

LA PROGETTUALITÀ TURISTICA NELLE AREE PERIURBANE IN VENETO

*Il settore turistico in Veneto: organizzazione e performance
Analisi e valutazione dei progetti sovra-comunali
in ambito extraurbano – La valorizzazione turistica
e le prospettive di sviluppo delle aree periurbane*

di

PAOLA SAVI, STEFANO ZAMBERLAN

Premessa*

Il turismo per un Paese come l'Italia è una risorsa economica che, si spera, in futuro si strutturi sempre più attraverso un'offerta integrata e un'organizzazione a rete capace di valorizzare e allo stesso tempo tutelare le risorse naturalistiche, paesaggistiche, architettoniche e artistiche diffuse su tutto il territorio nazionale. Il Veneto si pone come una delle Regioni più attente a questo settore che è tra i più importanti per l'economia veneta.

Nel presente lavoro, dopo una breve analisi della struttura dell'offerta e delle performance del turismo in Veneto, si esaminerà la progettualità turistica negli ambiti periurbani, che vanno assumendo un ruolo sempre più rilevante, sia nella differenziazione delle attività economiche, sia come strumento di presidio del territorio e riqualificazione ambientale.

L'indagine sulla progettualità turistica ha preso come riferimento temporale il periodo 2000-2006 che coincide con la fase di programmazione comunitaria di Agenda 2000.

Il settore turistico in Veneto

Il turismo in Veneto è andato configurandosi come uno tra i più importanti settori per l'economia regionale, sia per la ricchezza direttamente prodotta sia per l'indotto. Secondo i dati Istat nel 2004 le attività economiche raggruppate nella sezione "alberghi e ristoranti", che possono essere usate come indicatore di stima per le attività turistiche, in Veneto erano 26.367, occupando il 2° posto con il 9,1% delle unità locali italiane in questo settore, dopo la Lombardia che spicca tra tutte le regioni con il 15%. Rispetto alla densità di distribuzione sul territorio nazionale, il Veneto appare al 5° posto con 1,4 unità per chilometro quadrato, superando la media italiana che si attesta a una unità.

La specializzazione veneta nel settore turistico è in linea con la media nazionale: 6,1 unità locali nel settore dell'ospitalità alberghiera e della ristorazione ogni 100 unità, contro il 6,2 italiano. A livello provinciale, Venezia e Verona detengono il 25% e 20% del totale delle unità locali regionali, dal lato della specializzazione delle unità presenti sul territorio si

evidenzia invece Belluno, con una incidenza di 11,6 unità del settore ogni 100 unità locali complessive, seguita da Venezia con il 9%.

Tra le località marine è Jesolo a spiccare sia per l'elevato numero di unità locali nel settore alberghi e ristoranti (924), sia per l'elevata specializzazione (24,9%). Il comune balneare più turistico risulta Caorle con un indice molto elevato: 25,9%. Malcesine, in provincia di Verona, si distingue tra le numerose località del Lago di Garda sia per quantità di unità locali (243) sia per la notevole specializzazione (38,9%). Per quanto riguarda le località termali emergono Abano e Montegrotto (con rispettivamente 219 e 133 u.l.), mentre per il turismo di montagna il primato va a Belluno (208), seguito da Cortina (181), Feltre (139) e Asiago (100). Infine, tra le città d'arte domina nel panorama veneto, come prevedibile, Venezia (2.411 u.l.), seguita a distanza da Verona (1.408) e Padova (1.182).

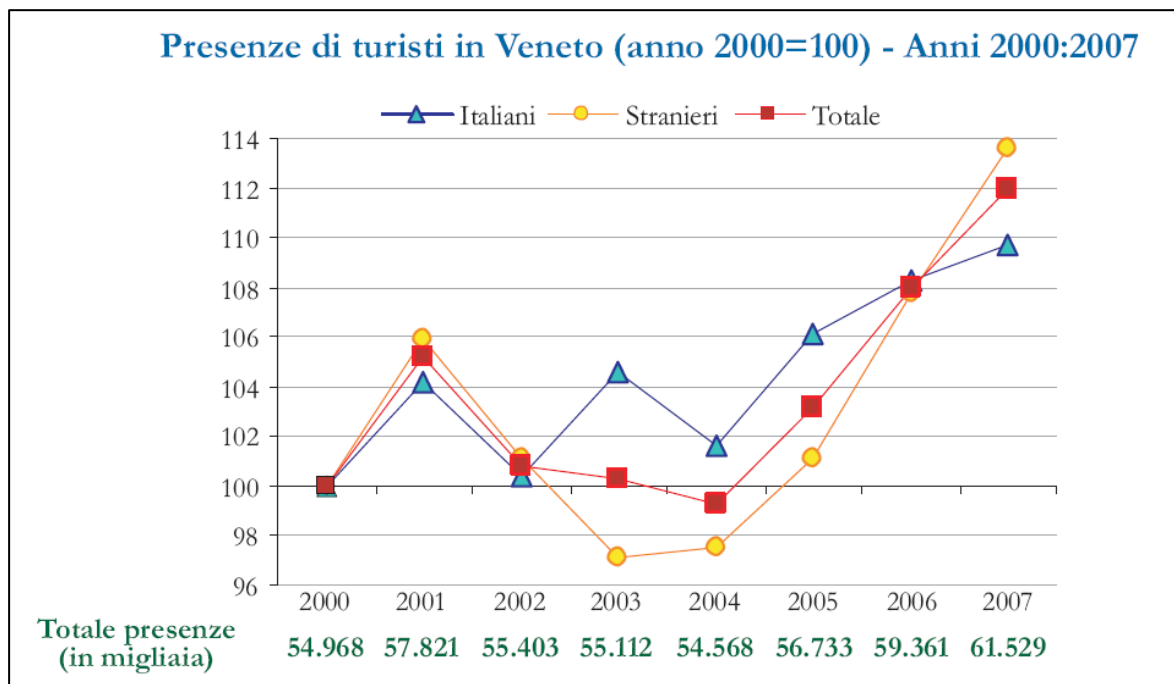
Le performance del turismo veneto

In base ai dati del 2007 riportati dal Servizio Statistico regionale del Veneto si possono delineare alcuni caratteri fondamentali del comparto turistico ve-

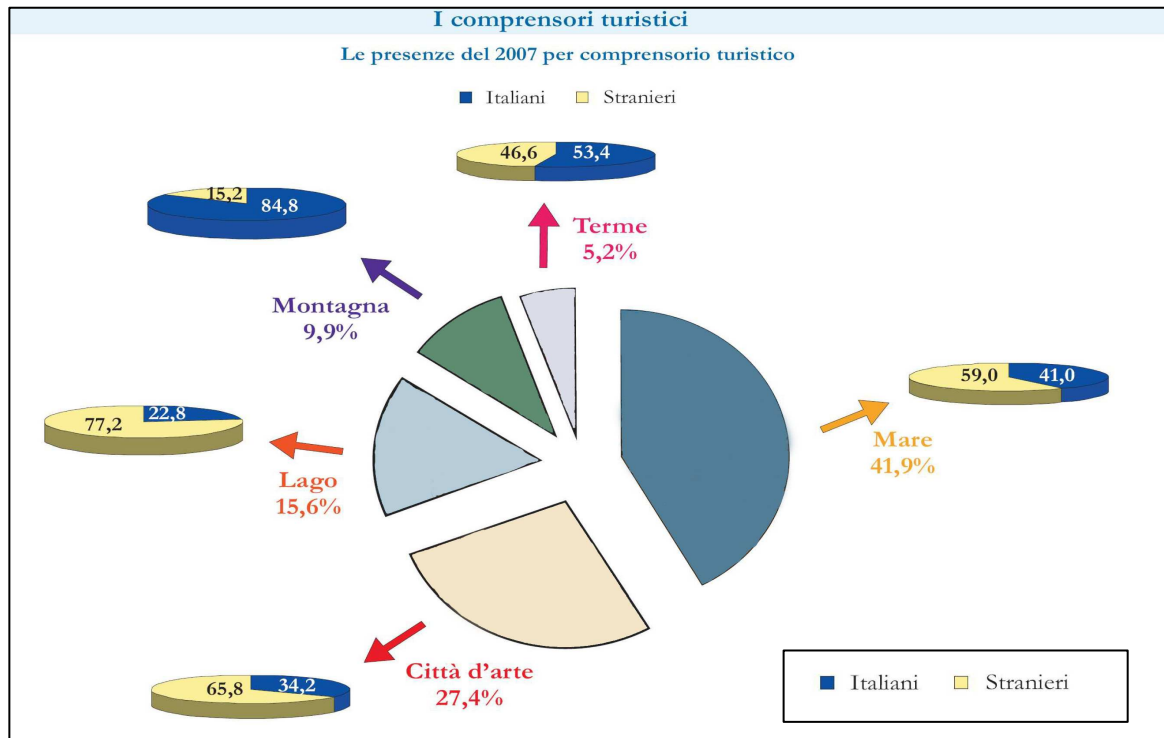
neto. La coniugazione di aspetti quali il territorio, la multifunzionalità e la qualità del servizio fanno del turismo nel Veneto una delle principali risorse, si pensi che nel 2006 la spesa dei viaggiatori stranieri in Veneto è stata pari a 3.845 milioni di euro, cifra che, rappresentando il 15,9% delle spese sostenute dal turismo straniero in Italia, fa ottenere al Veneto la seconda posizione tra le regioni italiane dopo il Lazio.

Come presenze, invece, il Veneto si è classificato al primo posto nel 2007, con più di 61 milioni e 528.775 turisti, seguito da Toscana e Trentino (40 mil.), Emilia Romagna e Lazio (da 30 a 40 mil.), Lombardia (da 20 a 30 mil.), Campania (da 15 a 20 mil.), Liguria, Marche e Sicilia (da 12 a 15 mil.), Piemonte, Sardegna e Puglia (da 10 e 12 mil.) e, infine, Aosta, Friuli Venezia Giulia, Umbria, Abruzzo, Molise, Basilicata e Calabria (fino a 10 mil.).

Negli ultimi anni, accanto alla componente tradizionale di turisti attratti dalle città d'arte e dal mare, è andata delineandosi una nuova categoria di turisti costituita da quella tipologia di viaggiatori particolarmente attratti dagli aspetti naturalistici e dalla tradizione locale. Sono questi i turisti dei parchi, i turisti sportivi, della buona cucina che amano il contatto con la natura e l'aria aperta e che preferiscono, alle strutture alberghiere, le sistemazioni più semplici e



Fonte: Direzione Sistema Statistico Regione Veneto



Direzione Sistema Statistico Regione Veneto

informali quali l'agriturismo, il Bed&Breakfast, il campeggio e i rifugi alpini. È proprio in queste strutture, infatti, che il turista ha la possibilità di essere avvolto in un'atmosfera familiare e di trovarsi in stretto contatto con le culture locali, anche attraverso la degustazione dei prodotti tipici e genuini.

Questo crescente desiderio di vacanze semplici e "responsabili" ha inciso sui risultati degli ultimi anni. Il 2007 è stata l'annata migliore dell'ultimo decennio per il Veneto: rispetto al 1997, infatti, gli arrivi sono aumentati del 36,7% e le presenze del 18,8%. Nel confronto con il 2006 gli incrementi sono stati rispettivamente del 5,3% e del 3,7%.

I dati 2007 confermano quanto la domanda si sposti sempre più verso strutture di qualità (le presenze sono aumentate del 21,9% negli alberghi a 5 stelle e dell'8,5% in quelli a 4 stelle) e, come già accennato, verso i soggiorni in agriturismo (+39,3% di arrivi e +17,7% di presenze). Questa crescita notevole è stata sostenuta in modo sostanziale proprio dal turismo naturalistico e attento all'ambiente.

Il Veneto sta mantenendo ormai da diversi anni il primato tra le regioni turistiche italiane, come risulta confermato anche per il 2006, ultimo anno disponibile a livello nazionale, totalizzando il 14,4% degli arrivi ed il 16,2% di presenze di turisti dell'intera peni-

sola; questo primato è sostenuto soprattutto dal flusso di turisti stranieri, che con gli oltre 34 milioni di presenze differenzia di netto il Veneto dalle altre regioni, a questo si aggiungono anche oltre 25 milioni di presenze di turisti italiani, comparto dove la nostra regione si colloca al secondo posto nella classifica nazionale.

Il turismo veneto è composto in maniera prevalente dal flusso straniero: nel 2007 costituisce il 58,7% delle presenze complessive. La crescita del turismo internazionale è ripresa dal 2004, dopo il periodo di incertezza del 2002-2003, ed ora si conferma superiore a quella del turismo domestico (+5,4% contro +1,3%).

Il Veneto nel 2006 è stata la Regione preferita dai turisti provenienti da Austria, Svizzera, Belgio, Francia, Paesi Bassi, Danimarca, Gran Bretagna, Repubblica Ceca, Ungheria, Polonia e Cina. Se si analizzano le provenienze straniere nel 2007 emerge un incremento di presenze delle nazionalità che da anni occupano le primissime posizioni: tedeschi (+2%), austriaci (+3,8%), inglesi (+5,6%) e danesi (+6,8%), ma anche americani (+2,4%), francesi (+9,2%) e spagnoli (+16,5%); continua inoltre la scalata della Russia (+31,8%) che giunge al 14° posto e dell'Irlanda (+18,9%) che si posiziona al 17°.

Rimane invece sostanzialmente invariata la graduatoria dei turisti italiani, con gli stessi veneti che distaccano di ben 10 punti percentuali le presenze di turisti provenienti dalla Lombardia; seguono Lazio, Emilia-Romagna, Piemonte, Trentino Alto Adige, ecc.

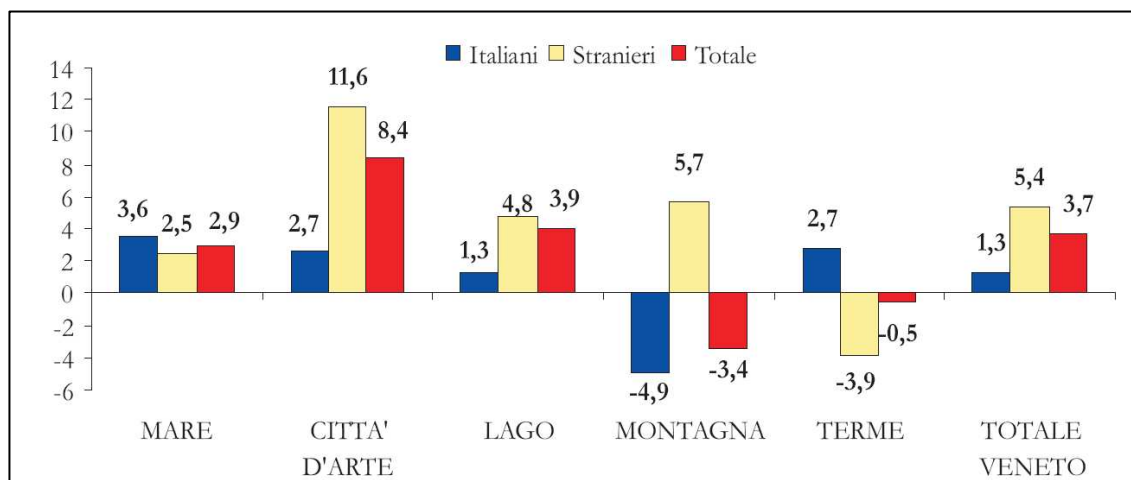
Il comprensorio balneare, che da solo registra oltre il 40% delle presenze dell'intera regione, riceve sempre più consensi (+2,9%), sia sul fronte del turismo domestico che di quello internazionale. Le città d'arte devono il buon risultato registrato nel 2007 (+8,4%) soprattutto al turismo d'oltralpe; si evidenziano i rilevanti incrementi di presenze dei francesi (+14,4%) che, superando gli inglesi, si portano al 2° posto dopo gli americani, i tedeschi aumentano del 10,9% e gli spagnoli del 19%. (Fonte: Direzione Sistema Statistico Regione Veneto).

Per le località lacuali l'Austria ha acquistato maggior importanza (+23,4%) ponendosi al 4° posto dopo la Germania, i Paesi Bassi e la Gran Bretagna. Il risultato negativo registrato dalla montagna veneta è sostanzialmente imputabile al picco di presenze registrate nel 2006 nelle località dell'Altopiano di Asiago in occasione dell'adunata nazionale degli alpini. Invece, sulle nostre dolomiti le presenze sono, seppur lievemente, aumentate (+0,6% nella zona di Cortina e +0,5% in quella di Belluno). Infine, il flusso di turisti alle terme se complessivamente non registra delle sostanziali differenze rispetto l'anno precedente, vede una lenta sostituzione dei clienti stranieri – tedeschi e austriaci soprattutto – con quelli italiani,

tra cui lombardi, veneti ed emiliani.

La provincia di Venezia con oltre 33 milioni di presenze, il 54,5% del totale Veneto, assiste ad un incremento di movimenti in tutti i suoi sistemi turistici locali, che si identificano con le sue sempre più frequentate zone balneari e con la stessa città lagunare. Infatti, Venezia mantiene da diversi anni un tasso di crescita annuo superiore al 7% e nel 2007 ha raggiunto quasi la soglia di 9 milioni di presenze. La provincia di Treviso registra l'incremento più consistente (+6%), conseguendo una quota di presenze pari a 2,8% del totale regionale. Il territorio scaligero continua ad accogliere una rilevante parte di villeggianti, il 21,2% del totale regionale, con incrementi soprattutto di stranieri, sia nei comuni del lago di Garda (+4,8%) che a Verona e comuni limitrofi (+11,9%). La provincia di Padova vede aumentare le proprie presenze non tanto nel settore specifico delle terme, quanto nel capoluogo e nei comuni vicini (+13,5%). Belluno mantiene praticamente invariata la sua attrattività (+0,5%), mentre Vicenza e Rovigo subiscono delle leggere perdite, ma con delle differenziazioni. Infatti, mentre nella prima il consistente aumento dell'8,9% in città e dintorni non riesce a compensare la diminuzione di presenze sull'altopiano di Asiago – il decremento è comunque legato, come già detto, all'evento occasionale del raduno degli alpini avvenuto nel maggio 2006 – nella provincia di Rovigo è la località marina di Rosolina, che da sola accoglie l'80% del flusso provinciale, a registrare un calo (-5,8%).

Variazioni percentuali presenze turistiche 2007/06



Direzione Sistema Statistico Regione Veneto

L'organizzazione turistica della Regione Veneto

Le principali norme di riferimento per la gestione e il finanziamento delle attività turistiche nella Regione Veneto sono la Legge regionale n. 33 del 4 novembre 2002 e il complemento di programmazione obiettivo 2 della regione Veneto per il periodo 2000-2006.

La Legge regionale 4 novembre 2002, n. 33 (BUR n. 109/2002) "Testo Unico sulle leggi regionali in materia di turismo" ha riformato la disciplina turistica, in particolare per quanto riguarda il decentramento e la programmazione, scelte in gran parte già anticipate con la Legge regionale 11/2001 in applicazione della Legge Bassanini. Il Testo unico è quindi il punto di riferimento sia per le strategie di sviluppo e indirizzo del settore che per il finanziamento delle attività turistiche.

Il decentramento fa riferimento a un modello periferico articolato su più livelli, che fanno capo alle autonomie locali, e a strutture associate di imprese di cui possono fare parte anche gli enti pubblici. Di seguito sono indicate le competenze relative a ciascun livello:

- alla Regione spetta la gestione dei rapporti con lo Stato e le autonomie funzionali e le funzioni di governo, promozione unitaria in Italia e all'estero, gestione dei finanziamenti comunitari, valorizzazione e coordinamento statistico e informativo;
- le Province si occupano dell'informazione, dell'accoglienza e assistenza turistica e della promozione a livello locale e hanno attribuite le funzioni amministrative in tema di imprese e professioni turistiche;
- ai Comuni spetta il rilascio delle concessioni sul demanio marittimo e l'incentivazione delle Pro Loco;
- alle Strutture associate di promozione turistica sono state attribuite le funzioni di commercializzazione del prodotto turistico e le attività connesse di promozione e pubblicità.

Per quanto riguarda la programmazione, il Testo Unico individua nel *Programma triennale dei Sistemi Turistici Locali* lo strumento fondamentale in questo ambito. I Sistemi Turistici Locali sono definiti quali "contesti turistici omogenei o integrati caratterizzati dall'offerta integrata di beni culturali, ambientali e di attrazioni turistiche, compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e dell'artigianato locale". Ad oggi sono stati individuati dalla Regione 14 Sistemi Turistici

Locali: Dolomiti, Belluno-Feltre-Alpago, Treviso, Bibione-Caorle, Jesolo-Eraclea, Venezia, Chioggia, Padova, Terme Euganee, Vicenza, Altopiano di Asiago, Garda, Verona, Rovigo.

Il Programma triennale individua gli obiettivi da raggiungere nell'ambito delle diverse aree di mercato della domanda turistica e le relative previsioni di spesa, gli interventi di valorizzazione di specifiche tipologie turistiche all'interno dei diversi STL e i criteri di ripartizione delle risorse finanziarie. Per quanto riguarda le tipologie turistiche viene fatto esplicito riferimento al turismo fieristico, d'affari e congressuale, al turismo ambientale e della salute, al turismo culturale e religioso e al turismo sportivo e sociale.

Le forme di finanziamento della Regione Veneto alle attività turistiche si possono suddividere tra azioni di promozione e azioni strutturali.

Per quanto riguarda la promozione turistica, la Giunta regionale, sentita la competente Commissione consiliare, determina, con provvedimento di durata triennale, le tipologie di spesa ammissibili, le modalità di concessione ed erogazione dei contributi e le modalità di revoca dei contributi, maggiorati degli interessi legali, ove dovuti. Nell'ambito della previsione del piano annuale di intervento (art. 15), provvede alla concessione di contributi alle strutture associate di promozione turistica, per il conseguimento delle finalità ivi previste. I contributi sono erogabili nella misura massima del cinquanta per cento della spesa ritenuta ammissibile e comunque, nel rispetto della normativa comunitaria. I contributi previsti sono cumulabili con altri contributi eventualmente previsti da normative regionali, statali e comunitarie. La gestione di gran parte dei finanziamenti erogati a soggetti privati è eseguita attraverso la Finanziaria Regionale Veneto Sviluppo S.p.A.

Per quanto riguarda gli interventi strutturali, i finanziamenti sono stanziati sia in base alla legge 33, sia in base al complemento di programmazione. In base alla legge 33 sono istituiti e gestiti i Fondi di rotazione e i fondi di garanzia. Le PMI turistiche hanno la possibilità di usufruire contemporaneamente di entrambi gli strumenti di agevolazione.

Attraverso il fondo di Rotazione la Regione del Veneto offre un sostegno alle piccole e medie imprese turistiche che intendono effettuare interventi di ammodernamento e riqualificazione delle strutture ricettive. Le risorse del fondo vengono utilizzate per erogare finanziamenti con tasso d'interesse ri-

dotta (per le piccole imprese sino al 50%) rispetto a quello applicato dall'Istituto bancario finanziatore.

Grazie al fondo di Garanzia e di Controgaranzia la Regione del Veneto agevola l'accesso al credito alle PMI turistiche che intendono realizzare interventi di ammodernamento e riqualificazione delle strutture ricettive. Le risorse del fondo vengono utilizzate per concedere agli Istituti bancari finanziatori le garanzie necessarie affinché le piccole e medie realtà imprenditoriali agenti nel settore turistico possano ricevere i finanziamenti necessari alla realizzazione degli interventi.

Altro strumento di sostegno dell'imprenditorialità turistica è il fondo di Rotazione imprenditoria femminile, istituito con la Legge Regionale n. 1 del 20 gennaio 2000, che ha come scopo la messa in atto di interventi per la promozione di nuove imprese e di innovazione dell'imprenditoria femminile. Viene attuato tramite contributi in conto capitale e con finanziamenti legati ai fondi di rotazione. Il finanziamento avviene tramite la concessione di contributi e finanziamenti/leasing agevolati con la finalità di favorire gli investimenti delle Piccole e Medie Imprese (PMI) a prevalente partecipazione femminile costituite dopo il primo gennaio 2004 e operanti nel territorio Regionale.

Per i progetti che prevedono interventi strutturali e interventi relativi ai servizi di consulenza per le imprese, agli investimenti materiali e ai servizi comuni alle imprese del settore turistico, sostenuti attraverso il Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR), la norma di riferimento è il *complemento di programmazione*. I fondi comunitari sono integrati con risorse versate dallo Stato e dalle Regioni.

Il complemento di programmazione obiettivo 2 della regione Veneto per il periodo 2000-2006 – in attuazione del Regolamento Comunitario (CE) n. 1260/1999 recante disposizioni generali sui Fondi strutturali – serve a specificare, invece, a livello di misura, quanto previsto dal Docup e dalla valutazione della situazione ambientale in corso di approvazione da parte della Commissione Europea.

La parte relativa al turismo è la terza, suddivisa in due punti. La misura 3.1, dedicata alla ricettività e alle strutture di supporto all'attività turistica, che coinvolge le PMI, e la misura 3.2, volta alla diversificazione dell'offerta turistica e al prolungamento della stagionalità, riguardante Enti pubblici e infrastrutture.

Oltre al Testo unico delle leggi regionali in materia di turismo, ci sono altri interventi di finanziamento legati alla disciplina speciale dei settori: aeroportualità turistica (Legge regionale n. 62/1988); adesione al Ciset (Legge regionale n. 37/1991); interventi a favore delle imprese turistiche in provincia di Belluno (Legge regionale n. 18/1994); campeggi educativo-didattici (Legge regionale n. 21/1995); attività agrituristica (Legge regionale n. 9/1997).

Va inoltre ricordata la normativa regionale relativa ai distretti produttivi (Legge Regionale n. 8/2003 e Legge Regionale n. 5/2006) la quale, nell'individuazione dei distretti produttivi, fa riferimento principalmente al criterio della progettualità, intesa come capacità dei soggetti locali, pubblici e privati, di aggregarsi e proporre progetti di sviluppo locale. Secondo queste leggi la specializzazione manifatturiera non è più discriminata per riconoscere un distretto: di conseguenza anche i distretti turistici possono essere riconosciuti quali distretti produttivi, presentare progetti e accedere ai finanziamenti previsti dalla normativa regionale.

L'analisi dei progetti

Analisi del livello di progettualità nel Veneto

La Fig. 1 rappresenta la distribuzione territoriale della progettualità turistica in base al numero totale di progetti individuati nel periodo 2000-2006. Come si può vedere, gli ambiti con più forte capacità progettuale coincidono con la presenza di sistemi turistici consolidati. Spiccano, in particolare, il litorale veneziano e il sistema termale Abano-Montegrotto in provincia di Padova. Una buona capacità progettuale distingue altre due aree a vocazione turistica: Verona e il Lago di Garda.

Per quanto riguarda invece gli ambiti periurbani, dove non si trovano sistemi turistici "forti", si osserva un notevole dinamismo progettuale in Lessinia, nella zona dei Colli Euganei, lungo la Riviera del Brenta, nelle piccole città della Pedemontana Trevigiana, nell'entroterra veneziano e nel Delta del Po.

Se andiamo a vedere in dettaglio le tipologie di progetti osserviamo come la distribuzione territoriale dei progetti che fanno capo a finanziamenti comunitari (Fig.2) sia per forza di cose condizionata

dalla possibilità di attivare questi tipi di progetti (Leader+, Interreg...). Si tratta infatti di comuni che ricadono negli ambiti indicati espressamente dalla normativa comunitaria, quindi prevalentemente comuni che ricadono nell'Obiettivo 2 di Agenda 2000, come la Lessinia o la Bassa Pianura. In generale non si può parlare di una forte progettualità, il dinamismo massimo si riscontra nelle aree su cui insistono due diversi progetti comunitari: la Venezia

orientale, i Colli Euganei, il Delta del Po.

La carta relativa ai progetti finanziati con specifiche Leggi regionali (Fig.3) mette in evidenza come, a fronte della numerosità degli interventi che fanno capo a leggi regionali, si configuri comunque una decisa concentrazione nelle aree turistiche forti e consolidate: il litorale veneziano, il sistema termale Abano-Montegrotto, le città d'arte principali e minori e il Lago di Garda.

Fig. 1.: Distribuzione territoriale della progettualità turistica

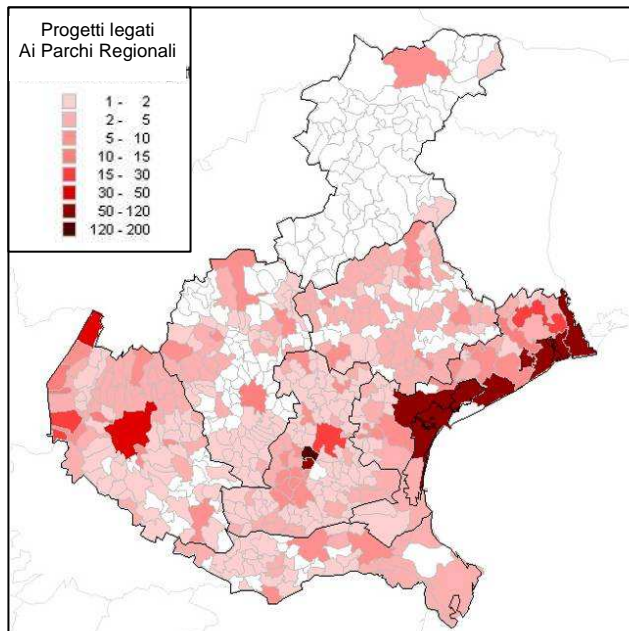
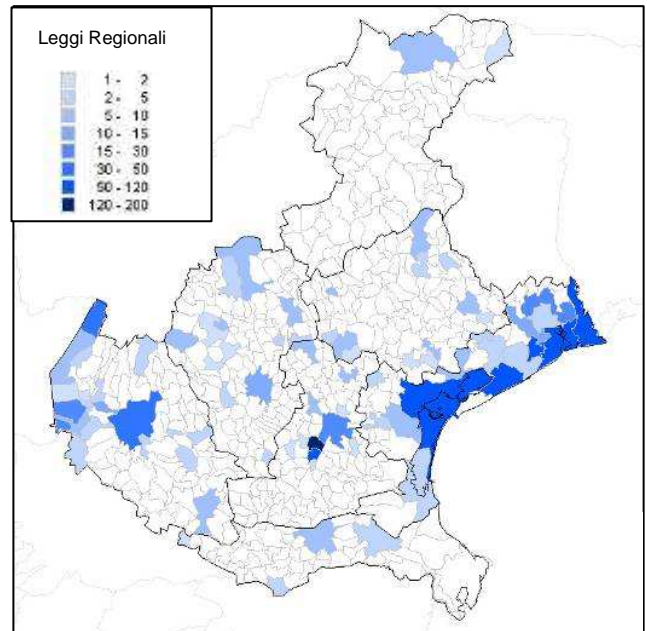


Fig.2.: Distribuzione territoriale dei progetti finanziati dall'Unione Europea (numero progetti)



Nel Veneto sono presenti 4 parchi regionali, più due progetti di tutela di aree di particolare valore naturalistico, di entità minore (Vallevecchia e la Foresta del Cansilio) (Fig.4). I Parchi insistono su aree montane e collinari (Lessinia, Colli Euganei) o su aree di pianura caratterizzate da situazioni di particolare pregio e/o fragilità ambientale (Fiume Sile e Delta del Po). I progetti dei Parchi regionali sono finalizzati al recupero e alla tutela del territorio, prevalentemente attraverso la valorizzazione delle specificità naturalistiche, architettoniche, culturali ed enogastronomiche locali, con particolare attenzione allo sviluppo di un turismo di qualità. Gli interventi sulle dotazioni materiali comprendono sia la costruzione di nuove strut-

ture di offerta che la riqualificazione delle strutture esistenti.

Per quanto riguarda i progetti attivati volontariamente da soggetti pubblici e privati (inclusi nella tipologia Altri progetti), dalla Fig.5 si osserva una marcata diffusione di questa modalità progettuale soprattutto nelle province di Verona (in particolare la Lessinia), di Padova (in particolare la città e i Colli Euganei) e nell'entroterra veneziano contiguo alla provincia di Padova (la Riviera del Brenta). Si osservi come in molti casi questi progetti siano presenti soprattutto nelle aree non turisticamente forti.

Alcuni esempi di questi progetti sono riportati nella Tab.1.

Fig. 3.: Distribuzione territoriale dei progetti finanziati con specifiche Leggi regionali (numero progetti)

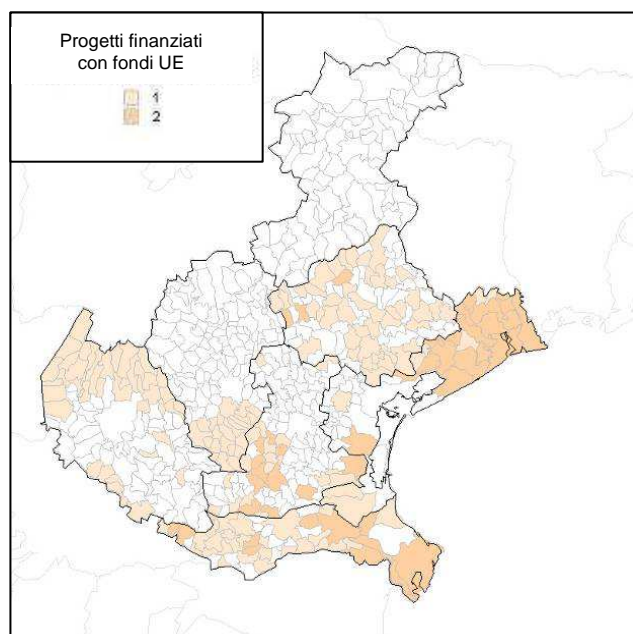


Fig.4.: Distribuzione territoriale dei progetti legati ai Parchi regionali

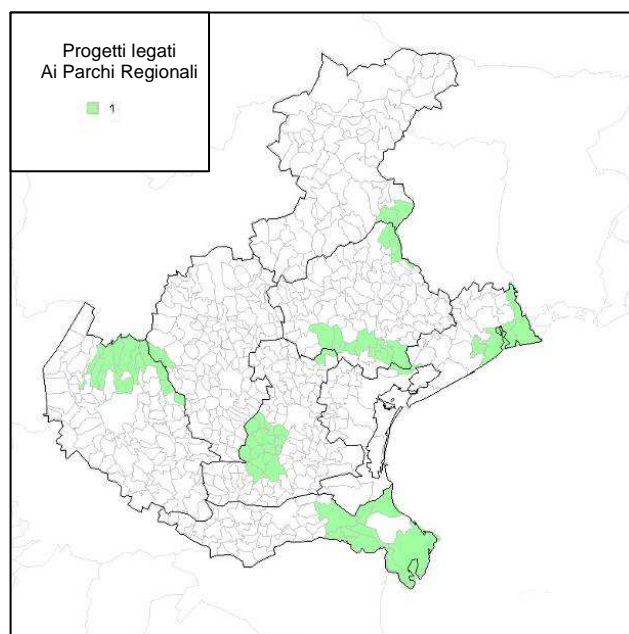
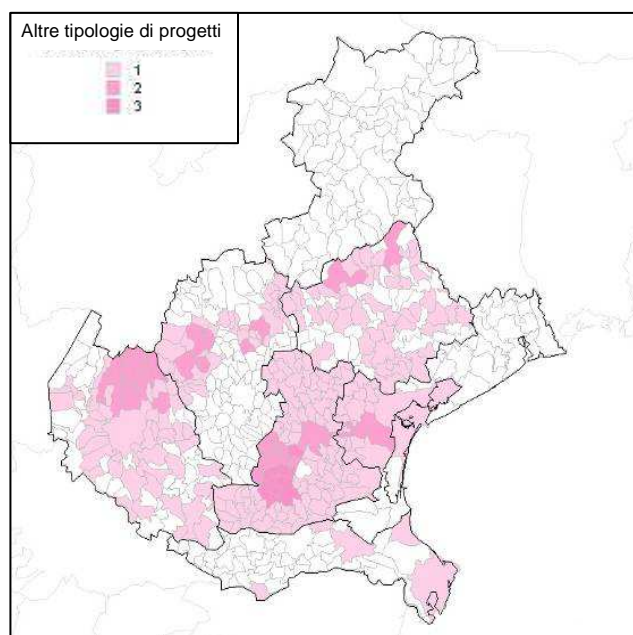


Fig.5.: Distribuzione territoriale dei progetti attivati volontariamente da enti o istituzioni pubbliche e private



Tab.1.: Altri progetti, alcuni esempi

Verona Tuttintorno
Vicenzaè
Consorzio di Promozione Turistica Marca Treviso
Consorzio di Promozione Turistica Giotto
Consorzio Terme Euganee
Consorzio Strada del Vino Colli Euganei
Palladio 2008
Rete Museale Alto Vicentino
Sistema Museale Provinciale del Polesine
Portale Comunità Montana della Lessinia
Terre del Tiepolo
Riviera del Brenta
Battelli del Brenta
Ristoranti Rovigo

Analisi del livello di attivazione dei patrimoni nel Veneto

Per analizzare il livello di attivazione dei patrimoni del Veneto, quello che viene definito valore aggiunto territoriale, gli interventi sono stati divisi in due macrocategorie: le azioni di *valorizzazione* in chiave turistica del territorio, attuate principalmente mediante *interventi materiali* sulle risorse territoriali, e gli interventi di *promozione*, che sono prevalentemente di carattere immateriale.

Gli interventi di tipo materiale, rappresentati nella Fig.6., fanno leva prevalentemente sul riutilizzo e la riqualificazione delle dotazioni esistenti, con particolare attenzione anche agli elementi simbolici e identitari del territorio. In dettaglio, gli interventi materiali consistono in:

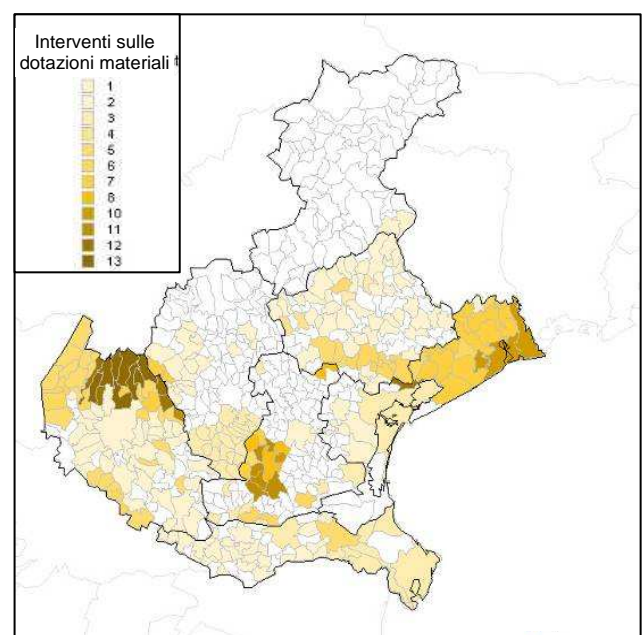
- interventi di carattere strutturale sui beni immobili: lavori di costruzione, adeguamento, ammodernamento, ampliamento, ristrutturazione di fabbricati, impianti tecnologici, opere edili, serramenti, realizzazione di servizi e attrezzature;
- acquisto di beni mobili: arredi, attrezzature, macchinari, dotazioni informatiche.
- costruzione di nuovi attrattori che completano il quadro dell'offerta ricettiva già presente (infrastrutture e impianti per il turismo sportivo);
- costruzione di parcheggi e aree di sosta;
- interventi di segnaletica e creazione di servizi di accoglienza turistica (punti informativi, totem multimediali...);
- allestimento di *greenways*, percorsi turistico-naturalistici, turistico-culturali o integrati;
- recupero storico-architettonico di fabbricati, manufatti e strutture insediative locali (edifici e borghi rurali, forti, molini ..);
- ricomposizione e riqualificazione paesaggistica;
- recupero o allestimento di sedi museali minori che raccolgono le tracce di risorse naturalistiche o sono testimonianza, in vario modo, della cultura locale (musei della civiltà contadina, del patrimonio industriale ...)
- allestimento di reti museali (non solo virtuali).

Altri interventi di valorizzazione turistica, non di carattere materiale in senso stretto, sono rivolti alla formazione del capitale umano, il quale rappresenta una potenziale leva per lo sviluppo turistico dei luoghi. Alcune iniziative possono essere definite di natura sovra-settoriale, dal momento che riguardano non

solo il turismo ma più in generale lo sviluppo locale. Rientrano in questo ambito i corsi rivolti a formare particolari figure professionali dotate di una buona conoscenza del territorio locale, come l'Animatore territoriale o l'Agente di sviluppo locale. Questi soggetti, tenendo conto della pluralità di risorse e di percorsi di sviluppo, dovrebbero farsi protagonisti di iniziative di animazione economica, sociale e culturale, in linea con le indicazioni progettuali e le tendenze dei piani di sviluppo locale. In questa prospettiva, il turismo è uno degli ambiti privilegiati di animazione economica e culturale.

All'interno dei progetti di formazione specifici per il turismo, possiamo operare una distinzione tra quelli destinati al settore in generale e quelli rivolti alla formazione di risorse specializzate per il comparto del turismo rurale. Rientrano nella prima tipologia le attività rivolte alla formazione di figure professionali in grado di offrire alle aziende del settore turistico servizi specializzati per elevare la qualità e la competitività delle imprese, ad esempio nel campo delle nuove tecnologie dell'ICT o del marketing strategico per le imprese alberghiere. I corsi specifici per il turismo rurale sono rivolti alla preparazione di operatori le cui competenze siano utili ai vari attori del territorio (non solo imprese private ma anche enti

Fig. 6.: Distribuzione territoriale degli interventi sulle dotazioni materiali



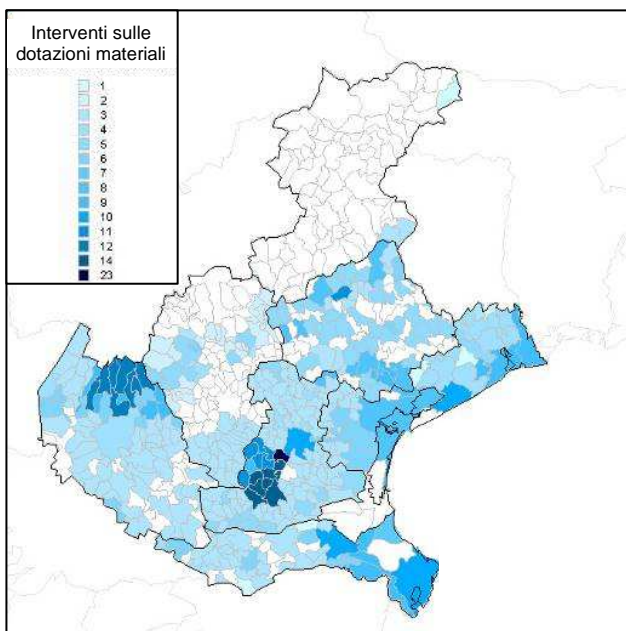
pubblici) e finalizzate allo sviluppo del turismo rurale stesso: guide e accompagnatori per il turismo rurale e ambientale, esperti in comunicazione turistica multimediale e sviluppo del turismo rurale, operatori in grado di gestire eventi e attività culturali dedicati, operatori di supporto alle strutture della ristorazione e agrituristiche locali orientate al turismo di qualità, figure in grado di fornire assistenza allo sviluppo di nuova imprenditorialità.

Se osserviamo la Fig.6 possiamo notare come gli interventi sulle dotazioni materiali, sebbene diffusi in tutto il territorio regionale, tendano comunque a concentrarsi in alcune aree, tra cui spicca la zona della Lessinia.

Anche per quanto riguarda gli interventi promozionali (Fig.7), si possono individuare alcune tipologie prevalenti:

- realizzazione di materiale informativo cartaceo e/o multimediale: cataloghi d'area e di prodotto, brochure promozionali di eventi e manifestazioni;
- realizzazione marchi territoriali e marchi di qualità ambientale;
- realizzazione di reti museali (virtuali);
- educational tour: momenti di sperimentazione degli elementi dell'offerta turistica, rivolti a chi può efficacemente influenzare la composizione dei pacchetti viaggio;

Fig.7.: Distribuzione territoriale degli interventi di promozione



- fiere: partecipazione a manifestazioni fieristiche in Italia e all'estero;
- organizzazione di workshop ed eventi: organizzazione di incontri di lavoro tra rappresentanti dell'offerta e della domanda turistica;
- supporto alle attività dei soggetti locali, ad esempio attraverso iniziative di commercializzazione
- realizzazione portali e siti internet: siti dinamici multilingue con news, proposte di itinerari e soggiorni, possibilità per l'utente di prenotare la vacanza.

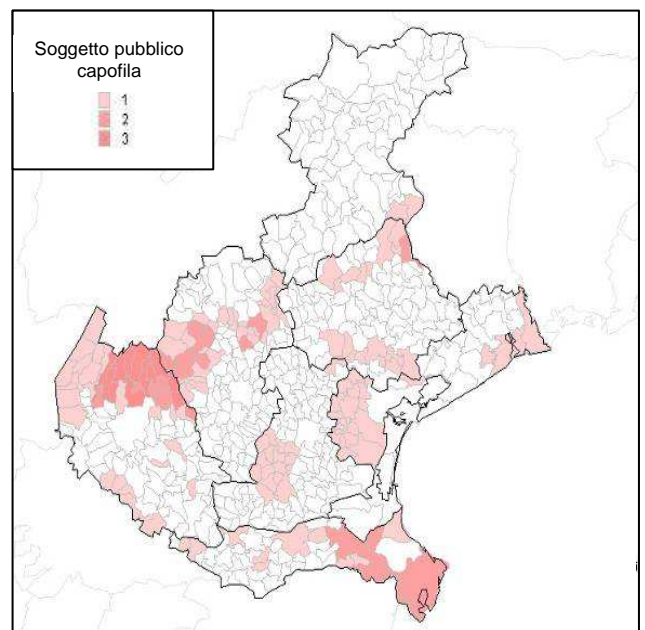
Dalla Fig.7 è evidente una notevole distribuzione degli interventi promozionali, sebbene anche in questo caso si possano individuare alcune aree di maggiore concentrazione che fanno capo sia a sistemi turistici consolidati che emergenti.

Analisi del livello di attivazione delle coalizioni e del coordinamento sociale nel Veneto

Le Fig.8 e Fig.9 rappresentano, rispettivamente, la distribuzione degli interventi in relazione alla natura del soggetto capofila.

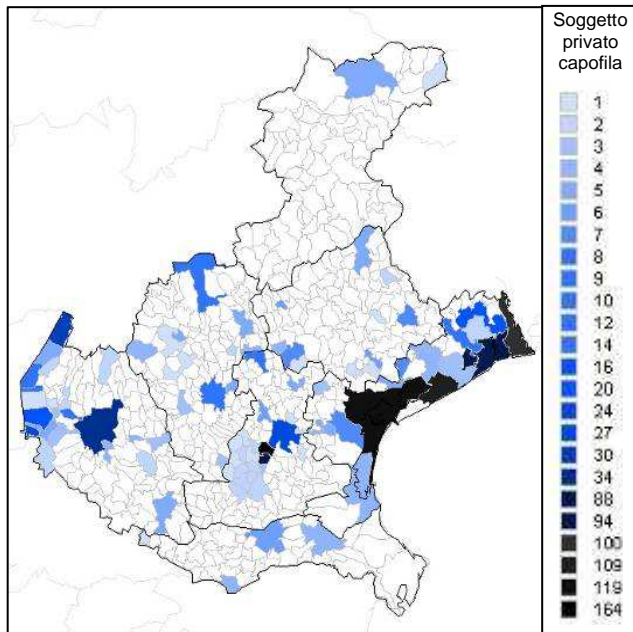
Come si può osservare, esistono alcuni ambiti esclusivi in entrambi i casi: la Lessinia e il Basso Polesine per quanto riguarda i soggetti con capofila pubblico.

Fig.8: Distribuzione territoriale dei progetti con capofila pubblico



Le città (Verona e Padova), gran parte del litorale veneziano per quanto riguarda il capofila privato. In altri casi troviamo invece delle aree di sovrapposizione: parte dell'entroterra veneziano e il Lago di Garda.

Fig. 9: Distribuzione territoriale dei progetti con capofila privato



La valutazione dei progetti

La selezione degli indicatori

Al fine di individuare alcuni esempi di *Buone pratiche*, sono stati elaborati alcuni indicatori di valutazione dei progetti, ai quali sono stati poi attribuiti dei punteggi. Come si può vedere dalla Tab.2, che riporta gli indicatori e i rispettivi punteggi, nella valutazione si è tenuto conto di:

- la capacità di **mobilitazione delle risorse**: si distingue tra *fattori* dell'offerta turistica e *risorse* territoriali. La prima categoria include le risorse fisico-naturali di base, le strutture ricettive, le attrezzature pararicettive e complementari e tutto ciò che in generale completa l'offerta turistica, e il capitale sociale costituito dalle infrastrutture, prevalentemente di trasporto. Tutto ciò costituisce condizione necessaria per attivare e/o mantenere i flussi turistici ma non sufficiente nel momento in cui i luoghi si pongano l'obiettivo di un turismo di qualità e du-

revole. Per risorse territoriali intendiamo invece gli elementi, materiali e immateriali, che racchiudono l'identità del territorio e lo rendono specifico e irripetibile: risorse fisico-naturali aventi carattere di unicità e non riproducibili altrove, sedimenti e testimonianze della cultura locale e della civiltà materiale o del lavoro, capitale umano. Ai progetti che attivano esclusivamente i fattori dell'offerta turistica viene attribuito un punteggio basso (1 punto); un punteggio più elevato (2 punti) è assegnato invece ai progetti che attivano le risorse specifiche del territorio. Nel caso in cui un progetto attivi sia fattori dell'offerta turistica sia risorse territoriali, vanno sommati i punteggi ottenuti nelle colonne precedenti. Si tiene conto inoltre della pluralità di risorse mobilitate, attribuendo punti ulteriori (fino a un massimo di 2) ai progetti che attivano risorse diversificate anziché una sola tipologia di risorse.

- le **coalizioni di attori**: è determinante la composizione delle coalizioni – in termini di soggetti pubblici, privati e misti – e la loro numerosità. Come risulta dalla Tab.2, è stato attribuito un punteggio inferiore alle coalizioni che mobilitano esclusivamente attori pubblici (1 punto) e associazioni della società civile, un punteggio più elevato (2 punti) alle coalizioni che includono soggetti privati, come singole imprese e associazioni di categoria, e soprattutto alle coalizioni miste (3 punti). E' stata inoltre valutata l'ampiezza delle coalizioni in base al numero di soggetti che i progetti riescono ad aggregare. Nel caso di coalizioni particolarmente numerose, sono stati attribuiti ulteriori punti, fino a un massimo di 2.
- **apporto di capitale**: viene valutata la composizione del capitale, premiando i progetti che catalizzano sia capitali privati che pubblici.
- **tipologie di intervento**: viene attribuito un punteggio meno elevato (1 punto) ai progetti che non vanno oltre le semplici strategie di promozione e di marketing, un punteggio più elevato (2 punti) ai progetti che promuovono e migliorano la qualità e la fruizione del prodotto turistico e del contesto territoriale di riferimento (ad esempio la riqualificazione ambientale). Se un progetto comprende sia azioni di promozione e marketing che azioni di miglioramento del prodotto e del contesto vanno sommati i punteggi ottenuti nelle colonne precedenti. Anche in questo caso si possono attribuire

dei punti ulteriori, fino a un massimo di due, se gli interventi risultano particolarmente articolati e complessi.

- **livello d'ordine dei progetti:** ottengono un punteggio più elevato i progetti che rispondono a bandi di livello sovra-locale (regioni, Ue).

Tab.2.: I criteri di valutazione dei progetti e i relativi punteggi

INDICATORI	PUNTEGGI		
	1 punto	2 punti	(1+2) + (*)
Mobilizzazione delle risorse	<i>Fattori dell'offerta</i> Risorse fisico-naturali di base Attrezzature ricettive, pararicettive, complementari Capitale fisso sociale	<i>Risorse territoriali</i> Risorse fisico-naturali "uniche" Elementi simbolici e identitari Testimonianze della cultura materiale Capitale umano	<i>Fattori dell'offerta + Risorse territoriali</i>
	1 punto	2 punti	(1+2) + (*)
Coalizioni di attori	<i>Soggetti pubblici e associazioni società civile</i> Comuni, Province, Regioni, comunità montane, Camere di commercio, Università....	<i>Soggetti privati</i> Singole imprese Associazioni di categoria...	<i>Soggetti pubblici e associazioni società civile + Soggetti privati</i>
	1 punto	2 punti	(1+2)
Apporto di capitale	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Misto</i>
	1 punto	2 punti	(1+2) + (*)
Tipologia di intervento	<i>Interventi immateriali di marketing e promozione</i>	<i>Azioni materiali e immateriali rivolte a migliorare la qualità e la fruizione del prodotto turistico e del contesto territoriale</i>	<i>Interventi immateriali + Azioni materiali e immateriali</i>
	1 punto	2 punti	3 punti
Livello d'ordine dei progetti	Progetti locali	Bandi regionali	Bandi Ue

La valutazione dei progetti: alcuni risultati

La Tab.3 contiene una sintesi dell'operazione di valutazione dei progetti in base agli indicatori descritti nel paragrafo precedente.

Come si può vedere, i punteggi più alti sono raggiunti dai progetti a maggiore contenuto di complessità, in particolare dai progetti rivolti allo sviluppo e alla valorizzazione turistica, soprattutto del turismo rurale, elaborati nell'ambito delle iniziative comunitarie Leader+ e Interreg III di Agenda 2000. Si tratta

di progetti finanziati con fondi comunitari, gestiti dai Gal, che riescono a mobilitare sia i fattori territoriali per migliorare e incrementare l'offerta turistica che le risorse identitarie del territorio. In questa prospettiva una particolare attenzione è rivolta alle testimonianze della cultura materiale e alla creazione di strutture museali a rete con l'obiettivo di conservarle e diffonderne la conoscenza, anche a fini didattici. Questi soggetti sono attivi anche sotto il profilo della promozione, ad esempio attraverso la creazione di marchi territoriali e marchi di qualità ambientale.

Alcuni di essi riescono a mobilitare delle coalizioni abbastanza ampie, sebbene prevalentemente di soggetti pubblici.

Dinamici sotto il profilo progettuale sono risultati anche i parchi regionali, in particolare il Parco della Lessinia, dei Colli Euganei e del Delta del Po. Molti dei progetti elaborati dai parchi ricadono nell'ambito delle stesse iniziative comunitarie, quindi possono usufruire di finanziamenti europei.

Tra gli Altri progetti sono risultate interessanti, sebbene legate quasi esclusivamente alla promozio-

ne, le iniziative dei Consorzi. I Consorzi rappresentano infatti una realtà eterogenea e dinamica, sono elementi che riescono a catalizzare forze locali, sia imprenditoriali sia accorciative sia pubbliche, al fine di migliorare le performance turistiche, gestire il territorio e promuovere in abito nazionale i prodotti e servizi turistici del proprio territorio di riferimento. Tra questi consorzi i più affermati sono: Consorzio Terme Euganee e Consorzio Giotto di Padova, Consorzio Verona Tuttintorno, il Consorzio Starda del Vino a Padova, Consorzio Prom. Tur. Marca Treviso.

Tab. 3: La valutazione dei progetti: alcuni risultati

Progetto	Mobilizzazione risorse	Coalizioni attori	Apporto capitale	Tipologia intervento	Ordine	Totale
Leader+ Baldo Lessinia	5	2	1	5	3	16
Leader+ Turismo rurale	3	1	1	3	3	11
Leader+ Le Terre Basse	3	3	1	3	3	13
Interreg IIIA Venezia orient.	5	1	1	5	3	15
Leader+ Gal Patavino	5	1	1	5	3	15
Leader+ Polesine Delta Po	5	3	3	5	3	19
Parco Colli Euganei	3	1	1	5	3	13
Delta del Po	1	3	1	3	2	10

Conclusioni

Negli ultimi decenni le aree periurbane sono state oggetto di vistose trasformazioni territoriali, indotte dall'effetto sinergico di fenomeni di ordine esogeno ed endogeno. Tra i primi ricordiamo i processi di decentralizzazione urbana che hanno portato al decongestionamento delle principali aree urbane e metro-

politane e alla diffusione di residenze e attività produttive negli spazi periurbani, diventati estesi retroterra delle grandi città, spesso privi di identità.

In molte regioni italiane, però, questi processi si sono sovrapposti a fenomeni di sviluppo locale che si sono concretizzati nella valorizzazione di risorse materiali e immateriali di carattere prevalentemente endogeno.

Il Veneto rappresenta, da questo punto di vista, un caso di notevole interesse e problematicità: in assenza di grandi agglomerazioni metropolitane, la periurbanizzazione ha accentuato i caratteri del modello territoriale preesistente dell'urbanizzazione e industrializzazione diffusa, mettendone in evidenza possibilità e limiti.

Da un lato il patrimonio di risorse naturali e culturali sedimentato negli spazi periurbani e le recenti trasformazioni economiche dei sistemi produttivi locali che vi sono localizzati (si pensi soltanto alla transizione in atto nei distretti industriali) possono costituire delle leve per lo sviluppo di una funzione, quella turistica appunto, che, recentemente, anche per effetto della crescente segmentazione della domanda, sta conquistando nuovi ambiti territoriali. Dall'altro lato, non va dimenticato che lo sviluppo del turismo nelle aree periurbane, proprio in virtù delle caratteristiche della loro organizzazione territoriale e dei quadri ambientali, va attentamente governato attraverso una progettualità che metta in primo piano la valorizzazione del territorio e la riqualificazione ambientale.

L'analisi svolta sembra indicare che, in Veneto, il turismo sta diventando non solo un fattore di diversificazione economica ma anche un'attività in grado di valorizzare ambiti di particolare valenza ambientale, sottraendoli alle dinamiche di crescita indotte dall'urbanizzazione e dall'industrializzazione degli ultimi decenni.

L'impressione, però, è che la progettualità turistica degli spazi periurbani rimanga al momento alquanto vincolata alle possibilità di finanziamento, risultando particolarmente dinamica soprattutto dove gli attori locali possono mettere in gioco risorse comunitarie.

Paola Savi
Stefano Zamberlan

Paola Savi è prof.ssa di Geografia Economica presso il Dipartimento di Scienze Economiche della Facoltà di Economia nell'Università degli Studi di Verona.

Stefano Zamberlan è assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Economie Società e Istituzioni della Facoltà di Economia nell'Università degli Studi di Verona.

NOTE

* L'argomento prende origine dalle ricerche svolte nell'ambito del PRIN 2005 "Sviluppo turistico e trasformazioni territoriali. Aree urbane, ecosistemi e complessità regionale". In particolare l'articolo riassume alcuni dei risultati relativi al Veneto acquisiti dall'Unità Locale del Piemonte Orientale nell'ambito del tema a essa assegnato: "Luoghi e progettualità emergenti nei processi di valorizzazione turistica delle aree periurbane del Nord Ovest e del Nord Est italiano".

Alla prof.ssa Paola Savi vanno attribuiti i paragrafi 1, 5, 6 e 7, al dott. Stefano Zamberlan i paragrafi 2, 3 e 4. La dott.ssa Raffaella Afferni ha elaborato la cartografia.