

Carrying Capacity

Introduzione di *Jan van der Borg*

La capacità di carico: limite allo sviluppo turistico?

Il cuore dell'offerta turistica consiste senza dubbio nelle risorse turistiche primarie che le destinazioni possiedono. Le risorse turistiche primarie, segnatamente il patrimonio naturale e culturale, hanno due caratteristiche fondamentali. La prima è la loro unicità e, quindi, la loro non riproducibilità. Questa caratteristica rende queste risorse scarse in maniera assoluta e trasla sulle destinazioni la questione delle modalità con cui utilizzare e sfruttare le risorse turistiche in modo ottimale. La risposta più semplice di un economista – quale sono – ai problemi di allocazione ottimale delle risorse, sarebbe quella di lasciare che il mercato faccia il suo dovere. L'incontro tra le esigenze di chi produce o gestisce e quelle dei consumatori genera un segnale forte e chiaro in grado di esprimere inequivocabilmente la scarsità della risorsa; questo segnale si può toccare con mano nel prezzo di mercato. Tuttavia, il fatto che una buona parte del patrimonio naturale e culturale sia un bene pubblico, e pertanto **difficilmente scambiabile sul mercato**, rende la risposta tradizionale inefficace. Il lasciare l'utilizzo delle risorse turistiche all'improvvisazione porta facilmente ad un sottoutilizzo della risorsa turistica (l'assenza di prezzo fa sì che nessuno percepisca il grande valore intrinseco della risorsa) oppure – al contrario – ad un utilizzo eccessivo della risorsa turistica (il grande valore intrinseco del patrimonio è riconosciuto ma, poiché la fruizione della risorsa non comporta alcun costo, la domanda si spinge verso l'infinito). Occorre pertanto trovare un **paradigma alternativo al mercato**, incardinato sul concetto dello sviluppo turistico sostenibile. È opportuno rendersi conto, quanto prima, che è necessario un pianificatore per garantire che lo sviluppo turistico sia effettivamente sostenibile, evitando dunque un sotto o sovra utilizzo della destinazione. Per garantire che lo sviluppo turistico sostenga l'economia locale della destinazione, il livello di sviluppo

*"quella soglia oltre
alla quale il turismo
tende a schiacciare
le altre attività
economiche e sociali"*

dovrebbe innanzi tutto aver raggiunto una certa soglia minima, oltre alla quale i costi d'investimento vengono compensati dai ricavi totali. Non è però sufficiente. Va garantito un livello di sviluppo tale da non superare anche una specie di soglia massima oltre alla quale le esternalità negative annientano i ricavi. Questa soglia massima è la **capacità di carico** della destinazione. Il concetto della capacità di carico presenta diverse dimensioni, riassumibili in quattro gruppi: (a) una dimensione fisica, definita come la quantità massima di visitatori collegata alla sopportazione fisica delle risorse primarie; (b) una dimensione sociale, definita come la quantità massima di visitatori superata la quale cominciano a verificarsi importanti conflitti tra la popolazione locale e i turisti; (c) una dimensione economica, definita come la quantità massima di visitatori collegata con la qualità dell'esperienza del turista; (d) una dimensione socio-economica: definita come la quantità massima di visitatori collegata all'effetto spiazzamento, cioè quella soglia oltre la quale il turismo

tende a schiacciare le altre attività economiche e sociali. Venezia, città turistica per eccellenza, si trova da tempo in una fase che si può definire di "saturazione". Circa 22 milioni di visitatori arrivano a Venezia annualmente; di questi, soltanto il venti per cento è costituito da turisti pernottanti. Il restante ottanta per cento di visitatori è composto da escursionisti, visitatori che non dormono nel centro storico ma a casa o in altre località di vacanza o nella periferia di Venezia. In un tentativo di misurare la capacità di carico, realizzato dall'Università Ca'Foscari di Venezia, emerse chiaramente che la capacità di carico aveva una dimensione quantitativa (non più di circa 12 milioni di visitatori all'anno) e una dimensione qualitativa (il 60% di chi viene dovrebbe essere pernottante e solo il 40% escursionista). La politica turistica dominante di una città come Venezia che ha evidenti problemi di sostenibilità dello sviluppo turistico deve essere prioritariamente quella della gestione dei flussi. Il primo input per tale politica è costituito dal **confronto tra l'afflusso attuale rispetto a quello ottimale**: Venezia dovrebbe ridurre l'afflusso complessivo di circa 10 milioni di visitatori annui, spalmati molto meglio nel corso dell'anno e su tutta la superficie del centro storico. Il secondo input che dobbiamo considerare riguarda la qualità del flusso di visitatori: c'è ampio spazio per far crescere ancora significativamente il turismo pernottante, mentre la parte del mercato turistico da ridimensionare notevolmente è quella escursionistica.

Due nuovi ingredienti di una politica turistica moderna sembrano dare ottime prospettive per rendere il flusso turistico maggiormente compatibile con le esigenze di una destinazione turistica come Venezia: il primo è dato dagli **strumenti di fiscalità** applicati al settore turistico, mentre il secondo ingrediente viene dai sistemi intelligenti di prenotazione. Il fascino dell'introduzione di forme di tassazione per i turisti da parte degli amministratori locali non deriva solamente dal gettito prospettato ma ha un fondamento più

"la leva utilizzata nei confronti dei visitatori dovrebbe essere un pacchetto di accessi privilegiati e di sconti"

pratico. I turisti non votano come i cittadini e quindi la popolarità di chi governa rimane invariata. In realtà, è molto meno facile tassare i turisti di quanto si possa pensare. In primo luogo, la tassa turistica non dovrebbe favorire comportamenti viziosi e disincentivare quelli virtuosi. L'esempio più eclatante è la cosiddetta tassa di soggiorno prevista nell'attuale decreto sul federalismo municipale, tassa che colpisce quei turisti che usufruiscono di servizi di alloggio presso strutture ricettive ufficiali nel luogo della vacanza, e risparmia i visitatori 'mordi e fuggi'. Introdurre una tassa che favorisce gli ospiti meno interessanti e che offre ai clienti migliori un buon motivo per andare a dormire altrove è decisamente sbagliato. In secondo luogo, la tassa non dovrebbe lasciar spazio a comportamenti evasivi. In terzo luogo, la tassa turistica, essendo principalmente una tassa di scopo, non deve sparire nel calderone della spesa pubblica ma essa deve dare a chi è tassato una sensazione di miglioramento della qualità del servizio turistico nella sua interezza. Insomma, bisogna introdurre una tassa turistica che colpisca i visitatori meno interessanti e che al contrario favorisca quelli più interessanti. Inoltre, va trovato un servizio turistico da tassare che interessi a tutti i segmenti del mercato. Se non fosse in contrasto con il principio così caro all'Unione Europea della libera circolazione dei cittadini, il famoso biglietto d'ingresso soddisferebbe pienamente questi criteri. La seconda strada che ormai è difficilmente evitabile è quella di rendere la **visita alla**

destinazione prenotabile per turisti pernottanti e – soprattutto – escursionisti. Così facendo, la gestione del flusso turistico non avverrebbe più attraverso numeri chiusi e divieti, ma attraverso incentivi e disincentivi che indurrebbero i visitatori a comportarsi in modo più rispettoso e più compatibile con le esigenze della città e dei suoi abitanti. La leva utilizzata nei confronti dei visitatori dovrebbe essere un pacchetto di accessi privilegiati e di sconti su prodotti turistici pubblici e privati, uniti in una city card, che si potrà ottenere soltanto tramite prenotazione. I prodotti che meglio si prestano per questo scopo sono i soliti: attrazioni, accoglienza, trasporto di persone, ricettività, ristorazione, artigianato e commercio. Dovranno essere quindi coinvolti tutti i comparti pubblici e privati del sistema turistico locale ma con la regia saldamente in mano al Comune. Le nuove tecnologie, in particolare Internet e gli smart phones, saranno al servizio di questo sistema di gestione dei flussi e serviranno a mettersi in contatto con i visitatori prima della loro partenza e a far confluire, successivamente, le loro prenotazioni in un unico sistema di gestione della visita rendendo così lo sviluppo turistico strutturalmente sostenibile.

Invito alla riflessione di *Massimo Feruzzi*

Jan van der Borg illustra con chiarezza le difficoltà che ogni località si trova ad affrontare nel momento in cui diventa destinazione turistica; quando si supera la soglia della dimensione fisica – massima sopportazione delle risorse primarie – generalmente si entra nella dimensione sociale, e gli indigeni cominciano a mal sopportare la presenza degli Ospiti. È questo il punto di maggiore criticità delle destinazioni, perché è qui che scaturisce il fenomeno dell'antiturismo, quel latente sentimento di malessere che si annida nei residenti. Aumentano i sentimenti – ed i gesti – di sofferenza nei confronti dei turisti, perché la loro invasione viene vista dai residenti come un'occupazione di spazi e di servizi. Allora, al fine di evitare ripercussioni negative che incidono poi sulla dimensione economica e su quella socio-economica, è utile affrontare la questione della carrying capacity. Si tratta, è ovvio, di un argomento delicato, poco gradito: molte Amministrazioni locali hanno la consapevolezza del problema, poche o nessuna lo affronta con capacità di analisi scientifica e, soprattutto, con proposte. Ma il problema sussiste e sarà ancora più tangibile col passare degli anni.

Jan van der Borg

Nato in Olanda, ha studiato economia presso la Erasmus University di Rotterdam specializzandosi in sviluppo sostenibile, economia culturale, urbana e regionale. Dopo il dottorato in economia del turismo e sviluppo urbano, nel 1991 approda in Italia. Qui diventa professore associato all'Università Ca' Foscari di Venezia dove attualmente è Presidente della Laurea Magistrale di Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici. I suoi principali campi di ricerca sono lo sviluppo turistico ed i beni culturali nelle regioni europee. È inoltre Senior Lecturer alla Erasmus University di Rotterdam. È stato consulente in ambito turistico per la Presidenza del Consiglio dei Ministri, la Regione Piemonte e la Regione Veneto, ed il Comune di Venezia. I suoi scritti sono stati inseriti in più di 80 pubblicazioni internazionali riguardanti lo sviluppo turistico, la gestione urbana e le politiche locali.

determinante la qualità urbana, perché sia fonte di arricchimento e non di depauperamento della società locale, esso deve innanzitutto essere compreso in un modello specifico di città eterogenea nelle sue popolazioni e nelle sue attività, che è compito delle ammi-

nistrazioni costruire e far condividere nell'insieme del loro agire; e al quale possano essere riferiti eventuali interventi di controllo dei flussi, contestualizzati a livello di area vasta, evitando soluzioni standardizzate limitate al "settore".

Giannandrea Mencini

Per un turismo consapevole

Ritengo utile sottolineare come il principio conosciuto come "carrying capacity" ovvero il rispetto della capacità di carico delle destinazioni turistiche sia un principio molto importante del turismo sostenibile e quindi un fondamentale indicatore per quantificare la pressione turistica in un determinato territorio. In questo senso mi trovo d'accordo con quanto scritto dal prof. Jan van der Borg che pone l'accento soprattutto sulla questione della capacità di carico. Secondo la definizione fornita dalla World Tourism Organization essa consiste nel numero massimo di persone che visitano, nello stesso periodo, una determinata località, senza compromettere le sue caratteristiche ambientali, fisiche, economiche e socio-culturali e senza ridurre il livello di soddisfazione generale dei turisti. Appare quindi evidente che l'obiettivo della capacità di carico è quello di fissare programmi turistici che tengano conto delle specificità ambientali, territoriali, sociali, culturali ed economiche dei siti intesi come "destinazioni turistiche". Vengono prese in considerazione pure le caratteristiche urbanistiche del territorio, le tipologie turistiche che lo interessano, le problematiche inerenti al rapporto fra turisti e residenti e le politiche turistiche attuate solitamente dalle autorità locali.

Sulla base di queste definizioni appare evidente, e il prof. van der Borg lo fa attraverso la crudezza dei numeri, come una città "turistica per eccellenza" come Venezia sia vicina al punto di non ritorno riguardo la questione della "saturazione" turistica. Tale problema permette quindi di valutare la capacità di carico per la città lagunare, e lo studio dell'Università di Ca' Foscari citato dal prof. van der Borg lo ha fatto, ma permette pure di fare alcune considerazioni sulle politiche turistiche. Il grande problema di Venezia, ma probabilmente anche di altre città turistiche, è la gestione dei flussi. Su questi aspetti come ho potuto scrivere recentemente, le autorità politiche locali sono in forte ritardo. In questa estate la città lagunare ha vissuto uno stato d'assedio degno delle giornate di pieno carnevale: picchi di quasi 100 mila arrivi al giorno per la concomitanza del maltempo che ha portato molti vacanzieri delle spiagge in città e l'arrivo delle grandi navi da crocie-

*"forme di turismo
consapevole possono
essere una risposta
al turismo di massa"*

ra. Più in generale, l'incremento medio per giugno e luglio è stato valutato in un 10%. Le categorie legate al turismo hanno espresso soddisfazione affermando che turismo porta ricchezza ma rimane sempre il dubbio tra i residenti che queste entrate rimangano davvero alla città e ai suoi servizi soprattutto pubblici che devono affrontare spesso tali invasioni. Per cui ha ragione il prof. van der Borg quando parla di necessità di ridurre l'afflusso complessivo di circa 10 milioni di visitatori annui che andrebbero spalmati meglio nel corso dell'anno e su tutta la superficie del centro storico. Bisognerebbe limitare il turismo mordi e fuggi che risulta quello più impattante per la città anche attraverso una tassazione che però, almeno quella prevista oggi dal Comune di Venezia, colpisce di più il pernottamento. La "tassa di soggiorno" introdotta dal Comune di Venezia colpisce i turisti che pernottano negli alberghi del territorio comunale.

Tassa che è determinata per persona e pernottamento fino a un massimo di cinque notti consecutive. L'imposta dunque non viene pagata a partire dal sesto giorno di permanenza in città e le aliquote sono diverse a secondo dell'alta o bassa stagione, all'ubicazione geografica della struttura alberghiera e alla

sua categoria o tipologia. Si paga fino a 5 euro, gratis per i bimbi. Questi strumenti di fiscalità possono essere utili se applicati bene e, in questo caso, dissento dall'interpretazione che il prof. van der Borg fa della tassa, considerandola di scopo, per cui i proventi non dovrebbero sparire nel calderone della spesa pubblica ma essere sostanzialmente reinvestiti nel settore turistico per migliorare la qualità del servizio. Penso invece che dovrebbero questi fondi servire a coprire i costi cittadini che il mercato normalmente non rileva e che sono appunto quelli sociali, ambientali e di intasamento. Anche per non creare quella tensione sociale fra residenti e turisti che non fa bene a nessuno e che invece proprio in questa estate si è venuta a creare nel centro storico di Venezia. Lo sviluppo dei sistemi intelligenti di prenotazione sono altri aspetti che a mio avviso diventeranno determinanti per uno sviluppo del turismo sostenibile sia di pernottamento che escursionistico. In questo caso vorrei anche

spezzare una lancia a favore del turismo escursionistico inteso per me come un turismo "consapevole", per cui ecologico, che rispetta l'ambiente e le caratteristiche etniche e culturali delle popolazioni e che intenderebbe vivere con loro per apprezzarne i gusti e le tradizioni. Oppure il turismo alternativo dove colui che segue questa linea cerca autonomamente destinazioni particolari, scegliendo di alloggiare in strutture economiche gestite direttamente dalle persone locali e vive in diretto contatto con loro o infine il turismo responsabile dove l'attenzione del turista va sugli aspetti sociali e umani e sulle implicazioni etiche del turismo e dove l'escursionista ama immerdersi con la cultura di chi lo ospita. Queste forme di turismo "consapevole" possono essere una risposta al "turismo di massa" dando una alternativa ai normali flussi turistici localizzati, soprattutto in quelle realtà, come Venezia, che offrono un ecosistema umido, quale quello lagunare, unico nel suo genere.

Giuliano Mingardo

Mobilità sostenibile e sviluppo turistico

Un importante aspetto che influenza la capacità di carico delle località turistiche, in tutte le sue quattro dimensioni, è quello della mobilità sostenibile. Il mezzo di trasporto (aereo, treno, auto, bicicletta, etc.) utilizzato dai turisti ed escursionisti per raggiungere e muoversi all'interno della località turistica può fare aumentare o diminuire la soglia della capacità di carico.

È ben risaputo che l'utilizzo di determinate forme di trasporto, in particolare l'automobile, i motocicli e l'aereo, producono una serie di esternalità negative – inquinamento, traffico, incidenti – che possono ridurre la qualità della vita (effettiva e percepita) di una località turistica, sia per i residenti che per i turisti ed escursionisti. In particolare l'eccessivo utilizzo dell'automobile è un problema comune a tutte le città (turistiche e non) del mondo.

È sicuramente un compito di tutte le destinazioni turistiche quello di cercare di ridurre al minimo queste esternalità negative. Gli strumenti per farlo sono fondamentalmente gli stessi suggeriti da van der Borg per ridurre l'eccessivo utilizzo delle risorse turistiche e si possono distinguere in due categorie.

La prima riguarda lo strumento più caro agli economisti, ovvero l'utilizzo del meccanismo del prezzo per regolare il mercato. Nel tentativo di ridurre l'uso dell'auto si può pensare al ticket d'ingresso per le auto, come la congestion charge di Londra e Stoccolma, oppure al più semplice e diffuso uti-

Giannandrea Mencini

Storico, saggista e pubblicista, si occupa di storia dell'ambiente e del territorio. Collabora con varie testate giornalistiche. Ha avuto incarichi istituzionali ed è tra i fondatori a Venezia dell'associazione ambientalista VAS (Verdi Ambiente Società), di cui attualmente è Vicepresidente nazionale. Lavora a Venezia all'Arsenale presso la Società Thetis SpA, dove è responsabile dell'ufficio stampa e delle relazioni esterne. Fra le sue ultime pubblicazioni segnaliamo: "Il Parco che verrà" (2009, edizioni Carta), "Acqua Alta" (2009, Lineadacqua edizioni, tradotto in inglese e francese), "Fermare l'onda" (2011, Corte del Fontego Editore).

lizzo della sosta a pagamento. Questi strumenti sono assolutamente validi e necessari ma conoscono due limiti principali, strettamente collegati tra loro: il primo è costituito dal fatto che sono difficili da accettare e far accettare; il secondo consiste nella difficoltà di trovare il giusto prezzo e farlo accettare agli amministratori locali ed agli utenti.

La seconda categoria di strumenti che possono essere usati per ridurre l'utilizzo dell'auto riguarda l'incentivazione dei mezzi alternativi, in particolare il trasporto pubblico e la bicicletta. In questo ambito negli ultimi anni si è sviluppata in Europa una nuova corrente di pensiero conosciuta con il nome di *Mobility Management*. Fondamentalmente si tratta di applicare una gamma diversificata di strumenti "soft" – come informazioni ai viaggiatori, integrazioni tariffarie del trasporto pubblico, sviluppo dell'intermodalità, ... – al fine di scoraggiare l'uso dell'auto ed stimolare l'uso di forme di trasporto alternati-

ve. Questi strumenti sono un'alternativa ai classici strumenti "hard" come la costruzione di nuovi parcheggi o l'allargamento di strade e/o infrastrutture per i mezzi pubblici. Il grande vantaggio del mobility management è che, generalmente, richiede investimenti finanziari relativamente bassi, offre strumenti molto flessibili e si può attuare in tempi brevi. Questo al contrario degli investimenti in infrastrutture che sono molto costosi, poco flessibili e richiedono tempi di realizzazione molto lunghi.

Un esempio classico di mobility management che

*"utilizzo del
meccanismo del prezzo
per regolare il mercato"*