

MONICA BERNARDI
EZIO MARRA

**ATTRATTIVITÀ
TURISTICA E
DISTINZIONE URBANA:
Elementi di competizione
nella metropoli
contemporanea**

LEDIZIONI

Il presente volume è stato pubblicato con il contributo del Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca.

© 2022 Ledizioni LediPublishing
Via Boselli 10, 20136 Milano – Italy
www.ledizioni.it
info@ledizioni.it

Attribuzioni: i due autori hanno ideato e discusso i contenuti del volume insieme; i testi sono stati scritti da Monica Bernardi, ad eccezione della prefazione e del paragrafo 4.4 a firma Ezio Marra; l'introduzione è stata scritta insieme dai due autori.

Monica Bernardi e Ezio Marra, *Attrattività turistica e distinzione urbana: elementi di competizione nella metropoli contemporanea*

Prima edizione Ledizioni: marzo 2022
ISBN: 978-88-5526-658-1

Le riproduzioni a uso differente da quello personale potranno avvenire, per un numero di pagine non superiore al 15% del presente volume, solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da Ledizioni.

INDICE

| | |
|--|-----------|
| PREFAZIONE | 5 |
| INTRODUZIONE | 7 |
| 1. TURISMO E CONTESTI URBANI: PRIMI ELEMENTI DI STUDIO | 11 |
| 1.1 Città e Turismo Urbano | 11 |
| 1.2 Ritardo nello studio del fenomeno | 15 |
| 1.3 Turismo ed evoluzione della città | 22 |
| 2. TURISMO E CITTÀ: IMPATTI E QUESTIONI APERTE | 29 |
| 2.1 Studiare l'impatto turistico sulle città | 29 |
| 2.2 Il ciclo di vita delle destinazioni turistiche | 32 |
| 2.3 La capacità di carico delle destinazioni turistiche | 35 |
| 2.4 Gli impatti materiali e immateriali del turismo | 38 |
| 2.5 Una nota sul concetto di autenticità | 46 |
| 2.6 Il fenomeno dell' <i>overtourism</i> | 47 |
| 2.7 Suggerimenti dell'Organizzazione Mondiale del Turismo | 51 |
| 3. LA COMPETIZIONE TRA CITTÀ | 57 |
| 3.1 Città che competono | 57 |
| 3.2 La teoria dei regimi urbani | 59 |
| 4. LA DISTINZIONE URBANA | 67 |
| 4.1 Green-Blue City | 73 |
| 4.1.1 <i>Indici per la città verde e la città blu</i> | 74 |
| 4.1.2 <i>La città verde-blu</i> | 76 |
| 4.1.3 <i>Altri elementi distintivi di sostenibilità</i> | 80 |
| 4.1.4 <i>Casi studio ed eccellenze</i> | 82 |
| 4.2 Waterfront | 85 |
| 4.2.1 <i>Verso la rigenerazione dei waterfront</i> | 86 |
| 4.2.2 <i>Gestione e impatti dei processi di rigenerazione dei waterfront</i> | 89 |
| 4.2.3 <i>Trasformazione spaziale e impatto ambientale</i> | 91 |
| 4.2.4 <i>Casi studio ed eccellenze</i> | 92 |
| 4.3 Musei | 96 |
| 4.3.1 <i>Il museo nel tempo</i> | 96 |
| 4.3.2 <i>L'interazione museo-città</i> | 98 |
| 4.3.3 <i>Definizioni e indici</i> | 101 |
| 4.3.4 <i>Casi studio ed eccellenze</i> | 104 |
| 4.4 Iconic building | 107 |
| 4.4.1 <i>Quattro architetti moderni</i> | 108 |
| 4.4.1.1 <i>Philip Johnson</i> | 108 |
| 4.4.1.2 <i>Le Corbusier</i> | 109 |
| 4.4.1.3 <i>Mies van der Rohe</i> | 110 |
| 4.4.1.4 <i>Frank Lloyd Wright</i> | 112 |
| 4.4.1.5 <i>Ancora Philip Johnson</i> | 112 |
| 4.4.2 <i>Pritzker prize: Il nobel dell'architettura</i> | 114 |
| 4.4.3 <i>Casi studio ed eccellenze</i> | 116 |
| 4.5 Mega Eventi | 120 |
| 4.5.1 <i>Quanti e quali eventi?</i> | 120 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 4.5.2 | <i>Mega eventi e marketing territoriale</i> | 124 |
| 4.5.3 | <i>Expo e Olimpiadi</i> | 127 |
| 4.5.4 | <i>Casi studio ed eccellenze</i> | 129 |
| 4.6 | <i>Festivalization</i> | 132 |
| 4.6.1 | <i>L'economia delle esperienze</i> | 133 |
| 4.6.2 | <i>I Festival urbani</i> | 134 |
| 4.6.3 | <i>Costruire la "città festivalizzata"</i> | 136 |
| 4.6.4 | <i>Casi studio ed eccellenze</i> | 138 |
| 4.7 | <i>Luci della città</i> | 142 |
| 4.7.1 | <i>Illuminazione urbana, sicurezza e tecnologia</i> | 143 |
| 4.7.2 | <i>Festival delle luci e installazioni artistiche</i> | 146 |
| 4.7.3 | <i>Luci della notte</i> | 148 |
| 4.7.4 | <i>Casi studio ed eccellenze</i> | 149 |
| 4.8 | <i>Smart & Sharing City</i> | 153 |
| 4.8.1 | <i>Smartness urbana e piattaforme di condivisione</i> | 153 |
| 4.8.2 | <i>Smart City Index</i> | 159 |
| 4.8.3 | <i>Smart tourism destination</i> | 160 |
| 4.8.4 | <i>Casi studio ed eccellenze</i> | 162 |
| 4.9 | <i>Heritage</i> | 167 |
| 4.9.1 | <i>Il termine heritage</i> | 167 |
| 4.9.2 | <i>L'heritage tourism e le heritage cities</i> | 168 |
| 4.9.3 | <i>UNESCO e heritage</i> | 170 |
| 4.9.4 | <i>Heritage in Italia</i> | 174 |
| 4.9.5 | <i>Casi studio ed eccellenze</i> | 177 |
| 4.10 | <i>Cineturismo</i> | 180 |
| 4.10.1 | <i>Il cinema come fenomeno urbano</i> | 180 |
| 4.10.2 | <i>Film Commission e cineturismo</i> | 184 |
| 4.10.3 | <i>Smart Movie Tourism e app per il cineturismo</i> | 188 |
| 4.10.4 | <i>Casi studio ed eccellenze</i> | 189 |
| 5. | TURISMO INTRAPANDEMIC | 191 |
| 5.1 | <i>Misurare la reazione delle città</i> | 192 |
| 5.2 | <i>Covid-19, turismo e città</i> | 194 |
| 5.3 | <i>Indizi per ripensare il turismo</i> | 197 |
| 5.4 | <i>Concludendo</i> | 200 |
| | <i>Bibliografia</i> | 203 |

PREFAZIONE

Ezio Marra

Il testo che qui presentiamo costituisce una tappa importante di un lungo percorso di ricerca iniziato nel 2006 con un progetto di ricerca di interesse nazionale, finanziato dal Ministero dell'Università e della Ricerca, da me diretto e condotto in collaborazione con Chito Guala dell'Università di Torino e da Enrico Ercole dell'Università del Piemonte Orientale. I risultati della ricerca appena citata che aveva come titolo La distinzione urbana vennero presentati al Centro QuaSi (Qualità della vita nella Società dell'Informazione) dell'Università di Milano-Bicocca nell'ottobre del 2009. Dopo di allora, ovviamente, negli oltre 12 anni che sono passati, molte sono state le pubblicazioni dei ricercatori del gruppo ricordato e quelle di altri colleghi che hanno affrontato i temi allora proposti. Ne diamo un resoconto compiuto nella ampia bibliografia alla fine di questo volume.

Quando iniziò il progetto ero ancora all'Università della Calabria dove, nel 1994, avevo preso servizio come giovane ordinario. Dal 2007, il progetto continuò all'Università di Milano-Bicocca, dove venni chiamato, sulla cattedra di Sociologia Urbana, sino ad allora tenuta da Guido Martinotti.

Nella mia esperienza calabrese ho cominciato ad insegnare Turismo urbano per la laurea magistrale in Valorizzazione dei sistemi turistico culturali dove ho lavorato con la collega Sonia Ferrari, su temi di ricerca legati agli eventi e all'economia delle esperienze.

Come ho ricordato all'inizio, la ricerca su La distinzione urbana, è iniziata in Calabria. La divisione del lavoro tra le tre Unità Locali di ricerca attribuiva a quella calabrese il compito di studiare come, l'immagine della città raccontata nei film, la presenza delle opere

dei grandi architetti superstar e le trasformazioni dei porti e il recupero dei waterfront potessero diventare strumenti per rendere le città più attraenti.

L'Unità locale capitanata da Chito Guala, nel periodo delle Olimpiadi invernali di Torino 2006, aveva il compito di studiare gli eventi e i Mega Eventi prendendo spunto da altri Grandi Eventi virtuosi che avevano contribuito alla rigenerazione urbana di molte città.

Infine l'Unità locale dell'Università del Piemonte-orientale, coordinata da Enrico Ercole, aveva il compito di studiare in modo più specifico la rilevante crescita dei consumi culturali in funzione di una rivitalizzazione del vivere urbano.

Dal 2007, arrivato all'Università di Milano-Bicocca ho ritrovato con piacere colleghi e colleghe con cui avevo lavorato in precedenti esperienze di ricerca e nuovi colleghi e colleghe di discipline diverse dalla sociologia con cui si è instaurato un proficuo scambio di conoscenze e di interessi di ricerca sui temi appena illustrati. Soprattutto ho continuato ad insegnare Turismo urbano, sino all'A.A. 2017-18. Attualmente il corso di Turismo urbano, all'Università di Milano-Bicocca, è tenuto da Monica Bernardi che ha portato ulteriori e preziose competenze per trattare i temi indicati e che vengono presentati in questo volume. Sono quindi particolarmente lieto di aver passato il testimone ad una collega giovane e ricca di molte e utili esperienze internazionali.

Come dicevo all'inizio questo volume è una tappa importante di un percorso di ricerca che costituisce un continuo *work in progress* in quanto le città e gli attori sociali, in continua competizione, non sempre virtuosa, mutano rapidamente.

Al momento mi permetto di citare in chiusura la scherzosa, ma non troppo, affermazione di Norberto Bobbio che diceva che "raggiunta una certa età valgono di più gli affetti dei concetti".

Torino-Milano 20, febbraio 2022

INTRODUZIONE

Cosa rende attrattiva una città in chiave turistica? Quali aspetti dei contesti urbani richiamano i visitatori e i turisti? E come le città si attrezzano per provare ad attrarne sempre di più, trasformando il turismo in un veicolo di crescita e sviluppo? Il volume prova ad avanzare delle riflessioni per rispondere a queste ed altre domande relative al turismo urbano, in un tempo storico, quello attuale, che sta profondamente mettendo a dura prova le vecchie strategie che le città hanno adottato e sviluppato per primeggiare nella competizione turistica internazionale. Che il turismo cambi con l'evoluzione della società non è certo una novità, e che quindi anche l'avvento di una pandemia possa mutare gli equilibri e introdurre delle nuove modalità di crescita e sviluppo turistico, non ci sorprende.

Il volume si struttura in cinque capitoli che, in un crescendo, ci porteranno prima a trattare il tema del turismo urbano nel suo senso più generale; poi a riflettere sulle strategie di attrazione che le città possono portare avanti per mantenere o migliorare il proprio posizionamento nella competizione internazionale; per concludere infine con delle prime considerazioni sugli stravolgimenti che il Covid-19 ha avuto sul comparto turistico. A fare da filo conduttore è l'attenzione alla città che cambia, lo sguardo del sociologo urbano che la attraversa e prova a cogliere nell'evoluzione storica della stessa i segni distintivi di attrattività.

Nello specifico, nel primo capitolo vengono introdotti gli elementi di base per comprendere il turismo urbano, provando a delimitare i confini della disciplina ed evidenziandone l'origine. Ci si interroga in prima battuta su cosa sia *urbano* e su cosa si intenda per *turismo urbano*. Infatti, pur essendo un'importante dimensione umana legata all'esperienza e anche ai consumi, il turismo urbano è entrato tardi a far parte delle tematiche accademiche; solo quando si è

giunti ad una piena convergenza fenomenologica delle discipline relative agli studi urbani con il fenomeno del turismo, si è iniziato a riflettere in chiave di turismo urbano. A partire da questa premessa, il volume evidenzia le definizioni del fenomeno approfondendone le caratteristiche chiave: cos'è il turismo urbano? Quali sono gli approcci per lo studio del turismo urbano? E come evolve il turismo con l'evolvere della società? Che tipo di turismo caratterizzava la città fordista? E quella post-fordista? Come si è arrivati al turismo di massa? Che tipo di turismo caratterizza oggi le metropoli contemporanee? E la società digitalizzata?

Proprio l'evoluzione del turismo nel tempo, frutto dei cambiamenti che la società ha introdotto, ha creato una forte nuova attenzione da parte degli studiosi in particolare sul tema degli impatti. Accanto ai benefici che il turismo porta nelle destinazioni, ci sono infatti una serie di "effetti perversi" che se non gestiti possono risultare altamente disfunzionali per le destinazioni. Il capitolo secondo approfondisce questa dimensione partendo dagli studi e dalle ricerche emerse in letteratura per analizzare situazioni anomale e disfunzionali e comprenderne le dinamiche. La condizione più nota è sicuramente quella del cosiddetto *overtourism*, che travolge le città con un sovraffollamento a cui seguono tutta una serie di ritorsioni di vario tipo, da quelle ambientali, a quelle economiche, a quelle sociali, creando situazioni di forte disagio per i residenti, e spesso anche per gli stessi turisti. Concetti come "capacità di carico" o "ciclo di vita" di una destinazione sono presentati per approfondire il tema degli impatti e ragionare anche su effetti ulteriori di tipo più immateriale che compromettono le destinazioni. Si pensi ai processi di gentrificazione esacerbati dalla massiccia presenza turistica, o al rischio di standardizzazione e banalizzazione delle destinazioni con conseguente perdita dell'identità, del sapore, del *genius loci* di un territorio; o ancora la ricerca di autenticità diviene rappresentazione, e quindi finzione, e snatura la destinazione dandole un significato posticcio che ne ricrea l'originale.

Dopo questi inquadramenti teorici che collocano il volume nella dimensione dell'analisi sociologica del turismo urbano, il capitolo tre introduce il cuore del lavoro, provando a comprendere le strategie che le città, nell'evoluzione storica e socio-economica, hanno adottato per competere a livello internazionale. La concorrenza inter-territoriale a diverse scale (dal livello locale fino a quello globale) che interessa le città ha legittimato quella che Keating (2001) definisce una crescente spirale competitiva tra città di rango analogo che lottano tra loro mettendo in campo tutta una serie di

strategie sempre più raffinate per preservare il proprio posizionamento. La metropoli contemporanea infatti, dinamica e reticolare (De Matteis 1991), porta con sé la dimensione della competizione. È il paradigma post-industriale a proporre nuovi modelli interpretativi della struttura urbana favorendo l'affermazione del concetto di competizione (Ciciotti 1993). Le città iniziano a ricercare una propria specializzazione per riposizionarsi in un mercato in competizione, in cui l'efficienza in termini di erogazione di risorse non è più sufficiente ed altri elementi divengono preponderanti. Questo avviene anche in chiave turistica. La dimensione urbana, la città, diviene il palcoscenico su cui si giocano le carte dell'attrazione turistica, in cui le agende locali stabiliscono e promuovono strategie e piani di sviluppo che possono includere o escludere potenziali elementi di "distinzione urbana".

Il concetto di "distinzione urbana" proposto da Marra (2006) per comprendere le logiche di riposizionamento delle città e fornirci degli strumenti di analisi puntuali, è dettagliato nel capitolo quattro. In una logica che considera la città sempre più prodotta da vendere (Balbo 2002), nel quadro di un mercato *marketing* territoriale, gli elementi di "distinzione urbana" la definiscono, la caratterizzano, la rendono riconoscibile nel panorama internazionale, sono *hallmark* specifici che ne stabiliscono e affermano la specializzazione. Il capitolo riprende i dieci elementi suggeriti da Marra, descrivendoli e portando degli esempi concreti di città che li hanno scelti come elementi strategici per distinguersi nella competizione internazionale.

Infine, nell'ultimo capitolo del volume, si propongono delle prime riflessioni su quello che ci piace definire un turismo *intrapandemic*, visto che non possiamo certo credere che lo stato emergenziale e la pandemia siano alle spalle. Uno sguardo generale a quanto accaduto al comparto a partire da marzo 2020 apre a delle considerazioni circa i mutamenti che il comparto stesso sta affrontando, e spinge a riflettere anche sulle nuove combinazioni potenzialmente più efficaci ed efficienti di elementi di distinzione urbana.

