

## GIS Analysis del Turismo Sostenibile in Veneto

Alessandro Seravalli

Università degli Studi di Bologna, Scuola di Lettere e Beni Culturali, S. Giovanni in Monte, Bologna

### Abstract

Turismo sostenibile implica affrontare sotto diversi punti di vista tematiche plurime: ambiente, salute, cultura, arte, economia, mobilità, ecc.. Praticare Turismo implica muoversi e riscoprire l'identità del "viaggiatore". I modelli di crescita che hanno caratterizzato il dopoguerra sono ampiamente in crisi. Il territorio del Veneto, contestualmente alla crescita del turismo, ha subito una trasformazione vorace caratterizzata da consumo di suolo e cementificazione che ha in maniera irreversibile mutato e pregiudicato il paesaggio della pianura veneta. I GIS costituiscono strumenti utili a comprendere le dinamiche e le relazioni fra una pluralità informativa e una complessità territoriale. Come strumenti multicriteriali rompono le logiche disciplinari e permettono di mettere in relazione dati eterogenei portando a sistema il fenomeno turistico di un territorio. Lo studio si inserisce nell'ambito di ricerche mirate a comprendere le potenzialità e le vocazioni endogene del territorio attraverso il recupero, l'elaborazione e l'analisi di dati quantitativi di pubblico dominio.

### Introduzione

Nel settore turistico la relazione tra attività antropiche ed ambiente in senso ampio, assume caratteri complessi e peculiari. Clima, Natura, Tradizioni, Cultura, Arte, Storia, costituiscono valori turistici importanti. Lo sviluppo turistico del dopoguerra, che ha caratterizzato ad esempio molte località turistiche adriatiche e non solo, ha di fatto portato il turismo ad essere eccessivo, incontrollato, ovvero una minaccia del territorio. Anche grandi e famose città, riconosciute a livello internazionale bellezze uniche e patrimonio dell'intera umanità, sono prese d'assalto da un turismo di massa che può generare risposte negative (consumo di risorse, produzione di rifiuti, antropizzazione di aree naturali, ecc.) riducendole a vetrine con un indotto iperconcentrato e fugace.

La soddisfazione del turista e la tutela del patrimonio sono pertanto inscindibili. *"Turismo sostenibile"* è una modalità di vivere e usufruire del territorio in maniera completa, in tutte le sue risorse.

I Sistemi Informativi Geografici costituiscono strumenti di approccio multidisciplinare e pertanto risultano particolarmente indicati per comprendere in maniera sistemica un territorio. L'Organizzazione Mondiale del Turismo ha definito criteri di base rispetto ai quali selezionare gli indici da utilizzare. Nel 1988 infatti lo OMT richiama: *le attività turistiche sono sostenibili quando si sviluppano in modo tale da mantenersi vitali in un'area turistica per un tempo illimitato, non alterano l'ambiente (naturale, sociale, ed artistico) e non ostacolano o inibiscono lo sviluppo di altre attività sociali ed economiche.*

Nel 1996 il World Tourism and Travel Council definiva: *Lo sviluppo turistico sostenibile soddisfa le esigenze attuali dei turisti e delle regioni di accoglienza, tutelando nel contempo e migliorando le prospettive per il futuro. Esso deve integrare la gestione di tutte le risorse in modo tale che le esigenze economiche, sociali ed estetiche possano essere soddisfatte, mantenendo allo stesso tempo l'integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica e i sistemi viventi.*

Questo lavoro, portato avanti nell'ambito di una serie di studi sostenuti dal Gruppo Consigliere della Regione Veneto Bortolussi Presidente, costituisce un tentativo di approccio e analisi in cui siano presi in esame dati eterogenei che spaziano dalla consistenza degli arrivi alla ricettività, alla

densità ricettiva, agli indici di utilizzazione e alle polarità in maniera da definire un carico fisico (definito ad esempio dai rifiuti solidi), un carico economico (dinamica flussi, spesa e qualità della visita), un carico sociale (analisi dello stress sociale, densità visitatori su residenti per kmq (stress dei luoghi), mobilità turistica su mobilità totale.

### **Dal viaggiatore al turista di massa fino al turismo sostenibile**

L'etimologia del termine *viaggio* ci riporta al termine latino *via*: via, cammino, da cui deriva *viaticum*, provviste per il viaggio, e *viaticus*, aggettivo usato in riferimento al viaggio. Il termine si trasformò nel francese *veiage* e nell'italiano *viaggio*. Nel termine è implicita l'idea di un cammino lungo una via, di uno spostamento lungo una direttrice. Interessante è l'etimologia dell'inglese *travel*, che deriva da *travail*, di origine francese, in cui compare l'accezione di prova e sofferenza a cui è sottoposto il viaggiatore. L'uomo *viator* è l'uomo che cammina, che viaggia.

Il viaggio era inteso come un lasciare qualcosa, anche le proprie sicurezze, la quotidianità. La finalità era scoprire, andare verso altro per incontrare culture, identità diverse. Così è stata la concezione del viaggio nella storia fino al XV-XVI secolo. Le prime forme di turismo moderno si possono far risalire ai secoli XVII e XVIII con la pratica del *Grand Tour* propria degli aristocratici inglesi. Il *Grand Tour* non è considerato un modo di occupare il proprio tempo libero, ma è un modo per imparare e conoscere le culture altrui e per ammirare la cultura e l'arte. E' quindi uno strumento di crescita umana e intellettuale.

Curioso che, in sintonia con le caratteristiche della Regione del Veneto, la prima forma di turismo moderno la possiamo far risalire al turismo nelle stazioni termali che nasce alla fine del Seicento a Bath in Gran Bretagna, per svilupparsi con maggior vigore nei due secoli successivi. E' un nuovo modo di fruizione turistica che segna il passaggio dell'occupazione del tempo libero in strutture ricettive costruite per ospitare ed intrattenere gli ospiti. Il soggiorno termale rappresenta una garanzia di estraniamento dal mondo reale, di divertimento, di svago, dove le motivazioni iniziali legate alla salute e al riposo diventano secondarie. Il soggiorno termale dopo aver conosciuto un periodo di fioritura nell'antichità nel periodo dei romani, viene così riscoperto in Inghilterra dall'aristocrazia e poi, per emulazione, dalla borghesia inglese. Questa crescita porterà al decadimento delle località termali inglesi a favore dei principali centri marittimi a partire dall'800, favorendo la cosiddetta "villeggiatura marina" per scopi terapeutici. Dalla metà del XIX secolo prenderanno grande sviluppo in Francia città quali Nizza, Cannes, Montecarlo e più in generale le coste del bacino Mediterraneo. I pittori romantici quali ad esempio Caspar David Friedrich o Turner, per citare i più famosi, immoleranno paesaggi, scalate e sfide tra l'uomo e la natura. Il turista incomincia a dominare la natura, a stare davanti ad essa.

Nel XX secolo il turismo balneare diviene "svago" perdendo così la sua funzione originaria di tipo terapeutico. Con lo sviluppo del ceto borghese, aumentano le persone che possono andare in vacanza, persone che grazie al proprio lavoro crescono nella capacità di spesa e consumo. Grazie all'importanza che viene riconosciuta al tempo libero e al riconoscimento delle ferie retribuite, la vacanza inizia a diventare un diritto di tutti. Il boom economico degli anni '60 trasformò radicalmente il nostro Paese. Dal 1956 al 1965 raddoppiarono le presenze negli alberghi e quelle nei campeggi aumentarono di quattro volte. Le vacanze diventarono uno dei simboli del boom. Era l'Italia immortalata nel cinema da Dino Risi nel 1962 con il film *Il Sorpasso*. Nel 1964 fu inaugurata l'Autostrada del Sole che univa Milano a Salerno e a fine anni '60 fu completata l'Autostrada del Brennero che aprì le porte ai turisti del Nord Europa. La formula era semplice: più lavoro, più reddito, maggiori consumi. Gradualmente nasce il *turismo per tutti*, il *turismo di massa*. A seguito della crescita del turismo di massa, incominciano a porsi forme di turismo più responsabile o più consapevole. Nascono forum, associazioni e altre forme di informazione e conoscenza. Cresce il desiderio di un turismo di qualità. L'avvento delle tecnologie ICT permettono sempre più di informarsi, personalizzare il pacchetto, e così via.

Quando si parla di "*Sostenibilità*" o "*Ecologia*" (per usare a titolo esemplificativo alcuni termini) si intendono azioni volte perseguire una relazione armonica tra uomo e natura. Analizzando le forme

della relazione tra l'uomo e la terra, occorre evidenziare che, come ricorda Carlos Martin Aris, “*natura*” e “*cultura*” non si escludono a vicenda né sono in opposizione ma, piuttosto, disegnano le due facce di una stessa realtà; due facce che solo in epoche recenti si sono manifestate nella coscienza umana come categorie distinte. L'etimologia ci può aiutare ad argomentare questa affermazione. La parola “*cultura*” possiede la stessa radice di *coltivazione* e *cura*: deriva dal latino *colere* che significa “l'azione del prendersi cura di qualcosa, di coltivarlo”. In questo senso la cultura altro non è che il modo specifico in cui l'essere umano cerca un rapporto con la natura, attraverso l'uso di artifici che mutano nel corso della storia. Con questa nota, parlando di sostenibilità, mettiamo in relazione il turismo sostenibile con l'agricoltura e con la sostenibilità territoriale in generale. Il turismo sostenibile costituisce pertanto una modalità di ri-connettere l'uomo con la natura. La consapevolezza che il turismo può causare degrado del patrimonio stesso e inquinamento è alquanto recente. Fino agli anni '60 infatti il turismo era considerato una *smokeless industry* che generava ricchezza pulita. Oggi, soprattutto le grandi città di attrazione, sono sempre più sottoposte ad uno stress che rischia, se non controllato, di creare situazioni di congestione che eccedono la capacità di carico ecologico, sociale e culturale.

### **La realtà del veneto**

Il turismo veneto è composto in maniera prevalente da un flusso straniero che nel 2010 ha costituito il 60,4 % delle presenze complessive. I paesi di provenienza sono prevalentemente i paesi del centro Europa (Germania, Austria, Paesi Bassi, Francia) ma emerge una sempre maggiore presenza, con trend fortemente in aumento a due cifre, dei paesi quali la Russia e la Cina. Questo turismo è però quasi esclusivamente orientato alle città d'arte italiane, con particolare attenzione a Venezia.

Oltre alle città d'arte, i turisti, prevalentemente italiani, preferiscono le località sul Lago, seguito dal Mare, dalle Terme e per ultimo dalla Montagna. Oltre a questi luoghi devono essere citate le risorse rappresentate dagli agriturismi, dagli eco-musei e dalle aziende biologiche e fattorie didattiche; tuttavia questa tipologia di turismo risulta ancora sconosciuta, guardando infatti i numeri e le elaborazioni emerge che il turismo è concentrato nel litorale adriatico (Venezia-Cavallino-Iesolo), nelle località lungo il Lago di Garda (Bardolino-Affi), nelle località termali del padovano (Montegrotto, Abano) e nelle località di Montagna (Cortina, Alleghe, Falcade), ovvero nelle aree maggiormente estreme della Regione.

La Regione Veneto presenta delle grandi potenzialità per quanto riguarda il settore turistico: il panorama strutturato dell'offerta la pone infatti al primo posto a livello nazionale nel 2010 per quanto riguarda sia gli arrivi (14,8%) che la presenza di turisti (16,2%)<sup>1</sup>. Il settore sembra inoltre essere in continua crescita, come dimostrano i dati che indicano un aumento numerico delle presenze nel 2011 di oltre un milione rispetto ai 15,8 milioni totali dell'anno precedente.

La Regione del Veneto è un territorio che sotto l'aspetto naturale contiene catene montuose con località di primo piano (polarità turistiche), ricche di tradizioni e storia; a queste si collegano le particolari aree dei colli, le caratteristiche valli, i reticoli idrografici, i laghi, la famosa laguna e il mare. La straordinaria ricchezza di acqua ha portato ad avere paesaggi floridi, una infrastruttura storica di comunicazione che ha favorito scambi commerciali e culturali interni ma anche e soprattutto esterni. Grandi artisti e la pittura veneta in generale, ci hanno descritto il paesaggio al loro tempo (ricordiamo Cima da Conegliano) e altri sono nativi e/o hanno trovato committenti e mecenati per esprimere il loro talento (Giorgione, Tiziano, Mantegna, Tiepolo, Bellini, Veneziano, Tintoretto, il Pordenone, Palladio, Canal, Guardi, , fino ai più recenti Bresolin, Scarpa, ecc.).

Il Veneto ha sempre attratto anche artisti da fuori (Giotto, Antonello da Messina, Spranger, i maestri tedeschi e delle fiandre, fino agli anni recenti). A queste testimonianze e presenze artistiche, occorre tenere presente il sistema termale, i litorali, le isole, le aree protette, i parchi, le produzioni artigianali (vetro, legno, occhiali, ecc.). Senza parlare volutamente di Venezia che costituisce una perla unica al mondo che da sola attrae ogni giorno una infinità di turisti da tutto il globo.

---

<sup>1</sup> Regione Veneto, Direzione Sistema Statistico Regionale, Pubblicazioni e Documenti.

Dal periodo del *Grand Tour*<sup>2</sup>, ovvero dalla seconda metà del cinquecento in particolare, il Veneto, con la sua arte, la sua architettura, la sua musicalità è divenuto protagonista e simbolo di un made in Italy ancora oggi unico. I viaggiatori diretti verso Roma passavano nelle terre venete e pur non essendo questo l'ambito specifico, è emblematico ricordare l'influsso che l'architettura palladiana ha avuto nel mondo anglosassone proprio a seguito dei viaggi che artisti e letterati stranieri facevano in Italia per formarsi. Nel caso specifico si ricorda Inigo Jones, architetto e scenografo britannico che a metà del XVII secolo importò lo stile rinascimentale in Inghilterra e da qui, successivamente con i coloni, si ebbe il cosiddetto "*neopalladianesimo*" di Thomas Jefferson nei neonati Stati Uniti d'America. La stessa formazione del concetto di "*paesaggio*" ha un forte *incipit* italiano dalla parola "*paese*" e il suo utilizzo è documentato per la prima volta in uno scritto attribuito ad un artista veneto come il Tiziano<sup>3</sup>.

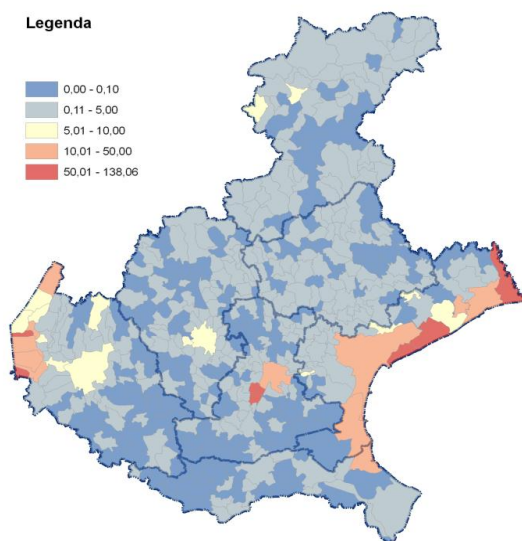


Figura 1. Elaborazione del Use Intensity ovvero del rapporto tra le presenze totali e la superficie.

Nella Fig. 1, viene preso in considerazione un indicatore che evidenzia i Comuni in cui il numero di presenze sia decisamente alto in considerazione della superficie stessa del Comune, ovvero il cosiddetto *Use Intensity* del territorio. Dall'elaborazione emergono in particolare riconducibile a questo fenomeno i Comuni prossimi a Venezia quali Jesolo e Cavallino, le località termali prossime a Padova come ad esempio Montegrotto, ovvero i Comuni prospicienti il Lago del Garda e alcune località note del bellunese come Falcade e Alleghe. Risulta invece sostanzialmente in equilibrio il restante territorio. Emergono inoltre, dall'analisi degli stessi valori, delle differenze consistenti anche con rapporti di 1:10 fra queste realtà e quelle indicate.

Infatti vediamo come questo indicatore medio non rappresenti adeguatamente il tasso di turisticità essendo questo molto asimmetrico da zona a zona. Abbiamo infatti generalmente valori sotto le 10 unità a fronte di aree con valori compresi fra i 50 e i 138. Questo riporta alle considerazioni iniziali per le quali abbiamo una concentrazione turistica ben marcata in poche località e un potenziale di

<sup>2</sup> Con questo termine si fa riferimento ai frequenti viaggi, generalmente di durata di almeno un anno, che aristocratici, intellettuali e artisti provenienti dai diversi paesi dell'Europa compivano per venire in Italia. La dizione *Grand Tour* è attribuita per la prima volta in una trascrizione francese di Richard Lassels *Voyage or a Compleat Journey Trough Italy* del 1670. Dal mondo anglosassone, in particolare, i viaggi sono sempre più sistematici da parte della classe dirigente. A questi seguiranno poi viaggiatori francesi, fiamminghi, olandesi, tedeschi, svedesi e russi.

<sup>3</sup> Si fa riferimento alla lettera del 1552 che Tiziano scrive all'imperatore Filippo II, documentata nel 2012 in occasione della mostra di Palazzo Reale a Milano *Tiziano e la nascita del paesaggio moderno*

ricettività e di diffusione turistica determinata dalle ricchezze nella parte centrale della Regione poco valorizzate dal turista generico. Tuttavia occorre segnalare che alcune Province hanno visto incrementi anche del 20% delle presenze turistiche negli ultimi anni. Questi valori, seppure importanti, fanno fatica ad essere comparati con i valori delle presenze nelle tre principali polarità sopra richiamate.

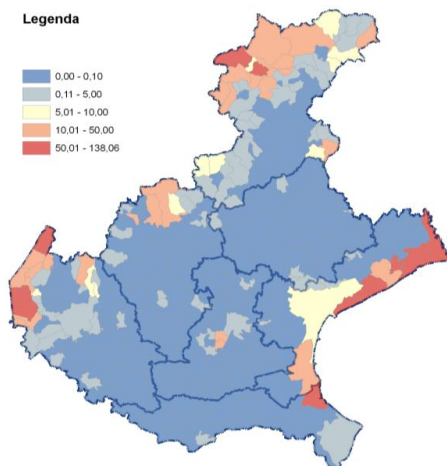


Figura 2. Elaborazione del Tasso di Turisticità 2009 dei Comuni del Veneto.

Queste analisi portano a considerare il cosiddetto *Tasso di Turisticità*, ovvero il livello di “affollamento” turistico in un determinato periodo (Fig. 2). Questo indicatore è molto utile per misurare il peso del turismo rispetto alle dimensioni demografiche del territorio e quindi utile per capire le capacità di sostenere il “carico turistico”. Tenendo in considerazione che il tasso di turisticità medio del Veneto è intorno ai 34-35 presenze al giorno ogni 1000 abitanti.

L’indice presenta valori molto alti in località quali i comuni della riviera veneta, le zone che sia affacciano sul Lago di Garda, le località dell’alta montagna bellunese ed alcune zone nell’alto vicentino e nel padovano centrale; si nota anche in questa rappresentazione come ci siano degli squilibri fortissimi tra le zone centrali della regione, che assumono valori molto bassi andando verso la scala del blu e viola, e le colorazioni calde dei maggiori centri turistici regionali. Colpisce anche il fatto che siano presenti in numero bassissimo realtà territoriali in cui siano presenti valori medi; si configura quindi una situazione in cui o un comune ha un grosso sviluppo sul piano turistico, oppure il tasso di turisticità risulta nullo. Le strutture ricettive seguono l’andamento dei flussi storici turistici anche se si evidenzia una presenza maggiore in proporzione delle strutture turistiche in montagna rispetto ad esempio nella zona del Lago. Ancora una volta ci sono dei forti poli nelle zone sopra citate mentre la parte centrale della regione presenta valori bassi o medi in rari casi; si ripropone la dinamica per cui non ci sono mezze vie in relazione alla vocazione turistica di un comune. Le dinamiche più recenti hanno però visto (Fig. 3) fenomeni di crescita e decrescita delle strutture ricettive. Si evidenzia infatti come siano andate a calare le strutture in Provincia di Vicenza e di Belluno a fronte di una crescita delle strutture sul litorale Adriatico. I colori sulla scala del rosso, che evidenziano le zone con maggiore accrescimento delle strutture turistiche, sono localizzate oltre che sulla riviera anche nel settore del lago di Garda mentre un solo comune nella provincia di Belluno presenta valori positivi in questo senso, situazione simile alla provincia di Padova. Si registrano delle diminuzioni nel numero delle strutture nelle zone del bellunese e dell’alto vicentino, oltre che in alcuni comuni sull’adriatico, in uno dei quali tra l’altro si registra il

valore minimo. Nei territori di colore neutro la crescita o diminuzione delle strutture è compresa invece tra -116 e +100.

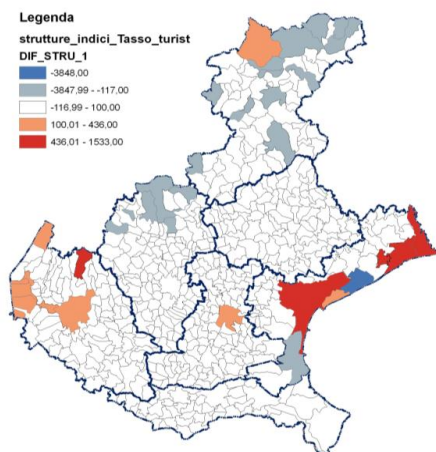


Figura 3. Elaborazione della crescita/decrecita delle strutture ricettive turistiche tra il 2010 e il 2003.

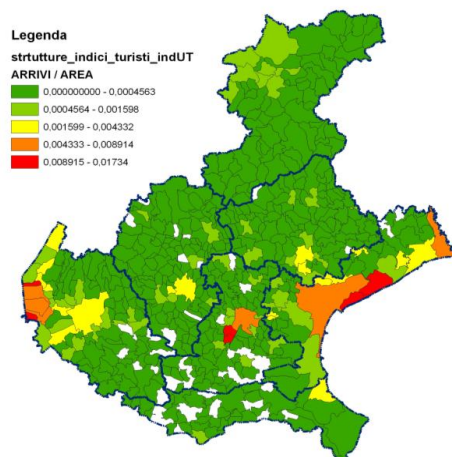


Figura 4. Stress per Comune calcolato sul numero arrivi rapportato all'area (dati 2010).

L'indice di utilizzazione definisce intervalli generalmente compresi fra i valori di 200 e 500 classificando pertanto tali Comuni in un *range* positivo di utilizzazione delle dotazioni ricettive nell'anno 2010. I valori risultano maggiori nelle zone in cui sono già state riscontrate le maggiori polarità, è interessante notare come siano molti i comuni della regione che possiedono un indice di utilizzazione compreso tra 0 e 1, questo testimonia ancora come lo sviluppo del settore turistico nella seconda parte del secolo passato non abbia seguito piani con una visione completa ed integrata del panorama turistico regionale ma ogni zona si sia autonomamente sviluppata in relazione alle proprie caratteristiche. Inevitabilmente il carico turistico e lo stress per Comune basato sul numero degli arrivi (Fig. 4), localizzano nella città di Padova e nelle località termali, nel litorale di Venezia (Iesolo, Cavallino) e nei Comuni prospicienti il Lago di Garda, le località con uno stress maggiore. Nonostante la presenza considerevole, le località di montagna detengono valori di resistenza maggiore venendo classificate con valori minimi se non nulli.

D'altra parte lo stress turistico costituisce un indicatore che aiuta anche a comprendere eventuali fenomeni di stagionalità. In tal senso la Montagna ha una "resistenza" maggiore essendo fruita sia in estate che in inverno. Altre zone con valori medi di stress sono le maggiori città d'arte, vi sono comuni in cui l'indicatore non è calcolato e nemmeno preso in considerazione.

Volendo fare un'analisi sull'accessibilità del territorio, sono state elaborate isocrone relative ai principali ingressi alle città d'arte partendo dai caselli autostradali e con intervalli di elaborazione di 5, 10 e 15 minuti. Questa attività è stata poi anche focalizzata alle principali città d'arte.

L'analisi è stata condotta elaborando i punti di gravitazione sulla base del tempo medio di percorrenza in auto tenendo in considerazione l'infrastruttura stradale esistente.

Per ogni tratto stradale, in base alla sua classificazione, è stato attribuita una velocità media. In prossimità o all'interno di aree fortemente urbanizzate le velocità medie sono state "corrette" attraverso fattori riduttivi che tenessero conto del traffico e delle congestioni urbane.

Dall'elaborazione si può vedere come, a parte Verona posta su un crocevia di autostrade quali l'A4 (Milano-Venezia) e l'A 13 (Autostrada del Brennero), le altre (Venezia, Padova, Venezia e Treviso)



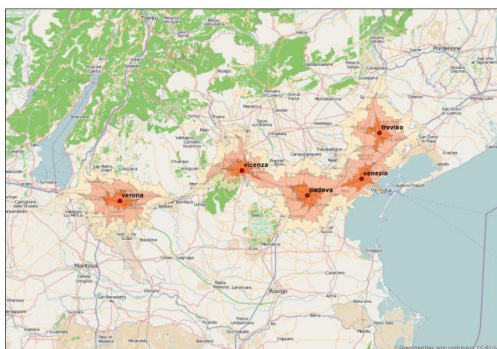


Figura 5. Accessibilità e mobilità tra le principali città d'arte.

risultano estremamente servite e prossime fra loro costituendo un continuo (Vicenza, Padova, Venezia, Treviso). In particolare risulta ampia l'isocrona intermedia dei 10 minuti di intervallo mentre è minore, in proporzione l'isocrona 3 dei 15 minuti. Questo presuppone che, allontanandosi dalle aree urbane principali, a parte la rete autostradale, il reticolo secondario (strade ad alta percorribilità di tipo provinciale ad esempio) è minore per cui si passa tendenzialmente dall'autostrada alle strade di tipo comunale o similari, limitando così ampie isocrone. Basti guardare ad esempio come dall'uscita di Verona al lago, l'isocrona 3 non risulti sufficiente nonostante, in questo caso, siano state considerate per le strade extraurbane, velocità dei tratti di strada anche abbondanti.

Il modello della Regione del Veneto non si discosta di molto dal modello italiano di turismo che, soprattutto per quanto riguarda il turismo balneare risulta in crisi proprio nel modello che ha caratterizzato una crescita a partire dagli anni '70. Questo modello stenta a competere con la concorrenza italiana, almeno per quanto riguarda il turismo di tipo locale.

Dalle analisi condotte emerge un turismo prevalentemente di tipo stanziale, tradizionale, legato a quelle 3-4 polarità (laguna-costa, montagna, lago e sistema termale) storiche e caratterizzanti il turismo da oltre cinquant'anni. Non emerge, almeno in proporzione, una significativa forma di turismo diffuso teso a scoprire e valorizzare il patrimonio diffuso sul territorio, includendo mezzi come la bicicletta o percorsi a piedi. Esistono collegamenti, in particolare lungo i reticoli idrografici, quali ippovie o di cicloturismo, tuttavia non così capillare come il territorio meriterebbe. Il Veneto, come l'Italia in generale, con un patrimonio così vario ed esteso, costituisce una sorta di museo diffuso per eccellenza come a suo tempo documentava Goethe nel suo *Viaggio in Italia*.

Diffuso vuol dire non per pochi: una opportunità che rende tutti, nello stesso tempo, turisti e ospitanti. In quest'ottica il territorio diventa un tessuto complesso di tradizioni, esperienze, cultura, occasione di conoscenza e di incontro. Incredibilmente questo non riduce il turismo culturale verso puntuali grandi monumenti, perché il territorio stesso ne è estremamente ricco. A questa forma di turismo diffuso, legata al modello di rete e alle potenzialità che la rete stessa offre, occorre evidenziare la necessità di rendere più sostenibile il turismo di massa su alcune località specifiche. E' il caso del litorale e di Venezia in particolare e, in maniera minore ma comunque da rilevare, dei Comuni prospicienti al Lago di Garda. Queste stesse mete, se continuamente ed esclusivamente frequentate sono sottoposte a *stress* particolari che concorrono al loro degrado e quindi al rischio di venir meno di quelle condizioni naturali e fisiche di ospitalità e bellezza che ne costituiscono il motivo intrinseco della loro polarità e frequentazione.

Ecco allora che i principi della sostenibilità risultano improcrastinabili al fine del permanere anche di queste località turistiche principali. La loro salvaguardia costituisce un imprescindibile obiettivo volto al mantenimento stesso di luoghi irriproducibili.

Nonostante la crisi, il Veneto è la prima Regione per affluenza turistica con 62.251.657 presenze nel 2012, quasi il 65% di queste è dovuta ad ospiti stranieri con un calo degli ospiti italiani.<sup>4</sup>

Questo è dovuto alle polarità, varietà e tradizione del sistema organizzativo turistico presente. Cosa succederebbe se Venezia o, ad un livello diverso il Lago di Garda subissero deterioramenti irreversibili?

Una delle sfide maggiori è quello della valorizzazione del sistema turistico dove entroterra e spiaggia possano equilibrarsi e sostenersi vicendevolmente. Questo diventa possibile se il sistema turistico è un sistema strettamente interconnesso sia a livello di mobilità fisica che digitale.

La globalizzazione ha avuto inoltre un ruolo importante nel rafforzare la scala regionale rispetto a quella nazionale, favorendo l'emergere e la disseminazione delle caratteristiche locali come insieme degli elementi costituiva dell'identità territoriale. "Glocal" ne è divenuta la dicitura di riferimento in cui il locale costituisce il riferimento geoeconomico della competitività e dello sviluppo.

Recuperare la coscienza dell'identità locali non costituisce un ripiegare o un non stare al passo con i tempi ma bensì un recuperare la posizione antropologica del viaggiatore, di colui che andando incontra e si mescola in una tradizione, in un luogo specifico che non è omologabile. La fortuna del nostro territorio è la forte presenza visibile testimoniale del nostro passato che ci aiuta a non cadere nella famosa frase di Calvino *un passato che non credeva più di avere*. Sfatando alcuni assiomi della modernità, non esistono territori identici e pertanto ogni territorio ha le proprie potenzialità. In un mercato, anche turistico, sempre più competitivo, recuperare la propria identità vuol poi dire puntare su sé stessi e le proprie peculiarità.

Il cambiamento diviene allora possibile sia nell'ambito dell'offerta sia, auspicabile, nell'ambito del viaggiatore.

### Riferimenti bibliografici

Odum E. (1989), *"Ecologia"*, Zanichelli 1989

Carlos Marti Aris (2011), *"La centina e l'arco"*, Marinotti Edizioni, pg 53

Regione Veneto, Direzione Sistema Statistico Regionale, Pubblicazioni e Documenti

Cartei G.F. (2007), *Convenzione Europea del Paesaggio e Governo del Territorio*, Il Mulino

Dallari F., *Sviluppo e ricomposizione territoriale: sistemi locali e turismo*

Baumgartner C. *Dall'ecoturismo al turismo sostenibile per le alpi*, Alpmedia.net

Butler R. (2006), *The Tourism Area Life Cycle, application and modification*, vol. 1.

La sperimentazione paesaggistica, INIZIATIVE-STUDI-PIANI, "maggio 2004-ottobre 2010, Ferri

V, Guarnaroli E., (2012) *Politiche per il turismo e sostenibilità: il caso di Venezia*.

Unioncamere a cura di Istituto Nazionale Ricerche Turistiche (2009), *Il Turismo Lacuale*

Gambi L, *I valori storici dei quadri ambientali*.

Il Veneto si racconta- Cap.6 *"Qualità dell'offerta dell'impresa turistica"*

Tempesta T. (2007), *Crescita urbana nel veneto e degrado del territorio*, Agripolis

Viallamira (a cura di) (2001), *Psicologia del viaggio e del turismo*, UTET libreria

Montani A.R. (a cura di) (2005), *Messer Milione ....Internet*, Liquori Editore

De Fleur, Ball-Rokeach (1995), *Teorie della comunicazione di massa*, Il Mulino

Seravalli A (2011), *Gis Teorie e Applicazioni*, La Mandragora Editore

Presentazioni, paper e articoli vari tratti dai siti di:

Banca d'Italia, Ciset (Ca' Foscari Venezia), ARPAV, Regione del Veneto

---

<sup>4</sup> Fonte Ansa 14 febbraio 2013