

AperTO - Archivio Istituzionale Open Access dell'Università di Torino

**Venice is not sinking: il turismo a Venezia tra immagine globale e nuovo marketing territoriale**

**This is the author's manuscript**

*Original Citation:*

*Availability:*

This version is available <http://hdl.handle.net/2318/1790353> since 2021-06-12T15:52:21Z

*Publisher:*

Patron

*Terms of use:*

Open Access

Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license. Use of all other works requires consent of the right holder (author or publisher) if not exempted from copyright protection by the applicable law.

(Article begins on next page)

## **“Venice is not sinking”: il turismo a Venezia tra immagine globale e nuovo marketing territoriale PRE-PUBLICATION VERSION**

R. Borghi, P. Minoia, G. Zanetto

Centro Interdipartimentale IDEAS, Università Ca' Foscari, Venezia

Borghi R., Minoia P. and Zanetto G. (2009) “Venice is not sinking”: il turismo a Venezia tra immagine globale e nuovo marketing territoriale. In Adamo F. *Il turismo nello sviluppo e nella politica della città*, Patron, pp. 127-135

### **Introduzione**

Il Veneto si è confermato nel 2005 la prima regione turistica d'Italia. Le presenze sono aumentate del 4 per cento per un totale di 56.732.959 di unità, mentre sono cresciuti del 3,4 per cento gli arrivi, pari a 12.468.600. Questi dati confermano un'ulteriore crescita rispetto all'anno precedente, in controtendenza con buona parte del resto della penisola.

Nonostante la regione Veneto vanti un'offerta turistica varia e per molti aspetti originale, la provincia di Venezia rimane di gran lunga la più visitata tra quelle venete; con un flusso di turisti costantemente superiore al 50% del totale si conferma la forza motrice del turismo veneto. L'attrattiva turistica maggiore rimane senza alcun dubbio la città di Venezia, che occupa un ruolo del tutto privilegiato nell'immaginario collettivo dei turisti nazionali e internazionali. Il turista porta con sé una rappresentazione della città lagunare che è quella della propaganda letteraria romantica veicolata dalla maggior parte dei cataloghi turistici: Venezia e la sua laguna, un mondo di languidi sentimenti, di amori decadenti, la città degli amanti, luogo dove rifugiarsi lontano dalle metropoli continentali per ammirare le sue bellezze artistiche. Venezia viene così codificata dai turisti come una città del divertimento, un luogo che permette di uscire dalla normalità della vita quotidiana.

Questa concezione dello spazio veneziano che vede la città fare concorrenza a Disneyland, ha prodotto delle modifiche dell'ambiente che non possono essere ignorate: ha frenato la distruzione fisica della laguna e della città ma nello stesso tempo ha portato alla creazione di un contesto urbano adatto ad accogliere il turista (Zanetto 1982). La cultura veneziana, di conseguenza, è stata mercificata in un modo che ha contribuito alla sua dispersione, segno di uno scollamento tra un apparato culturale, sociale, economico e territoriale che diventano cose diverse e quindi si ristrutturano separatamente (Zanetto

1996).

Con questo lavoro ci proponiamo di mostrare l'ampiezza del fenomeno turistico a Venezia e le sue ripercussioni sul tessuto urbano e sociale della città e di elencare alcune delle strategie messe in atto dalle autorità al fine di controllare questo settore in continua espansione attraverso la creazione di attrattive alternative a quelle classiche, fuori dai percorsi tradizionali. La messa in valore dell'ambiente lagunare risulta così cruciale per il successo di queste strategie.

### **Il mercato turistico e i suoi impatti**

Venezia è un universo dai molteplici significati (De Rita 1993), una città che sembra riunire in sé le caratteristiche di tutte le altre città, un luogo privilegiato per studiare gli effetti culturali dell'organizzazione sociale, politica e spaziale dello spazio urbano. Oggi, età del consumo turistico delle grandi città d'arte, Venezia è – in quanto capitale del turismo internazionale – un caso emblematico, un modello tangibile per analizzare l'impatto del fenomeno turistico nei centri storici. L'unicità delle caratteristiche in sé concentrate, il 'valore dell'irripetibilità', la sua unicità nel mercato mondiale, fa sì che la domanda turistica sia praticamente infinita (Senn 1996).

Le ricadute economiche del settore sono fondamentali per il centro storico e per i suoi dintorni, dal momento che il turismo a Venezia incrementa le attività economiche e commerciali, aumenta le opportunità di lavoro e favorisce lo sviluppo di determinati servizi sociali e culturali. Non bisogna però nascondere le sue ripercussioni negative e le sue pesanti conseguenze: la congestione del sistema dei trasporti e degli altri servizi pubblici, l'aumento generale dei prezzi dei beni di consumo e delle case, la trasformazione dell'uso del patrimonio architettonico della città (Camuffo, Senn e Zanetto 2006), l'aumento dei rifiuti, lo stimolo della micro-criminalità, lo spiazzamento delle attività urbane 'normali' (Van Der Borg e Costa 2004). Per queste ragioni il turismo è considerato anche un forte vincolo allo sviluppo economico e sociale, dal momento che comporta l'espulsione di altre attività economiche, la banalizzazione dell'offerta che di fatto limita l'imprenditorialità innovativa e la notevole pressione fisica e sociale sul contesto urbano e ambientale.

Il problema principale consiste proprio nel tentativo di misurare fino a che punto il

turismo possa essere considerato un fattore positivo per una città come Venezia. Infatti un numero elevato di turisti ha effetti positivi soprattutto in termini di ricchezza economica, ma con la crescita rilevante del numero di visitatori che arrivano a Venezia cominciano a prevalere effetti negativi dovuti all'eccessiva pressione del turismo sulle risorse della città (Musu, Ramieri e Cogo 1998). Si rende dunque necessario delineare una strategia di *policy* urbana che miri al contenimento degli effetti negativi del flusso turistico nelle aree da questo più danneggiate e alla diffusione dei benefici nelle aree che ora non ne godono in alcun modo (Van Der Borg e Costa 2004).

L'impatto dei turisti risulta particolarmente violento per la città e per i suoi abitanti i quali rivendicano fortemente la conservazione dell'insieme della vita sociale. Nel 2005 gli arrivi a Venezia sono stati più di 6 milioni e 600 mila e hanno fatto registrare un incremento del 5,5% rispetto al 2004; le presenze hanno superato 30 milioni di unità con un aumento del 4,6% rispetto ai dati dell'anno precedente. La soglia della capacità di carico del centro storico, al di là della quale la città viene fisicamente danneggiata, la qualità della vita diminuisce e le altre funzioni economiche e sociali vengono compromesse, è stata valutata intorno a 25.000 visitatori giornalieri (Van der Borg e Russo 1997) ma il valore medio delle presenze giornaliere è più elevato (30.000 persone) con picchi che possono toccare i 200.000 visitatori in una sola giornata. Di fronte ad una popolazione residente in continuo calo, il numero di turisti cresce in continuazione. Nel centro storico infatti ci sono circa 89 turisti ogni 100 abitanti, in pratica un turista per ogni abitante. Se si considera l'intero Comune di Venezia il rapporto si riduce a 28, pur rimanendo molto elevato se confrontato con quello delle altre città. Il confronto con le principali città d'arte europee sottolinea la gravità del problema nel centro storico; 89 turisti ogni 100 abitanti contro i 36 di Salisburgo, i 23 di Bruges, i 12 di Oxford e i 10 di Firenze. La pressione esercitata dai turisti sui vari servizi è notevole, soprattutto perché i visitatori sono molto numerosi, costituendo quasi una seconda popolazione. Il dato riportato rappresenta la media annuale, ma il flusso turistico è fortemente stagionalizzato per cui in alcuni periodi la pressione risulta essere ancora più elevata (Musu, Ramieri e Cogo 1998).

Una frequentazione così massiccia provoca inevitabilmente una sovraoccupazione dello spazio urbano: l'insieme delle calli e dei canali deve assorbire un flusso acquatico e

pedonale che può produrre una forte congestione del traffico (Perego e Sbeti 1998). L'amministrazione comunale si trova dunque a confrontarsi con questa problematica, che necessita strategie di gestione del traffico turistico che assicurino la viabilità dei veneziani. Si tratta di organizzare i percorsi degli uni e degli altri in modo tale che rispondano alle esigenze di due flussi che ovviamente non si spostano allo stesso modo e con lo stesso ritmo. Le autorità comunali hanno così cercato di ridurre gli ingorghi in certe parti della città e di allargare il 'consumo' turistico dello spazio urbano, proponendo una serie di itinerari che dovrebbero portare il turista *Oltre a San Marco*.

Politiche di controllo e di gestione dei flussi non sono le uniche soluzioni per ridurre gli effetti dell'impatto turistico; sono necessari interventi che riqualifichino l'offerta turistica, che incentivino comportamenti sostenibili e che ricerchino nuovi percorsi turistici per modificare le vie di accesso e ridurre la congestione (Musu, Ramieri e Cogo 1998).

Una domanda turistica ben organizzata e che riduca al minimo i fenomeni di congestione può essere uno dei fattori portanti di uno scenario di sviluppo sostenibile. Il capitale che va preservato per rendere sostenibile l'attività economica connessa alla soddisfazione della domanda turistica è quello artistico e monumentale, ma anche quello ambientale. Un turismo naturale sostenibile deve essere associato ad un controllo degli accessi nelle zone ecologicamente più delicate dell'ecosistema lagunare e ad un'azione di educazione ambientale (Musu 1999).

Lo sviluppo economico finora attuato, invece, ha causato seri danni alla laguna e alla città, minacciando un patrimonio naturalistico e culturale di importanza mondiale. I risultati di questi danni sono oggi drammaticamente evidenti. Si rende di conseguenza necessario un ripensamento del modello di sviluppo della laguna, in modo da favorire attività economiche compatibili con la salvaguardia dell'ambiente e della qualità della vita. Lo sviluppo della laguna e di Venezia va inoltre ripensato affidando alla laguna un ruolo attivo come risorsa economica e avviando una produzione diversificata, in grado di evitare che crisi di settore mettano in ginocchio l'intera economia della città (Musu, Ramieri e Cogo 1998).

## **Perché un turismo in laguna**

La laguna di Venezia è un ambiente particolarmente adatto alla sperimentazione di attività turistiche che valorizzino il territorio: innanzitutto, non è stato ancora investito dal flusso turistico massificante; è un'area che permette un agevole controllo dei flussi, vista la mobilità strettamente legata al mezzo acqueo; ha un vasto potenziale di risorse turistiche fruibili (naturali, storico-archeologiche, culturali); potrebbe godere di vantaggi dati da una pianificazione dell'attività, dalle sinergie prodotte da una gestione di sistema; è una realtà viva, in cui il turismo non è ancora la principale fonte di reddito; allo stesso tempo presenta già alcune iniziative imprenditoriali di piccola entità che si muovono sul terreno di un nuovo segmento di mercato, quello dell'eco-turismo, che va diffondendosi verso aree marginali e ad alta naturalità.

In generale, l'eco-turismo è un fenomeno che tipicamente si è sviluppato a partire da piccole e fragili esperienze, che ha trovato terreno fertile in realtà ai margini dello sviluppo - turistico ma non solo - e che per la relativa necessità di infrastrutture può impiantarsi nelle destinazioni ancora esenti dal degrado ormai diffuso del territorio. Rispetto a queste realtà, la laguna di Venezia presenta invece una situazione peculiare, dato che ospita in sé una città d'arte che è tra le principali destinazioni turistiche del mondo. La laguna funziona come *filtro* tra Venezia e la sua regione turistica; è il luogo naturale di interscambio modale per gli accessi al Centro Storico; mette in connessione il turismo *culturale-urbano* con quello *balneare*; rappresenta un'opportunità di sviluppo del turismo verso nuovi ed emergenti segmenti di domanda; ma al contempo, essendo un ambiente particolarmente fragile sia dal punto di vista naturalistico sia da quello economico e sociale, è il luogo dove l'impatto del turismo rischia di essere più distruttivo, e dunque quello in cui la necessità della pianificazione è imprescindibile.

In questa logica appare più evidente l'utilità di alcuni approfondimenti analitici e di definizione di politiche di governo del turismo che vengono proposte: la determinazione della "capacità di carico turistico" per la laguna è quanto mai urgente, vista la fragilità estrema di tale delicato sistema socio-territoriale. La determinazione dei benefici attesi a fronte degli investimenti necessari per infrastrutturare il territorio e stimolare l'imprenditorialità deve confrontarsi con gli impatti derivanti per un contesto sociale, economico e culturale già in situazione di grave "depressione", come definita dal

Patriarca Scola in un recente intervento (Il Gazzettino 2006). Inoltre la volontà di gestire i flussi di arrivi può ben dispiegarsi vista la facilità di controllo degli accessi, ma deve necessariamente prendere in considerazione le altre funzioni esistenti, o da potenziare, di un territorio che non vuole il turismo come vocazione economica principale.

Ancor oggi, la laguna è vista dai soggetti forti del turismo veneziano (i tour operator, le imprese di trasporti pubbliche e private, gli albergatori, gli stessi cittadini isolani) come poco più di un'appendice, comoda quando si tratta di far spendere un po' di soldi ai facoltosi visitatori presso uno delle centinaia di rivenditori di vetro artigianale a Murano, poco considerata se non come 'altro da Venezia' quando si tratta di impostare una politica degli eventi, un programma di protezione ambientale, una rete 'nodale' (e non più monocentrica) di trasporti.

La laguna di Venezia rappresenta un insieme di *valori* (sociali, culturali ed ambientali) che sono senza dubbio meritevoli di essere preservati, messi in nuova luce, dotati di prospettive in linea con la loro storia secolare e quindi *diversi* rispetto a un più recente passato e anche al presente, che ne ha largamente stravolto la fisionomia. Sono i valori con i quali la laguna di Venezia rientra in gioco e contribuisce con un apporto positivo per la pianificazione di un turismo sostenibile a Venezia, più complesso, più razionale, più organizzato e di qualità, rispetto a quello predominante del turismo di massa.

### **La laguna operaia e il mercato turistico**

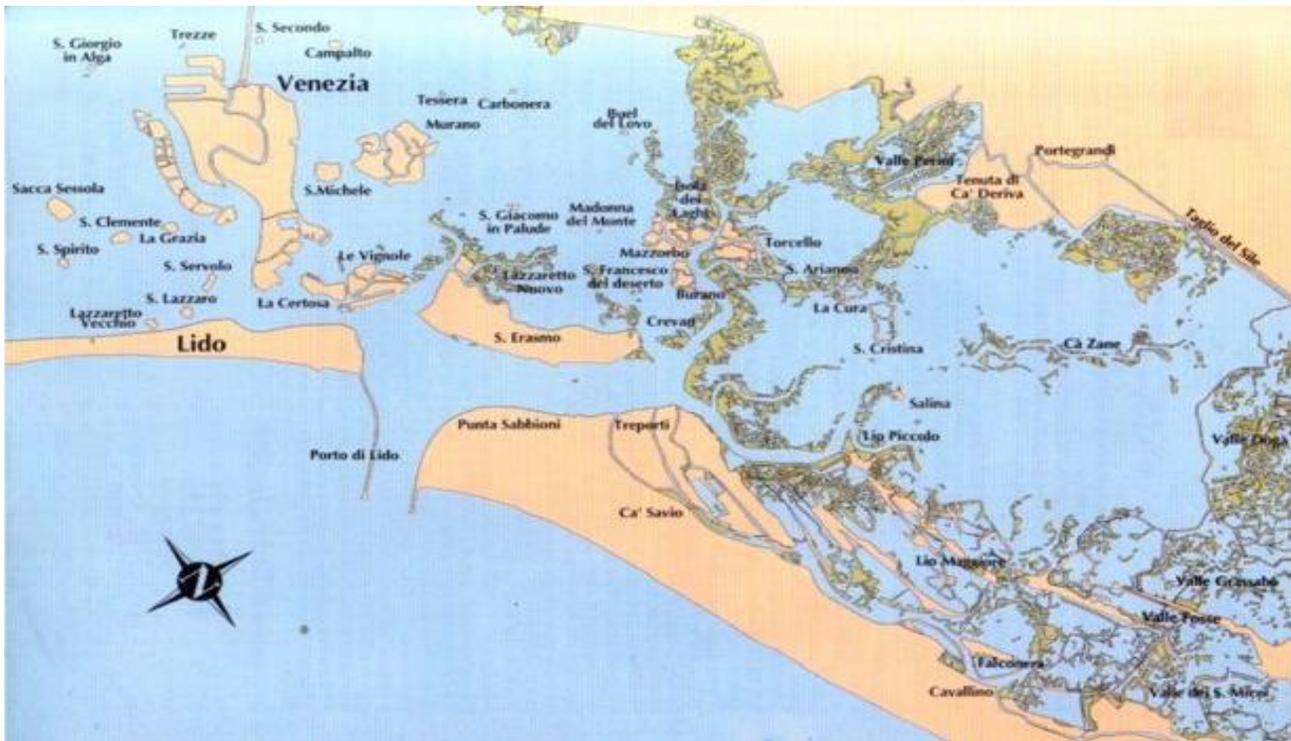
La laguna di cui si intende parlare non comprende l'intero sistema lagunare, ma rimane piuttosto circoscritta alla parte settentrionale.

L'area meridionale è infatti pregiudicata dallo sviluppo di Porto Marghera e dal traffico navale lungo il canale dei petroli, dalla mareizzazione attraverso le bocche di porto, dalla scomparsa degli ambienti di transizione e l'erosione di *velme*, *barene* e isole minori. L'area è caratterizzata da ottagoni e isole abbandonate già da diversi decenni, alcune delle quali occupate da resti di chiese, conventi e monasteri, depositi per polveri e fortini, mentre altre ospitavano nel passato attività e servizi che dovevano rimanere lontani rispetto al centro principale della città, come reparti ospedalieri di malattie infettive o di internamento di malati psichiatrici, oppure canili, depositi ecc. Negli anni Novanta, il Comune di Venezia decise che l'unico modo per salvaguardare alcune isole dal degrado,

dall'abbandono e dai furti d'arte, era la concessione per incanto a grossi gruppi alberghieri internazionali, come è avvenuto per Sacca Sessola e S. Clemente. L'unica eccezione è costituita dall'isola di S. Servolo, amministrata dalla Provincia e divenuta centro di formazione della Venice International University; recentemente, è stato allestito un museo con le installazioni dell'ospedale psichiatrico, che costituiva la funzione esclusiva dell'isola fino alla legge Basaglia.

La realtà "viva" della laguna è invece quella settentrionale, comprendente numerose isole, tra cui Murano, Burano, Mazzorbo, Torcello, Vignole, S. Erasmo, e "conterminata" dall'affaccio di Cavallino e Treporti, lungo la lingua di terraferma chiusa dalla prima bocca di porto, a Punta Sabbioni. Si tratta di un'area di insediamento e, allo stesso tempo, dall'elevata naturalità.

Fig. 1: La Laguna Nord di Venezia, Luchich 1997



Le aree lagunari hanno perseguito processi di sviluppo che le hanno di fatto relegate ai margini del turismo, ma, proprio grazie al mercato turistico, potrebbero potenziare le proprie attività sfruttando al meglio le economie di scala. A parte l'artigianato del

merletto a Burano, che è in grave declino, altre isole ospitano attività economiche di rilievo, quali l'industria del vetro a Murano, arricchita dalla ricerca sperimentale, l'orticoltura di S. Erasmo e Treporti con prodotti tipici difesi da marchi di qualità, la pesca e la mitilicoltura attorno a Burano, e la vallicoltura in molta parte dei bacini lagunari, difesi da arginature vegetate da tamerici, e dalla ricca avifauna, soprattutto durante le stagioni migratorie. La presenza di *botti* ai margini delle barene e di altre tipiche postazioni, sta a dichiarare anche la diffusione di un'altra attività tipicamente lagunare: la caccia.

Altre isole, pur non costituendo insediamenti regolarmente abitati, ospitano attività di rilievo per la città: ad esempio, la smilitarizzazione dell'isola della Certosa e del forte di S. Andrea ne ha permesso la gestione ambientale da parte di associazioni veneziane, al fine di arricchire la città di aree verdi fruibili quali parchi urbani; l'isola del Lazzaretto Nuovo è gestita da associazioni culturali impegnate soprattutto in scavi archeologici, la cui presenza ha favorito il restauro del patrimonio edilizio; oppure l'isola di S. Francesco del Deserto, che ospita un convento di frati minori francescani.

Isole dinamiche, ma pur sempre "isole": è difficile superare le resistenze da parte dei lagunari, chiedendo la loro adesione e partecipazione a progetti di promozione turistica dei loro luoghi, specie se promossi dal centro città. La tradizionale lontananza degli amministratori locali rispetto ai problemi delle isole, soprattutto emergenti in quelle più popolate Mazzorbo-Burano e S. Erasmo, ha accresciuto il sentimento di insularità e causato una relativa chiusura e diffidenza rispetto alle proposte veneziane.

Purtroppo la gestione dello sviluppo socio-economico lagunare è stata caratterizzata da occasionalità, da mancanza di politiche a difesa delle esigenze degli abitanti delle isole (ad esempio a S. Erasmo era impossibile edificare, fino ad una parziale deroga concessa dall'ultimo piano urbanistico) e dall'assenza di strategie di lungo termine. Per quanto riguarda la gestione turistica, a parte una comune retorica da parte dei diversi amministratori, gli impegni sono stati scarsi e le realizzazioni sono state mosse da finanziamenti esterni, soprattutto europei, cui non ha fatto seguito alcun impegno di continuità. Nella prossima sezione presenteremo alcuni esempi a dimostrazione di ciò.

La risposta è stata una difesa della *tipicità insulare*. Tale difesa si è articolata diversamente a seconda delle attività e ha sortito risultati opposti: di chiusura o, al

contrario, di *marketing*. Ad esempio, il trasporto tradizionale, che va salvaguardato sia per il suo carattere storico-culturale, sia per contrastare il moto ondoso provocato da una motorizzazione spinta in aree lagunari vulnerabili, è stato penalizzato da una difesa elitaria ed esclusiva, ad opera di circoli sempre più ristretti di cultori delle barche storiche, rinchiusi in una ricerca etimologica della purezza dell'imbarcazione tipica e dei percorsi più impervi, accessibili a pochi. Tale attivismo ha anzi contribuito, a nostro parere, ad un'ulteriore marginalizzazione dello stesso trasporto lagunare, in netta controtendenza con la diffusione di barche da diporto tra gli escursionisti in laguna durante i fine settimana. Al contrario, alcuni cultori del *bragozzo*, imbarcazione tipica in legno dotata di vela al terzo, hanno scelto di ampliarne l'uso per il trasporto persone a fini turistici. Soprattutto dal litorale del Cavallino, caratterizzato dalla presenza di campeggi con presenze dal Nord Europa e più sensibile al turismo naturalistico, il servizio di trasporto in bragozzo ha favorito la "socializzazione" sia di itinerari alternativi in laguna, rendendo accessibili canali di non facile navigazione, sia di questa imbarcazione tradizionale e in via di estinzione.

Un altro esempio di marketing delle tipicità territoriali, relative ad un diverso settore economico, riguarda la "difesa" delle produzioni orticole tipiche della laguna, come il carciofo violetto di S. Erasmo o di altre produzioni estive del litorale Cavallino-Treporti, che stanno chiedendo la certificazione di unicità e qualità da parte della Comunità Europea e che hanno già un mercato importante legato al consumo turistico nel litorale. Tale è una dimostrazione di capacità di progettazione *a sistema*, collegata ad attività economiche integrate, anziché mossa dalla difesa ad oltranza di un settore *contro* altri.

### **Sperimentazioni dall'esterno e debolezze istituzionali**

Nella realtà veneziana, la relazione tra piani urbanistici e turismo non è facilmente definibile, e nella disciplina delle trasformazioni del territorio veneziano, diverse varianti hanno affrontato tematiche relative al turismo. Mentre il governo del territorio per il centro storico ha avuto una gestione di continuità, quello per la laguna, le isole minori e il turismo "ecologico" è stata portata avanti più debolmente. Le difficoltà derivano dalla necessità di associare allo strumento urbanistico tradizionale quello della tutela ambientale, e dell'integrazione tra gli ambiti operativi dei diversi livelli amministrativi, in

primis il Comune e la Provincia. C'è da dire inoltre che di laguna si occupano più gli assessorati all'urbanistica e all'ambiente che quello al turismo.

Per dare impulso turistico alla laguna, è previsto il ripristino di numerosi edifici in rovina e in stato d'abbandono, da riconvertire ad attività ricettive alberghiere, extra-alberghiere e per la ristorazione, e l'infrastrutturazione di percorsi lungo nuovi itinerari turistici da promuovere. Tuttavia, l'esperienza degli ultimi decenni mostra un debole impegno rivolto allo sviluppo turistico in laguna. Un esempio riguarda un importante intervento di restauro nell'isola di S. Giacomo in Paludo per ospitare spettacoli teatrali decentrati della Biennale negli anni Settanta: conclusisi gli eventi, l'isola tornò all'abbandono e fu più facilmente accessibile ai predatori. Negli anni Novanta, un finanziamento LIFE dell'Unione Europea per la promozione di itinerari turistici, portò ad un grande fermento progettuale che coinvolse cooperative e associazioni locali, per "aprire" le aree produttive della pesca da Burano e dell'agricoltura di S. Erasmo al turismo culturale e ambientalistico, mediante l'uso di bragozzi, percorsi ciclabili e la costruzione di pontili per estendere la rete dei trasporti urbani a zone non servite; purtroppo al termine del progetto, le proposte diminuirono per mancanza di un mercato sufficiente a ripagamento dei costi e per il ritiro dell'impegno da parte degli enti pubblici (Minoia e Mannino 2004). Un altro progetto LIFE ha sostenuto proposte di percorsi naturalistici nell'ambito del Parco turistico di Cavallino-Treporti, in collaborazione con il Servizio Rete Natura 2000 della Regione Veneto, in linea con il tema della gestione dei SIC (siti di importanza comunitaria) e ZPS (zone di protezione speciale). Inoltre l'area ha goduto di finanziamenti dei Fondi Strutturali Europei per l'informatizzazione della promozione turistica, e tentativi di stabilire reti di operatori locali per la costruzione di pacchetti turistici alternativi in laguna sono stati proposti durante il processo di Agenda 21 locale per il turismo sostenibile a Venezia (Carlon, Mariotto e Minoia 1997). Tali tentativi hanno inizialmente attivato l'interesse di alcuni operatori, con risultati potenzialmente rilevanti; ma lo scarso seguito politico, dovuto a dichiarazioni esplicite di scarso interesse da parte di funzionari pubblici ("il prodotto-Venezia si vende da sé e non è governabile, né ha bisogno di promozione"), lungaggini burocratiche e soprattutto, a seguito del cambiamento post-elettorale del consiglio comunale, la riattivazione di un nuovo processo di Agenda 21, ha portato i partecipanti a disertare il tavolo della collaborazione

con le istituzioni pubbliche locali.

Dal piano d'azione comunale 2002-2006 elaborato dall'assessorato all'urbanistica, si leggono ulteriori sforzi mirati allo sviluppo turistico delle aree marginali della laguna, tra i quali si citano i seguenti: riabilitazione dell'isola della Certosa, restauro degli edifici storici austriaci e realizzazione del parco urbano; interventi a S. Erasmo con lo scavo di canali interni, miglioramento delle strade, ripristino ambientale e produttivo delle aree agricole. A S. Erasmo è stata già ripasciuta una spiaggia e restaurata la Torre Massimiliana, un forte del periodo austriaco; realizzazione di sentieri all'isola delle Vignole; restauro di una cantina storica e istituzione di un ristoro per residenti e visitatori presso la storica fattoria viti-vinicola di Mazzorbo, recentemente acquisita dal Comune e prima appartenente a privati. Tale struttura verrebbe connessa ad un nuovo ostello da istituire in edifici gotici dell'isola di Forte Mazzorbo, di fronte alla cantina storica. Il piano comprende anche alcune proposte di itinerari, tra i quali alcuni di interesse archeologico che collegano la laguna Nord ad Altino, in terraferma (Comune di Venezia 2002).

### **Diversi loghi per gli stessi luoghi**

Le numerose iniziative, purtroppo sortite occasionalmente e non perseguite con un chiaro impegno da parte delle istituzioni pubbliche, si rendono necessarie finché non sarà possibile avviare attività realmente auto-sostenibili. Esse dimostrano che il turismo in laguna è ancora di nicchia e che quindi non può costituire ancora una sicura fonte di introito per gruppi economici locali. Purtroppo le iniziative hanno aperto, anche metaforicamente, “nuovi canali” ma più per operatori già presenti sul mercato veneziano e che possono differenziare la propria offerta inserendo tra le proposte anche itinerari in laguna. Gli stessi percorsi vengono proposti con etichette diverse, ma anche a discapito della qualità, poiché un viaggio di qualità avrebbe costi non sostenibili per operatori che intendono massimizzare il reddito e quindi riempire il più possibile le proprie imbarcazioni a motore senza pensare alle conseguenze di impatto ambientale; senza, ovviamente, accompagnare gli escursionisti con presentazioni sulle caratteristiche naturali e culturali degli ambienti lagunari; né privilegiando l'uso e il consumo di prodotti locali. Si tratta di un turismo di scarso valore, proprio perché non governato; ma più

economico e quindi appetibile per il potenziale visitatore.

## Bibliografia

Camuffo, M., M. Senn e G. Zanetto (2006 in stampa). La perception de Venise et de sa lagune entre usages et usagers. *Actes de l'École d'été de géographie sociale, Montpellier, septembre 2005*.

Carlson C., A. Mariotto e P. Minoia (1997). "Local Agenda 21 in Venice: organisation of the participatory process", *EAWAG (Swiss Fed. Inst. for Env. Science and Technology) Report 1997*

Comune di Venezia (2002) Laguna nord. Progetti realizzati, programmi in fase di sviluppo (Rapporto).

De Rita, G. (1993). *Una città speciale, rapporto su Venezia*. Venezia: Marsilio e Venezia2000.

Il Gazzettino di Venezia, *Troppo turismo per il Patriarca*, 27 aprile 2006.

Luchich B. a cura di (1997) *Prima di Venezia – Guida ad un turismo consapevole della laguna nord*, Scorzè Venezia, Achab Editoria

Minoia P. e I. Mannino (2004) "Alternative Tourism for Promoting Sustainable Development: The case of Venice", in: *Reinventing a tourism destination: facing the challenge*, S. Weber, R. Tomljenovic (eds), Institute for Tourism, Zagreb, pp. 179-190.

Musu, I. (1999). "Il nuovo lavoro viene dall'antica laguna. Verso uno sviluppo sostenibile per Venezia". *Provincia di Venezia* n. 5, pp. 2-9.

Musu, I., Ramieri E. E Cogo V. (1998). Indicatori di sostenibilità. Uno strumento per l'Agenda 21 a Venezia. *Working Paper Venezia*: FEEM.

Perego F. e F. Sbeti (1998). *Vivere a Venezia : vita quotidiana e qualità della vita*. Materiali del convegno del 24 aprile. Venezia: Fondazione Venezia2000.

Senn, L. (1996). Economia e città d'arte. In *Turismo e città d'arte* (L. Pagani, cura). Bergamo: Stamperia Stefanoni.

Van Der Borg, J. e A. Costa (2004). Il turismo a Venezia. *Quaderni di Insula* n. 20, VI, settembre, pp. 5-9.

Van der Borg, J. e A.P. Russo (1997). *Lo sviluppo turistico di Venezia: analisi territoriale e scenari di sostenibilità*. Venezia: FEEM.

Zanetto, G. (1996). Città d'arte a rischio. Per un "turismo sostenibile". In *Turismo e città d'arte* (L. Pagani, cura). Bergamo: Stamperia Stefanoni.

Zanetto, G. a cura di (1982). *L'uomo e l'acqua. Venezia e la laguna: ricerche sull'ambiente urbano*. Venezia: Quaderni CIEDART n. 4.

Zanetto, G. e Calzavara, A. (1995). "Il territorio lagunare: la laguna tra residualità e modernizzazione", in *La laguna di Venezia*, a cura di G. Caniato, E. Turri, M. Zanetti, Verona, Cierre.