

Il peso del turismo di massa. Venezia, una città che affonda

Luca Cusmai

Introduzione

Inquadrare il fenomeno turistico nel panorama mondiale attuale è un'impresa assai complicata e di non poco conto. Nell'articolo si dimostrerà come il fenomeno sia di carattere globale e occupi una moltitudine di macro-aree interconnesse le une con le altre: l'area culturale, l'area linguistica, l'area sociale e quella economica, fino ad arrivare ed incidere anche su quella ambientale. Se si ragiona sul fenomeno del turismo, di primo acchito si pensa a un fenomeno sociale che porta con sé tali interconnessioni culturali ed economiche tra paesi da considerare il fenomeno in termini positivi. Tuttavia, con l'abbassarsi dei costi dei viaggi e dei pernottamenti, gli spostamenti dei flussi turistici sono nel corso dei decenni aumentati esponenzialmente. Tale incremento ha generato in alcune realtà turistiche serie problematiche nella gestione dei flussi e ha attivato gradualmente dei meccanismi di gentrificazione che vedono l'innalzamento del costo medio della vita e il progressivo spopolamento di quartieri, di rioni e, come nel caso di Venezia, di intere città. Capire il fenomeno turistico nella sua interezza risulta realmente complicato poiché il turismo è un settore continuamente soggetto a oscillazioni di mercato. È composto infatti da tante piccole fette di mercati minori più o meno ampi, che tendono a oscillare molto facilmente a seconda degli eventi. La pandemia da Sars-Cov19 ne è un triste ma significativo esempio. Come verrà analizzato successivamente, nelle realtà turistiche si è assistito a una contrazione estrema del flusso turistico portandolo a rasentare lo zero, cosa mai successa in passato.

Le tipologie di turismo si adattano a diversi fattori, ma i principali sono legati al territorio geografico, al clima, alla cultura, alla sicurezza e al

costo. Per quanto riguarda quest'ultimo, è necessario specificare il cambiamento che nel tempo ha subito: se nell'Ottocento il fenomeno era di carattere elitario e quindi solo la nobiltà, i mercanti e i più ricchi potevano permettersi di viaggiare, al giorno d'oggi essere un "turista" è qualcosa di "scontato", accessibile per la stragrande maggioranza della popolazione, tanto da risultare "la maggior attività economica mondiale"¹.

Il carattere globale conferisce al turismo le più disparate modalità e sfaccettature, seguendo quelle che sono le sopraccitate condizioni; tale fenomeno è ovviamente soggetto a numerosi studi, sia teorici sia pratici, che ne analizzano la complessità e le relative problematiche. Umberto Toschi, pioniere dello studio degli aspetti geografici applicati all'economia turistica italiana, classificò l'offerta ricettiva nelle maggiori città del Paese², mentre ad esempio, si è occupato degli aspetti geografici dell'economia turistica italiana classificando nelle maggiori città l'offerta ricettiva, mentre Peter E. Murphy considerò i flussi economici turistici nella direttrice dal centro verso la periferia³. Christaller analizzò i fattori della localizzazione dell'offerta e individuò cinque annualità di sviluppo storico (1790-1840-1870-1900-1930), dalle primissime forme di sviluppo turistico all'inizio del turismo vero e proprio: nel suo studio, il primo periodo coincise con la Rivoluzione Francese e l'ascesa del ceto sociale borghese; il secondo periodo era individuato dalle attività artigianali in rapporto al settore industriale e alle strutture ricettive non specificatamente turistiche (in quel tempo venivano utilizzate le fattorie e le case dei contadini); nel terzo periodo si segnalava la nascita di alberghi e alloggi con prevalente o esclusiva funzione turistica e solamente nel quarto e quinto periodo il turismo iniziava a diventare un fenomeno di massa. Proprio quest'ultima tipologia di turismo è quella che si è maggiormente diffusa nell'ultimo ventennio e che sta recando le principali problematiche nei contesti urbani. Oltre alla sopraccitata gentrification il turismo di massa porta con sé milioni di turisti generando difficoltà nella gestione logistica e strutturale delle aree in cui si esercita.

¹ A. Montanari, *Turismo urbano*, Ed. Bruno Mondadori, Milano 2008.

² U. Toschi, *Aspetti geografici dell'economia turistica italiana*, in *Atti del 17° Congresso Geografico Italiano*, Bari, 1957.

³ P. E. Murphy, *Tourism. A community approach*, Routledge, New York 1982.

Se il turismo di massa è un serio problema nel panorama socio amministrativo delle realtà urbane, una vera e propria iattura è costituita dalla modalità del “turismo mordi e fuggi”. Il turista che in inglese è definito “snack-packer” rappresenta la figura maggiormente invisita a chi lavora nel comparto turistico poiché quest’ultimo si sente danneggiato dall’atteggiamento definito ‘parassitario’ che il turista “mordi e fuggi” attua. Per quanto legittimo esso sia, tale comportamento compromette non poco l’economia locale. In alcune città il fenomeno è molto più incisivo che non altrove: come verrà illustrato nelle pagine che seguono, Venezia è una di quelle realtà cittadine che maggiormente riscontra e soffre tale tipologia di turismo. L’impatto negativo non è dato solo dal fatto che il turista non spende per mangiare fuori, ma anche dall’evidenza per cui egli spesso “inquina” la meta di destinazione: paradossalmente, anche quando getta i rifiuti negli appositi cestini, non fa che aumentare la mole di lavoro per chi si occupa dello smaltimento dell’immondizia. Questo sbilanciamento del turista che usufruisce dei servizi locali, ma “restituisce” economicamente assai poco, non solo indebolisce l’economia, ma stressa in modo percepibile il tessuto sociale, progressivamente insofferente verso tale fenomeno. Per fare un esempio, se una persona entra in un bar per studiare e siede in una postazione che nell’arco della giornata di media viene occupata da una decina di potenziali clienti, egli/ella sta ostacolando il bar a livello economico; per di più, se questa persona nell’arco della giornata non spende e si porta il proprio pranzo, allora per i gestori vengono azzerati o ridotti notevolmente i potenziali introiti. Se portato su larga scala, tale esempio dimostra come l’economia di una città possa risentire notevolmente dello *snack packing*, non aumentando, ma riducendo gli incassi.

Tuttavia, come afferma Domenico Stanziani⁴, direttore del ristorante “Al Colombo” di Venezia, riferendosi al “turismo povero” nella realtà veneziana: “*Secondo me, dire turismo ‘mordi e fuggi’ non è propriamente corretto; perché si può anche ‘mordere bene’ e ‘fuggire bene’. Per recare danno, devi ‘mordere male’ e ‘fuggire male’. Mordi e fuggi è anche un bel nome, cioè: vengo una giornata a Venezia, mordo bene,*

⁴ Domenico Stanziani è uno dei più noti ristoranti veneziani. Il suo locale è situato accanto al Teatro Goldoni. L’intervista è stata svolta l’8 ottobre 2021.

mangiando bene da qualche parte, e visito la città bene. Un giorno a Venezia è un giorno che ha il suo costo, ma è un costo, diciamo, giustificato". Egli spiega infatti come anche un turista che alloggia fuori la città di Venezia, ai fini di un risparmio, se viene a visitarla può mettere in conto di spendere un qualcosa in più e quindi "mordere bene".

Il "turismo di quantità"

Il turismo del mordi e fuggi, del last-minute, del weekend fuori porta, unito al normale turismo di massa e a ulteriori tipologie, va a formare un fenomeno di carattere quantitativo. Questo aspetto in qualche modo lo ha reso agli occhi di chi lo subisce una variabile negativa al livello del vissuto di ogni giorno, tanto che un gran numero di polemiche, prodotte dai cittadini, evidenziano i cambiamenti nefasti, a livello di pratiche turistiche. I problemi che un singolo turista può creare sono relativamente minimi, ma è la quantità di turisti che popolano le città a recare i maggiori inconvenienti. Il singolo cittadino che si ferma a guardare una vetrina in Via del Corso a Roma non ha un grande impatto sulla mobilità pedonale-stradale cittadina, ma se moltiplichiamo il tutto per milioni di turisti l'anno si evince facilmente quanto una quantità possa risultare problematica. Da aggiungere a tale aspetto è la conformazione della città stessa: ad esempio le vie delle varie *global cities* di media sono piuttosto ampie e possono accogliere migliaia di persone in un medesimo momento. Luoghi come Oxford Street a Londra, lunga circa 2,5 km e larga 30 m, ospitano più di 300 negozi; Via del Corso a Roma con i suoi 1,5 km ma con una larghezza di soli 20 m circa, ha più di un centinaio di negozi. Al contrario, Strada Nova a Venezia, unitamente alle calli che portano a San Marco, si aggira intorno ai 2 km di lunghezza e ha larghezze che variano da 2-3 m a 13 m, con una quantità di attività commerciali superiore alle centinaia. Questi esempi pratici parlano di tre differenti città e altrettante differenti tipologie di strade; è evidente che quantità ingenti di flussi turistici vanno ad impattare in diversi modi sulle singole conformazioni urbane. Nei periodi di alta stagione le persone sono così tante che non si riesce a camminare con facilità. Nel caso romano, nel medesimo periodo si assiste a un flusso di individui, tra cittadini autoctoni

e turisti, che ammonta a numeri che toccano facilmente le migliaia e il semplice camminare sugli stretti marciapiedi costringe le persone a fare una lunga fila rallentando il flusso generale. Nel caso veneziano invece, come visto dai dati precedenti, le larghezze delle strade vanno da una decina di metri a un minimo di 2,5 m. Se in queste “viuzze” affluiscono migliaia di turisti nello stesso periodo, è evidente come il congestionamento diventi maggiore. Quando di questi tre casi si considerano poi quelle che sono le “distrazioni”, ovvero gli esercizi commerciali (i negozi) con le loro vetrine pensate *ad hoc* per attirare l’attenzione dei passanti, allora ecco che i flussi, già rallentati, creano vere e proprie congestioni urbane. Anche la viabilità dei mezzi di trasporto ne risente notevolmente: Via del Corso a Roma, ad esempio, è classificata ‘zona pedonale’, ma solo in alcuni tratti, ed è quindi percorribile dai mezzi pubblici e dalle automobili, tanto che spesso un turista ha difficoltà ad accorgersi quale zona sia pedonale e quale non lo sia, tendendo di conseguenza a riversarsi dove trova spazio per camminare. Questo comportamento, se pur involontario, rallenta notevolmente quella che è la viabilità urbana nel centro città, causando ritardi che si ripercuotono anche sul tessuto sociale cittadino. Si delineano, quindi, problematiche notevoli in termini di quantità di persone che, facendo visita ad una città e riversandosi solo nei centri storici, esercitano un impatto qualitativo, oltre che quantitativo.

Di seguito verranno analizzate le maggiori difficoltà che sorgono a causa dagli elevati e incontrollati flussi turistici, mettendo in risalto il caso di Venezia (cioè di una città che “affonda sotto il peso del turismo”) attraverso le parole di chi vive e lavora a contatto con i visitatori quotidiani.

“Tanto da offrire, poco tempo per vedere”

Con l’espressione “tanto da offrire, poco tempo per vedere” si intende l’aspetto che il panorama turistico globale, e in particolare quello italiano ed europeo, ha assunto nell’ultimo decennio. L’aumento esponenziale della domanda turistica globale, l’espansione della ricerca della vacanza di breve durata (in cui si tenta di effettuare il maggior numero di esperienze possibili) hanno reso una buona parte del turi-

simo un asettico movimento consumistico di carattere economico. La mercificazione del viaggio, della vacanza o dell'esperienza ha infettato anche quelle che erano forme di turismo "sano", come quello culturale, paesaggistico e naturale. Nella realtà postmoderna si assiste a una vera e propria catena di montaggio dell'offerta che non concede al turista la piena libertà, ma che, anzi, lo condiziona in percorsi prefissati, illudendolo di scegliere autonomamente. La maggior parte del flusso turistico di massa effettua viaggi convinto di avere preso decisioni "attive", ma che spesso si rivelano, nel momento della vacanza, di carattere passivo. L'attenzione viene portata sul frenetico consumismo di massa, nel quale, per scelta o per condizione, ci si trova immersi. Nella società contemporanea, l'offerta cerca di essere pari o anche superiore alla domanda: questo atteggiamento lo si riscontra perché, per l'industria che si basa sul turismo di massa, 'un turista vale l'altro', purché vi sia guadagno. Non è importante, perciò, la provenienza, il tipo di persona, le motivazioni della vacanza, ma solo l'afflusso di una certa quantità di denaro attraverso la spesa e i consumi dei visitatori.

Di seguito si analizzano le maggiori problematiche che derivano dagli elevati ed incontrollati flussi turistici attraverso il caso-studio di Venezia, non prima, però, di aver contestualizzato il fenomeno turistico e come esso si sia evoluto nel corso del tempo.

Storia del turismo veneziano

La storia del turismo veneziano può essere considerata a partire dal 1906, in occasione della fondazione della CIGA⁵, uno dei maggiori gruppi mondiali operanti nel settore alberghiero di alto livello e del turismo ricettivo di lusso. In occasione dell'inaugurazione del primo nuovo hotel di lusso al Lido, l'"Hotel Excelsior", nel 1909, invece, la città entra nel settore turistico del cosiddetto "grande capitale", dopo un'epoca precedente caratterizzata da una piccola e media impresa che aveva creato un'offerta ricettiva di base. Il periodo di turismo medio-alto del Novecento per Venezia si conclude nel 1990, con un cambiamento al livello di flussi migratori oltre confine: si assiste infatti

⁵ CIGA è l'acronimo di 'Compagnia Italiana Grandi Alberghi'.

all'invasione di migliaia di cittadini stranieri, anche quelli provenienti dall'Est Europa che, appena ottenuta la possibilità di uscire dai propri confini nazionali in modo libero ed autonomo, si recano a Venezia. Giungono, quindi, schiere di pullman che ogni giorno trasportano e depositano nel parcheggio di Piazzale Roma questa nuova tipologia di visitatore: il turista globale.

A livello della domanda e dell'offerta, il binomio rappresentato dalla città storico-artistica e dalla parte balneare del Lido (ultima isola che separa la laguna dal mare) faceva della Venezia del primo Novecento la città italiana più importante per flusso di turisti stranieri. La lunga e storica tradizione ricettiva veneziana permise di perfezionare quella che era l'offerta, adeguandola ad un livello che accontentasse la medio-alta borghesia italiana e straniera. Dagli anni Trenta, quindi, nacque un'attenzione particolare all'offerta ricettiva, senza però rallentare sugli altri aspetti dell'economia portuale, industriale ed edilizia. L'importanza che il turismo ebbe nel secondo dopoguerra è data dal fatto che nel periodo della ricostruzione post-bellica i primi due restauri furono eseguiti proprio su due alberghi⁶. Dopo qualche legittima incertezza, data dal difficile periodo del dopoguerra, dai primi anni Cinquanta il flusso turistico ripartì in modo accelerato, raggiungendo in soli due anni il picco turistico del periodo anteguerra.

Il flusso turistico di persone che facevano sosta almeno una notte a Venezia si divise successivamente in due distinte fasi. La prima fase, che durò fino circa agli anni Ottanta, fu caratterizzata dal grande sviluppo del circuito internazionale: infatti l'apertura dell'Aeroporto “Marco Polo” nel 1960 e la creazione dell'isola artificiale del Tronchetto come terminal di arrivo stradale ha dato la possibilità ai flussi turistici di raggiungere la città con estrema facilità. I limiti ricettivi del centro storico veneziano però non consentivano di ospitare consistenti masse turistiche: ciò diede l'input a Mestre e Marghera, sulla terraferma, di attrezzare nuove aree per ospitare costruzioni di grandi hotel e campeggi, fronteggiando così la domanda ricettiva internazionale. Tale creazione avvenne nel trentennio tra il 1952 ed il 1982 e causò un'evidente perdita di presenze turistiche al Lido, che raggiunse uno scarso 2% dei

⁶ Venezia fu risparmiata dai bombardamenti durante la II Guerra Mondiale, ma non dall'occupazione nazi-fascista.

pernottamenti dell'intero Comune. Il Lido però continuò a mantenere il proprio turismo di élite attraverso le lunghe spiagge, tanto che, alla fine degli anni Cinquanta, Lido e Cavallino-Tre Porti formarono uno dei più famosi poli del turismo balneare europeo. I milioni di turisti annuali che alloggiavano presso i campeggi del Cavallino sono stati la base di quella che sarebbe presto diventata una seconda fase del turismo veneziano del Novecento: il “turismo di prossimità”. Decine di migliaia di visitatori giornalieri, che nei mesi estivi alloggiavano nelle località balneari veneto-friulane e veneto-romagnole, si riversavano nelle calli e nei campielli per visitare la città. Il passaggio che si ebbe fu da un turismo di élite caratterizzato da una media-lunga presenza a uno di massa, dove la permanenza media era ridotta a un paio di notti.

	Centro storico		Lido di Venezia		Mestre-Marghera		Totale Comune di Venezia*	
Anno	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Anno	Arrivi	Presenze	Arrivi
1952	526	1 209	66	335	1952	526	1 209	66
1962	741	1 714	77	386	1962	741	1 714	77
1972	956	1 968	90	346	1972	956	1 968	90
1982	1 210	2 604	140	399	1982	1 210	2 604	140
1992	1 208	2 680	123	337	1992	1 208	2 680	123
2002	1 481	3 587	192	515	2002	1 481	3 587	192
2012	2 485	6 221	170	516	2012	2 485	6 221	170

Tab.1. Serie storica degli arrivi turistici nel Comune di Venezia

Il decollo del turismo quale settore economico e culturale predominante della città fu favorito da una serie di cambiamenti socio-economici che presero il via nella Venezia del dopoguerra. La deindustrializzazione del centro storico, che era già iniziata negli anni Trenta, accelerò nel decennio dei Cinquanta, favorita dalla riconversione industriale di Porto Marghera, liberando maestranze e capitali che poterono essere impiegati nel settore turistico. Questo grande aumento del flusso turi-

stico iniziò a scontrarsi con quello che era il tessuto cittadino veneziano il quale, dopo il picco nel 1951 di 174.808 abitanti, iniziò una lenta ma progressiva decrescita. Lo spostamento della popolazione autoctona cittadina dal centro alle periferie, lo ricordiamo, è un fenomeno molto comune nelle città urbane e più incisivo in quelle turistiche, ma a Venezia ha inciso in maniera molto più pronunciata e drammatica. I giovani veneziani, soprattutto le giovani coppie, con il soffocamento da parte dei turisti provenienti dall'Istria e dalla Dalmazia, hanno preferito emigrare in terraferma verso le “nuove città” di Mestre e Marghera, dotate di vantaggi e comodità che Venezia non era più in grado di offrire loro.

Il fenomeno dello svuotarsi delle abitazioni si rifletté anche nell'ambiente delle botteghe tradizionali e dei negozi, i quali, sprovvisti di clientela che sapesse apprezzare l'artigianato locale, hanno dovuto affittare o vendere la propria attività in cerca di altri impieghi più redditizi. Ecco che l'abbandono delle abitazioni, degli edifici o dei palazzi, l'invecchiamento della popolazione residente e la “terziarizzazione” dell'economia, hanno contribuito ad aumentare la sensazione di “museificazione della città”.

A livello lavorativo si è via via consolidato il fenomeno del pendolarismo, in base al quale chi abitava in terraferma andava a lavorare a Venezia in hotel, agenzie o servizi pubblici, mentre i residenti del centro storico rimanevano per la maggior parte impiegati come dipendenti pubblici, occupati in servizi bancari o nel commercio. La presenza delle università, d'altro canto, se da una parte ha abbassato la media della popolazione, dall'altro ha contribuito all'innalzamento dei prezzi residenziali e del fenomeno del pendolarismo. Per comprendere come il turismo di massa venga percepito dagli abitanti stessi è necessario suddividere chi vive nel centro storico e chi nelle isole, considerando che verso la fine del 2011 nel centro storico abitavano 58.991 persone e nelle isole altre 29.693. La discussione su come la città di Venezia stesse acquisendo sempre più numerosi flussi turistici divenne progressivamente più intensa, tanto che studiosi come Van Der Borg e Costa⁷, analizzarono sette città d'arte europee ed eviden-

⁷ P. Costa, J. Van der Borg, *Un modello lineare per la programmazione del turismo: sulla capacità massima di accoglienza turistica del Centro Storico di Venezia*, COS. E. S. Informazioni, 1988, pp. 32-33.

ziarono che quella con più alto scempenso nel rapporto tra abitanti e visitatori era proprio la città lagunare. Secondo le parole degli studiosi, le congestioni provocate dai flussi andavano via via a schiacciare e soffocare la qualità di vita degli abitanti.

Le problematiche più frequenti che già dai primi anni Duemila si iniziarono a notare erano proprio quelle riguardanti un eccessivo sovrappollamento, un netto aumento dei prezzi degli immobili, un alto costo dei principali beni di consumo, gli esorbitanti preventivi degli interventi di manutenzione edile e lo stravolgimento del settore commerciale, che si andava delineando più verso il soddisfacimento della richiesta turistica che in direzione di quella degli abitanti. Questa commistione di disagi e problematiche ha portato il cittadino autotono veneziano a scegliere tra due opzioni: o abbandonare la città o adattarsi. Nell'adattarsi il cittadino, però, poteva avere due posizioni, in relazione al turismo: una "attiva", nel senso che poteva cercare un lavoro nel settore del turismo, gestendo, attraverso la retribuzione ottenuta in questo modo, il costo della via, e una "passiva", ovvero lavorando in un settore diverso da quello turistico, ma subendo in tal modo più gli svantaggi, che non i benefici apportati dai flussi turistici.

Nonostante le sopracitate difficoltà a livello economico e di 'rating' mondiale, Venezia continuò a essere sinonimo di cultura, lusso, raffinatezza, paesaggio e storia: tutti elementi che le diedero la possibilità di "vivere di rendita" grazie al processo ciclico del turismo.

In questo panorama, infatti, il settore cresceva notevolmente: ogni anno infatti si registrava un 5,6% circa di presenze in più rispetto alla media nazionale. La percentuale turistica nel 2012 era composta da un 8% di turisti stranieri provenienti da Cina, Russia e Brasile, con un aumento del 4% dei visitatori provenienti dall'Est Europa. Attualmente le cifre, se si considerano tutte le tipologie di turisti, hanno raggiunto circa i 20 milioni di visitatori annui. L'aumento spropositato dei visitatori è dato anche da quella versatilità che Venezia ha sempre avuto nel modo di fare mercato e che ha applicato anche nel settore terziario. La tipologia del turismo crocieristico ha dato un notevole balzo al numero di visitatori registrati annualmente, rendendo la città il secondo porto turistico nel Mediterraneo, dopo Barcellona. Lo slancio dato dal settore turistico ha generato un profondo mutamento dell'offerta ricettiva: il centro storico ha subito una nuova ondata di

cambiamenti strutturali per far fronte alla domanda ricettiva, creando così numerosi alberghi sia modesti che di lusso, ma soprattutto la diffusione dei bed & breakfast ha portato a una concorrenza “distruittiva” delle ricezioni alberghiere tradizionali.

L'insieme dei cambiamenti che si sono succeduti nel corso degli anni ha alimentato numerose discussioni su quanto effettivamente il turismo possa esser positivo per la città e fino a che punto questa tipologia della mobilità di massa “per *leisure*” possa incidere sulle realtà urbane, chiedendosi inoltre quali debbano essere i possibili interventi per limitare gli svantaggi sulla popolazione residente e sulla fragile struttura urbanistica della città. Sono stati finora adottati interventi di razionalizzazione del sistema dei trasporti e dell'accoglienza in città, ma il vero punto cruciale consiste nella prospettiva, da più parti ventilata, di programmare le entrate turistiche, cioè di limitare l'accesso alla città. In una prima simulazione, venticinque anni fa, i già citati Costa e Van Der Borg calcolavano in 20.000 presenze al giorno la massima capacità turistica della città. Una recente elaborazione del Centro Studi del Comune di Venezia ha certificato come tale soglia sia stata spazzata via: nel 2007 i visitatori sono stati 21,6 milioni, con una media giornaliera di 59.000 unità (di cui il 7 % escursionisti). Non solo: l'incremento nell'ultimo quinquennio dovrebbe aver portato la media giornaliera intorno agli 80.000 turisti. Venezia quindi “ospita” quattro volte il numero di visitatori consentito dalla sua struttura urbana ed economica.

Il turismo di massa nella realtà cittadina veneziana: tendenze e statistiche

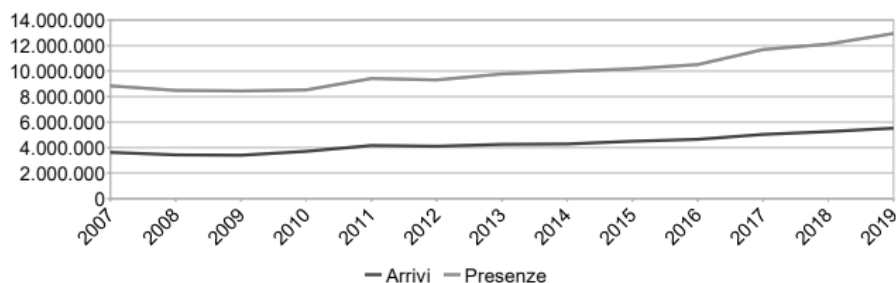
La realtà cittadina è quella che subisce maggiormente il peso del turismo di massa, dal momento che quest'ultimo, come abbiamo visto dai dati dei flussi italiani ed europei, spesso si riversa nelle città di difficile o particolare background culturale. Nello specifico, il caso studio di Venezia è emblematico per osservare il danneggiamento sociale che si è venuto a creare proprio a causa del settore terziario, sul quale nel 2019 il Comune di Venezia ha pubblicato un report dettagliato. Grazie a questi riferimenti sarà possibile tracciare un profilo quantitativo dei flussi turistici diretti verso il comune di Venezia.

Per quanto concerne l'analisi dei flussi, ci si soffermerà su diversi aspetti:

- *Arrivi e partenze nel Comune*
- *Offerta ricettiva della città*
- *Trasporto pubblico locale*
- *Numeri della cultura e degli eventi*

Arrivi e partenze nel comune

Considerando il periodo di studio di tredici anni compreso tra gli anni 2007-2019, si nota come nel 2007 gli arrivi fossero giunti alla quota di tre milioni e 626mila, che contribuivano ad accrescere le presenze totali, fissandole a otto milioni e 842mila persone. La permanenza media di questi arrivi si aggirava intorno ai 2,44 giorni; la percentuale di variazione degli arrivi si attestava sul 3,7%. Negli anni successivi, la suddetta percentuale ha subito una notevole riduzione: nel 2008, in corrispondenza della crisi economica mondiale, il valore si attestava su -5.3%, senza però incidere sulla permanenza media, che invece aumenta di 0.03 punti. Soltanto nell'anno successivo e nel 2012 la percentuale di arrivi avrà un trend negativo; per tutti gli altri anni la quantità di ingressi continuerà a crescere notevolmente. Considerando i massimi ed i minimi, all'interno del periodo considerato, il valore più basso lo si evidenzia nel 2009 (con tre milioni e 45mila arrivi); il valore massimo invece è registrato nel 2019 con cinque milioni e 523mila arrivi⁸.



Graf. 1. Serie storica degli arrivi e delle presenze turistiche a Venezia (2007-2019)

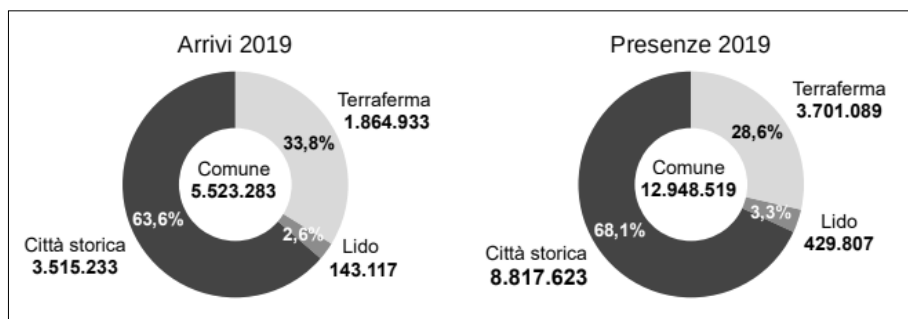
⁸ Fonte: Elaborazioni Comune di Venezia, settore turismo – Osservatorio del Turismo su dati dell'Ufficio di Statistica della Regione Veneto, 2019.

Come si evince dalle linee di grafico, il trend degli arrivi e delle presenze nel periodo considerato ha subito un notevole incremento, registrando una variazione nel primo caso di due milioni e 118mila e nel secondo caso di quattro milioni e 105mila presenze.

Entrando nello specifico dei dati turistici, si passa all'analisi dei flussi nelle mete dove l'attrattiva turistica si concentra maggiormente.

Il comune di Venezia suddivide il territorio in tre macro-aree: città storica, Lido, terraferma.

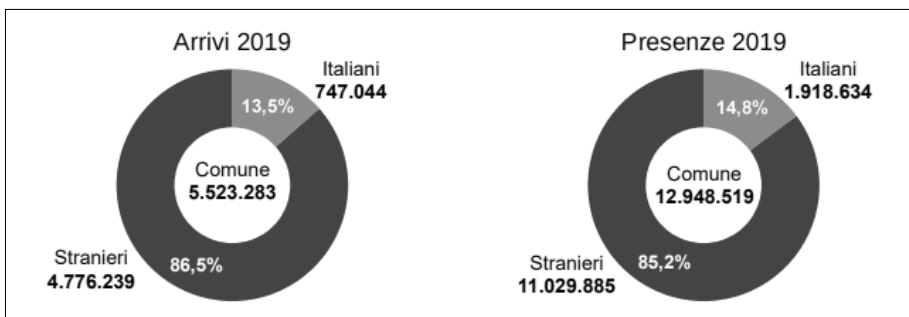
Nel primo caso i dati relativi agli arrivi nell'anno 2019 si aggirano intorno ai tre milioni 515mila, totalizzando otto milioni e 817mila presenze, e una permanenza media di 2,51 giorni. Il Lido invece, raggiunge sempre nello stesso anno 143.117 presenze, andando ad aumentare fino a 429.807. In questo caso, però, abbiamo un curioso fenomeno: le percentuali rispetto agli anni precedenti si sono notevolmente contratte. Quella degli arrivi infatti è pari a -11.7%, mentre quella delle presenze a -10.9%. In terraferma, invece, i dati si attestano sul milione e 864mila arrivi e sui tre milioni 701mila presenze. Si evidenzia come la permanenza maggiore avvenga al Lido quale meta balneare di tutta l'area lagunare con 3,0 giorni di permanenza media.



Graf. 2. Arrivi e presenze a Venezia, divise per zone urbane

Rispetto ai flussi che nel 2019 hanno visitato il comune veneziano, la maggior parte ha pernottato in una struttura alberghiera e una parte invece ha usufruito di strutture ricettive secondarie. L'attenzione va posta sul fatto che il fenomeno della distribuzione dei flussi turistici non è così schiacciante a favore degli esercizi ricettivi primari; nel 2019 infatti

il settore alberghiero totalizzava il 68.2% di presenze, mentre il 31.8% era distribuito in esercizi ricettivi extra-alberghieri complementari. Se questi dati non sorprendono, ciò che invece fa capire quanto gli esercizi complementari siano cresciuti e abbiano preso posizione nel panorama ricettivo veneziano sono le percentuali relative alle variazioni: nel 2019 gli esercizi ricettivi primari hanno incrementato dello 0.9%, mentre i complementari hanno aumentato del 17.1%. Da questi dati si deduce che la suddivisione tra turisti italiani e stranieri abbia un rapporto di uno a sei. Nell'ultimo anno pre-pandemia gli arrivi stranieri erano quattro milioni e 776mila, a fronte di 747.044 italiani. Anche qui la variazione però è importante perché per questi ultimi essa si attesta sul 6.6%.



Graf. 3. Arrivi e presenze a Venezia, divisi tra italiani e stranieri

Il fenomeno del turismo di massa già da questi dati inizia ad assumere conformazioni sempre più delineate.

Analizzati i flussi a livello quantitativo, si passa allo studio delle caratteristiche specifiche di questi. La provenienza è un indicatore essenziale per il settore terziario dei servizi perché ogni cultura e ogni turista è diverso dagli altri, avendo usanze e necessità che non vanno sottovalutate. Partendo dal vicino contesto europeo, i numeri maggiori di visitatori che nel 2019 hanno varcato le porte della città sono appannaggio dei turisti inglesi, francesi e tedeschi con rispettivamente 1.069.353, 1.044.718 e 841.835 unità⁹. Il totale dei turisti provenienti dagli Stati

⁹ Totale dato dalla somma delle presenze tra strutture ricettive primarie e complementari.

membri dell'Unione Europea è di cinque milioni e 782mila; i dati relativi invece ai flussi al di fuori della UE confermano in prima posizione i turisti USA (con un totale di 1.821.244 turisti americani), seguiti da Cina, Canada e Brasile che però non superano il mezzo milione di unità.

Totalizzando i dati in base ai continenti, si riscontra che dalle Americhe arriva il contributo prevalente, con quasi tre milioni di presenze totali, seguito da un milione e 369mila visitatori provenienti dall'Asia, mentre un flusso minore, comunque rispettabile, proviene dal continente africano e si compone di 153mila presenze.

Sommando i turisti di origine europea a tutti quelli extra-Unione si totalizza un numero di undici milioni e 29mila: se a tale valore si aggiungono anche quelli italiani, il totale ammonta a dodici milioni e 948.519.

Offerta ricettiva della città

Per comprendere meglio invece il fenomeno del pendolarismo turistico tra Venezia Centro storico e Terraferma si considerano i seguenti dati:

CITTÀ STORICA	2019			Var. % 19/18		
	Arrivi	Presenze	P. Media	Arr.	Pres.	P. Media
<i>Alberghiero</i>	2.222.730	5.088.564	2,29	0,6%	-0,3%	-0,9%
<i>Complementare</i>	1.292.503	3.729.059	2,89	15,8%	19,9%	3,5%
TOTALE	3.515.233	8.817.623	2,51	5,7%	7,4%	1,6%
<i>Stranieri</i>	3.112.382	7.806.328	2,51	6,1%	7,3%	1,1%
<i>Italiani</i>	402.851	1.011.295	2,51	2,7%	8,1%	5,3%

Fonte: Elaborazioni Comune di Venezia, Settore Turismo - Osservatorio del Turismo su dati dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto.

Tab.2. Arrivi e presenze turistiche a nella 'città storica' di Venezia

Il settore alberghiero nella città storica ha totalizzato cinque milioni e 88mila presenze che hanno soggiornato mediamente per 2,29 giorni, dando però una leggera variazione negativa di -0,3%. Sorprendente è invece l'ascesa e l'impatto che hanno avuto le strutture extra-alberghiere complementari: in termini di presenze hanno raggiunto i tre

milioni e 729mila turisti, incrementando la variazione del 19.9%. Il rapporto tra stranieri e italiani ancora una volta è schiacciante a favore dei primi: dai dati si evince infatti come esso abbia raggiunto la proporzione di sette a uno. Anche qui, però, notiamo una grande variazione da parte dei turisti italiani, che sono notevolmente aumentati rispetto gli anni precedenti.

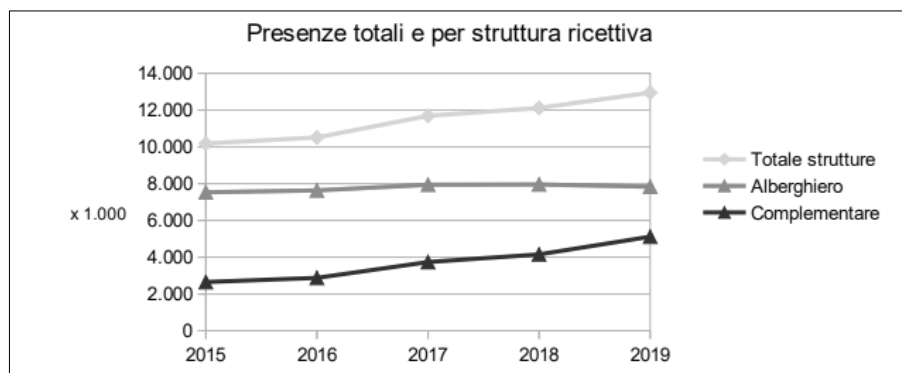
Considerato il centro storico, ci si sofferma sui dati di carattere ricettivo della terraferma:

TERRAFERMA	2019			Var. % 19/18		
	Arrivi	Presenze	P. Media	Arr.	Pres.	P. Media
<i>Alberghiero</i>	1.421.863	2.397.211	1,69	1,1%	-2,6%	-3,7%
<i>Complementare</i>	443.070	1.303.878	2,94	22,4%	35,7%	10,8%
TOTALE	1.864.933	3.701.089	1,98	5,5%	8,1%	2,5%
<i>Stranieri</i>	1.552.607	2.885.533	1,86	4,3%	4,8%	0,5%
<i>Italiani</i>	312.326	815.556	2,61	11,9%	22,0%	9,1%

Fonte: Elaborazioni Comune di Venezia, Settore Turismo - Osservatorio del Turismo su dati dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto.

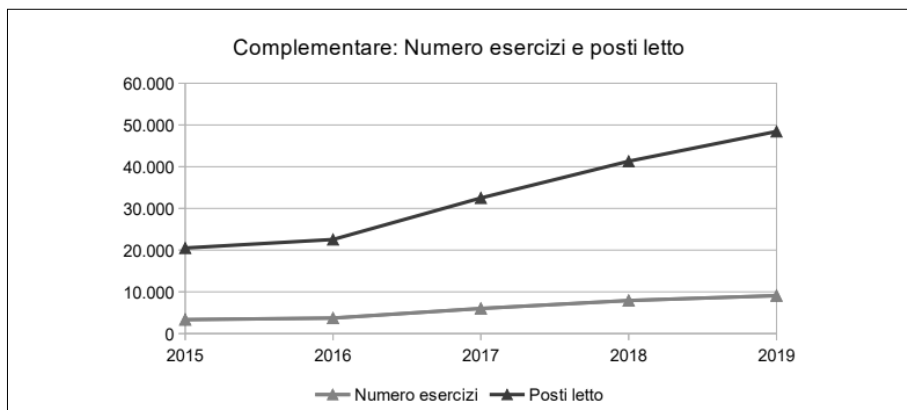
Tab. 3. Arrivi e presenze turistiche a nella 'terraferma' di Venezia

Anche in questo caso, annualmente le strutture ricettive primarie raggiungono quota due milioni e 397mila presenze, ma non bisogna lasciarsi ingannare da questi valori: se pur relativamente inferiori a quelli del centro storico, l'incremento che hanno avuto le strutture complementari in termini di presenze è stato esorbitante, attestandosi sul + 35.7%.



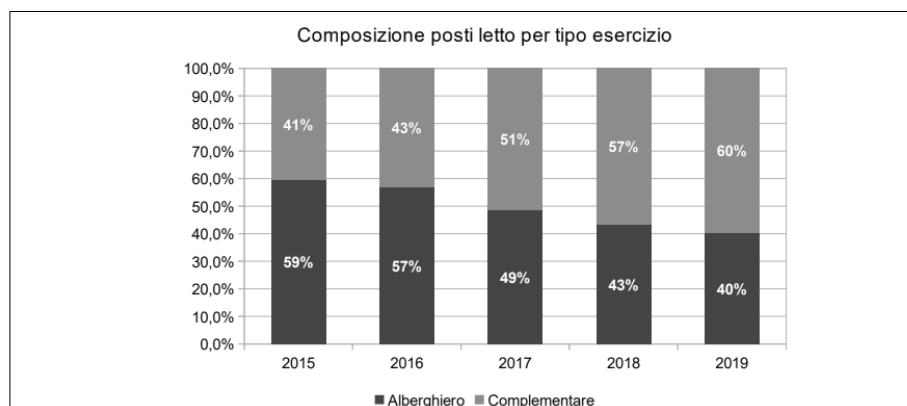
Graf. 4. Presenze turistiche per struttura ricettiva (2015-2019)

Nel dettaglio, l'offerta alberghiera primaria è suddivisa a seconda delle varie categorie. In questo panorama la percentuale maggiore di esercizi è delle strutture a tre stelle e delle residenze alberghiere con un 43.9%, seguite dalle strutture a quattro e cinque stelle, che totalizzano il 34.8%. Un dato interessante riguarda, inoltre, l'andamento delle strutture di offerta complementare: nel periodo considerato tra il 2015 ed il 2019 i valori legati al numero di esercizi si è triplicato passando da 3.342 a 9.085.



Graf. 5. La ricezione turistica "complementare" di Venezia

Ancora più esplicativo è il seguente grafico che mostra nel quinquennio preso in esame il rovesciamento delle percentuali tra esercizi ricettivi primari e quelli complementari:



Graf. 6. Raffronto tra esercizi ricettivi primari e complementari nella città di Venezia

Dalla tabella si evince che vi è stata in cinque anni un'inversione quasi speculare delle percentuali: se nel 2015 la percentuale maggiore era propria delle strutture alberghiere (59%), nel 2019 la prevalenza spetta a quelle complementari (60%).

Il termine 'struttura secondaria' si riferisce a B&B, agriturismi e abitazione private (case o stanze in affitto). Sono proprio queste tipologie di strutture che con il loro diffondersi a macchia d'olio hanno reso "spietata" la concorrenza nel mercato ricettivo e in quello immobiliare. Solamente nella città storica i posti letto degli esercizi complementari sono passati da 14.683 nel 2015 a 39.401 nel 2019. La composizione dell'offerta alberghiera come intuibile concentra il maggior numero di esercizi nella città storica (in media circa il 60%), lasciando alla terraferma e al Lido il rimanente (Lido 10%).

La situazione invece è completamente ribaltata per quanto riguarda la distribuzione degli esercizi complementari, che vede una netta ed elevata concentrazione nel centro storico, pari all'81% (dati del 2019).

Trasporto pubblico locale

Se l'offerta ricettiva è così ampia per una città di queste dimensioni, è necessario domandarsi in che modo i flussi turistici si spostano all'interno della città?

Per la stessa conformazione urbana, la maggior parte degli spostamenti spesso avviene a piedi: Venezia infatti, rispetto ad altre tipologie di città che assimilano il medesimo numero di turisti annualmente, è relativamente piccola, con una superficie di 414,69 km². In generale, la città possiede un sistema di trasporti unico: i battelli o i vaporetti. Proprio l'unicità della conformazione geografica della zona ha costretto i veneziani ad adattarsi alla vita lagunare, facendo impiegare loro una serie di imbarcazioni di diverso tipo. Ovviamente, come in altre città, vi sono diverse tipologie di battelli, a seconda del numero delle persone da trasportare da un punto A a un punto B.

Il sistema dei mezzi pubblici veneziano presenta però accorgimenti molto più tecnici rispetto ai normali trasporti, in quanto vi sono costi maggiori di manutenzione e di carattere logistico che si rispecchiano anche nel prezzo degli abbonamenti e dei singoli biglietti. L'aspetto su

cui è interessante focalizzare l'attenzione è quello delle tipologie di biglietti e delle relative vendite che mettono in luce quali sono i trend di spostamento dei flussi turistici. La prima nota che va considerata è la distinzione esistente tra gli abbonamenti per residenti e quelli per turisti: i residenti hanno la possibilità infatti di acquistare l'abbonamento mensilmente o quello annuale pagando una corsa al prezzo ridotto di 1,50€. Per i visitatori, invece, la gamma di offerte è più vasta e modellata, in quanto il turista ha la possibilità di acquistare biglietti singoli, ad un elevato costo di 7,50€, oppure di scegliere pacchetti maggiormente convenienti che permettano di eseguire più spostamenti senza dover spendere in maniera eccessiva. I pacchetti vanno ad ore e, in alcuni casi, a giorni: il più gettonato fra questi è il biglietto giornaliero della durata di 24h, che nel 2019 ha venduto un milione e 758 milioni unità. A seguire troviamo il biglietto di 48h e quello di 72h, con rispettivamente 493.606 e 409.755 unità. Abbonamenti settimanali della durata di sette giorni sono tra i meno quotati, con solamente 132.892 vendite, anche se hanno avuto una variazione positiva del 15.7%,

Si è molto discusso sulla distinzione degli abbonamenti dei residenti, considerandoli una sorta di 'discriminazione' nei confronti del visitatore che si sente colpito dal punto di vista economico. In realtà, la distinzione non deve esser vista in tal modo, piuttosto come una sorta di garanzia e di 'protezione' della qualità di vita e dei servizi del residente. Spesso, infatti, ci si imbatte in abitanti che nutrono astio nei confronti dei flussi turistici, perché nelle alte stagioni il sistema dei trasporti viene intasato da questi ultimi. Per tutelare la popolazione autoctona, il Comune di Venezia ha deciso, quindi, di sviluppare pacchetti per residenti e pacchetti per visitatori, dove i primi avranno anche la precedenza per accedere al servizio di trasporto pubblico con apposite corsie preferenziali. Gli abbonamenti però considerano anche altri aspetti, come l'età: la Carta "Rolling Venice", ad esempio, è un biglietto della durata di 72h che è stato studiato per gli studenti fino a venticinque anni e che permette loro di pagare quasi il 50% in meno del corrispettivo biglietto per non studenti.

Il controllo del flusso turistico avviene anche attraverso il monitoraggio delle vendite dei tipi di biglietti e in base a quante ore durano; nei dati precedentemente analizzati, infatti, si riscontra che i biglietti maggiormente utilizzati siano i giornalieri.

I numeri della cultura

L'ultimo aspetto chiave per analizzare i flussi turistici ed escursionistici è rappresentato dai numeri forniti dai maggiori musei e dagli eventi organizzati a Venezia.

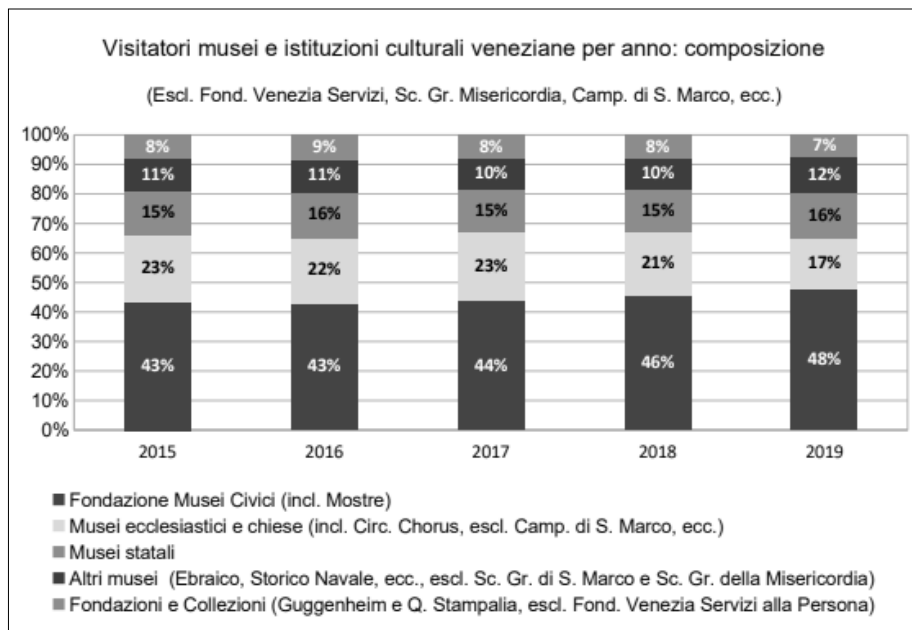
Prima di passare all'analisi dei numeri specifici della cultura e delle iniziative culturali, bisogna fare un breve accenno su quali siano le principali società e organizzazioni cosiddette "fornitrici" di servizi per la cultura. Per quanto riguarda il trasporto pubblico, la città di Venezia si affida a due grandi società per la mobilità: ACTV S.p.a. e Alilaguna, mentre il settore biglietterie ed eventi invece viene gestito dalla società VE.LA S.p.a. Ovviamente tra i tanti enti gestori vi è anche il Comune di Venezia, la Regione Veneto, la Fondazione Venezia Servizi alla persona e i Musei Civici statali.

Nel settore terziario, tutti queste società e fondazioni forniscono il proprio operato in modo sinergico l'una con le altre; sono infatti tutte parte di un organismo che lavora in equilibrio e in corrispondenza per poter rendere il turismo funzionale alla città, ai cittadini ed ai visitatori.

Passando all'analisi statistica dei numeri relativi alla cultura, partiamo dai visitatori dei musei civici e delle istituzioni culturali veneziane. Sempre nel quinquennio tra il 2015 e il 2019 il Comune di Venezia, con la collaborazione della Fondazione Musei Civici di Venezia, del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, del Polo Museale del Veneto, della Procuratoria della Basilica di San Marco, della Delegazione patriarcale di Torcello e dell'Ufficio Turismo della Curia Patriarcale di Venezia, ha monitorato quelli che sono i numeri complessivi che le varie organizzazioni e fondazioni museali hanno totalizzato nel periodo quinquennale. La fondazione Musei Civici nel 2015 totalizzava due milioni 229mila visitatori e nel 2017 ha raggiunto il picco di due milioni 491mila, per poi riscendere nel 2019 a quota due milioni 286mila.

Il totale effettuato dall'insieme dei musei ecclesiastici, delle chiese e del *Circuito Chorus* ammonta a ben tre milioni e 608mila nel 2019. La somma di tutti i visitatori dei musei a Venezia nel 2019 si attesta sui sette milioni 802.791 utenti. Nel grafico sottostante vengono proposte quelle che sono le proporzioni di visitatori per genere museale. La

maggior parte dei visitatori è registrata nei Musei Civici, che hanno un impatto tra il 43 %-48%. Le restanti tipologie di musei e fondazioni registrano valori pressoché simili¹⁰:



Graf. 7. Composizione dei visitatori dei musei e delle istituzioni culturali di Venezia

Nello specifico, consideriamo le mete più gettonate dai visitatori e successivamente le relative stagionalità.

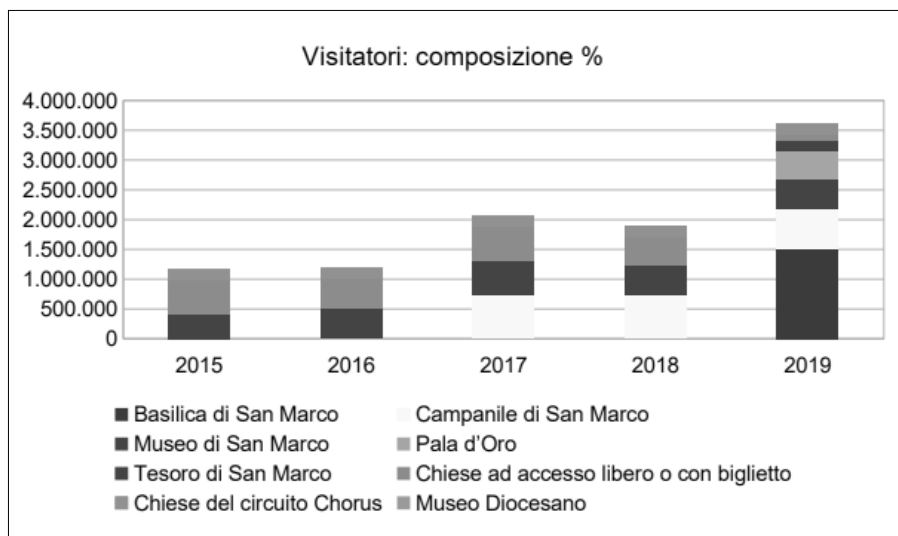
L'offerta turistica veneziana si caratterizza per una serie di piccoli, ma importantissimi musei che tramandano la storia e la cultura della città; musei invece di dimensioni maggiori sono quello di Palazzo Ducale, il Museo Correr, il Museo del Vetro e di Ca' Rezzonico. Da soli questi quattro grandi musei hanno portato nel 2017 un picco di due milioni 16mila visitatori provenienti da tutto il mondo. Il solo Palazzo Ducale durante l'anno con estrema facilità raggiunge numeri di visi-

¹⁰ Da notare come il trend negativo della variazione tra il 2018 ed il 2019 si spieghi in parte anche con l'eccezionale acqua alta verificatasi il 12 novembre 2019, che ha costretto molti musei e caratteristici percorsi sotterranei alla totale o parziale chiusura.

tatori sopra il milione; il suo picco più alto di turisti lo ebbe nel 2017 arrivando a quota un milione 405mila unità; nel 2019 solamente nel mese di aprile il museo di Palazzo Ducale ha avuto 160mila persone, producendo il picco dell'intera annualità. Il Museo Correr ha totalizzato invece il suo picco nel 2016 con 337mila unità registrate e nel 2019 ha totalizzato nel mese di aprile ben 40mila visite.

Sempre per indagare sui numeri della cultura, nel periodo dei cinque anni presi in considerazione, l'interesse turistico si è notevolmente direzionato a favore dei musei ecclesiastici e delle chiese; nella zona circoscritta di piazza San Marco infatti vi sono un numero elevato di musei a carattere ecclesiastico quali la Basilica di San Marco, il Campanile, la Torre dell'Orologio, il Tesoro di San Marco, la Pala D'oro.

Tutti questi luoghi hanno registrato un incremento elevatissimo: tra il 2018 ed il 2019 il totale dei musei ecclesiastici e delle chiese è passato da un milione 886mila a tre milioni 608mila visitatori, con una variazione positiva del 91,3%. Anche in questo caso la composizione in percentuale dei visitatori vede al primo posto la Basilica di San Marco seguita per numero di visitatori dal Campanile di San Marco. Un altro grande valore di visitatori è dato dalle chiese ad accesso libero o con biglietto.



Graf. 8. Turisti di Venezia per meta di destinazione

Da notare, anche graficamente, l'incremento annuale tra il 2018 ed il 2019.

Se la cultura fornita dai musei genera un flusso enorme di visitatori, non da meno lo sono le mostre e gli eventi che annualmente vengono organizzati nella città lagunare, considerabili alla stregua di una cospicua fonte di turismo: la Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica (comunemente chiamata 'Mostra del Cinema'), la Biennale, la Fondazione Giorgio Cini e Le Stanze del Vetro registrano giornalmente migliaia di visitatori. L'ultima Biennale ad esempio nel periodo tra l'11 maggio ed il 24 settembre 2019 ha contato un totale di 593mila visitatori con una media di 3.400 visitatori giornalieri. La Mostra Burri ha invece totalizzato 66.219 presenze nella sua intera durata che andava dal 10 maggio al 28 luglio 2019.

Il punto di vista dei cittadini: attori sociali nel terziario

Nei precedenti paragrafi abbiamo visto, attraverso una raccolta di dati e grafici, quanto il turismo di massa possa arrecare sofferenza alle città e in che modo esso si è diffuso. Nel seguente paragrafo invece verrà effettuato un approccio di analisi diverso, basato su alcune interviste effettuate nella città di Venezia tra il 5 e l'11 ottobre 2021, a personaggi di rilievo della realtà veneziana. Fino ad ora infatti ci si è basati su numeri, dati, statistiche e grafici che, per quanto utili, non forniscono un quadro del fenomeno nella sua interezza. Si è scelto quindi di dare un carattere anche qualitativo oltre che quantitativo, intervistando attori sociali che ogni giorno operano e vivono di turismo in prima persona. La scelta di intervistare testimoni privilegiati è stato l'inevitabile evolversi di un intervento scientifico che mira a comprendere le problematiche e la portata con cui il turismo incide sulle città. Si è scelto di intervistare due tipologie di persone che lavorano con il turismo, a seconda del loro livello di contatto con esso: contatto esterno e contatto diretto. Nel primo caso i testimoni intervistati sono i responsabili della viabilità, della gestione e dell'organizzazione della città: Marco Agostini, Comandante Generale della Polizia Locale di Venezia; Giovanni Seno, Direttore Generale ACTV, l'azienda dei trasporti; Gianluca Zuin, Responsabile della Comunicazione nella società VE.LA S.p.a. Nel secondo caso gli attori sono invece a contatto

diretto con il turista: Giorgio Bonetto, Direttore dell'*Hotel Cavalletto & Doge Orseolo*; Domenico Stanziani, Direttore del *Ristorante Al Colombo* e, infine, Arrigo Cipriani, proprietario del *Belmond Hotel Cipriani* e del famosissimo *Harry's Bar*, con ulteriori attività sparse in tutto il mondo.

Su quest'ultima persona è doveroso e necessario aprire una piccola parentesi. Descrivibile come un personaggio atipico e forte di uno straordinario dinamismo nonostante l'età (89 anni al momento dell'intervista), Arrigo Cipriani è una "leggenda veneziana" che gode di una fama mondiale. Con i suoi oltre venticinque locali sparsi in tutto il mondo e le sue dieci pubblicazioni, non solo *fa parlare di sé*, ma *parla proprio di sé* diventando così parte della storia di Venezia. Della città, infatti, prima di essere scrittore e proprietario di una catena di locali prestigiosi, è orgoglioso cittadino che ama definirsi "bettoliere". Ha vissuto per anni a contatto con viaggiatori, visitatori e turisti ospitandoli nella sua seconda dimora: l'*Harry's Bar*, storico locale inaugurato nel 1931 e diventato luogo di incontro di illustri intellettuali o personaggi dello spettacolo come Ernest Hemingway, Francis Scott Fitzgerald, Charlie Chaplin, Peggy Guggenheim, Truman Capote, Eugenio Montale e sua moglie Drusilla Tanzi, Frank Sinatra, Woody Allen, Giorgio De Chirico e molti altri. Grazie al lavoro ed alla dedizione, Cipriani ha raggiunto conoscenze e consapevolezze in ambito turistico estremamente preziose per capire il punto di vista degli stessi veneziani.

Le interviste effettuate *in loco* hanno seguito uno schema di domande generali, ma plasmate sulla tipologia di interlocutore. Per la categoria riguardante i responsabili della gestione dei flussi, dei mezzi di trasporto e degli eventi, infatti, sono state poste domande specifiche relative alla gestione di questi fattori, mentre per il secondo gruppo sono stati posti quesiti sia sulla gestione diretta, sia sulla percezione complessiva del fenomeno.

Per quanto riguarda coloro che gestiscono il turismo e lo monitorano, tutti concordano sul fatto che a Venezia esistano svariate tipologie di turismo, ma che la somma di queste dà vita a ingenti flussi che hanno con il tempo ridotto la qualità di vita per il cittadino residente. Come avviene il monitoraggio di così tante persone all'interno di uno spazio circoscritto? Il Comandante Generale della Polizia Locale,

Marco Agostini, spiega: “Il controllo dei flussi turistici avviene in varie modalità; l’accesso via terra è unico tramite il Ponte della Libertà, che consente il passaggio di autovetture e treni e questo è il monitoraggio diciamo più semplice. Altri accessi alla città sono invece un po’ più difficili da monitorare. Ci sono flussi di persone, turisti e non, che provengono da Chioggia e Pellestrina, altri da Punta Sabbioni, alcuni dall’aeroporto”. Agostini spiega come solo di recente Venezia abbia potuto godere di nuovi sistemi di monitoraggio dei flussi, migliorando così sensibilmente la viabilità di questi ultimi. In tempo reale, infatti, la stazione di Polizia è a conoscenza di tutto ciò che accade nel comune veneziano, così da intervenire repentinamente in caso di necessità, grazie alla creazione di una *Smart Control Room*, una centrale operativa ipertecnologica di recentissima costituzione. Se è vero che nella città il problema più grande da gestire sono i turisti, Agostini spiega che le cause dell’aumento del turismo di massa e dello spopolamento sono da ricercarsi nelle affittanze turistiche: “Le affittanze turistiche sono la principale causa dello spopolamento; non l’unica, ma la principale [...] Con la Legge Bersani è successo che, in sintesi, c’è stata una liberalizzazione delle attività produttive ed il risultato è che chiunque avesse un luogo poteva farlo diventare quello che voleva: un B&B, un ristorante, un bar, un negozio di souvenir. Va da sé che, come si è visto, Venezia sembra avere più alberghi e strutture ricettive che turisti”. Il rapporto, quindi, che la città ha con il turismo Agostini lo definisce “ambiguo”, poiché metà della città lavora direttamente o indirettamente nel settore turistico, mentre la restante parte ha difficoltà nel relazionarsi positivamente. Una città, quindi, in mano al turismo piuttosto che ai cittadini stessi, soggiogati però da una propria colpa.

Quello che è emerso dalle interviste e che accomuna il pensiero di tutti gli attori sociali intervistati è che la vera causa delle condizioni estreme di Venezia sia il veneziano stesso. Giovanni Seno, Direttore Generale dell’ACTV, ne spiega la colpa: “Spesso si sente parlare al livello turistico di ‘Modello Rimini’ o ‘Modello Montecarlo’, per intendere diverse tipologie di turismo in rapporto con il luogo in cui esso si svolge. Venezia, quando anni fa doveva scegliere su che tipologia basare il suo turismo, non ha scelto. Questa indecisione ha fatto sì che inevitabilmente il ‘Modello Rimini’ prendesse piede”. Seno spiega infatti con un aneddoto tutto veneziano che i problemi dei veneziani si

risolveranno paradossalmente quando il veneziano stesso non ci sarà più. Il concetto espresso fa riflettere molto sul come la realtà locale si sia inevitabilmente distorta a fini turistici, ma che la causa principale sia proprio il cittadino. Argomenta Seno, integrando anche il discorso della pandemia: “Il veneziano che si lamenta del turismo troppo incidente nella sua città si scorda che altri suoi cittadini hanno fatto in modo che ciò accadesse. Ovviamente c’è stato un effetto a catena, ma il tutto si può riassumere nel detto: meglio l’uovo oggi piuttosto che la gallina domani. [...] Il veneziano quindi è un po’ ambiguo mentalmente, perché prima si lamenta del turismo, che lui stesso ha introdotto, poi con la pandemia si lamenta che non c’è turismo”.

Anche Domenico Stanziani, Direttore del Ristorante “Al Colombo”, riporta come la mancata scelta del modello turistico da seguire da parte di Venezia ne sia stata la rovina. Essenzialmente i due modelli rappresentano due modi di fare turismo basandosi su un rapporto qualità-prezzo. Stanziani spiega che il ‘Modello Montecarlo’ rappresenta un modello applicato in certi luoghi dove il prezzo è elevato, ma la qualità è impeccabile, mentre il ‘Modello Rimini’ è un modello quantitativo dove il prezzo e la qualità vengono meno. I due modelli sono applicabili in ogni ambito economico del turismo: dalla ristorazione alla ricezione, dai negozi standard ai negozi di souvenir. Nell’ambito della ristorazione, Stanziani argomenta la propria riluttanza verso il turismo di massa dicendo: “La massa viene creata dalla bassa qualità del prodotto offerto o a prezzi elevati o a prezzi accessibili, perfino a studenti liceali che hanno una paghetta mensile. Allora questo vuol dire: pasta precotta e vuol dire cibi surgelati; con la Legge Bersani hanno dato la possibilità a tutti, anche se ora hanno temporaneamente bloccate queste licenze, di aprire un magazzino, un ristorante o un luogo dove si cucina anche se sprovvisti di canna fumaria e di specifiche regole per i ristoranti [...] Venezia per me nasce per dare un certo tipo di qualità” e ancora: “Ci sono a Venezia esempi di pseudo cicchetterie che non avendo la canna fumaria adoperano il microonde e scaldano le paste vendendole quasi al prezzo che applico io, ristoratore con esperienza, con cuochi assunti regolarmente con tredicesima e quattordicesima, che ovviamente spendo molto di più della mia concorrenza a bassi costi e scarsa qualità”.

Un punto che accomuna il pensiero di tutti questi attori sociali è che il turismo veneziano, se da una parte ha subito un’impennata con

dei picchi da record, dall'altra ha registrato un sempre più ampio calo di qualità. Una decadenza non solo sociale, ma anche culturale ed ambientale. Viene infatti avvertito l'aumento di un turismo sempre più disinteressato, presente solo per poter dire di aver visitato un luogo che in realtà non è stato neanche visitato compiutamente.

Giovanni Seno su questo argomento ha un punto di vista chiaro: egli infatti sostiene che il turista medio che visita Venezia ormai si limita a girare la città apprendendo solamente informazioni superficiali, piuttosto che conseguire una conoscenza vera e spiega: “La diseducazione generalizzata data dalla pervasività della tecnologia ha fatto in modo che le generazioni di adesso, ma anche quelle che di base utilizzano la tecnologia, non siano state educate alla conoscenza, bensì all'informazione. Vi è un'enorme differenza tra conoscenza ed informazione. Con un telefono io posso certamente avere tutte le informazioni possibili sulla storia di Rialto, ma non avrò una reale conoscenza tangibile perché la differenza sta anche nel tempo necessario affinché le informazioni vengano immagazzinate nel mio cervello”. Il ‘turismo mordi e fuggi’ non darà tempo quindi di interiorizzare tutto ciò che si è appreso nella visita e per di più non darà un significativo contributo economico. Questo comportamento genera uno sbilanciamento ed uno squilibrio che ha provocato il decadimento qualitativo della vita della città.

Un altro grande arretramento è stato registrato durante il periodo del *lockdown* e della pandemia in generale, che ha suscitato differenti opinioni tra gli intervistati.

Arrigo Cipriani afferma che lo stop della pandemia in termini di flussi non è stato altro che un temporaneo fermo e che ben presto il turismo pre-pandemia tornerà a far visita alla città. Egli concorda che a livello economico la pandemia è stata devastante per i cittadini veneziani, ma commenta che è stato un periodo dove la vera anima della città è tornata fuori; la “vera Venezia” per la prima volta ha iniziato a vivere piuttosto che spopolarsi o tentare di sopravvivere. Giorgio Bonetto, Direttore dell’“Hotel Cavalletto & Doge Orseolo”, ha invece considerato la pandemia non solo come un fermo, ma proprio come una vera disgrazia sia per la città, sia per la catena di hotel di cui il suo fa parte. Spiega infatti che nel periodo a cavallo tra il 2019 ed il 2020 si è susseguita una serie di avvenimenti eccezionali che hanno danneg-

giato enormemente l'economia della struttura ricettiva: oltre alle chiusure imposte a causa della pandemia, l'hotel è stato costretto a chiudere anche a causa delle inondazioni. La città infatti il 12 novembre 2019 fu sommersa fino a 187 cm dall'acqua della laguna (la cosiddetta "acqua granda"), la seconda disastrosa acqua alta in città dopo quella catastrofica del 4 novembre 1966. Essendo a contatto con il Bacino Orseolo di fronte a Piazza S. Marco, l'hotel ha subito ingenti danni sia a livello strutturale sia a livello di arredamento, oltre ai mancati introiti a causa della chiusura. L'avvento della pandemia successivamente ha dato "il colpo di grazia" che nessuno si sarebbe mai aspettato, facendo chiudere l'hotel per quasi un anno. Alla riapertura, Bonetto spiega che le difficoltà maggiori nella ripartenza sono state nel riqualificare la struttura dopo mesi di inutilizzo, nel riadattarla seguendo le normative ministeriali e nel gestire le nuove norme per la capienza della struttura (compreso il personale). Le spese che la struttura ha dovuto effettuare per la ristrutturazione sono state pesantissime.

In generale, la pandemia è stato un evento drammatico ed eccezionale che ha di fatto arrestato il turismo di massa, i flussi e l'economia della maggior parte dei paesi mondiali, ma da un certo punto di vista, però, ha costituito un fenomeno interessante da analizzare poiché ha dato la possibilità alle città ormai sovraffollate e sommerse da masse di turisti di riscoprirne le identità e le caratteristiche. Un punto di partenza, anzi di "ripartenza", non solo dal punto di vista economico, ma anche sociale e soprattutto culturale. Giovanni Seno, infatti, spiega che "la madre" di tutti i problemi è la mancata educazione culturale e scolastica che hanno reso la conoscenza sempre più effimera e superficiale. Per trasformare quindi un turismo di massa da carattere quantitativo ad uno qualitativo non si deve ragionare solamente in termini di riduzioni di flussi ma creare, come suggerisce Gianluca Zuin, eventi e campagne di sensibilizzazione, che devono essere però aperti a coloro che davvero intendono parteciparvi con un vero interesse culturale.

Il pensiero che accomuna tutti gli intervistati, però, riguardo al turismo e alle problematiche legate ad esso, come lo spopolamento della città e la ridotta qualità della vita, è che di base vi sia "un concorso di colpa" tra chi visita e chi accoglie: tutti gli intervistati concordano che Venezia sia stata svenduta al turismo di bassa qualità dai veneziani stessi, i quali hanno visto nel turismo un modo per arricchirsi veloce-

mente, senza però lavorare su un modello di pianificazione adeguato alla città stessa. Si è quindi formato un mix di modelli di turismo dando prevalenza a quello ‘Rimini’, ovvero ‘quantitativo’, piuttosto che a un turismo qualitativo e responsabile. Se da una parte il veneziano medio ha “la colpa” di non aver contrastato l’aumento di questa tipologia di turismo, alimentandolo invece con la creazione di esercizi economici anche di bassa qualità legati ad esso, dall’altra è vero che il turista moderno ha sviluppato un gusto ormai stereotipato e preconfezionato, spesso fornito da un immaginario collettivo diffuso, grossolano e riduttivo, che imprime certe aspettative nei turisti rendendoli, come riporta Giovanni Seno, “masse inconsapevoli e spesso con in mano il telefonino per far foto”. Inevitabilmente questo atteggiamento porta con sé un turismo irresponsabile e di infimo livello, che non è attento alle necessità della città stessa, ostacolandola con comportamenti per lo più non consoni.

Quello a cui il mondo sta assistendo con il turismo di massa è che le maggiori città, con il fatto che accolgono migliaia di culture, lingue e usanze diverse, per “accontentare” il cliente medio ricorrono con la propria offerta a una omologazione e una standardizzazione dei servizi. Dove non è possibile standardizzare quest’ultima, è l’aspettativa del turista a renderla tale, mutando inconsapevolmente l’esperienza turistica del viaggio in uno sterile e apatico ‘spostamento’. Se da una parte la globalizzazione ha fatto in modo che culture completamente differenti venissero a contatto, dall’altra le offerte si sono omologate le une con le altre, creando un effetto di annullamento culturale e di perdita di identità senza precedenti. Potrebbe sembrare una sorta di bilanciamento-scambio tra culture, ma l’impronta voluta dal mercato turistico e commerciale ormai non è più quella di offrire al turista l’opportunità di conoscere, bensì quella di ricavare il maggior profitto possibile, mascherando quest’ultimo come finto interesse verso i bisogni e le necessità del turista. L’importanza di contrastare un assetto del genere è data dal fatto che in questo caso la perdita di identità di un quartiere o di una città a lungo andare può riflettersi addirittura sull’intero Paese, lasciandolo alla mercé di stereotipi creati da altri: l’Italia non è la Patria del ‘pizza, pasta e mandolino’, come spesso ancora viene definita dagli stranieri; è ben di più, è nettamente di più, ma è stata l’Italia stessa a far sì che gli altri Paesi la vedessero così. Questo

discorso non vale solamente per il nostro paese: ogni Stato subisce una stereotipizzazione da parte di altri e questo perché, con una sempre più incidente globalizzazione e una scarsa diffusione della cultura (a causa di quella che Giovanni Seno ha definito “la pervasività della tecnologia e dell’informazione”), si standardizza sempre di più l’identità di un paese, di una città e di un quartiere.

È certo che il fenomeno turistico nell’insieme non sia qualcosa di negativo o di cui temere l’espansione; quello che invece bisogna tenere sotto controllo e migliorare è il suo modo di espansione. Negli ultimi anni il processo di mutamento turistico ha introdotto nelle sue caratteristiche anche un’attenzione particolare al ‘rispetto’ dei luoghi visitati dal turista. La nascita dell’*ecoturismo*, infatti, è stata la prima svolta consapevole da parte sia di coloro che lavorano con il turismo, sia di coloro che lo praticano. È una nuova tipologia di turismo che mira non solo al rispetto in ogni forma, ma anche all’espandersi come soluzione di prima scelta. Il cambiamento che l’ecoturismo cerca di effettuare consiste nel responsabilizzare il turista viaggiatore ancor prima di mostrargli/le le opportunità.

Una riflessione conclusiva, quindi, in merito alla mercificazione che il turismo di massa ha alimentato, è che se tale problematica esiste la principale responsabilità si pone sulle spalle di chi ha permesso che accadesse tale fenomeno. La commercializzazione della città è la causa della progressiva perdita di coesione identitaria del luogo e della crescita di stereotipi con cui il mondo esterno guarda al nostro paese. La tendenza, inoltre, ad allineare l’offerta turistica ai suddetti stereotipi genera un “effetto a catena” che si riverbera e “fa affondare” le città. Il cambiamento, perciò, deve partire dagli stessi abitanti e cittadini, i quali hanno l’onere morale di fermare questa onda di disinformazione e mercificazione culturale per poter riqualificare in maniera incisiva la propria città, la propria cultura e l’identità collettiva.