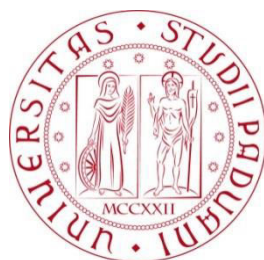


UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA
Dipartimento di Studi Linguistici e Letterari

Corso di Laurea Magistrale in
LINGUE MODERNE PER LA COMUNICAZIONE E LA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE
CLASSE LM-38



Tesi di Laurea Magistrale

IL TURISMO ESTERO A PADOVA E VERONA: UNA COMPARAZIONE

Relatore:

Prof. Maurizio Mistri

Laureanda: Silvia Scibetta

Matricola: 1057804

Anno Accademico 2015-2016

INDICE

RESUMEN	5
INTRODUZIONE	23
CAPITOLO 1 Breve storia del turismo	25
CAPITOLO 2 Il turismo in Italia e nella regione Veneto	31
2.1 L'Italia	31
2.2 Il Veneto	37
CAPITOLO 3 Padova e Verona: offerta turistica a confronto	41
3.1 Padova	41
3.2 Verona	41
CAPITOLO 4 Analisi statistica dei dati	45
4.1 Premesse	45
4.1.1 Definizioni Utili	46
4.2 Andamento generale	47
4.3 Provenienza turistica	52
4.4 Offerta turistica	59
4.1.1 Offerta Alberghiera	80
4.1.2 Offerta extra-alberghiera	82
4.3.3 Occupazione	86
4.4.4 Movimentazione turistica per alloggio	87
4.5 Studio delle presenze nelle strutture museali e monumentali delle città	94
4.6 I STL Garda e Terme Euganee	97
CONCLUSIONI	109
BIBLIOGRAFIA	113

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es el de comparar las tendencias del turismo extranjero en las ciudades de Verona y Padua en la década 2005-2015. A través del análisis de los datos estadísticos proporcionados en su mayoría por las provincias de Padua y Verona, se ha intentado estudiar los cambios que se han producido en la década en examen con respecto a diferentes factores, externos e internos a las dos ciudades, que aparecen determinantes para la obtención de buenos flujos turísticos en entrada. Antes de empezar el análisis de los datos turísticos, sin embargo, sería oportuno especificar que entendemos hoy en día con la palabra turismo.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), la agencia estadounidense especializada que se ocupa de coordinar las políticas turísticas y la promoción del desarrollo de un turismo responsable y sostenible, define hoy el turismo como “actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos”. De hecho, durante los años el turismo ha ido sufriendo un cambio continuo que lo ha convertido en un fenómeno muy diferente a lo que era en el pasado. Esta mutación se tiene que reconducir a la evolución contemporánea tanto a nivel social como económico. Considerando esta premisa, se pueden identificar cuatro épocas diferentes:

Proto turismo: de 1200 a 1750. Se distingue por dos características fundamentales, o sea, la falta de estructuras especializadas y un espacio que queda indiferente a las necesidades de los turistas. Se pueden subrayar cuatro tipologías diferentes de turismo: las vacaciones al mar o en la montaña, donde pasar el tiempo sólo cuidando de sí mismos; el turismo de balneario, relacionado con el cuidado del cuerpo y las enfermedades; el turismo religioso, hacia tres destinos principales: Jerusalén, Roma y Santiago de Compostela; y el Grand Tour, cuyo objetivo era adquirir una formación cultural abierta y una nueva sensibilidad artística y científica.

Turismo moderno: desde 1750 hasta los últimos años de 1800. En esta etapa, el turismo va adquiriendo una relevancia cada vez mayor a nivel económico, y es por esta razón

que van apareciendo las primeras estructuras turísticas y consecuentemente también el paisaje se ve inevitablemente influenciado por una nueva organización y estructuración de los lugares. En esta época el turismo sólo es prerrogativa de la aristocracia y se practica principalmente por motivos terapéuticos, primero en balnearios, luego en las aguas frías del Mar Báltico y Mar del Norte y finalmente en las costas del Mediterráneo para aprovechar los efectos positivos del sol. Solo después de la Revolución Industrial se puede apreciar una *democratización del turismo* (la práctica turística se expande también a empleados y comerciantes) y el nacimiento del turismo natural con la creación de los primeros parques nacionales.

Turismo de masas: se desarrolla en el siglo XX con el pasaje del turismo de élite al turismo de masas, hecho posible por una mayor organización y estandarización de la oferta. Con el objetivo de satisfacer la demanda de la clase media, que crece con ritmos exponenciales, se difunden paquetes y servicios turísticos estandarizados. A esto se acompaña un claro avance en el sector de los transportes: el uso de los automóviles y la afirmación de los vuelos charter permiten desplazamientos cada vez más rápidos y cada vez menos caros. Hace falta recordar que en esta fase también la razón del viaje cambia: las vacaciones, a lo largo del Novecientos, adquieren un valor social y se convierten en elemento fundamental para la integración en la sociedad.

Turismo posmoderno: representa la última etapa en la evolución del turismo. Se ha ido desarrollando desde las últimas décadas del siglo XX hasta hoy, y esta nueva forma de turismo se caracteriza por una relación diferente y más profunda entre turista y territorio. El viajero tiene cada vez más ganas de vivir una experiencia altamente personalizada, distinta, única, que se aleja mucho de la estandarización de la época anterior. Se puede hablar de una demanda fuertemente segmentada a la que le corresponde una oferta especializada y diferenciada.

Italia, gracias a su patrimonio artístico y cultural y a la extraordinaria variedad de paisajes se ha siempre confirmado como etapa fundamental de los viajes de formación cultural. Según el *The travel and tourism competitiveness report 2015*, publicado por el *World Economic Forum*, Italia puede hacer alarde de un turismo altamente competitivo, que le permite situarse en la octava posición de la lista mundial por competitividad turística. En el listado, que ve en primera posición España, Italia llega después de Francia, Alemania, Estados Unidos, Inglaterra, Suiza y Australia. Como afirma el

informe, la fuerza turística de Italia reside principalmente en su cultura y su historia. De hecho, con 51 sitios, Italia es la primera nación del mundo con el mayor número de lugares tangibles inscritos en la lista de Patrimonio de la Humanidad de UNESCO y es conocida por sus ciudades pintorescas, sus monumentos y esos escenarios naturales que le merecen la segunda posición en la lista mundial de turismo natural. Otro punto fuerte del País resulta ser la capacidad de ofrecerle a los turistas excelentes estructuras de alojamiento (3ª posición), garantizando además niveles muy satisfactorios de higiene y salud (posición 20). Si bien todos estos elementos le permiten a nuestro País hacer alarde de posiciones prestigiosas en las listas de destinos turísticos mundiales, por otro lado la ineficiencia en el sector empresarial con relación al turismo frena el desarrollo de la industria italiana, porque las inversiones privadas se ven bloqueadas por altos impuestos y leyes que, de hecho, desalientan las inversiones extranjeras directas. En comparación con otros países europeos como España y Grecia, Italia además ofrece precios menos competitivos, y esto provoca que esté casi en las últimas posiciones de la lista mundial (posición 133). Italia es una tierra rica de historia y cultura, y es patente el interés de los turistas extranjeros de emprender un viaje hacia destinos italianos de alto contenido histórico y artístico: las regiones más visitadas son las del Norte de Italia. Desde hace años, Veneto se confirma como primera región italiana por número de turistas, seguido por Lombardía, Toscana, Lacio, Trentino-Alto Adigio, Emilia-Romaña, Sicilia, Campania, Liguria y Piamonte.

La región de Veneto se caracteriza por su oferta turística poliédrica y completa, en ella cada tipología de turismo encuentra su “expresión”. Antes que nada, en el territorio de Veneto se sitúan 5 de los 51 sitios italianos reconocidos por UNESCO como Patrimonio de la Humanidad. Entre ellos, las Dolomitas, 24 de las 3803 villas venetas, las ciudades enteras de Venecia, Vicenza y Verona y, por último, el conocido Jardín Botánico de Padua. Si examinamos el lado organizativo, la región Veneto instituyó con la Ley Regional n. 33/2002 los Sistemas Turísticos Locales (STL), eligiendo acoplarse a la reforma de la legislación nacional en materia de turismo, que con la Ley n. 135 del 29 de Marzo de 2001 fomenta la creación de STL definidos como: “contextos turísticos homogéneos e integrados, que involucran ámbitos territoriales pertenecientes incluso a Regiones diferentes, caracterizados por la oferta integrada de bienes culturales, medioambientales y de atracciones turísticas, también productos típicos de la agricultura y artesanía local, o por la capilar presencia de ofertas turísticas individuales o

asociadas”. La Región Veneto ha repartido su territorio regional en 15 ámbitos territoriales con tipología de oferta turística homogénea, y 6 de estos corresponden a capitales provinciales, cuyos confines administrativos conciden de hecho con los de los STL. Cada STL se identifica a través de la oferta específica de un producto turístico tradicional, al que se le añaden ofertas transversales que complementan el abanico turístico del territorio. El *producto de playa* lo ofrecen los STL de Venecia, Bibione y Caorle, Jesolo y Eracles, Rovigo y Cavallino. El STL de Venecia, además, ofrece un producto turístico adicional y no menos importante, el de *ciudad de arte*, y la acompañan Verona, Padua, Vicenza y Treviso. El *producto de montaña* se articula como factor prevalente entre los STL de las Dolomitas, de Belluno y del Altiplano de Asiago, mientras aparece como producto secundario en el territorio de Verona por la presencia de los Prealpes de Lessona. El *producto de lago* se ofrece mayormente en la zona de Garda. Finalmente, el *producto de balneario*, que se desarrolla de forma predominante en los STL de Terme Euganee y de Vicenza (Recoaro Terme).

Analisis estadístico de los datos:

Del análisis de las tendencias generales que compara las llegadas turísticas (el número de clientes llegados, diferenciados en residentes y no residentes, que se han registrado en la estructura de alojamiento en el periodo en examen) y las presencias turísticas (el número de las noches que los clientes transcurrieron en las estructuras de alojamiento en el periodo en examen) en las ciudades examinadas durante la década 2005-2015, se ha observado que la mayor reducción en este periodo se ha registrado en las presencias en la ciudad de Verona en el bienio 2008-2009. Como sabemos, el turismo se presenta como fenómeno social y económico, y por esto se ve afectado por cambios debidos, justamente, a cambios socio-económicos. Como recordamos, el trienio 2008-2010 fue sujeto a la mayor crisis económico-financiera global después de la del '29, y de ella salió más debil no sólo el turismo italiano, sino el conjunto del turismo mundial. Padua y Verona también vivieron en su propia piel los efectos de la crisis, de hecho Verona ha bajado de 342.138 llegadas en 2007 a 321.325 en 2009, registrando una reducción del 6%; en cambio, Padua sufre un empeoramiento del 10% en 2009 en comparación con 2007, registrando aproximadamente 194 938 llegadas. Si por lo que atañe a las llegadas Padua se muestra como la ciudad que más ha sufrido el golpe de la crisis, si miramos a

las presencias, ésta última registra una disminución inferior de cinco puntos en comparación con la ciudad de Verona (-7,72% y -12,58% respectivamente). Además, incluso en los años siguientes se puede notar una recuperación diferente entre las dos ciudades: de hecho, mientras Verona registra un aumento moderado de las presencias (+29% de 2010 a 2014), Padua marca una recuperación más rápida (+39% en los mismos años). Examinando los años después de la crisis, en cambio, entre las dos capitales no se aprecian diferencias evidentes; de hecho, si en Verona vemos un aumento del 33% con 489 648 llegadas, en Padua se registra un aumento de casi el 38% con 331 063 llegadas. De esta primera comparación parece emerger, en general, un buen aprecio de los turistas hacia ambas ciudades que se traduce en nuevas llegadas cada año. Los porcentajes de crecimiento han evidenciado un mayor repunte del *inbound* en la ciudad de Padua que, además, ha mostrado mejor resistencia a la recesión del flujo turístico durante la crisis. Estos resultados tan entusiasmantes para la ciudad de Padua se compaginan con la conciencia que Verona se ha abierto mucho antes al turismo internacional, y que por consiguiente ya ha alcanzado una posición de renombre a nivel mundial, y sus porcentajes de crecimiento se pueden considerar más que satisfactorios. Padua, diferentemente de Verona, es una ciudad que ha dado sus primeros pasos hacia el turismo internacional sólo en esta última década. Otro factor que tener en cuenta en la interpretación de los datos es el factor económico. Se puede hipotizar que a la hora de planificar su viaje los turistas consideren los gastos a los que tendrán que enfrentarse para dormir, eligiendo así esos lugares donde la incidencia económica es menor, aunque les ofrezcan casi las mismas oportunidades. Con el objetivo de investigar este aspecto, se han examinado dos índices: el Average Daily Rate (ADR) (conocido también como Tarifa Media Diaria, que indica los ingresos medios por habitación ocupada) y el Revenue per Available Room (RevPar) (conocido como Ingresos por Habitación Disponible, que proporciona datos reales acerca del precio efectivo de las habitaciones vendidas). Del análisis de estos dos índices, a través de los datos obtenidos de la Associazione Italiana Alberghi Confindustria, se ha estimado que el precio medio de las habitaciones en los hoteles de Verona es indudablemente más alto que el precio de las habitaciones en Padua. Esto justificaría la disminución de las llegadas, pero sobre todo de las presencias en la ciudad de Verona, no sólo en los años de la crisis sino en los siguientes también, y deja espacio para imaginar que los turistas han elegido una estancia más larga en una ciudad menos cara. La mayor estancia registrada en la ciudad

de Padua puede emerger también del hecho que, en muchos casos, esta ciudad representa para el viajero sólo un sitio de “descanso”. De hecho, como afirma la misma Ascom Padova, la asociación de los comerciantes de Padua, “las presencias son un factor pero la rentabilidad es otra cosa [...] en Padua duermen pero no gastan porque el destino muy a menudo es otro”. El análisis de los datos de las cantidades de dinero que los turistas extranjeros han gastado en las dos provincias entre 2005 y 2013 confirma esta afirmación; de hecho los gastos de los turistas en la provincia de Verona son indudablemente más altos que los gastos de los viajeros en la provincia de Padua.

De lo que se ha evidenciado con el examen de los datos relacionados con la procedencia turística resulta que, entre los países del continente europeo, Alemania es la nación que entre todas ha hecho registrar el mayor número de llegadas tanto en la ciudad de Verona como en la ciudad de Padua. Al final de la década, en ambas ciudades se han registrado porcentajes de crecimiento positivos tanto en llegadas (+ 37% para Verona y +48% para Padua % en 2014 comparado con 2006) como en presencias (+15% Verona, +48% Padua) aunque durante estos años se verificasen, sobre todo para la ciudad de Verona, tendencias hacia abajo contemporáneas tanto de la crisis económica (en ambas ciudades: -11% llegadas Verona 2009, -3% llegadas Padua 2008) como del bienio 2013-2014, durante el cual ha perdido el 8% de los *inbound*. Reino Unido, Francia y España son los países que, por número de llegadas y presencias, siguen a Alemania en la lista, sin embargo, mientras para Reino Unido y Francia la diferencia entre el número de llegadas y presencias de los turistas permanece definido y constante en las dos ciudades (por ejemplo, hay una diferencia de 24.140 turistas entre Verona y Padua en 2006), si consideramos a los turistas españoles, la diferencia se anula especialmente en los primeros años del periodo en examen (la diferencia entre las dos ciudades se sitúa en 138 unidades para la ciudad de Padua en el año 2006). Con discrepancias en comparación con Reino Unido y Francia, que en ambas ciudades cierran la década con tendencias positivas tanto en llegadas (+29% V., +16% P.) como en presencias, aparte en Padua (+17% V., -26% P.), España cierra la década con una tendencia hacia abajo: en Verona se registra +12% en llegadas pero -19% en presencias, mientras Padua registra -15% en llegadas y -10% en presencias. Otro ejemplo que cabe mencionar es el de Rusia. Los porcentajes de crecimiento registrados, tanto en la ciudad de Padua como en Verona, indicando llegadas y presencias, discrepan mucho si comparados con los de

los demás países, no sólo a nivel europeo sino mundial. El bienestar económico alcanzado por la población rusa se ha traducido en una mayor predisposición a viajar, y es por esto que las llegadas en Verona crecieron un 629% entre 2006 y 2014, yendo de 4847 a 35 378 llegadas. Casi la misma tendencia se ha apreciado en Padua, aunque con números inferiores: de las 1.822 llegadas en 2006 se alcanzaron 9835 llegadas en 2014, con un aumento del 439%. Poco inferiores han sido las tasas de crecimiento de las presencias en las dos ciudades: se ha registrado +539% en Verona y +276% en Padua en el año 2014 comparado con 2006. También los turistas procedentes de Austria, Suiza-Liechtenstein, Países Bajos, Bélgica y Luxemburgo contribuyen con un importante aporte al flujo turístico de las dos ciudades. Entre éstas naciones, Austria y Suiza se demuestran las más aficionadas a las vacaciones en las dos capitales de Veneto. Su contribución anual se sitúa en torno a las 15 mil llegadas para Austria y 14 mil para Suiza, con respecto a la ciudad de Verona. Si vamos a Padua, en cambio, los números son inferiores: aproximadamente 9 mil llegadas de Austria y 6 mil de Suiza. Sin embargo, ésta última, a diferencia de Austria, ha hecho patente su interés cada vez mayor hacia las dos localidades, sobre todo después de 2010: desde este momento se va registrando una flexión positiva que en 2014 marca un repunte en llegadas del 46% en Verona y del 25% en Padua en comparación con 2010. En cambio Austria, en los mismos años, ha mantenido un interés más o menos constante hacia la ciudad de Padua (en la que cada año se aprecian pequeñas variaciones positivas en los porcentajes), mientras que se ha registrado una fluctuación en los datos de la ciudad de Verona (+21% en 2011, -6% en 2012, +10% en 2013 y -5% en 2014). Hablando del continente americano, Estados Unidos representa un recurso importante para ambas ciudades, pero especialmente en Padua, ya que ellos son la segunda nación por número de llegadas después de Alemania. Para la ciudad de Verona están en la cuarta posición después de alemanes, ingleses y franceses. Tanto en llegadas como en presencias, ambas ciudades registran una repentina caída en los años de la crisis; de hecho, en Verona las llegadas bajan de 28.410 en 2007 a 21.047 en 2009; una merma más impactante se verifica en Padua en los mismos años, en los que el número de los turistas baja en un 42% (comparado con -25% en Verona). Pérdidas parecidas se registran también en presencias: Padua va de 50.056 en 2007 a 32.136 en 2009 (-35%), mientras Verona baja de 64.902 a 48.887 presencias, perdiendo un 24%. Sin embargo, ya en 2010 se aprecian recuperaciones en ambas ciudades; Padua especialmente hace alarde de grandes

resultados con un 73% más en llegadas y un 49% más en presencias en el año 2014, comparado con los datos de 2009. Las presencias registradas en Verona en los mismos años tienen un punto porcentaje menos (+48%), mientras en llegadas su recuperación se queda en un +53%. Entre las naciones americanas, Canadá también representa un objetivo importante para el turismo veneto: a pesar de que no aporte números record, el flujo turístico de este territorio no sólo es constante sino crece (con excepción del bienio 2008-2009, durante el que obviamente se sufre una tendencia negativa). Comparándola con Verona, esta vez Padua aprecia un crecimiento general tanto en llegadas como en presencias: de hecho, registra +43% en llegadas y +62% en presencias, más que Verona, que registra respectivamente +37% y +41%. Mirando al continente asiático destaca China, que, al igual que Rusia, con el paso de los años se ha ido convirtiendo en una de las mayores economías mundiales, y tal y como pasó en Rusia, este desarrollo se ha traducido también en una mayor propensión hacia los viajes. Los porcentajes de crecimiento, de hecho, lo dicen todo: hablamos de +235% y +167% respectivamente en llegadas y presencias en Verona en el año 2014, comparado con 2006, yendo de 5.452 a 18.293 llegadas y de 10.018 a 26.829 presencias. Pero los turistas chinos desde siempre han mostrado un interés mayor hacia las bellezas de Padua: ya en 2006 esta podía contar con 12.992 llegadas y 19.442 presencias, que en 2014 han crecido respectivamente hasta 52.035 y 59.587, con un aumento del 300% en llegadas y del 206% en presencias. Los dígitos relativos tanto a llegadas como a presencias, en referencia con los turistas japoneses, no parecen marcar grandes diferencias entre las dos ciudades: los gráficos subrayan, más o menos, una cantidad igual de llegadas y presencias, pese a que en la mayoría de casos, es Padua la que acoge en medida un poco mayor el flujo japonés más consistente; sobre todo entre 2010 y 2013, años en los que la ciudad de Padua registra un fuerte crecimiento, o sea, +131% (llegadas en 2013 comparado con 2010); en cambio el crecimiento de Verona ese mismo año se limita a un +9%. Para ambas ciudades en 2014 se registra una tendencia negativa, que posiblemente refleje la recesión sufrida por el país nipón en esa temporada (llegadas: -5% Verona, -31% Padua; presencias: -9% Verona, -19% Padua).

Mirando a la situación de las estructuras de alojamiento, el número de establecimientos hoteleros no ha cambiado mucho en las dos ciudades. De hecho, las inauguraciones de nuevas estructuras han sido muy pocas tanto en Verona como en Padua. Sin embargo,

un cambio importante se ha verificado en Padua en relación con la cantidad de camas: de 2005 a 2007 han aumentado en un 45%, que se ha estabilizado en los años siguientes sin mostrar cambios adicionales. En específico, para la categoría de hoteles de 5 estrellas y 5 estrellas lujo Verona tiene tres estructuras y ha crecido de 275 camas disponibles en 2005 a 379 en 2014, mientras Padua no tiene establecimientos hoteleros de esta tipología. En la categoría hoteles de 4 estrellas, las dos ciudades presentan casi el mismo número de estructuras, pero registran datos y, sobre todo, desarrollos distintos si miramos a la cantidad de camas disponibles: si durante los diez años en examen el número de camas en Verona sólo creció un 23%, en Padua el crecimiento roza el 74%. Pocas discrepancias se registran en las categorías hoteleras inferiores (hoteles y albergues de 3, 2 y 1 estrella), Verona alardea una mayor cantidad tanto de establecimientos como de camas. El desarrollo de las estructuras complementarias ha sido diferente en las dos ciudades: en Padua se ha ido registrando en los años un aumento de las estructuras complementarias lento, si bien constante, rozando un +179% de estructuras y +148% de camas. Al contrario, Verona ha vivido un repunte con respecto a la cantidad de estructuras no hoteleras (+530%), pero no ha crecido mucho en la cantidad de camas (+89%). Entre las categorías complementarias, las que más se han afirmado en ambas ciudades son *alojamientos en alquiler* y *Bed&Breakfast*. Estos dos tipos de alojamiento han ido adquiriendo en los últimos años un papel fundamental en los servicios de acogida turística, reflejando un cambio en la tipología misma de vacaciones, que se identifican ahora con la escapada rápida. Del análisis de los datos se puede apreciar que el crecimiento de estructuras de acogida no hoteleras en la zona examinada se debe, en ambas ciudades, a estos dos únicos tipos de alojamiento, aunque con números diferentes. En Padua las dos categorías han avanzado en la década con un desarrollo más o menos parecido, de 2005 a 2014 los B&B han registrado un crecimiento del 163% del número de establecimientos, alcanzando las 119 estructuras en comparación con las 46 anteriores, y del 160% del número de camas, 456 frente a las 175 anteriores; mientras que las habitaciones en alquiler han alcanzado respectivamente +205% (de 39 a 121 estructuras) y +125% (de 245 a 545 camas). Porcentajes de crecimiento indudablemente más altos se pueden observar, en cambio, en la ciudad de Verona en la categoría B&B, que ha registrado +846% en número de estructuras, con un total final de 462 establecimientos, y +886% en número de camas disponibles (1944 a finales de 2014). Estos porcentajes difieren mucho de la situación de las habitaciones en

alquiler, que han crecido un 397% en relación con la cantidad de estructuras, pero sólo un 84% en número de camas. Las estructuras pasan así de 84 a 418, las camas de 1.249 a 2.307. Entre otros tipos de alojamiento cabe señalar el aumento de agriturismos veroneses, que pasan de 3 a 42 estructuras llegando a un total de 598 camas. Al contrario, el crecimiento de esta misma tipología en la ciudad de Padua queda muy limitada: son sólo tres las estructuras registradas, con 59 camas en total. Un buen crecimiento se ha observado también para las casas de vacaciones, que en Verona de 7 pasan a ser 13 con 713 camas en total, mientras en Padua a finales de 2014 son 17 con 921 camas.

Hablando de movimientos turísticos en su totalidad, teniendo en cuenta tanto los establecimientos hoteleros como los no hoteleros, al final de los diez años se aprecia un incremento porcentual de las llegadas muy parecido entre las dos ciudades: Padua roza un +32%, Verona un +33%. En términos de cantidad, los dígitos son obviamente muy diferentes: el promedio que separa Padua de Verona es de 177 mil llegadas menos, Padua llegó de 467.688 llegadas en 2007 a 618.475 en 2014. Casi la misma cifra se registra en las llegadas de 2007 a Verona, precisamente 618.171, que han alcanzado las 821.897 unidades en 2014. Porcentajes diferentes se registran en mérito a las presencias turísticas, que, calculadas en los mismos años, en la ciudad de Padua pasan de 943.516 a 1.315.671, con un aumento del 39%, mientras sólo crecieron un 15% en Verona, que va de 1.464.005 a 1.681.439. En el sector hotelero la mayor cantidad de llegadas se ha detectado en las categorías de 5, 4 y 3 estrellas. A pesar de que los dígitos enseñen una tendencia positiva para estas dos categorías y en ambas ciudades, en Verona los porcentajes de crecimiento parecen rozar más o menos la mitad de los porcentajes registrados en Padua. Para la categoría de hoteles de 5 y 4 estrellas, en la ciudad de Padua se ha alcanzado un +45%, subrayando además que, a excepción del año 2012, no se ha registrado ninguna disminución en las llegadas y se ha superado el obstáculo de la crisis sin pérdidas. Algo diferente ha pasado en Verona, donde en la misma categoría a finales de 2014 se ha alcanzado un crecimiento del 20%, pero no consiguiendo quedar inmune a los golpes de la crisis y experimentando parones y pérdidas en las llegadas no sólo en los años de la recesión sino también en el bienio 2012-2013. La categoría de hoteles de 3 estrellas muestra casi los mismos porcentajes de crecimiento: +40% en Padua y +20% en Verona. Se invierten los resultados para las categorías de 2 y 1

estrella: si bien en ambas capitales destacan tendencias negativas, Padua es la ciudad que sufre mayores pérdidas, muy cuantiosas en las llegadas de los establecimientos de 2 estrellas (-66% frente a -18% en Verona), un poco menos ingentes en la categoría de 1 estrella (-29%), esta vez un resultado mucho mejor que el de Verona, que alcanza -65%. La disminución tanto en establecimientos como en el número de clientes de estos dos últimos tipos de alojamiento puede ser sujeta al hecho que los turistas que viajan fuera de su nación prefieran permanecer en estructuras que garantizan un buen nivel de satisfacción y que respetan estándares determinados. Por otro lado, las estructuras que pertenecen a esta categoría hotelera, según esta lógica, no invierten en mercadotecnia del turismo internacional y no buscan acuerdos o colaboraciones con operadores turísticos u organizaciones parecidas que pueden favorecer un aumento de los clientes extranjeros. En relación con la estancia media dentro de las dos tipologías, podemos afirmar que tanto en Padua como en Verona en los establecimientos hoteleros se experimenta un turismo de corta duración, el promedio de los días de estancia se queda de hecho en 1,8. En las estructuras complementarias destacan dos tendencias diferentes: en Verona los días medios de estancia han bajado de 5,1 a 2,9, de hecho marcando un pasaje de vacaciones tradicionales a viajes de corta duración; todo lo contrario, en Padua la estancia se ha alargado de 4,8 a 5,9 días.

El tipo de datos analizados hasta este momento no ha permitido marcar una distinción entre turistas propios (personas que planean un viaje de diversión y/o cultura) y turistas impropios (personas que se desplazan de un lugar a otro por razones de trabajo), falsificando un poco los resultados de este trabajo, cuyo objetivo era, de hecho, comparar el turismo propio en las dos ciudades. Justo por esto, teniendo en cuenta el hecho que la oferta preponderante en ambas ciudades es la cultural, y que consecuentemente los visitantes que llegan son empujados por las ganas de conocer la cultura y el arte de estos lugares, analizar y comparar el número de entradas a museos y monumentos de las ciudades nos ha proporcionado información más clara sobre el tema. Un primer elemento que el estudio ha hecho patente es que de media los museos y monumentos de Padua los han visitados cada día 1.136 turistas, los de Verona 4.246. De la comparación del número de entradas a los museos con el de las llegadas totales en las respectivas ciudades, se ha evidenciado que en Verona el alto número de visitantes no corresponde con el flujo de turistas que pernoctan en la ciudad: se puede deducir que de

media cada año ha habido aproximadamente 700 mil turistas que han visitado la ciudad sin pernoctación. Este fenómeno se ha verificado en Padua también, pero solamente en los dos primeros años de la década (en 2005 se han registrado 29.157 entradas más comparadas con las llegadas totales, mientras en 2007 se ha alcanzado cantidad 95.115), posteriormente las llegadas a Padua han sido muchos más cuantiosas que las visitas efectivas a museos y monumentos. Por ejemplo, en 2015 se han registrado 233.190 presencias, previsiblemente turistas impropios y/o turistas propios cuya razón del viaje a lo mejor no era cultural o no destinada a la ciudad misma; en este caso, una vez más, Padua se usaría sólo como localidad de alojamiento para desplazarse después a zonas limítrofes que tienen mayor atractivo para el turista. A pesar de los números de entradas a museos y monumentos paduanos que no igualan o superan el número de llegadas, la tendencia registrada queda positiva tal y como la de Verona. Las dos ciudades ven disminuir las entradas solamente en el bienio 2008-2009, en plena coincidencia con la crisis económica, pero luego gozan un repunte continuo hasta 2015: Padua cuenta con un 14% más de entradas, Verona con un 21% más. Los datos proporcionados por la municipalidad de Verona permiten averiguar además que los periodos de mayor fruición de las estructuras monumentales y museísticas son fluctuantes a lo largo del año; los meses invernales son los que menos entradas registran, al contrario hay picos en los meses primaverales, abril y mayo, y en los meses veraniegos de julio y agosto. En primavera, el aumento se debe sobre todo al turismo escolar, cuyas excursiones didácticas y viajes escolares incrementan mucho el número de entradas vendidas pertenecientes a la categoría “reducido”, pero también a la Semana Santa que cae en la misma temporada. El aumento veraniego, como se puede fácilmente deducir, se debe a las vacaciones de verano. También se registran aumentos en las entradas en concomitancia con las fiestas otoñales y en ocasión de eventos recurrentes. Debido al tipo de datos proporcionados por la municipalidad de Padua, no ha sido posible obtener la misma información, pero es posible teorizar que a lo largo del año en Padua también se observen las mismas tendencias.

La última etapa del trabajo se ha concentrado en dos lugares turísticos, el Lago de Garda y las Termas Eugeneas, para verificar si y como las tendencias turísticas en estas dos zonas ha tenido alguna influencia en el desarrollo turístico de Verona y Padua respectivamente. Las Termas Eugeneas representan uno de los más importantes y

grandes sitios termales de Italia y Europa, y constituyen una fundamental atracción turística a nivel internacional. El turismo tradicional de esta zona es justamente el turismo “curativo” que, sin embargo, hoy en día ha alcanzado su madurez; por esta razón se está intentando desplazar la atención del valor terapéutico de las aguas al bienestar en general. Además del turismo curativo y de descanso, el territorio euganeo le ofrece a los turistas la posibilidad de aprovechar la amplia oferta cultural y artística de las ciudades cercanas: Padua y Venecia. El distrito de Termas Eugeneas está compuesto por cinco municipios: Teolo, Galzignano Terme, Battaglia Terme, Abano y Montegrotto Terme. Entre éstos, los más beneficiados por el fenómeno del turismo internacional son Abano y Montegrotto Terme, que a lo largo de los años han agrupado la casi totalidad de las llegadas internacionales. Durante los diez años examinados, Abano ha siempre mantenido el primado de llegadas frente a Montegrotto, y entre 2005 y 2014 ha vivido un incremento de 8 puntos porcentuales en las llegadas extranjeras (del 53% ha subido al 61%). En cambio, Montegrotto ha registrado una disminución, yendo del 39% en 2005 al 29% en 2014. La reducción de éste último ha beneficiado no sólo a Abano, sino también al municipio de Galzignano, que ha ganado 2 puntos porcentuales a finales de la década (7%). En los municipios de Teolo y Battaglia Terme no se han verificado cambios, ambos han quedado respectivamente en el 3% y 0%. La tendencia general del flujo turístico dentro de la zona termal es negativa entre 2006 y 2010, año en el que se ha sufrido una reducción del 19%. Desde 2011 ha empezado una recuperación, que ha llevado el número de llegadas de 209 681 a 231 716, dígito que en todo caso no ha conseguido alcanzar las 244.349 de 2005, marcando por lo tanto una pérdida total del 5% en las llegadas. Como ya hemos señalado anteriormente, entre los cinco municipios termales Montegrotto Terme es el que ha registrado la mayor pérdida, con una reducción constante a lo largo de la década en examen: de hecho, baja de 95.548 a 67 799 llegadas, con una reducción porcentual del 29%. Las demás municipalidades registran en 2014 los siguientes porcentajes, comparados con los datos de 2005: Abano +10% (141 411 llegadas), Teolo -25% (6070 llegadas), Battaglia Terme +118% (259 llegadas) e Galzignano +36% (16 177 llegadas). Examinando las presencias, la década en examen ha destacado una tendencia constante y continua hacia abajo, que ha llevado a la pérdida de 291 797 presencias en 2015 en comparación con 2005 (-18%), cerrando la década con 1 298 246 presencias. En todos los municipios de la zona se han registrado importantes pérdidas, excepto en Abano Terme, que consigue no sólo evitar

pérdidas sino también marcar un repunte en presencias del 3%. Montegrotto y Galzignano son los municipios con el porcentaje negativo más alto, ambos registran un -100%, Teolo y Battaglia Terme -34% y -43% respectivamente. Aunque el municipio de Abano por llegadas y presencias resulta el primero en la lista de municipios del distrito termal, en la década considerada tiene una estancia media más baja en comparación con los demás. Los municipios con la estancia más alta son Teolo y Battaglia, pero en todo caso hay que tener en cuenta que la cifra de la estancia media remonta a una proporción mucho más baja de presencias comparada con los otros municipios, recordamos de hecho que representan el 3% y 0% respectivamente de las llegadas al distrito termal. En cambio Montegrotto, pese a su pérdida de puntos porcentuales tanto en llegadas como en presencias, en este caso consigue mantener un buen nivel de estancia media de turistas extranjeros. Recopilando una lista por número de llegadas, se deduce que en realidad ha cambiado muy poco desde 2005 a 2014: los Países que ocupaban las cinco primeras posiciones (en orden: Alemania, Austria, Suiza, Francia y Bélgica) han seguido en la misma colocación en la lista, excepto Bélgica que ha sido superado por Rusia. En cambio, la situación ha cambiado mucho si examinamos el número de llegadas. Estudiando los datos resulta que el número de llegadas ha bajado para casi todas las nacionalidades analizadas, el distrito termal ha registrado un flujo creciente sólo procedente de tres Países: China (+84%), Polonia y Rusia (ambas +28%). Todos los demás han sufrido grandes pérdidas porcentuales (Alemania -1148%, Austria -554%, Suiza -642%, Francia -391%, Bélgica -380%, Corea del Sur -1292%, Gran Bretaña -384%, Países Bajos -172%, España -269%, Estados Unidos -382%). Alemanes, franceses, holandeses y belgas, sin embargo, aunque lleguen en número menor en comparación con hace una década, han incrementado sus presencias en el territorio termal: marcan respectivamente +62%, +19%, +36% e +12%; todas las demás naciones permanecen con dígitos negativos y disminuciones que van del -13% de Estados Unidos al -56% de España, únicamente Corea del Sur reduce drásticamente su presencia marcando -1077%.

El Lago de Garda representa la perla más preciada del territorio italiano y del turismo internacional. La oferta turística de este lugar resulta muy diversa; el lago no sólo es el sitio ideal para aquellos que buscan descanso rodeados de las bellezas de la naturaleza, sino también ofrece varias posibilidades de vivir unas vacaciones ricas en movimiento y

diversión gracias a innumerables deportes acuáticos y terrestres, además no se echan en falta excursiones culturales para los amantes de la historia o locales nocturnos con terrazas delante del lago para los jóvenes que quieren pasar sus noches despreocupados y alegres. El Sistema Turístico Local del Garda se compone de 18 municipios, algunos de ellos centros turísticamente bien desarrollados, otros burgos que han mantenido intacto el atractivo del pasado. Los municipios de la zona interesados por el fenómeno del turismo internacional han sido y siguen siendo sustancialmente 6: Malcesine, Lazise, Bardolino, Peschiera del Garda, Garda y Castelnuovo del Garda. Todos los demás municipios influyen proporcionalmente menos en el flujo turístico extranjero. El balance y los porcentajes que se refieren a 2014 se alejan poco de los de comienzos de la década: Garda y Malcesine tenían unos puntos porcentuales más y han bajado de un 12% a un 8% y 10% respectivamente. Castelnuovo del Garda ha marcado un discreto crecimiento y ha conseguido atraer en los años un 5% más de turistas comparado con 2005 (3% de las llegadas). Lazise, Bardolino y Peschiera del Garda se quedan con los porcentajes casi invariados (+1%, -1%, +2% respectivamente), lo que nos permite afirmar que estos tres municipios son más favorecidos por el turismo internacional. En la década 2005-2014 el distrito Gardesano ha experimentado un crecimiento constante, no registrando pérdidas ni siquiera durante los años de la crisis económica. En total, ha habido un aumento de los activos del 47%, que en 2014 ha marcado el resultado estrella de 1.685.195 llegadas (1.148.286 en 2005). Entre los municipios analizados (Garda, Peschiera, Bardolino, Lazise, Malcesine y Castelnuovo del Garda) solamente Bardolino y Peschiera del Garda han registrado una tendencia positiva durante toda la década, alcanzando respectivamente un +40% y +73%. Para los restantes municipios, a lo largo de la década hubo altibajos aunque los resultados finales son positivos: Castelnuovo del Garda +112%, Lazise +55%, Garda +7%, Malcesine +28%.

Con respecto a las presencias, también se registran buenos resultados, 2014 cierra con 11.146.452 presencias, o sea, un 24% más de presencias comparado con 2005, durante el cual se alcanzó cantidad 9.007.837. Todos los municipios considerados registran porcentajes positivos, con excepción de Garda, que cierra 2014 con un 5% menos en presencias turísticas. Entre los municipios destaca Lazise por presencias, que por sí sólo alcanza 3.102.598 presencias, seguido por Peschiera del Garda y Bardolino con aproximadamente 1 800 000 presencias. Los datos positivos se encuentran no sólo en

llegadas y presencias, sino la estancia media también, calculada en toda la década, es alta. El municipio con la estancia más alta resulta ser Peschiera del Garda con 8,7 días, la más baja la tiene Garda con 5,6 días. Pese a que las estancias medias de todos los municipios calculadas relativamente a 2014 han disminuido en comparación con 2005, la duración de la estancia es en todo caso buena y alcanza una semana en casi todos; así que podemos afirmar que el distrito acoge un turismo que prefiere largas estancias. Siguiendo con un estudio de la procedencia de los turistas, Alemania constituye una fuente importante para el turismo del Garda, de hecho, en 2014 con 886.995 llegadas los alemanes cubren más de la mitad de las llegadas totales al distrito (838.522 llegadas de otras naciones). En la lista de países de procedencia, detrás de Alemania siguen Países Bajos, Austria, Gran Bretaña y Suiza. Muy poco diferente era la situación en 2005: Gran Bretaña ocupaba la tercera posición, por consecuencia, Austria bajaba de una, y la seguía no Suiza sino Dinamarca. No sólo Alemania, sino todos los demás Países parecen apreciar mucho la oferta turística del lugar, las llegadas entre 2005 y 2014 marcan todas movimientos hacia arriba. Los estados que han registrado mayores crecimientos de afluencia son Rusia (+92%), Polonia (+71%), China (+67%) y República Checa (+66%), seguidas por Suiza (+54%) y Bélgica (+49%). Todas las demás naciones marcan crecimientos en las llegadas que rozan entre el 20% y el 40%, con excepción de Gran Bretaña, que con su +11% resulta ser el País con menor crecimiento en llegadas. Tendencias positivas se aprecian también para las presencias, excepto España y Estados Unidos que registran respectivamente -10% y -17%. La nación con mayor crecimiento en presencias es Polonia, con su +665%.

De la comparación de los dos distritos podemos destacar que estas dos áreas, a lo largo de la década considerada, han experimentado destinos opuestos: mientras las Termas han sido impactadas por pérdidas importantes (especialmente en el número de llegadas), el Garda continúa implacable su proceso de desarrollo. La tendencia negativa evidenciada entre los municipios de la zona termal se puede reconducir a diferentes motivos. La razón principal se puede buscar en la falta de diversificación de la oferta turística: las termas se proponen como sitio curativo y lugar de descanso y tranquilidad, oferta que consigue satisfacer sólo un público determinado, o sea, el de los over 65 que necesitan terapias o prefieren transcurrir sus vacaciones en lugares incontaminados y silenciosos. Pero esta oferta turística deja fuera todas las demás franjas de mercado que,

en cambio, sí buscan descanso y bienestar, pero también diversión y entretenimiento, ofertas éstas que le faltan al distrito termal. Se podría teorizar, por lo tanto, considerando la disminución de llegadas en la zona y el crecimiento paralelo en la ciudad de Padua, que los turistas interesados en vivir una experiencia termal, en vez de transcurrir toda su estancia en los hoteles de la zona termal (que, ya que están estructurados para una tipología de clientes determinada, no satisfacerían las expectativas de públicos diferentes), prefieran pernoctar en la ciudad, donde la mayoría de sus necesidades encontraría satisfacción. En contraste, el distrito del Lago de Garda, ofreciéndole al visitante una oferta turística diversa y completa, tiene la capacidad de complacer una demanda de mercado mucho más amplia. En relación al turismo en Verona, el Lago de Garda no parece perfilarse como un competidor sino más bien como un enriquecimiento de la oferta de ambas partes. Sin embargo, también es cierto que los turistas que planean transcurrir sus vacaciones en complejos turísticos o campamentos estarán más predispuestos a elegir los que se sitúan a orillas del lago antes que los de Verona. Comparando los datos de llegadas y presencias registradas para este tipo específico de alojamiento, se ha notado que esta categoría tiene menor demanda en la ciudad de Verona que en la zona del Lago de Garda, que alcanza cifras muy importantes. Por poner solamente un ejemplo, en el año 2014 los campamentos y complejos del área del Garda han registrado 691.810 llegadas y 5.151.018 presencias, mientras los mismos alojamientos en la ciudad de Verona se han quedado sólo en 7.868 llegadas y 14.477 presencias. La diferencia significativa del número de presencias entre los dos distritos, y por consiguiente de la estancia media, se ha interpretado como una explicación del alto porcentaje de turismo de tipo excursionista registrado en la ciudad de Verona: los turistas que prefieren una larga estancia eligen pernoctar fuera de la ciudad en un lugar que tiene una oferta igualmente variada, como el Lago de Garda, y que al mismo tiempo está lo suficientemente cerca para no quitar de la escena una posible excursión a la ciudad de Verona.

En conclusión, este estudio ha destacado una ciudad de Verona exitosa en el sector turístico, que sin embargo podría prodigar esfuerzos en intentar convertir el turismo de tipo excursionista en turismo de larga estancia. Por otro lado, y a pesar de abrir hace poco sus puertas al turismo internacional, ha emergido una Padua a la que le cuesta

afirmarse como destino turístico de nivel cualitativo igual al de las ciudades venetas cercanas.

INTRODUZIONE

Scopo di questo progetto di Tesi è mettere a confronto l'andamento del turismo estero nelle città di Verona e Padova nell'arco del decennio 2005-2015.

Attraverso l'analisi dei dati statistici forniti per la maggior parte dagli uffici della Provincia di Padova e Verona, si è cercato di studiare quali cambiamenti siano intercorsi, nel decennio preso in esame, in riferimento a molteplici fattori esterni ed interni alle due città, i quali, appaiono come determinanti per l'ottenimento di buoni flussi turistici in entrata.

La tesi si compone di quattro capitoli. Nel primo capitolo viene ripercorsa la storia del turismo, dalle sue prime forme fino ad oggi, evidenziandone i cambiamenti non solo nei gusti dei turisti, che si fanno sempre più specializzati, ma anche dell'ambiente, che sempre più si adegua alle nuove esigenze del turista.

Il secondo capitolo racconta dell'Italia, di quei magnifici luoghi che ogni anno attraggono turisti da ogni parte del mondo. Si analizza inoltre la competitività turistica della nostra nazione a confronto con le altre, mettendone in luce punti di forza e di debolezza, scoprendo quali regioni italiane siano più interessate dal fenomeno turismo ed il perché, evidenziando quanto sia importante, inoltre, la redditività di questo settore per il Belpaese. Successivamente l'attenzione si sposta verso la regione Veneto spiegando come questa si sia turisticamente organizzata e suddivisa in accordo con la L. Regionale 33/2002.

Il terzo capitolo, in realtà, potrebbe essere letto come premessa al quarto, in quanto, al suo interno vengono descritti i luoghi di interesse turistico presenti nella città di Verona e Padova; tali località rappresentano le principali attrazioni che spingono ogni anno milioni di turisti stranieri a spostarsi per visitare questa straordinaria regione.

Il quarto capitolo rappresenta il *core* della Tesi. In esso si procede con l'analisi dei dati raccolti; essa si focalizza, inizialmente, sull'andamento del flusso turistico estero analizzandone le flessioni al ribasso e al rialzo che si sono registrate durante il decennio considerato. Successivamente viene studiata la movimentazione turistica all'interno

delle due città prendendo in considerazione la provenienza dei viaggiatori. In un secondo momento si prende in esame il settore turistico alberghiero e quello extra-alberghiero, se ne studiano gli andamenti (incrementi o decrementi nel numero delle strutture e dei letti) ed il movimento turistico registrato all'interno di ogni tipologia di alloggio. Nella terza fase dello studio si utilizzano i numeri dei biglietti venduti all'interno delle strutture museali e monumentali dei due capoluoghi come cartina di tornasole del turismo proprio. Infine, nell'ultima fase, si è valutato quanto la presenza di luoghi limitrofi alle città prese in considerazione, quali ad esempio il lago di Garda per Verona e le terme Euganee per Padova, spostino le scelte dei turisti verso una o l'altra città.

CAPITOLO 1

Breve storia del turismo

Il World Tourism Organisation, l'agenzia specializzata statunitense che si occupa del coordinamento delle politiche turistiche e della promozione dello sviluppo di un turismo responsabile e sostenibile, definisce oggi il turismo come "l'attività di coloro che viaggiano e soggiornano in luoghi diversi dal proprio ambiente abituale per un periodo non superiore ad un anno consecutivo per svago, lavoro e motivi diversi dall'esercizio di un'attività remunerativa all'interno dell'ambiente visitato" (Matinelli C., 2008). Nel corso degli anni, infatti, il turismo ha subito un cambiamento continuo che lo ha reso un fenomeno nettamente diverso da quello che era in passato. Tale mutamento va ricondotto alla contemporanea evoluzione avvenuta sia a livello sociale che economico. Sulla base di tale premessa è possibile identificare quattro diverse epoche.

La prima epoca che prende il nome di *proto turismo*, va dal 1200 al 1750. Essa è contraddistinta da due caratteristiche fondamentali, ovvero l'assenza di strutture specializzate ed uno spazio che resta ancora indifferente alle esigenze dei turisti. In questa fase si possono evidenziare quattro diverse tipologie di turismo. La prima è la villeggiatura, che si definisce già bene in epoca romana e che sceglie luoghi non urbani, mare o montagna, dove trascorrere del tempo da dedicare a se stessi al fine di recuperare la tranquillità interiore. Segue il turismo termale, che rispetto al passato risulta dissociato da una qualsiasi componente religiosa e che si lega più al benessere del corpo che alla cura delle malattie. La terza tipologia è quella del turismo religioso, che in ambito cristiano vede orde di pellegrini diretti verso tre principali mete, Gerusalemme, per la presenza del Santo Sepolcro, Roma, come città del martirio degli apostoli Pietro e Paolo e Santiago di Compostela, dove risiede la tomba di san Giacomo maggiore. L'ultima tipologia di turismo appartenente alla prima epoca è il Grand Tour che merita un'attenzione più approfondita in quanto rappresenta la prima vera forma di viaggio modernamente inteso. Il Grand Tour è il "prodotto della cultura umanistica rinascimentale e del rinnovato ruolo che la cultura e le scienze acquistarono nella vita

dell'aristocrazia europea".¹ Questa rivoluzione culturale fece sì che gli itinerari dei viaggi si focalizzassero sulle città d'arte dell'Europa centrale e mediterranea allo scopo di acquisire una formazione culturale aperta ad una nuova sensibilità artistica e scientifica. Sebbene l'espressione Grand Tour venne usata per la prima volta per descrivere il viaggio in Francia del Cardinale Granborne nel 1636, questa pratica si sviluppa dapprima tra i giovani dell'aristocrazia inglese i quali affrontavano un viaggio lungo anni al fine di acquisire una formazione tale da renderli dei perfetti "cittadini del mondo". Col passare del tempo il Grand Tour modificò parte delle sue caratteristiche: le motivazioni formative del viaggio passarono in secondo piano e vennero messe parzialmente in ombra da un aspetto più ludico, sensitivo, naturalistico del viaggio; un viaggio, più di piacere che non di formazione, attraverso un'Europa che offriva l'opportunità di scoprire paesaggi naturalistici del tutto diversi da quelli di provenienza. "La trasformazione provocò dei cambiamenti nelle modalità organizzative: la durata del viaggio si ridusse tanto che all'inizio dell'Ottocento difficilmente superava i 4 mesi e cambiò la fascia di età, riguardando non più ragazzi di 20-30 anni, ma uomini sui 30-40 anni."² Il tutto venne affiancato da un continuo miglioramento delle vie di comunicazione: l'introduzione di nuovi mezzi di trasporto, come la ferrovia e le imbarcazioni a vapore, permise ai viaggiatori di intraprendere dei nuovi viaggi abbreviando radicalmente la durata dello spostamento ma anche e soprattutto i suoi costi. Pian piano il Grand Tour divenne una pratica fuori moda e i turisti iniziarono a sentire l'esigenza di superare i confini dell'Europa continentale per dirigersi alla scoperta di nuovi mondi e paesi più esotici: l'India, lo Sri Lanka, l'Australia, la Nuova Zelanda ed il Sud Africa diventarono così le mete preferite del moderno viaggiatore.

Il turismo moderno, seconda fase di sviluppo del turismo, si estende all'incirca dal 1750 agli ultimi anni dell'800. In questa fase, il turismo, inizia ad acquisire un peso sempre maggiore a livello economico ed è per tale ragione che iniziano a fare capolino le prime strutture turistiche e, di conseguenza anche il paesaggio viene inevitabilmente influenzato da una nuova organizzazione e strutturazione dei luoghi; "in questo caso si assiste alla specializzazione non solo dell'offerta [...] ma anche della domanda di

¹ *Dal turismo di élite al turismo di massa*, pag. 8, www.didatticademm.it/old2/didattica/.../introduzione_al_testo.doc

² J.D. Fridgen, *Dimension of Tourism*, East Lansing Mich., American Hotel and Motel Association-Educational Institute, 1994 e J. Towner, *The Grand Tour: A key Phase in the History of Tourism*, in << *Annals of Tourism Research*>>, 12 (1985), p.316

servizi per il tempo libero che si concentra in certi luoghi e determinate stagioni dell'anno.”³ La prima forma di turismo moderno fu quella termale; grazie a diversi trattati medici in cui si affermavano le incredibili proprietà terapeutiche delle acque termali, dopo alcuni secoli di declino durante il basso medioevo, gli stabilimenti termali ritornarono in voga, inizialmente ad esclusivo appannaggio dell'aristocrazia. Intorno agli stabilimenti iniziavano a comparire “sia strutture ricettive create appositamente per i visitatori” sia “vari tipi di locali per il tempo libero, dalle sale d'incontro alle sale da tè e di lettura”⁴. Gradualmente le città si trasformarono da centri di cura a *loisir*, dove i turisti potevano trascorrere il loro tempo libero all'insegna del divertimento. Fu ancora grazie ai dettami medici che emerse una nuova tipologia di turismo: il turismo balneare. Dapprima, questo venne praticato sulle coste del Mar Baltico e del Mar del Nord perché, come espresso dal più famoso terapeuta del tempo, il Dottor Russell, solo l'aria e l'acqua fredda avrebbero potuto dare degli effetti quasi miracolosi al corpo trovando una cura sia al bambino rachitico che alla donna sterile. Col passare del tempo anche gli effetti positivi del sole sull'uomo vennero inneggiati all'interno dei trattati medici, spostando così il flusso dei turisti dalle coste del nord a quelle mediterranee. Tra gli anni Venti e gli anni Trenta il turista inizia a guardare la spiaggia con occhi diversi, le sabbie prima ed il mito dell'abbronzatura poi, segnarono il passaggio dall'attività terapeutica all'attività di svago. Oltretutto le spiagge erano ormai diventate meta prediletta non solo dell'aristocrazia, ma anche e soprattutto del ceto medio: si assiste così alla cosiddetta *democratizzazione del turismo*. Impiegati e commercianti, grazie alla rivoluzione industriale e alle migliori opportunità occupazionali e reddituali, si costituirono come un importante segmento turistico, creando una consistente domanda di pensioni e piccoli alberghi a discapito dei grand hotel. Nel dopoguerra, accanto al turismo balneare, si sviluppò anche il turismo alpino. Diverse associazioni, in tutta Europa, iniziarono a promuovere una nuova, attraente ed affascinante immagine della montagna. Tuttavia però l'interesse suscitato rimaneva limitato solo agli appassionati di alpinismo, i quali, però, dopo averle conquistate, si spostavano da una vetta all'altra impedendo lo sviluppo di vere e proprie località turistiche e ricettive. Fu solo dopo la creazione delle prime piste da pattinaggio e successivamente delle stazioni sciistiche

³ P. Battilani, *Vacanze di pochi vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo*, società editrice il Mulino, 2009, p.93

⁴ *Ibidem*, p.99

che questo settore turistico si sviluppò, provocando degli effetti prorompenti sull'economia delle vallate alpine.

Negli stessi anni, gli Stati Uniti si aprirono ad un turismo naturalistico “ attraverso la creazione di parchi nazionali, quali luoghi di conservazione del patrimonio nazionale minacciato dai grandi cambiamenti che la rivoluzione industriale stava producendo”⁵. Nacquero così lo Yosemite Valley nel 1864, il parco di Yellowstone nel 1872 e la riserva delle cascate del Niagara nel 1885. Contrariamente a quanto si pensi, però, la cultura della protezione dell'ambiente fu successiva all'apertura dei parchi, ed è per questo motivo che, benché si volesse salvaguardare la bellezza della natura alle generazioni successive, all'interno dei parchi si continuavano a praticare la pesca con dinamite, l'estrazione dalle miniere e soprattutto la cattura degli animali al fine della vendita di pellicce. Fu solo all'inizio del '900, durante i due mandati del presidente Theodor Roosevelt che vennero emanate importanti misure di protezione per la fauna, la flora e le foreste. In Europa l'istituzione dei parchi naturali arrivò qualche decennio più tardi, ma fin dall'inizio essi vantaronò il rispetto per l'equilibrio naturale e per ogni forma di vita presente al loro interno. Si deve inoltre sottolineare l'importanza della zonizzazione all'interno dei parchi come tentativo di far convivere la finalità turistico-ricreativa con quella di conservazione della natura; si ha quindi una “ divisione dell'intero territorio del parco in zone: alcune di riserva vera e propria alla quale i turisti non possono accedere perché finalizzate alla tutela e alla protezione di flora e fauna, e altre più antropizzate, in cui le attività sia turistiche sia agricole sono permesse sotto particolari condizioni.”⁶

La fase successiva, quella del *turismo di massa*, viene definita da Burkart e Medlik come la “partecipazione al turismo di un numero elevato di persone, un fenomeno che ha caratterizzato i paesi sviluppati del XX secolo. In questo senso il termine è utilizzato in contrasto alla partecipazione limitata [...] dei decenni precedenti. Turismo di massa è una nozione essenzialmente quantitativa, basata sulla proporzione di popolazione che fa turismo o sulla dimensione dell'attività turistica.”⁷ Il passaggio dal turismo di élite al turismo di massa avviene tra le due guerre mondiali ed è reso possibile da una maggiore

⁵ *Dal turismo di élite al turismo di massa*,
www.didatticademm.it/old2/didattica/.../introduzione_al_testo.doc, p. 10

⁶ P. Battilani, *Vacanze di pochi vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo*, società editrice il Mulino, 2009, p.145

⁷ J.Burkart e R. Medlik, *Tourism: Past, Present and Future*, London, Heinemann, 1974, P.45

organizzazione e standardizzazione dell'offerta. Come si evince dalla definizione data da Burtark e Medlik, il turismo di massa si caratterizza per una crescita esponenziale della domanda da parte del ceto medio, il quale, presentando delle esigenze culturali e monetarie ben diverse da quelle aristocratiche, richiede un adeguamento dell'offerta ai propri bisogni. Viene così applicata al settore turistico una sorta di fordismo: ovvero, la diffusione di pacchetti e servizi turistici tutti uguali fra di loro al fine di ridurre i costi di produzione e quindi di vendita. A ciò si affianca un netto progresso nel settore dei trasporti; l'uso delle automobili e l'affermarsi dei voli charter, che caratterizzano una nuova modalità nell'organizzazione del viaggio (trasporto a domanda), permettono degli spostamenti sempre più rapidi e sempre meno dispendiosi. È opportuno inoltre ricordare che in questa fase anche la motivazione del viaggio cambia: la vacanza, nel corso del Novecento, acquisisce un valore sociale, divenendo un rito di riferimento della società occidentale: in tal senso solo chi era capace di condividere i riti di una società veniva a far parte di essa, evitando di essere esclusi o emarginati. In questo modo si viene a creare un filo diretto tra il piacere del viaggio ed il riconoscimento sociale: la vacanza diventa un elemento fondamentale nell'integrazione sociale.

Il *turismo postmoderno* rappresenta l'ultima tappa nell'evoluzione del turismo. Sviluppandosi dagli ultimi decenni del XX secolo ad oggi, questa nuova forma di turismo si caratterizza per un diverso e più profondo legame tra turista e territorio. Il viaggiatore ha sempre più voglia di vivere un'esperienza altamente personalizzata, diversa, unica, che si allontana di molto dalla standardizzazione di prodotto dell'epoca precedente. È un turista emozionale, il quale vuole riscoprire, in base alle sue soggettività, quelle parti delle città urbane e industrializzate, ricche di risorse naturali, storiche e culturali rimaste celate fino ad allora. Si può quindi parlare di una domanda fortemente segmentata al quale corrisponde un'offerta specializzata e differenziata. Intercettando le esigenze e i desideri espressi da queste nuove generazioni di turisti, le amministrazioni locali ridefinirono quindi l'identità urbana, attuando un lungo processo di deindustrializzazione e mirando ad un'economia incentrata sui servizi. Le mostre e gli appuntamenti culturali, i percorsi letterari, le strade del vino e gli itinerari enogastronomici, i pacchetti benessere e i sentieri della natura, hanno cambiato il volto delle città rendendole attraenti e ricche di fascino, rimodellando così il territorio ad uso e consumo del turista.

CAPITOLO 2

Il turismo in Italia e nella regione Veneto

2.1 L'Italia

L'Italia, come abbiamo già accennato nel capitolo precedente, si è sempre affermata come una tappa decisiva dei viaggi di formazione culturale; le splendidi testimonianze greche, i siti archeologici etruschi di Tarquinia e Volterra o quelli romani di Roma, Pompei ed Ercolano, o ancora, le città bizantine che trovano la loro massima espressione in Venezia, hanno per secoli esercitato un'importante attrattiva sui turisti stranieri. Al patrimonio artistico e culturale si aggiungono la straordinaria varietà di paesaggi e le favorevoli condizioni climatiche che hanno reso possibile, in molte regioni italiane, lo sviluppo di un turismo di villeggiatura, sia montano che balneare; così rispettivamente, Cortina D'Ampezzo e Rimini si presentano come delle mete capitali riconosciute a livello internazionale.

Il turismo italiano, quindi, si è sempre più sviluppato come un importante fattore economico, e benché molte regioni italiane, come il Molise e la Basilicata siano rimaste fuori dai circuiti del turismo a causa di vie di comunicazione poco agevoli, o altre, come la Sicilia, la Sardegna e la Calabria abbiano poco o male sfruttato le risorse artistiche, naturali e culturali dei loro territori, si può di certo affermare che il settore turistico abbia una grande influenza sul prodotto interno lordo nazionale. Nell'arco di dieci anni, infatti, si è registrato un rialzo del PIL che è passato dal 9,4% nel 2005 (147 miliardi di Euro) al 10,1% nel 2014 (162,7 miliardi di Euro) incidendo anche sull'occupazione nazionale passata dal 10,9% all'11,4% negli stessi anni.⁸

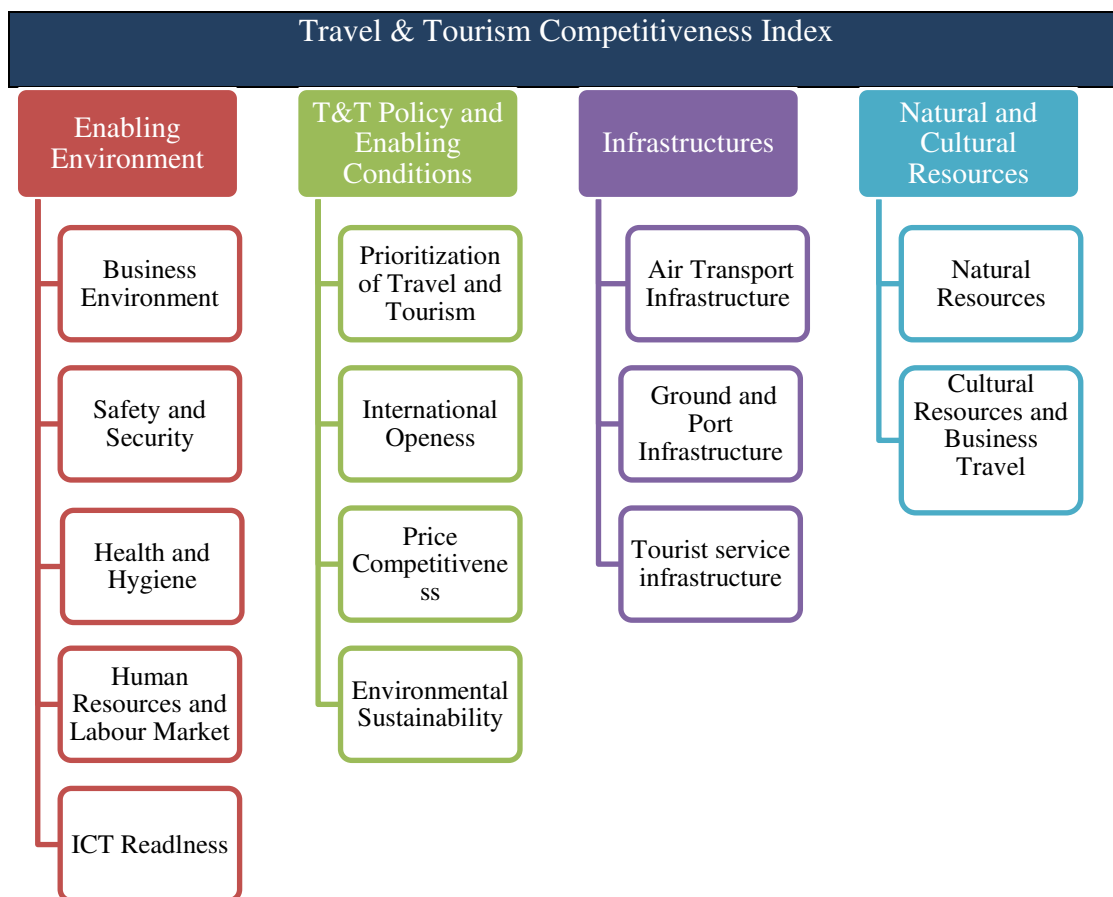
Ma vediamo più approfonditamente di cosa si compone il turismo italiano e quali sono i suoi punti di forza e di debolezza.

Secondo il *The travel and tourism competitiveness report 2015*, pubblicato dal *World Economic Forum*, l'Italia vanta un turismo altamente competitivo che le permette di posizionarsi all'ottavo posto della classifica mondiale per competitività turistica. Nell'articolo si analizzano la quale analizza l'economia e il settore turistico di ben 141

⁸ Fonte: stime WTTC- Travel & Tourism Economic Impact 2015

paesi. Nella graduatoria che vede in testa la Spagna, l'Italia viene altresì preceduta da Francia, Germania, Stati Uniti, Inghilterra, Svizzera e Australia.

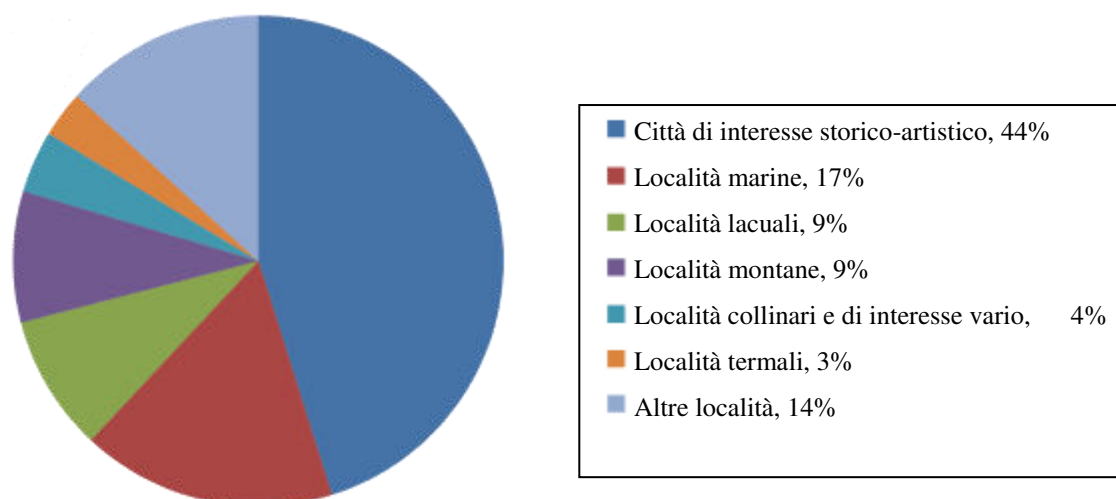
Figura 1: The T&T Competitiveness Index 2015 framework



La classifica sulla competitività viene stilata dal World Economic Forum tenendo conto di un insieme di fattori e di politiche che permettono lo sviluppo sostenibile dell'industria dei viaggi e del turismo la quale, a sua volta, contribuisce allo sviluppo e alla competitività del Paese. Come mostrato dalla Figura 1, l'indice di competitività complessivo è frutto della concomitanza di quattro sotto-indici fondamentali: ambiente favorevole, politica su viaggi e turismo e condizioni favorevoli, infrastrutture ed infine risorse naturali e culturali. Questi quattro ambiti di analisi sono misurati mediante specifiche variabili alle quali viene poi affiancata una votazione per ogni nazione presa in esame.

Come dichiarato dal report, la forza turistica dell'Italia risiede principalmente nella sua cultura e nella sua storia. L'Italia infatti, con 51 siti, è la prima nazione al mondo con il maggior numero di luoghi tangibili iscritti nella lista del Patrimonio dell'Umanità dell'UNESCO ed è ben conosciuta per le sue città pittoresche, per i suoi monumenti e per quegli scenari naturalistici che le fanno conquistare il secondo posto nella classifica mondiale per il turismo naturalistico. Un altro punto di forza del paese risulta essere la capacità di offrire al turista delle eccellenti strutture ricettive (3° posto), garantendo inoltre una sicurezza alla salute e all'igiene molto soddisfacente (20° posto). Se tutti questi elementi consentono al nostro paese di vantare posti prestigiosi nelle classifiche delle mete turistiche mondiali, altri fattori, quali, le difficoltà organizzative e le disconomie esterne o ancora i costi derivati dai vincoli burocratici e dal peso del fisco, frenano lo sviluppo dell'industria italiana del turismo. Rispetto ad altri paesi europei, come Spagna e Grecia, l'Italia risulta inoltre offrire dei prezzi meno competitivi facendola scendere quasi agli ultimi posti della classifica mondiale (133° posto)⁹. Nonostante i suoi punti deboli, l'Italia rientra nella top ten delle nazioni più visitate dai turisti internazionali mantenendo invariata la sua quinta posizione sia nel 2013 che nel 2014, registrando l'arrivo di 48,6 milioni di stranieri con un incremento dell'1,8% rispetto all'anno precedente.¹⁰

Grafico 2.1: Arrivi stranieri per tipologia di località in Italia 2014



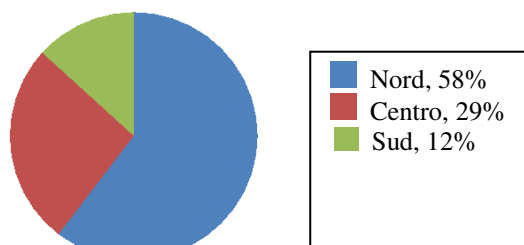
Fonte: Istat

⁹ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015, p.9

¹⁰ www.enit.it/it/studi.html

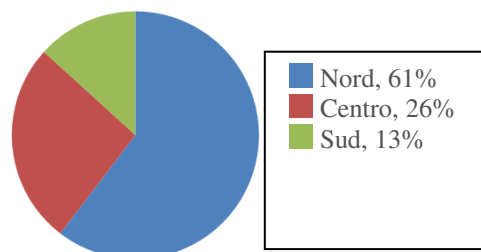
Essendo l'Italia una terra ricca in storia e cultura, risulta ovvio l'interesse da parte dei turisti stranieri di intraprendere un viaggio verso mete italiane ad alto contenuto storico ed artistico; gli inbound nelle località culturali si attestano a circa 23 milioni, mentre le presenze superano i 63 milioni. Altra meta favorita dai turisti stranieri sono le località balneari, le cui coste hanno attirato nel 2014 quasi 9 milioni di turisti, i quali hanno fatto registrare un numero di pernottamenti pari a 44.034.290. Il numero di permanenza media risulta comprensibilmente più alto nelle località marine (5.0 g.) rispetto a quello registrato nelle città d'arte (2.7 g.).

Grafico 2.2: Arrivi Stranieri in Italia 2005



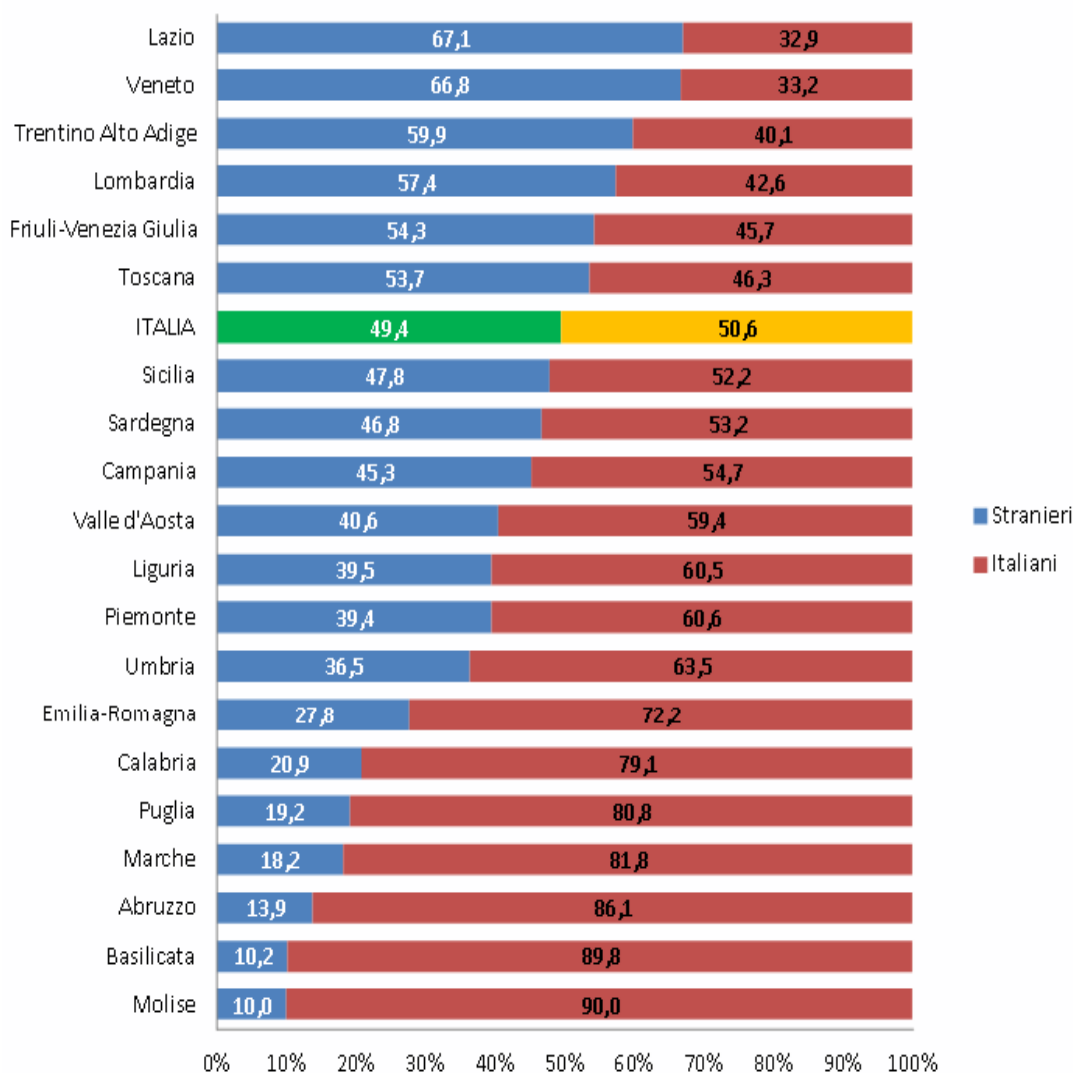
Fonte: Istat

Grafico 2.3: Presenze Stranieri in Italia 2014



Come si evince dai grafici, le regioni del Nord Italia sono le più frequentate dai turisti stranieri. Da anni il Veneto si attesta come la prima regione italiana per numero di turisti; nel 2014 ha di fatto registrato 10.597.803 milioni di arrivi e 41.306.004 milioni di presenze. Nella Top Ten del 2014 rientrano, in ordine di arrivi e presenze, anche Lombardia, Toscana, Lazio, Trentino Alto Adige, Emilia-Romagna, Sicilia, Campania, Liguria e Piemonte.

Figura 2.2: Percentuale composizione turismo estero e nazionale nelle regioni italiane



Fonte: Istat

L' Italia è un paese che vive, quasi in egual misura, di turismo interno e di turismo proveniente dall'estero, ma come espresso dal grafico, ci sono regioni italiane che più di altre vengono scelte dai turisti internazionali: Il Lazio ed il Veneto sono le regioni che maggiormente attirano l'afflusso di turisti stranieri ed il perché è facilmente riconducibile all'offerta turistica ad alto contenuto storico-culturale e religioso che questi due territori sono in grado di offrire. Di contro le aree del sud Italia difficilmente vengono scelte dagli stranieri come luoghi in cui trascorrere le loro vacanze; infatti solo 12 turisti su 100 si dirigono verso il meridione, eccezione fatta per le isole di Sicilia e Sardegna, il cui mare incontaminato, i paesaggi meravigliosi e le testimonianze storiche e culturali, affascinano allo stesso modo sia gli stranieri che gli italiani.

In termini di impatto sulla bilancia commerciale, il turismo straniero è stato decisivo, guadagnandosi così di diritto un posto tra le principali voci del *made in Italy*. “Il saldo cumulato tra entrate e uscite nel periodo 2008-2014 è stato, per questa voce di 76 miliardi di euro”¹¹. Nello stesso periodo, l’incremento di circa 22 milioni di presenze estere nel paese, ha fortunatamente attutito la perdita di 26 milioni delle stesse nel turismo domestico, riducendone così gli effetti che altrimenti sarebbero stati molto più pesanti.

Nonostante l’incremento sia delle presenze (di cui abbiamo appena parlato) sia degli arrivi (+8 milioni dal 2008 al 2014) emerge, dal comunicato stampa della Confcommercio, che se paragonata con i suoi più vicini competitor, Spagna e Francia, in Italia si ottengono delle entrate valutarie minori benché il numero degli arrivi in Spagna sia molto simile a quello dell’Italia (rispettivamente 50,8 e 50 milioni) mentre in Francia sia addirittura inferiore (46 milioni). Il fenomeno trova spiegazione nella diversa spesa che i viaggiatori si trovano ad affrontare nei diversi paesi; partendo dal fatto che i turisti possiedono una propensione alla spesa più o meno eguale in tutte e tre le nazioni, ciò che fa differenziare di molto le entrate valutarie sono le spese medie per arrivo e per pernottamento e i giorni medi di permanenza.

Tabella 2.1: Spese medie affrontate dai turisti nelle nazioni Italia Spagna e Francia

	SPESA PER ARRIVO (EURO)	SPESA MEDIA PER PERNOTTAMENTO (EURO)	PERMANENZA MEDIA
ITALIA	681	186	3,7
SPAGNA	959	190	5,1
FRANCIA	914	312	2,8

Fonte: Comunicato stampa Confcommercio, 2015

Come si evince dalla tabella, le spese per arrivo in Spagna e Francia sono nettamente più alte rispetto a quelle che i turisti diretti in Italia devono affrontare, e sebbene la spesa media per pernottamento tra Italia e Spagna sia quasi la stessa, a porre lo stacco

¹¹ *Comunicato stampa* della Confcommercio, Cernobbio, 28.03.2015

nelle entrate valutarie tra le due nazioni, è la differenza dei giorni medi di permanenza. Come indicato dalla Confcommercio “Se il turismo straniero in Italia toccasse il livello di permanenza media della Spagna, le entrate valutarie salirebbero di 14 miliardi di euro raggiungendo la performance dell’export turistico spagnolo. Sarebbe già un ottimo risultato un obiettivo intermedio, ossia l’incremento del 20% della permanenza media a 4,4 giorni per turista. Gli effetti sulle entrate valutarie sarebbero di +6,9 miliardi di euro” e ancora “l’aumento della permanenza media non si realizza, tuttavia, a colpi di bacchetta magica. Occorre anzitutto capirne l’interazione con i diversi turismi e con le diverse aree turistiche. Sul primo aspetto risulta evidente che i turismi balneari e montano sono quelli che allungano maggiormente la permanenza pur in presenza di una spesa media per pernottamento più contenuta. Il turismo culturale è, invece, più orientato a soggiorni brevi, mediamente al di sotto dei tre giorni ma con una spesa media solitamente più elevata. Non è una caratteristica del turismo culturale in l’Italia ma del turismo culturale tout court.”¹²

2.2 Il Veneto

La regione Veneto si caratterizza per un’offerta turistica diversificata e completa, in essa ogni tipologia di turismo trova la sua “espressione”. Sul territorio Veneto si localizzano anzitutto 5 dei 51 siti italiani riconosciuti dall’UNESCO come patrimonio dell’umanità. Tra questi troviamo le Dolomiti, le cui bellissime vette, che si estendono sul territorio bellunese, attirano, in inverno, gli appassionati di sci alpino, divenuto una pratica popolare già nel 1956 con le Olimpiadi Invernali di Cortina, mentre nelle stagioni calde le numerose strade sferrate e le vie di salita segnalate, facilitano l’accesso agli appassionati di trekking, escursionismo ed alpinismo, pratiche che affondano le loro radici già nel ‘900.

Delle 3.803 ville presenti sul territorio veneto, 24 di esse sono state riconosciute dall’Unesco. Si tratta di ville cinquecentesche edificate dall’ architetto Andrea Palladio, famoso in tutto il mondo e fonte di ispirazione per moltissimi architetti tra cui Thomas Jefferson, 3° Presidente degli Stati Uniti d’America, il quale costruì la sua tenuta in Charlottesville, Virginia, seguendo lo stile classico del Palladianesimo e prendendo ispirazione precisamente da Villa La Rotonda. La tenuta di Monticello del presidente

¹² *Comunicato stampa* della Confcommercio, Cernobbio, 28.03.2015

americano non fu, comunque, l'unica architettura che riportò l'influenza di Palladio, infatti:

Through Jefferson, that idea was to have a profound influence on American public architecture. So many buildings in the United States, including iconic construction like the White House and the Capitol Building, reflect the influence of Palladio (and the later 18th century Anglo-Palladian movement) that in 2010 the United States Congress passed a concurrent resolution honouring the 500 anniversary of Palladio's birth, recognizing "his tremendous influence" on American architecture and cultural heritage.¹³

Oltre alle Ville Palladiane, l'intera città di Vicenza -sul cui territorio queste ultime si ergono- rientra nella lista dell'Unesco, affiancata dalla città di Venezia con la sua Laguna, da Verona e dall'Orto botanico di Padova.

Dal punto di vista organizzativo, la regione Veneto ha istituito con la L. Regionale n. 33/2002 i Sistemi Turistici Locali, scegliendo quindi di aderire alla Riforma della legislazione nazionale del turismo, che con la Legge n. 135 del 29 marzo 2001 incoraggia appunto la formazione dei STL definiti come : “ contesti turistici omogenei ed integrati, comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a Regioni diverse, caratterizzata dall'offerta integrata di beni culturali, ambientali e di attrazioni turistiche, compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e artigianato locale, o dalla diffusa presenza di offerte turistiche singole o associate”.

“ A ben vedere, la Legge n. 135/2001 introduce una Legislazione di principio, poiché non individua nel dettaglio le caratteristiche degli strumenti, degli istituti e delle forme organizzative da adottare nella realtà locale.”¹⁴ Le disposizioni della Legge Quadro, infatti, possono essere lette come delle proposte rivolte alle singole Regioni, alle quali viene loro affidata, in piena autonomia, la responsabilità della definizione di nuove strategie di governo del territorio e lo sviluppo di nuove forme di offerta turistica fondate sulla sinergia tra attori pubblici e privati. La stessa individuazione dell'unità

¹³ http://www.nytimes.com/2015/12/03/arts/international/how-jefferson-learned-architecture.html?smid=tw-share&_r=0

¹⁴ M. Trunfio, *Governance turistica e sistemi turistici locali: modelli teorici ed evidenze empiriche in Italia*, G.Giappichelli Editore, Torino 2008, p. 96

territoriale sulla quale verrà creato il STL, resta al di fuori da ogni vincolo ma, benché possono essere quindi identificati ambiti territoriali costituiti da più comuni o da porzioni di territorio di una, o più regioni confinanti, si registra di fatto la tendenza a far coincidere l'estensione territoriale dei sistemi con il livello provinciale, dotandoli quindi di una dimensione politico-amministrativa anziché turistico- territoriale come auspicato dalla L.135/2001.

La Regione Veneto ha suddiviso il territorio regionale in 15 ambiti territoriali a tipologia di offerta turistica omogenea, dove 6 di esse corrispondono a capoluoghi di provincia, i cui confini amministrativi coincidono quindi con quelli dei STL.

I STL realizzati dalla Regione Veneto sono:

STL01 Dolomiti

STL 02 Belluno

STL 03 Treviso

STL 04 Bibione e Caorle

STL 05 Jesolo e Eraclea

STL 06 Venezia

STL 07 Chioggia e Sottomarina

STL 08 Padova

STL 09 Terme Euganee

STL 10 Vicenza

STL 11 Altopiano di Asiago

STL 12 Garda

STL 13 Verona

STL 14 Rovigo

STL 15 Cavallino

Ogni STL si identifica attraverso l'offerta precisa di un prodotto turistico tradizionale, al quale poi aggiungono delle offerte trasversali che fanno da complemento al ventaglio turistico del territorio.

Il *prodotto balneare* viene offerto dai STL di Venezia, Bibione e Caorle, Jesolo ed Eraclea, Rovigo e Cavallino.

Il STL di Venezia offre però un ulteriore e non meno importante prodotto turistico che è quello di *città d'arte* e viene affiancato da Verona, Padova, Vicenza e Treviso. Lo

stesso prodotto viene riscontrato seppur come secondario nei STL di Belluno, Rovigo, Garda, Terme Euganee, Chioggia, Bibione e Caorle, Jesolo e Eraclea.

Il *prodotto montano* si articola come fattore principale tra i STL delle Dolomiti, di Belluno e dell'Altopiano di Asiago, mentre si riscontra come prodotto secondario nel territorio di Verona per la presenza delle Prealpi Lessinesi.

Il *prodotto lacuale*, sebbene si presenti tra le zone montane delle Dolomiti, Belluno e Treviso, viene ovviamente offerto in maniera preponderante dal comprensorio del Garda.

Infine il *prodotto termale*, che si sviluppa come predominante nei STL delle Terme Euganee e di Vicenza (Recoaro Terme) mentre in forma secondaria nel STL di Bibione- Caorle.

CAPITOLO 3

PADOVA E VERONA: OFFERTA TURISTICA A CONFRONTO

3.1 Padova

La città di Padova offre al visitatore diversi percorsi turistici in cui la bellezza dell'epoca antica si fonde con la vitalità della vita moderna. La città vanta la presenza di patrimoni artistici, storici e culturali di importanza rilevante. Il visitatore può infatti ammirare all'interno della *Cappella degli Scrovegni* il ciclo più completo di affreschi dell'illustre pittore toscano Giotto risalente al XIV secolo ritenuto pietra miliare dell'arte occidentale, o ancora, lasciarsi affascinare dall'antico *Palazzo della Ragione* e da *Palazzo Bo*, rispettivamente sede dei tribunali cittadini fino al 1797 e dell'Università di Padova, una delle più antiche d'Europa. Un forte richiamo per i fedeli di tutto il mondo è invece rappresentato dalla Basilica di Sant'Antonio, all'interno della quale, oltre alla venerazione del corpo e delle reliquie del Santo, si possono ammirare anche diverse opere scultoree di Donatello poste lungo l'altare, il presbiterio e nella stessa Cappella del Santo, oltre che il monumento equestre al Gattamelata presente nella piazzetta antistante la Basilica. A pochi passi dal santuario troviamo altri due siti di grande interesse turistico: *Prato della Valle*, che con i suoi 90.000 mq rappresenta una delle piazze più grandi d'Europa divenuta famoso luogo di incontro e sede di spettacoli, e l'*Orto Botanico*, che si attesta come il più antico orto botanico universitario d'Europa in cui vengono preservate piante risalenti al 1585. Basta invece percorrere le piccole vie del Ghetto o dirigersi verso Piazza dei Signori o delle Erbe e della Frutta per immergersi nell'allegro brusio della vita quotidiana dei padovani ed assaporarne le specialità enogastronomiche.

3.2 Verona

La città scaligera accoglie ogni anno milioni di turisti attratti dalle ricchezze artistiche e archeologiche del luogo. Sul territorio veronese rimangono oggi molte ed importanti testimonianze delle popolazioni che si susseguirono nel corso del tempo, i quali lasciti,

resero Verona una città di grande interesse artistico, culturale e storico, come riconosciuto dall'UNESCO che la proclama di fatto patrimonio dell'umanità. Appartenente all'epoca romana, l'*Arena* è divenuta il simbolo della città. Essa rappresenta ancora oggi, così come nel passato, un luogo di raduno e di intrattenimento; se infatti durante l'epoca romana in essa si battevano i più grandi gladiatori o venivano istituite battute di caccia o, ancora, collocate giostre e negozietti per il divertimento del popolo, oggi l'*Arena* è il più grande e importante teatro lirico nonché palcoscenico per i cantanti internazionali più famosi. Appartenenti alla stessa epoca sono il *Teatro Romano*, uno dei più importanti ritrovamenti archeologici della città, il *Ponte di pietra*, andato distrutto durante la guerra dai tedeschi e poi ricostruito con le stesse pietre ritrovate nel fiume, e le due porte, *Porta Borsari* e *Porta Leoni* di cui se ne conservano buona parte delle facciate.

Di epoca medievale sono invece la *Basilica di San Zeno* ed il *Duomo*, entrambi eretti sulle rovine di basiliche e tempi del IX secolo, i quali vennero distrutti da un terremoto nel 1117. Entrambi vennero costruiti seguendo lo stile romanico, con la differenza però che al *Duomo* vennero successivamente apportate importanti modifiche che lo portarono verso uno stile gotico, mentre la *Basilica di San Zeno* resta, oggi come allora, uno dei più bei capolavori del romanico in Italia.

Fu però durante l'epoca scaligera che Verona acquisì il suo colore rosso caratteristico, arricchendosi a livello urbanistico di grandi palazzi visibili tutt'oggi intorno alle più importanti piazze veronesi: *Piazza dei Signori*, *Piazza delle Erbe* e *Piazza San Zeno*. Di grande rilevanza turistica ed architettonica sono: *Castelvecchio* con annesso il *Ponte Scaligero*, sistema difensivo costruito per facilitare una possibile fuga verso la Germania dell'allora signore Cangrande II, *Palazzo Podestà*, dimora di Alberto I della Scala che ospitò illustri personaggi quali Giotto e Dante, e le *Arche Scaligere*, cimitero monumentale della casata degli Scala.

Da non sottovalutare è ovviamente l'interesse turistico che la storia shakespeariana di Romeo e Giulietta pose sulla città di Verona. La leggenda mista a realtà, attrae ogni anno milioni di turisti i quali affascinati dalla storia d'amore dei due amanti, percorrono le strade e i luoghi che li videro insieme; dalla residenza di Escalo, signore della città di Verona, alla *Casa di Romeo*, oggi ancora chiusa ai visitatori perché di proprietà di un privato, da *Porta Bra*, dalla quale Romeo fugge dopo la morte di Tebaldo e sulle cui mura restano incise le parole “ Non esiste mondo fuor dalle mura di Verona; ma solo

Purgatorio, tortura, inferno”¹⁵, alla *Tomba di Giulietta*. Il vero fulcro dell’attenzione e dell’interesse è però costituito dalla famosa *Casa di Giulietta* la quale ogni anno registra il numero maggiore di visite turistiche rispetto ad ogni altro monumento veronese.

¹⁵W. Shakespeare, *Romeo e Giulietta*, Atto I, Scena III

CAPITOLO 4

ANALISI STATISTICA DEI DATI

4.1 Premesse

In questo capitolo si sono analizzati gli andamenti dei flussi turistici stranieri dei due comuni veneti presi in esame: Padova e Verona. Attraverso grafici elaborati su dati forniti dagli uffici delle Province di Padova e Verona, si è studiata l'evoluzione avvenuta nel corso del decennio 2005-2015, le differenze che intercorrono tra i turismi delle due città ed il loro motivo. È però opportuno specificare che, sebbene l'intenzione dell'analisi fosse quella di prendere sotto esame l'intero decennio, in realtà questo non è stato possibile per diversi motivi. Di fatto, i dati inerenti all'anno 2005 non sono stati presi in considerazione a causa di un successivo cambiamento nella modalità di raccolta dei dati da parte degli enti predisposti. Se questi dati fossero stati utilizzati all'interno dello studio, avrebbero condotto ad una falsificazione dei risultati dell'analisi. Inoltre, per la maggior parte dello studio, i dati si fermano all'anno 2014, in quanto, al momento della raccolta, quelli inerenti all'anno 2015 non erano stati ancora elaborati dagli enti di competenza.

L'analisi si dividerà in quattro fasi.

In un primo momento si analizzerà in maniera generale il flusso turistico straniero all'interno delle due città, scoprendone successivamente la consistenza turistica rispetto ai maggiori paesi di provenienza.

In un secondo momento si analizzerà l'offerta alberghiera ed extra-alberghiera studiando la movimentazione turistica all'interno dei due capoluoghi in base alla tipologia di alloggio scelta dai turisti, identificandone i cambiamenti nelle preferenze da parte dei essi e gli sviluppi o recessi che alcune tipologie di alloggio hanno subito nel corso del tempo.

Nella terza fase dello studio ci si focalizzerà sui numeri dei biglietti delle strutture museali e monumentali venduti in questi dieci anni, i quali possono essere considerati come la cartina di tornasole del turismo proprio.

Nell'ultima fase si cercherà di capire quanto la presenza di importanti luoghi limitrofi, quali il Lago di Garda e le Terme Euganee, siano stati importanti ed influenti rispettivamente per il turismo di Verona e per quello di Padova.

È opportuno specificare che le tabelle ed i grafici sprovvisti di fonte sono stati creati da me su dati forniti dall'ufficio Statistica della Provincia di Padova e dall'ufficio Statistica della Provincia di Verona.

4.1.1 Definizioni utili

Prima di iniziare l'analisi dei dati elaborati, ritengo sia opportuno specificare il significato di alcuni termini che ricorreranno lungo tutto il testo.

ARRIVI TURISTICI: per arrivi turistici si intende il numero di clienti arrivati, distinti in residenti e non residenti, che hanno effettuato il check-in nell'esercizio ricettivo nel periodo considerato.

PRESENZE TURISTICHE: per presenze turistiche si intende il numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi nel periodo considerato.

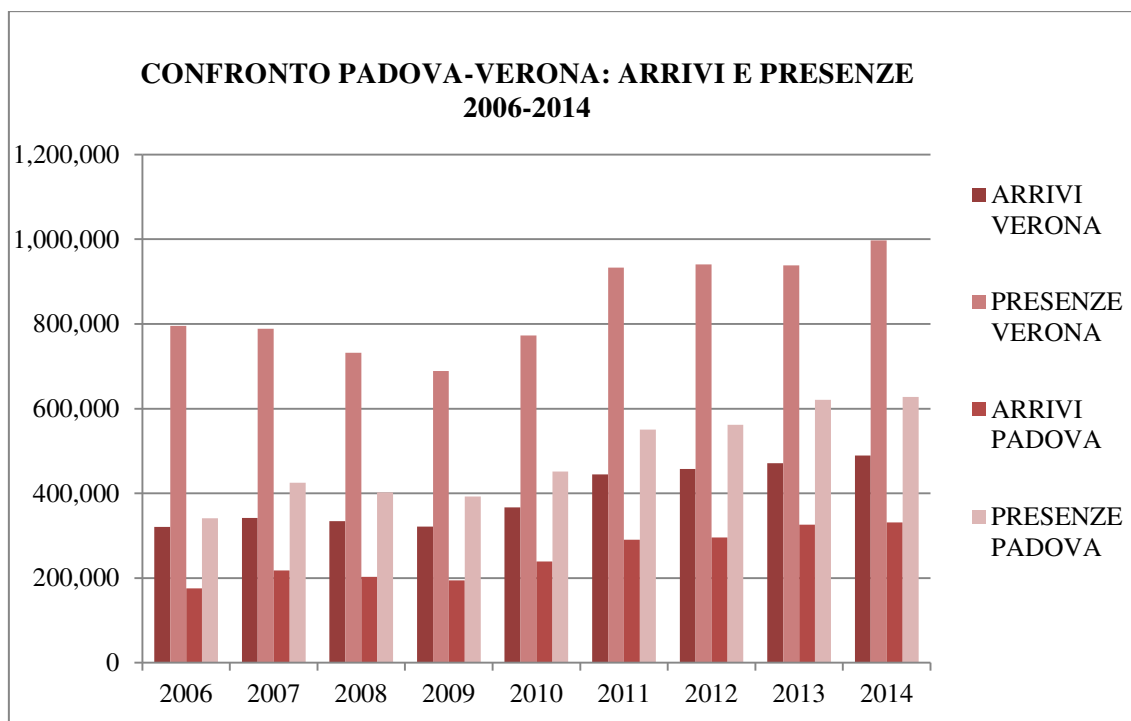
PERMANENZA MEDIA: per permanenza media si intende il rapporto tra il numero di presenze ed il numero di arrivi registrati nel periodo di riferimento negli esercizi ricettivi.

VARIAZIONE TENDENZIALE: per variazione tendenziale si intende la variazione percentuale rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente.¹⁶

¹⁶ Definizioni ISTAT

4.2 Andamento generale

Tabella 4.1: Confronto arrivi e presenze nelle città di Verona e Padova, 2006-2014



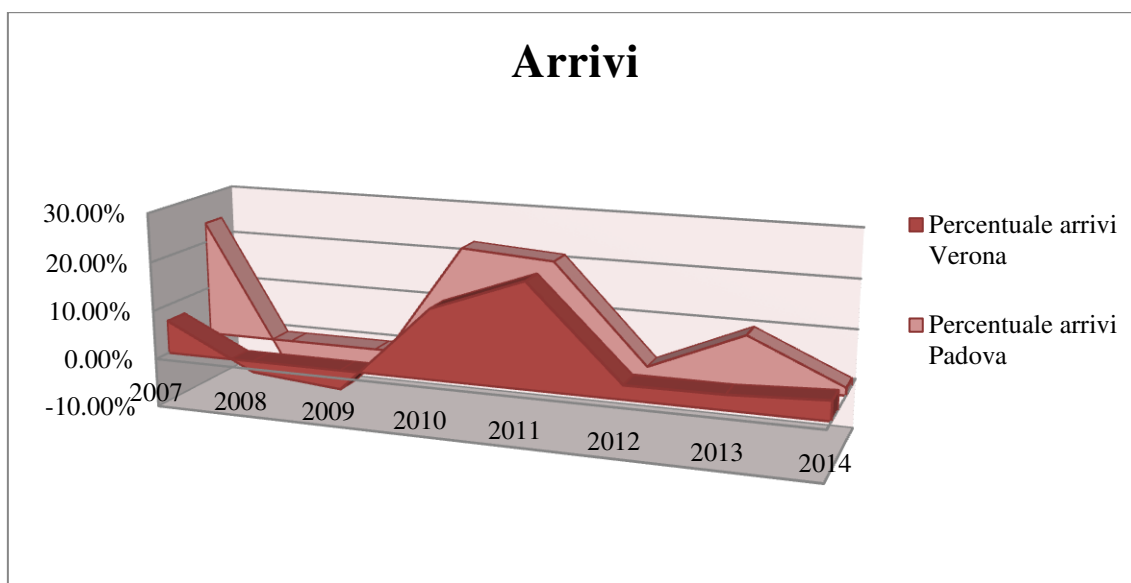
Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

Il grafico soprastante mette a confronto gli arrivi e le presenze che si sono registrate dal 2006 al 2014 nelle due città prese in esame. Come si evince da esso, il maggior ribasso registratosi è quello inerente le presenze nel comune di Verona nel biennio 2008/2009. Come abbiamo già detto, il turismo si presenta come un fenomeno sociale ed economico e risulta quindi soggetto a cambiamenti dovuti, per l'appunto, a mutazioni socio-economiche. Il triennio 2008-2010 come sappiamo fu soggetto alla più grande crisi economico-finanziaria globale dopo quella del '29 e da essa, non solo il turismo italiano, ma l'intero turismo globale ne uscì indebolito. Si registrarono, di fatto, "flussi turistici in calo nella seconda metà del 2008, in picchiata nel 2009, e in leggera ripresa nel 2010."¹⁷ Ma vediamo in dettaglio cosa successe nei due comuni veneti: Verona è passata dai 342.138 arrivi del 2007 ai 321.325 del 2009 registrando quindi una flessione al ribasso del 6%; Padova invece che aveva registrato un rialzo nel 2007 rispetto

¹⁷ OECD, *Studi OCSE sul turismo: Italia, analisi delle criticità e delle politiche*, OECD Publishing 2011

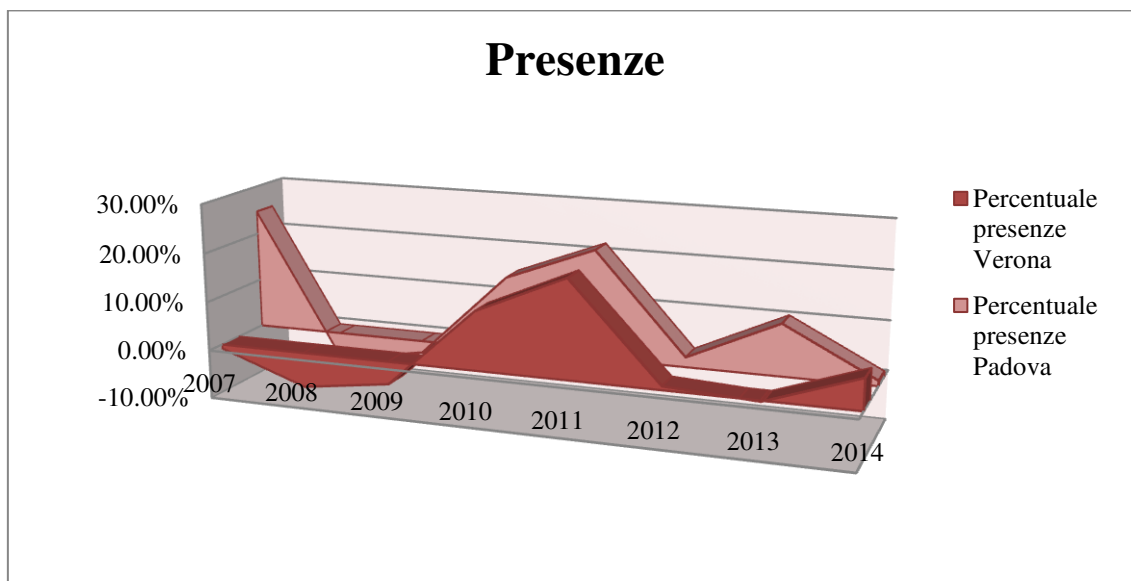
all'anno precedente del ben 24%, subisce un calo nel 2009 del 10% rispetto al 2007 registrando circa 194.938 arrivi. Se per ciò che riguarda gli arrivi, Padova si dimostra tra le due città quella ad aver accusato in maniera peggiore il colpo della crisi, rispetto alle presenze invece, quest'ultima registra un calo di cinque punti inferiore rispetto alla città di Verona (rispettivamente -7,72% e -12,58%). Inoltre anche negli anni seguenti si può notare una ripresa diversa tra i due comuni, infatti mentre Verona registra un aumento delle presenze moderato (+ 29% dal 2010 al 2014), Padova segna una ripresa più rapida (+39% negli stessi anni). Per quanto riguarda gli arrivi negli anni post crisi, invece, tra i due capoluoghi non si riscontrano nette differenze, infatti, se a Verona si ha un aumento del 33% con 489.648 arrivi a Padova si riscontra un aumento di quasi il 38% con 331.063 arrivi.

Grafico 4.1: Percentuale degli arrivi nelle due città



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

Grafico 4.2: Percentuale delle presenze a Padova e Verona 2007-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

Riassumendo, si può quindi affermare che, sebbene Verona ospiti ogni anno, a livello quantitativo, un numero molto più elevato di turisti stranieri rispetto a quelli che invece arrivano nel comune padovano, questa ha di fatto sofferto maggiormente la crisi economica, facendo registrare una flessione percentuale al ribasso più netta rispetto appunto a Padova. Di certo, un risultato simile scaturisce da una concomitanza di più fattori che di fatto risultano difficili allo studio, però tra essi la componente economica si dimostra senza alcun dubbio una parte influente. Si può infatti ipotizzare che al momento della pianificazione del viaggio i turisti tengano in considerazione le spese che dovrebbero sostenere per il pernottamento, dando quindi la preferenza a quei luoghi in cui l'incidenza economica sia minore, pur godendo quasi delle stesse opportunità. Per indagare su questo aspetto, si possono prendere in esame due indici, ossia l'Average Daily Rate ed il Revenue per Available Room. Ma vediamo di cosa si tratta:

L' AVERAGE DAILY RATE (ADR), conosciuto anche come Ricavo Medio per Camera (RMC), si calcola dividendo il fatturato totale generato per il numero delle camere occupate in un periodo di riferimento (giorno, settimana, mese o anno) e ci indica quindi il ricavo medio di ogni camera occupata.

IL REVENUE PER AVAIBLE ROOM (REVPAR), o Ricavo per camera disponibile, si calcola dividendo il fatturato totale delle camere occupate per il numero delle camere

totali dell'albergo. Questo indice ci da informazioni più complete rispetto all' RCM in quanto ci fornisce un dato reale sull'effettivo prezzo delle camere vendute.

Tabella 4.2: Indici ADR e RevPar per le città di Padova e Verona anni 2007-2014

AVERAGE DAILY RATE			REVENUE PER AVAIBLE ROOM		
ANNO	VERONA	PADOVA	ANNO	VERONA	PADOVA
	€	€		€	€
2007	76,58	61,28	2007	58,85	36,38
2008	70,74	49,35	2008	49,81	30,78
2009	62,99	46,01	2009	46,15	22,96
2010	62,41	43,82	2010	41,17	21,36
2011	67,95	41,94	2011	45,71	25,89
2012	59,69	40,98	2012	33,72	21,87
2013	51,37	40,74	2013	38,92	23,54
2014	52,43	51,81	2014	36,14	27,68

Fonte: Associazione Italiana Alberghi Confindustria

Analizzando i dati che mi sono stati forniti dall'Associazione Italiana Alberghi Confindustria¹⁸ che fanno riferimento al mese di agosto degli anni che vanno dal 2007 al 2014, possiamo notare come il prezzo medio delle camere sia decisamente più alto negli alberghi del veronese piuttosto che in quelli del padovano. Questo giustificherebbe la diminuzione sia degli arrivi ma soprattutto delle presenze nella città di Verona, non solo durante gli anni della crisi ma anche nei successivi, lasciando immaginare che i turisti abbiano preferito una permanenza più lunga in una città meno costosa. Eppure, sebbene Padova abbia goduto di un numero di presenze maggiori e sempre crescenti, si deve però tener conto del fatto che proprio questa rappresenti forse, in molti casi, solo un luogo di "ristoro", infatti come affermato dalla stessa Ascom Padova, Associazione dei Commercianti di Padova, " le presenze sono una cosa ma la redditività un'altra [...] a Padova si dorme ma non si spende perché la destinazione è molto spesso un'altra"¹⁹. La posizione geografica di Padova infatti permette ai turisti di raggiungere altre mete di grande rilevanza come Venezia o la stessa Verona in davvero poco tempo e con grande facilità grazie ai numerosi collegamenti. Se ci soffermiamo ad

¹⁸ Si precisa che i dati fanno riferimento al numero di alberghi che collaborano con l'associazione e che quindi sono dati limitati.

¹⁹ http://www.ascom.padova.it/index.php?option=com_content&view=article&id=4762:padova-e-la-classifica-di-italian-hotel&catid=212&Itemid=464

analizzare i dati relativi alla spesa che i turisti stranieri hanno sostenuto nelle due provincie, possiamo notare, infatti, come questa sia stata negli anni decisamente più cospicua in quella di Verona che non in quella di Padova.

Tabella 4.3: Spesa media viaggiatori per Provincia

SPESA VIAGGIATORI STRANIERI PER PROVINCIA (SPESA IN MILIONI D' EURO)									
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Verona	915	974	1.193	1.136	1.040	1.152	1.231	1.259	1.132
Padova	348	386	487	463	395	422	397	433	433

Fonte: Osservatorio nazionale del turismo²⁰

Come si evince dalla tabella sopra riportata, a differenza di quanto accade per i valori relativi alle presenze registrate nella città, la spesa sostenuta dai turisti stranieri nella provincia di Verona si mostra nettamente maggiore rispetto a quella che i viaggiatori hanno effettuato invece nella provincia di Padova. Le flessioni, sia positive che negative, che si sono registrate all'interno delle due province, riportano delle differenze consistenti; si osserva, ad esempio, che nel 2009 si è avuto, per la provincia di Padova, un calo rispetto al 2007 del 18,89%, mentre del 8,69% per la provincia di Verona. Per la stessa, si è invece registrato un rialzo tra gli anni 2009 e 2011 del 18,36% a differenza di quanto è successo per la provincia di Padova che è riuscita a riportare una crescita solo dello 0,50%.

Questi dati potrebbero quindi costituire una prova di quanto affermato in precedenza, ossia, che i viaggiatori eleggano la città di Padova come sede del loro viaggio in quanto richieda minori spese di alloggio rispetto alle limitrofe città venete, ma che poi si

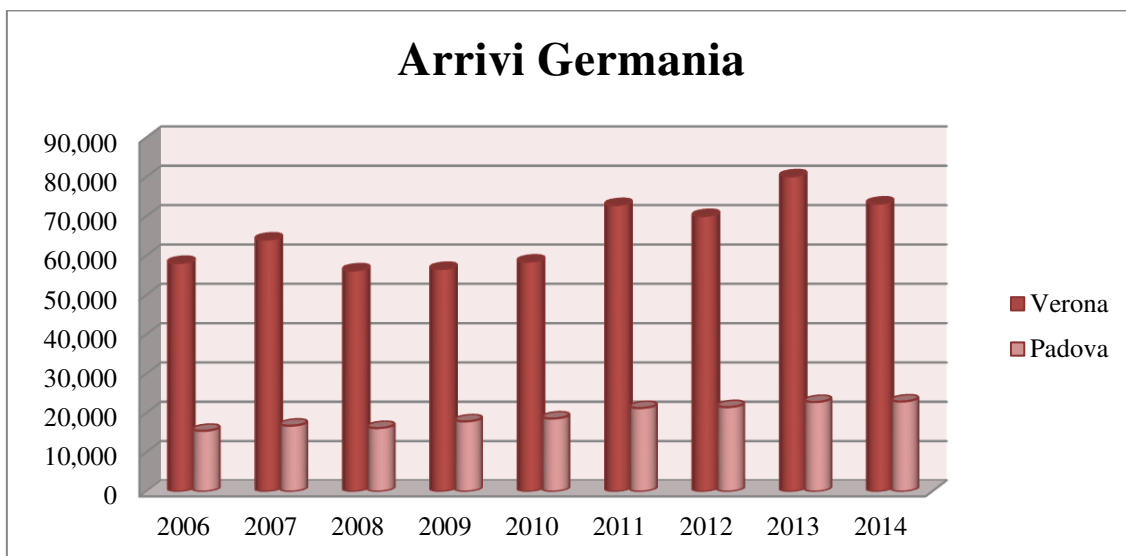
²⁰http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/statistiche/banca_italia/viaggiatori_stranieri_in_italia/index.html?cerca=S. I dati fanno riferimento alla spesa sostenuta dai turisti stranieri all'interno delle due Province e non sono limitate alle due città.

spostino in altri luoghi che di fatto vanno a beneficiare economicamente del loro turismo.

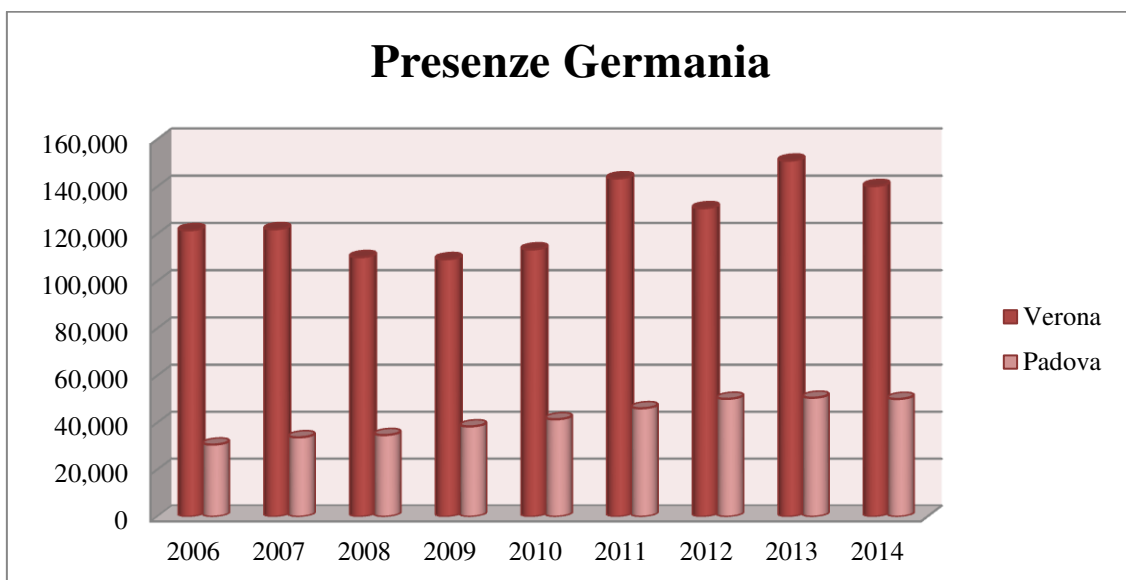
4.3 Provenienza turistica

In questa sezione dello studio si sono messe a confronto le due città prese in esame per valutarne le differenze dal punto di vista della provenienza dei visitatori stranieri. I paesi di provenienza sono stati suddivisi per continente. Ovviamente non è stata presa in considerazione la totalità degli stati mondiali: l'analisi si è infatti rivolta a quegli stati il cui apporto turistico nelle due provincie è stato sostanziale.

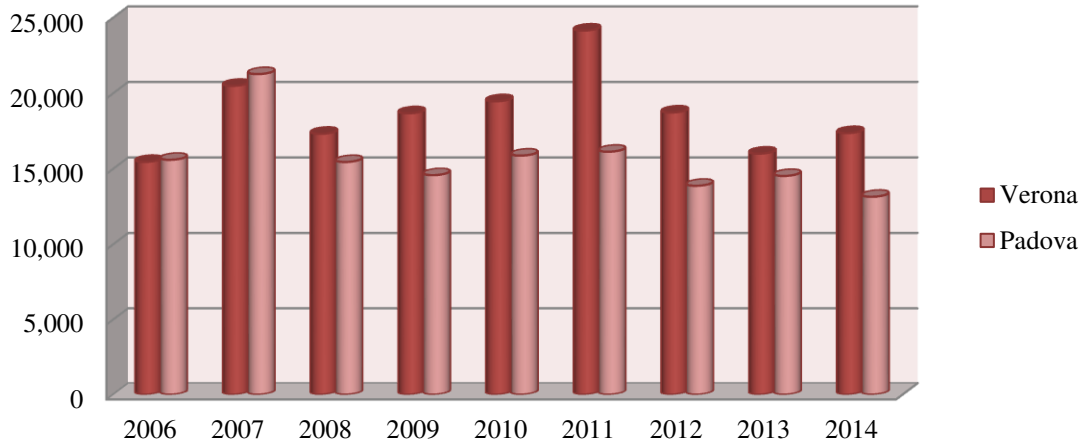
Grafici 4.3: Arrivi e presenze dal continente europeo 2006-2014



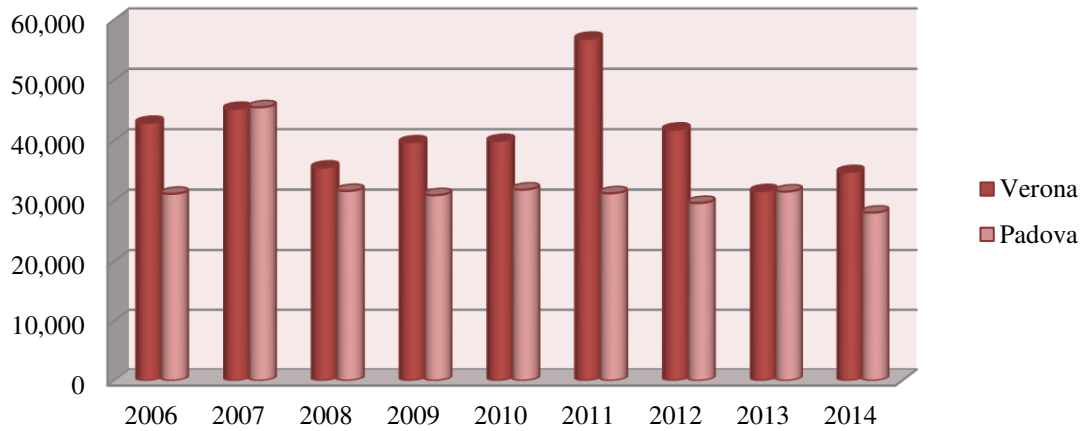
Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona



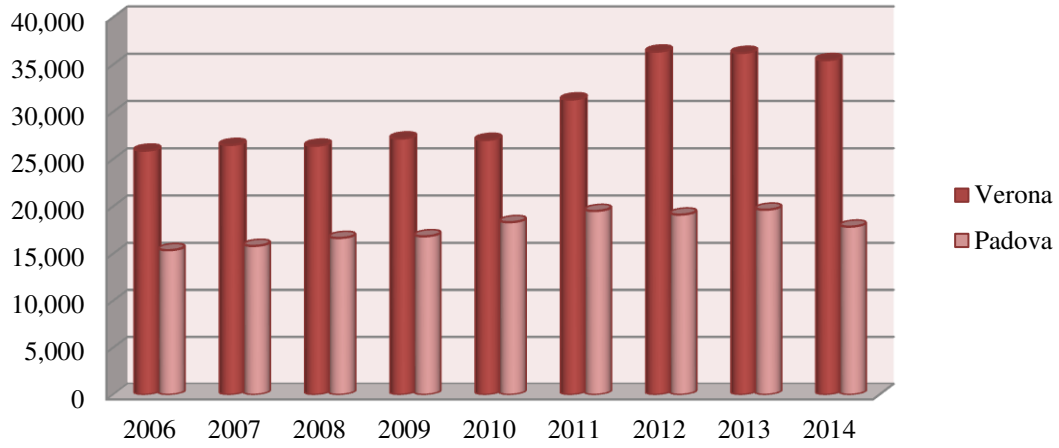
Arrivi Spagna



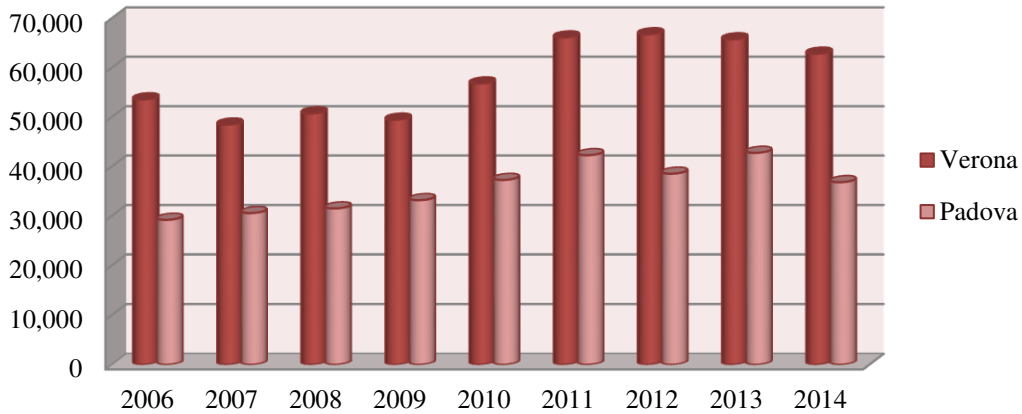
Presenze Spagna



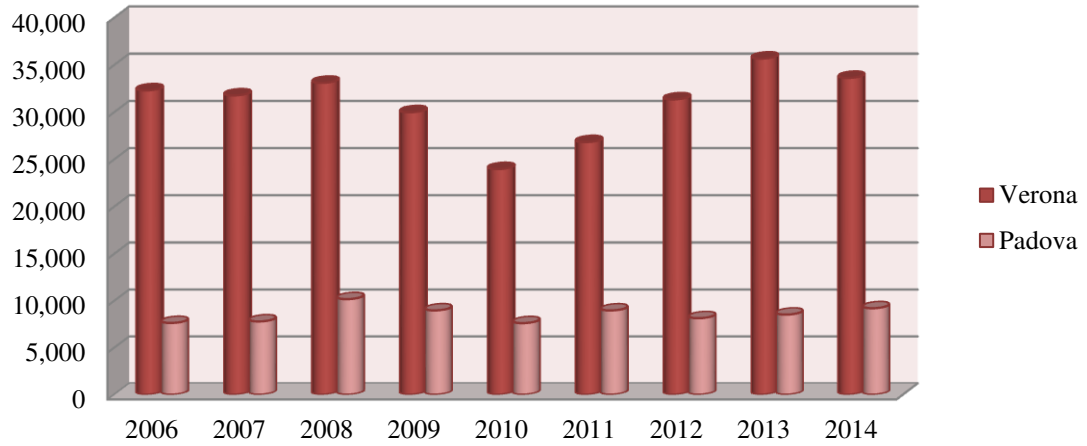
Arrivi Francia



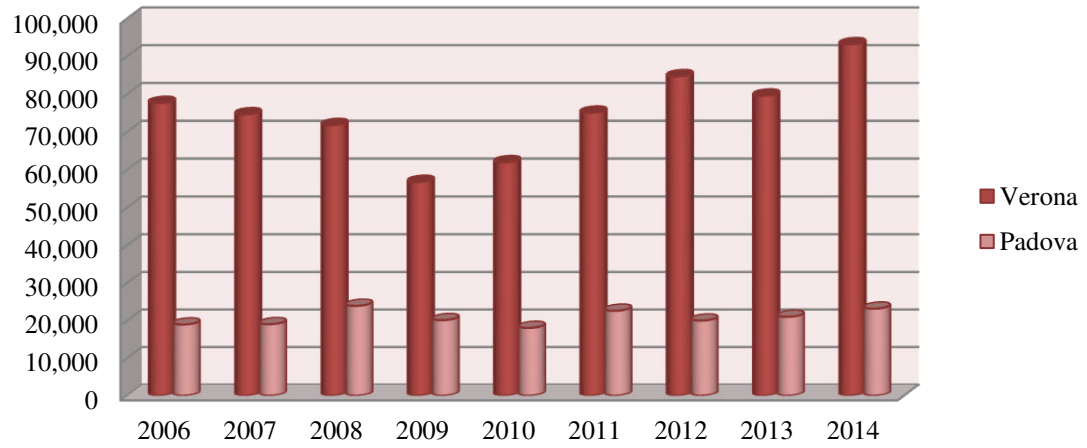
Presenze Francia



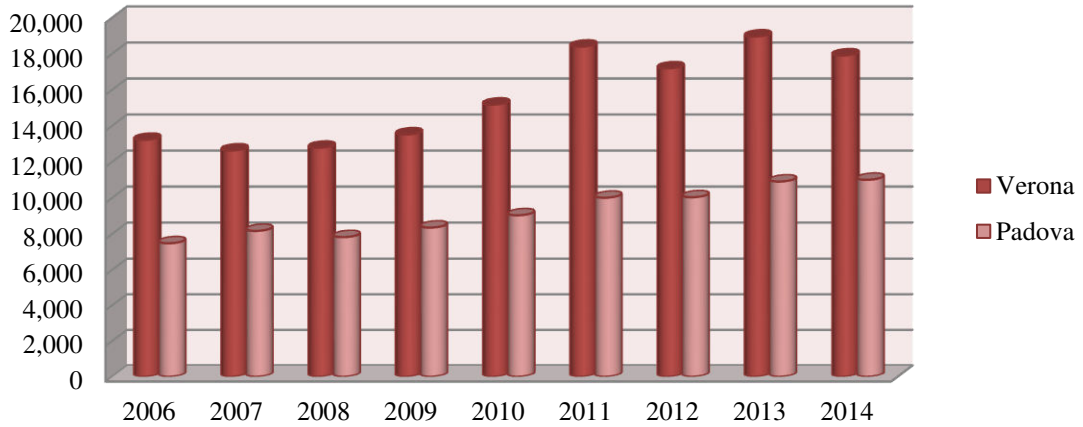
Arrivi Regno Unito



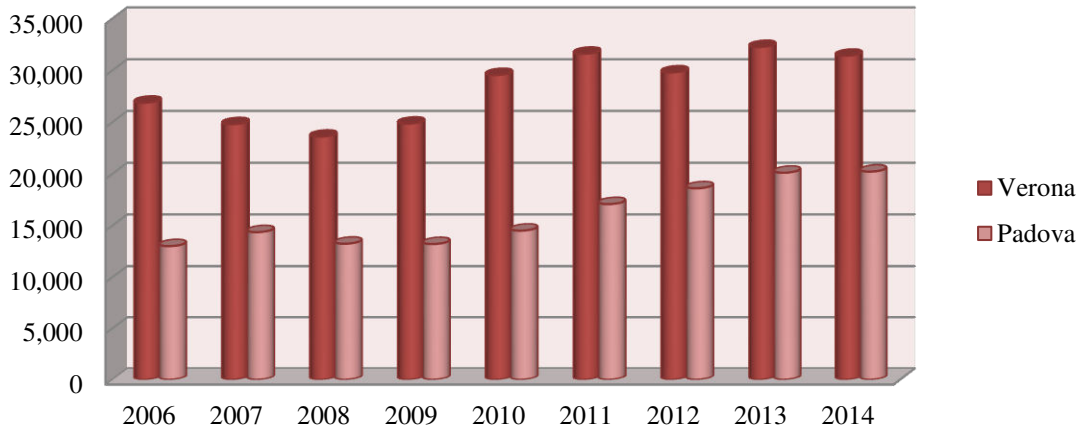
Presenze Regno Unito



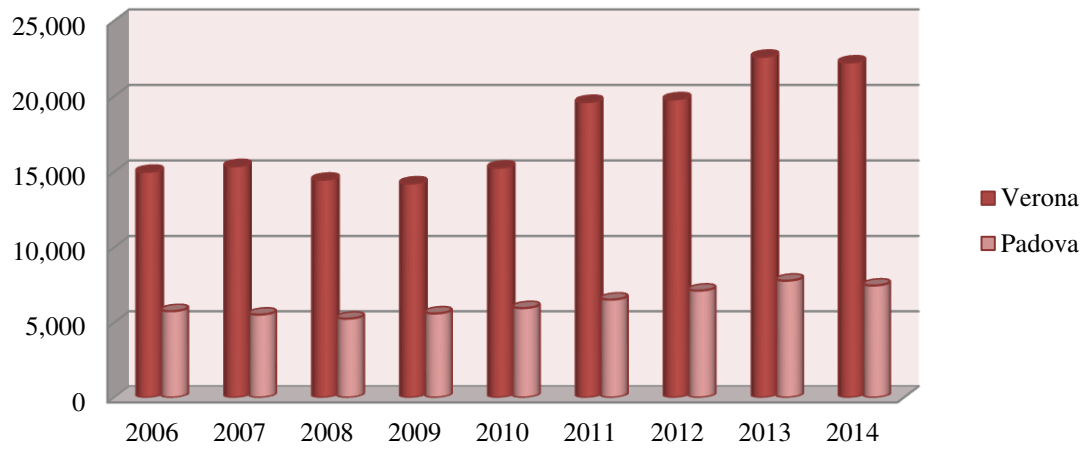
Arrivi Austria



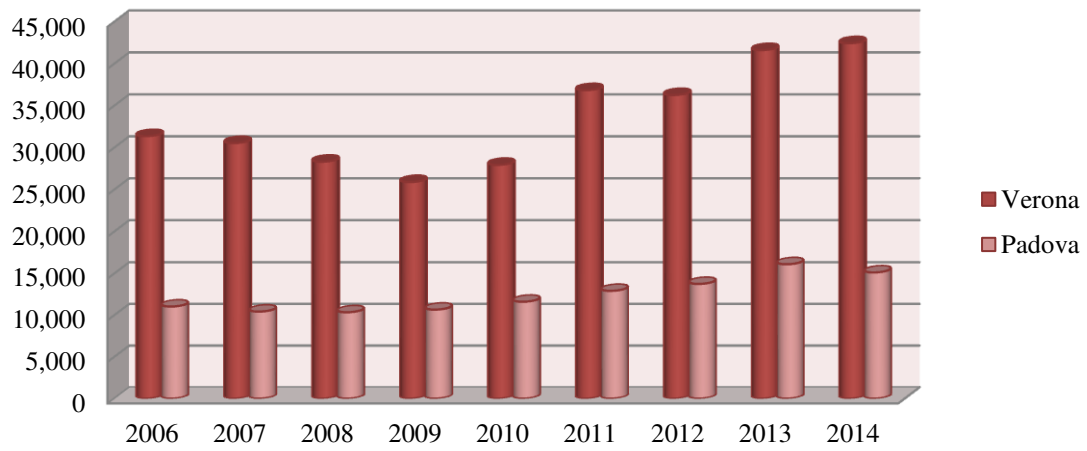
Presenze Austria



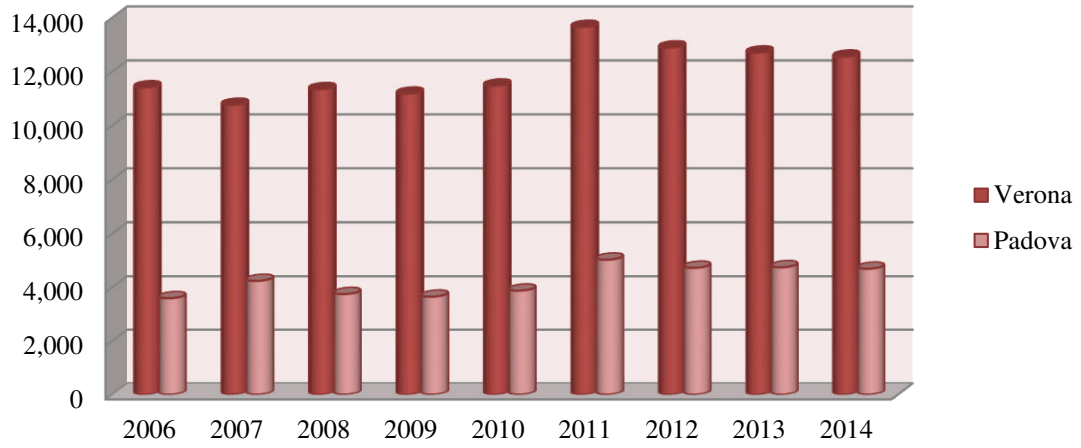
Arrivi Svizzera- Liechtenstein



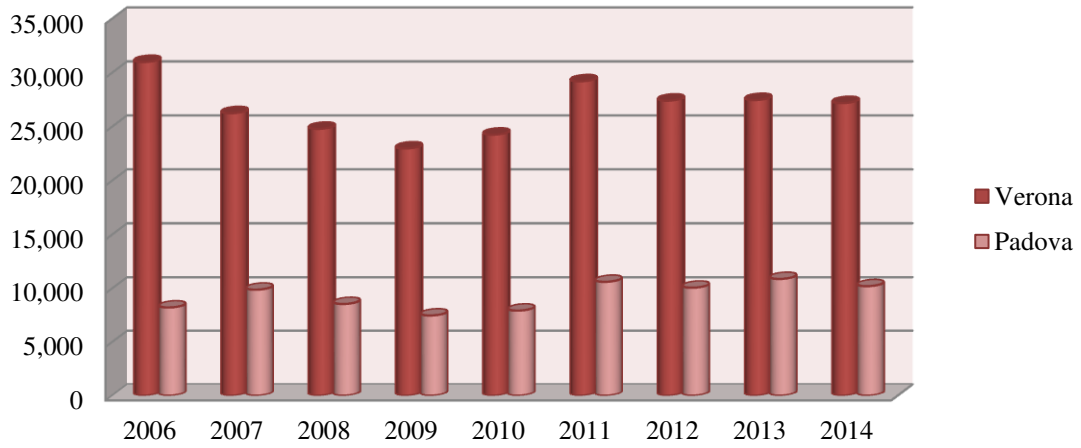
Presenze Svizzera- Liechtenstein



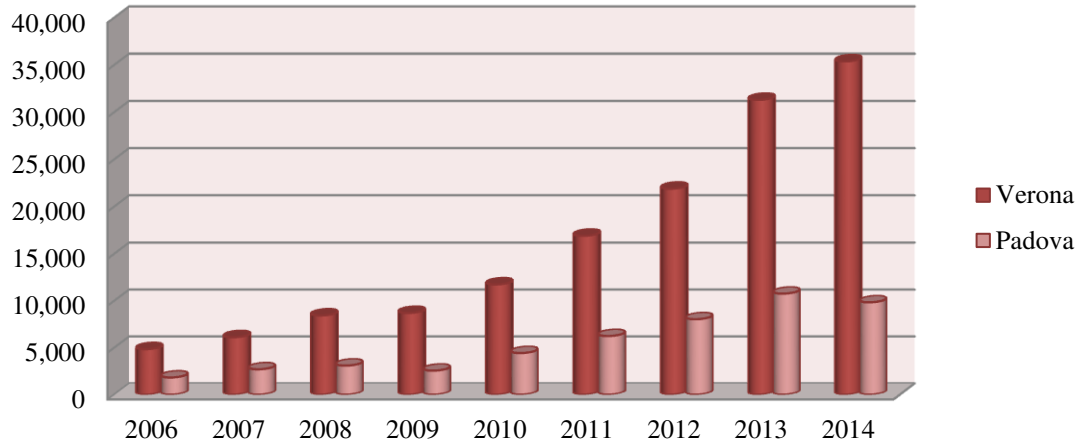
Arrivi Paesi Bassi



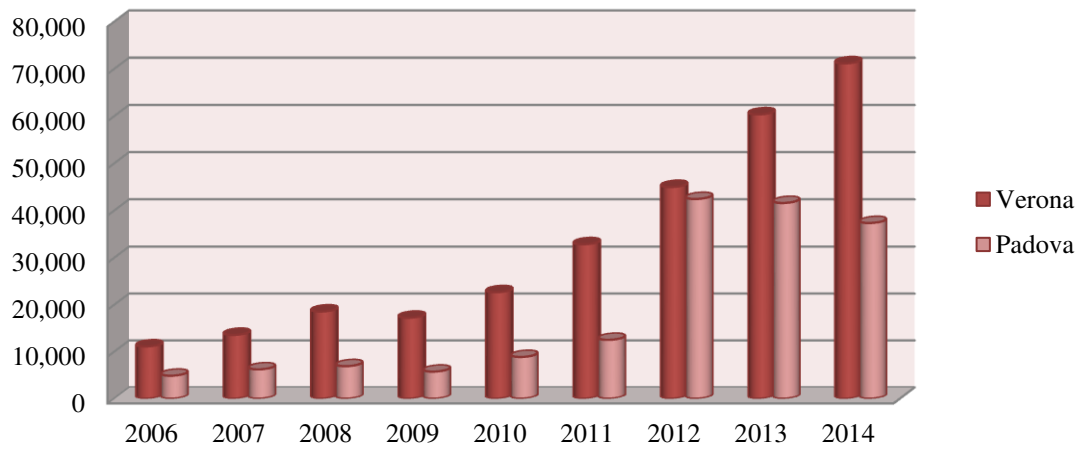
Presenze Paesi Bassi



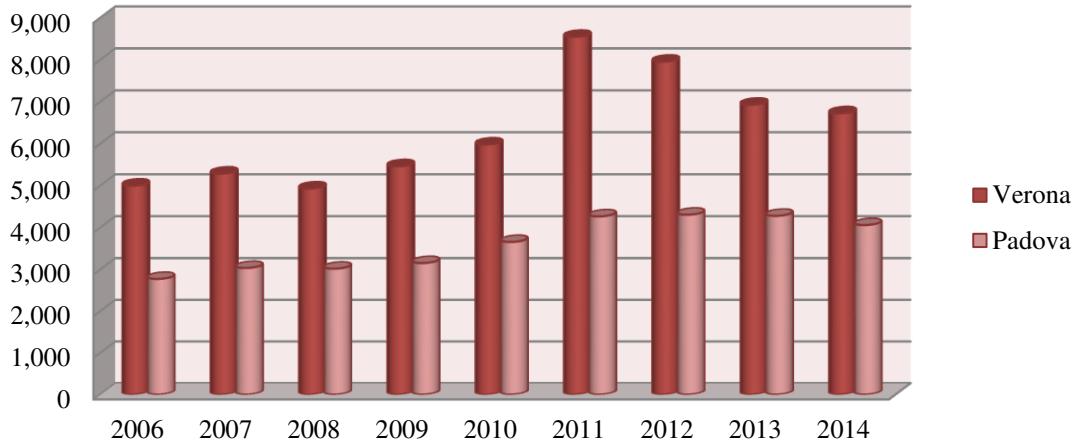
Arrivi Russia



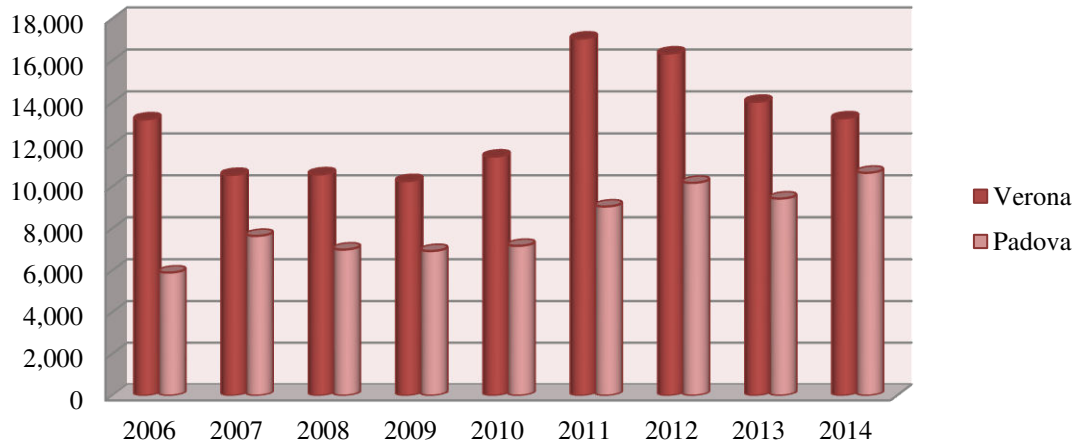
Presenze Russia



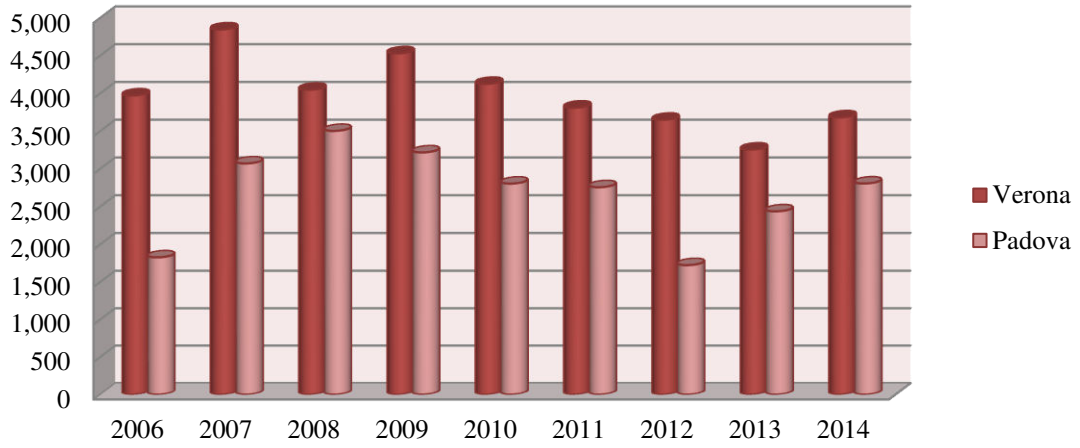
Arrivi Belgio-Lussemburgo



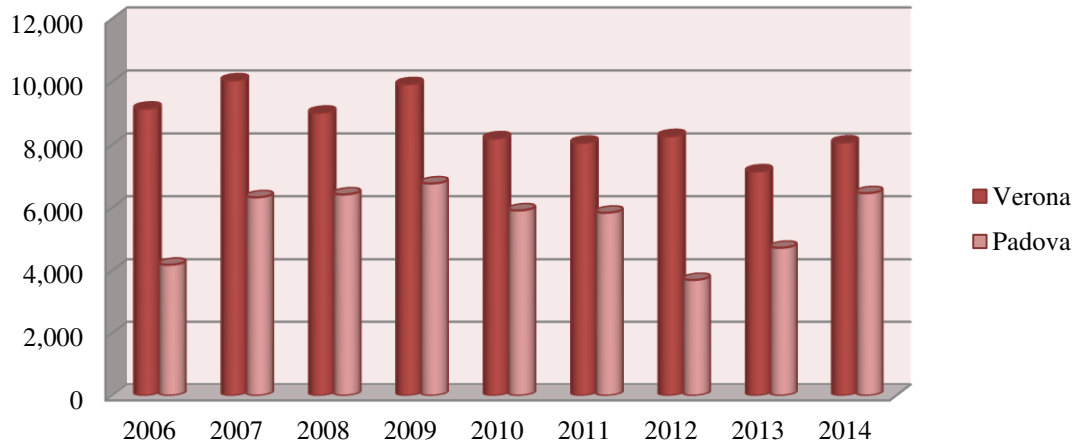
Presenze Belgio-Lussemburgo



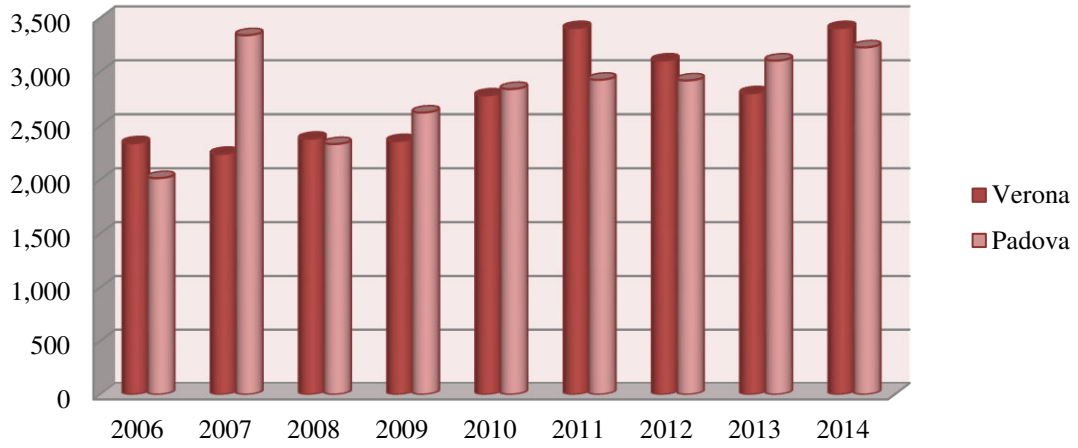
Arrivi Grecia



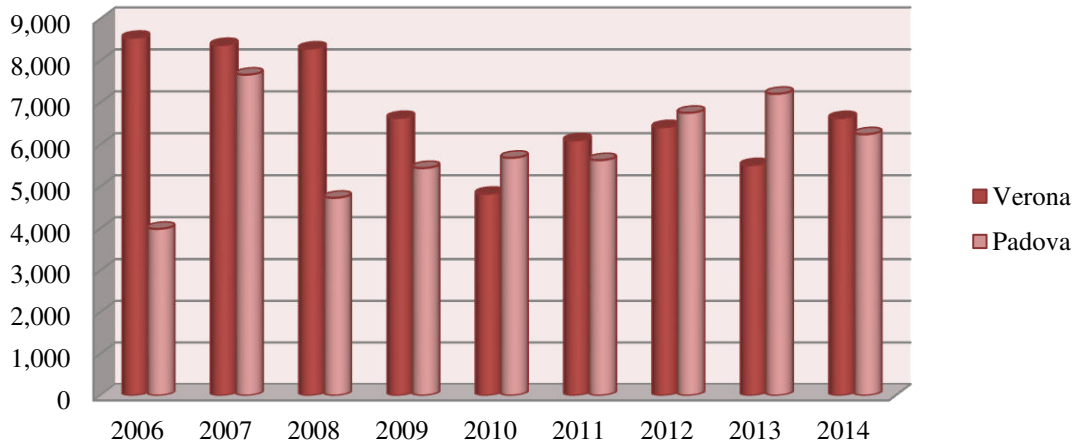
Presenze Grecia



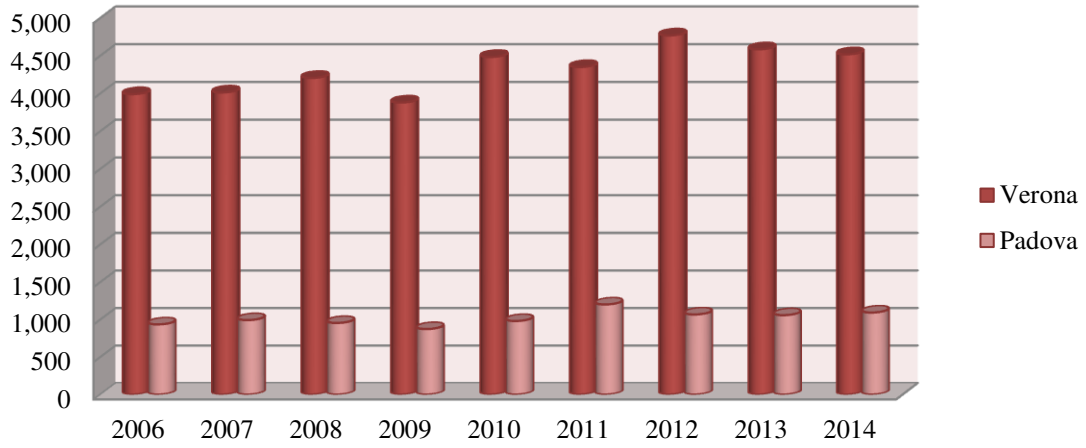
Arrivi Portogallo



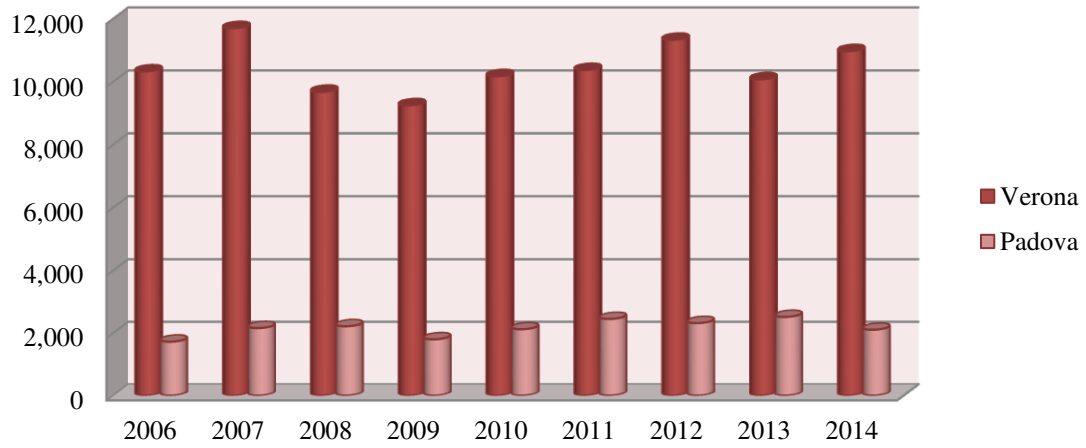
Presenze Portogallo



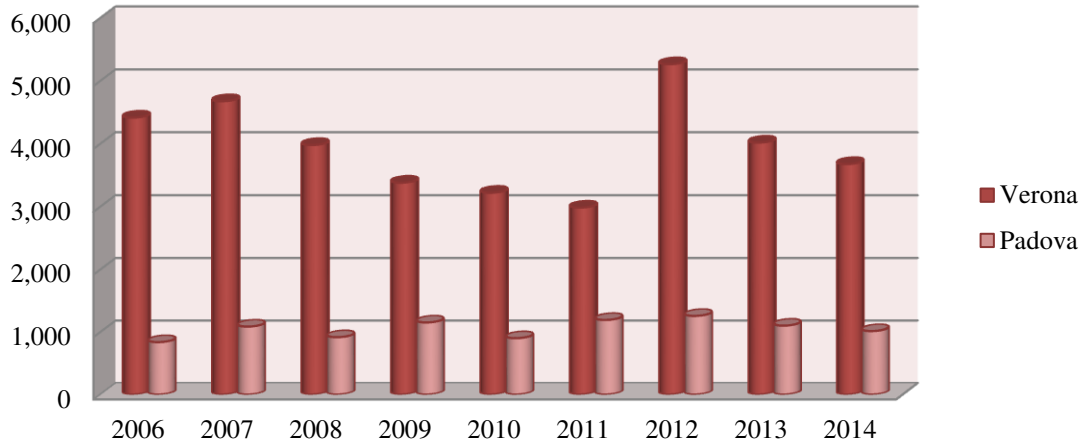
Arrivi Danimarca



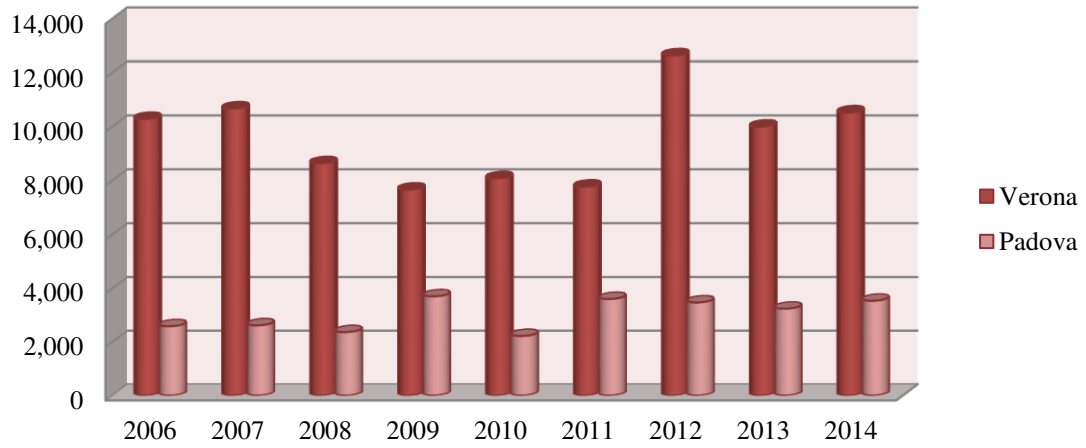
Presenze Danimarca



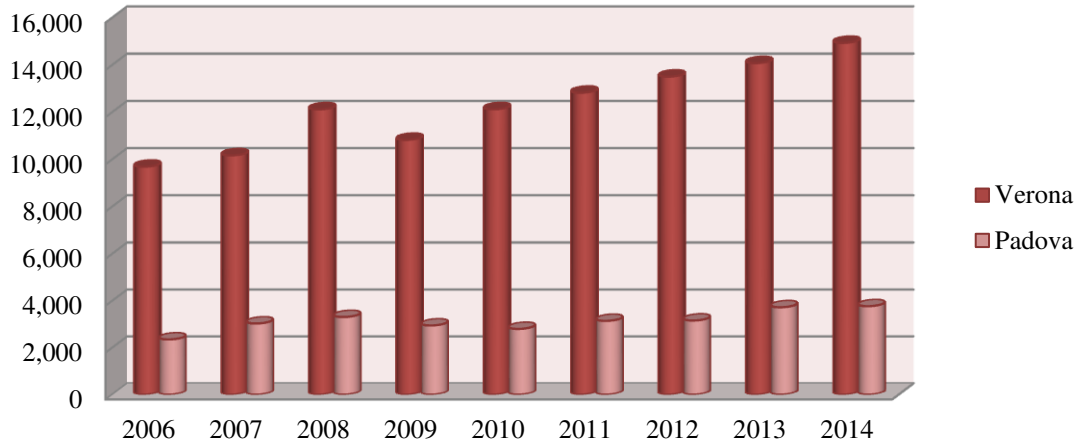
Arrivi Irlanda



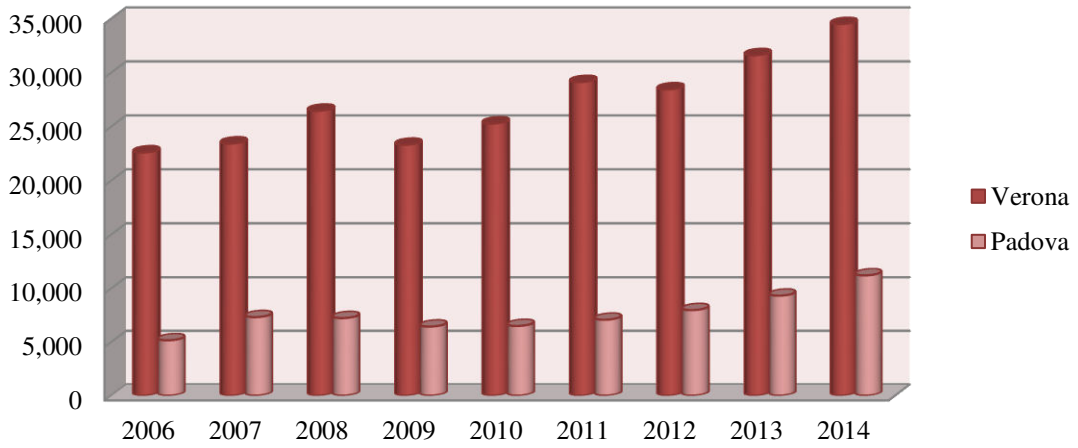
Presenze Irlanda

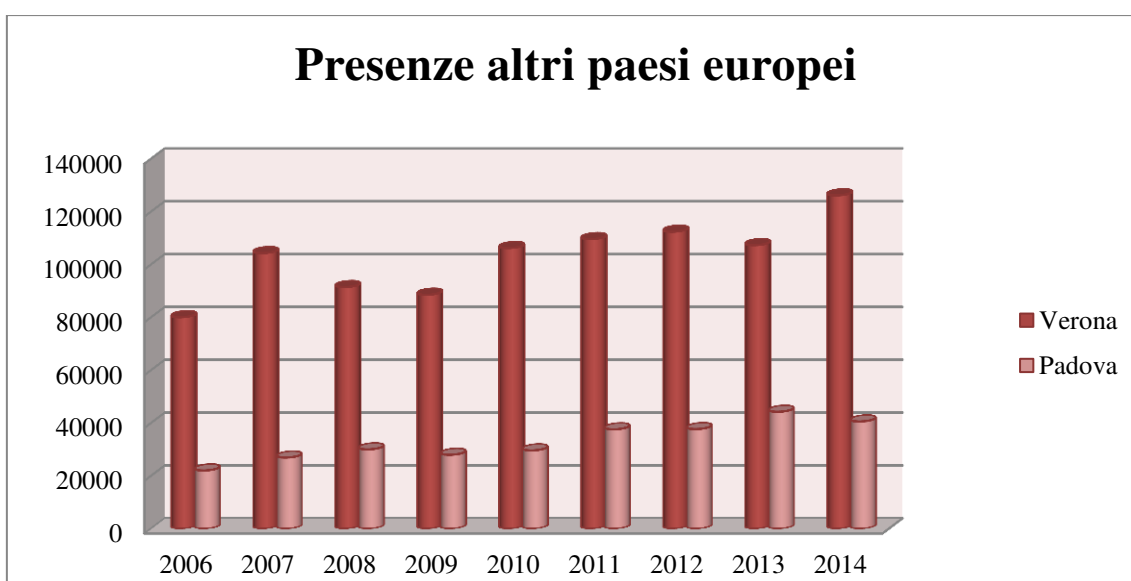
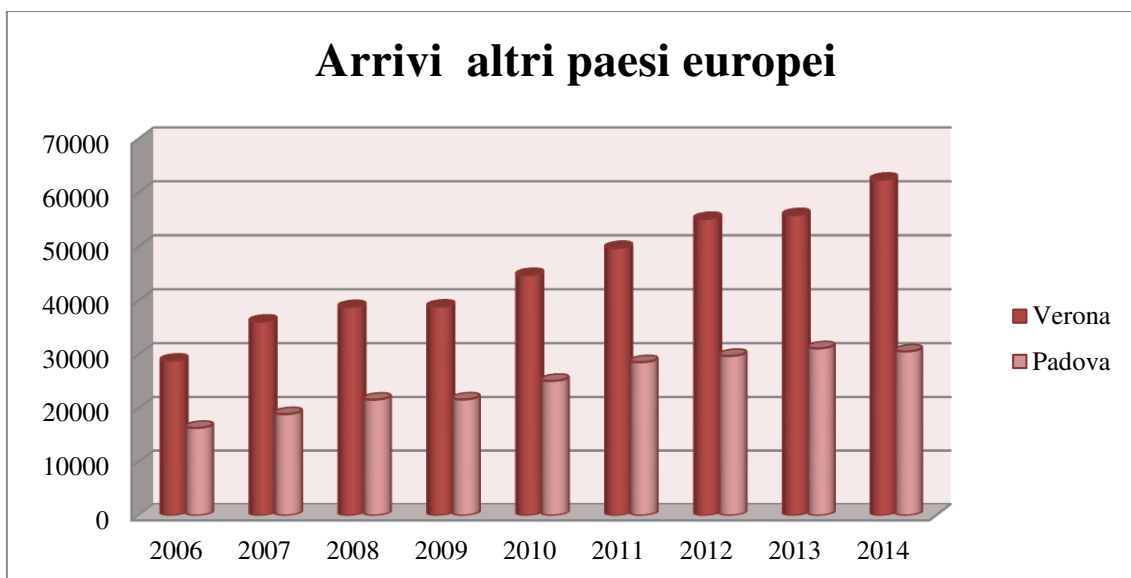


Arrivi Paesi Scandinavi



Presenze Paesi Scandinavi





Tra i paesi che fanno parte del continente europeo, lo stato che durante tutto il decennio considerato ha mantenuto alti e sempre crescenti i livelli di inbound nelle due città, classificandosi tra questi come il primo paese con il maggiore numero di arrivi sia per quanto concerne la città di Verona che quella di Padova, è la Germania. La Germania, di fatti, ha da sempre fatto registrare arrivi record soprattutto nella città di Verona. Nel 2006, erano 58.168 i turisti tedeschi che la visitarono e con il passare degli anni i

numeri andarono tendenzialmente sempre di più a crescere (fatta eccezione per gli anni concomitanti alla crisi economica in cui si registrò un calo dell' 12% nel 2009 rispetto al 2007) fino al 2013 in cui si raggiunse il picco massimo di arrivi con 80.171 turisti tedeschi e con una crescita generale, quindi, del 38% nel corso degli otto anni. Dal 2013 al 2014 si registrò però un calo del 9% nella città di Verona; questa flessione consistente però non si registrò anche nella città di Padova, dove al contrario vi si annotò il proseguo di una, seppur lenta, costante crescita portata avanti dal 2006 al 2014 ed in cui si registrarono 22.940 arrivi (+48% dal 2006 al 2014), senza manifestazioni di grandi ribassi; solo nel 2008 si ebbe, infatti, un calo del 4% rispetto all'anno precedente che venne, però, subito recuperato e superato nell'anno successivo, segnando una ripresa del 10% nonostante ci si trovasse allora in piena crisi economica. Gli stessi andamenti si ripresentano per quanto riguarda le presenze nelle due città: Verona passa dalle 121.597 del 2006 alle 140.247 presenze del 2014 con una crescita generale del 15% riportando forti cali in concomitanza degli anni della crisi, mentre a Padova prosegue l'ondata di crescita senza freni passando dalle 15.446 del 2006 alle 22.940 presenze del 2014 (+49%).

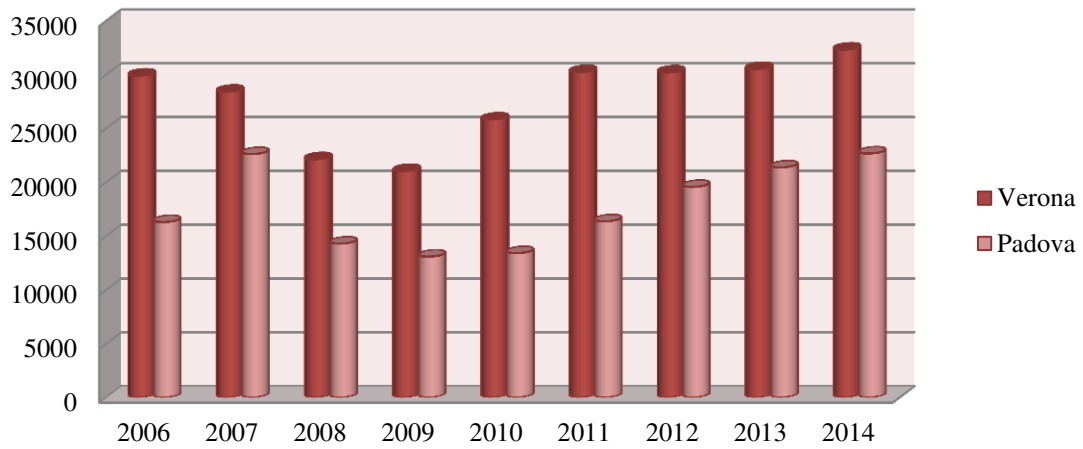
Regno Unito, Francia e Spagna sono i paesi che, per numero di arrivi e presenze seguono nella classifica la Germania, però, mentre per il Regno Unito e la Francia il distacco nel numero di arrivi e presenze dei turisti stranieri tra le due città rimane netto e costante (si parla per esempio di una differenza di 24.140 turisti tra Verona e Padova nel 2006), per ciò che riguarda i turisti spagnoli, il distacco viene ad annullarsi soprattutto nei primi anni del periodo considerato (la differenza tra le due città infatti è di sole 138 unità per il comune di Padova nell' anno 2006). Negli anni successivi, però, sia gli arrivi (solo nella città di Padova) che le presenze degli spagnoli subiscono una flessione al ribasso; dal 2006 al 2014, infatti, si registra a Verona un +12% mentre a Padova un -15,69% per gli arrivi e rispettivamente un -19% e -9,98% per le presenze. Questa flessione generale al ribasso non si presenta invece per lo stato inglese e per quello francese: i dati parlano, infatti, di una crescita degli arrivi a Verona del 28,57% dei francesi (+17,28% per le presenze) ed un +17,65% degli inglesi (+20% delle presenze) mentre a Padova si registrò una crescita del 16,18% degli arrivi dalla Francia e un +20,53% dal Regno Unito (+26,10% e +22,33% rispettivamente per le presenze).

Un altro caso degno di nota è quello della Russia. Guardando il grafico relativo a questo paese, non può che saltare all'occhio il calibro del trend positivo che si è registrato nel corso del decennio. Le percentuali di crescita registrate, sia nel comune di Padova che in quello di Verona, inerenti tanto gli arrivi quanto le presenze, si distaccano di molto rispetto a quelle di tutti gli altri stati, non solo a livello europeo ma mondiale. Questa sostanziale crescita turistica registratasi nelle due città non può che essere il riflesso della trasformazione economica del paese, condotta, come tutti sappiamo da Vladimir Putin, il quale, facendo superare alla nazione le difficoltà causate dal default del 1998, la condusse verso la supremazia economica, facendole conquistare un posto tra le sei maggiori economie a livello mondiale. Il benessere economico del popolo russo si traduce anche in una maggiore propensione al viaggio, ed è per questo che gli arrivi a Verona crescono dal 2006 al 2014 del ben 629% , si passò infatti da 4.847 ai 35.378 arrivi. Quasi lo stesso andamento si registrò a Padova sebbene con numeri inferiori, infatti, dai 1.822 arrivi del 2006 si passò ai 9.835 del 2014 con un incremento del 439%. Di poco inferiori furono i tassi di crescita relativi alle presenze nelle due città: si registrò un +539% a Verona e un +276% a Padova per l'anno 2014 rispetto al 2006.

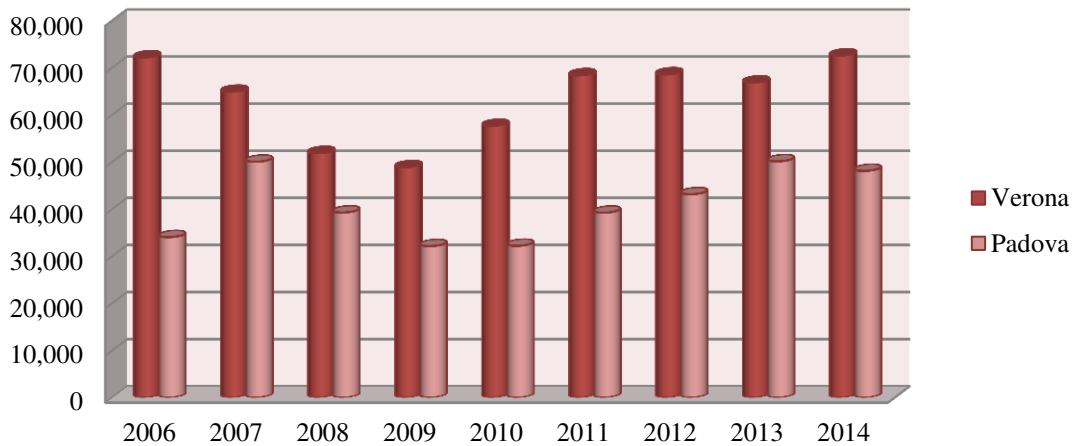
Anche i turisti provenienti da Austria, Svizzera- Liechtenstein, Paesi Bassi dal Belgio e dal Lussemburgo contribuiscono con un importante apporto al flusso turistico delle due città. Austria e Svizzera si dimostrano, tra queste, le nazioni più affezionate alle vacanze nei due capoluoghi veneti. Il loro apporto annuo si aggira mediamente intorno ai 15.000 arrivi per l'Austria e ai 14.000 per la Svizzera relativamente al comune di Verona. In riferimento al comune di Padova, invece, le cifre si abbassano; si contano infatti circa 9.000 arrivi dall'Austria e 6.000 dalla Svizzera. Quest'ultima, però, diversamente dall'Austria ha mostrato un interesse sempre crescente nei confronti delle due località, soprattutto dopo il 2010, da questo momento infatti si registra una flessione positiva che segna un rialzo nel 2014 del 45,58% a Verona e del 25,20% a Padova negli arrivi rispetto all'anno 2010. L'Austria invece, per gli stessi anni ha mostrato un interesse più o meno costante per la città di Padova (dove annualmente si riscontrano delle piccole variazioni percentuali positive) mentre si è registrato un andamento altalenante in riferimento alla località veronese (+21% nel 2011, -6% nel 2012, +10% per il 2013 ed un -5% per il 2014).

Grafici 4.4: Arrivi e presenze dal continente americano 2006-2014

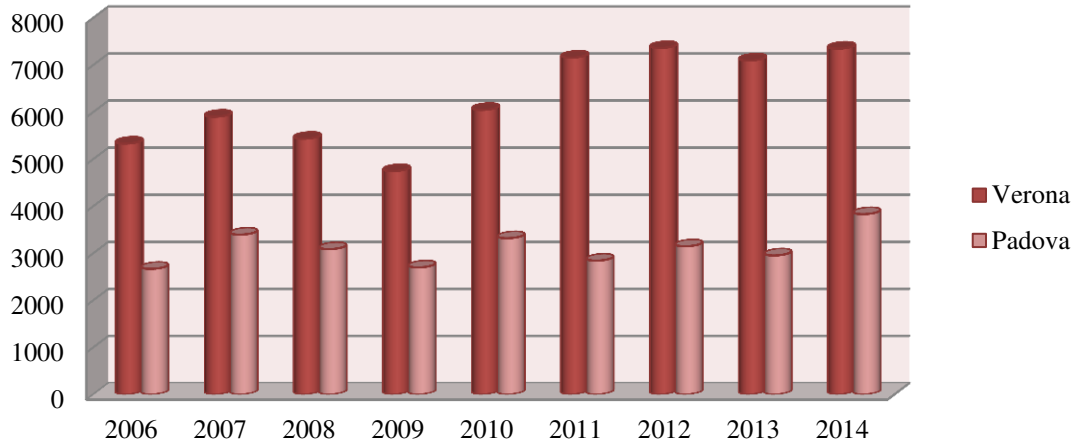
Arrivi Stati Uniti



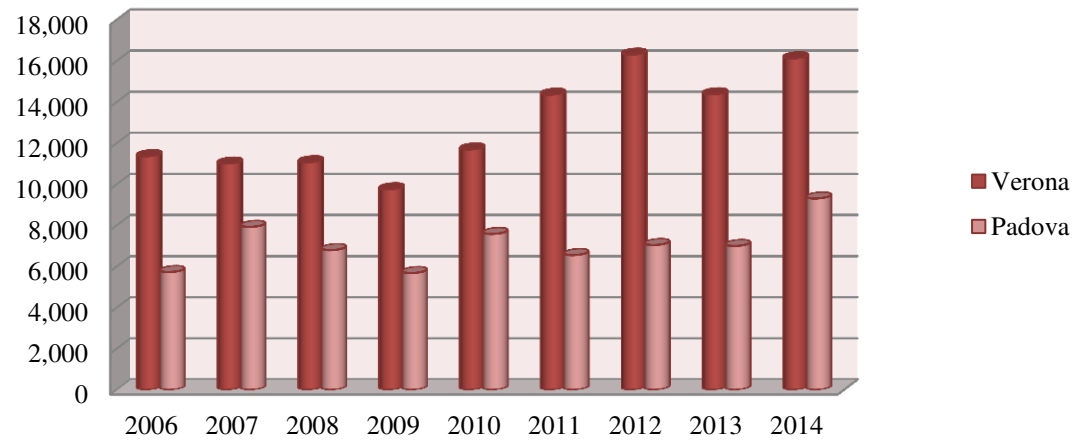
Presenze Stati Uniti

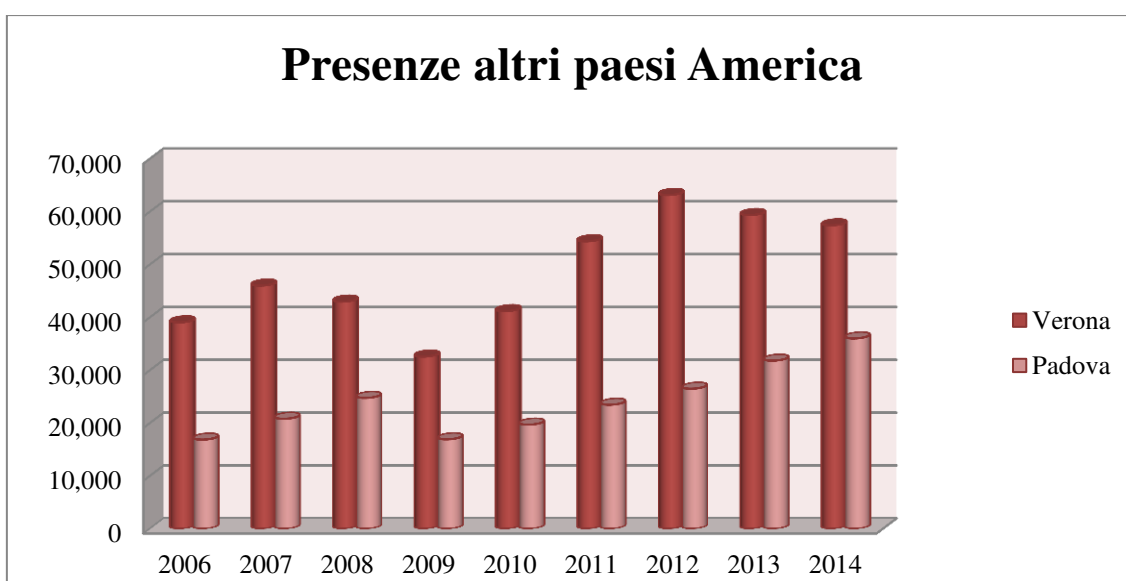
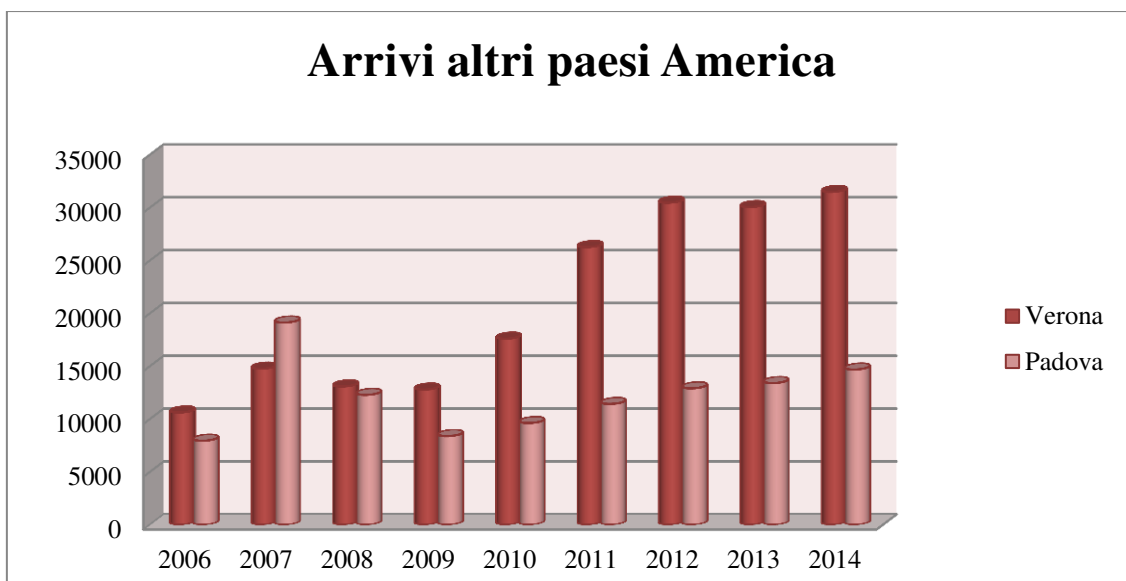


Arrivi Canada



Presenze Canada



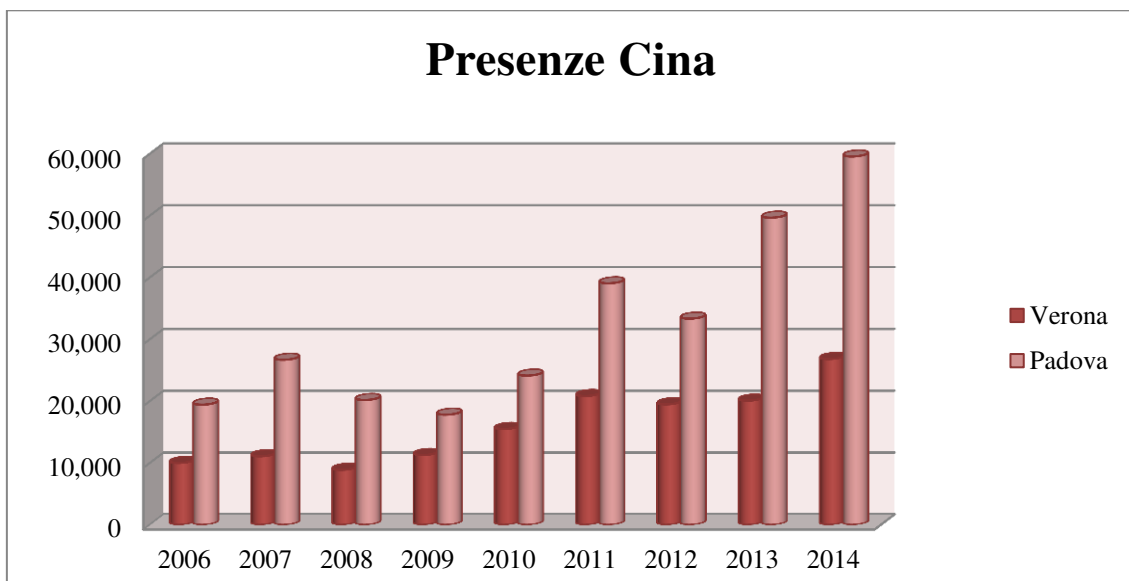
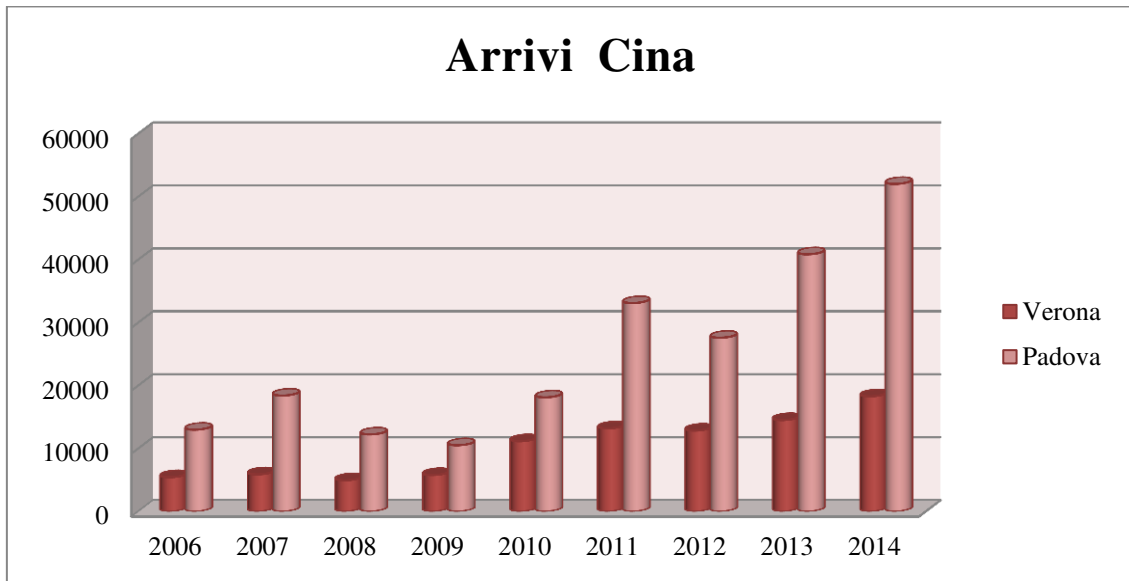


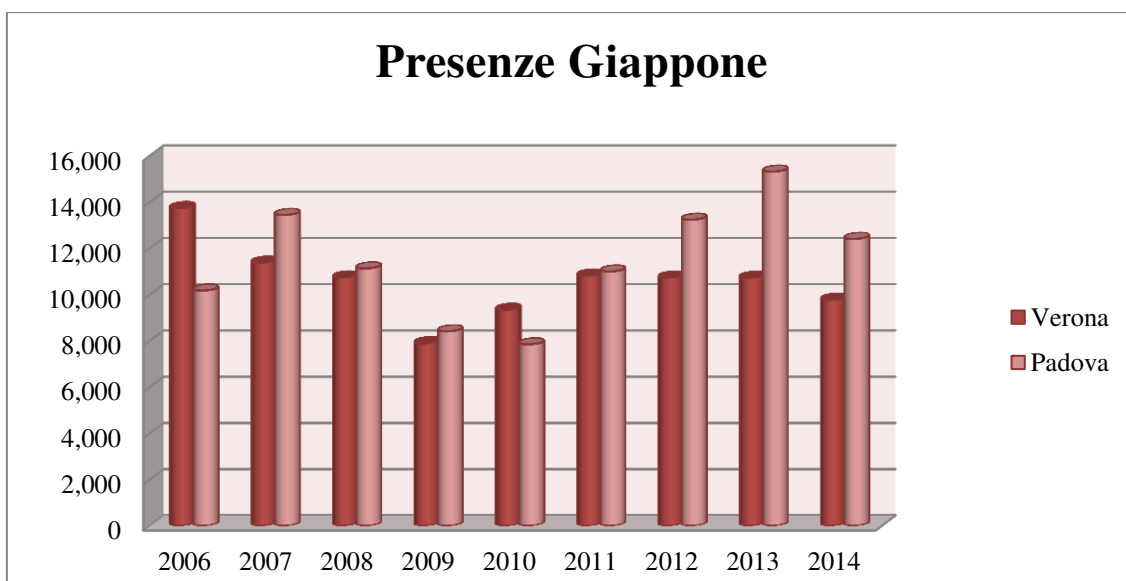
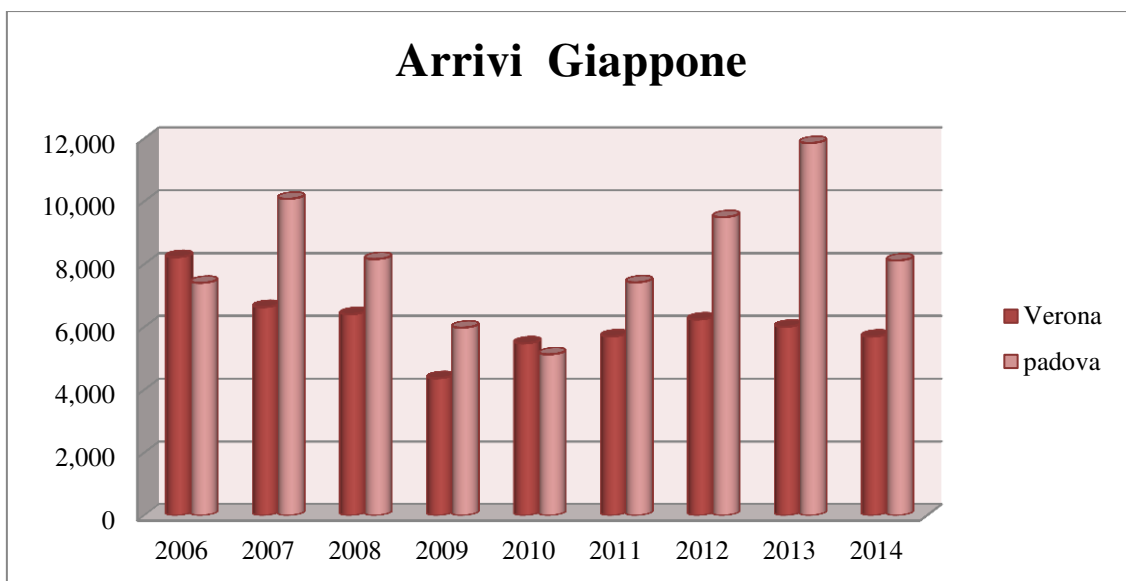
Gli Stati Uniti costituiscono un'importante risorsa per il turismo dei due comuni, alto è infatti il numero dei turisti americani che ogni anno partono per venire a visitare le due città venete. Soprattutto per Padova, però, gli Stati Uniti ricoprono un'importanza rilevante, questa nazione infatti si colloca al secondo posto nella classifica per numeri di arrivi dopo la Germania. Per quanto concerne Verona i turisti statunitensi costituiscono sì un grande apporto al flusso turistico della città, ma questi si vedono superati per

numero da tedeschi, inglesi e francesi. Sia gli arrivi che le presenze registrate per le due città evidenziano un brusco calo negli anni della crisi; si passa, infatti, dai 28.410 arrivi per Verona nel 2007 ai 21.047 del 2009; una più pesante perdita si registra invece negli stessi anni a Padova, che vede diminuire il numero degli dei suoi turisti del 42% (rispetto al -25% di Verona). Simili perdite si evidenziano anche sul fronte delle presenze: Padova passa dalle 50.056 del 2007 ai 32.136 del 2009 (-35%), mentre Verona da 64.902 presenze scende a 48.887 con una perdita del 24%. Già dal 2010, però, si registrano riprese per entrambe le città; soprattutto la città di Padova censisce grandi risultati con un +73% per gli arrivi ed un +49% per le presenze relative all'anno 2014 rispetto ai dati del 2009. Di un punto percentuale più basso rispetto a Padova sono le presenze registratesi a Verona negli stessi anni (+48%), mentre per quanto riguarda gli arrivi quest'ultima ottiene una ripresa solo del 53%.

Tra le nazioni americane anche il Canada rappresenta un importante obiettivo per il turismo veneto: sebbene esso non faccia registrare cifre da capogiro, l'afflusso turistico proveniente da questa terra si mantiene non solo costante ma sempre in crescita (fatta eccezione per il biennio 2008-2009 dove, ovviamente, si registra un trend negativo). Rispetto a Verona, questa volta, Padova subisce una crescita generale sia negli arrivi che nelle presenze più alta; registra infatti un +43% negli arrivi ed un +62% nelle presenze a differenza di Verona che ottiene una crescita rispettivamente del 37% e del 41%.

Grafici 4.5: Arrivi e presenze dal continente asiatico 2006-2014



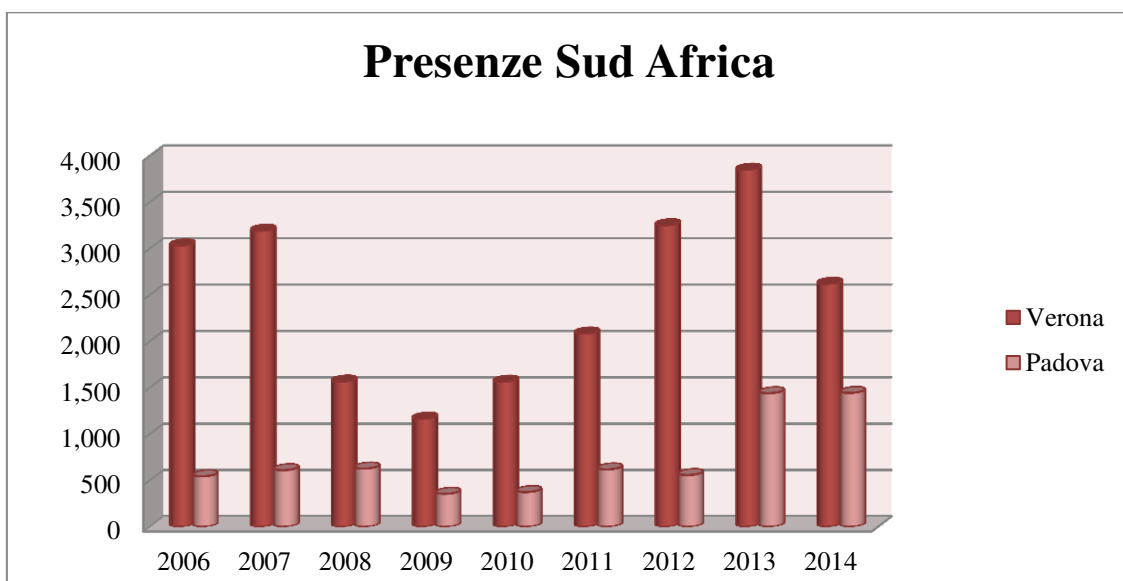
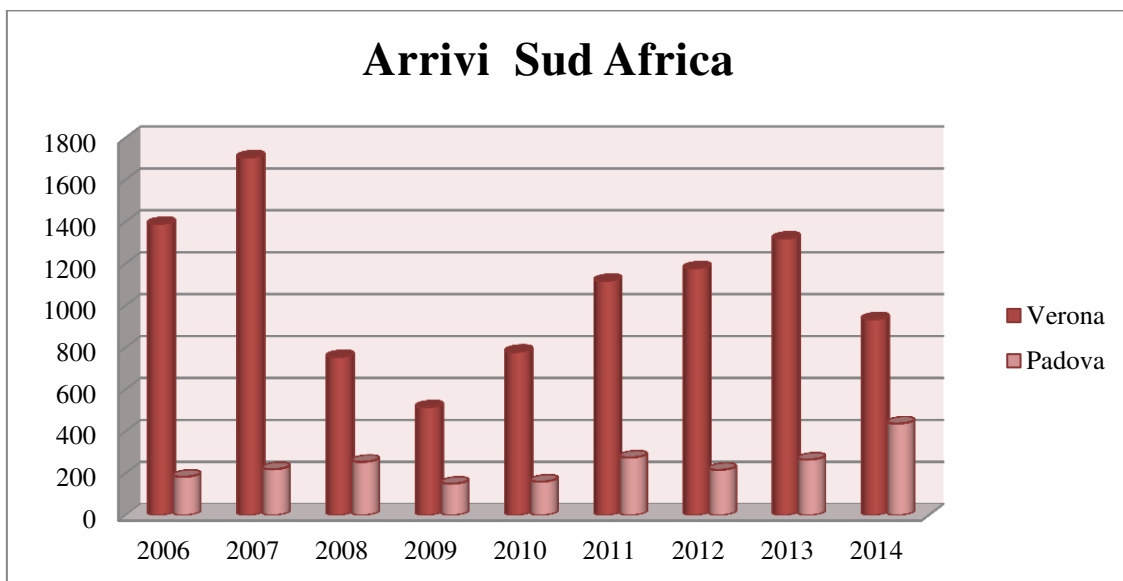


La Cina, così come la Russia, con il passare degli anni è divenuta una delle maggiori economie mondiali e proprio come avvenne per la Russia, questo sviluppo emerse anche sottoforma di una maggiore propensione al viaggio. Le percentuali di crescita, infatti, sono molto eloquenti: si parla di un +235% ed un + 167% rispettivamente per gli arrivi e le presenze registratesi a Verona nel 2014 rispetto al 2006 passando da 5.452 arrivi e 10.018 presenze a 18.293 arrivi e 26.829 presenze. I turisti cinesi, però, hanno

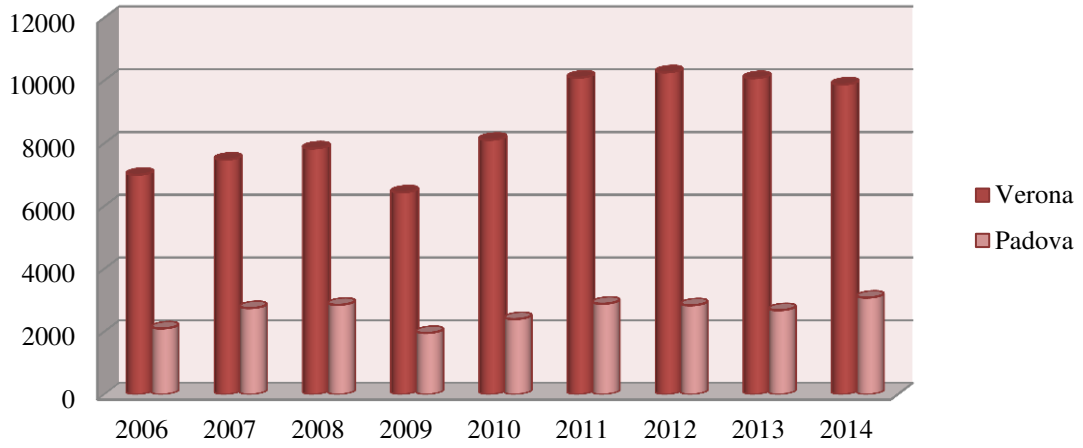
da sempre mostrato un maggiore interesse nei confronti delle bellezze di Padova: già nel 2006 quest'ultima vantava 12.992 arrivi con una presenza attestata a 19.442 che poi passarono rispettivamente nel 2014 a 52.035 e 59.587, con una crescita percentuale del 300% negli arrivi e del 206% nelle presenze.

Le cifre inerenti sia gli arrivi che le presenze, in riferimento ai turisti giapponesi, non sembrano mostrare grandi differenze tra le due città: i grafici infatti evidenziano, più o meno, uno stesso numero di arrivi e presenze, sebbene, nel maggior numero dei casi, è Padova ad accogliere in misura poco maggiore il flusso giapponese più consistente; ciò avviene soprattutto dal 2011 al 2013, anni in cui il capoluogo padovano registra una forte crescita, ossia del 131%, (arrivi anno 2013 su 2010) a differenza di quanto succede a Verona che ottiene una crescita limitata al 9% per lo stesso anno. Per entrambe le città, però, si registra un trend negativo per l'anno 2014 che probabilmente riflette la recessione attraversata dal paese nipponico in quel periodo (arrivi: -5% Verona , -31% Padova; presenze: -9% Verona, -19% Padova).

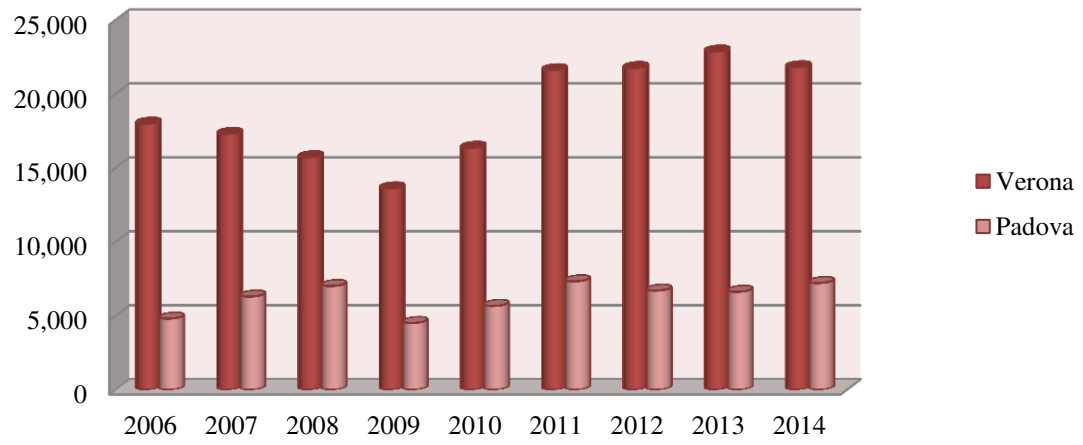
Grafici 4.6: Arrivi e presenze da altri continenti 2006-2014



Arrivi Australia



Presenze Australia



4.4 Offerta Turistica

Un altro aspetto di grande interesse che aiuta a capire come il settore turistico di Padova e Verona si sia sviluppato e, soprattutto, verso quale direzione, è quello inerente la capacità degli esercizi ricettivi per tipologia di struttura. Come risaputo, gli esercizi ricettivi si dividono in due categorie:

ESERCIZI ALBERGHIERI in cui rientrano “gli alberghi da 1 a 5 stelle, i villaggi albergo, le residenze turistico alberghiere, le pensioni, i motel, le residenze d’epoca, gli alberghi meubl  o garn , le dimore storiche, i centri benessere (beauty farm) e tutte le altre tipologie di alloggio che in base alle normative regionali sono assimilabili agli alberghi.”²¹

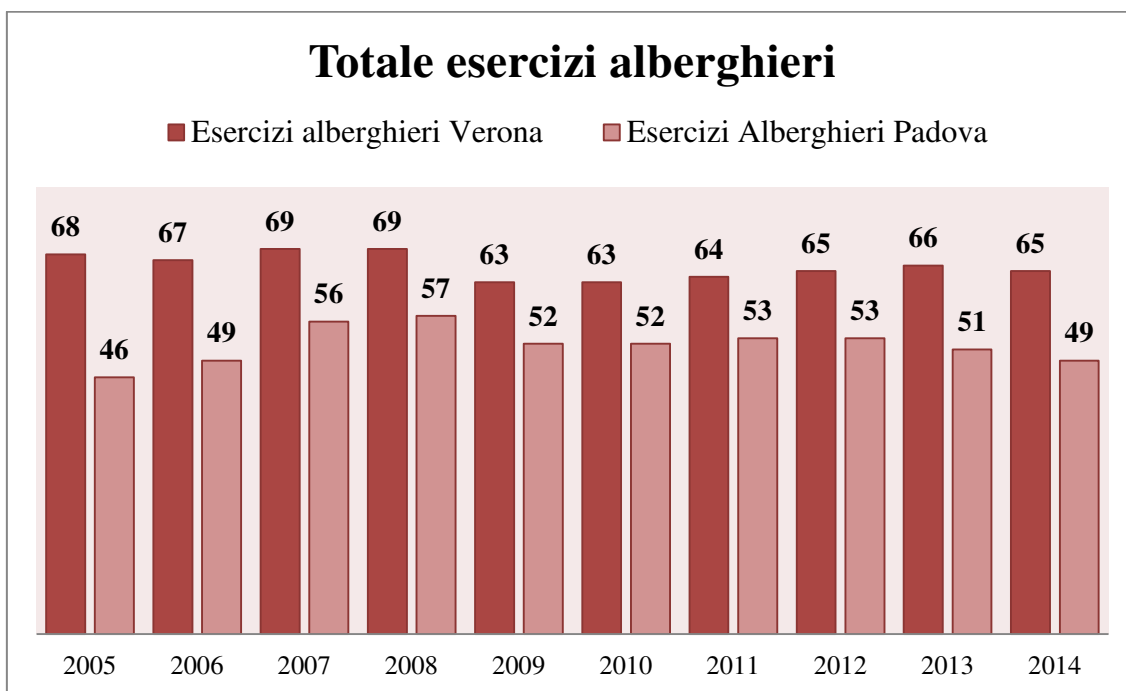
ESERCIZI COMPLEMENTARI che includono “campeggi, villaggi turistici, forme miste di campeggi e villaggi turistici, alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale, alloggi agro-turistici, case per ferie, ostelli per la giovent , rifugi alpini e “altri esercizi ricettivi” non altrove classificati.”²²

²¹<http://www.istat.it/it/files/2011/12/glossario1.pdf?title=Movimento+dei+clienti+negli+esercizi+ricettivi++-+21%2Fdic%2F2011+-+Glossario.pdf>

²² *Ibidem.*

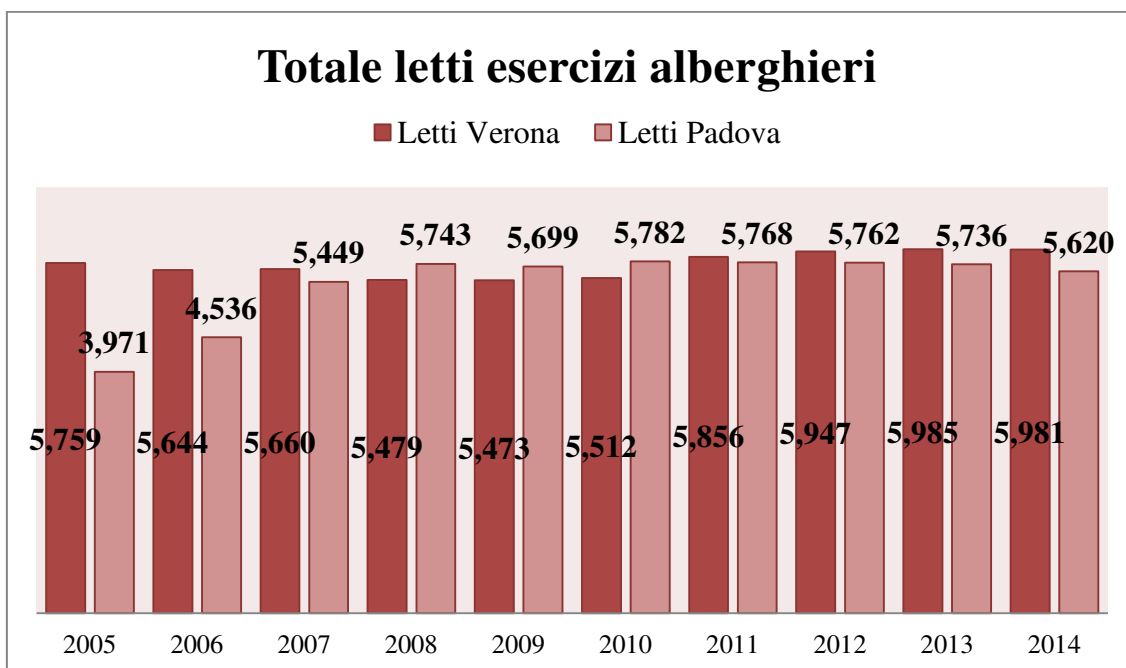
4.4.1 Offerta alberghiera

Grafico 4.7: Numero strutture alberghiere nella città di Padova e Verona 2005-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

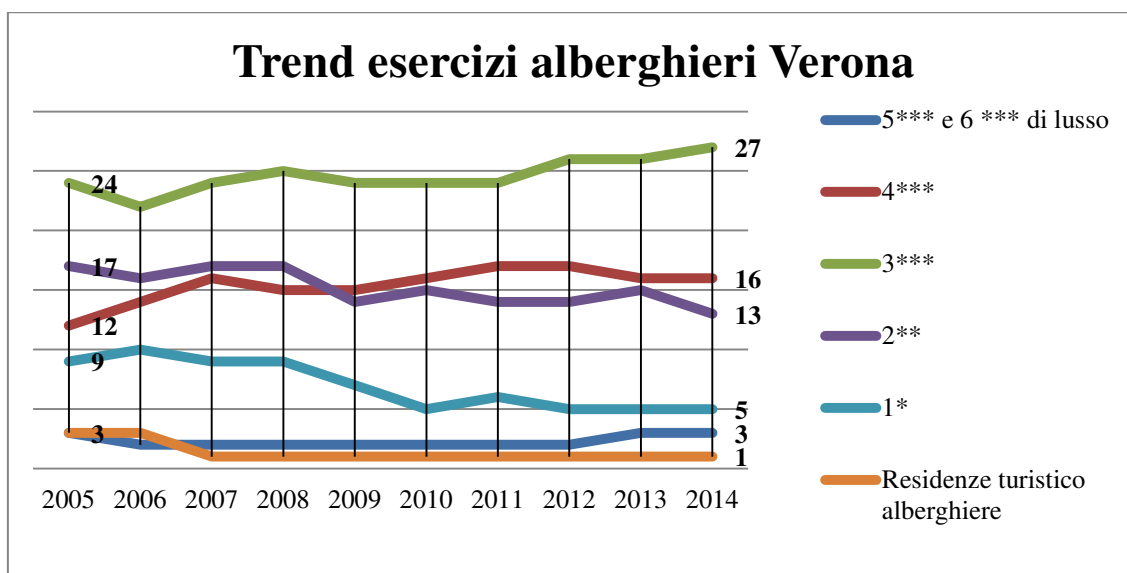
Grafico 4.8: Numero letti esercizi alberghieri nelle città di Padova e Verona 2005-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

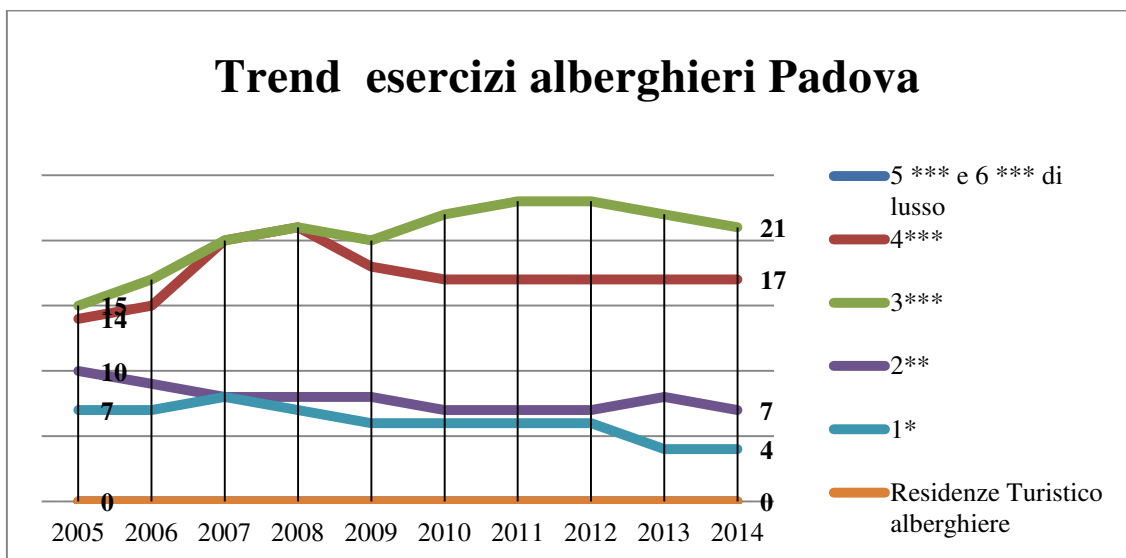
Come si può notare dal primo grafico il numero degli esercizi alberghieri, in entrambe le città non è cambiato di molto nell'arco dei dieci anni. Poche son state, infatti, le aperture di nuove strutture alberghiere sia nell'una che nell'altra città. Un cambiamento significativo si è invece avuto a Padova in riferimento al numero dei letti: dal 2005 al 2007 si è infatti avuto un aumento del 45% che si è poi stabilizzato negli anni successivi senza mostrare mutamenti significativi. Ma vediamo nello specifico in quali categorie alberghiere le due città si differenziano. Nella categoria degli alberghi 5 stelle e 5 stelle di lusso Verona presenta tre strutture, passando dai 275 posti letto del 2005 ai 379 del 2014; Padova risulta invece totalmente sprovvista di questa tipologia alberghiera. Quasi lo stesso numero di alberghi 4 stelle per le due città, ma numeri e soprattutto sviluppi diversi per ciò che riguarda la quantità dei letti disponibili all'interno di questa categoria: se infatti nell'arco dei dieci anni i numeri dei letti a Verona crescono solo del 23% a Padova si registra una crescita del 74%. Poche variazioni anche per le restanti categorie (3,2,1 stella) dove Verona vanta una maggioranza sia in numero di esercizi alberghieri che di letti.

Grafico 4.9: Trend esercizi alberghieri di Verona 2005-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

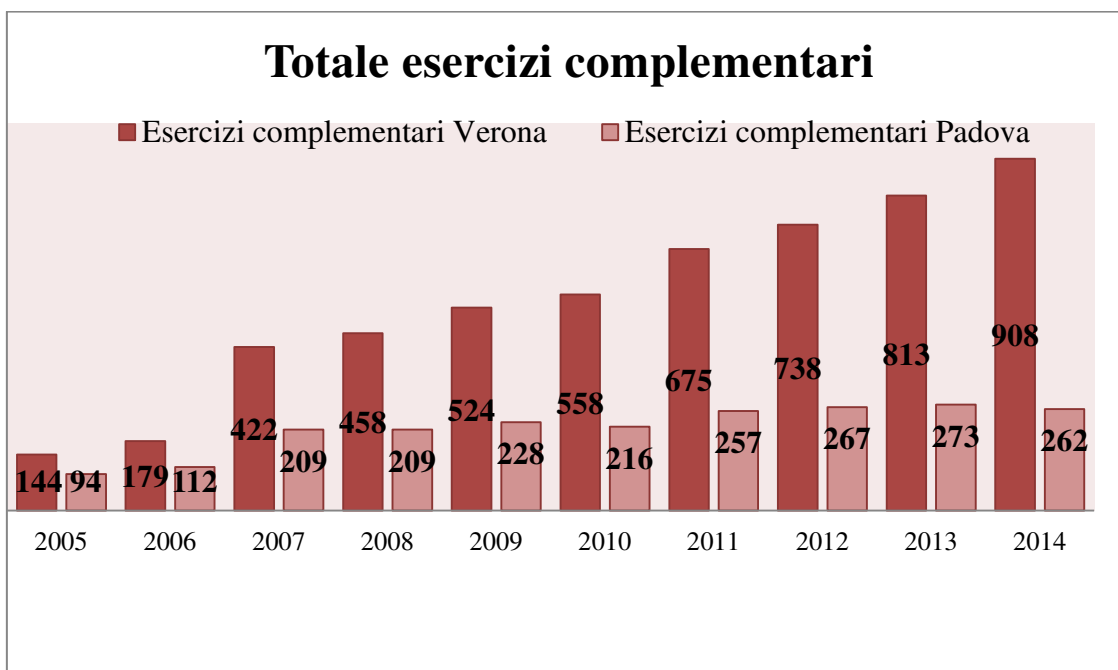
Grafico 4.10: Trend esercizi alberghieri di Padova 2005-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

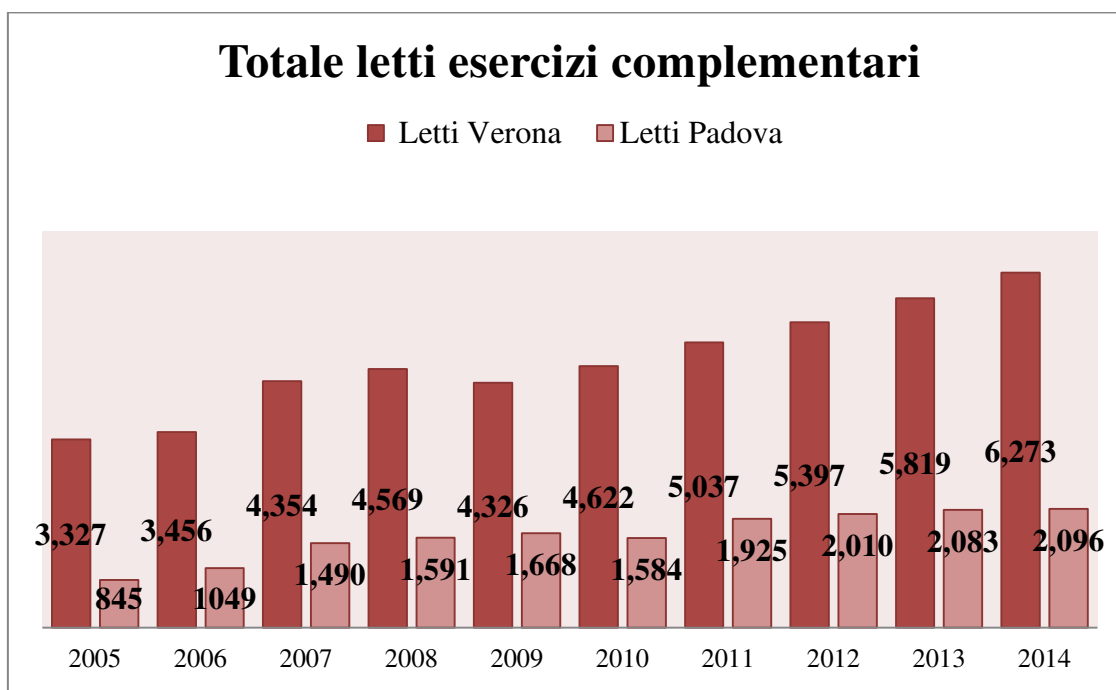
4.4.2 Offerta extra – alberghiera

Grafico 4.11: Numero strutture extra-alberghiere di Padova e Verona 2006-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

Grafico 4.12: Numero letti esercizi extra-alberghieri di Padova e Verona 2006-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

Diversa appare la situazione inerente agli alloggi complementari. Come infatti si nota dai grafici, questa categoria si è sviluppata in maniera diversa all'interno delle due città. Padova ha registrato negli anni un aumento dei degli esercizi complementari lento, seppur costante, raggiungendo un incremento del 179% degli esercizi e del 148% dei letti. Verona, invece, ha registrato un'impennata per ciò che riguarda l'aumento del numero di esercizi extra- alberghieri (+ 530%) ma rimanendo di certo frenata nell'incremento dei posti letto (+89%). Tra le categorie complementari maggiormente diffuse all'interno delle due città troviamo gli *Alloggi in affitto* ed i *Bed & Breakfast*. Queste due tipologie di alloggio stanno giocando negli ultimi anni un ruolo fondamentale nell'accoglienza turistica riflettendo un cambiamento nel modo di fare vacanza improntato adesso sul "mordi e fuggi". Considerato il fatto che spesso, questi due tipi di alloggio, molto simili tra di loro, vengono confusi, si preferisce specificare brevemente quali siano le differenze che intercorrono fra essi.

Come dichiarato dalla Legge Regionale 4 Novembre 2002, n 33 art.25/all.F si definiscono Bed & Breakfast le attività ricettive a conduzione familiare "gestite da privati che, avvalendosi della loro organizzazione familiare, utilizzano parte della

propria abitazione, fino a un massimo di tre camere, fornendo alloggio e prima colazione ed i servizi minimi previsti”²³ :

- un servizio di bagno anche coincidente con quello dell’abitazione;
- pulizia quotidiana dei locali;
- fornitura e cambio della biancheria, compresa quella da bagno, ad ogni cambio di cliente e comunque due volte alla settimana;
- fornitura di energia elettrica, acqua calda e fredda e, ove necessario, il riscaldamento;
- cibi e bevande confezionate per la prima colazione, senza alcun tipo di manipolazione.

Si definiscono invece gli affittacamere (o alloggi in affitto) come delle strutture “composte da non più di sei camere, ciascuna con accesso indipendente dagli altri locali, destinate ai clienti ubicate in non più di due appartamenti ammobiliati di uno stesso stabile, nei quali sono forniti alloggio ed eventualmente servizi complementari, compresa l’eventuale somministrazione dei pasti e delle bevande alle persone alloggiate.”²⁴

I requisiti minimi previsti dalla legge sono:

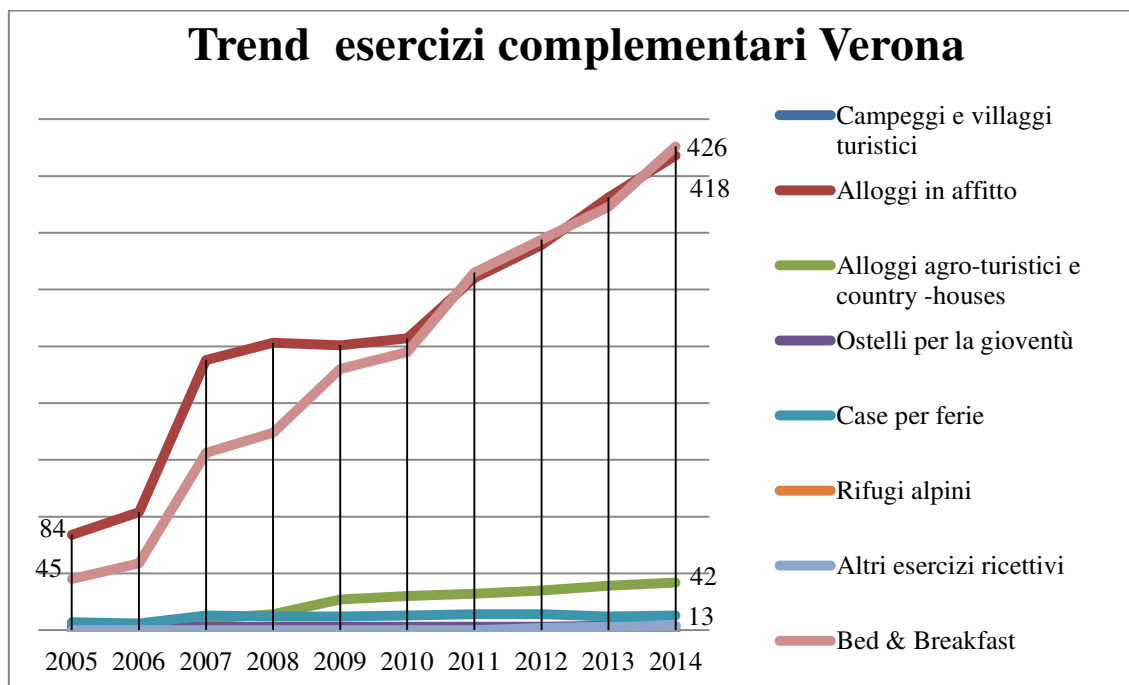
- pulizia quotidiana dei locali;
- fornitura e cambio della biancheria, ivi compresa quella per il bagno, ad ogni cambio di cliente e comunque almeno due volte alla settimana
- fornitura di energia elettrica, acqua calda e fredda e, ove necessario, il riscaldamento.
- un lavabo con acqua calda e fredda per ogni camera, qualora non sia fornita di bagno privato;
- un locale bagno completo, qualora tutte le camere non siano fornite di bagno privato, con un minimo di uno per appartamento.

²³ Legge Regionale 4 Novembre 2002 n°33 art. 25/all. F

²⁴ *Ibidem.*

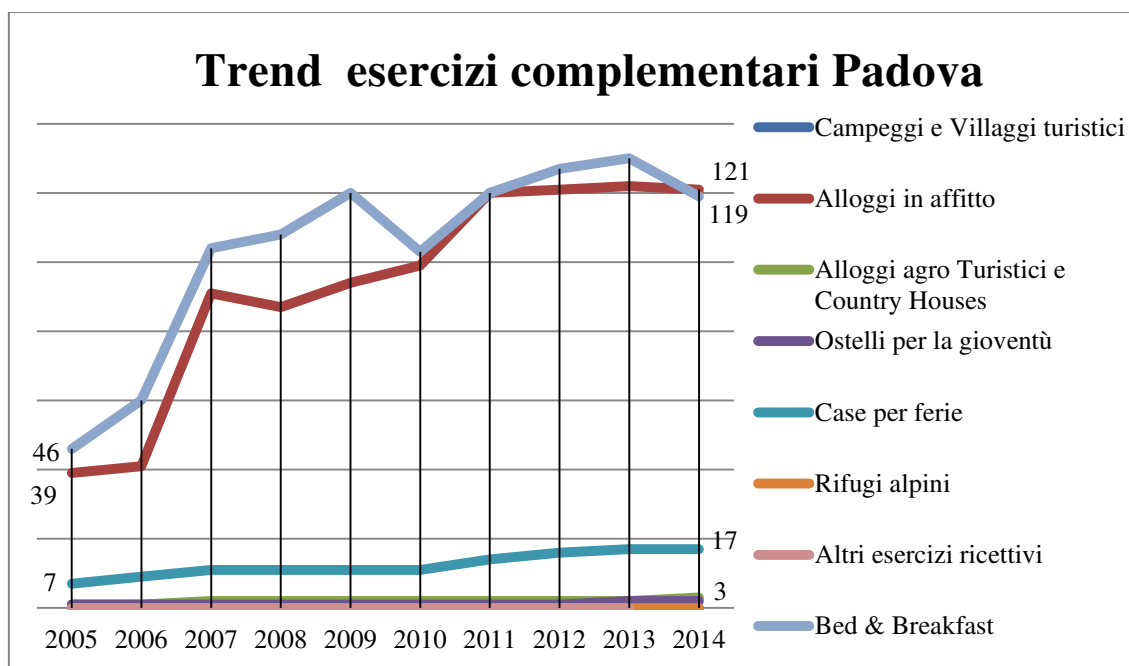
Inoltre mentre i B&B non si presentano come attività a carattere imprenditoriale, gli affittacamere hanno invece l'obbligo di registrazione al registro delle imprese.

Grafico 4.12: Trend esercizi extra-alberghieri Verona 2006-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

Grafico 4.13: Trend esercizi extra-alberghieri Padova 2006-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

Come si evince dai grafici, la crescita nell'area delle strutture ricettive extra- alberghiere è data, in entrambe le città, seppur con numeri diversi, da queste due uniche tipologie di alloggio: B&B ed Affittacamere. A Padova le due categorie hanno avuto uno sviluppo nell'arco del decennio più o meno simile, dal 2005 al 2014 i B&B hanno registrato una crescita del numero di esercizi del 163%, passando dalle 46 alle 119 strutture e del 160% per il numero dei letti che da 175 arrivano a 456, mentre per gli affittacamere si sono registrati rispettivamente un +205% ed un + 125% con il passaggio da 39 a 121 strutture e da 245 a 545 letti. Percentuali di crescita decisamente più alte si sono registrate invece nella città di Verona per la categoria B&B per la quale si è segnato un +846% nel numero degli esercizi, per un totale di 426 strutture finali, ed un +886% nel numero dei posti letto (1.944 a fine 2014). Queste percentuali si distaccano di molto da quelle annote per le attività degli affittacamere le quali sono cresciute del 397% nel numero degli esercizi ma solo dell'84% in quello dei posti letto, le strutture passano così da 84 a 418 mentre i letti da 1.249 a 2.307.

Tra le altre tipologie di alloggio è opportuno annotare la crescita degli agriturismi veronesi che passano dalle 3 alle 42 strutture per un totale di 598 letti. Molto limitata invece rimane la crescita di questa tipologia per la città di Padova: sono solo tre le strutture registrate con un numero di letti pari a 59.

Una buona crescita si è avuta anche a riguardo delle case per ferie che a Verona passano dalle 7 alle 13 strutture con 713 letti finali, mentre a Padova le strutture registrate a fine 2014 ammontano a 17 con un numero di 921 letti.

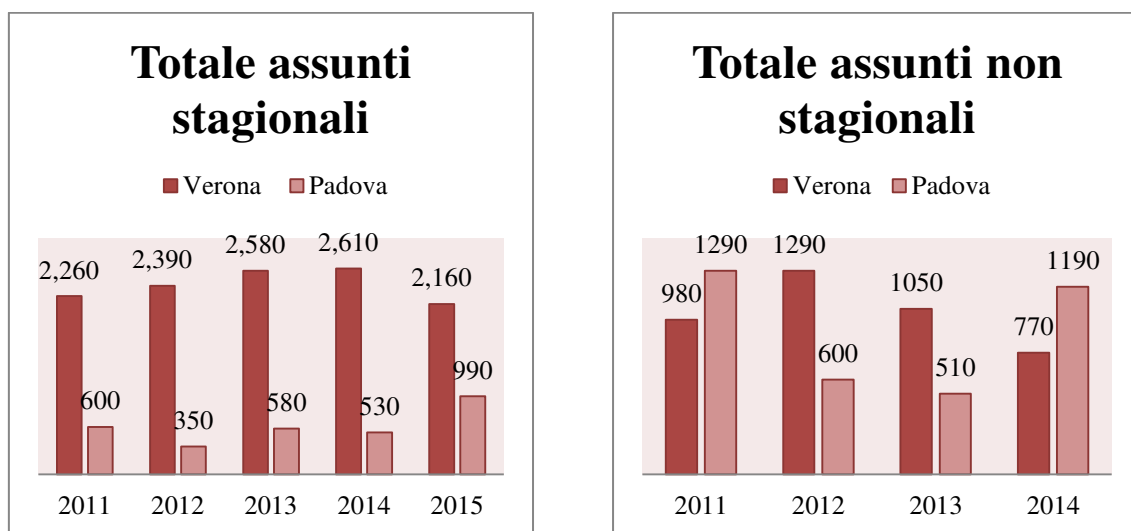
4.4.3 Occupazione

A seguito dello studio sull'andamento del settore ricettivo sarebbe opportuno effettuare una piccola indagine sul livello di occupazione che questo settore è riuscito a generare all'interno delle due città. Dai dati pubblicati dal Sistema informativo per l'occupazione e la formazione Excelsior in riferimento agli anni 2011-2015 si evince che: per il settore turismo e ristorazione, nella categoria assunti non stagionali nella città di Padova si sono registrate complessivamente 3.590 assunzioni mentre in quella di Verona 4.090 . Gli assunti a tempo indeterminato a tutela crescente, gli assunti a tempo determinato ed i part-time sono le categorie in cui si registrano maggiori assunzioni per entrambe le

città. Gli anni in cui vi sono stati dei picchi nelle assunzioni per Padova sono stati il 2011 ed il 2014 mentre per Verona il 2012 ed il 2013.

In riferimento alle assunzioni stagionali, queste si attestano intorno ai 3.050 per la città di Padova mentre numeri decisamente più alti si registrano a Verona: si parla infatti di circa 12.000 nuovi assunti nell'arco dei quattro anni.

Grafico 4.14: Numero totale assunti stagionali e non stagionali Padova- Verona 2011-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

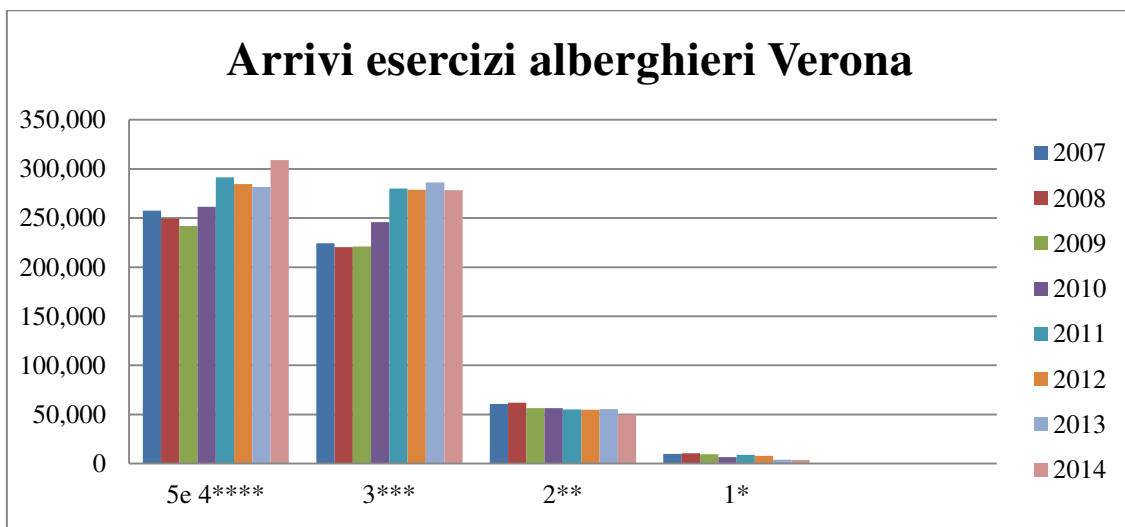
4.4.4 Movimentazione turistica per alloggio

Vediamo adesso come nel corso degli anni i turisti stranieri si siano distribuiti tra le varie tipologie ricettive e se tale distribuzione abbia marcato una preferenza nei confronti di una determinata categoria e se questa preferenza sia a sua volta cambiata nel corso del decennio analizzato.

Analizzando i dati sulla movimentazione turistica per tipologia di alloggio che mi sono stati forniti dagli uffici della Provincia delle due città, emerge una stessa percentuale di incremento sul totale (esercizi alberghieri e complementari) degli arrivi dell'anno 2014 calcolati sull' anno 2007: solo un punto percentuale li separa, infatti, mentre a Padova si è registrato un +32% per Verona si è calcolato un +33%. In media sono circa 177.000 gli arrivi in meno che distaccano Padova da Verona, la quale è passata dai 467.688

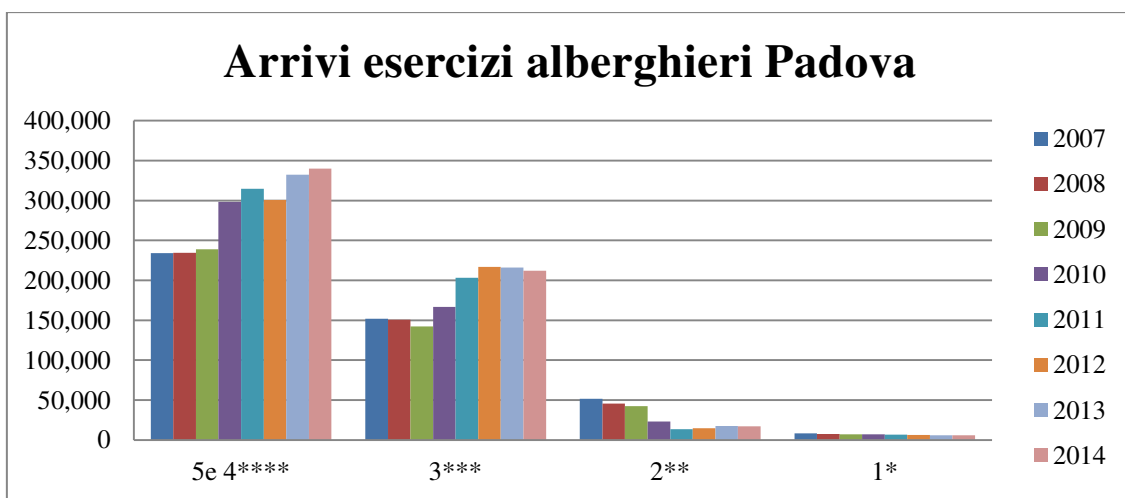
arrivi del 2007 ai 618.475 del 2014. Quasi la stessa cifra si registra nel 2007 per gli arrivi di Verona, che precisamente sono 618.171, i quali hanno raggiunto quota 821.897 nel 2014. Percentuali differenti però emergono in riferimento alle presenze turistiche, le quali, calcolate per gli stessi anni, nella città di Padova passano da 943.516 a 1.315.671 con un incremento del 39% mentre si registra solo un +15% in quella di Verona che passa da 1.464.005 a 1.681.439 .

Grafico 4.15: Arrivi esercizi alberghieri Verona 2007-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

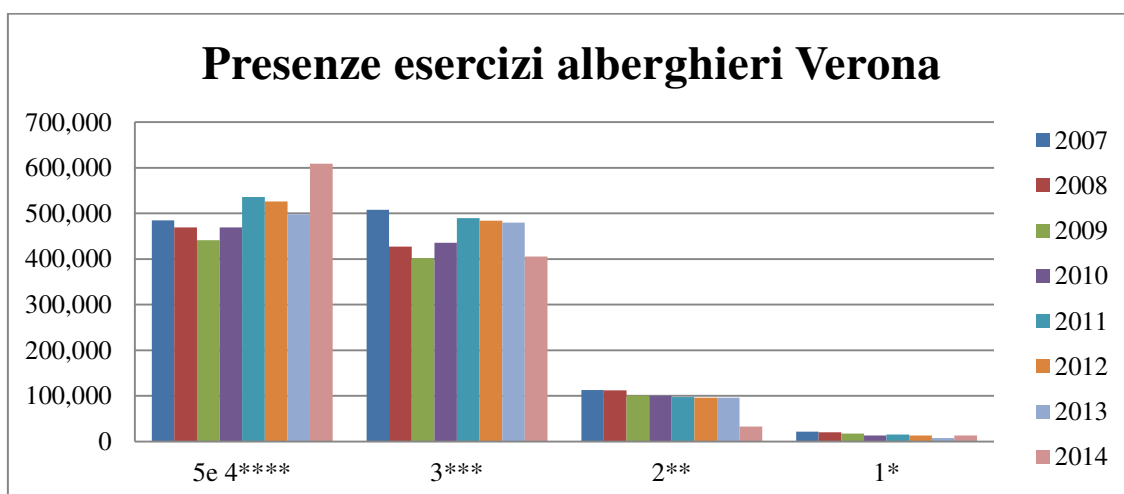
Grafico 4.15: Arrivi esercizi alberghieri Padova 2007-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

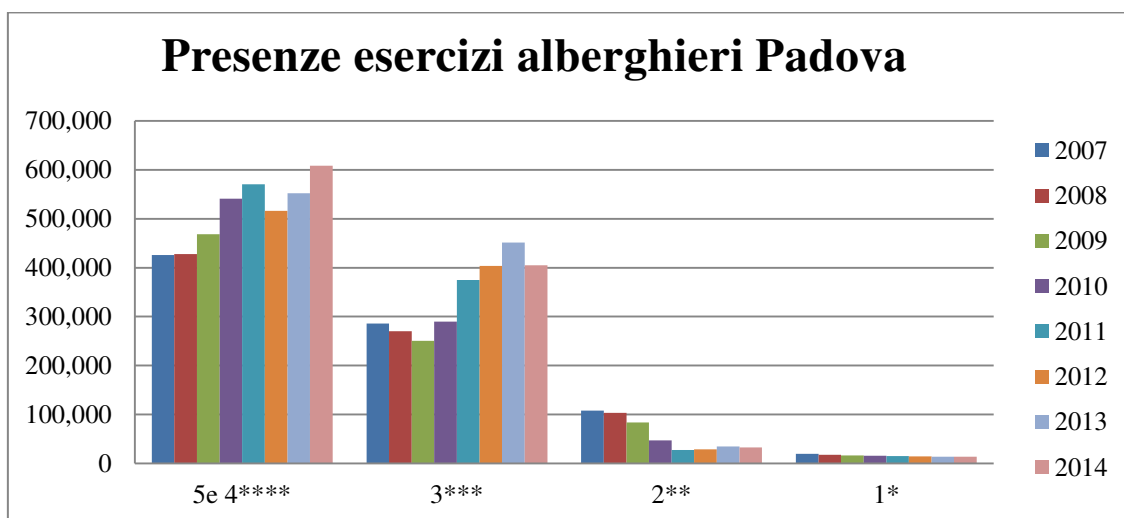
Analizzando i grafici appare evidente come il maggior numero di arrivi si sia registrato in entrambe le città negli alberghi di categoria 5 e 4**** e in quella delle 3***. Sebbene le cifre evidenzino un trend positivo per queste due categorie in entrambi i comuni, nella città di Verona le percentuali di crescita risultano essere più o meno la metà di quelle riscontrate a Padova. Per la categoria degli alberghi a 5 e 4 **** appartenenti al comune di Padova si è registrato un +45% sottolineando inoltre che, a parte nel solo anno del 2012, non si è registrato nessun calo negli arrivi, superando lo scoglio della crisi senza alcuna perdita. Diverso è invece quanto successo a Verona dove, per la stessa categoria, si è raggiunta, alla fine del 2014, una crescita del 20% non sapendosi però mostrare immune ai colpi della crisi e subendo quindi degli arresti e delle perdite negli arrivi durante non solo gli anni della recessione ma anche durante il biennio 2012-2013. Quasi le stesse percentuali di crescita per la categoria 3***: un + 40% a Padova ed un + 20% a Verona. Si ribaltano invece i risultati per le categorie 2** e 1*, infatti, seppur in entrambi i capoluoghi si evidenziano dei trend negativi, Padova è la città che registra perdite maggiori e consistenti negli arrivi inerenti gli esercizi ricettivi 2** (-66% contro i -18% registrati a Verona) mentre queste si fanno più contenute per la categoria 1* (-29%) a differenza questa volta di Verona che raggiunge un -65%.

Grafico 4.17: Presenze esercizi alberghieri Verona 2007-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

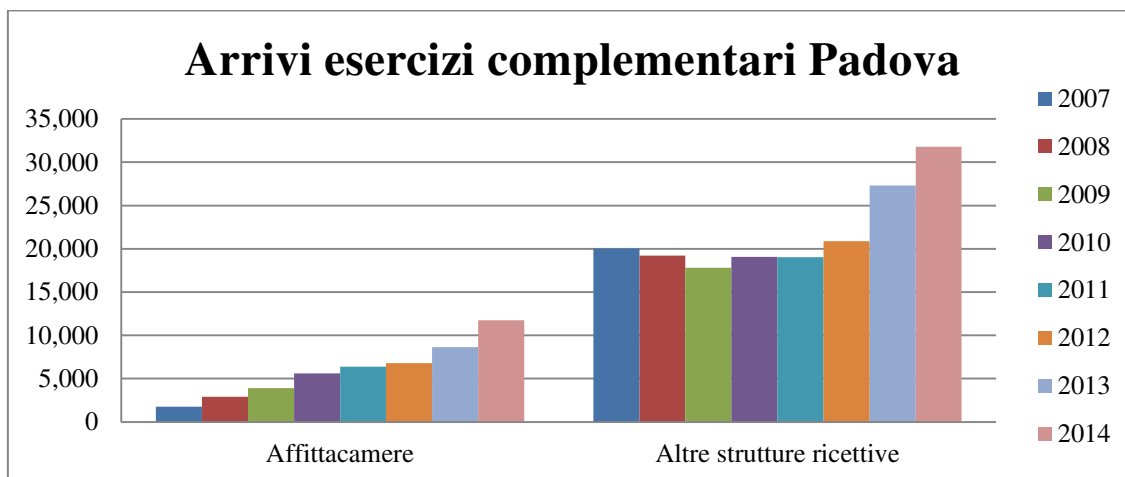
Grafico 4.18: Presenze esercizi alberghieri Padova 2007-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

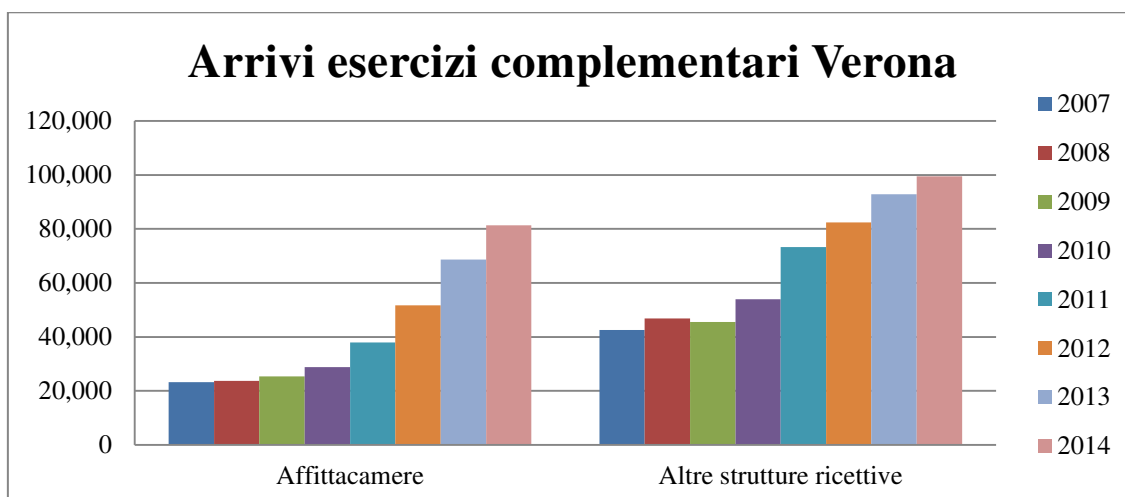
Per ciò che concerne le presenze, queste mostrano cifre più o meno equivalenti a quelle registratesi per gli arrivi della città di Padova: per i 5e4**** e i 3*** la crescita si attesta infatti intorno al 40% (più precisamente 43% e 41% rispettivamente) i cali, rispecchiano anche loro quelli degli arrivi, facendo segnare un - 69% per la categoria 2** ed un - 31% per quella a 1*. Del tutto diversa invece la situazione delle presenze registratesi a Verona rispetto alle percentuali degli arrivi, sebbene i cali nelle due ultime categorie alberghieri si avvicinino a quelle degli arrivi (-21% per 2** e - 68% per quelli a 1*) per ciò che concerne i 5e4**** ed i 3*** la crescita risulta davvero molto più frenata: si raggiunge un + 14% nei 5e4**** e addirittura un esiguo +0,04% per la categoria 3***.

Grafico 4.19: Arrivi esercizi extra-alberghieri Padova 2007-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

Grafico 4.20: Arrivi esercizi extra-alberghieri Verona 2007-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

Grande crescita nel numero di arrivi per gli affittacamere padovani, si è passati dai 1.767 del 2007 agli 11.753 del 2014 con un aumento percentuale del 565%. Numeri decisamente più alti ma con soglie di crescita alquanto inferiori per la categoria veronese, che con un incremento del 251% è passata dai 23.161 arrivi agli 81.287 nel 2014. Anche in questo caso, le percentuali di crescita inerenti le presenze per questa categoria ricettiva a Verona risultano deludenti, si segna infatti solo un + 28% contro il

+232% del padovano. In riferimento alle altre strutture ricettive le crescite negli arrivi risultano più contenute a Padova (+ 59%) che a Verona (+134%) mentre per ciò che riguarda le presenze, la differenza di percentuale si riduce registrando un +126% a Padova ed un +106% a Verona.

I dati sulla permanenza media, ossia il rapporto tra il numero di presenze ed il numero di arrivi che appunto ci indica il numero medio dei giorni di permanenza dei turisti in una determinata città o struttura ricettiva, ci confermano una preferenza, nel corso del decennio considerato, delle strutture ricettive complementari.

Tabella 4.4: Permanenza media Padova-Verona 2007-2014

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Alberghiero Verona	2	1,9	1,8	1,8	1,8	1,8	1,7	1,8
Alberghiero Padova	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
Extra- alberghiero Verona	5,1	5,1	5,5	5,1	4,3	3,5	3,1	2,9
Extra- alberghiero Padova	4,8	5,5	5,8	5,6	5,6	6,6	5,4	5,9

Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

Come si può notare nelle strutture ricettive alberghiere Veronesi la permanenza dei turisti stranieri è un po' calata nel corso degli anni non facendo evidenziare però dei netti cambiamenti. Ancor più costante si è mantenuto il numero dei giorni medi negli alberghi di Padova che passano da un 1,9 a un 1,8. Più altalenante è invece la situazione inerente le strutture ricettive extra- alberghiere: a Padova, seppur con momenti di calo si è avuta una crescita generale del numero dei giorni di permanenza, passando dai 4,8

giorni ai 5,9, a Verona, invece, i giorni di permanenza nelle strutture complementari della città sono fortemente calati, passando dai 5,1 giorni ai 2,9. Si potrebbe teorizzare che la diminuzione della permanenza negli esercizi complementari veronesi sia dovuta alla preferenza dei turisti di trascorrere soggiorni più lunghi al di fuori delle mura della città in strutture della stessa tipologia ma situate sul territorio del Garda, in quanto il turista, non solo avrebbe la possibilità di praticare un turismo di interesse culturale ed artistico offerto dalla città di Verona, ma anche quello di godere del prodotto lacuale presente, appunto, all'interno del comprensorio del Garda.

4.5 Studio delle presenze nelle strutture museali e monumentali delle città

Come risaputo, le motivazioni che spingono un uomo ad intraprendere un viaggio verso altri luoghi diversi dal suo sono molteplici. Per questo motivo si è soliti distinguere tra il turismo proprio ed il turismo improprio.

Per **TURISMO PROPRIO** si intende un turismo intrapreso per diporto e/o per cultura. Le tipologie quindi possono essere varie; si può parlare di turismo naturalistico, balneare, montano, sportivo, culturale, enogastronomico, religioso etc.

Per **TURISMO IMPROPRIO** invece si intende lo spostamento da un luogo ad un altro dettato da motivi professionali, si parla quindi di conferenze, congressi, fiere, viaggi incentivo, le cui spese sono di norma a carico delle imprese o degli enti.

I dati analizzati finora, inerenti gli arrivi all'interno delle due città, non differenziano di fatto tra gli arrivi propri e quelli impropri, andando a falsificare un po' i risultati di questa tesi il cui obiettivo era di fatto confrontare i turismi dei due comuni in senso proprio. Considerato il fatto che l'offerta preponderante di entrambe le città sia quella culturale, e che quindi i visitatori che arrivano siano spinti dalla voglia di conoscere la cultura e l'arte di questi luoghi, analizzare e confrontare il numero degli ingressi ai musei e ai monumenti della città potrebbe darci informazioni più chiare al riguardo, infatti, i dati desunti dagli ingressi alle strutture museali costituirebbero un po' la cartina di tornasole dei flussi che arrivano in città in qualità di turisti propriamente detti. Ovviamente, però, in questo caso sarebbe impossibile discernere tra turisti stranieri e turisti nazionali; l'analisi, quindi, si discosta dal focus sui turisti internazionali vertendo sul totale.

Tabella 4.5: Numero presenze monumentali e museali totali

Anno	Verona	Padova
2005	-	393.932
2006	1.375.431	513.018
2007	1.726.553	423.115
2008	1.652.361	361.140
2009	1.625.088	373.740
2010	1.412.481	395.186
2011	1.476.423	397.767
2012	1.416.052	396.703
2013	1.440.588	426.125
2014	1.717.509	435.242
2015	1.658.767	448.873

Fonti: Comune di Padova e Comune di Verona

I dati presenti in tabella, fanno riferimento al numero dei biglietti di ingresso staccati nei siti culturali di maggiore importanza.

I musei e i monumenti presi in riferimento nella città di Verona sono: l' Anfiteatro Arena, il Museo Lapidario Maffeiano, il Teatro Romano- Museo Archeologico del Teatro Romano, la Casa di Giulietta, la Tomba di Giulietta- Museo degli affreschi G.B. Cavalcaselle, il Museo di Castelvecchio, la Chiesa di San Giorgetto, la Torre dei Lamberti ed il Museo Civico di Storia Naturale.

Per la città di Padova invece si fa riferimento a : la Cappella degli Scrovegni- Museo Eremitani- Palazzo Zuckermann, il Palazzo della Ragione, la Casa del Petrarca, il Museo del Risorgimento- Piano Nobile Pedrocchi, l'Oratorio San Rocco, l' Oratorio San Michele, la Loggia e l' Odeo Cornaro.

Appare chiaro dalla lettura della tabella che la città di Verona conta numeri decisamente più alti in confronto a quelli di Padova; in media, in questo decennio, i siti culturali di Padova venivano visitati da 1.136 turisti al giorno mentre quelli di Verona da 4.246 . Ciò che si può evincere da questi dati è inoltre la presenza o meno del turismo di escursione; se confrontiamo il numero degli ingressi con quello degli arrivi totali nelle rispettive città si nota che a Verona il numero elevato dei visitatori non corrisponde al flusso dei turisti che pernotta in città: in media ci sono, quindi, ogni anno circa 700.000 turisti che visitano la città in maniera escursionistica. Questo fenomeno si è riscontrato anche a Padova ma solamente nei primi due anni del decennio (nel 2005 si sono registrati 29.157 ingressi in più rispetto agli arrivi totali, mentre nel 2007 si è raggiunta quota 97.115) successivamente infatti gli arrivi in città sono stati molti di più rispetto alle visite effettive ai musei e ai monumenti. Nel 2015 per esempio si sono registrati 233.190 presenze, deducibili come turisti impropri e/o come turisti propri la cui motivazione al viaggio potrebbe non essere quella culturale o per lo meno non rivolta alla città; in questo caso quindi Padova sarebbe usufruita solamente come località di alloggio per poi spostarsi nelle zone limitrofe che risultano di maggiore interesse per il turista.

Nonostante i numeri degli ingressi ai musei e ai monumenti padovani non uguagliano o superino quelli degli arrivi, il trend che si registra resta comunque positivo così come quello di Verona. Le due città perdono in ingressi solamente durante il biennio 2008-2009, quindi in piena concomitanza con la crisi economica ma poi registrano una risalita continua fino appunto al 2015: Padova registra il 14% in più degli ingressi mentre Verona il 21%.

Dai dati ricevuti dal comune di Verona è possibile inoltre notare come i periodi di maggiore fruizione delle strutture monumentali e museali sia altalenante nel corso dell'anno. I mesi invernali sono quelli che fanno registrare meno ingressi; picchi, invece, si registrano nei mesi primaverili, aprile e maggio, e nei mesi estivi di luglio e agosto. In primavera l'aumento è dovuto soprattutto ad un turismo scolastico le quali uscite didattiche ed i viaggi d'istruzione fanno incrementare molto il numero di biglietti venduti appartenenti alla categoria "ridotti" ma anche alle festività pasquali che appunto ricadono in questi mesi. L'incremento estivo, come facilmente deducibile, è invece

dovuto alle ferie estive. Aumenti negli ingressi si notano anche in concomitanza delle festività annuali e in occasione di eventi ricorrenti.

A causa della tipologia dei dati ricevuti dal comune di Padova, queste informazioni purtroppo non sono deducibili ma si teorizza che nel corso dell'anno anche a Padova si riscontrino gli stessi andamenti.

4.6 I STL Garda e Terme Euganee

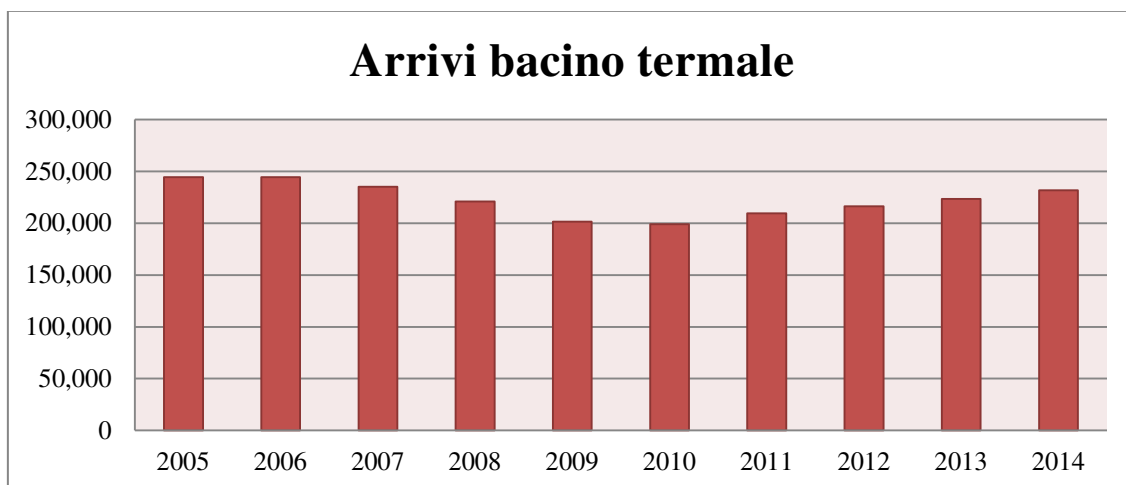
Sia il turismo di Verona che quello di Padova sono interessati dalla presenza nelle zone limitrofe di due importanti luoghi turistici rappresentati, rispettivamente, dal comprensorio del Garda e da quello delle Terme Euganee i quali potrebbero rappresentare degli alleati qualora fungano da attrattivi per i turisti, deterrenti se invece questi si posizionino come valide alternative al turismo nelle due città, escludendole.

Le Terme Euganee rappresentano uno dei più importanti e grandi siti termali in Italia e in Europa, costituendo un'importante attrazione turistica a livello internazionale. Fin dal medioevo le proprietà curative di queste acque venivano riconosciute e apprezzate, richiamando da ogni dove milioni di persone. Il turismo tradizionale di questa zona è infatti quello "curativo" che oggi ha però raggiunto la sua maturità; per questa ragione si sta cercando di spostare l'attenzione dalla valenza terapeutica dell'acqua al wellness. Oltre ad un turismo curativo e di relax il territorio euganeo offre ai turisti la possibilità di godere della ricca offerta culturale ed artistica delle vicine città: Padova e Venezia.

Il comprensorio delle Terme euganee è composto da cinque comuni: Teolo, Galzignano Terme, Battaglia Terme, Abano e Montegrotto Terme. Tra questi i comuni più interessati al fenomeno del turismo internazionale sono Abano e Montegrotto Terme, i quali, nel corso degli anni, hanno conseguito la quasi totalità degli arrivi internazionali. Nell'arco dei dieci anni considerati, Abano ha sempre mantenuto il primato degli arrivi su Montegrotto, aumentando dal 2005 al 2014 di 8 punti la percentuale degli arrivi esteri (dal 53% è passata infatti al 61%). Un calo si è registrato invece a Montegrotto che è passato dal 39% del 2005 al 29% del 2014. Il calo di quest'ultimo è andato a favore non solo ovviamente di Abano ma anche del comune di Galzignano che acquisisce 2 punti percentuali alla fine del decennio (7%). Per il comune di Teolo e

quello di Battaglia Terme, invece, non si registrano cambiamenti, entrambi infatti rimangono rispettivamente a quota 3% e 0%.

Grafico 4.20: Arrivi bacino termale 2005-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

Come si può notare dal grafico, nel corso di questi anni il bacino termale ha registrato un trend negativo fino al 2010 in cui si è arrivato a perdere una percentuale del 19%. Dal 2011 in poi è iniziata invece la ripresa che ha portato il numero degli arrivi da 209.681 a 231.716, cifra che però non riesce a raggiungere quella del 2005 di 244.349, facendo segnare quindi una perdita totale degli arrivi del 5%. Tra i cinque comuni termali, come abbiamo già detto in precedenza, Montegrotto Terme è quello che registra la perdita maggiore con un calo costante nel corso del decennio considerato: passa infatti da 95.584 arrivi a 67.799 con una perdita percentuale del 29%. Gli altri comuni invece registrano nel 2014 sui dati del 2005 le seguenti percentuali: Abano +10% (141.411 arrivi), Teolo -25% (6.070 arrivi), Battaglia Terme +118% (259 arrivi) e Galzignano +36% (16.177 arrivi).

In riferimento alle presenze, il decennio considerato ha evidenziato un calo costante e continuo che ha portato alla perdita di 291.797 presenze nel 2014 rispetto al 2005 (-18%) fermandosi alla fine del decennio a quota 1.298.246 presenze. In tutti i comuni del bacino si sono segnate grosse perdite, ad eccezione di Abano Terme, il quale riesce non solo ad evitare le perdite ma a segnare un rialzo del 3% nelle presenze. Montegrotto

e Galzignano sono i comuni con la percentuale al ribasso più alta, per entrambi si segna infatti un -100%, Teolo e Battaglia Terme registrano rispettivamente un -34% e -43%.

Sebbene il comune di Abano risulti per arrivi e presenze in testa alla classifica tra i comuni facenti parte il bacino termale, questo, risulta avere una permanenza media, calcolata sul decennio considerato, più bassa rispetto ai restanti comuni.

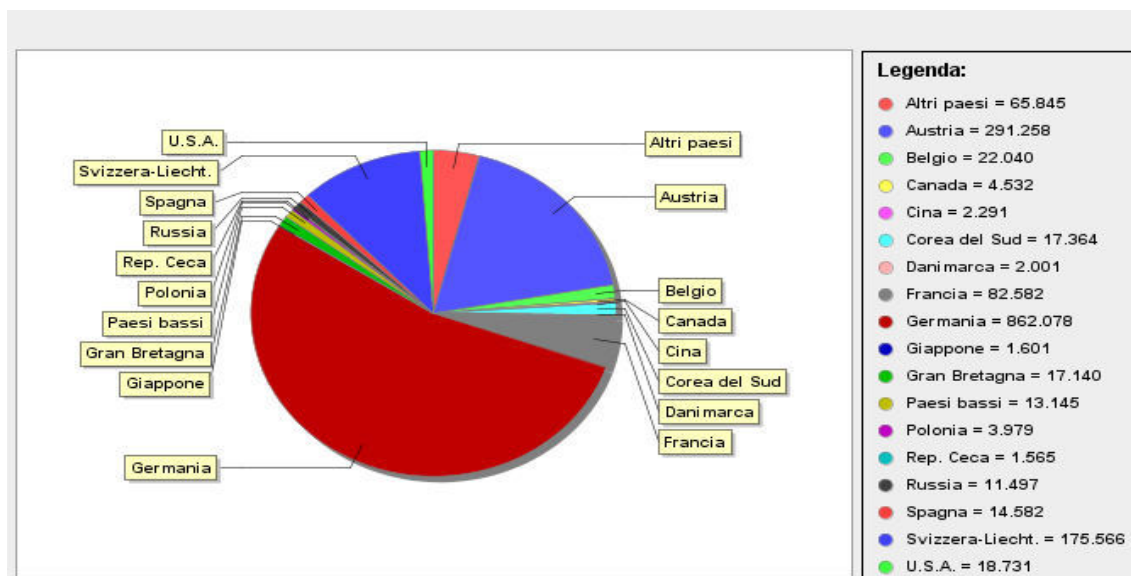
Tabella 4.6: Permanenza media bacino termale 2007-2014

Teolo	Battaglia Terme	Montegrotto Terme	Galzignano	Abano Terme
9,3	9,1	6,4	5,9	5,7

Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

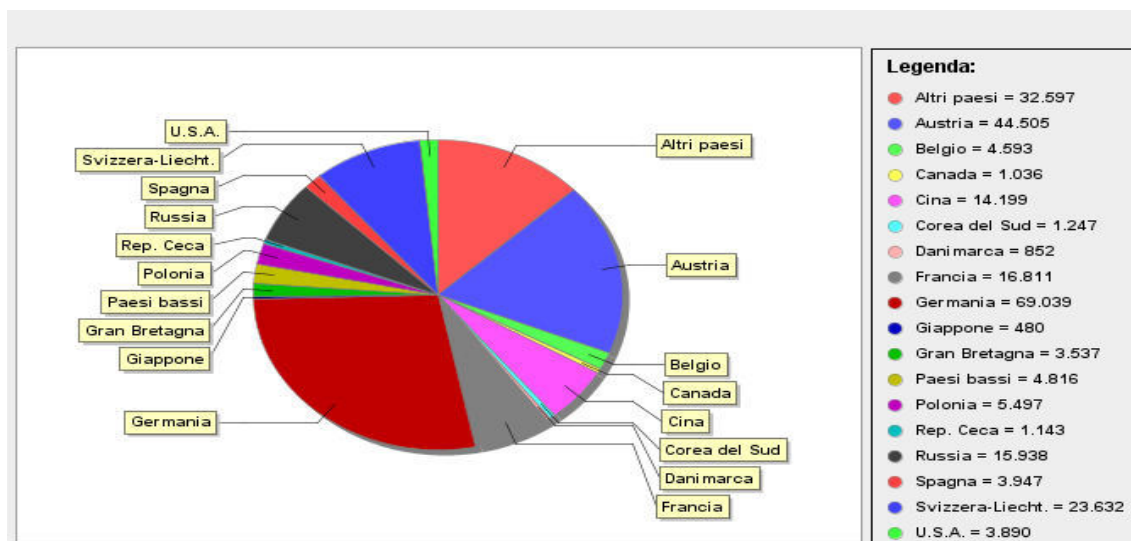
Come si nota dalla tabella, i comuni con una più alta permanenza sono Teolo e Battaglia, si deve però tenere in considerazione il fatto che la cifra della permanenza media fa capo ad una proporzione decisamente più bassa di presenze rispetto a quella degli altri comuni. Si ricorda, infatti, che rispettivamente rappresentano il 3% e lo 0% negli arrivi del bacino termale. Montegrotto invece, benché perda punti percentuali sia negli arrivi che nelle presenze, in questo caso riesce a mantenere un buon livello nella permanenza media degli stranieri.

Grafico 4.21: Provenienza stranieri STL Terme Euganee arrivi 2005



Dati: Regione Veneto

Grafico 4.22: Provenienza stranieri STL Terme Euganee arrivi 2014



Dati: Regione Veneto

I due grafici soprastanti, se paragonati, ci permettono di comprendere meglio il cambiamento della nazionalità di provenienza dei turisti all'interno del bacino termale.

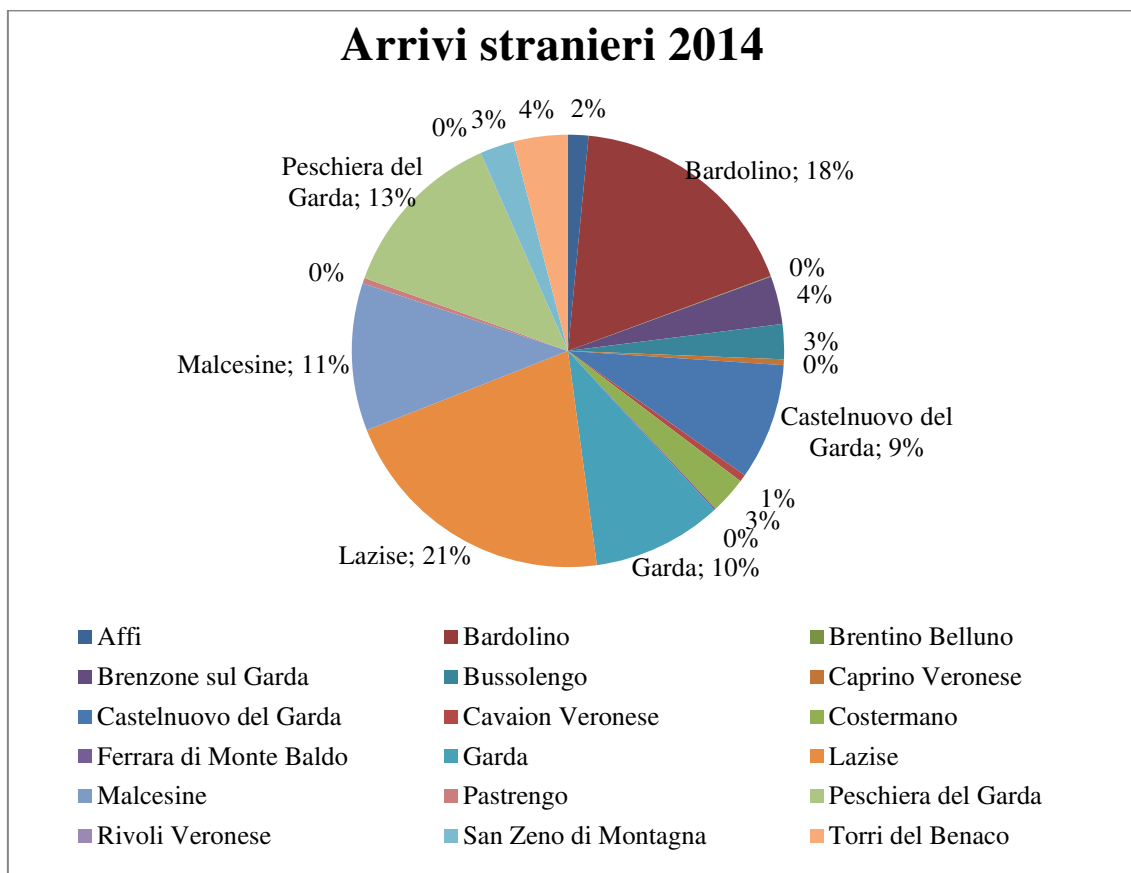
Stilando una classifica per numero di arrivi, si nota che in realtà poco è cambiato nel 2014 rispetto al 2005: i paesi infatti che occupavano le prime cinque posizioni (in ordine: Germania, Austria, Svizzera, Francia e Belgio) hanno mantenuto inalterata la loro collocazione all'interno della classifica, ad eccezione, però, del Belgio che è stato

superato dalla Russia. La situazione è cambiata di molto invece se prendiamo in considerazione il numero degli arrivi. Analizzando i dati, infatti, risulta una diminuzione nel numero di arrivi di quasi tutte le nazionalità prese in considerazione; il bacino termale ha registrato un afflusso crescente solamente da parte di tre Paesi: Cina (+84%), Polonia e Russia (con entrambe un +28%), per tutti gli altri invece si sono ottenute grosse perdite percentuali (Germania -1148%, Austria -554%, Svizzera -642%, Francia -391%, Belgio -380%, Corea del Sud -1292%, Gran Bretagna -384%, Paesi Bassi -172%, Spagna -269%, USA -382%). Tedeschi, francesi, olandesi e belgi però, sebbene arrivino in numero minore rispetto ad un decennio fa, hanno aumentato le loro presenze nel territorio termale, infatti per essi si segnano rispettivamente un +62%, +19%, +36% e +12% , per tutte le altre nazioni i numeri rimangono negativi con diminuzioni che vanno dal -13% degli USA al -56% della Spagna, solo la Corea del Sud diminuisce drasticamente le sue presenze segnando un -1077%.

Il lago di Garda rappresenta un fiore all'occhiello del territorio italiano e del turismo internazionale. Percorrendo da sud a nord la sua estensione, la diversificazione dei paesaggi ci permette, come all'interno di un microcosmo, di viaggiare in pochi chilometri dai luoghi mediterranei del sud , inondati di sole e immersi negli uliveti, fino a nord dove il restringimento del lago e la presenza del Monte baldo ci catapulta tra i paesaggi dei fiordi norvegesi. Così come accade per i paesaggi, anche l'offerta turistica è molto diversificata; il lago infatti non è il luogo ideale solo per coloro che cercano relax immersi tra le bellezze della natura, ma offre la possibilità di vivere una vacanza all'insegna del movimento e del divertimento grazie alle innumerevoli possibilità di sport sia acquatico che terrestre; non mancano inoltre le escursioni culturali per li amanti della storia o ancora le terrazze fronte lago dei locali notturni per i giovani che vogliono trascorrere le loro notti in spensieratezza ed allegria.

Il sistema turisti locale del Garda si compone di 18 comuni, alcuni turisticamente ben sviluppati, altri, borghi che hanno mantenuto intatto il fascino del passato.

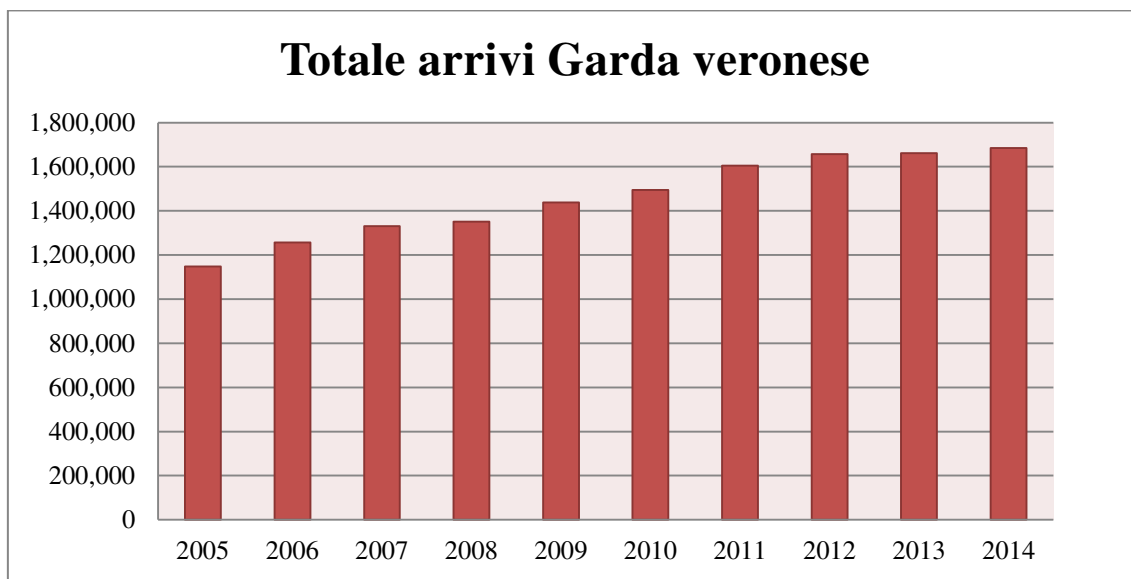
Grafico 4.23: Arrivi Lago di Garda 2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

I comuni del Garda interessati al fenomeno del turismo internazionale sono stati e continuano ad essere sostanzialmente 6: Malcesine, Lazise, Bardolino, Pesciera del Garda, Garda e Castelnuovo del Garda. Tutti gli altri comuni influiscono proporzionalmente di meno sul flusso turistico estero. Il bilancio e le percentuali che si riferiscono al 2014 si discostano di poco rispetto a quelle dell'inizio del decennio. Pochi punti percentuali in più avevano Garda e Malcesine che partivano dal 12% per arrivare rispettivamente ad un 8% ed a un 10%. Un discreta crescita per Castelnuovo del Garda che ha saputo attrarre negli anni il 5% in più dei turisti rispetto al 2005 (3% arrivi). Lazise, Bardolino e Peschiera del Garda invece mantengono quasi inalterate le loro percentuali(+1%,-1%,+2% rispettivamente) le quali ci permettono di affermare che questi tre comuni risultano più favoriti dal turismo internazionale.

Grafico 4.24: Arrivi Garda veronese 2005-2014



Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

Il grafico sugli arrivi internazionali sul territorio del Garda non lascia dubbi: nel decennio 2005-2014 il comprensorio Gardesano ha subito una crescita costante, non soffrendo perdite neanche durante gli anni della crisi economica. Nel totale si è avuto un incremento degli arrivi pari al 47% che nel 2014 ha fatto segnare il risultato record di 1.685.195 arrivi (1.148.286 nel 2005). Tra i comuni considerati²⁵ (Garda, Peschiera, Bardolino, Lazise , Malcesine e Castelnuovo del Garda) solamente Bardolino e Peschiera del Garda hanno registrato durante tutto il decennio un trend positivo, raggiungendo un +40% e un +73% rispettivamente. L'andamento nel decennio per i rimanenti comuni invece è stato altalenante sebbene i risultati finali siano stati positivi: Castelnuovo del Garda +112%, Lazise +55%, Garda +7%, Malcesine +28%.

Anche in riferimento alle presenze si ottengono buoni risultati, il 2014 si chiude con 11.146.452 presenze che rappresenta il 24% in più di presenze rispetto al 2005 in cui si era raggiunta quota 9.007.837. Tutti i comuni considerati registrano alla fine del decennio percentuali positive ad eccezione del Garda il quale chiude il 2014 con il 5% in meno delle presenze turistiche. Tra tutti i comuni si distacca in presenze Lazise che raggiunge da solo i 3.102.598 presenze seguito da Peschiera del Garda e Bardolino con approssimativamente 1.800.000 presenze.

²⁵ Si prendono qui in considerazione solo i comuni che raggiungono i 100.000 arrivi.

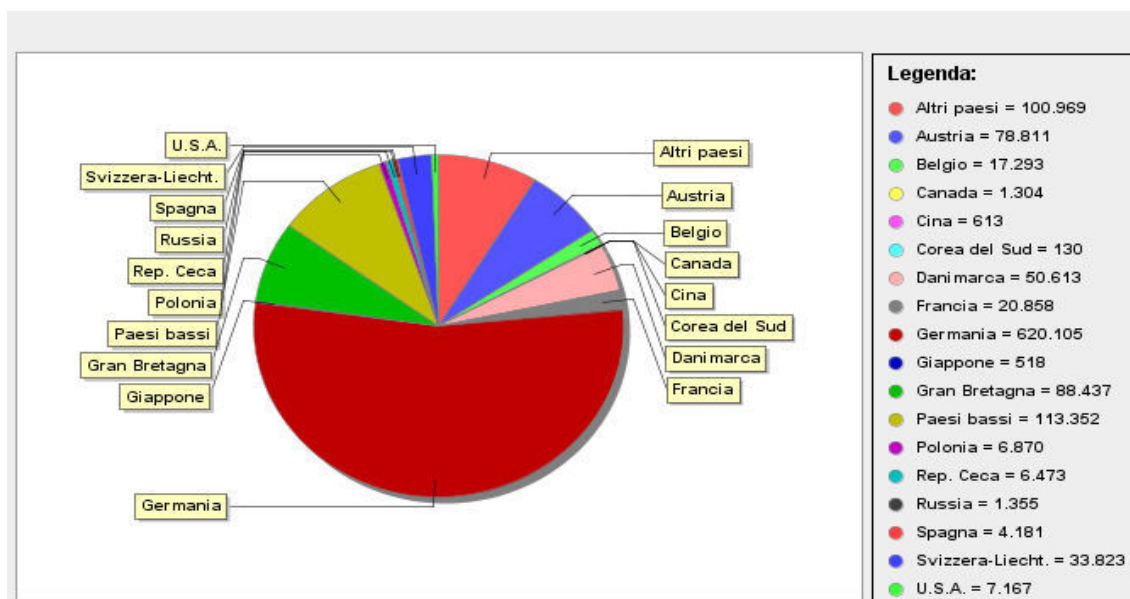
Tabella 4.7: Permanenza media Garda veronese 2005-2014

Peschiera del Garda	Lazise	Castelnuovo del Garda	Bardolino	Malcesine	Garda
8,7	7,9	7,7	6,8	5,8	5,6

Fonte: Provincia di Padova e Provincia di Verona

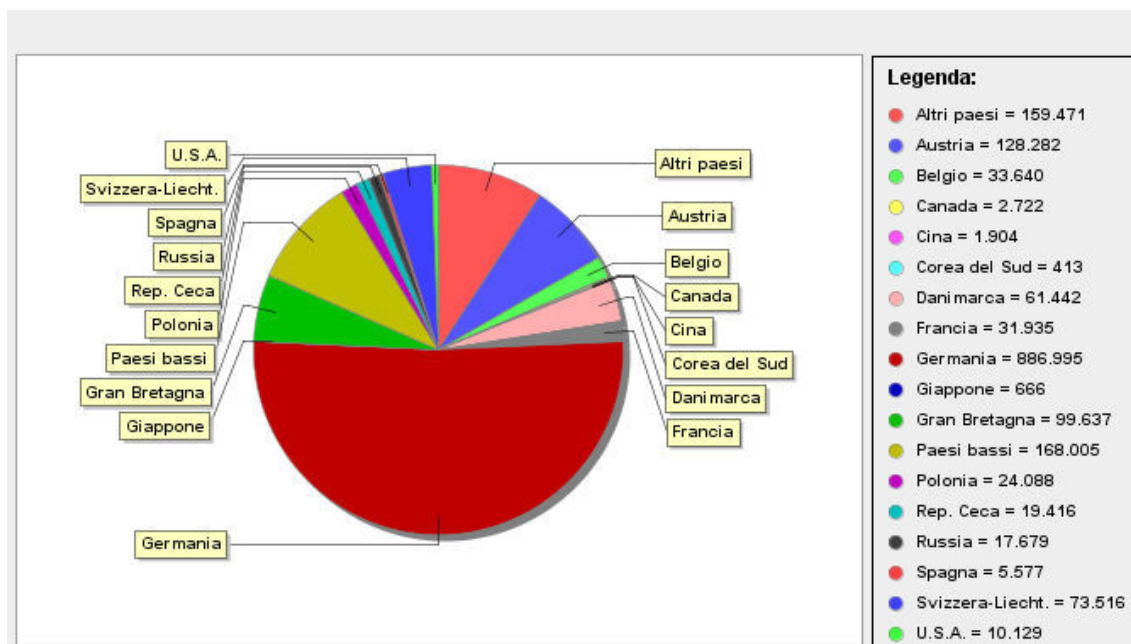
Dati positivi non solo per gli arrivi e le presenze: anche la permanenza media calcolata per il decennio risulta alta, il comune con una maggiore permanenza risulta essere Peschiera del Garda con 8,7 giorni mentre quello con la minore è Garda il quale raggiunge i 5,6 giorni. Nonostante le permanenze medie di tutti i comuni calcolate per il 2014 siano diminuite rispetto quelle del 2005, la durata del soggiorno resta comunque buona e raggiunge quasi in tutti i comuni una settimana di permanenza.

Grafico 4.25: Provenienza stranieri STL Garda arrivi 2005



Fonte: Regione Veneto

Tabella 4.26: Provenienza stranieri STL Garda arrivi 2014



Fonte: Regione Veneto

Come si può notare dai grafici, la Germania risulta costituire un importante fonte per il turismo Gardesano. Nel 2014, infatti, con 886.995 arrivi, i tedeschi rappresentano più della metà degli arrivi totali all'interno del comprensorio (838.522 arrivi da tutte le altre nazioni). Nella classifica dei paesi di provenienza per numeri di arrivi la Germania viene seguita da Paesi Bassi, Austria, Gran Bretagna e Svizzera. Di poco cambiava la situazione nel 2005, quando la Gran Bretagna occupava il terzo posto dell'Austria che scendeva quindi di una posizione e che veniva seguita, stavolta, non dalla Svizzera ma dalla Danimarca. Non solo la Germania ma anche tutti gli altri paesi sembrano apprezzare molto l'offerta turistica del luogo, infatti gli arrivi calcolati sul 2005 per il 2014 sono tutti in rialzo. Le nazione che hanno segnato maggiori crescite di affluenza sono Russia (+92%), Polonia (71%), Cina (67%) e Repubblica Ceca (66%), seguite da Svizzera(+54%) e Belgio(+49%). Tutte le altre nazioni registrano delle crescite negli arrivi che si attestano tra il 20% ed il 40% ad eccezione della Gran Bretagna che con il suo +11% risulta essere il paese con minor crescita negli arrivi. Trend positivi si registrano anche per le presenze, ad eccezione della Spagna e degli Stati Uniti per i quali si registrano rispettivamente un -10% ed un -17%. La nazione invece con la crescita più alta nelle presenze risulta essere con il suo +665% la Polonia.

Come abbiamo visto i comprensori Terme e Garda in questo decennio sono stati soggetti a dei destini opposti, mentre le Terme sono state segnate da grosse perdite (soprattutto nel numero degli arrivi), il Garda continua implacabile il suo processo di sviluppo. L'andamento negativo riscontrato all'interno dei comuni del bacino termale può essere associato ad una serie di motivi. La ragione principale di questo calo si può attribuire alla mancata differenziazione dell'offerta turistica; le terme si propongono come sede curativa e luogo di relax e tranquillità, un'offerta che riesce a soddisfare solo un determinato target, quello degli over 65 che necessitano di cure o che solamente preferiscano trascorrere le loro vacanze in luoghi incontaminati e silenziosi. Questa offerta turistica però lascia fuori tutti gli altri segmenti di mercato i quali, invece, cercano non solo relax e benessere ma anche svago e divertimento, due offerte che, sommariamente, mancano al bacino termale. Si potrebbe teorizzare quindi, vista la diminuzione di arrivi all'interno del bacino e la crescita invece nella città di Padova, che i turisti interessati a vivere un'esperienza termale piuttosto che soggiornare per tutta la durata della loro vacanza negli alberghi del bacino (i quali strutturati per una determinata tipologia di clientela non andrebbero a soddisfare le aspettative di target differenti) preferiscano stabilirsi in città, dove la maggior parte delle loro esigenze troverebbe soddisfazione.

Di contro, il lago di Garda proponendosi al visitatore con un'offerta turistica variegata e completa, risulta in grado di appagare una domanda di mercato molto più ampia. In relazione al turismo con Verona, il Lago di Garda non sembra porsi nei suoi confronti come un competitor ma piuttosto come un arricchimento dell'offerta per entrambe le parti. Di certo però, i turisti che progettano di trascorrere le loro vacanze in dei villaggi turistici o in dei campeggi, saranno più propensi a scegliere quelli situati sulle rive del lago piuttosto che quelli del Veronese. Se confrontiamo infatti i dati inerenti agli arrivi e alle presenze registrate per questa particolare tipologia di alloggio, vediamo come questa categoria rimane per la città di Verona poco richiesta in confronto, invece, a quella del Gardesano che registra cifre molto importanti. Per fare solamente un esempio, nell'anno 2014 i campeggi ed i villaggi del Gardesano hanno registrato 691.810 arrivi e

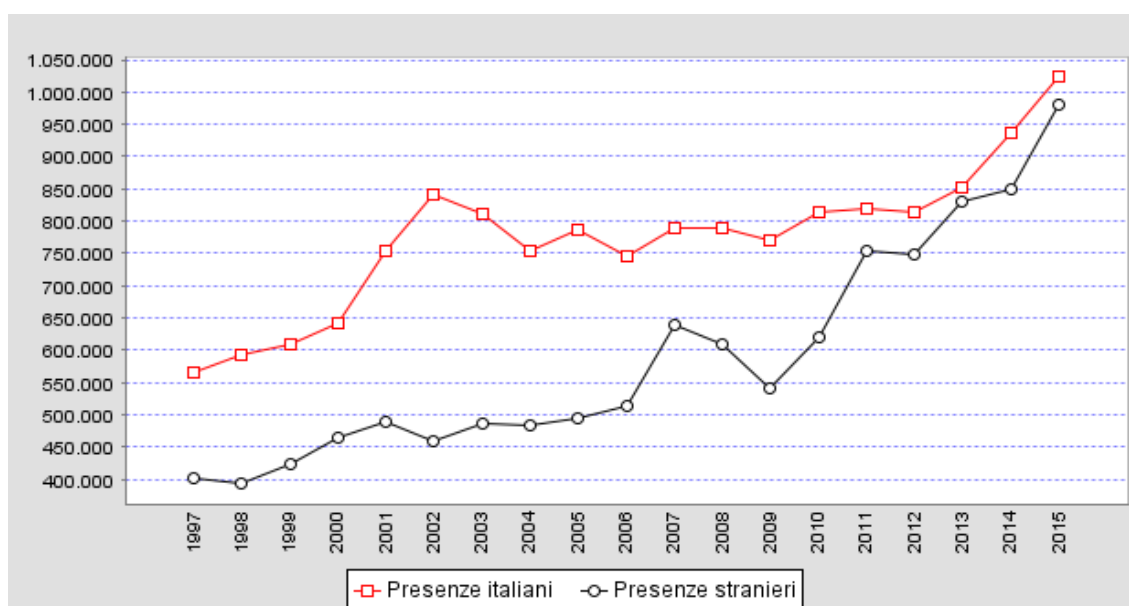
5.151.018 presenze mentre quelli appartenenti la città di Verona hanno raggiunto solamente i 7.868 arrivi e le 14.477 presenze.²⁶

²⁶ Fonte: Regione Veneto, Sistema statistico regionale.

CONCLUSIONI

Lo scopo di questa Tesi era quello di confrontare il turismo internazionale all'interno di due importanti città venete, Verona e Padova. Dall'analisi dell'andamento generale del flusso turistico, intrapreso nella prima parte dello studio, si è evidenziato che il gradimento da parte dei turisti esteri per le due città è buono e questo si traduce in nuovi arrivi ogni anno. Le percentuali di crescita nel decennio, sia negli arrivi che nelle presenze, hanno evidenziato un maggiore incremento dell'*inbound* nella città di Padova, inoltre, rispetto a quanto avvenuto a Verona, questa ha dimostrato una migliore resistenza alla recessione del flusso avvenuta negli anni concomitanti la crisi economica del biennio 2008-2009. A questi risultati così entusiasmanti per la città di Padova deve essere però associata la consapevolezza che Verona si è aperta da molto più tempo al turismo internazionale e che quindi ha già raggiunto una posizione affermata a livello mondiale; le sue percentuali di crescita quindi possono ritenersi più che soddisfacenti. Padova invece, a differenza di Verona, è una città che ha mosso i suoi primi passi verso il turismo internazionale solo in questo ultimo decennio.

Grafico 4.26: Movimento turistico Padova 1997-2015



Fonte: Regione del Veneto, Sistema statistico regionale.

A frenare ancor più l'entusiasmo sono i risultati ottenuti dall'analisi della spesa dei viaggiatori stranieri nelle due provincie che si traduce quindi nella loro redditività. Da questi risultati, infatti, è emerso che nonostante i molti pernottamenti negli alberghi e nelle strutture complementari padovane, il reddito prodotto dai turisti a Padova rimane basso e non proporzionale appunto al numero dei visitatori. Questo fa supporre che Padova venga utilizzata da molti turisti come punto di "ristoro" per dirigere poi le loro attenzioni turistiche, e quindi la loro moneta, verso altre località di maggiore interesse. Supporto a tale teoria si ha anche dai risultati ottenuti dall'analisi dei biglietti monumentali e museali venduti all'interno delle due città: mentre a Verona il numero degli ingressi supera ogni anno quello degli arrivi di più di 700.000 unità (turismo escursionistico elevato), a Padova dal 2007 al 2015 l'interesse verso la cultura e le arti proposte dalla città si è dimostrata di gran lunga inferiore rispetto alla consistenza del flusso turistico di quegli anni. Questo fa supporre che buona parte di coloro che entrano in città lo fanno per motivi diversi da quello turistico: si parlerebbe quindi di un turismo improprio, e ciò costituirebbe un'ulteriore prova di quanto affermato pocanzi, ossia, che Padova venga vista come migliore sede di pernottamento rispetto ad altre città sia da un punto di vista geografico che economico. Si ricorda infatti che la città possiede una posizione geografica favorevole al raggiungimento in poco tempo di altre città limitrofe di grande interesse culturale, come Venezia e la stessa Verona, e che a dispetto di queste, Padova risulta all'occhio del turista economicamente più vantaggiosa (lo studio del RevPar, infatti, ha dimostrato come le camere degli alberghi padovani siano decisamente più economiche rispetto a quelle veronesi).

Dallo studio sulla provenienza turistica è emerso che le nazioni dalle quali è sempre arrivato il maggior apporto al flusso turistico padovano e veronese sono la Germania, la Francia, la Gran Bretagna e ancora la Svizzera e l'Austria e gli Stati Uniti. Benché quasi tutti questi paesi abbiano fatto segnare, nel decennio, incrementi dei loro arrivi nelle due città, questi stanno perdendo un po' la loro posizione a favore di altre nazionalità emergenti quali la Cina e la Russia che sempre più si caratterizzano come determinanti per il futuro del turismo padovano e veronese. Questo cambiamento determina la necessità da parte delle due città di adattarsi alle esigenze di questo nuovo target; la clientela russa, infatti, come sappiamo, si dimostra più predisposta ad un turismo di lusso rispetto a tutte le altre nazioni. Dallo studio dell'offerta turistica

alberghiera, Verona si dimostra maggiormente pronta ad accogliere la nuova clientela: all'interno della città, infatti, sono presenti 3 strutture alberghiere di lusso. Al contrario, Padova se ne dimostra del tutto priva. Questo a riprova del fatto che Verona ha intrapreso il suo percorso nel turismo da molto più tempo rispetto a Padova, la quale ad oggi, risulta meno pronta a soddisfare tutte le tipologie di domanda.

Dallo studio sul settore alberghiero ed extra- alberghiero emerge inoltre che, tra gli alloggi del settore alberghiero le tipologie più richieste sono quelle a 4 e 3*** che di fatto hanno continuato, seppur in maniera limitata, a registrare un incremento sia nel numero di strutture e letti sia nel numero di arrivi e presenze registrate. Al contrario gli alberghi delle categorie più basse, 2 e 1*, continuano a diminuire sia in numero di strutture che in clientela. Questo dato può essere associato al fatto che i turisti che viaggiano al di fuori della propria nazione preferiscano alloggiare in strutture che garantiscano un buon livello di soddisfazione e che adempiano a determinati standard. D'altro canto le strutture appartenenti a questa tipologia alberghiera, seguendo questa logica, non investono nel marketing del turismo internazionale e non cercano rapporti o collaborazioni con tour operator o organizzazioni simili che possa favorire un incremento della clientela estera. Migliore invece risulta lo sviluppo ed il gradimento delle strutture extra- alberghiere, soprattutto affittacamere e Bed & Breakfast, che hanno evidenziato alte percentuali di crescita sia nel numero di strutture che di arrivi. Una differenza di tendenza emerge tra le due città nello studio sulla permanenza media: se nel settore alberghiero per entrambe le città si registra l'esistenza di un turismo di breve durata (1,8 giorni) in quello complementare emerge la tendenza ad una maggiore permanenza nella città di Padova (5,9 nel 2014) piuttosto che in quella di Verona. Questo fenomeno potrebbe essere ancora una volta attribuito al fatto che Padova sia, sotto molti punti di vista, un luogo più vantaggioso dove alloggiare e che quindi questo favorisca un soggiorno di più lunga durata. Un'altra spiegazione, che non andrebbe a negare la prima teoria, potrebbe essere quella che vede gli stranieri propensi ad un turismo di tipo stanziale preferire un alloggio al di fuori delle mura della città, in luoghi altrettanto ricchi in offerta e bellezze come quelli proposti dal Lago di Garda, che per vicinanza non vadano ad escludere la possibilità di una visita turistica del comune di Verona; tale spiegazione andrebbe inoltre a giustificare l'alto numero di turisti di tipo escursionistico presenti ogni anno in città. Quanto emerso nell'ultima fase di questo

studio costituisce una prova a quanto detto finora: gli esercizi complementari appartenenti al comprensorio Gardese infatti registrano numeri di arrivi e presenze decisamente più alte rispetto a quelle della città Veronese.

In conclusione da questo studio emerge una città di Verona affermata ormai nel settore turistico la quale potrebbe però investire sforzi nel trasformare il turismo escursionistico in turismo stanziale. Dall'altro lato emerge, invece, una Padova che, sebbene abbia aperto da poco le sue porte al turismo internazionale, fatica nel farsi riconoscere come una meta turistica di livello qualitativo pari a quello delle vicine città venete.

BIBLIOGRAFIA

- Alivernini A., Breda E., Iannario E., *International tourism in Italy*, Banca d'Italia, 2014
- Baldin L., *Ripensare il Veneto: Turismo e cultura*, Regione veneto-fondazione Mazzotti, 2011
- Battilani P., *Vacanze di pochi, vacanze di tutti: l'evoluzione del turismo europeo*, Il Mulino, 2009
- Becheri E., Maggiore G., *Rapporto sul turismo 2013 XIX edizione*, FrancoAngeli Editore, 2013
- Blanke J., Chiesa T., *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2007. Furthering the Process of Economic Development*, World Economic Forum, Ginevra, 2007
- Burkart J., Medlik R., *Tourism: Past, Present and Future*, London, Heinemann, 1974
- Candela G., Figini P., *Economia del turismo. Principi micro e macro economici*, The McGraw-Hill Companies S.r.l., 2003
- Crotti R., Misrai T., *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015. Growth through Shocks*, World Economic Forum, Ginevra, 2015
- Guidicini P., Savelli A., *Il turismo in una società che cambia*, FrancoAngeli Editore, 1988
- Martinelli C., *Turismo e territorio: una prospettiva geografica*, QuiEdit, 2008
- OECD, *Studi OCSE sul turismo: Italia. Analisi delle criticità e delle politiche*, 2011

- Ortalli G., *Turismo e città d'arte*, Venezia, Istituto veneto di Scienze Lettere e Arti, 2007
- Savelli A., *Città, turismo e comunicazione globale*, FrancoAngeli Editore, 2005
- Savelli A., *Spazio turistico e società globale*, FrancoAngeli Editore, 2008
- Trunfio M., *Governance turistica e sistemi turistici locali: modelli teorici ed evidenze empiriche in Italia*, Torino, G.Giappichelli editore, 2008
- Visser G., Ferreira S., *Tourism and Crisis*, Routledge, 2013

SITOGRAFIA

- www.algiardinovenezia.it
- www.bancaditalia.it
- www.comune.verona.it
- www.didatticademm.it
- www.enit.it
- www.federalberghi.it
- www.federturismo.it
- www.isnart.it
- www.istat.it
- www.oecd.org
- www.ontit.it/opencms
- www.padovanet.it
- www.puretourism.it
- www.regioneveneto.it
- www.touringclub.it
- www.uic.it
- www.unwto.org
- www.weforum.org
- www.wto.org