



Ritaglio stampa ad uso esclusivo  
del destinatario, non riproducibile

# Turismo, Veneto satellite di un pianeta piccolo

di ROMANO TOPPAN

**B**enché la nostra Regione sia la prima d'Italia nel settore turistico, molti osservatori hanno percepito la sua partecipazione alla Borsa italiana del turismo di Milano come una partecipazione «sommessa», quasi impercettibile.

Se il Veneto fosse una nazione, con i suoi oltre 60 milioni di presenze, farebbe parte di diritto al G20 del turismo.

Se le messe solenni come la Bit offrono l'occasione di far cantare grandi polifonie spettacolari, il Veneto sembrava cantare un sommesso gregoriano.

Sono tra quelli che non hanno mai considerato le Fiere turistiche un mezzo efficace di promozione: nel rating degli oltre 50 strumenti principali in uso nella promozione turistica, il rapporto costi-benefici delle fiere è nel quadrante più basso, insieme agli spot televisivi e alle affissioni, mentre il miglior risultato al costo più basso lo danno ormai i nuovi strumenti del web marketing e del web 2.0 (come i social networks). Tuttavia le fiere, soprattutto quelle importanti come la Bit o la Itb di Berlino o la Wtm di Londra, hanno un carattere «ostentativo» e muscolare: servono a trasmettere la «percezione» della strategia e del peso che un territorio attribuisce al turismo.

Il Veneto ha dei vantaggi competitivi che poche regioni o nazioni hanno: basti pensare solo al suo patrimonio architettonico con le oltre 4.000 ville e dimore storiche, e la Provincia di Venezia, che da sola rappresenta un attrattore formidabile pari alla metà dell'intero risultato turistico regionale. Che cosa manca? Manca quello che fa difetto, ormai endemico, dell'intero nostro Paese: il pensiero strategico. Il pensiero strategico non gode di molta considerazione nel panorama italiano: una «visione» di lungo periodo, che molte nazioni vicine a noi hanno saputo darsi, non esiste da molto (troppo) tempo nel nostro

paese e i problemi, le criticità e i ritardi si stanno accumulando, creando una condizione di geometrie «impazzite», nelle quali le forme dello sviluppo economico, sociale, culturale acquistano un profilo sbilenco e asimmetrico, tra regioni diverse, all'interno delle stesse regioni e all'interno delle stesse province, con punte avanzate di eccellenza, che spesso rimangono isolate e oppresse da esternalità che ne limitano il pieno dispiegamento, e una nutrita schiera di situazioni locali a macchia di leopardo, dove insistono bolle di degrado e di disagio, con una situazione di squilibri territoriali e di perdite di capitale «sociale» che ne fanno una società sfarinata e liquida.

Occorre che il Veneto, in una fase di crisi come quella attuale, investa di più proprio dove ha più forza e nelle cose in cui è meno imitabile: l'imitazione del nostro settore manifatturiero da parte delle economie emergenti (dalla Turchia alla Cina) si è rivelato facile e rapido, mettendo in crisi proprio l'asse portante del nostro sviluppo tra gli anni settanta e le soglie del 2000. I «metal-mezzadri» di un tempo hanno fatto del Veneto una delle prime 10 regioni d'Europa per ricchezza, non solo con il lavoro, ma soprattutto con un fortissimo capitale «sociale» che ha permesso molte «economie coalizionali» (come i distretti e gli associazionismi diffusi), che sono alla base della originalità del modello veneto, tanto apprezzato a livello nazionale ed internazionale. Ma il nostro rating nazionale sull'industria della ospitalità, secondo molti osservatori internazionali indipendenti, malgrado i numeri (per fortuna ancora consistenti) non è incoraggiante per le prospettive future: il World Economic Forum mette l'Italia fuori dai primi 20 paesi nell'indice di competitività della economia turistica, mentre i nostri competitori più agguerriti (Francia, Spagna, Austria) figurano tra i primi dieci. Nella competitività sui prezzi l'Italia occupa il 130° posto su 133, nel grado di priorità con cui i governi considerano il turismo siamo al 106° posto, 7 posti più in basso della Mongolia, nella competitività sulle risorse naturali siamo al 90°, nella qualità del nostro sistema educativo all'84° e nella sicurezza all'82.

Questo scenario mondiale, purtroppo, provoca, per noi veneti, un effetto un po' paradossale: il Veneto (e la Provincia di Venezia in primo luogo) sono, è vero, al primo posto nel nostro Paese per industria turistica, ma rimangono sempre legate al posizionamento del Paese e la percezione che gira nel mondo risente del posizionamento o del rating che ha il «contesto» nazionale. E' come se la nostra Regione fosse un grande satellite, ma di un pianeta piccolo, che si sta velocemente allontanando dal sole.

**Romano Toppan**

*Docente di Economia del Turismo*