

ECONOMIA

L'ORO NERO DEL TURISMO

di Stefano Micelli

Gli ultimi dati sui flussi turistici in Veneto e a Venezia in particolare confermano alcune tendenze ormai strutturali dell'economia turistica regionale, riproponendo con urgenza la necessità di politiche in grado di dare forma a processi ormai visibilmente consolidati. Prima di tutto vale la pena riprendere rapidamente i numeri. I dati parlano, per la sola Venezia, di una crescita costante delle presenze in questi ultimi anni e di un superamento netto della soglia dei 20 milioni nel 2008. Nel 2004 il Comune contava su circa 15 milioni di presenze all'anno, di cui 4 milioni riconducibili a turisti soggiornanti. Nel 2006 il dato complessivo è salito a poco meno di 19 milioni di presenze (+24%), con un incremento significativo di coloro che soggiornano nella città storica (+45%). La tendenza non accenna a diminuire e nel 2008 le stime aggiornate parlano di 21 milioni di presenze. Dobbiamo immaginare un rallentamento dell'aumento della ricettività nei prossimi anni? A guardare i numeri no. Con gli occhi di un economista di impresa, questi numeri parlano di un successo impressionante.

SEQUE A PAGINA 15

L'ORO NERO DEL TURISMO

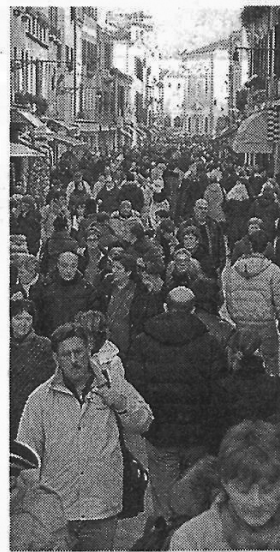
SEQUE DALLA PRIMA

In anni di forte ridimensionamento dell'economia in diversi comparti industriali, il turismo veneziano ha dimostrato un exploit spettacolare e non soltanto dal punto di vista quantitativo.

Insomma, anche dal punto di vista qualitativo, l'offerta veneziana e veneta ha dimostrato una capacità di upgrade importante, legata anche alla presenza di investitori stranieri. Eppure, nonostante i numeri particolarmente brillanti, la percezione del turismo a Venezia in special modo rimane tutt'altro che positiva: l'industria turistica stenta a legittimarsi nel capoluogo, rinnovando quel meccanismo di concorrenza con altre attività artigiane e terziarie di cui potrebbe essere facilmente il traino. Per sbloccare una situazione apparentemente paradossale è necessario ragionare su due ordini di interventi.

Il primo riguarda la capacità di regolare e di organizzare i flussi turistici, in particolare degli escursionisti, con infrastrutture, posizionate fuori dai confini della città storica, che potrebbero essere vere e proprie porte di ingresso capaci di informare il turista in arrivo sui percorsi cittadini e, soprattutto, sulle alternative di visita a livello provinciale e regionale. In questo modo, chi passa qualche giorno a Venezia potrebbe scoprire la bellezza delle ville venete o le colline del prosecco o la Cappella degli Scrovegni a Padova.

Esiste, poi, un secondo ordine di considerazioni che rinvia al ruolo dell'industria turistica come volano per altri comparti dell'economia. A oggi il settore turistico è ancora percepito come un'entità a se stante, una filiera senza particolari collegamenti con altri settori economici in città e in regione. Questa separazione è sempre più anacronistica. Una parte del terziario del Veneto ha bisogno di collegamenti con il turismo per crescere e svilupparsi (è questa anche l'in-



dicazione del programma Industria 2015 e di tanti progetti formulati dal distretto della multimedialità attivo in Regione).

Ma ne hanno bisogno anche le imprese venete dell'abbigliamento e del design, la cui immagine dipende, almeno in parte, dalla qualità degli spazi urbani e dei servizi offerti della città capoluogo.

Una corretta gestione dei flussi (qualità delle infrastrutture e dei servizi) e dell'immagine della città produce benefici anche per loro. In assenza di un ragionamento di carattere politico sulle potenzialità del turismo come fattore di sviluppo dell'economia del suo complesso, rischiamo di vivere questa straordinaria risorsa come una maledizione. Si è a lungo paragonato il turismo come l'oro nero dell'economia italiana: è un paragone centrato. Senza un progetto, il turismo (come il petrolio) privilegia la rendita di posizione sull'innovazione. E ancora, aumenta inesorabilmente la separazione fra il Veneto e la sua città capoluogo. Sono tutte buone ragioni per una rapida inversione di tendenza.

Stefano Micelli