

D

Dipartimento

S

Scienze

E

Economiche

Note di Lavoro

Università
Ca' Foscari
Venezia

Dipartimento
di Scienze
Economiche

Francesco Zanini
Fabio Lando

Impatto del turismo sulla
struttura terziaria urbana



Impatto del turismo sulla struttura terziaria urbana

Francesco Zanini e Fabio Lando

Università Ca' Foscari di Venezia

First Draft: settembre 2008

Abstract

The urban structure has interested the geographers for long time. This is returned in vogue especially with the tourism mass effect. This typology of tourism has determined enormous changes in the original urban functions, in particular regarding the CBD and the RBD. Therefore, following it is presented a theoretical part in order to understand the changes occurred in the historical-tourism city. In particular, the analysis is focused on the comprehension of the tourist determinants and how to understand the urban modifications through the investigation of the commercial structures.

Keywords

Centro storico, centro turistico, CBD, RBD, RUBD

JEL Codes

R1, R11, R12

Address for correspondence:

Lando Fabio
Department of Economics
Ca' Foscari University of Venice
Cannaregio 873, Fondamenta S. Giobbe
30121 Venezia - Italy
P Phone: (+39) 041 2349160
Fax: (+39) 041 234____
e-mail: lando@unive.it

Le Note di Lavoro sono pubblicate a cura del Dipartimento di Scienze Economiche dell'Università di Venezia. I lavori riflettono esclusivamente le opinioni degli autori e non impegnano la responsabilità del Dipartimento. Le Note di Lavoro vogliono promuovere la circolazione di studi ancora preliminari e incompleti, per suscitare commenti critici e suggerimenti. Si richiede di tener conto della natura provvisoria dei lavori per eventuali citazioni o per ogni altro uso.

Le Note di Lavoro
del Dipartimento di Scienze Economiche
sono scaricabili all'indirizzo:
www.dse.unive.it/pubblicazioni/
Per contatti: wp.dse@unive.it

Dipartimento di Scienze Economiche
Università Ca' Foscari di Venezia
Cannaregio 873, Fondamenta San Giobbe
30121 Venezia Italia
Fax: ++39 041 2349210

1. Premessa*

L'evoluzione della struttura urbana è uno degli aspetti che da tempo hanno interessato gli studi geografici, ed attualmente, l'avvento del turismo di massa rende l'argomento di estrema attualità. Questa forma di turismo ha determinato e sta determinando elevati gradi di alterazione delle originali funzioni urbane e dell'equilibrio pre-esistente delle città. Per questa ragione, in questo capitolo, si è cercato di proporre teoricamente i cambiamenti in atto della città storica e città turistica al fine di raggiungere un modello interpretativo della città storico-turistica, segue poi un approfondimento riguardante le determinanti turistiche che spingono ad una trasformazione urbana e come questa possa essere interpretata attraverso un'analisi della struttura commerciale. Si conclude con alcune considerazioni sulla difficoltà di intraprendere un percorso evolutivo che garantisca un equilibrio tra le variabili economiche, sociali e ambientali in gioco nella città sottolineando come il ruolo di una pianificazione lungimirante sia uno degli aspetti fondamentali per non trasformare le città in puri parchi divertimento destinati unicamente alla funzione turistica.

2. Lo studio della città: un realtà sempre più complessa

2.1 Teoriche urbane: dal CBD all'heritage

Affermare che le città siano in continua trasformazione è sicuramente una verità. Le città, infatti, non si modificano solamente dal punto di vista residenziale o demografico, ma

* Questo lavoro è parte integrante del volume "Turismo e sviluppo locale sostenibile" come uno dei risultati conseguiti attraverso progetto PRIN (year 2005 – prot. 200511118_006).

anche, ed è ciò che qui più conta, da quello funzionale. Come A. W. Evans osserva “sino al secolo diciannovesimo le città sono state in primo luogo centri commerciali. Con la rivoluzione industriale le città e gli agglomerati maggiori si sono trasformati in insediamenti produttivi. Ma ora, nel ventesimo secolo, i maggiori centri urbani sono divenuti centri amministrativi” (1988, p. 85). Non solo i centri urbani sono divenuti poli amministrativi e sempre più terziarizzati, ma hanno anche incentrato la loro economia su altre funzioni precedentemente inesistenti, o di valenza contenuta, come il turismo.

Proprio queste trasformazioni urbane hanno stimolato diversi studiosi alla creazione di teorie in grado di spiegare le ragioni e il modo con cui le città si sviluppano¹. Sebbene le basi di partenza disciplinari e teoriche possano essere differenti si è sempre interpretata l'evoluzione della struttura urbana attraverso ciò che viene riconosciuto, da Burgess ad Alonso, come il motore di sviluppo: il CBD.

Central Business District che per primo ha segnato un'evoluzione nella sua struttura funzionale, passando da luogo ad elevata concentrazione di attività produttive industriali-artigianali², durante la fine Ottocento e i primi anni del Novecento, ad uno che vede, a partire dalla metà del Novecento, una struttura basata sul terziario. Se tale evoluzione urbana è vera per tutte le città, a partire dal dopoguerra in poi, solo alcune di esse hanno subito un'ulteriore modificazione attraverso l'introduzione nel contesto urbano di un nuovo aspetto: il turismo. Sempre più tale settore si è affermato nella città, in particolar modo in quelle storiche, apportando una nuova funzione urbana e modificandone gli

¹ Sulle varie teorie o modelli sull'evoluzione urbana si vedano Lando (1987) e Bailly e Beguin (1998).

² In riferimento alla tipologia di attività produttive insediate all'interno dell'area urbana è possibile effettuare una distinzione tra città europee (tendenzialmente di vecchia costruzione) e nord americane (moderne). Le prime, per saperi, conoscenze e abilità tramandate, nonché per disponibilità di spazio tendenzialmente hanno visto lo sviluppo dell'artigianato o industrie di piccole dimensioni. Le seconde, di origine più recente, hanno invece potuto osservare il fenomeno di concentrazione nel CBD di vere e proprie industrie.

assetto pre-esistenti. La funzione turistica, infatti, ha modificato profondamente, in alcuni casi, la struttura economica urbana determinando un sistema mono-funzionale.

Il turismo ha quindi determinato grosse trasformazioni ed alterazione per le aree urbane e per comprendere il ruolo da esso assunto, in una città intesa come sistema³, bisogna effettuare alcune considerazioni di base. La prima relativa all'individuazione dell'ambito di studio che nel nostro caso si riferisce alle città storiche ovvero alle strutture urbane che possiedono al loro interno aree a valenza storica. La seconda relativa al riconoscimento di quest'ultima da parte del turista: la presenza di zone storiche non è condizione sufficiente per avere un mercato turistico, occorre che la domanda la riconosca come tale. Quest'ultimo punto necessita di un ulteriore approfondimento soprattutto nelle accezioni di città storica e città turistica ponendo l'attenzione sulla distinzione tra: autenticità e patrimonio storico. L'autenticità "deriva dall'oggetto conservato, mentre patrimonio⁴ deriva dal suo uso" (Ashworth e Tunbridge, 1990, p. 23). Conseguentemente, riferendosi al primo termine, la conservazione attraverso la riparazione, il restauro o la ricostruzione di un parte di architettura del passato può risultare autentica tanto quanto, attraverso capacità acquisite di ricostruzione, un manufatto facsimile (*ibidem*, p. 24). Ecco quindi che l'autenticità e il patrimonio vanno di pari passo in quanto ciò che li definisce è il contesto storico-culturale e ambientale nonché l'utilizzo riconosciuto dal mondo turistico. Ne consegue che una città si considera "città storica" solo se possiede un patrimonio storico e questo viene riconosciuto come tale. Ancora, una città può essere considerata come "città storica" sia nella sua interezza (città particolarmente importante per la sua storicità) sia se possiede

³ Sul concetto di "città come sistema" si veda il lavoro pioniere di Berry (1964).

⁴ Nel testo viene usata la parola *heritage* che, pur nella difficoltà di una traduzione, viene qui resa col termine "patrimonio storico".

nel suo interno alcune aree specifiche che si differenziano dal resto dell'urbano ed hanno i connotati di *heritage*. È possibile, perciò riferendosi al secondo caso, che una città diventi “città storica” senza che essa sia una “città storica” di prima accezione. Mentre immaginare la situazione contraria risulta molto più complesso.

Sulla base di questa distinzione è perciò possibile osservare tre diversi processi di riconoscimento di una città storica. Il primo riguarda le caratteristiche degli artefatti urbani che possono determinare una tipologia di criterio d'analisi attraverso una specifica architettura, richiamando determinati stili o lo spazio urbano se non l'intera città. Questo è vero effettuando un confronto tra città d'arte come Venezia, Firenze, Roma, Praga ciascuna delle quali è identificata ed, a sua volta, identifica particolari stili o tipologie storico-culturali o un significato passato da essere esso stesso considerato heritage. La seconda tipologia è legata alla pianificazione urbana determinata dalle autorità territoriali (comune, provincia, regione, stato) e/o sovranazionali (UNESCO ed UE) che attribuendo ad alcuni monumenti o strutture urbane particolari riconoscimenti queste vengono poi identificati d'interesse turistico anche se la loro utilizzazione o attribuzione di significato per il vissuto è diversa. Questo è il caso del Ponte di Bassano del Grappa riconosciuto come ponte di Palladio, ma turisticamente noto come ponte degli alpini. Il terzo processo riguarda il riconoscimento di luogo attraverso l'attribuzione di uno specifico valore da parte degli utilizzatori locali ovvero se tale area rappresenta un vissuto dell'odierno tra coloro che utilizzano quello spazio sebbene non vi sia stato ancora un riconoscimento esterno o di pianificazione: è chiaro che in questo caso l'heritage ha un valore esclusivamente locale non ancora riconosciuto a livello turistico.

Sebbene il processo di riconoscimento della città storica sia diverso caso per caso, esse comunque assumono in modo

marcato un'attenzione turistica dopo gli anni Settanta con la nascita del turismo storico-culturale di massa⁵. È il turismo quindi, un elemento esterno al contesto urbano originario, che attraverso il riconoscimento del patrimonio storico, attribuisce alla città storica una valenza di città turistica⁶. Ne consegue che la città si presenta al turista come un bene sfruttabile, costellato di elementi storici da visitare (patrimonio) e da un contesto (attività ricettive) che può supportare le sue necessità. Nel momento in cui il sistema urbano comincia ad essere sempre più influenzato dall'economia turistica si avvia un processo di trasformazione per offrire al turista tutte quelle funzioni e attività urbane ricettive che trasformano la città storica in una città storico-turistica.

2.2 Modellizzazione della città storico-turistica

Le due valenze di città (città storica e città turistica) che sfociano nella città storico-turistica ci permettono di affermare che la città storica diventa anche turistica solo se esiste una domanda turistica specifica. Si può quindi pensare all'identificazione di un modello teorico interpretativo. Per individuare tale modello, rappresentato in figura 1, si fa riferimento alle analisi esplicitate da G. J. Ashwort e J. E. Tunbridge (1990) che individuano quattro periodi evolutivi. Le prime due fasi sono riferite alle iniziali trasformazioni urbane che permettono la nascita di un centro storico attraverso:

- I. l'identificazione, nella prima fase, di un CBD come area originaria e motore di sviluppo urbano per l'intera città. Essa si caratterizza per la coesistenza di tutte le funzioni

⁵ Sulle cui motivazioni si veda C. Minca (1996, pp. 107-118).

⁶ Sull'importanza dell'*heritage* del turismo culturale si veda l'importante lavoro di D. J. Timothy e S. W. Boyd (2007). Un precursore di tale tematica è sicuramente D. Lowenthal (1975, 1977, 1979, 1985).

economiche in una precisa area, generalmente al centro della città, ed è l'equivalente del CBD di Burgess;

- II. l'espansione, nella seconda fase, della città e uno spostamento del CBD dall'area centrale verso l'esterno. In questo modo parte della zona originale del CBD diviene area storica. Questi fenomeni, verificatisi soprattutto a parte dal Secondo dopoguerra, sono la conseguenza di una forma di sviluppo urbano centrato sia su una viabilità sempre più motorizzata sia sulla necessità di nuovi spazi derivanti da un crescente contrasto dell'uso del suolo nel nucleo originario della città;

Le altre due fasi vedono invece l'affermarsi di una trasformazione più marcata della città conseguentemente all'influsso del turismo. Infatti:

- III. la terza fase costituisce la nascita di un'area a valenza turistica che interessa parte della zona storica;
- IV. nell'ultima fase è possibile osservare la nascita della città storico-turistica che cerca, in alcuni casi, di espandere il proprio raggio d'azione oltre il cuore originario della città. Tale espansione interessa quindi la trasformazione in *heritage* dell'intero centro originario con una parallela pressione per spostare il CBD verso l'esterno (che si protenderà verso nuove zone dove la pressione degli usi del suolo è minore) e, dall'altro, la richiesta di nuove aree limitrofe al centro storico a supporto del flusso turistico. Quest'ultima espansione tendenzialmente avviene nella direzione opposta a quella commerciale a seguito dell'incremento dei turisti che determinano particolari domande e che non possono essere soddisfatte all'interno della città storica. Ecco, quindi, tipologie di servizi quali gli hotel ed in alcuni casi anche la rincorsa alla creazione di nuove aree dedicate esclusivamente ai turisti, troveranno luogo esclusivamente al di fuori dell'area centrale. Sempre più, infatti, ci si imbatte in modelli

di riqualificazione standard, dove la volontà, almeno da parte dei *policy-makers*, è quella di sviluppare nuove aree ad interesse turistico, non centrali, che facciano rivivere al visitatore una realtà legata al passato, ma modernizzata. I casi più emblematici si riferiscono alla riqualificazione del *waterfront* marittimo⁷ come è avvenuto per i Docklands inglesi, New York, Baltimora, Toronto, Genova, Barcellona, Venezia ed altri ancora.

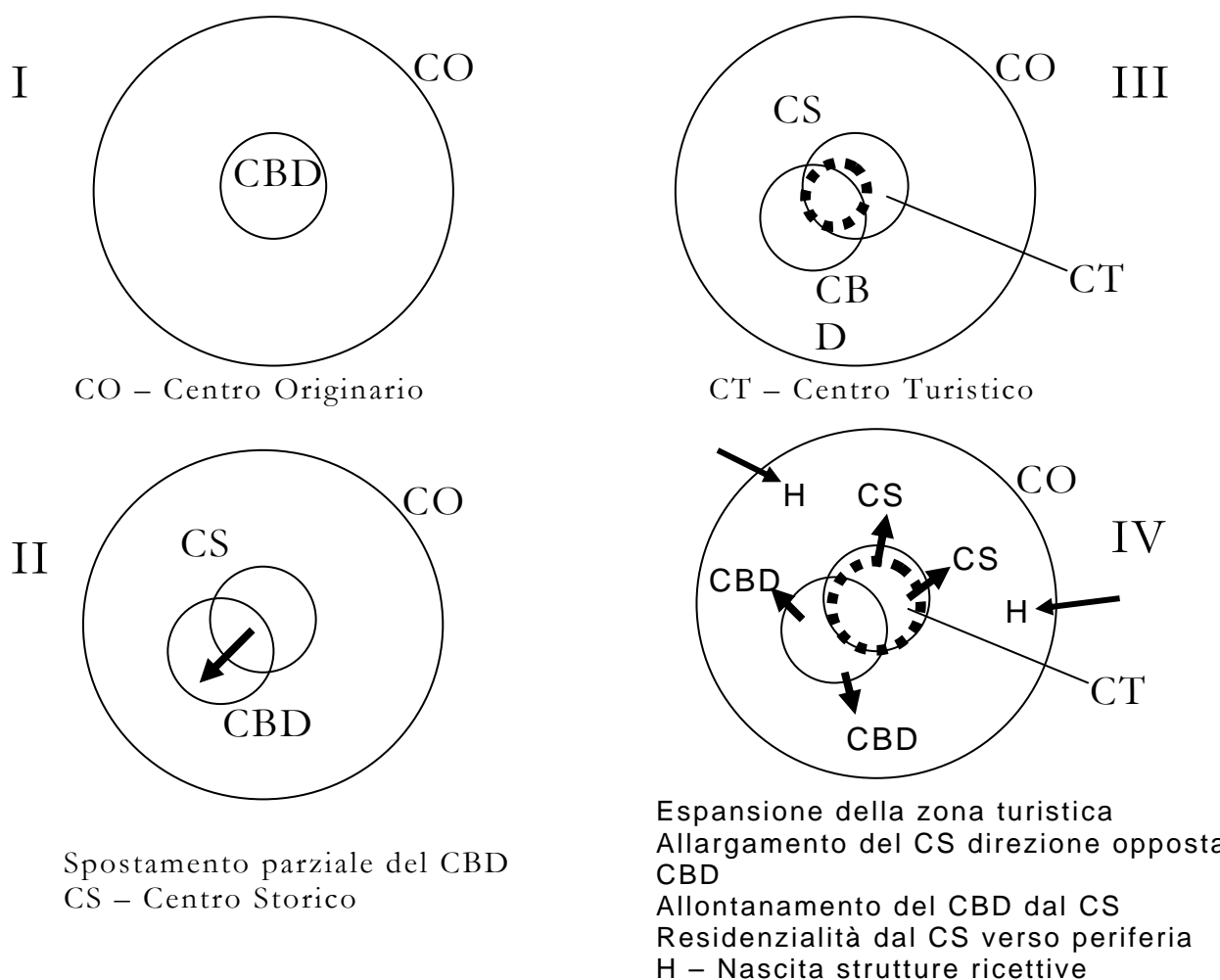


Figura 1 – Sviluppo della città storico-turistica.

Fonte: Elaborazione personale su Ashworth e Tunbridge, 1990, p. 74.

⁷ Tra tutte le analisi svolte ricordiamo quella di Hoyle, Pinder e Husain (1988).

3. Il turismo nella città

La complessità esistente in una struttura urbana e la conseguente commistione tra funzioni di diverso genere (residenziali, commerciali, industriali e turistiche a volte strettamente connesse tra loro da non permettere una facile distinzione), così come l'evoluzione e la trasformazione della città storico-turistica sono solo in parte determinate dalle diverse relazioni presenti tra le componenti economiche della città, in quanto è la domanda turistica che influenza maggiormente le trasformazioni urbane. Infatti, molti dei mutamenti derivano proprio dagli atteggiamenti ed attitudini dei turisti che determinano profonde alterazioni nelle strutture urbane coinvolgendo direttamente l'economia, la società ed infine, ma non per questo meno importante, l'ambiente.

Il turismo culturale di massa, che in misura sempre più marcata sta investendo le città storico-turistiche, produce delle trasformazioni che riguardano sia il patrimonio storico sia le strutture di servizi coinvolti a soddisfare la domanda turistica. Nel primo caso sono proprio le azioni dell'individuo che possono modificare, alterare o trasformare, anche in maniera significativa, lo stato originale del luogo; basti pensare ad esempio alle implicazioni sociologiche, economiche e relative al patrimonio storico⁸ (depauperamento sia del vissuto e sia dell'oggetto d'interesse). Nel secondo caso, indirettamente

⁸ Gli esempi si sprecano, basti pensare solamente a grandi mete come Piazza San Marco a Venezia, la Sagrada Família a Barcellona, gli Uffizi a Firenze, i musei vaticani a Roma, il Louvre a Parigi, e tanti altri ancora. Interessante è l'analisi svolta da Pearce (1998) in tre distretti turistici di Parigi. Egli dimostra come l'associazione funzionale tra attrazioni principali ed altre attrazioni non sia così forte come la prossimità fisica possa in qualche modo indurre a pensare (esempio emblematico è il caso de *Ile de la Cité*). Ecco quindi che lo sfruttamento di una certa attrazione (riconosciuto dal turista) può determinare la nascita di altre attività o l'interesse per altri luoghi ad esso vicino, ma nel contempo, pur essendo prossimamente vicini alla principale motivazione della visita, non è possibile affermare che anche altri luoghi beneficeranno in proporzione del medesimo interesse.

influenzando il lato dell'offerta in riferimento alle trasformazioni delle attività commerciali.

Soprattutto quest'ultimo aspetto diviene sempre più importante dato l'incremento della propensione al consumo del turista che fa emergere in modo significativo l'attività dello *shopping*. Esso, infatti, tra le varie attività turistiche è divenuto sempre più importante assumendo, anche dai *policy-makers* e dagli *stakeholders* della città, il valore di "un'attività legittimata e significativa [che] si aggiunge all'*appeal* totale di molte aree di destinazione turistica" (Butler, 1991, p. 289).

Risulta quindi evidente come il turista possa dedicare più attenzione a certe attività piuttosto che ad altre, ma che le une non escludano le altre; così come è prevedibile che il turista percorra, visiti, viva determinate aree della città tralasciandone altre. Conseguentemente la struttura offerta diviene sempre più importante per rispondere alle esigenze della domanda⁹, ma altresì volta a cercare di influenzare la domanda, proponendo anche luoghi, svaghi, e attività alternative a quelle già note.

La città assume quindi, in genere, sia una funzione di svago (*activity place*) sia una funzione turistica (*leisure setting*). Ne consegue che l'identificazione del centro storico-turistico per il turista avviene:

- da un lato, riferendosi all'offerta di risorse in grado soddisfare il proprio tempo libero (*activity place*) attraverso la presenza di teatri, concerti, galleria d'arte, musei e cinema ed altri eventi di valenza occasionale o ripetuta in certi periodi di tempo (Jansen-Verbeke, 1986, p. 85);
- dall'altro attraverso le *leisure setting* che risultano essere facilmente riconoscibili come quel insieme di elementi che completano e assumono nel contempo un ruolo fondamentale per attrarre i turisti: monumenti,

⁹ Sull'importanza dello shopping e delle scelte del consumatore così come sulle trasformazioni urbane connesse alle attività dello shopping del turista si veda A. C. M. Jansen 1989 e 1991.

architettura, palazzi, canali, parchi, lingua, costumi locali, vivibilità dei luoghi, ecc.

Naturalmente a contorno di questi fattori tendenzialmente essenziali che spingono il turista a visitare un luogo piuttosto che un altro, abbiamo altri elementi secondari che hanno una valenza puramente commerciale e che sono a completamento della soddisfazione dell'individuo durante la sua vacanza come il *catering sector* (hotel, ristoranti, caffè, pub, disco, ecc.), negozi e mercati (Jasen-Verbeke, 1986, p. 86-87).

Le esigenze della domanda turistica ci spingono, quindi, ad affermare che “il riassetto della funzione turistica all'interno delle città non deve essere visto solo come un processo culturale nella società, ma anche come il risultato di specifiche *leisure policy*” (Jasen-Verbeke, 1986, p. 81). Ecco, quindi, che si può intravedere come le attività turistiche assumano “una crescente importanza economica ed i progetti di rigenerazione sono sempre più dipendenti dalle potenzialità economiche dei vari sviluppi [rivolti] al ricreazionale.” (Jansen-Verbeke e Ashworth, 1990, p. 618). Tuttavia, una delle conseguenze maggiori di tale processo evolutivo è la creazione di un'elevata enfasi su particolari tipologie di negozi, ottenendo delle aree fortemente indirizzate e orientate al turismo, spesso troppo specializzate e standardizzate, che vedono esclusivamente la nascita o la predominanza di servizi specializzati, souvenir, regalo e di ristoro¹⁰ (Jasen-Verbeke, 1991, p. 12-13). A ciò si aggiunge che “la trasformazione degli acquisti in attività edonistica è incoraggiata in molte località turistiche dalla natura dei negozi, dagli orari di apertura, dalla vastità dei beni disponibili e in generale dall'atmosfera” (Timothy e Butler, 1995, p. 18). Infatti per il turista che decide di trascorrere un giorno in città i principali motivi sono “guardare e fare *shopping*” (Jansen-Verbeke, 1986, p.

¹⁰ Si veda a riguardo il lavoro di M. Jansen-Verbeke del 1991 significativamente intitolato *Leisure shopping. A magic concept for the tourism industry?*.

98). Questo è dovuto anche al fatto che “molte persone vedono lo *shopping* come un modo per riempire parte delle loro necessità dello svago e del turismo” (Timothy e Butler, 1995, p. 17). Spesso, però questa attività, spesso si riduce all’acquisto di “trofei e souvenir [che] portano [con sé] un’implicazione personale o soggetta a voglie improvvisate. In molti casi gli oggetti venduti possono non essere autentici [...] o possono essere ottenibili altrove. Il motivo d’acquisto può essere il desiderio di prestigio o per impressionare gli altri, così come ottenere una prova del viaggio in una particolare destinazione” (Butler, 1991, p. 290).

Risulta quindi, a fronte di un trend centrato nello sviluppo di aree a finalità turistiche e di una certa attitudine dei turisti, necessaria una pianificazione lungimirante e diversa da tutte le ormai omologate tipologie di politiche di sviluppo turistico. Ne consegue quindi un’imprescindibile necessaria pianificazione integrata che deve avvenire, al fine di ridurre la vulnerabilità di una città e gli impatti derivanti da un inarrestabile flusso di turisti, in stretta relazione con le altre funzionalità urbane (Jansen-Verbeke, 1992). Pearce (1998) osserva come l’intervento esogeno (politiche di sviluppo, regolamenti, ecc.) al processo relazionale esistente tra luoghi e turismo possa modificare la funzionalità del luogo e le relazioni esistenti tra i due elementi. Infatti, a tale forma pianificatoria si deve unire anche l’approccio flessibile alla pianificazione che risulta essere preferibile a quello rigido con l’obiettivo di creare le precondizioni di sviluppo anziché di controllo (Jansen-Verbeke, 1992).

4. La struttura commerciale urbana

Il turismo urbano, considerate le relazioni che si scaturiscono sia a livello di domanda e sia a livello di offerta, non solo può alterare la struttura originaria della città e quindi del suo CBD,

ma può anche creare nuove aree esclusivamente dedicate alle esigenze del consumatore-turista. La struttura di un'area prettamente dedicata al turista prende il nome di *Recreational Business District* (RBD)¹¹.

Già nel 1970 Stanfield e Rickert individuano una precisa tipologia di area commerciale a disposizione dei turisti e che viene denominata RBD ovvero: “tipologie di distretti di negozi che sono il risultato di un lungo periodo di trasformazioni di modelli di zonizzazione funzionale dentro l'area urbana in risposta a interrelazioni complesse di accessibilità e tecnologie di trasporto, di modelli di valore del suolo nella città e nell'intera gamma di preferenze del consumatore, inclinazioni e potere economico”¹² (1970, p. 214).

4.1 Dal CBD al RBD

Esistono diversi tentativi di categorizzazione le aree urbane attraverso l'identificazione dei negozi e dei servizi esistenti all'interno di strutture urbane¹³ attribuendo, in funzione del ruolo assunto dal punto vendita, una predisposizione verso il soddisfacimento delle necessità della popolazione residente o quella turistica. A ciascuno di questi due raggruppamenti corrisponde l'appartenenza, rispettivamente nel primo caso, al CBD e nel secondo all'RBD. Unendo la funzione dell'area, e quindi l'offerta, con la domanda, possiamo affermare che “il CBD offre una completa gamma di beni e servizi che sono localmente prossimi rispetto i residenti permanenti; l'RBD

¹¹ L'attenzione all'analisi della struttura commerciale di aree a forte correlazione turistica riconosciute come RBD è stata principalmente dedicata a zone balneari o ad aree con una peculiare attrazione naturale (Cascade del Niagar, Rock Mountains, ecc.) che hanno fatto emergere una dinamica differente di sviluppo dell'area turistica rispetto ad una struttura urbana (Stansfield e Rickert, 1970; Meyer-Arendt, 1990; Stansfield, 1990; Smith, 1992).

¹² Il primo lavoro, citato anche dagli autori C. A. Stansfield e J. E. Rickert, che cerca di analizzare le tipologie di strutture commerciali al dettaglio e le diverse implicazioni urbane derivanti, cercando di far emergere le complessità funzionale esistente all'interno di un sistema urbano, è M. J. Proudfoot (1937).

¹³ C. A. Stanfield e J. E. Rickert, 1970; J. J. Pigram, 1977; C. A. Stanfield 1990.

[invece] è localizzato vicino alla primaria attenzione identificata dai turisti” al fine di soddisfare le esigenze dei turisti (Meyer-Arendt, 1990, p. 41). Risulta evidente la diversa funzione assunta da un’area piuttosto che un’altra. Tuttavia, si ritiene che il CBD non si basi esclusivamente sull’offerta di beni al dettaglio o servizi ai residenti, ma che la tipologia di beni proposti e di servizi forniti siano di rango metropolitano o superiore ai beni quotidianamente acquistati dalla popolazione residente. Tale distinzione determina la nascita, riferite ai residenti, di diverse aree all’interno della città ovvero quelle legate alla vita consueta (mercati rionali, mercati alimentari, ecc.) e quella legata a situazioni non legate alla quotidianità.

Oltre alla distinzione tra negozi dedicati ai residenti e a quelli destinati ai turisti, bisogna sempre più considerare, all’interno della struttura urbana, quella offerta dedicata ai pendolari, ovvero persone che svolgono un lavoro nell’area urbana e che quotidianamente si spostano rispetto il loro luogo di residenza abituale e che, conseguentemente, vivono la città in modo diverso dai precedenti soggetti.

È possibile quindi affermare, dopo questa distinzione, che i negozi di rango metropolitano si localizzeranno tendenzialmente nelle aree ad elevata accessibilità con servizi tendenzialmente basati sugli affari. I negozi rivolti ad una domanda quotidiana si circoscriveranno vicino ad aree ad alta intensità residenziale che probabilmente non corrisponde al nucleo primordiale di sviluppo della città. Inoltre, l’area identificata dall’RBD, sarà il risultato di “una concentrazione di attività del visitatore vicino a fenomeni naturali” o ad attrazioni storico-culturali-architettoniche riferendosi ai centri urbani (Stanfield e Rickert, 1970, p. 215). Infine, l’area individuabile dai negozi e dai servizi dedicati ai pendolari risulta difficilmente limitabile, tuttavia quasi certamente si localizzerà nelle prossimità dei centri d’affari e delle attività economiche più significative della città.

Come già sottolineato, differenti connotazioni e strutture commerciali esistono nelle aree urbane in dipendenza dalla struttura e dal ruolo assunto dalla città stessa. Ponendo l'attenzione sul turismo, è possibile individuare due tipologie di città turistiche:

- Piccole-medie città turistiche le quali, una volta innescato il processo di turisticizzazione, subiscono un impatto determinante. Tali città, tendenzialmente, vengono investite esogenamente dal fenomeno turistico o, a seguito di pianificazioni, basano il rilancio della struttura urbana esclusivamente sul turismo come unica forma di riqualificazione economica. Ciò determina una sempre più determinata dipendenza dal settore turistico che lentamente si sostituisce alle funzioni originali della città determinando l'espulsione di attività commerciali rivolte ai residenti e la creazione di un RBD più dinamico dedicato al turismo;

- Grandi città che si caratterizzano per l'esistenza delle tre dimensioni: turistica, residenziale e con funzioni di natura politica-amministrativa-giurisdizionale. L'esistenza di queste tre dimensioni, in un equilibrio molto delicato esistente all'interno della struttura urbana, e può essere alterato dalla predominanza di un settore piuttosto che un altro. Infatti spesso si osserva come la crescita sempre più marcata della domanda turistica determini nuovi equilibri nelle aree urbane rispetto alla preesistente dominanza residenziale. Quest'ultima, infatti, risulta sempre più residuale anche se, negli ultimi decenni, si può osservare un lento processo di sostituzione della popolazione originale con classi agiate che detengono una maggiore disponibilità di reddito. Questa sostituzione non è innocua alla struttura urbana. Infatti, tale cambiamento innesta un processo di gentrificazione del substrato abitativo e conseguentemente anche di quello commerciale.

4.2 Dal RBD al RUBD

Le città quindi riusciranno a mantenere al loro interno una diversità o il turismo scalzerà le altre tipologie di individui e le offerte relative presenti nella struttura urbana? Una risposta univoca non esiste, ma è probabile supporre la compresenza, in maniera più marcata nelle grandi città, sia di un CBD e sia di un RBD, senza escludere la presenza di una struttura commerciale dedicata ai residenziali anche se in forma sempre più residuale.

Getz (1993) affronta l'argomento attraverso l'identificazione del *tourism business district* (TBD) ovvero "una concentrazione di attrazioni legate al turismo e servizi localizzati in congiunzione con le funzioni del CBD urbano" (Getz, 1993, p. 583). In altre parole "nelle vecchie città, specialmente quelle europee, il TBD e CBD spesso coincidono all'interno delle aree di patrimonio" storico (Getz, 1993, p. 583). Getz (1993) assimila al TBD (distretto d'affari turistico) una serie di caratteristiche che si sviluppano dalla sovrapposizione tra le funzionalità turistiche e quelle residenziali delle aree urbane confrontandolo con l'ormai consolidata concezione del RBD dedicato interamente alla struttura turistica. Per questa ragione egli sostiene che il TBD sia formato dall'assenza di stagionalità, da una forma di concentrazione nell'area urbana caratterizzata da attrazioni completamente di natura culturale o create *ad hoc*. Infine egli sostiene che le funzioni includono uffici, servizi commerciali, attrazioni, servizi al turista, governo, cultura, principali negozi e sistemi di trasporto (Tabella 1).

Tuttavia la commistione tra TBD e CBD appare evidente nella realtà, ma non chiara, nei vari elementi individuati da Getz. Crediamo perciò più utile contraddistinguere il sistema urbano composto sia dal tradizionale CBD che ha funzioni prettamente orientate agli affari e di una struttura commerciale di rango metropolitano e dal RUBD (*Recreational Urban Business District*).

Dove quest'ultimo è più assimilabile al RBD tradizionale e volto a rispondere alle esigenze del turista (Tabella I). Esso infatti mantiene caratteri di stagionalità variabile da luogo a luogo in dipendenza anche dalla capacità di diversificazione dell'offerta; assume una forma concentrata in pochi o più luoghi di interesse turistico; l'attrazione è sicuramente storico-culturale o creata *ad hoc*; ed infine le funzioni presenti sono sicuramente relative all'alloggio, allo svago e divertimento per i turisti, negozi di souvenir, ristoranti e bar, nonché punti vendita tipici di un luogo e di rango metropolitano che soddisfano una domanda sia metropolitana e sia turistica (grandi firme d'abbigliamento, boutique, ecc.).

Tabella I – Confronto tra *Tourism Business District*¹⁴ e *Recreational Urban Business District*.

Caratteri	TBD	RUBD
Periodo d'interesse	Annuale	Variabile da luogo a luogo con picchi in alcuni periodi dell'anno
Forma territoriale	Concentrazione	Concentrazione vicino alle aree d'interesse turistico
Attrazione	Può essere di natura culturale o creata <i>ad hoc</i>	Storico-culturali o create ad hoc
Funzioni	Uffici Servizi commerciali Attrazioni Servizi al turista Governo Cultura Principali negozi Sistemi di trasporto	Alloggio Svago e divertimento Souvenir Ristoranti e bar Punti vendita di rango metropolitano

Fonte: elaborazione personale.

¹⁴ In tabella vengono riportati i principali elementi identificati da Getz (1993) in riferimento al TBD.

5. Lo sviluppo sostenibile del turismo urbano e la necessità di una pianificazione lungimirante

Il settore turistico ha determinato innumerevoli modificazioni sia nella struttura urbana (paragrafo 1 e 2) e sia nel tessuto commerciale urbano (paragrafo 3 e 4). È stato proposto in maniera evidente come il primo effetto colpisca ed alteri struttura commerciale. Tale effetto può, infatti essere considerato, riferendosi al turismo, uno degli indicatori più significativi al fine di percepire e comprendere i cambiamenti in atto in una città. Cambiamenti che possono a lungo termine sfociare in situazioni insostenibili determinando un forte allontanamento dal raggiungimento di un sviluppo sostenibile nell'intera città.

Se da un lato esistono evidenti difficoltà nel definire il prodotto turistico¹⁵ dall'altro, l'elemento più complesso e scientificamente meno paradigmatico risulta essere la definizione di sostenibilità legata allo sviluppo e al turismo¹⁶. Sebbene le diverse definizioni prodotte non abbiano fatto luce sul concetto, è indubbio che per “stimare il ruolo potenziale del turismo nello sviluppo (sostenibile), esso non debba essere considerato come isolato da un più ampio contesto di sviluppo di cui esso ne fa parte” (Sharpley, 2000, p. 3). Tuttavia, permangono dibattiti non solamente in riferimento alla definizione, ma altresì alla sua validità e operazionalità (Hardy e Beeton, 2001, p. 170).

¹⁵ Berno e Bricker sottolineano come il “turismo comprenda un gamma di prodotti e servizi i cui limiti sono difficilmente definibili”. Inoltre, gli stessi autori, sostengono che “il prodotto turistico è composito in natura e include aspetti tangibili e intangibili”. Ne consegue che l'esperienza turistica, la destinazione turistica e i prodotti individuali quali attrazioni, ristoranti, negozi, hotel fanno parte del prodotto turistico (Berno e Bricker, 2001, pp. 6-7).

¹⁶ Il World Tourism Organization definisce turismo sostenibile come uno sviluppo turistico che “meets the needs of present tourists and host regions while protecting and enhancing opportunities for the future [...] leading to management of all resources in such a way that economic, social, and aesthetic needs can be fulfilled while maintaining cultural integrity, essential ecological processes, biological diversity, and life support systems” (WTO, 1998, p. 21).

La ricerca di uno sviluppo sostenibile in ambito turistico risulta molto più complesso del raggiungimento di un turismo sostenibile implicando fattori quali l'ambiente e la società-comunità che nel secondo vengono considerati solo dopo il raggiungimento di uno sviluppo. Sharpley (2000) ben enfatizza questo passaggio sottolineando come la sostenibilità del turismo, se analizzata bene, venga a frammentarsi nel suo insieme in più punti come: nei principi fondamentali (approccio olistico, futuro e equità); gli obiettivi dello sviluppo e della sostenibilità; ed infine i requisiti per uno sviluppo sostenibile.

Similmente Hunter (1997) sostiene che lo il turismo sostenibile non deve essere imprigionato da un definizione concettuale ristretta, ma deve lasciare spazio allo sviluppo di differenti percorsi che possono essere legittimati in dipendenza delle circostanze. Per questa ragione egli individua diverse strategie/approcci di sviluppo sostenibile attraverso il turismo come: *tourism imperative* di natura debole dove l'imperativo è di sviluppare il turismo attraverso il soddisfacimento delle necessità dei turisti e degli operatori; *product-led tourism* anch'esso di natura tendenzialmente debole dove il sistema ambientale è considerato ma solamente come secondario rispetto allo sviluppo nuovo o al mantenimento di prodotti turistici; *environment-led tourism* dove l'attenzione è data soprattutto all'ambiente cercando di promuovere un turismo attento e capace di mantenere un livello naturale qualitativamente elevato; *notenous tourism* dove l'approccio risulta essere estremamente forte limitando o escludendo il turismo da certe circostanze ovvero si rinuncia ai benefici economici che il turismo può determinare a favore dell'integrità ambientale.

Risulta evidente come il raggiungimento di uno sviluppo sostenibile legato al turismo sia molto complesso anche in vista dei diversi approcci esistenti e della mancanza di chiare linee guida. Naturalmente, considerando gli impatti locali-regionali che

il turismo ha in un territorio è “estremamente difficile immaginare la formulazione e l’implementazione di qualsiasi approccio di turismo sostenibile in assenza di una forte pianificazione, sviluppo e controllo dell’autorità locale, e senza il coinvolgimento delle comunità locali nel processo di pianificazione” (Hunter, 1997, p. 864). Ecco che ancor più si articola il processo di sviluppo sostenibile del turismo. Processo che può essere messo fortemente a rischio qualora si tenda ad un “mantenimento del turismo” come identificato da Hardy e Beeton, i quali osservano che in tale approccio si “identifica un turismo dove il senso della comunità è basso così come la fiducia nella qualità del prodotto e nella gestione. Mentre ciò non causa l’immediato fallimento del turismo in tempi brevi, questi fattori incrementano il rischio in maniera significativa degli impatti ambientali, sociali e culturali attraverso, a lungo termine, una non appropriata gestione” (Hardy e Beeton, 2001, p. 168).

Infatti, in termini reali, sempre più si assiste a situazioni dove, per garantirsi il successo, la “destinazione al fine di risultare appetibile, non tanto per il turista individuale, ma piuttosto per l’industria, e in particolare ai grandi attori transnazionali che la dominano” deve creare “un’infrastruttura turistica di standard internazionali e ad alto grado di prevedibilità”. Ciò implica che le “destinazioni devono divenire sempre più simili le une alle altre, rischiando di perdere i caratteri distintivi di un luogo (Russo e Van der Borg, 2001, p. 199).

Ciò determina una discrepanza tra l’interpretazione e lo sviluppo reale che coinvolge una struttura urbana. Infatti il raggiungimento di uno sviluppo sostenibile in ambito urbano è estremamente complesso sia, da un lato, a fronte della carenza terminologica e di obiettivi di sviluppo comuni tra i diversi *stakeholders*; e sia, dall’altro lato, in termini pragmatici, di comprensione dei singoli elementi appartenenti al sistema e alle

capacità d'intervento attraverso strategie che si basino su uno sviluppo sostenibile a lungo termine.

6. Conclusione

Si è dimostrato come il turismo possa essere una delle determinanti per il cambiamento delle funzioni esistenti in una città. Nello specifico si è data particolare attenzione alla città storica turistica cercando di interpretare i cambiamenti attraverso un modello interpretativo. Tali spinte evolutive sono fondamentalmente determinate dal comportamento del turista che spesso non è razionale ovvero è diverso dalle sue quotidiane attitudini. Ciò è determinato da un maggiore disponibilità di tempo libero, da una propensione al consumo e da atteggiamenti che si allontanano da quelle consuete di ogni giorno. La città cerca quindi di rispondere a queste nuove dinamiche attraverso un'offerta diversa alla pre-esistente andando ad alterare profondamente gli equilibri esistenti nella sua struttura. Indicatore di tale cambiamento è sicuramente la struttura commerciale. Particolare attenzione è stata data soprattutto ai grandi centri che presentano per loro natura una maggiore diversificazione funzionale, cercando di interpretare la struttura urbana come un luogo dove coesistono differenti domande dedicate ai residenti, pendolari e turisti. Nello specifico si è voluto enfatizzare l'esistenza, attraverso un'interpretazione della struttura urbana, l'esistenza di un CBD unito ad un RUBD ovvero di un centro affari e commerciale di rango metropolitano con un sistema dedicato al settore turistico (*Recreational Urban Business District*). La necessità di identificare le caratteristiche del RUBD deriva dal fatto che scientificamente è sempre stata data forte attenzione alle strutture ricreative di aree prettamente destinate ad usi turistici e non si è cercato mai se non in casi

limitati di porre attenzione all'aspetto ricreativo in ambito urbano.

A questa analisi si è unito, infine, un'ulteriore considerazione basata su due elementi a cui sempre più viene data attenzione: lo sviluppo sostenibile del turismo e la pianificazione. Due aspetti che sono strettamente collegati tra loro e che attraverso la comprensione delle dinamiche in atto, riferendosi al primo aspetto, unite a politiche e strategie *ad hoc* lungimiranti, secondo aspetto, possono indirizzare verso un nuovo equilibrio interno della città o ricondurre verso quello pre-esistente tra fattori economici, sociali e ambientali. Infatti, troppo spesso la leva principale che stimola gli amministratori pubblici a sviluppare l'attività turistica è sicuramente l'interesse economico, tralasciando troppo spesso gli aspetti negativi che un politica non lungimirante provoca sia in termini ambientali e sia a livello territoriale, paesaggistico e sociale, nonché a lungo termine anche economico.

Bibliografia

- Ashworth G. J., Tunbridge J. E. (a cura di), *The tourist-historic city*, London, Belhaven Press, 1990.
- Bailly A., Béguin H., *Introduzione alla geografia umana*, Franco Angeli, Milano, 1988.
- Berno T., Bricker K., “Sustainable tourism development: the long road from theory to practice”, *International Journal of Economic Development*, 3, 2001, n. 3, pp. 1-18.
- Berry B. J. L., “Cities as systems within systems of cities”, *Paper of Proceedings of the Regional Science Association*, 13, 1964, pp. 147-163.
- Butler R. W., “West Edmonton mall as a tourist attraction”, *The Canadian Geographer*, 35, 1991, n. 3, pp. 287-295.
- Evans A. W. (a cura di), *Economia Urbana*, Il Mulino, Bologna, 1988.
- Getz D., “Planning for tourism business districts”, *Annals of Tourism Research*, 20, 1993, n. 3, pp. 583-600.
- Hardy A. L., Beeton R. J. S., “Sustainable tourism or maintainable tourism: managing resources for more than average outcomes”, *Journal of Sustainable Tourism*, 9, 2001, n. 3, pp. 168-192.
- Hoyle B. S., Pinder D. A., Husain M. S. (eds.), *Aree portuali e trasformazioni urbane. Le dimensioni internazionali della ristrutturazione del waterfront*. Mursia, Milano, 1988.
- Hunter C., “Sustainable tourism as an adaptive paradigm”, *Annals of Tourism Research*, 24 1997, n. 4, pp. 850-867.
- Ierace I., “L’organizzazione del territorio”, in Ierace Ilario (a cura di), *La regione turistica*, Cedam, Padova, 1991, pp. 77-91.
- Jasen A. C. M., “Funshopping as a geographical notions, or: the attraction of the inner city of Amsterdam as a shopping area”, *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 80, 1989, n. 3, pp. 171-183.

- Jansen-Verbeke M. C., Ashworth G. J., “Environmental integration of recreation and tourism”, *Annals of Tourism Research*, 17, 1990, n. 4, pp. 618-622.
- Jansen-Verbeke M., “Inner-city tourism: resources, tourists and promoters”, *Annals of Tourism Research*, 13, 1986, pp. 79-100.
- Id., “Leisure shopping. A magic concept for the tourism industry?”, *Tourism Management*, 12, 1991, n. 1, pp. 9-14.
- Id., “Urban recreation and tourism: physical planning issues”, *Tourism Recreation Research*, 17, 1992, n. 2, pp. 33-45.
- Lando F., “L’interpretazione geografica della città”, in Giacomo Corna Pellegrini (a cura di), *Aspetti e problemi della geografia*, Marzorati, Milano, 1987, Vol. I, pp. 309-346.
- Lowenthal D., “Environmental perception: preserving the past”, *Progress in Human Geography*, vol.3, 1979, pp.549-559.
- Lowenthal D., 1975, “Past time, present place: landscape and memory”, *The Geographical Review*, 65, 1975, pp.1-36.
- Lowenthal D., 1977, “The bicentennial landscape: a mirror held up to the past”, *The Geographical Review*, 67, 1977, pp.253-267.
- Lowenthal D., *The past is a foreign country*, Cambridge UK, Cambridge University Press, 1985.
- Meyer-Arendt K. J., “Recreational business district in gulf of Mexico seaside resorts”, *Journal of Cultural Geography*, 11, 1990, pp. 39-55.
- Minca C., *Spazi effimeri. Geografia e turismo fra mondo moderno e postmoderno*, Padova, Cedam, 1996.
- Pearce D. G., “Tourist districts in Paris: structure and functions”, *Tourism Management*, 19, 1998, n. 1, pp. 49-65.
- Pigram J. J., “Beach resort morphology”, *Habitat International*, 2, 1977, n. 5/6, pp. 525-541.
- Proudfoot M. J., “City retail structure”, *Economic Geography*, 1937, n. 13, pp. 425-428.
- Russo A., Van der Borg J., “Città di cultura e sviluppo turistico sostenibile”, *Economia della Cultura*, 2001, n. 2, pp. 197-209.

- Sharpley R., "Tourism and sustainable tourism: exploring the theoretical divide", *Journal of Sustainable Development*, 8, 2000, n. 1, pp. 1-19.
- Smith R. A., "Beach resort evolution. Implication for planning", *Annals of Tourism Research*, 19, 1992, n. 2, pp. 304-322
- Stansfield C. A., "Cape May: selling history by the sea", *Journal of Cultural Geography*, 11, 1990, pp. 25-37.
- Stansfield C. A., Rickert J. E., "The recreational business district", *Journal of Leisure Research*, 1970, n. 2, pp. 213-225
tradotto in Ierace I., "L'organizzazione del territorio", in Ierace Ilario (a cura di), *La regione turistica*, Cedam, Padova, 1991, pp. 77-91.
- Timothy D. J., Boyd S. W., *Heritage e turismo*, Milano, Hoepli, 2007.
- Timothy D. J., Butler R. W., "Cross-border shopping. A north American perspective", *Annals of Tourism Research*, 22, 1995, n. 1, pp. 16-34.
- World Tourism Organization (WTO), *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*.WTO, Madrid, 1998.