

TURISTI E RESIDENTI FRUITORI DELLA CITTÀ: LE QUALITÀ DEL SISTEMA OSPITALE URBANO

CONTRIBUTO DI ANGELO ANGELI

COLLABORAZIONE DI ROBERTO MAZZÀ PARTNER DI SL&A

1. EVOLUZIONE DELLA CITTÀ METROPOLITANA

1.1 La competizione

La dispersione della produzione nello spazio e la sua internazionalizzazione ha contribuito e contribuisce alla crescita dei nodi di servizi centralizzati per la gestione e regolazione della nuova economia spaziale¹.

Come la produzione si disperde in tutto il mondo i servizi si concentrano sempre più in relativamente poche città commerciali, le "città globali" ed in quelle loro immediatamente sottostanti identificabili come "subglobali".

Queste città attraggono servizi specializzati per gli affari, a sua volta questo richiama "turismo d'affari" e funzioni immobiliari; il turismo di affari si allea con quello del "tempo libero" entrambi attratti dalle tradizioni culturali di queste città (la forza della loro identità) con effetti su trasporti, comunicazioni, servizi alla persona, intrattenimento.

Tra i fenomeni conseguenti è risaputo che le città tendano sempre più a competere ed a proporsi come localizzazioni ideali per gli investimenti, ma i limiti e le possibilità di questa competizione sono dati dalle modalità di sviluppo dei processi economici, almeno a livello continentale o sub continentale, dove, se non i ruoli, sono già largamente predefinite le gerarchie.

In Europa la sola indiscutibile città globale è Londra, seguita forse da Parigi, al secondo posto nella gerarchia troviamo le città capitali tra cui Roma assieme ad un certo numero di città particolari come Milano (Barcellona, Zurigo, Ginevra, Francoforte) che si comportano da capitali commerciali o culturali: le città "subglobali".

In questo gruppo la competizione si esprime, spesso con successo, anche per settori di specializzazione, in cui la città assume un vero e proprio ruolo internazionale e non più solo regionale, a Milano ad esempio è successo questo per il design.

Una ulteriore questione che influenza la competizione riguarda lo sviluppo delle infrastrutture della mobilità, in Europa il rapporto della UE Europa 2000+ chiama la "regione delle capitali nazionali" l'insieme delle città poste ad un raggio conveniente per i contatti via aerea e sempre di più anche via ferro (la rete dell'alta velocità dovrebbe completare la connessione entro il 2010), questo insieme forma il cuore del sistema urbano europeo, da questi nodi si articola la connessione regionale con le altre città ancora attraverso il sistema ferroviario ad alta velocità.

La crescita e l'evoluzione del ruolo induce la crescita e l'evoluzione della forma urbana: a livello mondiale il fenomeno in atto per le grandi città globali e subglobali è il decentramento, prima delle residenze e poi dell'occupazione, con un coinvolgimento di vastissime aree in un processo dinamico complesso i cui risultati sono quasi sempre quelli di un sistema metropolitano altamente policentrico.

I modelli variano da paese a paese ma la tendenza centrifuga è generalizzata, spesso la conseguenza più interessante è l'accelerazione della crescita nelle città provinciali minori, specialmente dove esiste una ricca ed efficiente connessione ferroviaria ed autostradale.

¹ Peter Hall (lezione su megacittà - l'Aia 1997) Urbanistica 116/01

Sul tema del decentramento si è aperto un vivacissimo dibattito, che ha come fulcro la questione del consumo energetico e conseguentemente la sostenibilità dello sviluppo. Alcuni studi sostengono che il decentramento porta ad un consumo di energia sostanzialmente più alto, altri sostengono la tesi opposta dimostrando che il processo di decentramento si autoequilibra: le attività si muovono all'esterno seguendo le abitazioni, si sviluppano così nodi di occupazione locale ed un'offerta completamente decentrata che porta a distanze di pendolarità almeno non maggiori delle precedenti.

Su questo tema (crescita/mobilità) si sovrappone la questione del compattamento della città, rispetto alla questione della espansione edilizia, una espansione data non tanto dalla crescita della popolazione, quanto dalla crescita delle famiglie. Governi e pianificatori urbanisti sono chiamati ad individuare risposte ed applicarle ai singoli casi, in Europa il processo è iniziato già dagli anni cinquanta (Stoccolma, Copenaghen) altrove è necessario colmare un ritardo di pianificazione, ovunque la ricerca è comunque verso un modello sostenibile di città che sappia coniugare: residenza ed occupazione, un sistema di mobilità efficiente e tale da incentivare l'uso del trasporto pubblico, una offerta completa di servizi.

1.2 Le diversità Italiane

In Italia il concetto di area metropolitana è stato messo a fuoco da vari punti di vista:

- come dato di fatto geografico della crescita dei sistemi urbani e quindi di una nuova esigenza di efficienza e qualità,
- come strumento per affrontare i problemi di congestione emergenti attraverso un nuovo disegno delle relazioni centro/cintura,
- come elemento di riequilibrio delle politiche nazionali di sviluppo, come nuovo livello istituzionale (L.142/90),
- infine come scelta (ormai consolidata) di autoordinamento in relazione ad interessi comuni e idee di sviluppo condivise, sviluppando una progressiva capacità di ragionare in termini di confini dell'area metropolitana a "geometria variabile", sulla base dei problemi e degli interessi.

È risultato comunque chiaro che la dimensione d'area vasta dei problemi passa attraverso le soluzioni strutturali ma anche attraverso la formulazione degli obiettivi di sviluppo, posizionamento, valorizzazione dei centri e dell'area metropolitana.

Su questo terreno più o meno comune si innesta l'esperienza e la diversità delle singole aree, si va affermando e consolidando l'idea che la forza di attrazione della città possa essere considerato un patrimonio:

... l'area milanese è connotata da una forte attrattività e se questa rappresenta da una parte la causa di alcuni problemi di qualità ambientale e di stress territoriale, dall'altra può essere utilizzata come spinta per risolvere i problemi stessi e potenziare il livello di attrattività e competitività, impegnandosi in una importante opera di riqualificazione ambientale ed urbana²...

ed allo stesso modo si consolida l'idea di un approccio integrato alle qualità:

...Le consolidate e fondamentali condizioni di solidità e vivacità economica non bastano più, da sole, a resistere alla competizione se non sono affiancate da requisiti di qualità territoriale (efficienza dei servizi e delle infrastrutture, ma anche qualità paesistica ed ambientale, offerta culturale, integrazione sociale) in senso ampio riferite all'intero sistema urbano milanese. La competizione richiede in definitiva di essere attrattivi da tutti i punti di vista, anche in senso territoriale e sociale e non solo economico aziendale³.

la problematica del decentramento viene intesa anche come valorizzazione di identità e significati oltre che specializzazione e diffusione di eccellenza:

² R. Gambino - D.G. dir.territorio ed urbanistica Comune di Milano - Urbanistica Inf. 187/2003

³ R. Gambino - D.G. dir.territorio ed urbanistica Comune di Milano - Urbanistica Inf. 187/2003

...l'approccio geografico territoriale permette contemporaneamente di indirizzarsi al recupero, all'interno dell'attuale confine comunale genovese, della complessa trama antica, portatrice di valori storici e di progettualità, riscoprendo e valorizzando la dimensione locale della città, migliorando la qualità della vita degli abitanti, e rilanciando un nuovo modo di fruire la città anche da parte dei city users; estendere alle aree esterne al confine comunale la trama di relazioni individuate, per realizzare una rete di valori che avvicina la città al suo entroterra...⁴

... a Bologna la situazione presenta un capoluogo pesantemente terziarizzato a fronte di un'ampia cintura urbana pesantemente industrializzata, un capoluogo dove la qualità della vita diminuisce costantemente rispetto alla crescita esterna; un capoluogo che invecchia ed una cintura che tende a ringiovanire... si tratta di decidere se subire la tendenza ad un ulteriore accentramento delle funzioni forti ed attrattive nel cuore urbano e ad un decentramento delle sole funzioni banali o scomode oppure alleggerire la pressione sul cuore urbano per valorizzare una rete di centri urbani più equilibrata, attraverso il decentramento di attività anche terziarie nell'area metropolitana...⁵

... a Napoli... la diffusione territoriale di attività residenziali non si accompagna ad una parallela diffusione di qualità urbana; si rileva cioè una decisa persistenza delle gerarchie funzionali pre-metropolitane che assegnano alla città un ruolo primario di attrazione grazie alla presenza di un numero rilevante di contenitori storico-artistici e culturali immersi in un contesto urbano qualitativamente superiore...⁶

Ciò che invece appare ancora meno scontata è la visione del turismo come peculiarità dell'area metropolitana o piuttosto della grande città e della sua offerta di eccellenze; è necessaria una lettura delle relazioni tra turismo e città che superi il concetto della "componente secondaria" verso una lettura fortemente integrata.

In nessun luogo infatti come nelle grandi città è tangibile il passaggio da "turismo" a "turismi", la pluralità dei flussi e delle motivazioni di attrazione è altissima e fortemente dinamica.

Serve allora un approccio sensibilmente diverso rispetto a quello che necessita nelle località, città comprese, dove è preponderante la motivazione "vacanza e tempo libero". Nella città metropolitana (un caso speciale e forse unico è invece Venezia) l'integrazione delle motivazioni è alta e diffusa nell'intero anno, l'integrazione residenti e residenti temporanei rispetto alle qualità della città è pressoché totale.

Nel dibattito Italiano questa questione appare ancora eccessivamente sfumata (tranne qualche caso) è invece ben più viva e centrata a livello europeo così come si va a chiarire nel capitolo dedicato alla spinta che "Unione Europea sta dando in questa direzione.

2. I FLUSSI VERSO LE CITTÀ: IL TURISMO COME LEVA DEL MIGLIORAMENTO DELLA QUALITÀ

2.1 L'immagine delle città

Le città sono ancora oggi in Italia il prodotto più turistico e insieme più internazionale, cioè quello in cui si contano più turisti e maggiore sono, in valore assoluto, gli stranieri. Rappresentano quindi uno degli ambasciatori più illustri dell'Italia all'estero, un veicolo di immagine e di notorietà⁷.

Le nostre città sono inoltre prepotentemente e positivamente collocate nel ricordo dei

⁴ F. Balletti, S. Soppa - dip. Polis, fac. Architettura di Genova - Coord. redaz. Ligure Urbanistica Inf. 187/2003

⁵ P.M. Alemagna - pres. Inu E. Romagna - Urbanistica Inf. 187/2003

⁶ P. Mazzeo - Cnr Un. di Napoli - Urbanistica Inf. 187/2003

⁷ La Marca Italia, pubblicazione a cura del Ministero delle Attività produttive, 2001

turisti che le hanno visitate e in cima ai desideri di vacanza di chi ancora non le ha viste⁸. È certo vero che ci sono alcuni simboli e toponimi tradizionali delle nostre città all'estero, ma appare ormai chiaro come a fare la differenza non sia uno o l'altro monumento, museo o bene culturale, quanto la città nel suo complesso, un articolato insieme di offerte e servizi denominato sistema di ospitalità.

Questo assume maggior significato se si considera che prima ancora del motivo per cui si sceglie una località conta l'immaginario e il vissuto che se ne ha. Una marca forte ha la capacità di intervenire nei processi decisionali e perciò è importante essere sempre nella memoria del consumatore.

La forza di città come Roma, Londra, Parigi, nell'immaginario dei turisti è data da una molteplicità di elementi, ma l'esperienza è in grado di modificare il giudizio che se ne ha., come ha dimostrato una indagine⁹ sui turisti americani in vacanza a Roma. Questi infatti "arrivano con in testa i monumenti, partono con il cuore pieno di emozioni", le atmosfere, i colori, gli scorci... Sulla soddisfazione e il ricordo della vacanza incidono allora aspetti che vanno al di là delle semplici prestazioni (i trasporti, l'albergo, ecc.) ma elementi in grado di colpire e generare emozioni.

In questo senso tutti quegli elementi che concorrono alla qualità della vita di una città, da quelli più materiali a quelli più immateriali, compreso l'aspetto della qualità ambientale contribuiscono a generare valore aggiunto nella competizione tra le diverse destinazioni.

2.2 Le componenti dei flussi verso la città: i turisti

Quando si va a misurare un fenomeno di una destinazione (sia essa una regione, una città, un paese), a tarare un servizio, occorre considerare anche quanti sono i residenti temporanei; tra questi sicuramente i pendolari¹⁰ (per studio, per lavoro, ecc.), i turisti¹¹, gli escursionisti¹².

Si tratta di flussi specializzati di domanda che vengono monitorati in maniere differenti (talvolta addirittura non rilevati come ad esempio l'escursionismo) e che incidono in maniera differente a seconda dei periodi dell'anno (il turismo in generale è caratterizzato da una elevata stagionalità) del tipo di servizi che richiedono (il pendolarismo ha un peso rilevante sulla mobilità, ma quasi nullo ad esempio in relazione ai servizi culturali) e soprattutto del loro peso in termini di "moltiplicatori" dei fruitori tradizionali dei servizi della città.

Il turismo è tra questi flussi quello che ha un maggior diffusione su tutti i servizi che caratterizzano il sistema ospitale, dalla ristorazione al commercio, dai trasporti ai beni culturali, alle fiere fino ai servizi più comunemente utilizzati dai residenti (l'ufficio postale, l'ospedale, ecc.) e quindi ne deriva una razionalizzazione ed un potenziamento dei servizi esistenti.

Le città, soprattutto quelle più grandi, assorbono ogni anno un numero elevato di turisti, si pensi soltanto a Roma, dove il numero di notti "ufficiali" registrate nelle strutture ricettive sfiorano i 20 milioni (Tab.1).

⁸ La marca nel Turismo, Stefano Landi, 2003

⁹ Indagine sulle caratteristiche e tendenze del mercato statunitense, APT di Roma 2001

¹⁰ Si definiscono pendolari i cittadini che effettuano ogni giorno uno spostamento per raggiungere il luogo di studio o di lavoro dalla dimora abituale. In questo caso ci si riferisce a quanti si spostano da un comune verso altri comuni.

¹¹ Si definiscono turisti quelli che si recano in un luogo diverso da quelli solitamente frequentati (ambiente abituale) e trascorrono almeno una notte nel luogo visitato.

¹² Si definiscono escursionisti quei visitatori temporanei che non pernottano nella destinazione.

Tab. 1 - I flussi turistici nelle grandi città (2003)

Comune	arrivi ¹³	notti ¹⁴	giorni di permanenza media
Torino	606.255	1.800.207	3,0
Milano	3.134.516	7.505.148	2,4
Genova	544.162	1.210.515	2,2
Bologna	764.776	1.759.361	2,3
Firenze	2.370.961	6.059.065	2,6
Roma	7.229.518	19.122.461	2,4
Napoli	774.387	2.194.835	2,8
Palermo	594.999	1.254.250	2,1

Fonte: elaborazione su dati degli enti turistici locali, 2004

Tra il 2002 e il 2003 anche il segmento delle città ha sofferto delle congiunture negative internazionali, dovute ad un irrigidimento della congiuntura economica e agli eventi terroristici.

Naturalmente non è possibile definire un parametro di riferimento comune a tutte le città; alcune hanno reagito in modo positivo, altre hanno subito un calo, ma pur mantenendo la specificità di ognuna è possibile tracciare alcune direzioni di sviluppo del comparto delle città. Il gruppo delle grandi città, il turisdotto di Roma, Firenze e Venezia, perde quote di mercato. È una tendenza che si è affacciata timidamente già dal 2000 ma che il 2002 ha decisamente confermato. Tutte e tre queste città hanno perso turisti, con variazioni sul numero degli arrivi che vanno dal 3 al 5% rispetto al 2001. L'erosione delle quote di mercato avviene a favore delle città più piccole, quelle che comunemente venivano definite come minori. Rimane però il fatto che le grandi città sono saldamente ai vertici della graduatoria di quelle più visitate, con un numero di arrivi e di presenze decisamente superiore a tutte le altre.

Anche siamo lontani dai numeri delle grandi città del turismo europeo, Londra e Parigi. Si pensi solo che nel 2002 mentre Parigi può contare su un bacino di oltre 14 milioni di arrivi negli alberghi¹⁵, Roma si ferma a meno della metà (6,4milioni). In entrambe le città la permanenza media si limita a 2 notti.

Nota metodologica

Un problema frequente per chi elabora i dati del turismo riguarda l'attendibilità delle fonti statistiche e il loro possibile utilizzo.

In questo documento si è tenuta una particolare attenzione nella raccolta delle fonti, andando a selezionare e validare il dato direttamente dagli enti turistici locali incaricati per legge della raccolta e dell'elaborazione dei dati (i Comuni o i loro bracci operativi, le aziende di promozione turistica locale), i quali restituiscono l'informazione anche all'Istat. Nonostante ciò le informazioni possono risentire da un lato dei differenti sistemi di rilevazione adottati dai singoli enti, e dalle modalità che gli stessi utilizzano nella "correzione" statistica dell'informazione di base, e dall'altro, e questo rende il dato meno "certo", della affidabilità delle imprese ricettive, che sono tenute per legge a comunicare le statistiche di arrivi e presenze nelle singole strutture.

¹³ Si definiscono arrivi il numero di clienti, italiani e stranieri, ospitati negli esercizi ricettivi (alberghi o complementari, ad esempio campeggi, ostelli, ecc.) nel periodo considerato

¹⁴ Si definiscono notti (o presenze) il numero di notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi

¹⁵ Per garantire la confrontabilità dei dati sono stati considerati solo gli arrivi nelle strutture alberghiere. Si sottolinea comunque che gli arrivi negli esercizi complementari rappresentano ancora nelle città una quota limitata del totale degli arrivi. Fonte: "la Borsa turistica di Roma, a cura dell'APT di Roma, 2003

In merito a quest'ultimo punto non esistono dati certi o stime ufficiali tese a misurare il "sommerso" ovvero le presenze non dichiarate dalle strutture ricettive, un fenomeno in alcuni casi rilevante, ma probabilmente non in grado di influenzare in maniera determinante le informazioni che seguono. Almeno per quanto riguarda le strutture alberghiere si può affermare che il "sommerso" si è ridotto nel tempo sia per la crescita della informatizzazione (anche dei mezzi di pagamento) che per la crescita organizzativa e qualitativa di questo settore.

2.3 Come il turismo "impatta" sui servizi delle città

L'analisi dei dati turistici non si può limitare a quantificare il fenomeno ma deve anche individuare le relazioni e gli effetti che questo comporta. È infatti ben diverso il "carico" complessivo che una città si trova a sopportare, anche per un periodo lungo dell'anno, rispetto a destinazioni molto più piccole (si pensi ad esempio alle "perle delle Dolomiti" o a destinazioni balneari di fama) che vedono in alcuni periodi dell'anno lievitare la domanda di servizi e il consumo delle risorse primarie in misura esponenziale. Per comprendere e "ridimensionare" il fenomeno turistico in termini quantitativi e di impatto sulle città sono stati allora elaborati dal gruppo di lavoro alcuni indicatori che permettono di valutare il carico aggiuntivo determinato dalla domanda turistica.

Tab. 2 - Residenti e turisti nelle grandi città

	Popolazione Residente*	N. di turisti ogni 100.000 abitanti (media giornaliera anno 2003)
Torino	865.263	570
Milano	1.256.211	1.637
Bologna	371.217	1.298
Genova	610.307	543
Firenze	356.118	4.661
Roma	2.546.804	2.057
Napoli	1.004.500	599
Palermo	686.722	500

* la popolazione residente è quella che deriva dai dati definitivi del 14° Censimento della popolazione del 2001

Fonte: elaborazioni su dati Istat e enti turistici locali, 2004

Anche se nelle grandi città l'incidenza del turismo è di minor impatto, essa può assumere effetti di rilievo in occasioni/momenti dell'anno particolari.

In primo luogo in occasione di eventi speciali, anche ripetuti nel corso dell'anno, (si pensi ad esempio alle difficoltà di trovare un posto letto a Milano o Bologna in occasione di una fiera di rilievo internazionale).

Ad esempio nel centro storico di Venezia è stato stimato che nella settimana del carnevale del 2001 sono entrate in media 71.000 persone al giorno con punte nei giorni festivi di circa 150.000 persone¹⁶.

In questo caso un parametro interessante è dato dalla capacità massima in termini di posti letto (tab.3).

¹⁶ Elaborazioni COSES, Consorzio per la Ricerca e la Formazione della Provincia di Venezia

Tab. 3 - Presenze di turisti nei giorni di massima occupazione

	Numero di turisti * nel giorno (anno 2003)	N. turisti ogni 1.000 residenti
Torino	12.973	16
Milano	43.252	34
Genova	8.025	14
Bologna	9.230	28
Firenze	33.193	104
Roma	110.116	47
Napoli	9.525	10
Palermo	7.747	14

*L'indicatore è stato costruito sulla base della disponibilità di posti letto nel totale delle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere nel 2003. Fa eccezione la città di Milano per la quale l'informazione sui posti letto extralberghieri non è confrontabile con quella delle altre città. In questo caso sono stati contati solo i posti letto alberghieri.
Fonte: elaborazioni su dati Istat e enti turistici locali, 2004

La lettura di questa tabella ci mostra come ad esempio a Firenze la "capacità" dei servizi tarata sui residenti debba essere innalzata del 10%, magari anche più volte durante l'arco dell'anno.

Un "esercizio" su Roma ci mostra poi come lo stesso fenomeno letto ad una scala territoriale diversa possa mostrare risultati molto diversi:

nella capitale se si considerano solo i municipi confinanti con il centro storico si può notare come qui sia concentrato oltre il 70% dei posti letto alberghieri offerti dalla città, ma meno del 30 % della popolazione;

restringendo ancora il campo al solo 1° Municipio i dati sono ancora più eclatanti:

Tab. 4 - Presenze di turisti nei giorni di massima occupazione 1° municipio Roma

	Roma	1° municipio
Superficie totale (in Km²)	1.285,306	14,301
Posti letto alberghieri (in %)	100	47,9
Posti letto per Km²	62	2.870
Turisti ogni 1.000 abitanti	47	336

Il fenomeno va letto poi in funzione della stagionalità dei flussi, che possono o meno concentrarsi in alcuni periodi dell'anno (tab. 5).

Tab. 5 - Distribuzione percentuale mensile delle presenze negli alberghi* (anno 2002)

	Torino	Genova	Bologna	Roma	Napoli	Palermo
Gennaio	7,3	6,6	6,4	5,4	5,9	4,6
Febbraio	6,5	7,1	7,0	6,7	5,9	5,2
Marzo	8,5	8,5	9,5	9,1	7,5	8,2
Aprile	9,6	8,3	9,5	9,6	11,3	11,0
Maggio	10,1	8,9	8,9	10,9	9,1	11,4
Giugno	7,7	8,4	8,7	8,9	8,3	8,4
Luglio	7,6	9,7	7,4	8,2	7,3	7,8
Agosto	4,7	8,1	5,4	8,0	6,3	9,8
Settembre	10,0	9,3	8,9	9,8	11,7	11,2
Ottobre	11,1	10,3	10,6	9,7	11,8	9,6
Novembre	9,7	8,4	9,5	7,4	6,9	6,7
Dicembre	7,2	6,4	8,2	6,3	8,1	6,1

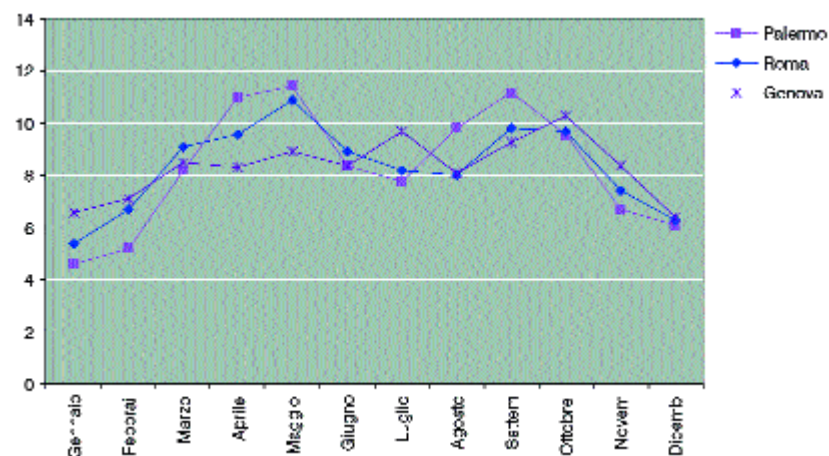
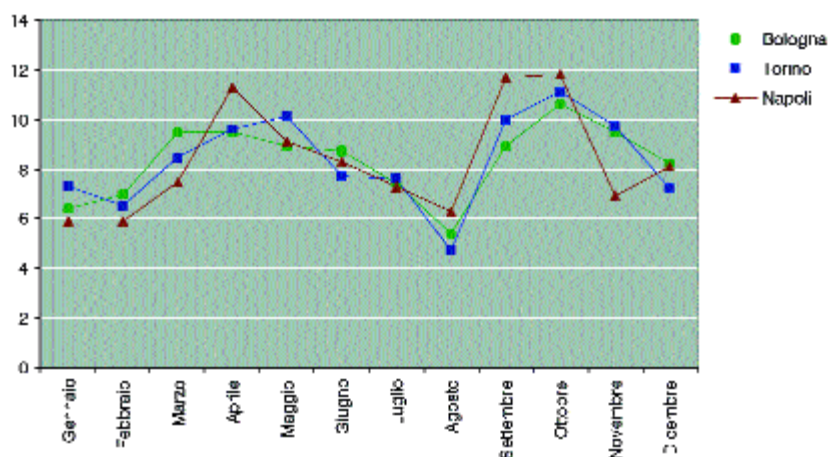
* Per le città di Milano e Firenze i dati per mese non sono disponibili

Fonte: elaborazioni su dati degli enti turistici locali, 2004

Anche in questo caso è possibile notare come gli effetti della stagionalità sono diversi a seconda delle città: negli alberghi a Venezia in ottobre, mese di massima affluenza, le presenze sono due volte e mezzo quelle di gennaio (quando l'affluenza è al minimo), mentre a Genova la differenza tra i periodi di massima e minima affluenza (rispettivamente ottobre e dicembre) il divario si limita ad una volta e mezzo.

Nei due grafici che seguono si evidenzia anche la diversità "strutturale" del flusso e dei suoi picchi, così le città degli affari Bologna, Torino, e sorprendentemente Napoli (per Milano non ne sono pervenuti i dati) si differenziano sensibilmente dalle città del grafico successivo, dove gli ospiti temporanei rappresentano una realtà quasi costante e meglio distribuita.

grafici della distribuzione percentuale mensile delle presenze negli alberghi* (anno 2002)



Tab. 6 - Un insieme di indicatori di pressione della presenza turistica nelle città

	n. turisti ogni 100.000 abitanti (1)	posti letto totali per 100.000 abitanti (2)	posti letto alberghieri per 100.000 abitanti (3)	n. posti letto alberghieri per kmq (4)	tasso lordo di occupazione alberghiera (5)	% posti letto alberghieri sul totale dei posti letto (6)	permanenza media in giorni (7)
Torino	570	1.633	1.171	78	34,6	71,7	3,0
Milano	1.637	-	3.369	233	45,5	-	2,4
Genova	543	1.449	1.122	29	44,1	77,4	2,2
Bologna	1.298	2.768	2.270	60	50,5	82,0	2,3
Firenze	4.661	10.356	8.058	280	44,9	77,8	2,6
Roma	2.057	4.699	3.201	62	48,6	68,1	2,4
Napoli	599	1.011	946	81	61,3	93,6	2,8
Palermo	500	1.400	1.182	51	41,3	84,4	2,1

Note:

(1) Presenze turistiche: anno 2003 - Popolazione residente: anno 2001

(2) Posti letto totali: anno 2003. Per la città di Milano il dato non è confrontabile

(3) Posti letto alberghieri: anno 2003

(4) Il tasso lordo di occupazione alberghiera è pari al rapporto tra le presenze turistiche in un determinato periodo (anno) e i posti letto teoricamente disponibili nello stesso periodo: 2003

(5) Arrivi e presenze turistiche: anno 2003

Fonti: Istat, Uff. statistica della Provincia di Torino, Apt del Milanese, Apt di Genova, Osservatorio turistico regionale dell'Emilia Romagna e Comune di Bologna, Uff. statistica Provincia di Firenze, APT Roma e EBT di Roma, Ept Napoli, AAPIT della Provincia di Palermo ed Azienda Turistica Palermo e Monreale.

2.4 L'escursionismo: un fenomeno non misurato

Le informazioni fin qui trattate riguardano come già specificato il turismo rilevato, ovvero quei flussi che pernottano nelle strutture ricettive della città.

Ma le città sono sottoposte ad una pressione costante da parte anche di quei visitatori (sempre restando nel campo del consumo di tempo libero) che non facendo uso delle strutture ricettive non possono essere censiti.

La stima degli escursionisti risulta essere una operazione molto delicata i cui margini di approssimazione possono essere minimizzati da una specifica metodologia, ma non possono essere del tutto annullati.

Le strade percorribili riguardano da un lato la misurazione attraverso indagini dirette (certamente più sicure ma che possono rivelarsi anche molto costose), sia attraverso metodi di rilevamento induttivo. Un esempio sono le analisi condotte in alcune località minori sull'andamento della produzione dei rifiuti solidi urbani o l'analisi della densità di pubblici esercizi o ancora attraverso l'analisi della vendita di alcuni beni di prima necessità (pane, latte, quotidiani, ecc.). In tutti questi casi occorre sottolineare che al fenomeno dell'escursionismo si sommano inevitabilmente anche altri fattori (dal pendolarismo alle seconde case, ecc.).

Una ricognizione sulle città oggetto di questo studio ha evidenziato una carenza "cronica" di informazioni su questo aspetto che rende quindi impossibile un qualsiasi tipo di valutazione.

A titolo esemplificativo si può citare una indagine effettuata alcuni anni fa dal Comune di Venezia in collaborazione con il Ciset, che dimostra come sarebbe importante conoscere a fondo il fenomeno soprattutto per alcune destinazioni. Le stime effettuate sulla base di indagini campionarie (tab. 7) hanno evidenziato come nel centro Storico della città su 10 visitatori solo 3 pernottano nella stessa area della città, mentre altri 3 comunque pernottano in aree dello stesso comune (Lido, terraferma, ecc.).

Tab. 7 - Una stima dell'escursionismo a Venezia nel 1996

	n.
Visitatori del Centro Storico a Venezia di cui :	10.686.020
- Turisti	3.288.115
- Escursionisti di cui:	7.397.905
partono e tornano a casa propria	2.708.207
visitano Venezia, in gita dalla propria località di vacanza	1.188.163
pernotano attorno al Centro Storico	3.006.751
di passaggio	494.784

Fonte: Ciset Quaderno 19/98

Una indagine realizzata dalle Ferrovie dello Stato¹⁷ in tre città italiane tra cui Palermo aveva invece evidenziato un presenza di escursionisti (in un week-end autunnale nel 1998) in questa città pari solo al 3% del totale dei presenti.

2.5 Le città verso la specializzazione

Appare evidente dai dati fin qui esposti che il turismo rappresenta da un punto di vista quantitativo un elemento di pressione, ma con un impatto inferiore rispetto ad altri flussi richiamati dalla città (si pensi ad esempio al pendolarismo per studio e per lavoro). Tuttavia è ormai accertato che il turismo agisce come leva positiva nei confronti della pianificazione, intervenendo, con le richieste degli ospiti, a sostegno del miglioramento complessivo del sistema di qualità della città.

Infatti il turismo si inserisce nella programmazione come elemento di cui tener conto per l'organizzazione fisica della città in rapporto alla sua attitudine ad accogliere flussi diversificati di visitatori (siano essi escursionisti, viaggiatori per lavoro, vacanzieri, ecc.)¹⁸.

La lettura del turismo non può non tenere conto delle diverse motivazioni che spingono i visitatori delle città. Non è sufficiente identificare il turismo nelle città con la cultura. I turisti alla stregua dei residenti (sono del resto dei residenti temporanei) chiedono infatti alla città una serie di offerte e specializzazioni che vanno ben oltre i musei e le bellezze architettoniche ma scelgono in base a motivazioni molto più specifiche, dallo shopping all'enogastronomia, dagli affari alla musica, ecc.

D'altro canto gli studi sulla notorietà e l'immagine delle città italiane confermano come le città abbiano già trovato dei tratti distintivi, delle peculiarità (tab.8).

¹⁷ Treno e città d'arte, Ferrovie dello Stato 1999

¹⁸ Si veda ad esempio i casi dei Piani regolatori di Roma e Arezzo in XII Rapporto sul Turismo Italiano, 2003

Tab. 8 - Le città ed i relativi argomenti trattati sulla stampa estera

	Torino	Milano	Genova	Bologna
anno 1998/1999				
n. citazioni	148	510	30	56
% sul totale delle citazioni	3,9	13,6	0,8	1,6
principali argomenti trattati (in % sul totale delle citazioni della città)	Sport (30%) Economia (20%) Criminalità (12%)	Economia (33%) Criminalità (15%) Sport (11%)	Criminalità (27%) Incidenti, disastri (17%) Cultura (13%)	Sport (23%) Politica (16%) Cultura (11%)
anno 1999/2000				
n. citazioni	145	386	35	112
% sul totale delle citazioni	3,0	7,9	0,7	2,3
principali argomenti trattati (in % sul totale delle citazioni della città)	Sport (26,9%) Economia (20%) Automobili (16,6%)	Economia (21%) Politica (18%) Eventi/moda (12%)	Cultura (14%) Italia come luogo di vacanza (14%) Criminalità (14%)	Politica (33%) Sport (22%) Cultura (10%)
	Firenze	Roma	Napoli	Palermo
anno 1998/1999				
n. citazioni	103	879	127	77
% sul totale delle citazioni	2,7	23,4	3,4	2,1
principali argomenti trattati (in % sul totale delle citazioni della città)	Cultura (20%) Italia come luogo di vacanza (13%) Sport (12%)	Politica (34%) Economia (14%) Criminalità (12%)	Criminalità (25%) Incidenti, disastri (18%) Sport (10%)	Criminalità (38%) Politica (23%) Cultura (14%)
anno 1999/2000				
n. citazioni	163	912	106	72
% sul totale delle citazioni	3,3	18,6	2,2	1,5
principali argomenti trattati (in % sul totale delle citazioni della città)	Cultura (24%) Politica (18%) Italia come luogo di vacanza (15%)	Politica (35%) Religione (10%) Economia (9%)	Politica (21%) Cultura (13%) Musica, teatro, cinema (13%)	Politica (35%) Criminalità (28%) Cultura (8%)

Fonte: elaborazioni del gruppo di lavoro su dati SL&A, 2004

Nota metodologica:

Le indagini sono state realizzate attraverso l'analisi delle testate più diffuse (due periodici e due quotidiani) in sei paesi: Austria, Francia, Germania, Giappone, Gran Bretagna e Stati Uniti.

La metodologia, ideata da SL&A, è stata utilizzata per la prima volta nel Piano del Turismo della Regione Sardegna nel 1993, ed è stata poi riveduta e applicata in anni successivi per diversi committenti (Ferrovie dello Stato, Compagnia Italiana Turismo e altri).

Nel 1998 il Dipartimento turismo dell'allora Ministero dell'Industria effettuò una prima indagine su 14 Paesi, i cui risultati non sono però confrontabili con quelli utilizzati in questo documento, limitandola poi a sei Paesi nei due anni successivi.

La rilevazione avviene direttamente nei Paesi considerati, attraverso la lettura delle testate e la selezione degli articoli che parlano dell'Italia e delle sue località. L'analisi degli articoli viene effettuata attraverso una scheda che rileva diverse informazioni: la posizione dell'articolo, la dimensione, i luoghi citati, l'argomento di cui parla l'articolo, il tono dell'articolo e quello riferito ai luoghi citati, la firma, ecc.

I principali risultati sono pubblicati in "La Marca Italia", edito dal TCI (dicembre 1999) e in "Il primato Italia", a cura del Ministero dell'Industria, pubblicato nel 2001.

Tra gli italiani che meglio le conoscono le specializzazioni si affinano: la musica classica è associata soprattutto a Milano e a Torino, mentre quella contemporanea caratterizza maggiormente Firenze (Tab. 9).

Venezia è la capitale del cinema, Torino e Bologna si contraddistinguono per argomenti legati alle fiere e ai saloni, mentre Palermo sembra caratterizzarsi soprattutto per la danza.

Tab. 9 - Le principali località ed i principali argomenti di attrazione turistica trattati sulla stampa culturale italiana (in graduatoria)

	1°	2°	3°
Torino	mostre	libri	musica classica, fiere
Milano	mostre	teatro	musica classica
Genova	teatro	mostre	-
Bologna	mostre	teatro	fiere
Firenze	mostre	beni culturali	musica contemp., teatro, convegni
Roma	mostre	teatro	beni culturali, personaggi
Napoli	mostre	personaggi	libri
Palermo	mostre	teatro	danza

Fonte: Osservatorio Nazionale Delle Città D'arte, 2001

Indagini settoriali mettono ancora più in risalto quanto il turista affini la sua scelta in base alle motivazioni. Un esempio per tutti: il 30% della spesa¹⁹ dei turisti a Milano riguarda l'abbigliamento e le calzature, seconda voce dopo la ristorazione (33%)²⁰, confermandone la vocazione di città dello shopping.

L'attenzione ai "turismi" si riflette allora nella definizione delle strategie di sviluppo delle città, sia negli aspetti "minori" che in relazione ad elementi di grande attrazione.

Si pensi ad esempio alle fiere: Milano e Bologna sono poli affermati a livello internazionale, e le città hanno trovato in questa vocazione un elemento di attrattività e sviluppo che non ha eguali. Al contrario Roma su questo segmento non ha ancora trovato una sua collocazione (tab.10).

Altre località, come ad esempio Rimini ne hanno fatto un elemento di diversificazione dell'offerta della città, in grado di destagionalizzare i flussi e di qualificare tutto il sistema ospitale.

¹⁹ È esclusa la spesa per l'alloggio

²⁰ Misurazione dell'impatto economico del turismo a livello locale: il caso Milano, Ciset (Università di Venezia) 2002

Tab. 10 - Le principali città sedi di Fiere internazionali

	2000		2001		2002	
	n. fiere	n. visitatori	n. fiere	n. visitatori	n. fiere	n. visitatori
Milano	43	4.022.955	50	3.863.456	43	4.118.277
Genova	2	250.257	2	866.527	2	242.272
Bologna	21	2.158.719	22	2.082.181	21	1.776.376
Firenze	13	260.897	15	292.795	14	273.208
Napoli	4	440.171	4	473.642	5	523.358

Fonte: Osservatorio Fiere, Cermes - Bocconi 2003

O ancora del segmento congressuale che ha portato ad una crescita qualitativa delle strutture ricettive e allo sviluppo di servizi mirati. In questo caso Roma, dove da ormai diversi anni si discute sul rafforzamento di questo settore, è il polo maggiore di attrazione in Italia.

Tab. 11 - Le principali sedi di congressi (2003)

	N. Incontri	N. partecipanti
Roma	13.419	2.797.803
Milano	7.943	1.819.604
Firenze	6.779	839.160
Bologna	4.368	732.120
Torino	3.712	653.000

Fonte: Osservatorio Congressuale Italiano, Università di Bologna, 2004

3. L'UNIONE EUROPEA, IL TURISMO E LA QUALITÀ URBANA

3.1 Il turismo come leva della qualità

Un approccio al turismo non come mero settore di attività economiche ma anche come potente leva per una riqualificazione dei territori, in particolare quelli urbanizzati, trova fondamento negli approfondimenti e nei pareri espressi in seno alla Commissione Europea, che per quanto si occupi solo marginalmente di turismo, non ha mancato di inquadrare e sottolineare l'importanza di un approccio coerente con le tendenze e l'evoluzione in atto a livello mondiale intorno alla tematica "turistica".

Dall'insieme dei documenti analizzati ne emergono in particolare due, il primo ha più un valore di approfondimento tecnico, il secondo invece è un vero e proprio parere espresso in seno alle istituzioni Europee. Il turismo, come detto, non è materia di cui si occupa l'Unione; malgrado ciò, si percepisce la volontà di promuovere azioni non tanto di coordinamento, quanto di sostegno alle politiche della qualità. Queste politiche sono infatti lette come vere e proprie leve della crescita della qualità della vita particolarmente nelle aree urbane, per contro si è consapevoli di come, in assenza di queste politiche, il turismo possa rapidamente assumere i connotati di un settore economico sostenuto da rendite di posizione, tutte rivolte ad esaurire la risorsa locale senza tenere in nessun conto gli impatti che una politica di sviluppo può avere sulla struttura sociale ed economica di un territorio.

• Per un turismo urbano di qualità - Gestione integrata della qualità (GIQ) delle destinazioni turistiche urbane

pubblicato a Bruxelles nel 2000 dalla Direzione generale Imprese - Unità Turismo.

La pubblicazione è stata preparata nel quadro di un contratto di studio, ed i punti di vista espressi rappresentano uno snodo fondamentale che troverà poi applicazione e definizione anche nel successivo documento.

- **Un turismo accessibile a tutti e socialmente sostenibile**

Parere adottato dal Comitato economico e sociale europeo, in data il 29 ottobre 2003, nel corso della 403a sessione plenaria

Ambedue i documenti specificano il punto di vista "Europeo" ed inquadrano l'approccio al concetto delle qualità "plurali" che si vuol sottolineare nel successivo capitolo "4 - La città come sistema ospitale" dove vengono esplicitati i principi della qualità per il sistema ospitale delle realtà urbane e dove si riportano, anche come "buone prassi" in atto, alcuni casi ed esperienze in atto in Italia con l'applicazione proprio di questi principi.

3.2 Principi e gli indirizzi che emergono dai due documenti:

- Il turismo è uno **strumento privilegiato per migliorare la qualità di vita** dei cittadini europei
- le azioni di sviluppo devono globalmente caratterizzarsi per la loro **forte sostenibilità**, la soddisfazione infatti dei residenti e dei turisti nel loro insieme rappresenta la chiave del successo economico della città.
- Deve applicarsi il principio dell'**approccio sistemico** od "integrato" nelle politiche di sviluppo, un approccio in cui la crescita economica, la crescita urbana e la capacità di attrazione "turistica" delle città camminano di pari passo.
- Devono essere sviluppate nuove forme di **turismo accessibile a tutti** e in particolare a coloro che dispongono di un potere d'acquisto meno elevato.
- Si deve anche essere consapevoli che il turismo ha frequentemente prodotto, produce ancora e potrebbe produrre in futuro una serie di **squilibri** economici, sociali ed ambientali.
- È necessario l'**impulso alla conoscenza** del fenomeno nella sua incisività intersettoriale, sociale, ambientale.
- Si auspica e si raccomanda che **i fondi strutturali sostengano uno sviluppo del turismo che persegua obiettivi di sostenibilità** economica, sociale, ambientale

4. LA CITTÀ COME SISTEMA OSPITALE

4.1 I principi della qualità dai casi e dalle esperienze in atto

Abbiamo visto come nell'Unione Europea, anche attraverso i suoi strumenti istituzionali, si va con decisione ad un approccio del turismo non più settoriale ma piuttosto come uno dei motori fondamentali per la riqualificazione dei territori, in una logica di integrazione delle qualità, ma anche di integrazione tra residenti ed ospiti e di comunanza di interessi. Proseguendo nel percorso di approfondimento della realtà nazionale italiana, e delle città metropolitane in particolare, sono stati esaminati alcuni documenti che rappresentano alcune esperienze condotte in Italia nell'ambito della pianificazione territoriale ed urbana, dove il concetto di "ospitalità" del territorio è stato individuato come centrale e strategico per le politiche di sviluppo.

Due di questi documenti (Emilia Romagna La Regione Ospitale²¹ ed Arezzo Città Ospita-

²¹ Documento redatto da SL&A per ERVET e con il gruppo di lavoro della Direzione turismo e cultura del servizio turismo e qualità urbana dell R.E.R. (art.5 della Legge Regionale 4/3/98 n.7) febbraio 2001.

le²², contengono una espressione coordinata della “**pluralità della qualità**” applicata ai concetti di sviluppo di un territorio che vuole definirsi ospitale. Ambedue questi documenti pur antecedenti o coevi dei documenti UE ne tratteggiano in sintesi gli stessi concetti quali principi della qualità.

4.2 Le 5 Qualità per un territorio ospitale

1. EFFICIENZA

Il sistema città è per definizione efficiente, l'insieme dei servizi si coniuga con l'insieme delle motivazioni di attrazione. La crescita dell'efficienza delle prestazioni è motivo di crescita del ruolo della città nella competizione economica.

2. SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Le aspettative della qualità della vita della società residente si saldano strettamente a quelle dei flussi di visitatori. la componente ambientale, intesa come insieme di problematiche connesse alla gestione ed al consumo delle risorse (acqua, aria, suolo), è divenuta componente primaria dei prodotti turistici in generale, così anche nei “prodotti città”.

3. IDENTITÀ

Ogni città fonda il suo successo sulla capacità di affermare valori culturali, economici e sociali propri come vantaggi competitivi specifici.

4. FRUIBILITÀ E ACCESSIBILITÀ PER TUTTI

La città ospitale vive di relazioni economiche e culturali con l'esterno, è il nodo di una rete che la collega con efficacia ad altre città, ad altri territori.

La città ospitale possiede le caratteristiche di accessibilità (fisica, informativa, sociale) per tutti, dagli anziani ai disabili, dai residenti agli ospiti, queste costituiscono un elemento discriminante fondamentale.

5. SICUREZZA

La sicurezza come conseguenza sociale di una corretta ricerca della qualità urbana.

Le cinque qualità dunque da porre con un approccio dove lo strumento della condivisione locale è considerato centrale nel metodo e nel risultato, esso rappresenta infatti l'unica possibilità di attuare il passaggio fondamentale “**dai vincoli ai valori**”, passaggio questo ormai riconosciuto come centrale nell'attuazione di politiche di sviluppo sostenibili. Questo passaggio verso la condivisione ed il riconoscimento dei valori di sostenibilità, nelle grandi città italiane si fonda dunque su un insieme di elementi che devono essere tenuti ben presenti:

- i flussi di “turismo” si specializzano in flussi di “turismi” (cultura, affari, lavoro, conoscenza, shopping, svago, eventi,...)
- la molteplicità delle motivazioni di flusso cresce in funzione della capacità di diversificazione dell'offerta della città
- la molteplicità dell'offerta è tanto più attraente quanto più è inserita in un sistema di servizi efficiente e fruibile

²² Ricerche ed azioni condotte da SL&A nell'ambito del lavoro di redazione del piano strutturale urbanistico della città di Arezzo, svoltosi nel corso dell'anno 2003 e coordinato dall'arch. Antonio Mugnai con la consulenza scientifica dell'arch. Peter Calthorpe (espressione della corrente New Urbanism)

- la crescita qualitativa del “sistema città” definito come “ospitale” produce ulteriori opportunità per creare nuove motivazioni di attrazione
- la crescita qualitativa del “sistema ospitale della città” ha fortissime ricadute (tutte) sui residenti.
- Lo sviluppo delle specializzazioni, degli elementi di grande attrazione (dai congressi, alle fiere, agli eventi, ...) sono i punti di forza su cui disegnare la città attenta anche alla produzione del suo stesso reddito
- Le presenze “turistiche” rappresentano una percentuale modesta rispetto alle presenze dei “residenti”, il bilancio costi/benefici, ovvero le problematiche create da questa tipologia di flussi rispetto alla crescita qualitativa indotta nella città, è dunque sensibilmente positivo.

Vi sono pertanto sia elementi complessivi di gradevolezza della città e di qualità della vita, sia specifiche scelte alternative tra destinazioni d'uso, sia soprattutto elementi di fondo nella definizione delle strategie di sviluppo che si riflettono sulla forma e sulla funzione urbana.

Le città italiane d'altro canto hanno una grande immagine e sono una sorta di grande impresa in un grande gruppo produttivo, l'Italia turistica. Ognuna di loro rappresenta almeno un prodotto, per questo esiste attualmente una forte concorrenza ad accaparrarsi funzioni, imprese chiave, settori e comparti strategici e a questa concorrenza contribuiscono certamente le politiche per la qualità della vita e tutte le facilities che la caratterizzano.

Lo spostamento sul piano più prettamente strutturale afferma quindi il concetto, secondo il quale, gli strumenti della pianificazione urbanistica pongono le basi per costruire ciò che in futuro rappresenterà il nuovo prodotto turistico vendibile. Il turismo si deve quindi inserire come elemento di cui tener conto per l'organizzazione delle città in rapporto alla sua attitudine ad accogliere flussi diversificati di visitatori; affermando il principio che in uno scenario di competizione fortissima è necessario stabilire prima di tutto la forma ed i caratteri strutturali del **sistema turistico ospitale**, e l'approccio di sistema non può più essere “interno” al settore, ma deve investire l'insieme dei problemi locali: insediativi, mobilità, gestione delle risorse primarie, paesaggio, naturalità.

5. GLI INDICATORI DELLA QUALITÀ

5.1 Metodologia adottata

Sulla base delle banche dati e delle ricerche disponibili a livello nazionale è possibile costruire un set di indicatori del sistema ospitale.

Si tratta di informazioni sintetizzate per dare un primo elemento di valutazione della qualità della vita nelle città oggetto dello studio che non pretende di essere esaustivo di tutte le informazioni ad oggi disponibili, ma piuttosto di indicare una metodologia di benchmarking per l'analisi delle problematiche del sistema ospitale.

Il posizionamento delle città **non si esplica in una graduatoria** ma viene affrontato per tematiche di interesse, che potranno essere affinate e ampliate in una prospettiva di sviluppo a supporto della programmazione.

L'interpretazione delle tabelle è demandata al lettore, considerato che l'obiettivo è quello di offrire uno strumento leggibile, affidabile, in grado di supportare scelte di volta in volta diverse a seconda dell'utilizzatore (la promozione turistica, la programmazione urbanistica, ecc.)

Gli indicatori si riferiscono ai principi delle 5 qualità del sistema ospitale come individuati nel paragrafo precedente e sono sintetizzati in matrici per ciascun principio.

Per ciascuno di questi indicatori sono stati riportati anche alcuni indici che riguardano la percezione dei fruitori, aspetti di tipo spesso emozionale, indicatori del grado di soddisfazione della qualità attesa, del riconoscimento in un patrimonio di identità, che possono essere valutati attraverso le opinioni e le sensazioni dei residenti, ma anche dei residenti temporanei (turisti) che con occhi esterni leggono la forza i luoghi della città metropolitana. I dati di questo tipo sono tutt'oggi **scarni ed insufficienti**, per quanto indispensabili nel fornire un quadro chiaro di quei fenomeni inerenti il turismo che incidono sostanzialmente sulla qualità urbana. **È auspicabile poter proseguire nel tempo con una serie di ricerche da condurre ad hoc, anche coinvolgendo uno sforzo già intrapreso da alcuni istituti e società che hanno dedicato a questo tema una serie di ricerche.**

Le aree di indagine			
EFFICIENZA	IDENTITÀ	FRUIBILITÀ	SICUREZZA
Popolazione	notorietà di marca	verde pubblico	criminalità
forza lavoro	immagine	spazi attrezzati	sicurezza stradale
Imprese	capacità di attrazione	musei statali	incidenti sul lavoro
servizi turistici	percezione dei residenti	sedi congressuali	percezione dei residenti
sanità		attività culturali	
analisi finanziaria		accessibilità	
verifica dei risultati		percezione dei residenti	
percezione dei residenti			

Non è stata invece affrontata la quinta qualità: **la sostenibilità ambientale**. Non avrebbe infatti senso tentare la ricerca di indicatori che sono invece il frutto e la sintesi dell'intero rapporto; anche parlando infatti di turismo la qualità ambientale della città è una questione chiave tanto quanto lo è per i residenti.

Le buone prassi

A supporto della lettura degli indicatori le matrici sono "accompagnate" in alcuni casi da schede sintetiche che "raccontano" alcune eccellenze.

La ricerca di buone prassi intorno alla tematica delle qualità urbane per i fruitori della città (residenti e turisti) individua azioni e/o progetti in corso, non necessariamente alla scala della intera città metropolitana, ma piuttosto alla scala di relazioni specifiche (quartiere, casa/lavoro, casa/loisir, shopping, scuola, affari, vacanza, ...).

Le eccellenze possono infatti appartenere a dimensioni diverse, territorialmente vaste come una intera provincia²³, densamente popolate come un quartiere²⁴, città medie²⁵ o piccole, regioni e relazioni infraregionali²⁶.

Raramente esistono elementi standard leggibili alla scala metropolitana, la organizzazione in sistema complesso implica invece una ricerca di qualità che risiede piuttosto nei singoli elementi.

²³ Provincia di Nuoro; Apt Terre di Siena

²⁴ HQE²R: Verso un metodo per il recupero sostenibile dei quartieri - prog. nell'ambito del progr. "Energy"

²⁵ Comune di Arezzo nuovo Piano urbanistico strutturale

²⁶ Interreg CARE - Emilia Romagna; Piano poliennale del Turismo Emilia Romagna

5.2 Principi della qualità - indicatori - buone prassi

5.2.1 L'efficienza

	Torino	Milano	Genova	Bologna	Firenze	Roma	Napoli	Palermo
popolazione (a)								
Indice di vecchiaia (1)	203	212,2	245,1	281,9	249,3	148,3	91,1	84,1
Indice di dipendenza (2)	50	50,4	56,2	56,4	55,9	46,8	48,6	47,5
forza lavoro (a)								
Addetti ai servizi sul totale addetti (%)	53,6	64,0	53,1	59,5	56,3	63,4	57,4	52,2
imprese (b)								
Attività ricreative e culturali ogni 100.000 abitanti	287	434	254	418	432	404	166	160
Unità locali del commercio al dettaglio ogni 100.000 abitanti	1.590	1.333	1.488	1.487	1.936	1.407	1.479	1.121
Alberghi e ristoranti ogni 100.000 abitanti	487	561	401	560	707	445	259	232
servizi turistici (c)								
Qualità alberghiera (% alberghi 4-5 stelle sul totale)	34,9	23,5	13,2	24,7	18,4	20,6	19,7	20,8
Qualità alberghiera (% posti letto 4-5 stelle sul totale)	32,8	55,6	48,2	52,8	40,6	51,8	53,9	50,7
Tasso lordo di occupazione alberghiera (3)	34,6	45,5	44,1	50,5	44,9	48,6	61,3	41,3
sanità (d)								
Posti letto negli ospedali pubblici per 100.000 abitanti	540	637	700	834	884	516	596	476
analisi finanziaria (e)								
Autonomia finanziaria (4)	63,0	79,2	65,9	84,8	79,3	66,8	45,4	30,3

segue

	Torino	Milano	Genova	Bologna	Firenze	Roma	Napoli	Palermo
Autonomia tributaria (5)	41,0	49,6	48,6	60,4	46,0	52,8	31,1	24,3
verifica dei risultati (f)								
Istituzione dell'Agenzia per il controllo e la qualità dei servizi pubblici locali	si	no	si	no	no	si	no	si
Percezione dei residenti								
Quelli che giudicano sporca la loro città (strade) in % (g)	58,0	58,0	59,0	27,0	44,0	65,0	68,0	68,0
Quelli che giudicano sporca la loro città (piazze del centro) in % (g)	28,0	47,0	38,0	20,0	49,0	46,0	52,0	44,0
Quelli che giudicano sporca la loro città (parchi) in % (g)	59,0	61,0	69,0	27,0	53,0	61,0	59,0	37,0
Inefficienza sistema sanitario (h)	14,6	19,1	23,4	16,3	20,8	29,2	7,8	24,1

Note:

- (1) È il rapporto percentuale tra la popolazione di 65 anni e più e la popolazione di 0-14 anni.
(2) È il rapporto percentuale tra la popolazione di 0-14 anni e di 65 anni e la popolazione di 15-64 anni.
(3) Il tasso lordo di occupazione alberghiera è pari al rapporto tra le presenze turistiche in un determinato periodo (anno) e i posti letto teoricamente disponibili nello stesso periodo
(4) Indica quanti Euro ogni 100 derivano da tributi locali o da altre entrate correnti proprie dell'Ente. Misura pertanto il grado di indipendenza del bilancio in quanto indica la percentuale delle entrate correnti che derivano da decisioni autonome dell'Ente e non da contributi o trasferimenti esterni.
(5) È data dal rapporto tra i tributi locali e le entrate correnti. Riassume il peso dei tributi locali nella composizione del bilancio corrente.

Fonti:

- (a) 14° Censimento della popolazione e delle abitazioni, Istat (dati 2001)
(b) 8° Censimento dell'industria e dei servizi, Istat (dati 2001)
(c) Enti turistici locali
(d) Ministero della Salute (dati 2004)
(e) Elaborazioni a cura dell'Ufficio Statistica del Comune di Venezia (dati 2002)
(f) Indagine diretta presso i Comuni (dati 2004)
(g) Altroconsumo - indagine in 23 città attraverso 5.000 interviste (dati 2004) - i valori sono riportati per 100 persone dello stesso comune
(h) I cittadini e l'ambiente nelle grandi città - Istat (dati 1998 - livello comune) - Interviste alla popolazione di età maggiore di 14 anni; i valori sono riportati per 100 persone dello stesso comune

Buone pratiche: la customer satisfaction dei servizi comunali - il caso Torino

La verifica dei risultati è una azione strategica importante dato che se impostata e adottata come metodo sistematico rappresenta non solo un efficace strumento di controllo della spesa pubblica, ma anche uno degli strumenti fondamentali della programmazione. La verifica dei risultati è una buona prassi che le aziende, più avvezze degli enti pubblici all'utilizzo degli strumenti di marketing, sono solite pianificare con largo anticipo e alla quale dedicano uno specifico budget.

Tra le attività di verifica dei risultati una delle azioni più importanti è quella della verifica della soddisfazione dell'utente. In questo caso l'esperienza del Comune di Torino appare esemplare.

L'Agenzia per i servizi pubblici locali del Comune di Torino di concerto con l'Osservatorio del Nord-Ovest ha infatti realizzato già due edizioni del Rapporto sulla customer satisfaction dei servizi comunali (2001 e 2003).

i principali risultati dell'indagine

- La maggioranza dei Torinesi (52,2%) è molto o abbastanza soddisfatta di come si vive in città.
- La maggioranza dei Torinesi (54,4%) è molto o abbastanza soddisfatta per il servizio di trasporti pubblici urbani. Il 6,2% non è per nulla soddisfatto.
- La maggioranza dei Torinesi (57,2%) è molto o abbastanza soddisfatta per il servizio di trasporti pubblici urbani. L'8,9% non è per nulla soddisfatto.
- Il 95,3% dei Torinesi (praticamente tutti) è soddisfatto del servizio di erogazione dell'acqua.
- Il 93,7% dei Torinesi è soddisfatto del servizio di erogazione dell'energia elettrica.
- Il 96,2% dei Torinesi (praticamente tutti) è soddisfatto del servizio di fornitura del gas.

le caratteristiche dell'indagine 2003

CAMPIONE: 4.000 torinesi, di età compresa fra 18 e 92 anni, rappresentativi della popolazione residente in Torino (stratificazione per genere ed età). Tale campione è costituito per il 28.1% da membri del panel torinese periodicamente intervistato dall'Osservatorio del Nord Ovest e per il 71.9% da soggetti non intervistati in precedenza.

STRUMENTO DI RILEVAZIONE: Questionario telefonico (metodo CATI) costituito da 60 domande chiuse.

PERIODO DI RACCOLTA DEI DATI: 3-7 novembre 2003.

DOMANDE UTILIZZATE:

- (a) monitoraggio del servizio dei trasporti pubblici urbani: 14 domande;
- (b) monitoraggio del servizio di igiene urbana (raccolta dei rifiuti e pulizia delle strade): 13 domande;
- (c) monitoraggio del servizio di erogazione dell'acqua: 7 domande;
- (d) monitoraggio del servizio di fornitura dell'energia elettrica: 7 domande;
- (e) monitoraggio del servizio di fornitura del gas: 11 domande;
- (f) variabili sociodemografiche e relative alla soddisfazione per la propria esistenza e la vita a Torino: 8 domande.

Relativamente ai servizi oltre al grado di soddisfazione e a un giudizio sintetico (voto), vengono rilevati i giudizi in relazione ai costi, ai rapporti con il fornitore (ad esempio la chiarezza della bolletta), suggerimenti per il miglioramento del servizio, ecc.

CONFRONTI DIACRONICI: La maggior parte delle domande utilizzate in questa indagine era già stata utilizzata in un'analoga ricerca condotta nel 2001. Questo consente di studiare l'andamento della soddisfazione per i servizi analizzati nei due anni intercorsi fra il 2001 e il 2003.

RAPPRESENTATIVITÀ: Livello circoscrizionale (10 circoscrizioni)

5.2.2 L'identità

	Torino	Milano	Genova	Bologna	Firenze	Roma	Napoli	Palermo
notorietà di marca (a)								
Negli ultimi tempi ho sentito parlare di: (1)	4,5	15,8	2,5	-	17,8	55,2	14,4	1,7
immagine (a)								
Citazioni sulla stampa estera (2)	7,7	20,5	1,9	5,9	8,7	48,4	5,6	3,8
capacità di attrazione (b)								
N. di turisti per abitante in un anno	70	250	89	206	666	284	77	87
N. posti letto alberghieri per abitante	12	34	30	23	81	32	9	12
Spostamenti per studio e lavoro all'interno del Comune (% sul totale degli spostamenti giornalieri) (3)	57,0	48,8	81,7	51,1	49,2	79,7	58,4	81,7
Spostamenti per studio e lavoro verso altri comuni della stessa provincia (% sul totale degli spostamenti giornalieri)	42,7	43,5	17,1	38,1	35,3	17,1	30,5	15,8
di cui nel comune capoluogo	15,1	15,8	8,1	14,7	16,2	9,4	12,5	8,3

Note:

(1) percentuale sulla popolazione che ha sentito parlare dell'Italia

(2) percentuale sulle citazioni degli articoli sull'Italia apparsi sulla stampa di sei paesi esteri (Francia, Germania, Austria, Regno Unito, Stati Uniti e Giappone)

(3) Il totale degli spostamenti giornalieri comprende quelli in entrata e in uscita dallo stesso comune

Fonti:

(a) Ministero delle Attività produttive. La Marca Italia (dati 1999). Indagine diretta attraverso 6.261 individui in 6 paesi (Francia, Germania, Austria, Regno Unito, Stati Uniti e Giappone, nel 1998 erano 14) che rappresentano il 72% dell'incoming italiano

(b) Enti turistici locali (dati 2003) e 14° Censimento della Popolazione e delle Abitazioni, Istat

Buone pratiche: L'identità come leva dello sviluppo sostenibile

La provincia di Nuoro (cuore della cultura e del paesaggio della Sardegna) nel 2003 ha dato avvio ad un progetto Europeo (RESA - Route Européenne des Sense Authentiques sviluppato insieme alla Corsica ed alla costa Toscana) che ha come obiettivo il rafforzamento dell'identità territoriale in chiave economica coniugando cioè le proposte turistiche alla cultura insita nei mestieri e nei prodotti.

La sfida che Nuoro porta avanti è puntare con decisione al mercato (quello turistico in particolare) tutelando la propria identità come un vantaggio nella competizione.

In genere l'aumento dei "consumatori del territorio" può mettere in serio pericolo le caratteristiche di un luogo o quelle di un prodotto. Un territorio selvaggio per attirare turisti diventerà più percorribile ed attrezzato, un prodotto raro e genuino diventerà di serie e riprodotto in molti modi.

La strada che si sta percorrendo in questa provincia non è quella della ricerca del carico critico o quella dei regolamenti restrittivi, è stata piuttosto la ricerca della "condivisione": incentivando una nuova maturità ed una nuova consapevolezza tra gli attori del processo economico territoriale (residenti, operatori economici, amministratori, ospiti) ...si può imporre di non gettare i rifiuti per terra, o di avere delle stanze accessibili senza barriere architettoniche, con leggi e regole, ma è più importante per tutti noi capire che il turista, ormai esperto e di mondo, acquista vacanze e prodotti vicini alle sue aspettative ed ai suoi desideri: che nascono in un ambiente ben tutelato, dove i residenti amano la propria terra e la propria cultura, i cui caratteri sono diventati rari, a volte unici, dove essere ospitali ed accoglienti è un "modo di essere" molto prima di diventare una professione...²⁷

Il progetto si è sviluppato a partire da un "atto di governo", la Provincia e le 6 Comunità Montane (per i 100 comuni della provincia) hanno sottoscritto la

LA CARTA DEI VALORI DELLA PROVINCIA DI NUORO²⁸

1. IDENTITÀ. Il territorio della provincia di Nuoro rappresenta geograficamente e culturalmente il cuore autentico della Sardegna. Le Istituzioni del territorio nuorese (Provincia e Comunità Montane in primo luogo) si assumono l'onore e la responsabilità di tutelare tale identità.

2. PATRIMONIO. Le Istituzioni del territorio nuorese riconoscono, identificano, studiano e tutelano il proprio patrimonio di identità ed operano per la sua valorizzazione economica come condizione necessaria alla sua conservazione.

3. VALORI E VALORIZZAZIONE. Le Istituzioni del territorio nuorese propongono alla propria gente, ai propri ospiti e ai propri amici ed estimatori, di qualunque parte del Mondo, di collaborare alla conservazione attiva e alla valorizzazione economica della propria identità che si esprime nei valori fondamentali: natura, cultura, mestieri, prodotti, architettura.

4. NATURA. L'identità nuorese e sarda è costituita dalla natura e dal paesaggio, naturale ed antropizzato.

5. CULTURA. L'identità nuorese e sarda è costituita dai siti e dai reperti archeologici, dalla cultura scritta e raffigurata, dalle tradizioni orali, dai luoghi e dai soggetti della loro conservazione e dagli eventi culturali. La stessa lingua, con tutto ciò che ne deriva, è un elemento di forte connotazione identitaria.

6. MESTIERI. L'identità nuorese e sarda è costituita dalle attività caratteristiche e tradizionali e dai mestieri d'autore.

7. PRODOTTI. L'identità nuorese e sarda è costituita dai prodotti agroalimentari e dell'artigianato tipico, realizzati secondo processi tradizionali, anche adeguati alle evoluzioni delle tecnologie e delle norme.

8. ARCHITETTURA. L'identità nuorese e sarda è costituita dalle costruzioni tradizionali, dai loro materiali e dalle loro tecniche costruttive.

9. DISCIPLINARI. Le Istituzioni del territorio nuorese promuovono appositi disciplinari specializzati per la produzione, la riproduzione e la valorizzazione del proprio patrimonio di identità e dei suoi valori fondamentali.

10. RISORSE. Le Istituzioni del territorio nuorese promuovono, mediante la costituzione e la gestione di un fondo di investimento "etico", la raccolta di risparmi e di contributi finalizzati alla conoscenza, alla tutela attiva ed alla valorizzazione economica dell'identità nuorese e sarda e dei suoi valori.

²⁷ F. Sabatini - assessore al turismo della Prov. di Nuoro

²⁸ La carta è stata presentata a Milano nel Febbraio 2004 durante La BIT (Borsa Internazionale del Turismo)

Considerazioni

Una esperienza che porta con sé un grande significato: l'identità di un territorio, anche vasto, anche di una città, (ma anche di una grande città, N.Y. è forse l'esempio più evidente) può essere governata come una potente leva economica, consolida i suoi protagonisti intorno ad obiettivi di sviluppo sostenibile, consente di stabilire nuovi rapporti, legami positivi e condivisione con il mondo esterno.

Buone pratiche: Un contratto tra residenti e ospiti per la sostenibilità

Per le "Terre di Siena"²⁹ (unione delle Agenzie di Promozione Turistica che investono l'intero territorio della provincia di Siena) il turismo è fonte fondamentale di sviluppo culturale ed economico, tuttavia costituisce un elemento di possibile compromissione degli equilibri ambientali del territorio e di minaccia alla tutela del patrimonio culturale.

Nell'anno 2004 è stato proposto il "contratto tra i residenti e i turisti" o, meglio, cittadini delle Terre di Siena. Con questa esperienza si tenta di unire con un legame tangibile chi ama il territorio e ci vive e chi ci trascorre le ore o i giorni di una vacanza. Si spiega così l'abolizione del termine turista, inteso come distratto frequentatore di una realtà che richiede invece lentezza, curiosità culturale, l'osservazione delle regole della sostenibilità. Il progetto complessivo è il frutto di un lavoro di confronto tra operatori pubblici e privati condotto nell'arco di due anni e che ha consentito ai singoli territori della provincia di affermare come prima esigenza la definizione di politiche e azioni turistiche "sostenibili".

Una sostenibilità che è fondata su due principi:

- pieno rispetto del patrimonio ambientale e socio-culturale del territorio, in una prospettiva di sviluppo economico di lungo periodo;
- consapevolezza che il turismo è prima di tutto conoscenza e scambio di valori socio-culturali.

Il contratto impegna le comunità delle Terre di Siena attraverso le articolazioni sociali, amministrative ed economiche che lo sottoscrivono al rispetto dei principi contenuti in esso, e al contempo propone ai turisti di acquisire il titolo di "Cittadino delle Terre di Siena" con tutti i diritti e i conseguenti doveri dei cittadini residenti nel territorio, stabilendo un legame di appartenenza alla comunità locale che va oltre il loro periodo di soggiorno.

...alcuni elementi del contratto

Le comunità delle Terre di Siena si impegnano a:

- sostenere e promuovere la qualità della vita e favorire lo sviluppo sostenibile ...
- mantenere e preservare l'ambiente, le dotazioni artistico monumentali, le identità culturali ...
- contribuire allo sviluppo delle economie locali favorendo quelle imprese e quelle attività che abbiano il più alto valore di sostenibilità e di aderenza alle identità locali..
- fornire al cittadino delle Terre di Siena le garanzie e le informazioni necessarie a identificare l'autenticità e la qualità dei prodotti e dei servizi ...
- favorire lo scambio, l'incontro e l'integrazione tra i cittadini delle Terre di Siena, residenti e ospiti, nel pieno reciproco rispetto dell'identità ...
- favorire la massima fruibilità, accessibilità e agibilità ...
- promuovere una corretta politica dei prezzi.

²⁹ l'esperienza è reperibile al sito www.terresiena.it

Il cittadino delle Terre di Siena si impegna a:

- improntare il suo soggiorno ai principi del turismo responsabile e sostenibile...
- rispettare, tutelare e salvaguardare l'ambiente, il patrimonio... le tradizioni e gli usi...
- ricercare la propria integrazione nelle comunità locali, ..
- limitare al minimo indispensabile l'uso e il consumo delle risorse ambientali ..
- contribuire, .. al sostegno delle economie locali, favorendo quelle imprese e quelle attività che abbiano il più alto valore di sostenibilità e di aderenza alle identità locali;
- a farsi ambasciatori nel mondo ...

se si sottoscrive il contratto si diventa Cittadini delle Terre di Siena e si ha diritto a:

- ricevere la "Carta d'identità di cittadino delle Terre di Siena". ...
- essere informato sulle attività, lo stile di vita e le articolazioni delle comunità ...
- avere massima garanzia e facilità di identificazione dell'autenticità e della qualità ..
- essere interlocutore privilegiato delle Terre di Siena in occasione di eventi ..
- disporre di strumenti diretti e riservati per esporre osservazioni e pareri ..
- lamentare le inadempienze al presente contratto agli uffici di ascolto e accoglienza ..

Considerazioni

Una esperienza che per la prima volta tenta di coinvolgere ospiti e residenti intorno al tema della sostenibilità, un esperimento ancora embrionale ma che di nuovo opera intorno al riconoscimento di valori comuni piuttosto che di sole regole stringenti.

5.2.3 La fruibilità e l'accessibilità

	Torino	Milano	Genova	Bologna	Firenze	Roma	Napoli	Palermo
verde pubblico (a)								
Verde urbano fruibile (mq per abitante)	10,8	14,2	5,1	16,9	13,6	14,6	4,2	2,2
Verde urbano fruibile (ettari totali)	934,5	1.783,8	311,3	627,4	484,3	3.718,3	411,8	151,1
Presenza dei parchi pubblici secondo le famiglie (in % sul totale delle famiglie)	81,0	77,7	65,9	90,1	80,2	68,0	33,6	28,0
spazi attrezzati (a)								
Isole pedonali (mq. per abitante)	0,33	0,11	0,02	0,18	0,84	0,14	0,25	n.d.
Isole pedonali (ha. totali)	28,5	13,8	1,2	6,6	29,9	35,6	25,1	n.d.
Piste ciclabili (m. per abitante)	0,08	0,05	-	0,09	0,07	0,02	-	-
Piste ciclabili (km. totali)	69.2	62.8	-	33.4	24.9	50.9	-	-
Zone a traffico limitato (mq. per abitante)	1,28	0,03	1,04	8,49	10,42	1,84	3,42	0,00

segue

segue

	Torino	Milano	Genova	Bologna	Firenze	Roma	Napoli	Palermo
Zone a traffico limitato (ha. totali)	110,7	3,7	63	315,1	371	468,6	343,5	0
musei statali (b)								
N. dei musei	7	3	4	1	31	55	10	-
di cui ad ingresso gratuito (%)	14,3	0,0	0,0	0,0	38,7	34,5	20,0	-
sedi congressuali (c)								
N. sedi	11	62	11	13	23	95	21	7
attività culturali (d)								
Musica e teatro - numero di rappresentazioni	4.760	12.245	2.080	3.333	2.581	23.235	4.780	2.070
Cinema - numero giorni di spettacolo	29.245	28.462	24.099	17.456	15.736	90.840	18.672	9.389
accessibilità (e)								
Presenza di guide dedicate	si	si	si	si	si	si	si	si
Citazioni sulla guida Touring Club (% sul totale dei luoghi citati)	1,4	0,0	2,9	2,9	0,0	10,1	2,9	0,0
percezione (f)								
Soddisfazione per la pulizia del parco pubblico	53,1	33,9	49,4	63,2	55,5	47,3	59,5	70,5
Soddisfazione per le attrezzature del parco pubblico	58,4	34,5	50,7	63,5	62,7	45,2	42,7	41,1
Soddisfazione per la manutenzione del verde del parco pubblico	60,2	45,0	60,2	74,6	62,7	47,5	54,1	70,7
Soddisfazione per gli orari di apertura del parco pubblico	70,2	54,0	69,1	70,7	67,2	60,3	52,8	49,0

Fonti:

(a) Ecosistema urbano, Legambiente (dati 2003)

(b) Ministero dei Beni Culturali (dati 2003)

(c) Guida Meeting e Congressi (dati 2003)

(d) Siae (dati 2002)

(e) Indagine diretta e Guida "Turismo senza barriere", Touring Club Italiano (dati 2003)

(f) I cittadini e l'ambiente nelle grandi città - Istat (dati 1998 - livello comune) - Interviste alla popolazione di età maggiore di 14 anni; i valori sono riportati per 100 persone dello stesso comune

Buone pratiche: dal turismo per tutti alle città accessibili (accessibilità come elemento di qualità)

Obiettivi e filosofia

Il Progetto Europeo C.A.R.E., Città Accessibili delle Regioni Europee, ha inizio nel 2004

nell'ambito dell'Iniziativa Comunitaria Interreg III B area CADSES (Spazio Europeo Centro Adriatica Danubiana Sud-Orientale).

Il progetto si basa sulla condivisione a livello internazionale di strategie di sviluppo delle città, in cui l'accessibilità rappresenta una chiave della qualità.

Città che sapranno soddisfare le esigenze più difficili (come quelle espresse da portatori di bisogni speciali), sono città più funzionali e accoglienti per tutti (mamme con passeggini, anziani con problemi di deambulazione, anche i turisti con bisogni speciali, ecc.).

Obiettivo è dare impulso al passaggio da città come "luogo di residenza" a città come "Sistemi Ospitali", dove a fare la differenza sono i servizi legati al leisure e al tempo libero (teatri, musei, ristoranti, parchi urbani, ecc.).

Una delle azioni più significative del progetto è arrivare a definire una "carta di qualità delle città ospitali europee", una sorta di elenco di regole, principi ed indirizzi che possa da qui in poi contraddistinguere la città europea ospitale.

L'accessibilità come elemento di qualità anche del tempo libero e non come vincolo o norma, la persona che ha esigenze speciali come utente cliente esigente come tanti altri.

I Partner

Il Lead Partner, soggetto capofila del progetto, è la Regione Emilia Romagna, Direzione Generale Attività Produttive, Turismo e Commercio. Al progetto partecipano altri 15 partner di cui 5 transnazionali in rappresentanza di Austria, Germania, Grecia e Romania. I 10 project partner italiani sono: Regione Lombardia, AIAS Milano, Regione Umbria, Provincia di Ancona, Provincia di Pesaro-Urbino, Associazione Si Può, Comune di Venezia (Venice Card), Comuni di Bologna, Ferrara e Forlì.

Azioni del progetto

Il progetto C.A.R.E. prevede nel suo complesso lo sviluppo di 6 attività (work packages), ognuna delle quali si sviluppa in una serie di azioni.

1. Management e coordinamento.
2. Analisi delle esigenze degli utenti/clienti con bisogni speciali. Indagine sul campo e ricerca di elementi che determineranno le caratteristiche che dovranno avere le "Città Ospitali", in relazione ai servizi che essa dovrebbe offrire.
3. Definizione e applicazione di una metodologia condivisa comune. Ridefinire una metodologia di rilevazione delle strutture e dei servizi che concorrono alla definizione di una "Città Ospitale", sulla base delle metodologie IG-VAE
4. Trasferimento di know-how in tema di accessibilità. Trasferimento di modelli di gestione di beni, servizi, ecc., che si distinguono per l'elevato livello di accessibilità, rappresentativi dei diversi ambiti: cultura, enogastronomia, eventi, e promozione commercializzazione turistica.
5. Creazione di una rete di "Città Ospitali". Un sistema a rete tra enti pubblici e privati per temi e ambiti (es. rete dei teatri, rete dei musei, ecc.)
6. Monitoraggio e divulgazione dei risultati. Creazione di uno o più momenti di incontro a livello internazionale tra la domanda e l'offerta di città accessibili declinata in servizi e prodotti di qualità.

Considerazioni

Un progetto internazionale che punta alla valorizzazione dell'accessibilità in chiave di qualità delle città. Una rete di città europee che si disciplinano e si autoregolano per la soddisfazione delle esigenze di tutti gli utenti. Un progetto dall'alto valore sociale, che si traduce in maniera fattiva nella funzionalità di ogni città.

5.2.4 La sicurezza

	Torino	Milano	Genova	Bologna	Firenze	Roma	Napoli	Palermo
criminalità (a)								
Delitti per 100.000 abitanti	6.341	5.382	5.129	6.565	4.661	6.313	10.676	1.503
Furti per 100.000 abitanti:	3.923	3.590	3.141	4.313	2.795	4.470	6.390	905
di cui scippi e borseggi	8,1	28,0	12,8	20,5	20,0	10,0	19,7	20,7
di cui di autoveicoli	34,3	9,5	4,6	21,2	15,0	23,8	7,3	25,3
di cui in appartamento	13,8	7,2	14,9	8,4	12,0	12,1	11,7	9,9
Denunce per droga ogni 100.000 abitanti	41	74	74	90	89	69	54	64
Decessi per droga ogni 100.000 abitanti	1,3	0,7	0,3	1,3	0,5	3,2	1,9	0,6
sicurezza stradale (b)								
Incidenti per 100.000 abitanti	632	1.212	780	767	1.223	847	273	337
Incidenti Mortali ogni 1.000 incidenti	11,9	5,0	7,4	13,3	4,8	16,1	14,6	17,7
Percentuale mortalità dei pedoni	27,5	29,9	26,8	15,4	38,1	59,7	28,9	28,6
incidenti sul lavoro (c)								
Infortuni sul lavoro per 100.000 abitanti:	1.655	1.382	2.005	3.193	1.924	1.045	1.091	218
di cui mortali	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2
percezione dei residenti (d)								
I problemi prioritari del Paese - Criminalità	66,2	62,7	55,7	64,7	51,0	55,1	82,0	62,3
I problemi prioritari del Paese - Inefficienza sistema giudiziario	6,3	9,2	8,5	9,7	8,5	9,6	3,1	4,5
Persone soddisfatte della sicurezza nei parchi urbani	43,6	25,1	53,4	57,6	63,5	39,3	37,0	48,2

Fonti:

(a) Istat (dati 2003 - livello provincia)

(b) Istat (dati 2002 - livello comune)

(c) Inail (dati 2003 - livello provincia)

(d) I cittadini e l'ambiente nelle grandi città - Istat (dati 1998 - livello comune) - Interviste alla popolazione di età maggiore di 14 anni; i valori sono riportati per 100 persone dello stesso comune