980.

E. M. Butti, *"Venezia è unica? No, ce ne sono 97"*, *"La Stampa"*, Torino, 4 gennaio 2008.

Comune di Venezia, *Annuario del Turismo della Città di Venezia 2014*, settembre 2015.

Comune di Venezia, *Annuario del Turismo della Città di Venezia 2015*, settembre 2016.

R. Dalla Torre, *“Il valore economico della cultura in Europa”*, in *“Tafter Journal”* 14 aprile 2009.

Dipartimento di Economia – Università Ca’ Foscari di Venezia, *“Il profilo del visitatore a Venezia. Risultati del Visitor Survey 2012”*, Venezia, 2013.

C. Dossena, G. Cioccarelli, *“Dal distretto industriale al distretto culturale evoluto”*, in G. Cioccarelli, A. Francesconi, *“Organizzare i distretti evoluti”*, F. Angeli, 2013.

A. Ferrario, *“M9: cronistoria di un progetto di rigenerazione urbana”* in F. Achilli, A. Ferrario, G. Guerzoni (a cura di), *“M9 step by step”*, Marsilio Editori, Venezia, 2010.

R. Florida, *“The Rise of the Creative Class: And how it’s transforming work, leisure, community and everyday life”*, Perseus Book Group, New York, 2002.

Fondazione di Venezia, *“Next stop M9. A new museum for a new city”*, 2010b.

M. Fullin, *“Gestione del turismo. Partono le commissioni.”*, in *“Il Gazzettino di Venezia”*, Venezia-Mestre, 14 settembre 2016.

P. Gasparoli, F. Trovò, *“Venezia fragile: Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni”*, Altralinea Edizioni, Venezia, 2014.

R. Inglehart, *“La Società Postmoderna”*, Roma 1998.

Italia Nostra ONLUS, *“Proposte per Venezia. Realtà presente e prospettive per il futuro”*, Dossier di Italia Nostra – Sezione di Venezia – in occasione della visita di Ilaria Borletti Buitoni, Sottosegretario del Ministero per i Beni Culturali e per il Turismo, Venezia 2015.

P. Lanapoppi, *“La città d’arte che non sa gestirsi”*, in Italia Nostra – Associazione Nazionale per la Tutela del Patrimonio Storico, Artistico e Naturale della Nazione, Roma.

P. Marchionna, *“La cultura come valore aggiunto dell’economia post-industriale”*, in *“Post Filosofie”*, Cacucci Editore, 2010.

A. Marshall., *“Principi di Economia”*, Isedi, Milano, 1972.

A. Marshall, *“Economia della produzione”*, Isedi, Milano, 1975.

V. Mantengoli, *“Tassare con tre euro in più tutti i turisti mordi e fuggi”*, in *“La Nuova Venezia”*, Venezia, 20 marzo 2016.

G. Marvin, R. Davis, *Turismo e Città d’Arte* *“–“Turismo e città d’arte. Quali costi sociali a Venezia?”*, *“Atti della conferenza ‘Turismo e Città d’Arte’ (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.*

V. Mantengoli, *“Tassare con tre euro in più tutti i turisti mordi e fuggi”*, in *“La Nuova Venezia”*, Venezia, 20 marzo 2016.

I. Musu, *“Turismo e ambiente in un modello di sviluppo dell’economia veneziana”*, in J. van der Borg, A. Costa (a cura di), *“Insula – Quaderni. Documenti sulla manutenzione urbana di Venezia”*, n. 20 anno VI, settembre 2004.

G. Ortalli, *“Turismo e Città d’Arte* *“–“Turismo e città d’arte. Temi per un rapporto difficile.”*, *Atti della conferenza ‘Turismo e Città d’Arte’ (Venezia, 15 ottobre 2005.*

G. Pradolin, *“ ‘Venezia Libera ‘ fuori chi non prenota utilizzando l’imob”*, in *“Il Gazzettino di Venezia”*, Venezia-Mestre, 17 settembre 2016.

M. Preite, a cura di, *“La valorizzazione del patrimonio culturale in Toscana: una valutazione di alcune esperienze”*, Fondazione Michelucci, Firenze, 1998.

M.E. Porter, *“Building the Microeconomic Foundation of Prosperity: Findings from the Microeconomic Competitiveness Index, «Global Competitiveness Report 2002-2003»*, Harvard University Press, Cambridge (Massachusetts) 2003.

M. Rispoli, J. van der Borg, *“Più vicini, più cari” (Closer, more expensive)*, Coses-Informazioni, n. 32-33, 1988.

E. Rullani, *“La fabbrica dell’immateriale”*, Carocci, Roma, 2004.

P. L. Sacco, G. Ferilli, *“Il distretto culturale evoluto nell’economia post industriale”*, Working Paper, Università Iuav di Venezia, luglio 2006.

P. L. Sacco, S. Pedrini, *“Il distretto culturale: un nuovo modello di sviluppo locale?”* in *“Ottavo Rapporto delle Fondazioni Bancarie”* saggio dedicato a G. Becattini, ACRI Roma, Ottobre 2003.

P.L. Sacco, S. Pedrini, *“Il distretto culturale, mito o opportunità?”*, Dipartimento di Economia e EBLA Center, Università di Torino, Torino, 2003.

P. L. Sacco, M. Viviani, *Scarsità, Benessere, Libertà nel Contesto dell’Economia dell’Identità*, «Istituzioni e Sviluppo Economico», 1 (2003), pp. 5-41.

P.L. Sacco, G. Tavano Blessi, S. Vergani, *“Turismo e Città d’Arte – Il ‘capitale culturale’ di Venezia. Quale risorsa per lo sviluppo della città?”*, Atti della conferenza ‘Turismo e Città d’Arte’ (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

W. Santagata, *“Cultural district, property rights and sustainable economic growth”*, EBLA Center WP, 01/2002.

W. Santagata, *“Some effect of creativity on fashion market behavior”*, EBLA Center WP, 05/2002.

W. Santagata, *“Cultural district and economic development”*, mimeo, EBLA Center, Università di Torino, 2003.

M. Scurati, *“La soluzione alla gestione dei flussi turistici a Venezia”*, su www.flussiturismo.wordpress.com

G. Segre, *“Nella cultura la rigenerazione urbana di Venezia metropoli”*, in M. Cammelli e P. A. Valentino (a cura di), *“Chitymorphosis. Politiche culturali per città che cambiano”*, Giunti editore, Firenze, 2011, pp. 179-184.

A. Sen, "Well-Being, Capability and Public Policy", in "Giornale degli Economisti e Annali di Economia" 7-9, 1994, pp. 333-347.

S. Settis, "Can we save Venice before it's too late?", in "The New York Times", New York, 29 agosto 2016.

M. I. Simeon, "Beni Culturali e Turismo", in "IX Rapporto sul Turismo Italiano", Mercury, Firenze, 2000.

E. Tantucci, "Venezia trasformata in hotel: cento palazzi ora sono alberghi", in "La Nuova Venezia", Venezia, 28 settembre 2016.

D. Throsby, "Economics and Culture", Cambridge University Press, 2001.

J. van der Borg, "Tourism and Urban Development. The impact of tourism on urban development: towards a theory of urban tourism, and its application to the case of Venice, Italy", Rotterdam, 1991.

J. van der Borg, "Tourism and Urban Development: The Case of Venice, Italy", European Institute for Comparative Urban Research Erasmus University Rotterdam, 1991/5.

J. van der Borg, "La gestion des flux touristiques dans les villes d'art. L'exemple de la Venice Card. ", in "Les Cahiers d'Espaces", 2003.

J. van der Borg, "Verso una politica turistica moderna a Venezia", Atti della conferenza 'Turismo e Città d'Arte' (Venezia, 15 ottobre 2005), Venezia 2007.

J. van der Borg, "Dispensa di economia del turismo. Parte Prima: Domanda Turistica, Consumo Turistico, Previsioni", novembre 2009.

J. van der Borg, "Il progetto del presidente del Porto non fermerà la presenza incontrollata dei turisti", in "La Nuova Venezia", Venezia, 13 agosto 2014.

A. Vitucci, "Allarme visitatori, mancano i numeri", in "La Nuova di Venezia", Venezia, 6 settembre 2016.

SITOGRAFIA

www.treccani.it

www.airbnb.it

www.comune.venezia.it

www.flussiturismo.wordpress.com

www.m9museum.it

www.fondazionedivenezia.org

www.istat.it

www.veniceconnected.it

www.myvenice.org

www.statistica.regione.veneto.it

www.nuovavenezia.gelocal.it

www.pass4venice.it

www.gruppo25aprile.org

www.veneziatoday.it

www.crmpartners.it

www.veneziaradiotv.it

