

È facile prevedere, in assenza di correttivi, che l’articolazione della “Venezia sostenibile”, secondo i dettami della digitalizzazione e dell’industria 4.0, si declinerà in un parco tematico ove itinerari e servizi turistici saranno rigidamente organizzati e targettizzati sulle capacità di spesa dei visitatori. Parte dei fondi Next Generation EU, c’è da scommetterci, serviranno per implementare la digitalizzazione del portale di prenotazione dei flussi turistici: all’ingresso della città storica, all’utente basic - con pernottamento in ostello fuori dalla città storica - sarà consegnato uno smartwatch digitale con geo localizzatore e sistema di alert per eventuali sconfinamenti oltre il percorso a lui destinato, pena l’addebito diretto nella carta di credito. I visitatori della fascia più alta avranno il privilegio di godere di parti della città non accessibili, “*off the beaten tracks*”, mentre servizi e attrazioni saranno *customizzate* a seconda del budget di spesa. Il quadro si completerà con la totale privatizzazione del patrimonio pubblico, isole comprese.

Certamente, a leggere le dichiarazioni di intento contenute nelle presentazioni dei vari progetti pubblici ispirati al concetto di “Venezia capitale mondiale della sostenibilità”, sembra altro il futuro disegnato per la città storica. Secondo il progetto VeniSia, acronimo di Venice Entrepreneurial International Sustainability Innovation Accelerator, sviluppato da Ca’ Foscari con il partenariato della Regione e del Comune, a breve la città dovrebbe divenire sede di un incubatore per lo sviluppo di progetti innovativi, polo di attrazione per il *resettlement* di imprese virtuose con ricadute in termini di nuova residenzialità, sia temporanea sia stabile.

Ritengo personalmente che questi progetti si tradurranno in concrete iniziative, mentre nutro più di qualche perplessità sulla loro efficacia ai fini del cambiamento di passo tanto auspicato nelle loro intenzioni.

Da quanto ho potuto comprendere, la materiale erogazione dei fondi della Next Generation EU è subordinata infatti alla concreta esecuzione del progetto finanziato: in altri termini i soldi arrivano se c’è il risultato, diversamente potrebbero anche essere revocati, secondo una logica a oggi semi sconosciuta nel panorama italiano, da sempre concentrato piuttosto sulla definizione degli obiettivi, meno o per niente sull’*execution*, marginale una volta ottenuto il finanziamento.

M’immagino allora che il protocollo Venisia nell’immediato produrrà, oltre che una serie articolata di progetti teorici, attività di supporto e consulenza alle micro imprese già presenti sul territorio, alla creazione di qualche start up innovativa di giovani. Dubito tuttavia che esaurito il “carburante” del finanziamento iniziale, queste imprese potranno godere della sostituzione del capitale di terzi, l’*equity* come si dice in gergo, sì da consolidare e sviluppare la propria attività in maniera duratura.

Mi viene in mente, al proposito, un altro recente progetto denominato **Venice Original**, ideato e

realizzato da CNA Metropolitana di Venezia con il supporto della banca d'affari J. P. Morgan, il patrocinio di Comune e CCIAA, il supporto tecnico scientifico dell'Università di Ca' Foscari. Il progetto ha coinvolto micro imprese artigiane selezionate in base a severi criteri di localizzazione e di impiego di manodopera locale ed è consistito nella creazione di una piattaforma per il commercio on line dei soggetti aderenti, supporto alla spedizione e alla vendita, attività di consulenza e tutoraggio. La tutela e la promozione dell'artigianalità veneziana è stata intesa obiettivo “sostenibile” e come tale ha indotto una banca d'affari prestigiosa come J.P. Morgan a finanziare in parte il progetto, fino al 2022.

ytali è una rivista indipendente. Vive del lavoro volontario e gratuito di giornalisti e collaboratori che quotidianamente s'impegnano per dare voce a un'informazione approfondita, plurale e libera da vincoli. Il sostegno dei lettori è il nostro unico strumento di autofinanziamento. Se anche tu vuoi contribuire con una donazione clicca [QUI](#)

Ma, dal lato pratico, l'appello del sito è alquanto deludente soprattutto se raffrontato con il suo omonimo decettivo “Original Venice”, che compare immediatamente digitando in senso inverso le parole e che presenta prodotti seriali, ma con uno styling senz'altro più accattivante. È pur vero che il sito è ancora in fase di implementazione ed è auspicabile un allargamento della platea delle imprese aderenti; appare tuttavia evidente la marginalità dell'iniziativa, dubbia la sua efficacia nella reale promozione della commercializzazione di prodotti autenticamente artigiani. Sembra piuttosto il compitino ben fatto per soddisfare - ahimè - le esigenze di accountability di J. P Morgan, banca d'affari impegnata in attività sostenibili.

Se è di recente introduzione il giudizio sulla performance ESG nella valutazione che gli intermediari finanziari debbono apporre al rating dei loro prodotti, analogamente nei bilanci post pandemici delle società italiane sarà necessario precisare misura e modalità di soddisfacimento anche degli altri soggetti coinvolti nel processo produttivo, dalle risorse umane ai fornitori, all'ambiente e all'intera comunità sociale.

È indubbio che chi investirà davvero su Venezia avrà il bollino di impresa “sostenibile” e con ciò potrà ritrarre innegabili vantaggi in termini di apprezzamento del proprio valore aziendale; da ultimo, verosimilmente, suscitare l'interesse di investitori e fondi internazionali, interessati ad

entrare in un business considerato redditizio perché concentrato sulla creazione di valore di lungo periodo.



L'Università Ca' Foscari è impegnata nel progetto VeniSia, con il partenariato della regione e del comune. L'obiettivo è fare della città un incubatore per lo sviluppo di progetti innovativi e polo di attrazione per il *resettlement* di imprese virtuose.

Ecco che allora traducendo in concreto il contenuto dei pressoché quotidiani convegni di aggiornamento sul tema a cui come professionisti siamo invitati ad assistere, mi sembra che la prima verifica da compiere per la valutazione di sostenibilità di un progetto, sia proprio quella della sua capacità di tradursi in valore strutturale duraturo per tutti i soggetti coinvolti. Ciò implica rigorosa verifica sugli agenti e assoluta trasparenza su tutte le fasi del processo produttivo. Se questa attività venisse compiuta, in primis dall'amministrazione, è evidente che progetti aleatori, di mera facciata si escluderebbero in partenza.

Il futuro dell'economia veneziana, oltre e al di là della monocultura turistica, si gioca dunque proprio sulla capacità di attrarre investimenti non soltanto circoscritti alla timida realtà locale, ma piuttosto rivolti ad imprese già mature o di maggiore respiro. La scelta di rilocalizzarsi a Venezia, per questi soggetti, interverrà spontaneamente e a ragion veduta, proprio in virtù delle particolari condizioni che la città possiede, sia per morfologia che per scelte politiche operate.

Si tratterà tuttavia in primis di veicolare un messaggio, anche mediatico, che faccia chiaramente intendere il cambio di passo. Invece di insistere e rimarcare gli antichi fasti di un passato glorioso, evocare tradizioni (compreso un genetliaco forse storicamente inesistente), ci si concentrerà e si promuoverà il concept di una città viva, a misura di uomo e di ambiente che offre soluzioni innovative per attività sorprendentemente in linea con le tendenze del momento.

In questa direzione sarà certamente più efficace sostenere nel concreto iniziative commerciali in cui si rispecchino i principi dell'economia circolare, sintetizzati nei cosiddetti “cinque pilastri”: sostenibilità delle risorse, trasformazione del prodotto come servizio, piattaforme di condivisione, estensione del ciclo di vita, recupero e riciclo. Mi viene in mente un market per la vendita di abiti usati “brandizzati” e rivendita a un prezzo equo in ragione del riuso, iniziativa a opera di imprenditrici milanesi da tempo consolidata in Lombardia e a breve ospitata a Marghera. Peccato non aver trovato alcuna disponibilità di spazi nella città storica, quantunque non difettino certo location sfitte, anche di ampia metratura.

Trasmesso il messaggio, brands come Patagonia, pioniere della sostenibilità che nei suoi concept invita il cliente a servirsi gratuitamente del servizio di “rammendo” del piumino, piuttosto che spingere per l'acquisto di uno nuovo, potrebbero scegliere Venezia come simbolo del proprio business model. Oltre ad essere ispirati dalla bellezza dei luoghi, gli uffici stile di queste realtà troverebbero nella tradizione nell'artigianalità locale spunti per sviluppi di nuovi prodotti. Si creerebbero probabilmente effetti sinergici con le micro imprese locali che - allo stato e salvo eccezioni - non sono in grado di impattare come alternative reali alla monocultura turistica, se non, ed in quanto, comincino a fare rete o ricercino qualche forma di aggregazione.

Dal lato pratico, l'amministrazione dovrà farsi garante della trasparenza e dell'accessibilità ad ogni informazione utile ai possibili investitori, promuovendo il supporto di istituzioni finanziarie, fondazioni bancarie ed intermediari internazionali per assistenza e consulenza e promozione di equity crowdfunding per il finanziamento di progetti sostenibili in centro storico.

In materia di spazi reperibili, penso in primis ad un database aggiornato in tempo reale dove converga ogni informativa relativa a destinazioni pubbliche o private disponibili per eventuali iniziative, si tratti di commercio, servizi o artigianato o di ricerca di soluzioni abitative, vendite o mere locazioni. Determinante sarà la collaborazione delle categorie di settore, le associazioni dei proprietari, le strutture ricettive, le agenzie immobiliari; financo noi professionisti delegati alla vendite esecutive dal Tribunale, molto spesso alla prese con immobili di difficile se non impossibile realizzo. La consultazione di un database aggiornato unitamente alla collaborazione di tutti i soggetti citati, agirà quale facilitatore per l'incontro di domanda e offerta, evitando speculazioni e

opacità. Parte degli alloggi ora destinati alla locazione turistica, accoglieranno i nuovi residenti indotti dall’insediamento delle nuove attività, mentre sarà la stessa amministrazione a tenere manlevato il proprietario, in caso di permanenza problematica o di morosità del conduttore. Voglio concludere queste riflessioni rimarcando, ancora una volta, come la presenza turistica giochi un ruolo fondamentale nella realizzazione del disegno della “Venezia sostenibile”. Soprattutto agli esordi, stante l’attuale esiguità della popolazione residente, peraltro in gran parte anziana, la domanda di prodotti e servizi sostenibili non potrà che essere supportata da un turismo “consapevole” e gentile ([per definirla secondo Mario Santi](#), sulle pagine di *ytali* recentemente); diversamente a qualsiasi progetto mancherà la “sostenibilità economica” e sarà destinato all’insuccesso, mancando così di produrre quel valore per tutta la comunità.



La presenza di un turismo consapevole e gentile è fondamentale per la realizzazione della Venezia sostenibile (Foto Flickr by [mardytardi](#))

La foto di copertina è di Giulia Barbi per il progetto [Wiki Loves Monuments Italia 2020](#)