



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea
magistrale

in Economia e
Gestione delle
Arti e delle
attività culturali

Tesi di Laurea

**Possibili
applicazioni
della “teoria
delle
nudges” nel
campo
culturale**

Il caso della
Fondazione
Querini Stampalia

Relatrice

Ch. Prof.ssa Monica Calcagno

Correlatrice

Ch. Prof.ssa Valeria Maggian

Laureanda

Alice Martina

Matricola

884049

Anno Accademico

2024 / 2025

A Giulio e a tutte le Giulie ed i Giuli del mondo

Sommario

Introduzione	8
Capitolo 1 La rigenerazione urbana culture- led	11
1.1 Introduzione al capitolo 1	11
1.2 Inquadramento normativo sulla rigenerazione urbana	11
1.3 L'evoluzione storica della rigenerazione urbana	14
1.4 Le forme della rigenerazione urbana in Europa.....	15
1.5 Le forme della rigenerazione culturale.....	16
1.6 Effetti positivi della culture-led regeneration	21
1.7 Dalla rigenerazione urbana alla partecipazione	24
1.8 La definizione di cultura	24
1.9 La scala della partecipazione.....	28
1.10 La partecipazione delle comunità nella legislazione.....	30
1.10.1 L'importanza della partecipazione culturale per la Commissione Europea	31
1.10.2 La Regione Veneto e la Convenzione di Faro.....	32
1.11 Venezia e la rigenerazione culture-led.....	35
Capitolo 2 I cambiamenti storici di Venezia	37
2.1 Introduzione al capitolo 2	37
2.2 La popolazione nel secondo dopoguerra.....	37
2.3 Il 1950: tra calo demografico e boom economico	40
2.4 La legge speciale del 1973, gli effetti sui cittadini e sulle abitazioni	42
2.5 Il calo demografico degli anni Ottanta	45
2.6 Il difficile equilibrio tra turismo e residenzialità.....	46
2.7 Un confronto tra la Regione e Venezia: il censimento permanente della popolazione in Veneto, anno 2020, Istat.....	53
2.8 Il censimento permanente della popolazione in Veneto, anno 2022, Istat	53
2.9 L'invecchiamento della popolazione residente	54
2.10 Il mercato del lavoro e gli stranieri.....	55
2.11 Il problema del turismo a Venezia.....	55
2.12 I redditi.....	61
2.13 Conclusioni del capitolo 2	69
Capitolo 3 Gli eventi e le Istituzioni culturali a Venezia	71

3.1 Introduzione al capitolo 3	71
3.2 La fruizione culturale in Veneto	73
3.2.1 Le iniziative culturali a Venezia nel 2004.....	74
3.2.2 Le iniziative culturali a Venezia nel 2008.....	82
3.2.3 Le iniziative culturali a Venezia nel 2012.....	87
3.2.4 Considerazioni sui dati dei rapporti Fondazione Venezia.....	92
3.3 La presenza di Istituzioni Culturali a Venezia ad oggi.....	96
3.4 Cosa si può dedurre da questi dati?	100
3.5 Castello ed i redditi.....	104
3.5.1 Castello e gli eventi culturali	104
3.5.2 Castello e la Querini.....	105
3.5.3 Storia della Querini Stampalia.....	105
3.5.4 L'interno e l'esterno	106
3.5.5 I servizi della Querini Stampalia	108
3.5.6 Le analisi della Querini Stampalia	109
3.6 Conclusioni del capitolo 3	109
Capitolo 4 La teoria delle nudges: possibili applicazioni al contesto veneziano .	111
4.1 Introduzione al capitolo 4.....	111
4.2 I beni ed il mercato culturale: i benefici della cultura	112
4.3 Le inefficienze del settore culturale e gli incentivi economici.....	114
4.4 Il Bonus cultura: un esempio di incentivo alla domanda	116
4.5 Gli incentivi economici da parte dei musei.....	117
4.6 Gli svantaggi degli incentivi economici: motivazione intrinseca e motivazione estrinseca.....	118
4.7 L'economia comportamentale ed i bias	119
4.8 Le nudges	120
4.9 I principi di base dell'architettura delle scelte.....	122
4.10 Punti chiave per individuare una nudge	124
4.10.1 Le caratteristiche delle nudges.....	125
4.10.2 I vantaggi delle nudges.....	126
4.10.3 Gli svantaggi delle nudges.....	127
4.11 Il design e le nudges	128
4.12 Le nudges in ambito museale	129

4.13 Nudging museum attendance: a field experiment with high school teens	131
4.14 La Rete delle Case del Quartiere di Torino	133
4.15 I progetti “Il Quartiere al museo” e “La cultura dietro l’angolo”	135
4.16 Quali soluzioni per Venezia?	138
4.16.1 “Q Spot”	139
4.16.2 La collocazione, l’impatto visivo e alcune considerazioni preliminari.....	141
4.16.3 L’osservazione	142
4.16.4 Perché “Q Spot” potrebbe essere una nudge.....	147
4.17 Conclusioni del capitolo 4	149
Conclusione.....	154
Bibliografia e Sitografia.....	158
Bibliografia.....	158
Sitografia	161

Introduzione

Obbiettivo della presente tesi è indagare la possibilità di applicazione della teoria delle nudges ad installazioni d'arte contemporanea diffuse sul territorio, così da favorire la partecipazione culturale dei cittadini veneziani.

Il termine partecipazione presenta un ventaglio di definizioni ampio: essa include la presenza, l'adesione, il contributo, l'interesse diretto agli eventi culturali (Calcagno, Lo Verso, 2025). Pertanto all'inizio di questo lavoro si voleva proporre soluzioni tali da raggiungere una tipologia di partecipazione culturale, ispirata ai principi della Convenzione di Faro che spingono verso un contributo attivo da parte della cittadinanza, alle iniziative culturali.

Per raggiungere tale fine, sono stati individuati i progetti che permettevano alla comunità veneziana di prendere parte ad attività di tutela e di valorizzazione del patrimonio culturale dell'isola. Tra quelli individuati, vi è il progetto "Next Gen Heritage"¹ che puntava a creare una visione condivisa del patrimonio culturale e rifletteva sulle sfide da affrontare da parte dei professionisti della cultura, insieme alle comunità, per favorire una gestione innovativa del patrimonio, alla luce dei principi della Convenzione di Faro e dei cambiamenti storici della nostra epoca (per esempio il cambiamento climatico e le migrazioni). La tappa conclusiva del lavoro consisteva in una call for ideas, ove gli abitanti di Venezia avrebbero potuto proporre autonomamente iniziative per valorizzare il patrimonio culturale della città. In questa ottica era inizialmente prevista nella tesi la proposta di laboratori museali collocati nei sestieri periferici, per incentivare la successiva fruizione degli istituti da parte dei cittadini. Le nudges ipotizzate in tal caso avrebbero trovato collocazione in un'area di prossimità tra abitazioni dei cittadini e spazi culturali. Tuttavia i tempi di progettazione e di attivazione di tale processo non sarebbero stati compatibili con quelli della tesi.

Si è quindi compreso che l'attenzione doveva essere spostata su realtà che potevano essere misurabili nei tempi stabiliti. Per questo, come sarà possibile vedere in seguito, ci si è focalizzati sulle attività della Fondazione Querini Stampalia.

¹ Iniziativa dell'Università Ca' Foscari, promossa all'interno del progetto CHANGES, Spoke 9- CREST .

Prima di addentrarsi nel caso specifico, si è voluto dare un quadro di Venezia, quadro che misurasse sia il benessere culturale che sociale dell'isola. Ci si è domandati quanto gli eventi culturali fossero diffusi nel Centro Storico e se esistessero forme di co-progettazione di tali attività. Per rispondere al quesito, sono stati mappati gli eventi, collegandoli con le aree di Venezia in cui vi era un reddito più elevato; ciò è stato effettuato per comprendere se vi fosse una correlazione tra il numero di eventi culturali e la presenza di redditi alti per sestiere. In seguito si è cercato di comprendere quali Istituzioni culturali fossero maggiormente attente al benessere della cittadinanza e rappresentassero degli spazi di aggregazione per i cittadini. La Fondazione Querini Stampalia rispondeva a tali criteri e tramite l'installazione "Q Spot" è stato possibile analizzarne l'utilizzo da parte della comunità. L'opera è stata esaminata come una nudge perché poteva rappresentare un primo punto di contatto tra la Fondazione ed il suo pubblico; inoltre si ipotizzava che l'installazione poteva essere un incentivo non economico alla fruizione dell'Istituzione.

Questa articolazione generale ha originato quattro nuclei tematici portanti, corrispondenti ai capitoli che seguono.

Il primo esamina l'evoluzione normativa e della Storia dei processi di rigenerazione urbana, ponendo particolare attenzione sulla culture-led regeneration. Nel corso del lavoro sarà possibile analizzare l'importanza della partecipazione della cittadinanza a tali iniziative ed il ruolo della cultura come strumento che favorisce il dialogo e la coesione sociale, elementi rimarcati nella Convenzione di Faro.

Il secondo capitolo evidenzia le problematiche sociali ed economiche di Venezia, collegate agli effetti della gentrificazione, alla mancanza di abitazioni a prezzi accessibili ed alla diminuzione dei redditi medi nel Centro Storico. Infatti Venezia sta acquisendo contribuenti con redditi alti, concentrati in alcuni sestieri, quelli più centrali dell'isola.

Il tema dei redditi è il nodo di collegamento con il terzo nucleo tematico. Se poniamo l'attenzione alla collocazione delle attività culturali, si noterà come alcuni sestieri con redditi elevati presentino un numero maggiore di iniziative culturali, al contrario dei sestieri periferici. Partendo da questi dati, è fondamentale allora riflettere sull'importanza di un'offerta culturale capillare sul territorio.

Il quarto capitolo analizza modelli di economia comportamentale che possono offrire soluzioni anche per il contesto veneziano. La teoria delle nudges (Thaler e Sunstein, 2008) individua infatti strumenti per indirizzare il comportamento umano senza il ricorso ad incentivi economici. Infatti le nudges applicate al settore culturale e museale possono essere un'opportunità per suscitare l'interesse da parte degli utenti e favorire la fruizione degli istituti museali.

Infine, attraverso la lettura dei risultati tratti dall'osservazione condotta in proprio sul campo, sono state analizzate le installazioni "Q Spot" ed i "Leoni in campo", esposte dalla Fondazione Querini Stampalia, nel campo di Santa Maria Formosa. L'osservazione è stata condotta al fine di verificare se queste opere rappresentassero delle nudges funzionali alla partecipazione culturale dei visitatori veneziani e non. La progettazione di questa osservazione voleva comprendere l'efficacia di queste installazioni nel breve e nel medio-lungo termine, analizzando i cambiamenti del comportamento dei consumatori prima, durante e dopo la presenza di "Q Spot" ed i "Leoni in campo". Inoltre si è cercato un'istituzione museale simile, a titolo di confronto ed a parità di condizioni, alla Fondazione Querini Stampalia (collocamento in sestiere a medio-basso reddito, con apertura su un campo e con presenza di opere d'arte nello stesso) al fine di confrontare le risposte degli utenti. Tuttavia questo non è stato possibile (perché non ci sono situazioni similari) e l'osservazione condotta ha presentato dei limiti: la mancanza di dati precedenti al periodo di osservazione, il fatto che l'analisi è stata condotta in un campo in cui vi erano delle variabili che potevano condizionare l'osservazione (meteo, presenza di esercizi commerciali, altri stimoli culturali come altri istituti museali o spazi artistici).

Consapevoli di ciò, grazie all'osservazione condotta, si può supporre che "Q Spot" ed i "Leoni in campo" abbiano rappresentato degli strumenti per incentivare la fruizione museale.

Pertanto le nudges applicate al settore museale, in particolare alle installazioni artistiche disseminate capillarmente sul territorio, possono essere un primo passo per avvicinare i cittadini a tali istituzioni. Dopo questo primo step è possibile avviare processi di partecipazione culturale, arricchiti dalle conoscenze acquisite con le indagini sulle applicazioni delle nudges.

Capitolo 1

La rigenerazione urbana culture- led

1.1 Introduzione al capitolo 1

All'interno del primo capitolo esamineremo l'evoluzione delle normative che regolano gli interventi di rigenerazione urbana, lo sviluppo storico di tali processi, con un focus particolare sulle forme di rigenerazione a base culturale. Sarà così possibile comprendere come esse siano approcci funzionali alla rinascita della città e come la partecipazione da parte della collettività sia un ulteriore elemento da tenere in considerazione.

Il concetto di partecipazione qui inserito sarebbe quello a cui la tesi si ispira, quindi di ottenere una co- progettazione degli interventi per rinnovare zone urbane periferiche a partire dalla cultura, tramite una stretta collaborazione tra abitanti, Istituzioni culturali ed Amministrazione. In particolare i musei possono rappresentare i luoghi di realizzazione di tali processi e si analizzerà dunque quali tappe essi possano intraprendere, per favorire una partecipazione sempre crescente da parte delle comunità. La Convenzione di Faro (2005), grazie ai suoi principi innovativi, è una guida per allargare il ruolo che le comunità hanno nella valorizzazione della cultura. All'interno del capitolo si comprenderà, quindi, come la cultura sia uno strumento che favorisce l'inclusione, la coesione sociale e sia fonte della rigenerazione socio-economica delle città.

1.2 Inquadramento normativo sulla rigenerazione urbana

Prima di trattare l'evoluzione storica dei progetti di rigenerazione urbana a base culturale, è importante analizzare la normativa europea ed italiana che ha portato all'evoluzioni di tali teorie e strategie.

La Commissione Europea ha introdotto il termine rigenerazione per la prima volta nel 1996, all'interno del report della Commissione Europea "Sustainable European Cities", finalizzato alla creazione di strumenti governativi per favorire lo sviluppo sostenibile delle città. La Commissione, infatti, si focalizzò su sistemi di gestione eco- sostenibili per riconvertire ex aree industriali abbandonate e per migliorare l'utilizzo delle risorse naturali (il suolo in particolare), presenti nelle aree urbane (Marucci, 2025).

Successivamente nel corso degli anni 2000, durante le conferenze di Hannover e la conferenza “Aalborg+10”, è stata specificata la natura della rigenerazione urbana moderna: un processo trasformativo della città, capace di rivitalizzarne la vita economica e sociale, garantendo la partecipazione dei gruppi sociali marginalizzati (Marucci, 2025).

Dalla metà del XXI secolo, le agende politiche europee hanno delineato l'importanza del ruolo della cultura nei processi di sviluppo economico e sociale delle città. In primo luogo, ricordiamo il rapporto KEA (2006) che ha sottolineato il contributo del settore culturale e creativo alla crescita europea. Il documento forniva indicazioni su quali strategie potevano essere adottate per raggiungere, grazie al contributo della cultura, gli obiettivi di sviluppo sostenibile della *Lisbon Strategy* (2000). Nello studio si evidenziava come la cultura creasse occupazione, al pari di altri settori economici, grazie alla sua capacità di generare impatti positivi indiretti (hotel, ristoranti ecc.). Inoltre si sottolineava come la cultura fosse determinante per la coesione ed il dialogo tra etnie diverse, all'interno di comunità con scarse risorse (Commissione Europea, 2006).

Il tema della rigenerazione urbana è stato affrontato anche nelle strategie di rilancio economico europeo, dopo il periodo pandemico. Il Piano nazionale di ripresa e resilienza nel 2021 ha infatti dedicato importanti stanziamenti per la rigenerazione anche del patrimonio culturale nazionale. Le strategie di rigenerazione urbana e quelle di valorizzazione del patrimonio culturale presentano numerosi punti d'incontro. Infatti nelle Missioni del Pnrr, si può notare come il rinnovamento del settore culturale viene indicato come funzionale alla crescita turistica del Paese. Inoltre, la Missione 5 (Pnrr) vuole dare spazio a progetti di riuso del patrimonio edilizio per lo sviluppo di servizi sociali e culturali, educativi e didattici.

Il legislatore, soprattutto regionale, ha valorizzato l'interazione tra urbanistica e cultura. Infatti le leggi regionali che si occupano di rigenerazione urbana indicano come ci sia una stretta connessione tra le pratiche rigenerative e le strategie culturali, per esempio la legge della Regione Puglia (29 luglio 2008, n.21) sottolineava la volontà di promuovere la rigenerazione delle città, tramite una stretta collaborazione con i Comuni. La Regione Emilia Romagna (21 dicembre 2017, n.24) ha imposto la realizzazione di interventi di rigenerazione urbana, contestualmente ad attività di inserimento di opere d'arte durante la costruzione o la ricostruzione del patrimonio edilizio. Da un punto di

vista nazionale il legislatore italiano ha posto l'accento sulla necessità di una stretta collaborazione tra diversi regimi giuridici ed amministrativi nei progetti di rigenerazione urbana, ove la cultura è intesa come strumento di crescita su più livelli (Piperata, 2024).

Negli ultimi anni, l'importanza della cultura nei progetti di rigenerazione urbana è stata individuata dal legislatore italiano, nei decreti legislativi del 2019 e del 2024. Il D.L del 2024 ha visto come obiettivo cardine il rafforzamento della cultura nello sviluppo economico, nell'inclusione e nell'innovazione sociale. Si vuole così favorire la creazione di un sistema di welfare a base culturale, al fine di valorizzare i territori dove sono state create iniziative per il patrimonio culturale come comune eredità culturale. Inoltre, nel decreto, il Ministero della Cultura conferma la volontà di ampliare l'accesso e la partecipazione culturale a tutti i cittadini. Infine è rimarcata la necessità di valorizzare la cooperazione tra Istituzioni culturali, società ed aziende private per adottare dei modelli collaborativi. Grazie al programma del PN, che ha tratto le risorse dal PNRR, vengono promossi progetti per aumentare la partecipazione culturale e favorire il coinvolgimento della comunità nella gestione di beni e servizi.

"In coerenza con il quadro regolamentare di riferimento per i programmi cofinanziati dai fondi europei della coesione, con gli indirizzi dell'Accordo di partenariato Italia 2021-2027 e con l'impianto programmatico del PN Cultura 2021-2027, incluse le azioni già avviate, il perimetro di intervento del Piano di Azione attiene ai seguenti obiettivi strategici europei: ...Obiettivo Strategico 4 - Un'Europa più sociale, sostenendo progetti volti a "rafforzare il ruolo della cultura nello sviluppo economico, nell'inclusione sociale e nell'innovazione sociale", intervenendo sui luoghi della cultura o altri spazi culturali per renderli funzionali a progetti di inclusione sociale, partecipazione culturale, welfare culturale, ecc., secondo le linee di indirizzo definite nell'Accordo di Partenariato."

(D.L. Coesione e disposizioni in materia di cultura, p. 12, 2024)

Infatti come possiamo notare dal testo citato, per raggiungere tali obiettivi, il Ministero ha annunciato che saranno promossi differenti progetti tra i quali: iniziative per il rafforzamento della partecipazione culturale, progetti destinati alle periferie per sostenere strategie di rigenerazione socioculturale di spazi urbani contraddistinti da marginalità socio economica, attività di realizzazione di interventi di recupero o riuso del patrimonio architettonico per ospitare iniziative culturali, progetti locali di partecipazione culturale e produzione artistica (D.L. Coesione e disposizioni in materia di cultura, 2024).

1.3 L'evoluzione storica della rigenerazione urbana

La rigenerazione urbana consiste, quindi, nella programmazione di interventi di riqualificazione di immobili nei centri urbani, in particolare nelle periferie, finalizzati al miglioramento delle condizioni socio-ambientali ed economiche in cui i cittadini vivono. Il recupero degli spazi urbani favorisce la crescita del tessuto sociale, incentivando l'interazione tra campi diversi come l'economia, la cultura e la politica (Treccani, 2013).

Tradizionalmente questi interventi miravano a investire ed a rinnovare aree urbane per favorire la crescita del territorio, ma nel corso degli anni i progetti di rigenerazione hanno utilizzato risorse, quali la cultura e la creatività, per apportare sostanziali cambiamenti positivi nella vita degli abitanti, a livello economico e sociale.

È inoltre necessario sottolineare che le strategie di rinnovamento urbano inizialmente erano rivolte a limitare l'esclusione sociale ed ampliare gli spazi abitabili. Però ad oggi, le politiche di rigenerazione urbana vedono le città anche come reti composte da persone e da elementi intangibili come la memoria, la storia, le relazioni sociali, le identità culturali e le esperienze emotive (Sepe, 2013).

Questo amplia il fronte delle possibilità di intervento, ma prima di procedere è necessario ripercorrere l'evoluzione di tali strategie.

La letteratura sul tema è ampia e diversificata in base al contesto storico, culturale e geografico considerato. Negli Stati Uniti, gli anni Sessanta hanno inaugurato le prime politiche di interventi che utilizzavano fondi pubblici in nuove infrastrutture, per favorire l'ampliamento urbano e per migliorare l'accessibilità delle aree centrali della città. Tuttavia, fin da subito, apparvero evidenti anche le criticità di questa pratica, come la contrapposizione tra differenti tipologie di interessi. In Europa il dibattito intorno alla rigenerazione urbana iniziò negli anni Settanta, come risposta alla crisi economica. Alla fine del XX secolo esso proseguì e grazie al lavoro della Commissione Europea, si applicarono tali pratiche al miglioramento dell'ambiente urbano ed alla riqualificazione delle aree abbandonate.

In aggiunta il programma "European Cities of Culture" (1985) ha rimarcato come cultura e creatività siano al centro della riprogettazione di spazi abbandonati, periferici e degradati (Haddock, Moulaert, 2009). L'iniziativa si propone ancora oggi di celebrare la

ricchezza della diversità degli Stati europei ed aumentare il senso di appartenenza da parte dei cittadini ad un sistema culturale comune. Inoltre dal 1985, i progetti promossi nelle diverse città nominate Capitali Europee della Cultura hanno apportato benefici su diversi livelli: il rinnovamento di spazi degradati, il miglioramento dell'immagine internazionale della città, l'aumento del turismo, il cambiamento nella tradizionale visione della città da parte degli abitanti (Commissione Europea, 2025).

1.4 Le forme della rigenerazione urbana in Europa

Dalla seconda metà degli anni Settanta le città vennero sempre più colpite negativamente dalle scelte del welfare capitalism: molte zone cittadine furono abbandonate, aumentarono le carenze dal punto di vista dei servizi di base, vi furono processi di esclusione dal mercato del lavoro, si acuirono l'isolamento sociale e la discriminazione. Crebbe la vulnerabilità sociale, in contrapposizione con le aree urbane centrali che accoglievano i ceti ad alto reddito (Haddock, Moulaert, 2009).

Dati questi presupposti, negli ultimi anni del secolo scorso furono attivate politiche di cooperazione tra il settore pubblico ed il settore privato al fine di favorire la crescita economica, prevedendo dei progetti mirati per le diverse aree delle città.

Gli anni Novanta hanno visto sempre più frequentemente l'ingresso della dimensione culturale nei progetti di rigenerazione urbana. Bianchini e Parkinson (1993) hanno evidenziato il ruolo strategico della cultura nelle città europee e come essa possa favorire lo sviluppo economico ed il rinnovamento urbano. Lo studio ha inoltre dimostrato che nei processi di rigenerazione urbana sono fondamentali gli aspetti sociali, culturali, economici e che questi sono interconnessi tra loro (Acierno, 2017; Bianchini, Parkinson, 1993).

La rigenerazione a base culturale vede la cultura come un sistema di innesco per favorire la crescita della città, attraverso la produzione ed il consumo culturale. Inoltre, attraverso questo modello si contribuisce alla modellazione dell'immagine della città, tramite infrastrutture, come i musei. Essi attirano nuovi investimenti e la loro collocazione in zone urbane periferiche è funzionale alla realizzazione di nuovi distretti culturali, distanti dal centro. Il museo Guggenheim di Bilbao, per esempio, è stata la fonte di un processo di rigenerazione urbana a base culturale, a partire dalle particolari scelte architettoniche di Frank Gehry (1929-2025) ed alla generazione di ulteriori attività

culturali che hanno attratto visitatori e cittadini. Si è venuto quindi a costituire un distretto culturale artistico guidato dall'istituzione museale. Inoltre, in generale, la realizzazione dei distretti culturali determina l'aumento della domanda turistica, funzionale all'incremento del numero dei visitatori e della domanda per servizi alberghieri. Questa duplice generazione di cultura e di flusso turistico da un lato migliora la fama della città a livello internazionale (Santagata, 2001), dall'altro rafforza l'immagine della stessa, unitaria e sistematica (Santagata, 2006).

La cultura infatti può essere funzionale all'integrazione sociale e rappresentare una forma di espressione di gruppi e dell'intera collettività.

Questa funzione può essere raggiunta attraverso un cambiamento della tradizionale visione che abbiamo delle istituzioni culturali, come i musei, che possono essere attori fondamentali per lo sviluppo locale, tramite la valorizzazione di nuovi progetti culturali che stimolino una nuova domanda culturale (Santagata, 2007).

1.5 Le forme della rigenerazione culturale

Secondo G. Evans (2002) all'interno della rigenerazione culturale è possibile individuare tre macro tipologie: la "culture led-regeneration" (composta a sua volta da infrastrutture fisiche, infrastrutture di base e comunitarie, distretti culturali ed eventi culturali), la "cultural regeneration", la "culture and regeneration".

La culture-led regeneration è una forma di riqualificazione di un'area grazie alla presenza di un istituzione culturale o di una struttura per il tempo libero, costruita ex novo o già esistente.

Questi spazi trasformano l'immagine della città rendendola un centro di richiamo, perché la cultura in questo senso definisce il nuovo marchio di distinzione della città, rendendola più attrattiva.

Le diverse forme della culture-led regeneration sono nate a partire dagli anni Settanta e Ottanta come risposta al declino urbano nella città post industriale. Si è compreso come arte e cultura possano essere determinanti per lo sviluppo della città e sono state delineate quattro categorie di politiche di rigenerazione urbana: infrastrutture fisiche, infrastrutture comunitarie, distretti culturali ed eventi culturali (OECD, 2025).

Infrastrutture fisiche

Questo approccio vede sia l'edificazione di nuovi immobili come musei d'arte, gallerie, che progetti di riuso di zone industriali abbandonate; in questo caso i finanziamenti possono provenire da istituti pubblici o da enti privati. Il fine ultimo delle infrastrutture fisiche è quello di stimolare gli investimenti nell'area, per modificare la reputazione e l'immagine del luogo. Inoltre i brand museali contribuiscono a sviluppare forme di franchising e outpost regionali. Attraverso queste forme di affiliazione commerciale è possibile ampliare la fascia di pubblico museale ed incrementare la collezione stessa degli istituti.

Nel caso delle zone industriali riqualificate, che hanno giocato un ruolo fondamentale nella vita sociale ed economica della città, i progetti sono finalizzati a proseguire la narrazione di questi luoghi da parte delle comunità locali, reimmaginare l'identità della collettività e porre le basi per una nuova narrazione rivolta al futuro in chiave "ottimistica".

L'investimento su larga scala in infrastrutture culturali è un fattore chiave per attrarre lavoratori altamente qualificati che vengono richiamati da un milieu culturale florido favorendo la crescita delle aziende e l'aumento occupazionale. Ulteriori benefici sociali ed economici possono essere apportati attraverso facilities culturali, investimenti in progetti di housing ed industrie creative, oltre che da finanziamenti al comparto educativo. Al fine di favorire il successo di questi interventi è necessario in primis effettuare una mappatura delle istituzioni culturali in loco, al fine di comprendere punti di forza, di debolezza e potenziali futuri usi. A questo si deve aggiungere la ricerca della collaborazione con i residenti, dalla fase di programmazione sino alla fine della durata del processo (OECD, 2025).

Infrastrutture di base e comunitarie

In questa prospettiva, gli investimenti sono direzionati ad attività culturali di piccola scala ed al supporto delle comunità per rafforzare l'immagine del territorio e determinare output sociali. Questa forma di rigenerazione è contraddistinta dal fatto di essere aperta al pubblico, di essere a basso costo e di creare un nuovo senso di appartenenza da parte dei cittadini. I centri culturali che si vengono a creare rappresentano un'opportunità di sviluppo per le comunità locali, garantendo accesso

alle arti e alla cultura. Essi realizzano prodotti culturali differenti ed incentivano la partecipazione da parte della collettività, contribuendo così alla diffusione della conoscenza della cultura locale.

Queste iniziative sono volte a favorire l'evoluzione di un ecosistema creativo che porta a benefici economici futuri e non solo. Infatti le esternalità riguardano il miglioramento della qualità di vita, la sostenibilità e l'incremento del consumo culturale passivo. Tuttavia questi progetti presentano una carenza di risorse e di sistemi di controllo decisionali.

Anche nel caso delle infrastrutture di base e comunitarie è di fondamentale importanza creare una mappatura culturale preliminare al fine di evidenziare i siti culturali attivi e gli attori in gioco, per comprendere quali piani strategici adottare e chi coinvolgere, nonché per circoscrivere il perimetro della cultura locale (OECD, 2025).

Distretti culturali

Le politiche si rivolgono alla creazione di nuove infrastrutture sia che esse siano spazi culturali che quartieri, al fine di favorire la realizzazione di cluster creativi. Normalmente queste tipologie di attività includono anche degli incentivi fiscali e degli investimenti nell'area.

Nascono in questo modo delle realtà creative formate da aziende che cooperano tra loro.

Questi possono nascere o da siti produttivi storici o da edifici creati totalmente ex novo e la governance degli stessi può essere diretta da forme top-down o bottom-up. Il raggio d'azione dei distretti creativi inoltre si limita a una singola zona della città o si espande all'intera zona urbana (esempi di distretti culturali su piccola scala sono quelli di Soho inerenti alla post produzione cinematografica).

La formazione di network che perseguono scopi di innovazione e di crescita risultano essere un asset di successo, con particolare riferimento ai cluster di aziende concentrate nel settore cinematografico e dei videogames.

Un ulteriore forma di distretto culturale include il patrimonio culturale locale come leva per lo sviluppo del territorio. Questi cluster sono collocati sia nelle periferie delle città che in piccoli centri urbani delle aree rurali, ove la cultura rappresenta un richiamo non

solo per i cittadini ma anche per i turisti, incentivati a scoprire e a vivere la regione, in nuove modalità.

Nelle loro differenti configurazioni, i distretti culturali presentano delle esternalità positive dal punto di vista economico, creano un aumento dell'occupazione, l'innalzamento del livello di educazione e forme di sviluppo infrastrutturale (OECD, 2025).

Eventi culturali

Questo approccio mira a creare eventi culturali su larga scala o festival (esempi sono le Capitali della Cultura, le biennali) finalizzati ad aumentare l'attrattibilità di un luogo e gli investimenti ad esso rivolti. Le Capitali della Cultura, a partire dalla loro istituzione, hanno ampliato le tipologie di campi di pertinenza riconoscendo l'importanza della coesione sociale, del capitale sociale e del benessere della cittadinanza. Queste tipologie di iniziative possono determinare un processo di rigenerazione urbana di lungo periodo.

I festival di arte, come le Biennali, presentano una natura flessibile e determinano delle trasformazioni sul territorio di differente intensità, così come le esposizioni internazionali (Expo) e le fiere che possono apportare miglioramenti sia all'immagine della città che su un piano nazionale.

Festival di scala minore possono infine rappresentare forme di inclusione sociale per cui i cittadini hanno la possibilità di scegliere la loro futura narrazione della città.

Le forme di culture-led regeneration possono essere, in generale, un momento di crescita e di sviluppo dal punto di vista economico, sociale, culturale e ambientale. Ci sono alcuni elementi che accomunano il successo delle diverse tipologie di culture-led regeneration; in primo luogo è riconosciuta la necessità dell'esistenza di un buy in da parte delle comunità locali, ciò è di fondamentale importanza per creare una rete di supporto da parte dei cittadini e per rafforzare gli asset culturali strategici presenti in loco.

In secondo luogo la partecipazione e l'interesse dei cittadini per i progetti giocano un ruolo strategico. Gli approcci top down, infatti, causano una resistenza da parte delle comunità e per questo motivo bisogna includere i residenti nel processo di ri-narrazione del territorio per sviluppare un senso di appartenenza. Inoltre nei processi di

rigenerazione culture-led è necessario che vi siano forme di cooperazione tra i diversi stakeholders presenti sul territorio e forme di governance inclusive che favoriscano il successo dei piani di rigenerazione (OECD, 2025).

La cultural regeneration è una forma di rigenerazione che prevede la nascita di un'economia basata sulla creatività. Questa produzione culturale parte da una classe creativa, la cui funzione è quella di generare nuove forme di conoscenza. Florida (2004) distingue all'interno di questa categoria un nucleo centrale costituito da coloro che sono coinvolti totalmente nel processo creativo, proponendo teorie ed applicazioni utilizzabili in diversi campi del sapere. In secondo luogo, sono presenti i professionisti della cultura che ricombinano formule già utilizzate in forme innovative.

La classe creativa, secondo Florida, è il motore di sviluppo economico di una regione e le persone "creative" vengono attratte da città in cui vi sono apertura mentale, ricchezza di esperienze di qualità ed opportunità per confermare il proprio operato (Florida, 2004).

Per sviluppare questa tipologia di ambiente l'autore riconosce l'importanza della presenza di un ambiente culturale e sociale stimolante, formato da comunità di artisti, da industrie musicali ecc., per favorire così lo scambio di informazioni e la fioritura della creatività (Florida, 2004).

Questi cluster devono presentare tre requisiti per incentivare la crescita della città creativa: talento, tolleranza e tecnologia. In primo luogo, la classe creativa viene definita dall'autore come talentuosa in virtù delle qualifiche di cui dispone (in possesso di una laurea) ed è attratta da luoghi ove vi è una maggiore apertura verso l'inclusione sociale delle etnie e delle minoranze. La tolleranza e la diversità incidono sull'attrazione di lavoratori del settore high tech che ricercano luoghi culturalmente ricchi in cui possono generare innovazione. Un esempio di città creativa è la Silicon Valley dove quasi un quarto della popolazione è nato al di fuori della regione ed un terzo degli ingegneri e degli scienziati occupati non sono di origine americana (Florida, 2004).

Dall'iniziale analisi di Florida si sono sviluppate due principali macrocategorie di cluster creativi. Nella prima rientrano le città in cui le arti (belle arti, musica, cinema teatro, architettura, design) sono i motori dello sviluppo urbano e le politiche utilizzano queste risorse nella pianificazione territoriale, al fine di attrarre nuovi stakeholders e dare visibilità ai progetti (Sepe, 2013).

Nella seconda categoria sono inseriti gli eventi e le manifestazioni culturali che si verificano in determinati periodi dell'anno (Expo, Biennali, Giochi Olimpici) e che vengono sostenuti da sponsor ed imprese, attirando turisti e fruitori esterni alla città. In questo caso la parte organizzativa dei progetti è attiva durante tutto l'anno, ma l'evento ha una durata determinata (Sepe, 2013).

La culture and regeneration si differenzia in quanto questa non è prevista nei piani strategici della città. In questo modello l'attività culturale non è totalmente integrata nello sviluppo urbano della città e gli interventi, infatti, si svolgono solo su una scala ridotta; in alcuni casi, quando non sono state effettuati interventi programmati, i residenti e le organizzazioni possono rispondere a questo vuoto progettuale creando degli interventi propri. Nonostante esse siano integrate ad una fase finale del lavoro, queste attività culturali possono avere un impatto sui processi di rigenerazione, permettendo la creazione dei servizi inizialmente pianificati.

1.6 Effetti positivi della culture-led regeneration

Dalle analisi di Smith (2000) è stato evidenziato come la rigenerazione a base culturale non è solo funzionale alla crescita personale, ma è anche una valida soluzione per rafforzare la coesione sociale ed è agente di un cambiamento sociale (Smith 2000, p. 135).

Secondo Evans e Shaw ci sono tre tipologie di esternalità positive apportate dalla culture-led regeneration:

- rafforzare lo sviluppo della città;
- creare reti di collaborazioni tra diversi attori presenti sul territorio;
- determinare benefici dal punto di vista economico.

Porter e Barber (2006) hanno inoltre individuato cinque elementi affinché le strategie di rigenerazione urbana siano effettivamente realizzabili:

- la partecipazione della cittadinanza ed i dibattiti con i residenti;
- la promozione delle attività culturali non solo finalizzata all'aumento del consumo e della produzione;

- l'inclusione sociale verso la diversità;

- il coinvolgimento di architetti, artisti e capitale umano locale (Marucci, 2025).

I processi di rigenerazione culturale tuttavia portano in causa interessi ed obiettivi diversi, trasformandosi alle volte in strategie che sfruttano la cultura per rafforzare il marketing urbano e determinare uno sviluppo meramente economico.

Al contrario, se opportunatamente gestiti, essi possono apportare positivi cambiamenti nel sistema del well-being (miglioramento del benessere della comunità), restando comunque aperti a sviluppi di tipo imprenditoriale.

La cultura locale, intesa in questo senso, deve essere intesa come parte dei beni pubblici che la comunità ha a propria disposizione e che può liberamente utilizzare, limitando le ingerenze delle speculazioni finanziarie. Il diritto a godere del patrimonio culturale, sancito dalla Convenzione di Faro (2005), è stato incluso anche nei progetti di rigenerazione urbana, con particolare riferimento a riutilizzi adattativi, in cui il contenuto viene adattato al contenitore, piuttosto che una semplice riconversione. Tali misure assicurano la massima conservazione del bene in questione con una minima trasformazione. Questa finalità connota lo spazio non solo da un punto di vista storico e culturale, ma anche lo determina in senso sociale e politico, in quanto l'evento culturale modifica il valore attribuito a quel luogo, segnando una distanza rispetto al passato. Queste tipologie di progetti hanno trovato spazio anche in ambito europeo ove sono stati finanziati processi di rigenerazione culture-led. L'esempio è quello di Urbact che ha sostenuto iniziative a livello europeo per le quali il patrimonio culturale è stata fonte di sviluppo urbano ed ha favorito la coesione sociale (Marucci, 2025).

Tra i progetti di rigenerazione urbana che hanno avuto maggiore successo troviamo il Museo Guggenheim di Bilbao. La città spagnola, come porto commerciale e polo industriale, affrontava un periodo di recessione economica (1970 ca): alto era il tasso di disoccupazione (25%), le industrie locali erano in crisi e il porto non riusciva a gestire il traffico merci. Il degrado urbano, le violenze e l'inquinamento si aggiungevano alle problematiche già esistenti (Kyu Hong, 2014).

Dall'assunzione di consapevolezza di queste problematiche che toccavano la città a livello economico e soprattutto sociale, è nata la volontà di rinnovamento. La politica

pubblica ha voluto non solo investire sul rilancio economico di Bilbao ma si è impegnata a rivitalizzarla dal punto di vista culturale, indirizzando gli investimenti verso la costruzione del Museo Guggenheim ed in un secondo momento finanziando la realizzazione di ulteriori spazi destinati ai cittadini come sale concerti e spazi per i giovani artisti. Arte e cultura sono state quindi il volano per il rilancio della vita dei cittadini e dell'immagine internazionale della città. Il museo è stato il catalizzatore di nuovi flussi turistici, ciò ha determinato l'inserimento nell'economia cittadina del terzo settore con un aumento occupazionale ed ha favorito la rinascita di numerosi esercizi commerciali (Kyu Hong, 2014).

La scelta di creare un piano strategico condiviso con gli abitanti e sostanziali investimenti pubblici hanno dato il via a un processo di rigenerazione urbana senza precedenti che è continuato negli anni. Infine è stata creata una società "RIA 2000" che ha investito in progetti di rigenerazione urbana per riconvertire ex aree industriali oramai degradate della città (Bertuzzi, 2023).

Fig. 1. Architettura del Museo Guggenheim di Bilbao



Fonte Dal Co, Forster, Arnold (1998)

1.7 Dalla rigenerazione urbana alla partecipazione

Come abbiamo potuto esaminare la rigenerazione urbana assume differenti forme e la cultura può essere fonte di rivitalizzazione di zone periferiche della città. In tali tipologie di iniziative il ruolo della cittadinanza e la sua partecipazione sta assumendo sempre più rilievo. Come vedremo la Convenzione di Faro ha posto l'accento sull'importanza di tali aspetti e quindi, partendo da un'analisi della parola cultura, analizzeremo nella successiva sezione del capitolo quali sono i livelli di partecipazione attivabili dalle istituzioni culturali per favorire processi di rigenerazione culture-led.

1.8 La definizione di cultura

La definizione di cultura approvata degli Stati membri dell'Unione Europea include tutte le attività di politiche culturali, realizzate da enti istituzionali e non, finalizzate alla conservazione, alla creazione ed alla diffusione di beni e pratiche concernenti il patrimonio artistico, le arti visive, l'architettura, gli archivi, le biblioteche, l'editoria, gli

spettacoli dal vivo, il cinema, il comparto audiovisivi e multimedia. La cultura, come potente attivatore sociale, può essere utilizzata quale elemento che incentiva l'inclusione soprattutto in contesti socialmente difficili (Bodo et al., 2009, p.6).

La dimensione culturale e quella sociale sono strettamente legate tra loro e le istituzioni culturali possono apportare dei benefici alle comunità, diventando degli strumenti di contrasto all'emarginazione, in riferimento alla difficoltà di alcune persone ad accedere ad ambiti, come l'arte e la cultura, a causa di diverse forme di svantaggio.

Prima di trattare della partecipazione in termini maggiormente specifici è importante specificare la differenza tra accessibilità, partecipazione ed engagement culturale. L'accessibilità fa riferimento all'abbattimento delle barriere fisiche, economiche, psicologiche, cognitive, sociali, digitali che rappresentano degli ostacoli alla fruizione culturale. Superare tali barriere agevola l'ingresso agli utenti ed è un primo passo che conduce all'engagement ed alla partecipazione. Per capire la differenza tra engagement e partecipazione notiamo che:

“L'engagement è esercizio di postura attiva del pubblico alla fruizione di un prodotto culturale”

(Calcagno, De Simone, Lo Verso, p.61, 2025).

“La partecipazione è invece un processo di scambio di informazioni tra professionisti della cultura e le comunità per ottenere uno scambio di un approccio scientifico nei confronti del patrimonio culturale, formazione alla sua applicazione, con la possibilità di replicazione dei progetti”

(Calcagno, De Simone, Lo Verso, p.61, 2025).

Secondo Sandell (1998, 2003) i tre ambiti in cui esistono delle barriere che limitano la fruizione culturale sono l'accesso, la partecipazione e l'inclusione.

In primo luogo, troviamo delle barriere in entrata collegate a cause materiali (barriere architettoniche, finanziarie) ed immateriali (barriere sensoriali, cognitive, culturali, attitudinali, tecnologiche). Queste limitazioni includono anche le percezioni dei non pubblici che vedono gli spazi culturali come luoghi elitari, frequentati esclusivamente da persone colte (ostacolo alla partecipazione). Infine, riguardo l'inclusione, si allude alle barriere rappresentate dalla narrazione di una “cultura dominante” presente nelle istituzioni culturali, senza che vi sia spazio di espressione, per esempio, per le minoranze o per proposte alternative.

La sfida per gli enti culturali è quella di attrarre queste fasce di fruitori e trovare delle soluzioni per coinvolgerli attivamente tramite un processo di consultazione e progettazione partecipata. Un aiuto fondamentale per superare questi ostacoli deriva dalla collaborazione con diversi stakeholders presenti sul territorio così da ascoltare pienamente le esigenze dei pubblici e radicarsi nel tessuto della città.

Già a partire dagli anni Cinquanta sono state attivate politiche di democratizzazione della cultura ed in seguito sono stati elaborati strumenti come “Access for All Self Assessment toolkit” pubblicato dal “Museums, Libraries and Archive Council” (2010) che presenta una lista aggiornata sia delle barriere che esistono nei musei che soluzioni per superarle.

Fig. 2. Le caratteristiche chiave per un museo accessibile

> si ispira a valori fondati sul rispetto, la comprensione e l'attenzione nei confronti delle diverse esigenze e attese di tutti gli utenti, esistenti e potenziali	Ethos (valori di riferimento)
> individua finalità, obiettivi e modalità operative riferite alle pari opportunità di accesso	Politiche di accesso
> ha una politica di sviluppo delle collezioni che tiene in considerazione tutti gli utenti, attuali e potenziali, stimolando il loro interesse e promuovendo la diversità	Collezioni
> consulta attivamente un'ampia gamma di utenti attuali e potenziali, in modo da verificare che i servizi offerti rispondano alle loro esigenze e aspettative	Utenti attuali e potenziali
> ha una politica di marketing e pubblicità che promuove le sue collezioni e i suoi servizi presso tutti gli utenti, esistenti e potenziali	Marketing e pubblicità
> ha una politica del personale e della sua formazione che sostiene lo sviluppo di servizi accessibili a tutti gli utenti	Risorse umane (personale e formaz.)
> è aperto, propositivo e attento alle sollecitazioni esterne nelle attività di rete e nella creazione di rapporti e partnership con altri settori, istituzioni e agenzie	Partnership e attività di rete

Fonte Fondazione Cariplo (2009)

Come evidenziato in precedenza Evans e Shaw (2004) hanno formulato tre punti chiave per favorire il superamento di tali ostacoli: lo sviluppo dell'accesso, lo sviluppo socio-economico e l'inclusione culturale. In una prima fase, infatti, sarà necessario effettuare delle ricerche sul pubblico e sul non pubblico per poi progettare delle attività che incentivino l'ingresso da parte dei residenti (rimozione barriere fisiche, economiche, agevolazioni, cataloghi online, servizi per pubblici con esigenze speciali, come persone con disabilità). In una seconda fase, gli enti dovranno effettuare attività al di fuori dei

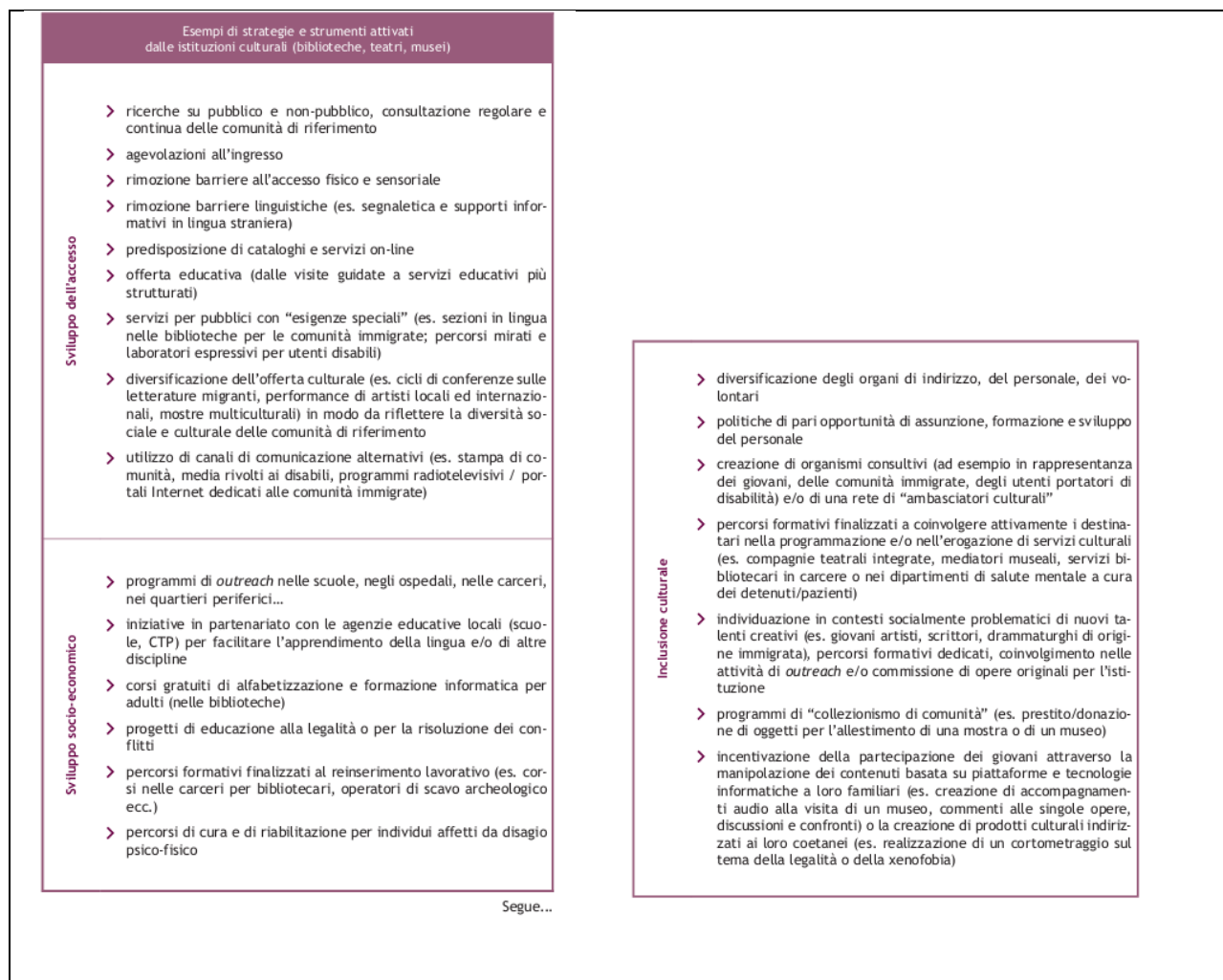
loro confini fisici, con servizi nelle scuole, negli ospedali, nei quartieri periferici. Infine l'inclusione sociale sarà stimolata tramite la diversificazione degli organi di indirizzo, tramite la creazione di programmi di collezionismo di comunità o attività che garantiscano il coinvolgimento attivo dei cittadini.

Questo approccio strategico per la creazione di iniziative culturali partecipate non è fine a sé stesso e può essere importante dal punto di vista del potere trasformativo che esse rappresentano per i cittadini. Nussbaum (2010) ha così individuato l'importanza del cultural engagement e l'abilità di comportarsi come cittadini globali in un sistema democratico: *“Le arti creano un sistema per un dibattito ragionato, aiutando alla costruzione di democrazie in grado di superare paure e sospetti e creando un mondo in cui vale la pena vivere.”*

Inoltre uno degli studi condotti dalla NEA *“Art-Goers in their Communities: Patterns of Civic and Social Engagement”* (2008) ha evidenziato che i cittadini coinvolti in progetti artistici collaboravano anche ad attività civiche con un tasso maggiore rispetto ai non partecipanti. Questo dato non era correlato a fattori come livello di istruzione, sesso o altri indicatori demografici. Altri studi come quelli condotti da Leroux & Bernadska (2014) e Delaney & Keaney (2016) hanno ulteriormente confermato questa tesi mostrando come coloro che partecipano a progetti culturali sono politicamente più attivi e tra questi i giovani hanno dei comportamenti civici più forti (Caperna et al., 2020).

Quindi la cultura non può essere esclusivamente considerata come motore di sviluppo economico, ma deve essere vista come una risorsa che favorisce lo sviluppo sociale, in quanto incentiva l'interesse da parte dei soggetti anche in forme di “cittadinanza attiva”, collegate al territorio.

Fig. 3. Strategie e strumenti attivati dalle istituzioni culturali



Fonte Fondazione Cariplo (2009)

1.9 La scala della partecipazione

Nel precedente paragrafo sono state delineate alcune linee guida per attivare processi partecipati, come sottolineato dalla scala della partecipazione di Arnstein (1969). Il primo livello è rappresentato dalla non partecipazione, caratterizzata dall'assenza di collaborazione con gli utenti finali perché lo scopo dell'iniziativa culturale è solo l'ottenimento del loro consenso. Seguono la manipolazione e la terapia in cui ad una platea di utenti passivi vengono esclusivamente fornite delle informazioni parziali.

Nel secondo livello la cooperazione ed i cambiamenti simbolici determinano una visione alternativa dei progetti, senza tuttavia assegnare effettivamente alcun potere all'utenza. L'informazione, che rappresenta il terzo stadio, è un primo passo verso la partecipazione perché si informano le comunità sui processi passati e su quelli in atto.

Nel quarto stadio, la consultazione apre la strada al diritto di espressione da parte del pubblico, sancito poi dalla pacificazione, ove le persone hanno potere di influenzare le decisioni dei vertici dell'istituzione culturale.

Negli ultimi gradini della scala ci si avvia verso la restituzione di potere ai cittadini e si avviano accordi di partenariato, in cui la negoziazione istituisce un potere paritario tra il vertice della piramide e la base. Infine la delega ed il controllo da parte dei cittadini stabiliscono che le comunità decidano i piani da intraprendere, dato che i cittadini stessi fanno parte di commissioni istituite ad hoc per rispondere alle loro esigenze (Debono, 2025).

Fig. 4. La scala della partecipazione



Fonte Arnstein (1969)

Una delle prime tappe che gli enti culturali devono intraprendere per favorire la partecipazione è quindi lo studio del proprio pubblico di riferimento, focalizzandosi su interessi, motivazioni, necessità dei visitatori e dei non fruitori, per analizzare le esperienze pregresse ed il contesto socio-culturale di appartenenza.

Nel processo decisionale devono essere quindi coinvolte le comunità a proposito di quali iniziative intraprendere, quali mostre favorire, quali elementi della collezione valorizzare.

L'ente deve chiarire obiettivi da raggiungere, quali sono gli intervistati potenzialmente esclusi nelle analisi, il target di riferimento, le esigenze a cui il museo sta rispondendo, gli ambiti a cui i visitatori possono partecipare e l'elaborazione dei feedback dei visitatori. L'analisi approfondita dell'ambiente di riferimento interno ed esterno facilita la progettazione di processi partecipati. Più si conosce il target di riferimento, tanto più facile sarà coinvolgerlo. L'aspirazione è quella di creare Consigli in cui i cittadini possano proporre le loro idee (NEMO, 2023).

Fig. 5. Lo scambio tra musei e pubblico



Fonte NEMO (2023)

1.10 La partecipazione delle comunità nella legislazione

L'accresciuto ruolo delle comunità all'interno della tutela e della valorizzazione del patrimonio culturale è divenuto sempre più rilevante nel quadro normativo.

In questo senso la Convenzione di Faro è stata una delle pietre miliari per poter porre in collegamento il cultural heritage con i cittadini. Adottata il 13 ottobre del 2005 dal

Comitato dei Ministri del Consiglio d'Europa, è entrata in vigore il 1° giugno 2011. Essa rimarca il collegamento tra il patrimonio culturale ed i diritti umani, ponendo in relazione i beni con le comunità, perché solo attraverso questa interazione il patrimonio acquisisce senso e significato, grazie ai valori e agli usi conferiti dai cittadini (Consiglio d'Europa, Ufficio Venezia, 2020).

La Convenzione è un quadro legislativo, dunque non impone azioni ma le suggerisce ed i suoi principi cardine sono:

- sviluppo della partecipazione democratica e della responsabilità sociale attraverso l'inclusione sociale nella fase di progettazione dei cittadini, delle associazioni, degli enti governativi per creare opportunità di fruizione;
- miglioramento dell'ambiente e della qualità della vita al fine di rafforzare il senso di appartenenza degli individui e per promuovere una visione olistica del patrimonio che includa anche l'ambiente naturale;
- gestione e comprensione della diversità culturale per facilitare l'inclusione sociale;
- sostegno ai progetti di coesione sociale, attraverso investimenti nel patrimonio culturale.

La definizione di cultural heritage si è dunque ampliata includendo valori, credenze e saperi. L'individuazione di quali beni definire come culturali è stata allargata anche alle comunità che usano ed interpretano il patrimonio culturale. Si delinea così la nascita di una comunità patrimoniale, formata dai cittadini che, insieme alle istituzioni pubbliche, sanciscono l'importanza dei beni culturali, in un processo bottom up. Inoltre viene posto l'accento sull'importanza data *al* patrimonio e non *del* patrimonio culturale, perché la partecipazione è fonte di crescita personale ed è di fondamentale importanza per plasmare l'identità della persona. Inoltre si sollecitano gli Stati membri a investire nel patrimonio culturale, non solo come oggetto di conservazione e manutenzione, ma per la sua funzione di motore di sviluppo economico e sociale (Gualdani, 2020).

1.10.1 L'importanza della partecipazione culturale per la Commissione Europea

I pilastri che guidano la Convenzione di Faro sono stati rimarcati dalla Commissione Europea, il cui quadro d'azione promosso in occasione dell'Anno Europeo del Patrimonio Culturale (2018) si basa su cinque principi cardine:

- il patrimonio culturale in grado di garantire partecipazione e accesso per tutti;
- il patrimonio culturale a sostegno della creazione di un futuro sostenibile;
- il patrimonio culturale come attivatore di iniziative per la salvaguardia dei beni in pericolo;
- il patrimonio culturale al servizio della ricerca e dell'innovazione;
- il patrimonio culturale come strumento per progetti internazionali.

I benefici che derivano dalla partecipazione culturale dei cittadini sono stati catalogati in:

- effetti intrinseci, i quali riguardano la soddisfazione di bisogni personali, di intrattenimento, di esperienze condivise, di ispirazione, di celebrazione;
- effetti strumentali, per i quali il bene culturale può essere utilizzato per arrivare ad un ulteriore scopo, come le esperienze di art therapy o le strategie riabilitative tramite la cultura;
- effetti funzionali, che riflettono come la cultura possa sostenere e sviluppare la società, favorendo la coesione sociale (UE, 2018).

Lavorare sugli effetti intrinseci presenta una serie di risvolti positivi dal punto di vista economico e sociale, permettendo inoltre il dialogo nella comunità e tra le comunità. Inoltre la cultura rafforza il valore della democrazia, ovvero la percezione dei cittadini di poter contribuire alla formazione della società, di creare e mantenere le identità, modificare i valori e le preferenze collettive, contribuire alla coesione sociale, rafforzare la partecipazione civica.

Tuttavia l'attuazione di strategie di incentivi alla partecipazione culturale risulta complessa. Per cercare di superare questi ostacoli, il quadro d'azione delinea delle linee guida per attrarre un pubblico più ampio dando maggiore visibilità a progetti dedicati al patrimonio europeo, come le "Giornate europee per il patrimonio", ed attività bottom up che presentino una co-progettazione con i cittadini (UE, 2018).

1.10.2 La Regione Veneto e la Convenzione di Faro

L'importanza del valore della partecipazione culturale è stata presa in esame anche in Italia e nella Regione Veneto.

La “Conferenza Internazionale di Venezia” (2 marzo 2013) ed il “Laboratorio di Faro a Venezia: La sfida della città metropolitana tra passato e futuro” hanno avviato una serie di conferenze e di workshop per avvicinare i cittadini dell’isola ai principi della Convenzione e per testare dei modelli di gestione ed attuazione dei suoi principi.

I convegni hanno raggiunto un pubblico ampio ed hanno attivato una profonda riflessione su come Venezia e Mestre siano popolate da comunità patrimoniali, vive e partecipi alla co-gestione del Cultural Heritage di cui dispongono. Proprio il convegno di Forte Marghera ha portato alla firma della “Carta di Venezia” sul valore del patrimonio culturale per la comunità veneziana. Come evidenziato all’interno del documento:

“La Comunità veneziana si adopera nella definizione di misure concrete per la sua piena ed efficace attuazione. (A) In particolare, la Comunità veneziana Riconosce la validità e la forza innovativa dei principi espressi dalla Convenzione di Faro;

– Considera il patrimonio culturale una risorsa utile alla società e alle generazioni future che va oltre il mero fine delle azioni di conservazione, promozione e valorizzazione;

– Afferma tutte le potenzialità inclusive dell’eredità culturale quale strumento di coesione sociale e risorsa importante per promuovere la diversità culturale, il dialogo interculturale e la valorizzazione del patrimonio comune europeo;

– Riconosce il fondamentale apporto del patrimonio culturale al progresso sociale, umano ed economico, e la diffusione dei comuni valori europei;

– Individua, nell’accesso e nella partecipazione attiva alla vita culturale della comunità locale di riferimento, dimensioni essenziali dei diritti umani fondamentali;

– Saluta l’enunciazione per la prima volta nella Convenzione di Faro, art. 1 lett. a), del «diritto all’eredità culturale» come diritto fondamentale;

– Considera indispensabile la promozione di un processo partecipato alla gestione del patrimonio, che preveda una condivisione di responsabilità e una diversificazione degli attori coinvolti anche in seno alla società civile;

– Ritiene necessario l'orientamento dell'economia legata al patrimonio verso uno sviluppo sostenibile dei territori locali, con una particolare attenzione per l'interazione dell'uomo con il paesaggi.”

“(B) A partire dal quadro di riferimento della Convenzione sopradescritto, la Comunità veneziana offre il suo sostegno allo sviluppo delle seguenti linee d'azione per l'efficace e partecipata applicazione della Convenzione e a tal fine:

- 1. Riconosce alle città ed alle comunità cittadine di riferimento un ruolo propulsore nell'applicazione dei principi della Convenzione;*
- 2. Auspica che i cittadini si impegnino attivamente, in qualità di membri attivi e anelli di collegamento tra le «comunità di eredità culturale» e le istituzioni ai diversi livelli, con l'obiettivo di costruire sinergie per la condivisione di conoscenze e ruoli, affermando pienamente il principio della partecipazione democratica delle persone alla vita culturale della propria città;*
- 3. Incoraggia, sull'esempio marsigliese, la nascita di «commissioni patrimoniali» (heritage Commissions) come spazio pubblico di concertazione e di scambio tra le comunità di eredità culturale, le associazioni dei cittadini, le istituzioni e gli enti culturali, con l'obiettivo di attivare sinergie e processi partecipativi nello sviluppo delle politiche e delle attività culturali locali e transnazionali;*
- 4. Favorisce la nascita di una rete diffusa di organismi e «club» locali (sull'esempio di Faro Venezia), quale mezzo di coordinamento europeo per la diffusione dei principi della Convenzione, lo studio di proposte innovative per la sua applicazione e la promozione di uno scambio fruttuoso tra società civile e istituzioni (D'Alessandro A., 2015).”*

La Carta evidenzia alcuni temi chiave tra i quali l'importanza del patrimonio culturale come attivatore di processi di rigenerazione socio-economica, il ruolo della cittadinanza nella vita culturale inteso come diritto fondamentale, gli incentivi alla creazione di commissioni patrimoniali, in cui i residenti possano scegliere quali iniziative attuare.

In secondo luogo, è possibile notare che il patrimonio culturale non viene considerato solo come un oggetto di mera conservazione, ma come elemento di coesione sociale, per favorire il dialogo e la diversità culturale, senza dimenticare l'universalità dei valori comuni europei.

In aggiunta l'accesso alla partecipazione è identificato come un diritto fondamentale da tutelare, così come la gestione del patrimonio deve essere effettuata sulla base della sinergia tra enti governativi ed i cittadini, co- progettando attività per uno sviluppo sostenibile (D'Alessandro, 2015).

Seppur gli sforzi delle convenzioni quadro spingano ad avvicinare la cittadinanza al patrimonio culturale, nella legislazione italiana le istanze delle comunità non vengono sempre tenute in considerazione sia nel momento dell'identificazione dei beni, sia nella pratica conservativa. Si nega loro quindi di interpretare il patrimonio secondo il significato che gli viene attribuito nel presente. La visione adottata, fortemente eurocentrica, ha determinato una considerazione del patrimonio esclusivamente dal punto di vista estetico, senza riflettere sul valore sociale che esso incarna. Dunque la definizione di bene rimane relegata ad un sfera di significati estetici e storici, senza tenere in considerazione le dinamiche culturali contemporanee. In secondo luogo, la selezione dei beni è un processo top down, definita dal ministero dei Beni culturali, dalla Soprintendenza e dalle Istituzioni Regionali le quali conferiscono grande rilievo alla conservazione senza considerare l'importanza della partecipazione (D'Alessandro, 2015).

1.11 Venezia e la rigenerazione culture-led

Nel presente capitolo è stato condotto un inquadramento storico, normativo e teorico per comprendere come le forme della rigenerazione urbana si siano modificate nel tempo, evidenziando sempre più la centralità del ruolo della cultura per favorire la rinascita urbana a livello economico e sociale. Le strategie adottabili si diversificano in base alle esigenze del luogo ed ai finanziamenti disponibili, oltre che alle visioni future dell'immagine della città, da parte dei cittadini e della politica. La collaborazione tra residenti e l'Amministrazione è il principio cardine dei processi di culture-led regeneration. Tale collaborazione è stata avvertita come necessaria dal legislatore europeo, al fine di garantire una partecipazione ampia al patrimonio culturale, inteso come fonte di rigenerazione a base culturale. Infatti la legislazione europea, come riportato nella Convenzione di Faro, rimarca tali principi e sottolinea l'importanza di creare comunità patrimoniali, formate dai cittadini che, insieme alle istituzioni pubbliche, co-gestiscono il patrimonio culturale. In aggiunta l'accesso alla partecipazione è stato identificato come un diritto fondamentale da tutelare, così come la gestione del

patrimonio deve essere effettuata sulla base della collaborazione tra enti governativi ed i cittadini, co- progettando attività per uno sviluppo sostenibile e diffuso sul territorio. Il primo passo per attivare queste politiche è l'identificazione delle problematiche che la città affronta. Per questo motivo verranno delineate in seguito le criticità a livello demografico ed economico che Venezia sta affrontando ormai da anni, per comprendere poi quali strategie potrebbero essere messe in atto per rigenerare la città, partendo dalla cultura.

Capitolo 2

I cambiamenti storici di Venezia

2.1 Introduzione al capitolo 2

All'interno del presente capitolo sarà possibile ripercorrere le evoluzioni demografiche della popolazione di Venezia dalla fine del 1800 ad oggi, in collegamento con le modificazioni intervenute nell'economia dell'isola. Lo spopolamento è ad oggi un drammatico problema; molti sono coloro che abbandonano l'isola, l'età media dei residenti si sta innalzando e le nascite diminuiscono. Inoltre da recenti studi (Fondazione Pellicani, 2024) è stato evidenziato lo squilibrio del reddito medio tra i diversi sestieri. Infatti le zone centrali, con maggiori eventi ed istituzioni culturali, hanno un reddito medio maggiore rispetto a spazi periferici, che vedono un calo reddituale, a fronte dell'aumento del costo della vita e della mancanza di abitazioni a prezzi accessibili. Gli effetti della gentrificazione sono ormai evidenti da anni ed il flusso di turisti non è diminuito, anche dopo l'introduzione del ticket d'accesso (Calcagno et al., 2025).

2.2 La popolazione nel secondo dopoguerra

La città, risparmiata dai bombardamenti della Seconda Guerra Mondiale, vide un aumento dei suoi abitanti. Si trasferirono sull'isola in particolare famiglie scappate dall'Istria e dalla Dalmazia, profughi provenienti dalle campagne per sfuggire alle incursioni. La fascia d'età prevalente era compresa tra i 25 ed i 34 anni. Le statistiche evidenziano che dal 1936 al 1951 la popolazione crebbe sino a raggiungere le 318.202 unità. Il Centro Storico registrava la densità abitativa più alta (219,25 persone per ettaro) accresciuta anche dall'importante flusso migratorio in entrata durante la guerra (Reberschak, 2002).

Fig. 6. Case popolari San Giobbe, 1907



Fonte Campostrini, De Marchi, Olivi, Urbani (2025)

La città non disponeva di strutture adeguate ad ospitare contemporaneamente rifugiati e residenti: le 47.586 famiglie vivevano in 33.502 abitazioni ed il sovraffollamento causò disordini e proteste da parte dei cittadini, nonché il successivo primo grande esodo dalla città. Per affrontare la mancanza di abitazioni a norma, nel secondo dopoguerra, furono attuati nuovi progetti di edilizia popolare a Dorsoduro, Castello, San Girolamo, Murano, Santa Marta e alla Giudecca (Reberschak, 1993, pp.30-32; Casellato, 2002).

Fig. . Precarie condizioni abitative Calle delle Colonne, settembre 1937



Fonte Filippi (1993)

Il censimento della popolazione permanente del 1951, registrava una preminenza di occupati nell'industria (43.824 dipendenti), seguito da commercio e servizi vari, incluso il terziario (25.390 dipendenti), nel settore trasporti e comunicazioni (13.338 dipendenti) e nell'agricoltura (8.663 dipendenti).

Le aziende più importanti sull'isola erano il Cotonificio Veneziano, il Molino Stucky, la fabbrica di orologi e strumenti di precisione Junghans, la Manifattura Tabacchi, l'Arsenale ed il settore cantieristico (con numerose società).

Grazie ad un piano di sistemazione degli alberghi varato dal Comune si volle dare slancio all'attività turistica che vide dal 1951 un aumento del flusso dei visitatori di ceto medio-alto. Le grandi società turistiche promossero inoltre l'immagine di Venezia come meta per i turisti di alto rango, nonostante nei mesi estivi si segnalava un'importante presenza di villeggianti delle classi medie. Nel 1952 si registrarono in totale 651.036 arrivi (Reberschak, 2002).

2.3 Il 1950: tra calo demografico e boom economico

Il 1951 rappresentò per Venezia l'inizio del calo demografico. Se da un lato si assistette all'aumento della popolazione residente nella terraferma e nell'estuario, sull'isola cominciò il lento decremento, passando da 191.199 abitanti nel 1951 a 135.915 nel 1966, una diminuzione del 33,8% (Reberschak, 2002).

Tra il 1951 ed il 1961 il tasso medio annuale di spopolamento crebbe dal 2,18% al 2,51% e se la popolazione nell'entroterra passava da 335.719 unità a 366.708, con un aumento di 31.000 persone, il Centro Storico perse 40.000 residenti. Questo trend portò alla fine del 1967 nel Centro Storico alla presenza di soli 119.000 cittadini.

Dai dati demografici è possibile notare che tra il 1952 ed il 1954 nelle isole si registravano 12,31 nascite ogni mille abitanti. La percentuale scese a 12,06 tra il 1958 ed il 1960. Contemporaneamente aumentò l'indice di mortalità, passando da 11 a 14 abitanti su mille nel 1966, ovvero più uscite che entrate nella tabella statistica.

L'esodo da Venezia tra il 1951 ed il 1966 registrò un'emigrazione pari a 123.000 unità, solo in parte attenuata dall'arrivo di 65.000 immigrati e la dispersione totale fu pari a 55.000 unità. Il 78% dei veneziani che abbandonava l'isola rimaneva nel Comune, il 66% si stabiliva nella terraferma, il 12% si spostava al Lido ed il 22% ne usciva.

Tra coloro che lasciavano l'isola, il 44% aveva meno di 30 anni ed il 71% meno di 45. Ciò determinò il conseguente invecchiamento generale della popolazione, passata da 34 anni e mezzo nel 1951 a 38 anni e mezzo nel 1966.

Il numero di donne in età di concepimento scese da 52% nel 1951 al 48% nel 1966. Nel 1966 inoltre crebbe anche il rapporto tra anziani inoperosi rispetto alle persone in età lavorativa passando dal 13% del 1951 al 19% nel 1966.

Nel 1951 i giovani sotto i 15 anni rappresentavano il 32% della popolazione attiva, ma nel 1966 la percentuale si restrinse al 25%. Per 100 abitanti sotto i 15 anni vi erano 40 in età superiore ai 65, numero salito a 78 nel 1967.

Circa le professioni presenti nella città insulare troviamo 400 unità addette nel settore primario, 16.700 nel settore secondario, 46.200 nel settore terziario, per un totale di 63.300 occupazioni.

L'economia veneziana tra gli anni Cinquanta e Settanta vide una fase di declino del settore secondario e le aziende che erano rifiorite nell'immediato dopo guerra, iniziarono a scomparire. I Molini Stucky, il Cottonificio Veneziano, i Cantieri Navali, le officine meccaniche e aeronavali, l'Opificio di Stato e l'Arsenale chiusero o vennero fortemente riproporzionate. Alcune realtà (come Junghans, Manifattura Tabacchi o le fabbriche di vetri) resistettero, pur con ridimensionamenti costanti, o vennero cedute (Censis 1973).

Fig. 8. Solidarietà agli occupanti del Molino Stucky che avrebbe chiuso nel 1954



Fonte Fondo Mantovani, Comune di Venezia (1954)

Al contrario dell'esodo dei veneziani, nel turismo si registrò un aumento di visitatori tra il 1955 ed il 1966, anno in cui l'isola accolse 380.000 presenze in più rispetto al 1955. La maggioranza dei turisti proveniva da paesi esteri e la concentrazione più alta si registrava in luglio, agosto e settembre. Questo flusso stagionale iniziò a minare decisamente l'equilibrio, non solo economico, della vita veneziana (Unesco, 1969).

Le cause del decremento demografico sono riconducibili, dunque, sia a fattori naturali che sociali. Da un lato vi è stato l'invecchiamento generale della popolazione, dall'altro lo spopolamento del Centro Storico collegato alla nuova tendenza di mutare la destinazione d'uso degli edifici da abitazioni ad alloggi per i turisti. Inoltre, nonostante l'attuazione dei piani di espansione urbanistica, la richiesta di abitazioni a norma non trovava una risposta adeguata (Reberschak, 2002).

2.4 La legge speciale del 1973, gli effetti sui cittadini e sulle abitazioni

Il problema della mancanza di un piano regolatore per favorire la residenzialità si è rafforzato negli anni Settanta. Se negli esodi precedenti, gli emigrati dal Centro Storico appartenevano al ceto medio- basso della popolazione che si spostava per trovare abitazioni più moderne, in questo periodo le motivazioni cambiarono. Infatti, vi fu un aumento del prezzo degli affitti, a seguito di nuovi investimenti pubblici per attività di restauro degli immobili; questo fenomeno fu accompagnato dal turismo che favorì la riconversione a fini turistici degli immobili, ciò spinse i cittadini a basso e bassissimo reddito ad abbandonare l'isola (Zanardi, 2020).

Per trattare le cause dell'esodo della popolazione veneziana negli anni in esame è doveroso illustrare la *Legge Speciale per Venezia* del 1973, creata successivamente al fenomeno all'acqua alta del 1966. La marea superò i 190 cm., eliminando tutte le barriere naturali che proteggevano l'isola dal mare. Per contrastare e prevenire in futuro ulteriori inondazioni, la *Legge Speciale* prometteva interventi per la salvaguardia di Venezia, per la tutela dell'equilibrio idraulico lagunare e per il mantenimento della vitalità socio-economica (Dorigo, p. 40).

Il testo di legge ineriva le attività di restauro e di riconversione d'uso degli alloggi per i cittadini di Venezia, ma ben poco venne effettuato.

La legge stanziava 93,6 miliardi per interventi di risanamento della città storica. Il 30% era destinato al restauro degli edifici immobili monumentali e pubblici ed il 70% per operazioni dirette dal Comune. La nozione di salvaguardia, tuttavia, rimaneva sconnessa alle esigenze reali della popolazione, mantenendo Venezia nello scrigno del suo splendore artistico.

Inoltre la *Legge Speciale* affondava le sue radici nel Piano Comprensoriale² che non venne mai approvato, le direttive organizzative vennero rilasciate con tre anni di ritardo e non venne disposto un piano urbanistico organico del Centro Storico. In secondo luogo i maggiori stanziamenti vennero destinati agli immobili storico-artistici, monumentali ed al patrimonio pubblico. Solo alcuni spazi dell'edilizia abitativa quindi ottennero gli stanziamenti.

Dal 1973 al 1977 le attività manutentive diminuirono a causa delle limitazioni legislative e per l'aumento dei costi che rendevano alti i prezzi di vendita o di locazione in confronto alla grandezza media delle abitazioni. In aggiunta, secondo la normativa, il Comune avrebbe dovuto prevedere delle abitazioni provvisorie per le famiglie che attendevano il restauro del proprio immobile. In una città come Venezia, tuttavia, trovare degli alloggi temporanei, in attesa del completamento del risanamento, fu impossibile. Alla fine del 1977 dei 300 miliardi messi a disposizione, solo 56 vennero utilizzati e a 10 anni di distanza solo 128 abitazioni furono ultimate nella zona insulare. Inoltre gli interventi si rivolgevano agli stabili preservati, mentre le aree degradate vennero abbandonate, incidendo così ulteriormente sullo status socio-economico degli abitanti. Tra il 1981 ed il 1987 l'Amministrazione Comunale di Venezia aveva stanziato fondi per 1.240 nuovi alloggi di cui vennero realizzati solo 120. La legge agevolava i grandi proprietari, eliminando gli affitti a prezzo bloccato e favorendo un canone equo concordato con il Comune. Gli abitanti a basso o medio reddito, che precedentemente non avevano abbandonato l'isola per la presenza di fitti bloccati, furono costretti a migrare.

Una conseguenza fu che gli immobili rimasero sfitti dati i prezzi crescenti e numerose abitazioni furono riconvertite a locazioni turistiche (Zanardi, 2020, pp. 107-114).

² Redatto da un pool di esperti di progettisti tra cui Dionisio Vianello.

Fig. 9, Fig.10. Nella fotografia in alto vediamo Fondamenta delle Chiovette con il Rio del Battello in foto ottocentesca. Nella fotografia in basso il medesimo Rio a seguito degli interventi di riedificazione degli anni Ottanta



Fonte Filippi (1993)

Fig. 11, Fig. 12. Edificio risanato a Sacca San Girolamo, 1984. In basso si nota la nuova pianta dello stabile



Fonte Pastor (1993)

2.5 Il calo demografico degli anni Ottanta

Il decremento demografico continuò negli anni Ottanta. Alla luce delle problematiche evidenziate nei precedenti paragrafi, in questa sezione si analizzerà la serie storica dei dati demografici forniti dal Comune di Venezia divisi per Q1 (San Marco, Castello,

Sant'Elena, Cannaregio) e Q2 (Dorsoduro, San Polo, Santa Croce, la Giudecca, Sacca Fisola).

Nel 1987 la popolazione in Q1 ammontava a 49.904 unità, delle quali il 10,38% aveva tra gli 00 ed i 14 anni, il 19,75% tra i 15 ed i 29 anni, il 26,05% tra i 30 ed i 49 anni, il 20,69% tra i 50 ed i 64. Il 23,12% aveva un età maggiore di 64 anni. I nati sono stati 276 ed i morti 814.

Il numero delle famiglie ammontava a 22.635, delle quali il 41% era formato da un membro e 2,20 era il numero medio di componenti per famiglia.

Nel Q2 nel 1987 figuravano 32.799 cittadini, dei quali 10,15% avevano tra gli 00 ed i 14 anni, 20,59% tra i 15 ed i 29 anni, il 25,97% tra i 30 ed i 49 anni, il 21,12% tra i 50 ed i 64. Il 22,11% aveva un età maggiore di 64 anni. I nati sono stati 168 ed i morti 440.³

Le famiglie erano 15.073, con il 40,8% delle stesse formate da un membro e il numero medio di componenti era 2,18.

La popolazione totale era quindi di 82.703 unità e si concentrava prevalentemente nei sestieri di San Marco, Castello, Sant'Elena e Cannaregio. In linea generale la maggioranza dei cittadini aveva un età compresa tra i 30 ed i 49 anni e la mortalità superava il numero delle nascite.⁴

2.6 Il difficile equilibrio tra turismo e residenzialità

Negli anni Novanta Venezia venne sempre di più orientata verso la filiera turistica, fattore che determinò attrito con le istanze di residenzialità dell'isola e causò l'ulteriore spostamento dei suoi abitanti di ceto medio basso verso l'entro terra.

Analizzando le statistiche nei Sestieri di S. Marco, Castello. S. Elena e Cannaregio nel 1990, la popolazione residente risultava composta da 47.392 unità, di cui il 9,24% aveva tra gli 00 ed i 14 anni, il 19,57% tra i 15 ed i 29, il 25,73 % tra i 30 ed i 49, il 21,11% tra i 50 ed i 64 anni. Infine il 24,36% aveva più di 64 anni. I nati sono stati 292 ed i morti 755.

³ Data la mancanza di dati completi dal 1981 al 1986, si prende in considerazione l'anno 1987 per completezza dei dati.

⁴ Nota metodologica: le statiche riportate sono state elaborate dai dati forniti dall'Ufficio statistica del Comune di Venezia, Comune di Venezia - popolazione residente al 31/12 - anni 1981-2024, Comune di Venezia - popolazione residente nel quartiere n.1 - anni 1981-2024, Comune di Venezia - popolazione residente nel quartiere n.2 - anni 1981-2024.

Le famiglie erano 21.686 , delle quali 41,2% composte da 1 membro.

Nei sestieri di Dorsoduro, S. Polo, S. Croce, Giudecca, Sacca Fisola la popolazione è scesa a 30.773 individui. L'8,97% aveva tra gli 00 ed i 14 anni, il 20,12% tra 15 ed i 29, il 25,74% tra 30 ed i 49, il 21,31% tra i 50 ed i 64, il 23,86% aveva più di 64 anni.

I nati sono stati 179 ed i morti 405. Il numero delle famiglie era 14.277 delle quali il 41,5% composte da 1 membro e il numero medio dei componenti era di 2,16.

I cittadini dunque si concentravano maggiormente nei sestieri individuati in Q1, ma già rispetto al 1987 possiamo notare un decremento in entrambe le aree. Nel 1990 la città presentava una popolazione formata da una maggioranza di residenti in età lavorativa (30 ed i 49 anni).

Arrivando agli anni 2000 noteremo che la popolazione in Q1 ammontava a 40.447 residenti.

Analizzando l'età, si può notare che il 9,58% della popolazione aveva tra 00 ed i 14 anni, il 13,66 % tra i 15 ed i 29 e il 27,33 % tra i 30 ed i 49, il 22,54 % dei residenti avevano tra i 50-64, mentre il 26,89 % presentava un'età maggiore di 64 anni.

In Q2 nel 2000 la popolazione era di 25.939 della quale 9,31 % aveva tra gli 00 e di 14 anni, 14,19% tra i 15 ed i 29, il 27,45% tra i 30 ed i 49, il 22,68% tra i 50 ed i 64 ed il 26,38% era formato da over 64. ⁵

I nati sono stati 164 ed i morti 354. Le famiglie erano 12.823 delle quali il 44,6% composto da 1 membro ed il numero medio di componenti era di 2,02.

Il totale dei residenti ammontava a 66.386, sempre concentrati a San Marco, Castello Sant'Elena e Cannaregio. Il primato della fascia 30-49 anni era ancora presente, ma sia in Q1 che in Q2 è possibile notare un invecchiamento della popolazione a causa dell'aumento della fascia degli over 64 e alla costante diminuzione delle nascite.

I nati sono stati 334 ed i morti 757, quindi il totale della popolazione era di 78.165.

⁵ Nota metodologica: le statiche riportate sono state elaborate dai dati forniti dall'Ufficio statistica del Comune di Venezia, Comune di Venezia - popolazione residente al 31/12 - anni 1981-2024, Comune di Venezia - popolazione residente nel quartiere n.1 - anni 1981-2024, Comune di Venezia - popolazione residente nel quartiere n.2 - anni 1981-2024.

Come si desume dalle statistiche, Venezia ha visto nel corso degli anni una forte diminuzione di abitanti, in particolare di cittadini in età lavorativa, ed un aumento del numero di anziani. A differenza di altri centri storici con una vocazione turistica come Firenze, Milano e Roma, l'isola non ha avuto una sostituzione dei propri residenti; Venezia ha visto così sgretolarsi la funzione di centro abitato, contemporaneamente all'intensificarsi della posizione di attrazione turistica, rendendosi prigioniera della propria immagine.

Considerando il ritmo dello spopolamento annuo (2%), già nel 1992 si prevedeva un calo della popolazione a 60.000 abitanti nel 2000, composti per la maggior parte da over 50, senza che vi fosse un ricambio generazionale (Reberschak, 1993, pp. 15-18).

Infatti il decremento demografico dopo 10 anni è proseguito: in Q1 nel 2010 il numero di residenti era 35.832. Il 10,93 % dei cittadini aveva tra gli 00 ed i 14 anni, il 11,41% aveva tra i 15-29, il 27,19% tra i 30-49, il 21,24 % tra i 50-64, coloro che avevano un età maggiore ai 64 erano il 29,22 %.

Nell'anno preso in considerazione, sono state registrate 255 nascite e 580 decessi.

Il numero delle famiglie era di 18.782, ove il 50,5% presentava un solo componente ed il numero medio di componenti per famiglia era 1,91 (Comune di Venezia, 2010).

In Q2 nel 2010 vi erano 23.789 residenti, composti da una maggioranza di over 64 (29,05%). La fascia di popolazione tra gli 00 ed i 14 anni era il 10,62%, tra i 15 ed i 29 anni, l'11,29%, il 27,21% tra i 30 ed i 49 ed infine il 21,93% presentava un età tra i 50 ed i 64 anni. I morti hanno superato del doppio i nati (311 decessi a fronte di 151 nascite); il numero delle famiglie è 12.668 di cui il 51,4% formate da un solo membro, il numero medio di componenti si è assottigliato al 1,88.

Il totale della popolazione veneziana è di 59.621, i residenti locati sono collocati prevalentemente in Q1. La popolazione, oltre a un netto calo, ha visto anche un ulteriore invecchiamento e tutti i sestieri vedono una cospicua percentuale di over 64.

Una ricerca del COSES (2009) rileva che il 63,3% dei veneziani ha lasciato la città per l'eccessivo prezzo degli affitti e degli alloggi. Nello studio viene evidenziato che il 58% degli intervistati avrebbe voluto vivere in città e l'81% vi tornerebbe se le abitazioni avessero dei prezzi ragionevoli (Ocio, 2022).

Nonostante il ritmo costante dello spopolamento dell'isola nel corso degli ultimi decenni, le istituzioni non hanno posto rimedio al fenomeno.

I tre mandati da Sindaco di Cacciari proseguirono la linea politica delle precedenti giunte: destrutturazione della pianificazione urbanistica pubblica, privatizzazione degli spazi e di funzioni urbane, destinazione di Venezia a monocultura turistica. Infatti la fine del XX secolo ha aperto le porte al turismo di massa: dagli anni Novanta al 2000 Venezia ha visto un incremento del 5,6% di presenze in media ogni anno (inclusi nuovi Paesi come Cina, Brasile, Russia). È inoltre aumentato il numero di escursionisti (20 milioni all'anno), ovvero di coloro che visitano la città senza soggiornarci. Inoltre le strutture ricettive sono aumentate a causa dell'aumento del numero degli airbnb, giunti in laguna nel 2008, ma diffusosi a partire dal 2015 (Zannini, 2014; Zanardi, 2020).

Dal 2010 al 2024 lo spopolamento è proseguito senza un intervento da parte delle autorità. I programmi per aumentare gli spazi abitativi per i residenti si sono susseguiti dagli anni 2000, quando la Giunta Costa annunciava 1.400 appartenenti e nel 2015 il sindaco Brugnaro ipotizzava 30.000 nuovi residenti favoriti dai nuovi progetti di edilizia popolare. Le iniziative sono state un fallimento con 1.214 alloggi progettati dal Comune, di cui solo 209 sono stati effettivamente realizzati tra il 2005 e il 2019 (Ocio, 2020).

La realtà è che i sestieri a partire dal 2020 hanno visto un ulteriore decremento. I dati riportati dal Comune di Venezia mostrano che in Q1 nel 2020 la popolazione era di 30.616 abitanti: il 10,06 % aveva tra gli 00 e di 14 anni, il 12,25 % tra i 15-29, il 21,89 % tra i 30 ed i 49, il 24,24% tra i 50 ed i 64, il 31,56 % aveva un età maggiore ai 64 anni. I nati sono stati 137, i morti 530.

In Q2 nel 2020 la popolazione era di 20.592. È possibile notare un'alta percentuale di over 64 pari al 31,64%, seguito dalla fascia 50-64 (24,54%).

I residenti tra gli 00 ed i 14 anni erano 9,83%, tra i 15 ed i 29 il 12,49% e tra i 30 ed i 49 il 20,30%.

I nati sono stati 103 ed i morti 366. Le famiglie registrate erano 16.424 tra le quali il 52,8% era formato da un solo componente. Il numero medio componenti era 1.86.

I cittadini del Centro Storico erano ridotti dunque a 51.208 in Q1, con una percentuale costantemente in aumento di over 64.

Spostandoci al 2024, nel Q1 i cittadini erano 29.015, formati da una maggioranza di over 64 (32,25%), seguito da abitanti la cui età era compresa tra i 50 ed i 64 anni (25,05%) mentre la popolazione tra gli 00 ed i 14 anni era di 8,86%, seguito dalla fascia 15-29 (13,32%) e 30-49 (20,41%).

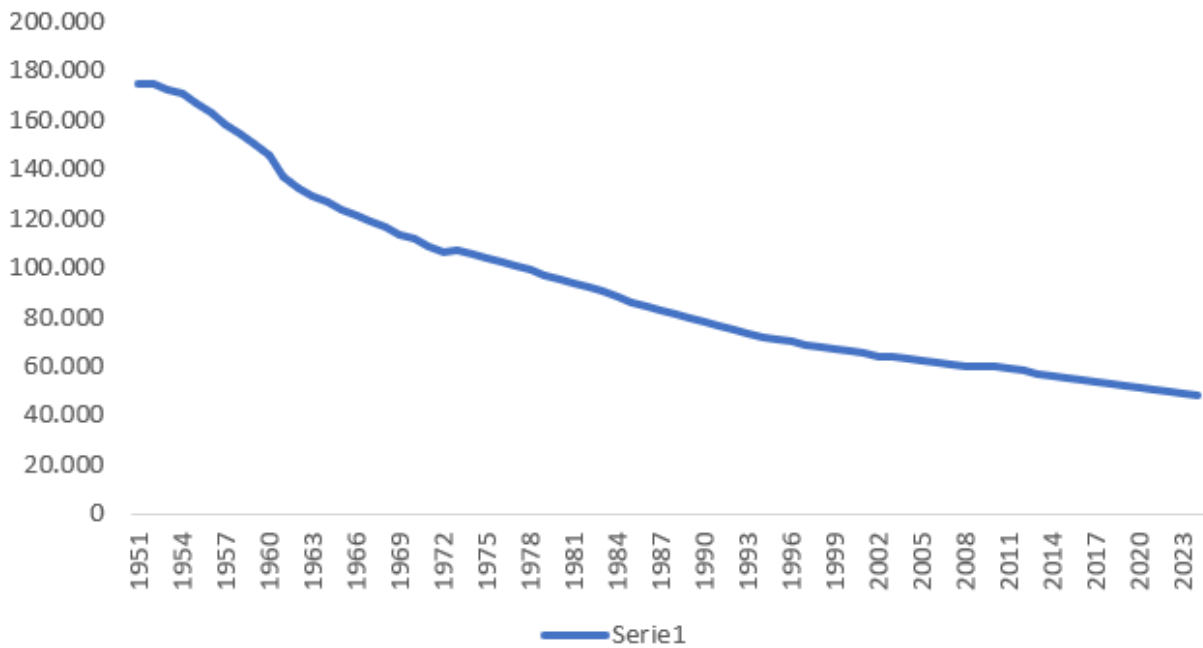
I nati sono stati 136 ed i morti 469. Sono state registrate 16.020 famiglie, composte per lo più da un membro 55,4% e il numero medio di componenti si assesta al 1,81%.

Nel sestieri di Dorsoduro, S. Polo, S. Croce, Giudecca e Sacca Fisola i residenti erano 19.474, di cui l'8,41% aveva tra gli 00 ed i 14 anni, il 13,37% tra i 15 ed i 29, il 20,01% tra i 30 e di 49, il 25,20% tra i 50 ed i 64 e gli over 64 rappresentavano il 33,01% della popolazione. I nati sono stati 72 ed i morti 304. Il numero delle famiglie era 10.803 di cui 55,4% composte da solo 1 membro e 1,80 era il numero medio di componenti.

Nel Centro Storico nel 2024 la popolazione registrava quindi 48.489 abitanti (maggioranza composta da over 64), si sono registrate 208 nascite a fronte di 773 morti (Comune di Venezia, 2021). Infine al 31 gennaio 2025 sono stati registrati 47.625 cittadini.

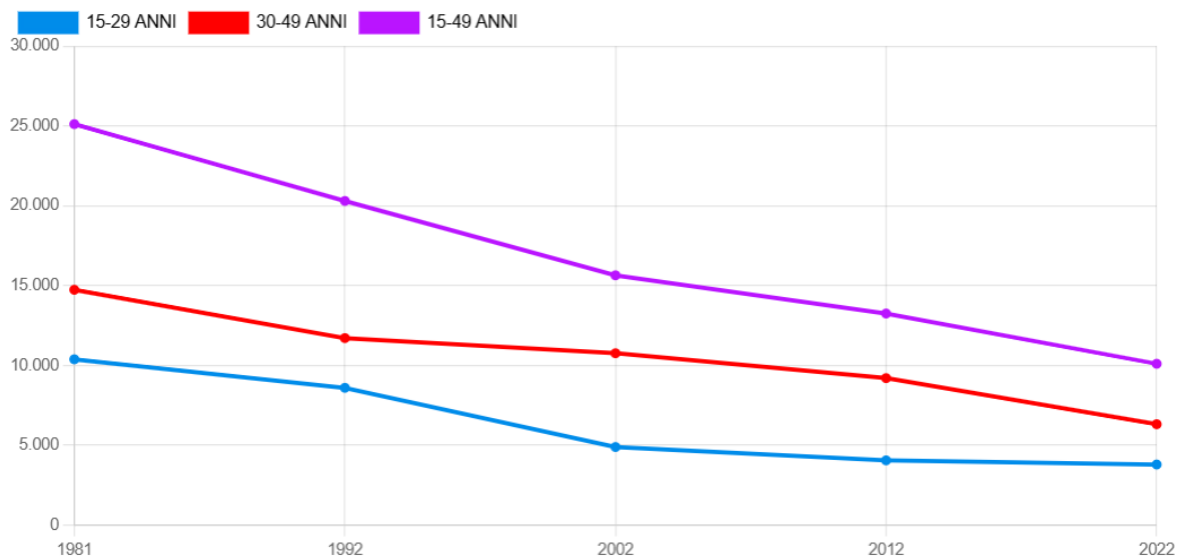
I progetti di social housing del Comune non sono stati ultimati e le attività manutentive agli edifici che potrebbero essere destinate ai residenti non vengono effettuate. Ad oggi 1 appartamento su 5 gestiti dall'Ater e 1 su 8 degli edifici di proprietà del Comune rimangono vuoti, con il conseguente calo di 50 lotti abitabili all'anno (Ocio, 2022).

Grafico 1. Calo demografico Venezia 1951-2023



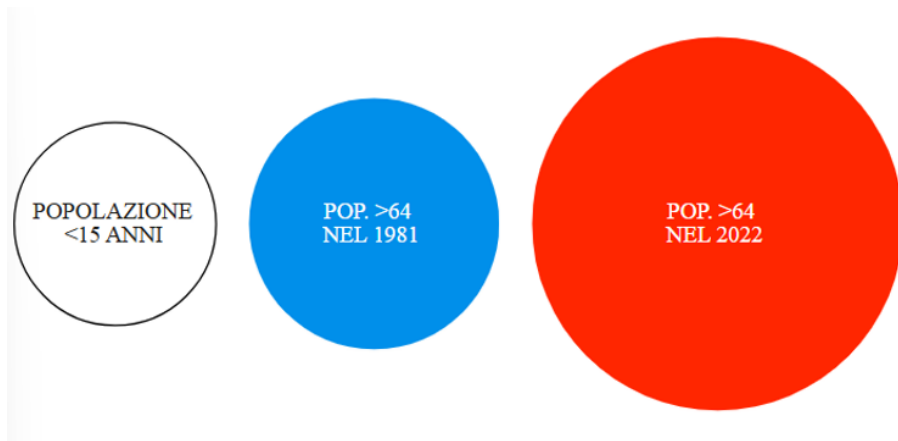
Fonte dati Istat, Comune di Venezia (2023)

Grafico 2. Diminuzione giovani 15-29 anni Sestieri San Marco, Castello, S. Elena, Cannaregio



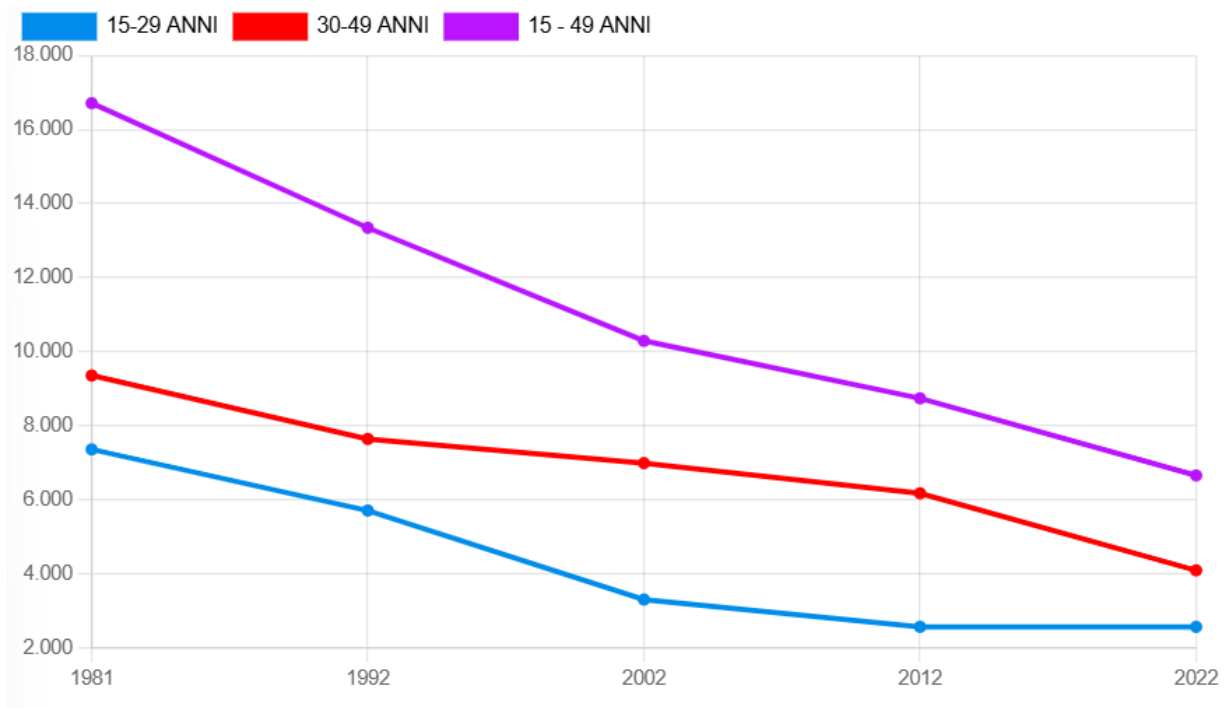
Fonte Fondazione Pellicani (2024)

Grafico 3. Indice di vecchiaia nei Sestieri San Marco, Castello, S. Elena, Cannaregio



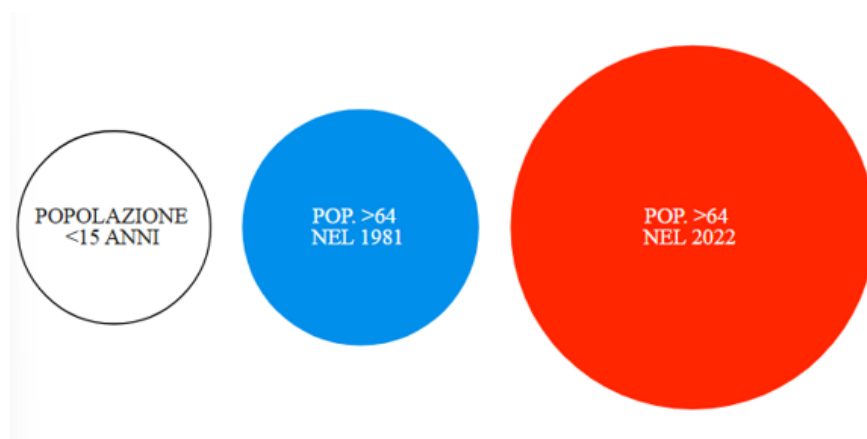
Fonte Fondazione Pellicani (2024)

Grafico 4. Diminuzione giovani 15-29 anni, Sestieri Dorsoduro, San Polo, Santa Croce e Giudecca



Fonte Fondazione Pellicani (2024)

Grafico 5. Indice vecchiaia, Sestieri Dorsoduro, San Polo, Santa Croce e Giudecca



Fonte Fondazione Pellicani (2024)

2.7 Un confronto tra la Regione e Venezia: il censimento permanente della popolazione in Veneto, anno 2020, Istat

Confrontando Venezia con le statistiche regionali potremo notare che la popolazione veneta è diminuita tra il 2019 ed il 2020, infatti fino al 31 dicembre del 2020 in Veneto si contavano 4.869.830 residenti; rispetto al 2019 la diminuzione è stata di 9.303 unità.

Il 54,5% della popolazione era collocata nelle province di Padova, Treviso e Venezia, quest'ultima ha registrato nel triennio un calo di 5.284 unità, pari allo 0,6%.

L'incremento della popolazione straniera ha arginato il declino causato dalla sostituzione tra nati e morti, ma questa lieve tendenza è stata fermata dalla pandemia di Covid 19 che ha causato un aumento del tasso di mortalità.

Rispetto all'età media la Regione è stabile e la provincia veneta presenta un'età media pari al 46,8% rispetto ad una media nazionale di 45,6%, e l'indice di vecchiaia raggiunge il 209,1.

La popolazione straniera è formata per il 54,6%, seguito dall'Asia (21,45%), dall'Africa (20,1%) e dall'America (3,9%) (Istat, 2022).

2.8 Il censimento permanente della popolazione in Veneto, anno 2022, Istat

Nel 2022 la popolazione residente in Veneto ha raggiunto la cifra di 4.849.553 abitanti.

Nello specifico, Venezia ha subito un calo di 1.021 unità (835.895 totali) ed il saldo naturale conferma la denatalità in corso, con un eccesso di decessi ed una diminuzione delle nascite. Il saldo migratorio interno in Regione ammonta al +8.176, in lieve aumento in tutte le province, esclusa Vicenza. Nello specifico a Venezia è pari a + 1.192.

Il tasso di natalità a Venezia ha subito un calo dal 2021 del 6,3%, mentre al 2022 era al 6,0% ed il tasso di mortalità è cresciuto dal 12,2% al 12,6%.

Il tasso migratorio interno è passato da 0,8 a 1,4 ed il tasso migratorio esterno è in aumento rispetto al 2,9 del 2021.

I dati sono in linea con la Regione in cui la natalità è diminuita al 6,5 e la mortalità è aumentata al 11,4. I tassi migratori sia interni che esterni sono in aumento.

L'età media della Regione è in leggera crescita rispetto al 2021 (46,6 anni) Venezia è tra le province con l'età media più alta (47,7).

In Veneto la popolazione straniera rappresenta il 10,3% della totalità e l'isola è in linea con questa percentuale (10,5%). Il bilancio demografico indica una crescita complessiva della popolazione straniera residente in Regione rispetto al 2021 di 5.008 unità e come nelle annualità precedenti la maggioranza degli stranieri proviene dall'Europa (54%), dall'Asia (22%), dall'Africa (20%) e dall'America (3,9%) (Istat, 2022, pp.1-5).

2.9 L'invecchiamento della popolazione residente

Riassumendo le statiche potremo notare che solo tra il 2023 ed il gennaio 2025 Venezia è passata da 49.129 residenti a 48.500 abitanti; a questo dato si aggiunge l'aumento dell'indice di vecchiaia, per il quale ogni 100 giovanissimi sotto i 15 anni, ci sono 260 anziani.

La Fondazione Pellicani (2024) riporta che nel Comune di Venezia i residenti compresi tra i 15 ed i 29 anni sono diminuiti di oltre il 60% e quelli tra 30 ed i 49 hanno subito un calo del 55%.

Il Comune di Venezia nel bilancio demografico ha previsto che nel 2041 i giovani tra i 15 ed i 29 anni saranno solo 30.000, cioè il 13% del totale. La città non riesce a trattenere gli studenti che terminano il proprio percorso a Venezia e a questo dato si aggiunge il

calo degli iscritti a Ca' Foscari, le cui immatricolazioni sono passate da 4.200 nell'a. A. 2018/2019 alle 3.671 del 2023/2024.

Inoltre le statistiche evidenziano che la mobilità dei laureati è negativa, pari al -5,55%, a confronto con altre sedi universitarie come Padova (9,6%) e Verona (8,4%). Venezia quindi non riesce ad essere un catalizzatore di competenze nel lungo periodo.

Le previsioni demografiche indicano come l'intero Comune subirà uno spopolamento dal 2024 al 2041: oggi i cittadini del Comune (compreso Centro Storico, Estuario e Terraferma) ammontano a 251.801, nel 2041 la popolazione diminuirà a 235.715, con un incremento di cittadini compresi tra i 70 ed i 74 anni (18.893 unità totali). Si prevede che i morti supereranno di più del doppio i nati (3338 contro 1692 nascite), fatto confermato dal basso tasso di natalità (7,2 contro il 14,2 di mortalità) (Comune di Venezia, 2022).

2.10 Il mercato del lavoro e gli stranieri

Al decremento demografico si accompagna un notevole aumento del numero di stranieri residenti a Marghera e a Mestre, con una crescita del 498% dal 2002 al 2022. Nel Centro Storico di Venezia l'aumento dei lavoratori stranieri è stato del 140% (1992-2022).

Secondo le stime entro il 2040 vi sarà la necessità di ulteriori 70.000 unità.

Lo sviluppo del turismo e la presenza di Fincantieri sono i due elementi all'origine di questo trend. Infatti negli ultimi 10 anni, il Centro per l'Impiego di Venezia ha registrato 175.000 assunzioni di stranieri nei ristoranti come facchini, camerieri d'albergo e addetti ai servizi di pulizia. Solo nel 2022 la richiesta di camerieri ha subito un aumento del 187% e rispetto ai dati dei lavori qualificati si registra un alto tasso di precarietà: nei mesi di settembre e ottobre vi è aumento delle assunzioni, seguito da un drastico calo nei mesi successivi. Il settore turistico e Fincantieri, nella ricerca di manodopera, propongono agli immigrati lavori dequalificati, precari e con basse retribuzioni (Fondazione Pellicani, 2024, pp. 85-89).

2.11 Il problema del turismo a Venezia

Il turismo ha caratterizzato negli ultimi due secoli l'economia dell'isola, diventando un fenomeno oggi difficilmente governabile; esso mina la qualità di vita della popolazione

del Centro Storico, accentuando gli effetti negativi della gentrificazione e sottraendo abitazioni ai residenti. L'analisi che seguirà illustra l'aumento esponenziale dei flussi turistici e il cambiamento delle strutture ricettive.

Il Comune di Venezia (2011, 2024) riporta infatti che se nel 1951 gli arrivi sono stati 582.718 e le presenze 1.559.028, nel 1982 i numeri sono aumentati con 2.000.094 arrivi e 4.173.689 presenze.⁶

Il trend in aumento prosegue, pur lentamente, negli anni Novanta (2.214.471 arrivi e 4.655.629 presenze) ma è il nuovo millennio che inaugura la stagione del turismo di massa in particolare tra il 2010 ed il 2011, quando si è passati da 3.708.407 arrivi a 4.167.171. Le presenze sono aumentate da 8.521.247 a 9.417.872.

Fig. 13. Il passaggio delle navi da crociera nel bacino di San Marco ad oggi vietato, aprile 2013



© Gianni Berengo Gardin (2013)

Sempre nel 2011 veniva analizzata l'accoglienza nelle strutture ricettive suddividendole in alberghiere ed extralberghiere: il 12,1% degli arrivi e l'11,2% delle presenze

⁶ Con il termine arrivi si indica il numero di clienti italiani e stranieri ospitati nel periodo considerato, mentre le presenze indicano il numero di notti trascorso dai clienti negli esercizi ricettivi (Istat, 2011).

soggiornava nelle prime, mentre il 13,7% e l'8,2% nelle seconde. La tipologia preferita dai fruitori erano gli alberghi a tre stelle (42,9%), mentre il 63,6% dell'offerta extralberghiera era formata da unità abitative (classificate, non classificate, gestite da società).

La provenienza della domanda turistica (onnicomprensive di presenze e di arrivi) presentava un primato degli Stati Uniti, seguito dalla Francia e dal Regno Unito (Comune Venezia, 2011, 2024).

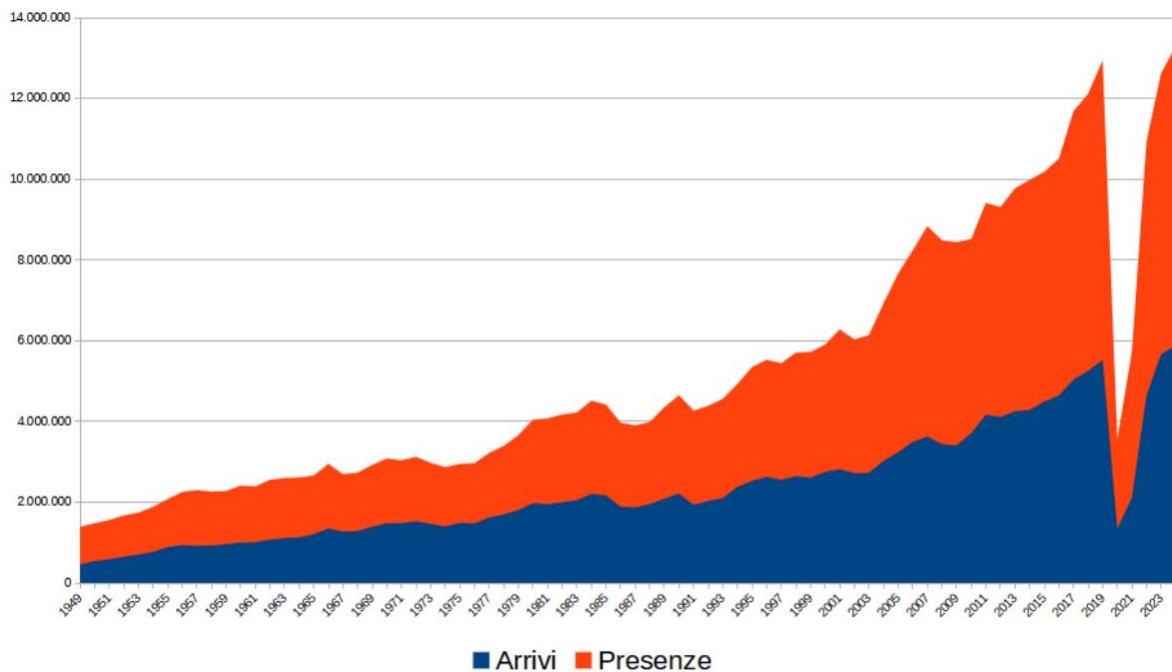
Tabella 1. Distribuzione presenze e arrivi 2011 per provenienza

Nazionalità	Arrivi (x 1.000)	% SU TOTALE	Presenze (x 1.000)	% SU TOTALE	Perm. media
1. Americani	549	13,2%	1.151	12,2%	2,10
2. Francesi	371	8,9%	1.041	11,1%	2,81
3. Inglesi	243	5,8%	652	6,9%	2,68
4. Tedeschi	230	5,5%	646	6,9%	2,80
5. Spagnoli	222	5,3%	497	5,3%	2,24
6. Australiani	132	3,2%	311	3,3%	2,36
7. Giapponesi	196	4,7%	294	3,1%	1,50
8. Brasiliani	143	3,4%	267	2,8%	1,87
9. Cinesi	162	3,9%	233	2,5%	1,44
10. Russi	80	1,9%	194	2,1%	2,42

Fonte Comune di Venezia (2011)

Analizzando l'evoluzione del turismo nel Comune di Venezia è possibile notare, come ovvio, un drastico calo delle presenze e degli arrivi negli anni della pandemia; tuttavia nel 2024 c'è stata una rapidissima ripresa: 5.876.797 arrivi e 13.290.973 presenze.

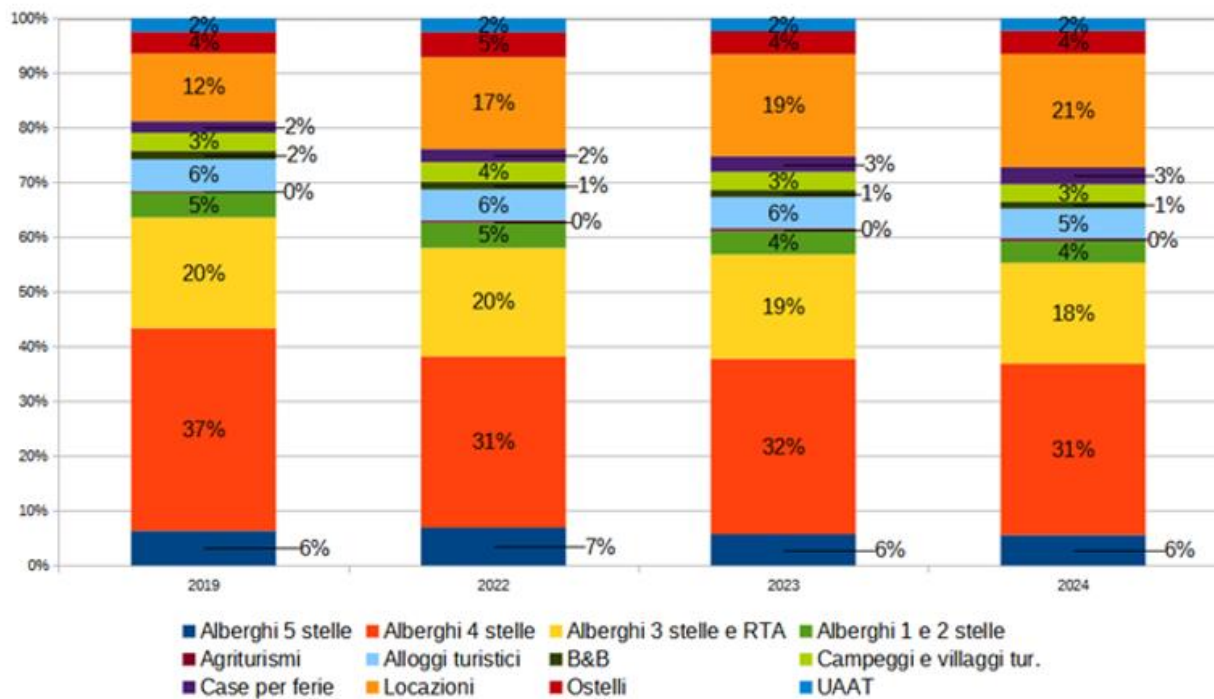
Grafico 6. Andamento arrivi e presenze 1949-2021



Fonte Comune di Venezia (2024)

Gli alberghi sono le tipologie di strutture ricettive preferite sia dagli arrivi (59,3%) che dalle presenze (52,8%). Nonostante ciò vi è stato un aumento delle locazioni turistiche passate dal 12% nel 2019 al 21% nel 2024 e gli alberghi hanno subito un generale calo, in particolare quelli a 4 stelle. L'87,0% e l'86,9% degli arrivi e delle presenze è straniero. La maggioranza degli è di cittadinanza statunitense, seguito dall'Italia e dalla Francia, seguono poi la Gran Bretagna, la Germania, la Spagna, la Cina, il Canada, l'Australia, il Messico, il Brasile e la Corea del Sud (Comune di Venezia, 2011, 2024).

Grafico 7. Composizione arrivi 2019, 2022, 2023, 2024 per tipologia ricettiva



Fonte Comune di Venezia (2024)

Dai dati si evince che l'esodo della popolazione veneziana è influenzato anche dal turismo che ha determinato la riconversione degli immobili a fini ricettivi, sottraendo abitazioni alla popolazione e consolidando un sistema economico basato sulla rendita fondiaria passiva (Pascolo, 2020).

Infatti il mercato immobiliare veneziano affronta il problema dello sproporzionato aumento degli airbnb e delle locazioni brevi che nel 2022 hanno causato una sottrazione di 8.748 alloggi. Inoltre Engel & Voler ha registrato che il 70% degli acquirenti degli immobili di Venezia è di origine straniera (Ocio, 2022).

La tendenza alla monocultura turistica ha comportato negli anni effetti sulla struttura socio economica della città, causando una diminuzione del numero degli esercizi commerciali di piccole dimensioni e delle botteghe artigianali.

Venezia è così diventata una scatola di cristallo destinata ai turisti (Pascolo, 2020).

L'over tourism causa ulteriori tipologie di problematiche:

- danni alla conservazione e alla salvaguardia del patrimonio culturale e la conseguente fruizione;
- difficoltà nell'accesso ai servizi di trasporto, gestione dei rifiuti e servizio idrico sotto stress;
- commercializzazione di alcuni quartieri (con aumento dei negozi di articoli regalo per i turisti e diminuzione degli esercizi commerciali per i cittadini) e relativo aumento dei prezzi (Camati, 2021, pp.109-114).

Fig. 14 Giudecca, proteste contro l'over tourism ed a favore di maggiori progetti di edilizia pubblica



Fonte Ocio, C.U.R.A (2019)

Fig. 15 Installazione del contatore che indica il numero dei residenti nel Centro Storico, nel 2008 nella farmacia Morelli, campo San Bortolomio



Fonte Direttivo Venessia.com (2008)

2.12 I redditi

All'interno di questa sezione verrà analizzato l'evoluzione dei redditi, dapprima del Comune di Venezia e poi esclusivamente del Centro Storico, confrontando il 2011 con il 2021. Questa operazione sarà funzionale a comprendere i motivi per cui l'isola presenti redditi più cospicui nei sestieri centrali e maggiormente frequentati dai turisti, al contrario delle aree "periferiche", caratterizzate da redditi medi inferiori. I dati sono tratti dall'analisi effettuata dalla Fondazione Pellicani (2024).⁷

All'esodo della popolazione veneziana, agli effetti della gentrificazione causati dal turismo si aggiunge infatti il tendenziale crollo dei redditi medi. Nel 2021 più di 4 contribuenti su 10 hanno dichiarato meno di 15.000 euro lordi annui, corrispondenti a 800 euro al mese netti. La tipologia di contribuente maggiormente presente sul suolo

⁷ Per l'elaborazione di queste informazioni, sono stati utilizzati i dati offerti dal sito del Ministero dell'Economia e delle Finanze, suddividendo per CAP i redditi medi, al fine di ottenere una mappatura degli stessi (Fondazione Pellicani, 2024).

veneziano è rappresentata per il 95% dai pensionati e dai lavoratori dipendenti. Tuttavia se i pensionati sono stati protetti dall'inflazione, i dipendenti hanno stipendi che sulla media presentano una contrazione.

Analizzando lo storico del Comune di Venezia il totale dei contribuenti nel 2011 era di 184.306. Di questi 98.903 erano dipendenti, 81.159 pensionati e 4.244 autonomi. Nel 2021 il numero si è ridotto a 176.188, di cui 102.606 dipendenti, 70.933 pensionati, 2.649 autonomi, con una diminuzione netta delle due ultime categorie.

Le fasce di reddito sono state scaglionate in:

-inferiore ai 15.000 €. Nel 2011 il 43,43% dei contribuenti presentava tale reddito, assottigliandosi al 41,06% dieci anni dopo;

-maggiore di 15.000 € e inferiore a 26.000 €: nel 2011 notiamo che i contribuenti rappresentavano il 34,95% del totale, diminuendo al 32,07% nel 2021;

-maggiore di 26.000 €, inferiore a 55.000 €. In questo scaglione di reddito è possibile notare che vi è stato un aumento dei contribuenti passati dal 24,14%, al 27,26% nel periodo 2011-2021;

-maggiore a 50.000 €, tale fascia ha registrato un lieve aumento, passando dal 5,84% al 6,31%.

Prendendo in considerazione le variazioni percentuali è possibile notare che in media i redditi medio-bassi hanno subito un tendenziale calo, contrariamente ai redditi medio-alti ed alti che hanno visto una crescita lieve, ma costante. I redditi dei dipendenti in un decennio hanno subito una riduzione del -1,43% (Fondazione Pellicani, 2024).

Tabella 2. I redditi del Comune di Venezia, importi, variazione storica 2011-2021

Comune VENEZIA						
categorie	numero contribuenti		reddito medio annuo		var. ass. r.m.a.	var. % r.m.a.
	2011	2021	2011	2021	2021/2011	
Totale	184.306	176.188	20.578,12	22.099,45	1.521,33	7,39%
Dipendenti	98.903	102.606	21.471,01	21.163,80	-307,21	-1,43%
Pensionati	81.159	70.933	18.048,64	21.746,30	3.697,65	20,49%
Autonomi	4.244	2.649	48.141,78	67.797,51	19.655,73	40,83%
fasce di reddito	2011		2021		var. assoluta	var. %
	num. contribuenti	% sul totale	num. contribuenti	% sul totale	2021-2011	
< 15000	80.039	43,43%	72.351	41,06%	-7.688	-2,36%
>15000 <26000	64.415	34,95%	56.496	32,07%	-7.919	-2,88%
>26000 <55000	44.490	24,14%	48.031	27,26%	3.541	3,12%
>55000	10.767	5,84%	11.126	6,31%	359	0,47%

Fonte Fondazione Pellicani (2024)

Nel 2021 i sestieri di Santa Croce, San Polo e San Marco, cioè quelli centrali, presentavano i redditi più elevati, in particolare il 16% dei residenti a Santa Croce dichiarava redditi superiori ai 55.000 euro, rispetto alla media comunale del 6,3%.

Analizzando più nello specifico le differenze che intercorrono tra i sestieri del Centro Storico, notiamo che a Cannaregio il numero dei contribuenti registra una diminuzione (da 11.039 a 10.532). Tuttavia è possibile notare un aumento del reddito medio annuo, che ha raggiunto i 22.713,52 euro. I dipendenti hanno visto una diminuzione del reddito medio annuo pari a -10,69%, mentre i redditi di pensionati ed autonomi sono aumentati rispettivamente del 18,13% e del 23,05%.

Dal punto di vista delle fasce di reddito, in numeri assoluti la quantità di contribuenti ha visto una diminuzione, tranne per i redditi inferiori ai 15.000 euro che hanno acquisito 101 nuove unità.

Tabella 3. I redditi del sestiere di Cannaregio, importi, variazione storica 2011-2021

CAP 30121 – CANNAREGIO						
categorie	numero contribuenti		reddito medio annuo (r.m.a.)		var. ass. r.m.a.	var. % r.m.a.
	2011	2021	2011	2021	2021/2011	
Totale	11.039	10.532	22.368,28	22.713,52	345,24	1,54%
Dipendenti	5.157	5.635	23.967,13	21.405,08	-2.562,05	-10,69%
Pensionati	5.474	4.654	18.988,12	22.431,30	3.443,18	18,13%
Autonomi	408	243	47.509,80	58.460,59	10.950,80	23,05%
fasce di reddito	2011		2021		var. assoluta	var. %
	num. contribuenti	% sul totale	num. contribuenti	% sul totale	2021-2011	
om	4.867	44,09%	4.968	47,17%	101	3,08%
>15000 <26000	3.556	32,21%	2.896	27,50%	-660	-4,72%
>26000 <55000	2.869	25,99%	2.866	27,21%	-3	-1,22%
>55000	1.040	9,42%	1.033	9,81%	-7	-0,39%

Fonte Fondazione Pellicani (2024)

A Castello i contribuenti totali sono passati da 8.436 a 7.310. Seppur il reddito medio annuo è aumentato del 5,57%, in linea generale, tutte le fasce hanno visto una

contrazione del numero nelle fasce sia dei dipendenti che dei pensionati ed autonomi. Gli scaglioni di reddito medio bassi ed alti hanno subito una diminuzione tranne per la fascia più bassa ovvero quella inferiore ai 15.000 €, con nuove 25 unità.

Tabella 4. I redditi del sestiere di Castello, importi, variazione storica 2011-2021

CAP 30122 – CASTELLO						
categorie	numero contribuenti		reddito medio annuo		var. ass. r.m.a.	var. % r.m.a.
	2011	2021	2011	2021	2021/2011	
Totale	8.436	7.310	20.614,21	21.762,31	1.148,09	5,57%
Dipendenti	4.087	3.642	21.583,11	21.809,74	226,63	1,05%
Pensionati	4.112	3.552	18.610,18	20.464,28	1.854,10	9,96%
Autonomi	237	116	38.676,28	60.019,84	21.343,56	55,19%
fasce di reddito	2011		2021		var. assoluta	var. %
	num. contribuenti	% sul totale	num. contribuenti	% sul totale		
<15000	3.827	45,37%	3.852	52,69%	25	7,33%
>15000 <26000	2.933	33,59%	2.280	31,19%	-653	-17,60%
>26000 <55000	2.106	24,96%	1.824	24,95%	-282	-0,01%
>55000	606	7,18%	544	7,44%	-62	

Fonte Fondazione Pellicani (2024)

Dorsoduro registra un aumento importante dei redditi del 37,41%, ma un calo dei contribuenti (da 7.138 a 4.592), in cui dipendenti, pensionati ed autonomi hanno visto una contrazione.

La fascia che ha registrato il calo più significativo è stata quella inferiore ai 15.000 euro (-13,14%). 390 sono state le unità in meno per la fascia compresa tra i 15.000 € ed i 26.000 €, così come lo scaglione tra i 26.000 € ed i 55.000 € ha subito una diminuzione (-104).

Al contrario i contribuenti con reddito superiore ai 55.000 € sono aumentati, passando dai 623 ai 640.

Tabella 5. I redditi del sestiere di Dorsoduro, importi, variazione storica 2011-2021

CAP 30123 – DORSODURO						
categorie	numero contribuenti		reddito medio annuo		var. ass. r.m.a.	var. % r.m.a.
	2011	2021	2011	2021	2021/2011	
Totale	7.138	4.592	18.045,57	24.797,18	6.751,61	37,41%
Dipendenti	2.159	1.900	26.555,15	27.279,44	724,29	2,73%
Pensionati	4.734	2.546	12.013,84	20.357,57	8.343,73	69,45%
Autonomi	245	146	59.604,88	69.913,16	10.308,28	17,29%
fasce di reddito	2011		2021		var. assoluta	var. %
	num. contribuenti	% sul totale	num. contribuenti	% sul totale		
<15000	4.404	61,70%	2.230	48,56%	-2.174	-13,14%
>15000 <26000	1.403	19,66%	1.013	22,06%	-390	-2,40%
>26000 <55000	1.288	18,04%	1.184	25,78%	-104	-7,74%
>55000	623	8,73%	640	13,94%	17	5,21%

Fonte Fondazione Pellicani (2024)

A San Marco si segnala una diminuzione del numero dei contribuenti passati da 2.608 a 2.131, ma un aumento del reddito medio pari al 37,41%. Dal punto di vista del reddito medio annuo si segnala una flessione dei dipendenti (-6,39%), così come quasi tutte le fasce ed il relativo numero di contribuenti, in particolare tra 15.000 € ed i 26.000 € e tra i 26.000 € (-1,40%) ed i 55.000 € (-2,57%).

Tabella 6. I redditi del sestiere di San Marco, importi, variazione storica 2011-2021

CAP 30124 – SAN MARCO						
categorie	numero contribuenti		reddito medio annuo		var. ass. r.m.a.	var. % r.m.a.
	2011	2021	2011	2021		
Totale	2.608	2.131	27.399,54	28.944,79	1.545,24	5,64%
Dipendenti	1.183	1.067	28.713,65	26.879,13	-1.834,52	-6,39%
Pensionati	1.243	978	22.856,54	27.473,62	4.617,08	20,20%
Autonomi	182	86	49.885,02	71.303,45	21.418,43	42,94%
fasce di reddito	2011		2021		var. assoluta	var. %
	num. contribuenti	% sul totale	num. contribuenti	% sul totale		
< 15000	1.159	44,44%	979	45,94%	-180	1,50%
>15000 <26000	641	24,58%	494	23,18%	-147	-1,40%
>26000 <55000	783	30,02%	585	27,45%	-198	-2,57%
>55000	493	18,90%	430	20,18%	-63	1,27%

Fonte Fondazione Pellicani (2024)

San Polo evidenzia un decremento del numero dei contribuenti da 3.202 a 2.690. Tutte le categorie (dipendenti, pensionati e autonomi) hanno subito una flessione ed il reddito medio è aumentato tranne per i dipendenti che hanno subito un calo del 3,45%. Se consideriamo il reddito medio annuo, si registra un aumento del 14,11%. Tutte le fasce hanno visto una flessione in particolare quelle sotto i 15.000 con una diminuzione del 5,12%, ma è possibile constatare l'aumento dei redditi superiori a 55.000 con un + 3,53%.

Il sestiere in 10 anni ha quindi visto un cambiamento della composizione dei propri residenti con un incremento dei ceti medi e alti.

Tabella 7. I redditi del sestiere di San Polo, importi, variazione storica 2011-2021

CAP 30125 – SAN POLO						
categorie	numero contribuenti		reddito medio annuo		var. ass. r.m.a.	var. % r.m.a.
	2011	2021	2011	2021		
Totale	3.202	2.690	26.104,56	29.787,55	3.682,99	14,11%
Dipendenti	1.543	1.312	27.396,62	26.451,84	-944,77	-3,45%
Pensionati	1.488	1.256	20.854,79	27.196,64	6.341,85	30,41%
Autonomi	171	122	60.127,97	92.333,59	32.205,62	53,56%
fasce di reddito	2011		2021		var. assoluta	var. %
	num. contribuenti	% sul totale	num. contribuenti	% sul totale		
< 15000	1.434	44,78%	1.067	39,67%	-367	-5,12%
>15000 <26000	921	28,76%	703	26,13%	-218	-2,63%
>26000 <55000	963	30,07%	823	30,59%	-140	-0,52%
>55000	418	13,05%	446	16,58%	28	3,53%

Fonte Fondazione Pellicani (2024)

Sant'Elena ha visto un calo del numero di contribuenti passati da 1.275 a 1.216, l'aumento dei dipendenti è stato ammortizzato dalla diminuzione in particolare dei pensionati e degli autonomi.

Il reddito medio annuo è diminuito da 21.084,32 € a 20.948,86 €.

Andando ad analizzare i numeri nello specifico si potrà notare che sono stati i dipendenti a subire un decremento maggiore del reddito passato da 22.498,74 € nel 2011 a 19.118,58 € nel 2021. Le fasce di reddito medie hanno subito una contrazione: tra i 15.000 € ed i 26.000 €, da 78,70% a 33,72% e tra i 26.000 € e i 55.000 € la diminuzione

è stata del 0,18%. I redditi inferiori ai 15.000 € hanno subito al contrario un aumento del 2,33%.

Tabella 8. I redditi del sestiere di S. Elena, importi, variazione storica 2011-2021

CAP 30132 – SANT'ELENA						
categorie	numero contribuenti		reddito medio annuo		var. ass. r.m.a.	var. % r.m.a.
	2011	2021	2011	2021	2021/2011	
Totale	1.275	1.216	21.084,32	20.948,86	-135,46	-0,64%
Dipendenti	615	637	22.498,74	19.118,58	-3.380,16	-15,02%
Pensionati	646	570	19.490,97	22.767,45	3.276,48	16,81%
Autonomi	14	9	32.471,93	35.314,11	2.842,18	8,75%
fasce di reddito	2011		2021		var. assoluta	var. %
	num. contribuenti	% sul totale	num. contribuenti	% sul totale	2021-2011	
<15000	504	39,53%	509	41,86%	5	2,33%
>15000 <26000	484	78,70%	410	33,72%	-74	-44,98%
>26000 <55000	363	28,47%	344	28,29%	-19	-0,18%
>55000	59	4,16%	59	4,85%	6	0,70%

Fonte Fondazione Pellicani (2024)

Sull'isola della Giudecca il numero dei contribuenti è passato da 3.978 a 3.508. Tutte le categorie prese in considerazione hanno subito un decremento, in particolare i pensionati diminuiti da 1.955 a 1.593; tuttavia il reddito medio annuo è aumentato (da 18.384,88 € a 19.229,64 €) tranne per la categoria dei dipendenti che ha subito un calo del 6,5%.

La fascia di reddito che ha subito una flessione significativa è stata quella tra i 26.000 € ed i 55.000 € (-18,02%) e quella tra i 15.000 € ed i 26.000 € (-4,89%).

Tabella 9. I redditi della Giudecca, importi, variazione storica 2011-2021

CAP 30133 – GIUDECCA						
categorie	numero contribuenti		reddito medio annuo		var. ass. r.m.a.	var. % r.m.a.
	2011	2021	2011	2021	2021/2011	
Totale	3.978	3.508	18.384,88	19.229,64	844,76	4,59%
Dipendenti	1.962	1.875	19.841,34	18.641,21	-1.200,13	-6,05%
Pensionati	1.955	1.593	16.472,17	19.320,87	2.848,71	17,29%
Autonomi	61	40	32.840,30	43.179,15	10.338,85	31,48%
fasce di reddito	2011		2021		var. assoluta	var. %
	num. contribuenti	% sul totale	num. contribuenti	% sul totale	2021-2011	
<15000	1.971	49,55%	1.788	50,97%	-183	1,42%
>15000 <26000	1.501	37,73%	1.152	32,84%	-349	-4,89%
>26000 <55000	749	38,31%	712	20,30%	-37	-18,02%
>55000	135	3,39%	153	4,36%	18	0,97%

Fonte Fondazione Pellicani (2024)

Anche a Santa Croce, come gli altri sestieri, sono calate tutte le categorie dei contribuenti (da 3.607 a 3.067), ma è aumentato il reddito medio annuo in tutte le categorie di lavoratori (da 26.201,07 € a 29.894,12 €). I contribuenti con entrate tra i 15.000 € ed i 26.000 € hanno visto una diminuzione del 3,43%. Se analizziamo il numero in termini assoluti, sarà possibile notare che tutti gli scaglioni hanno visto un calo del numero di contribuenti tranne per i redditi sopra i 55.000 euro.

Tabella 10. I redditi del sestiere di Santa Croce, importi, variazione storica 2011-2021

CAP 30135 – SANTA CROCE							
categorie	numero contribuenti		reddito medio annuo		var. ass. r.m.a.	var. % r.m.a.	
	2011	2021	2011	2021	2021/2011		
Totale	3.607	3.067	26.201,07	29.894,12	3.693,05	14,10%	
Dipendenti	1.726	1.571	26.912,99	28.966,54	2.053,56	7,63%	
Pensionati	1.697	1.372	21.886,52	26.922,85	5.036,33	23,01%	
Autonomi	184	124	59.315,30	74.521,47	15.206,17	25,64%	
fasce di reddito	2011		2021		var. assoluta	var. %	
	num. contribuenti	% sul totale	num. contribuenti	% sul totale		2021-2011	
<15000	1.467	40,67%	1.254	40,89%	-213	0,22%	
>15000 <26000	1.014	28,11%	757	24,68%	-257	-3,43%	
>26000 <55000	1.115	30,91%	946	30,84%	-169	-0,07%	
>55000	485	13,45%	488	15,91%	3	2,47%	

Fonte Fondazione Pellicani (2024)

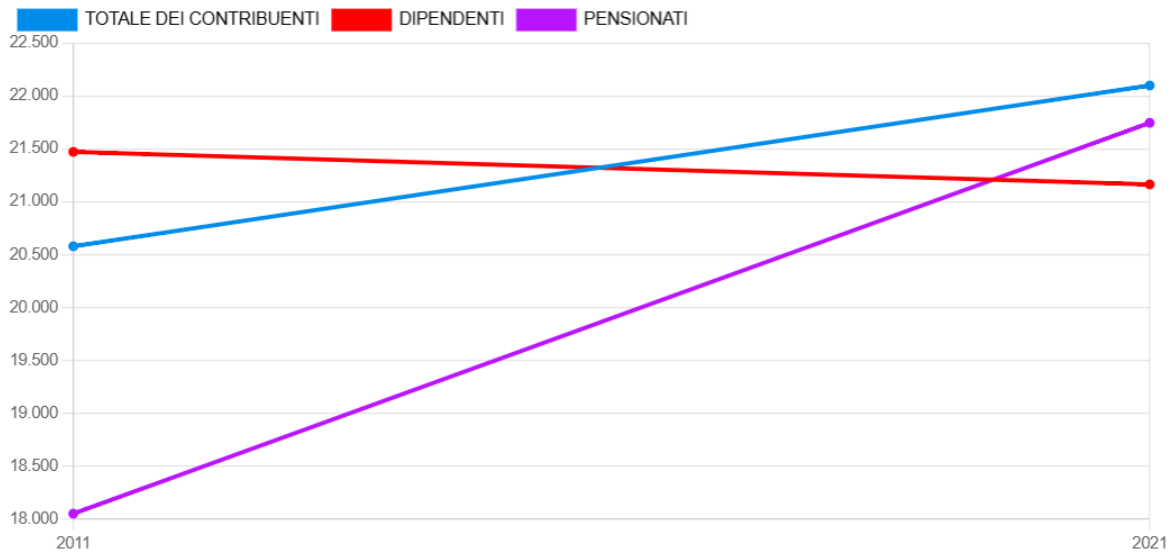
In conclusione tutti i sestieri hanno visto un decremento del numero di contribuenti e l'aumento dell'Irpef imponibile è stato del +7,4%. Tuttavia come si intuisce dai dati, vi sono delle differenze tra i cittadini: i dipendenti hanno subito il calo più importante dello stipendio medio lordo, passando da 21.471 euro lordi a 21.163 € nel 2021. Gli autonomi in linea generale sono cresciuti, ma analizzando il numero assoluto degli stessi questo è stato ridotto della metà in 10 anni. Infine la percentuale dei veneziani con un reddito inferiore ai 15.000 euro era pari al 41% , corrispondenti a circa 800 euro netti mensili.

Un ulteriore elemento che emerge è la tendenziale crescita del reddito medio dei quartieri centrali: Dorsoduro (+37,4%), San Polo (+14,11) e Santa Croce +(14,1%). A questo dato si aggiunge che in tali sestieri il numero di contribuenti con redditi superiori ai 55.000 euro è tendenzialmente incrementato (Fondazione Pellicani, 2024).

A Cannaregio, Castello, Giudecca e S. Elena vi è stato un aumento dei contribuenti appartenenti agli scaglioni di reddito più bassi, inferiore ai 15.000 €.

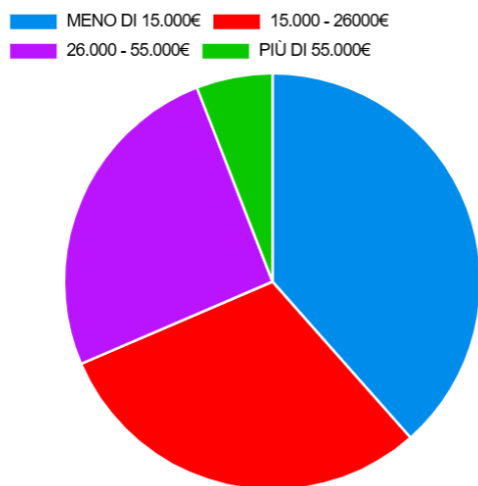
È cambiata la composizione della popolazione con una contrazione generale dei redditi medi sia alti che bassi. I sestieri “periferici” hanno accolto più abitanti con basso reddito, al contrario delle aree della città centrali che hanno visto un aumento di cittadini con un reddito alto, superiore dunque ai 55.000 euro.

Grafico 8. Evoluzione del reddito medio: pensionati, dipendenti e reddito medio complessivo, 2011-2021



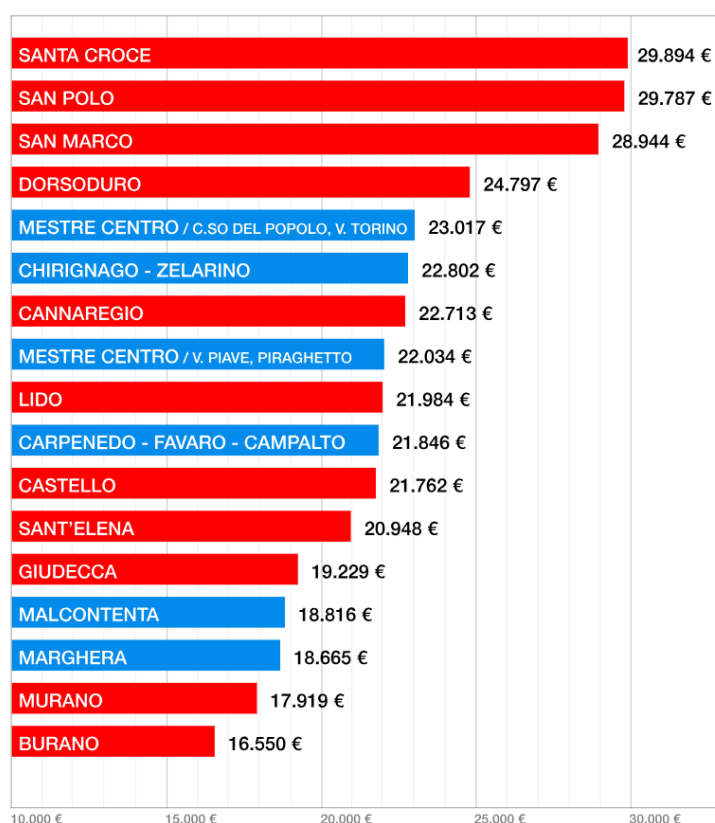
Fonte Fondazione Pellicani (2024)

Grafico 9. Composizione scaglioni Irpef 2021



Fonte Fondazione Pellicani (2024)

Grafico 10. Redditi medi Comune Venezia 2021



Fonte Fondazione Pellicani (2024)

2.13 Conclusioni del capitolo 2

Dai dati illustrati si può notare come la città stia vivendo una profonda crisi demografica che non accenna a fermarsi. Nel corso degli anni l'isola si sta spopolando per problematiche che si sono radicate e fossilizzate nel tempo, senza un piano concreto da parte dell'Amministrazione, locale piuttosto che nazionale, per risolverle. Il costante calo demografico porta inevitabilmente ad una popolazione residente più anziana, a cui si aggiungono prezzi delle abitazioni insostenibili per i giovani e la tendenza a rafforzare l'economia dell'isola in una monocultura turistica, fattori che non favoriranno di certo la stanzialità dei residenti.

Inoltre, il problema della disparità reddituale incide sui sestieri periferici che stanno perdendo i contribuenti appartenenti al ceto medio e soprattutto coloro che hanno redditi bassi che, a causa dell'aumento del costo della vita, sono costretti ad abbandonare Venezia. Al contrario i sestieri centrali sono caratterizzati da redditi in percentuale più alti e gli stessi sestieri sono le aree in cui il flusso turistico non accenna a diminuire. Questa ultima sezione del capitolo è quindi preziosa per tracciare l'indirizzo futuro della

tesi: come sarà possibile analizzare in seguito, in alcuni sestieri che presentano un capitale economico più basso, vi è minore presenza di istituzioni ed eventi culturali.

Capitolo 3

Gli eventi e le Istituzioni culturali a Venezia

3.1 Introduzione al capitolo 3

“Ogni città produce nel tempo una propria articolazione e significazione dello spazio che rispecchia la città invisibile con le sue narrazioni, saperi e ritualità. Lo spazio urbano avvolge e condiziona il corpo del cittadino, ne intride le memorie, ne riflette i valori e i pensieri, la memoria e il progetto città visibile e città invisibile si compenetrano a vicenda come l’anima e il corpo...

Lo spazio sociale e culturale di Venezia, con la sua densità e unicità senza pari, non è pensabile senza la simbiosi città-laguna con la vita culturale, artistica, religiosa ed economica che è vita d’acqua e di terra”. (Settis, p.84, 2014)

L’incipit del presente capitolo, tratto da “Se Venezia muore” di Salvatore Settis, ci spinge a riflettere sulla particolarità di Venezia, isola in cui economia, cultura, religione e natura si influenzano vicendevolmente. La correlazione tra il mondo economico e quello culturale è sempre stata presente a Venezia e negli ultimi anni ci si chiede: a chi è rivolto tale sviluppo? Ai cittadini o ai turisti? Chi trae realmente beneficio dagli eventi culturali a Venezia? Sorge così un’altra serie di quesiti: chi li organizza, dove si svolgono e chi vi partecipa?

Proprio per questa stretta dipendenza di diversi campi, all’interno del presente capitolo verrà delineata la partecipazione culturale in Veneto ed in seguito si indagherà la correlazione tra eventi ed Istituzioni culturali presenti a Venezia, con le statistiche elaborate sui redditi medi tra il 2011-2021. Il periodo temporale in esame considera gli anni in cui Venezia ha visto un ulteriore aumento del flusso turistico, una diminuzione della popolazione ed un tendenziale abbassamento del reddito medio.

In seguito sono stati inseriti i dati tratti dalla Fondazione Venezia circa gli eventi culturali in città, perché da una preliminare ricerca condotta in proprio era emersa una maggiore concentrazione di eventi culturali nei sestieri a reddito medio alto ed alto; la Fondazione Venezia ha coperto i diversi settori culturali (Arti visive, cinema, conferenze e convegni, musica e danza, teatro) mappando gli eventi in maniera più approfondita rispetto alla ricerca in proprio. Ovviamente questi dati e le informazioni sugli ingressi degli utenti alle istituzioni culturali a Venezia, sondano l’accesso da parte del pubblico a questi spazi, senza però rispecchiare il livello di partecipazione dei fruitori (intendendo la co-

progettazione delle iniziative da parte delle Istituzioni culturali con gli utenti ed il livello di coinvolgimento del pubblico).

Tale analisi verrà effettuata per comprendere se la cultura viene intesa come elemento di rigenerazione esclusivamente economica o anche sociale. Dai dati analizzati dalla Fondazione Venezia tra il 2004 ed il 2012, il numero di attività culturali sull'isola è cresciuto, ma le iniziative si sono concentrate soprattutto in alcuni sestieri con un reddito medio-alto.

Successivamente, grazie all'analisi dei dati raccolti, verrà delineato lo scenario culturale dell'isola di Venezia, dai primi anni del 2000 sino ai giorni nostri e si porrà in confronto questo elemento con i redditi medi dei sestieri di Venezia. Risulterà allora come la concentrazione di capitale economico in alcuni quartieri più ricchi coincida con il numero delle iniziative culturali.

L'attenzione nella parte finale ricadrà sul sestiere di Castello, interessante caso studio perché, pur essendo vicino al cuore di Venezia (San Marco), ha perso nel corso degli anni residenti ed ha visto una diminuzione del reddito medio. Come sarà possibile analizzare in seguito, il numero delle iniziative culturali a Castello è esiguo comparato con quello dei sestieri di San Marco e di Dorsoduro, quindi questa zona appare come un' area periferica della città e sembra che sia parzialmente esclusa dalla programmazione culturale.

Inoltre il numero degli enti culturali presenti è contenuto e tra di essi si è deciso di analizzare la Fondazione Querini Stampalia perché oltre all'attenzione da sempre posta al pubblico museale, la Fondazione ha realizzato due installazioni nel campo di Santa Maria Formosa che possono essere intese come mezzi utili per sollecitare l'accesso alla Fondazione.⁸

Per ottenere dei processi di rigenerazione culturale diffusi sul territorio ed ai quali i cittadini si auspica prendano parte, è di fondamentale importanza indagare quali realtà cerchino di attrarre i residenti e come la cultura possa essere funzionale al miglioramento del loro benessere. In particolare ci chiediamo quanti cittadini di Venezia

⁸ Palazzo Grimani non è stato preso in esame in primo luogo perché non ha accesso al campo di Santa Maria Formosa e questo era un limite all'osservazione del transito di visitatori. In secondo luogo non ha esposto nel periodo in analisi installazioni d'arte come "Q Spot" ed i "Leoni in campo".

partecipano alle attività culturali presenti nelle varie istituzioni museali e come sia possibile eventualmente attrarli in numero maggiore.

3.2 La fruizione culturale in Veneto

Se a livello legislativo, viene rimarcata l'importanza della partecipazione attiva della cittadinanza alla vita culturale, ci chiediamo ora come questo si attui nella realtà italiana e veneziana. I dati illustrano un panorama che indaga esclusivamente l'accesso agli enti culturali in esame, ma ad oggi in Italia le indagini sulla partecipazione, come viene intesa nella Convenzione di Faro, non vengono effettuate.

Per avere comunque una panoramica della partecipazione culturale in Italia ed in particolare in Veneto, verranno utilizzate le statistiche contenute nei Rapporti Istat "Cultura e tempo libero", evidenziando il livello della fruizione culturale da parte dei cittadini italiani e veneti dal 2015 al 2022. I dati considerati esamineranno esclusivamente il comparto museale e musicale (comprensivo del cinema) al fine di far coincidere queste informazioni con le tipologie di eventi nel territorio veneziano analizzati dalla Fondazione Venezia.⁹

In Italia, nel 2015, il 29,9% degli intervistati ha dichiarato di aver visitato musei, mostre almeno una volta negli ultimi 12 mesi, il 74,1% da 1 a 3 volte e l'8,8% 7 volte e più. In Veneto nello stesso anno il 33,6% dei cittadini ha visitato musei o esposizioni almeno una volta negli ultimi 12 mesi, il 72,7% da 1 a 3 volte ed il 9,4% 7 volte e più.

Nel 2018, in Italia il 31,7% della popolazione ha usufruito di spazi museali almeno una volta negli ultimi 12 mesi, il 75,5% da 1 a 3 volte e il 7,8% 7 volte e più. Nella Regione Veneto sono stati registrate 37,4% presenze almeno una volta negli ultimi 12 mesi, 77,7% da 1 a 3 volte e 7,8% 7 volte e più (Istat, 2018).

Nel 2023 a livello nazionale è stato registrato il 32,6% del campione che ha visitato musei e mostre una volta negli ultimi 12 mesi, il 75,1% da 1 a 3 volte, il 7,9% 7 volte e più. La fruizione da parte dei cittadini veneti è stata del 39,6% almeno una volta in 1 anno ed il 75,8% da 1 a 3 volte e l'78,1% 7 volte e più.

⁹ Considerato che nei dati contenuti nei Rapporti Fondazione Venezia gli eventi culturali sono stati catalogati in Arti visive, proiezioni cinematografiche, teatro, danza, cinema, per avere maggiore uniformità nei dati, si è deciso di analizzare dai dati Istat le stesse macrocategorie: musei, mostre, concerti, teatro e cinema.

Nel settore dunque del patrimonio culturale e delle Arti visive, sia in Italia che in Veneto, si registra un trend in aumento. Il Veneto, come nella statistica nazionale, registra la presenza di visitatori occasionali in percentuale maggiore rispetto alle altre tipologie di utenze (Istat, 2023).

In Veneto nel 2015 la fruizione da parte dei cittadini a concerti di musica classica, altri concerti, teatro e cinema presenta le percentuali più alte nella frequenza da 1 a 3 volte nell'arco dell'anno. Infatti il 76,4% ha partecipato a concerti di musica classica, l'80,2% ad altri concerti, l'81,4% è andato a teatro e 61,0% si è recato al cinema. I dati sono in linea con il panorama nazionale, in cui la frequenza da 1 a 3 volte l'anno risulta la percentuale più importante di partecipanti (76,4% a concerti di musica classica, 79% ad altri concerti, 80,8% a teatro, 57,6% al cinema) (Istat, 2015).

Nel 2018 la percentuale in Veneto ha subito un sensibile aumento nella frequenza da 1 a 3 volte in particolare per i concerti di musica classica (82,2%), per altri concerti (85,5%), per il teatro (87,7%) e cinema (62,2%). In generale i dati sono superiori alla media italiana, dove si nota una fruizione sempre alta da 1 a 3 volte l'anno, per i concerti di musica classica (80,2%), altri concerti (83%), teatro (83,8%), cinema (63,7%) (Istat, 2018).

Nel 2023, l'81,2% dei cittadini del Veneto ha fruito di concerti di musica classica, l'81% di altri concerti, 79,7% di spettacoli teatrali ed il 76% di proiezioni cinematografiche da 1 a 3 volte l'anno. Confrontando i dati con l'Italia, questi sono in linea, infatti presentano l'81,1% di frequenza per concerti di musica classica, l'84,5%, di altri concerti, l'83,2% di teatro ed il 73,8% cinema (Istat, 2023).

Per le differenti tipologie di iniziative culturali offerte, il Veneto ha un sostenuto tasso di partecipazione negli anni, con una maggioranza di fruitori occasionali che partecipano alle attività con una media da 1 a 3 volte l'anno.

3.2.1 Le iniziative culturali a Venezia nel 2004

Tenendo in considerazione che il Veneto nel corso degli anni ha visto un aumento della partecipazione dei cittadini alla vita culturale regionale, verranno di seguito analizzati i dati tratti dai Rapporti della Fondazione Venezia. Si restringerà il campo da un panorama Nazionale e Regionale ad uno Comunale, nello specifico riguardante l'isola di Venezia. I rapporti presentano ulteriori informazioni rispetto all'offerta ed al crescente numero di

enti culturali, in taluni casi, ove è possibile, sono state conteggiate anche le presenze dei visitatori e dei fruitori di questi servizi.

Successivamente sono stati localizzati i luoghi ¹⁰ in cui le iniziative si sono tenute, riscontrando una maggiore concentrazione degli stessi nei sestieri caratterizzati da un reddito medio più alto. In merito al collocamento degli eventi, come dati di riferimento sono state utilizzate le tabelle circa la mappatura delle principali sedi che hanno ospitato iniziative di Arti visive, musica, Teatro e Danza, rassegne cinematografiche, Conferenze e Convegni. ¹¹

Nel secondo rapporto della Fondazione Venezia (2004) è stata rilevata la presenza di 1.838 manifestazioni culturali, con una media di 25 eventi al giorno.

Le tipologie di manifestazioni sono state: 39,7% Conferenze e Convegni, 21,75% Musica, 12,75% rassegne cinematografiche, 11,4% Teatro e 8,9% Arti visive.

Tuttavia, analizzando il numero di eventi suddiviso per categoria, si potrà notare che le Arti visive sono presenti in numero maggiore, con 6.802 giornate costituendo il 75,6% del totale degli eventi. Le categorie di organizzatori di eventi sono divisibili in grandi produttori (coloro che organizzano oltre 100 eventi al giorno) medio grandi (50-100 eventi per un tempo di oltre 200 giorni) medio piccoli (20-50 attività per un periodo tra le 50 e le 200 giornate), piccoli ed organizzatori occasionali (Sbetti et al., 2005, pp .15-16). Il Comune, le Università, le Fondazioni e i Musei Civici Veneziani rappresentavano la spina dorsale dei grandi organizzatori di questi eventi. Tra i medio-grandi è possibile riscontrare la presenza della Fondazione La Biennale, della Fondazione Querini Stampalia, della Fondazione Cini e del Museo Ebraico. Tra i medio piccoli ricordiamo la Fenice, il Teatro Goldoni ed il Museo Navale. La distribuzione degli eventi presentava una preminenza nel Centro Storico, nel quale si sono svolte il 76,3% delle attività. Nel conteggio totale degli eventi possiamo riscontrare che San Marco accoglieva il maggior numero di attività, seguito da Dorsoduro.

¹⁰ Localizzazione effettuata sulla base delle tabelle principali sedi degli eventi e principali organizzatori, poi ricercati e differenziati in base al CAP

¹¹ Nei settori è stato riportato il numero totale degli eventi, per poi analizzare esclusivamente le iniziative nell'isola di Venezia. Nei paragrafi viene riportato il totali degli eventi, per poi evidenziare nelle tabelle esclusivamente gli eventi che si sono tenuti sull'isola di Venezia. Sono stati quindi esclusi gli eventi ospitati su altre isole e sulla terraferma, oltre alla dicitura "altre collocazioni" riportato nei dati della Fondazione Venezia

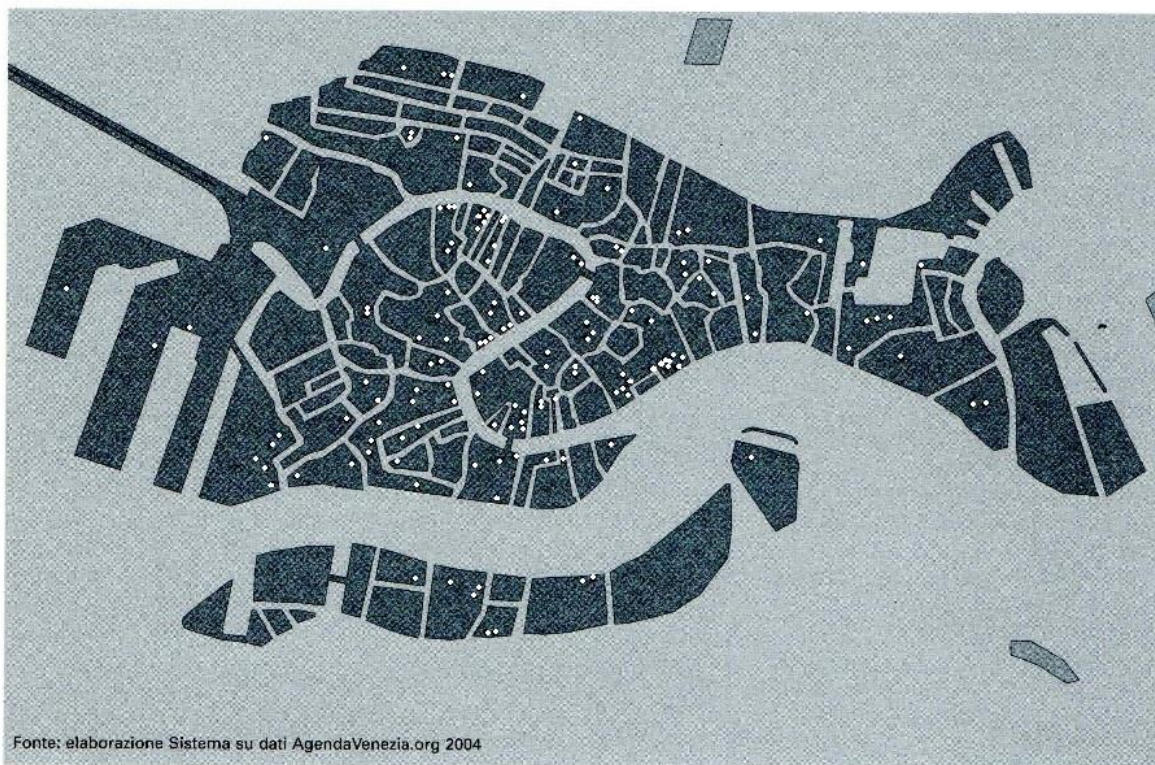
Tabella 11. Eventi culturali totali Venezia, 2004

sestieri	eventi culturali
San Marco	43
Castello	19
Dorsoduro	38
Santa Croce	11
San Polo	12
Cannaregio	15
Giudecca	4

Fonte elaborazione personale su dati Fondazione Venezia (2004)

Fig. 16. Collocazione eventi culturali, anno 2004

Tavola 1.1
Luoghi dove si svolgono gli eventi in centro storico



Fonte Sbeti F, Bertoldo F, Fondazione di Venezia, (2004)

Per le Arti visive su un totale di 164 iniziative la preminenza è stata registrata a San Marco e Dorsoduro, seguiti da Castello, Cannaregio e Santa Croce. La classifica è stata chiusa da San Polo.

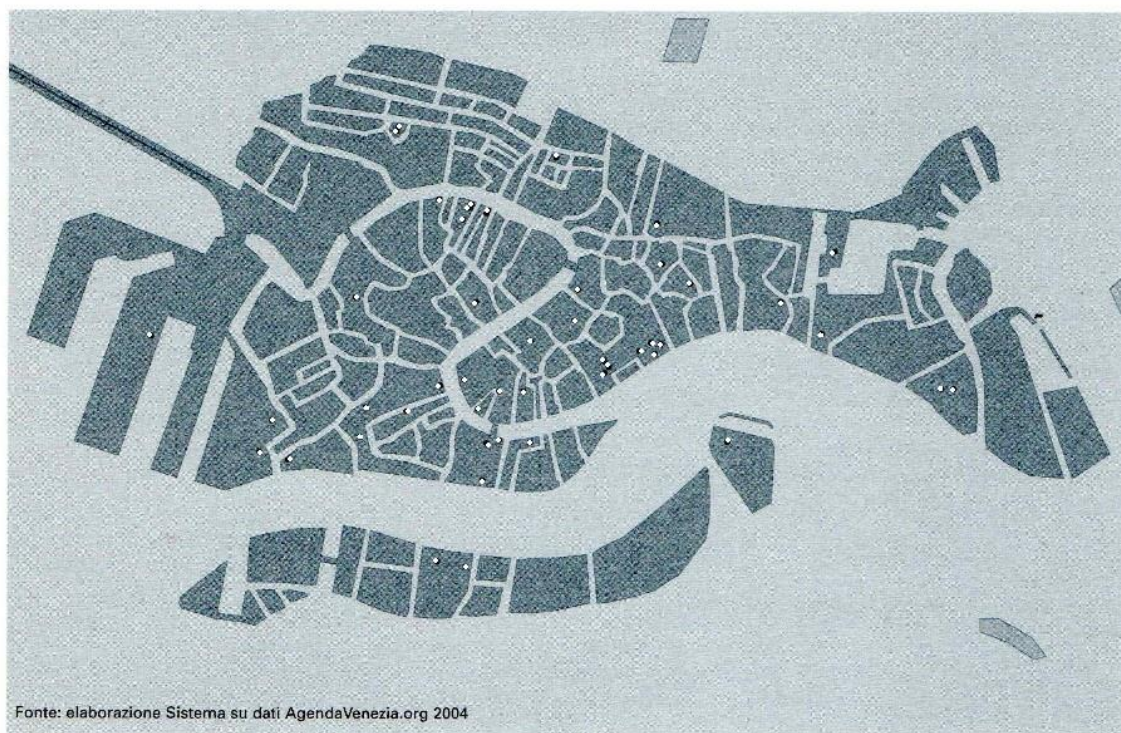
Tabella 12. Eventi Arti visive Venezia, 2004

sestieri	eventi culturali
San Marco	30
Castello	24
Dorsoduro	31
Santa Croce	10
San Polo	2
Cannaregio	14
Giudecca	2

Fonte elaborazione personale su dati Fondazione Venezia (2004)

Fig. 17. Collocazione Eventi Arti visive, 2004

Tavola 2.1
Sedi degli eventi del settore Arti Visive in centro storico



Fonte Fondazione Venezia (2004)

Nel comparto Musica notiamo che su 398 eventi la collocazione del numero più alto di eventi è stato registrato a Cannaregio, seguito da San Marco e Dorsoduro.

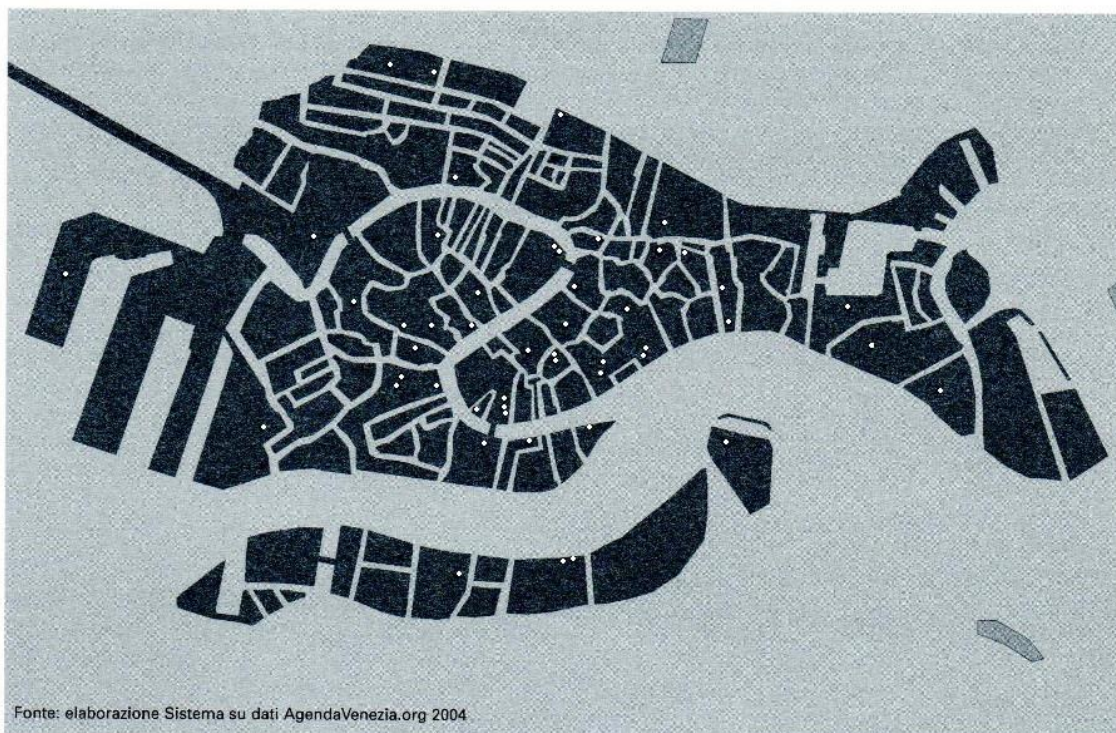
Tabella 13. Eventi musicali Venezia, 2004

sestieri	eventi culturali
San Marco	59
Castello	35
Dorsoduro	47
Santa Croce	4
San Polo	16
Cannaregio	87

Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2004)

Fig. 18. Collocazione Eventi Musica, 2004

Tavola 3.1
Sedi degli eventi di Musica in centro storico



Fonte Fondazione Venezia (2004)

Nel Teatro e Danza il Sestiere di Castello ha erogato il maggior numero di iniziative, seguito da San Marco e Cannaregio.

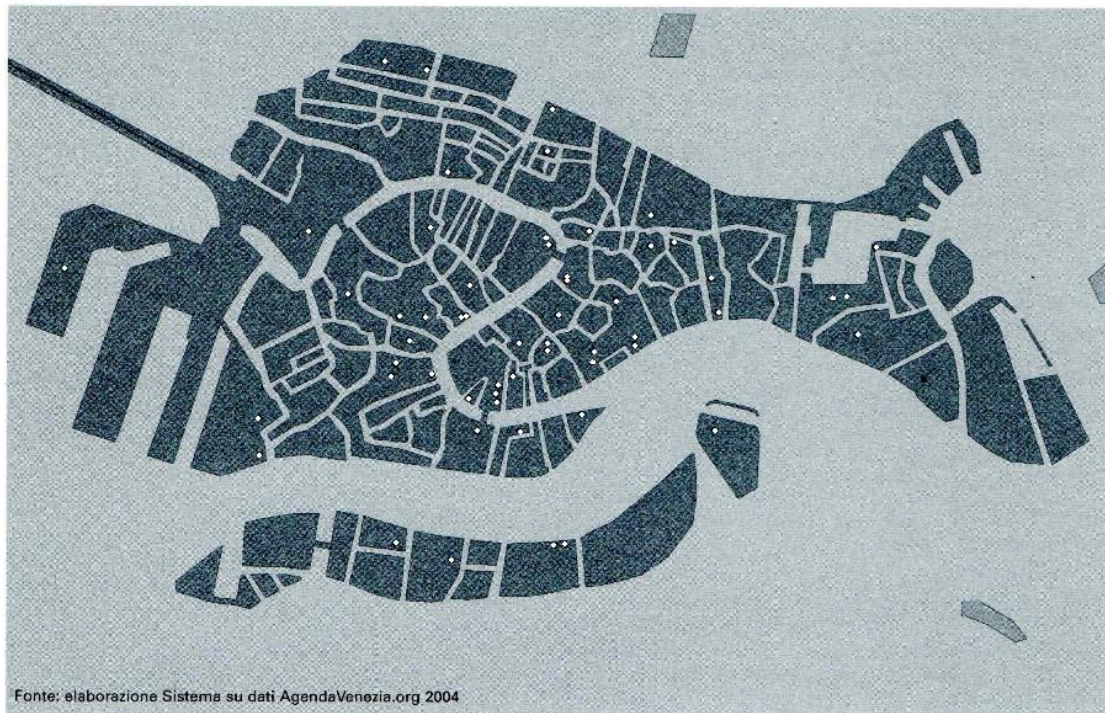
Tabella 14. Eventi Teatro e Danza Venezia, 2004

sestieri	eventi culturali
San Marco	30
Castello	42
Dorsoduro	15
Santa Croce	0
San Polo	11
Cannaregio	18
Giudecca	2

Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2004)

Fig. 19. Collocazione Eventi Teatro Danza, 2004

Tavola 4.1
Sedi degli eventi dei settori di Teatro e Danza in centro storico



Fonte Fondazione Venezia (2004)

Nel settore Cinema su 233 eventi, Santa Croce è stato il sestiere con il maggior numero di rassegne cinematografiche.

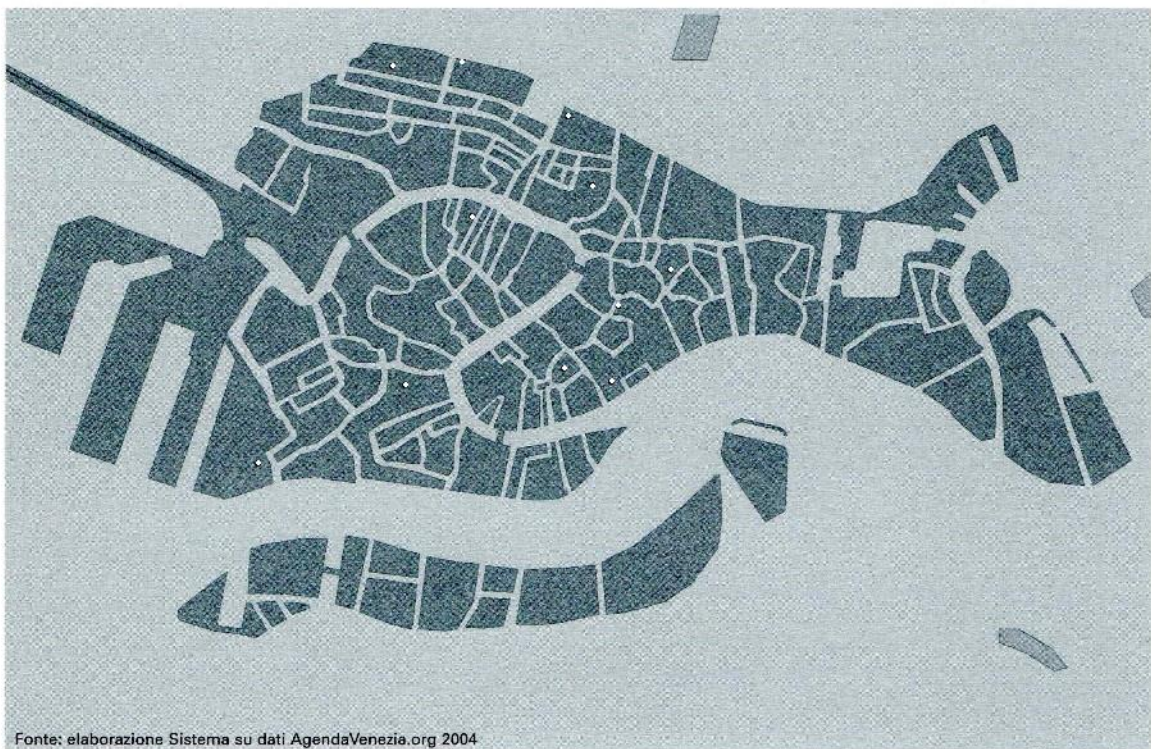
Tabella 15. Eventi Cinema Venezia, 2004

sestieri	eventi culturali
San Marco	0
Castello	4
Dorsoduro	3
Santa Croce	88
San Polo	0
Cannaregio	32

Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2004)

Fig. 20. Collocazione eventi Cinema, 2004

Tavola 5.1
Sedi degli eventi del settore Cinema in centro storico



Fonte Fondazione Venezia (2004)

Le Conferenze e Convegni hanno registrato 729 eventi, collocati con maggiore frequenza a San Marco, a Castello e a Dorsoduro.

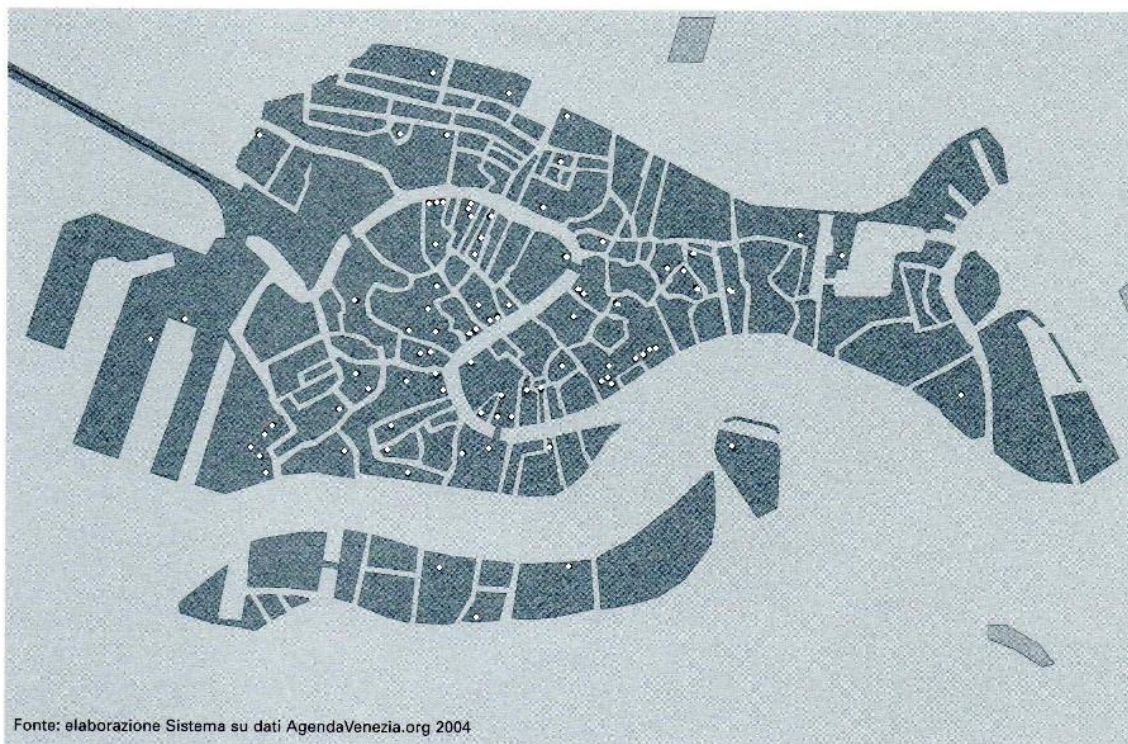
Tabella 16. Eventi Conferenze e Convegni Venezia, 2004

sestieri	eventi culturali
San Marco	184
Castello	122
Dorsoduro	179
Santa Croce	52
San Polo	0
Cannaregio	70

Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2004)

Fig.21. Collocazione Eventi Conferenze e Convegni, 2004

Tavola 6.1
Sedi di Conferenze e Convegni in centro storico



Fonte Fondazione Venezia (2004)

Nel 2004 si è consolidata la dimensione delle Conferenze e dei Convegni passati da 323 a 729, seguito dalla Musica (398), Teatro, Danza e Produzioni Cinematografiche che hanno assorbito il 12,7% del totale delle iniziative. La Giudecca appare con soli quattro eventi (due di teatro e danza e due di Arti visive).

3.2.2 Le iniziative culturali a Venezia nel 2008

Nel 2008 sono stati organizzati 1.861 eventi, da 130 organizzatori in 206 luoghi distribuiti nelle diverse parti della città, con una media di 50 attività al giorno ed una durata di circa 9,9 giorni per evento. L'ambito delle Arti visive aveva il predominio del settore con 15.971 giornate, rappresentando l'86% del totale del periodo di apertura. Le mostre organizzate per oltre 70 giorni confermano l'importanza nel panorama culturale veneziano, seguono 684 giornate dedicate a Conferenze e Convegni.

Rispetto alla tipologia degli eventi, il primato è stato detenuto da Conferenze e Convegni (28,9%), seguito da eventi musicali (21,3%). Le rassegne cinematografiche hanno raggiunto il 19,0%, e gli spettacoli di Teatro e Danza hanno registrato il 16,3%. Le Arti visive hanno registrato l'11,8% di attività (Sbetti et al., 2008).¹²

Come nel precedente rapporto, il primo gruppo di organizzatori racchiude coloro che realizzavano eventi per oltre 7.000 giornate di programmazione. In questa sezione sono stati incluse le Fondazioni e le Istituzioni; la Biennale dominava la classifica con 119 eventi, i due Atenei e La Fondazione Teatro la Fenice seguivano, la Fondazione Querini era in sesta posizione con 37 eventi.

Nella seconda categoria figuravano gli enti pubblici con oltre 700 giorni di programmazione, il Comune di Venezia ha proposto rassegne cinematografiche, teatrali ed espositive, i Civici Musei hanno inaugurato 56 eventi. Il terzo gruppo, costituito da associazioni culturali, ha offerto 1.391 giorni di attività diversificate in base a Arti visive, teatro, danza, cinema, conferenze e convegni. Il Comune di Venezia, i Musei Civici, la Fondazione Biennale hanno adottato l'approccio più trasversale per le tipologie di eventi culturali da loro offerti. Considerando le sedi degli eventi, possiamo notare che il 66,8% delle attività si è svolto nel Centro Storico e la preminenza era nei sestieri di San Marco e Dorsoduro (Sbetti et al., 2008, pp. 21-29).

¹² Nelle analisi della Fondazione Venezia vengono conteggiate anche gli eventi sportivi, le tradizioni veneziane, fiere e mercati che non verranno considerate nel testo.

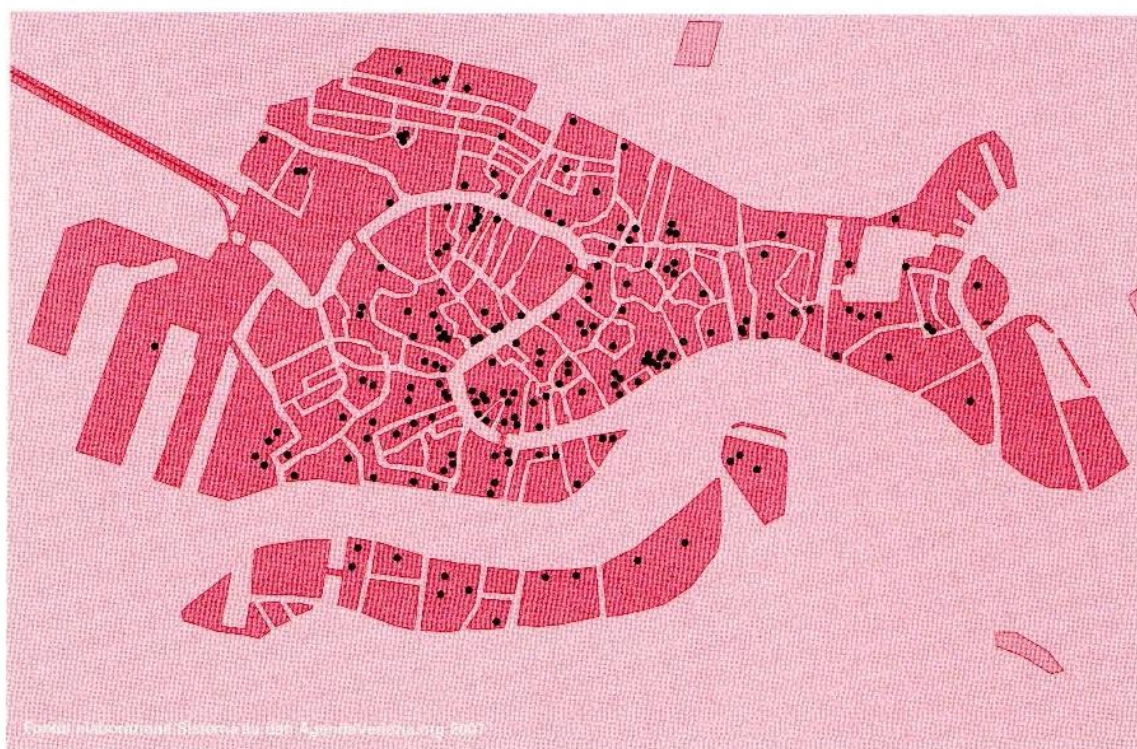
Tabella 17. Eventi culturali totali Venezia, 2008

sestieri	eventi culturali
San Marco	52
Castello	20
Dorsoduro	41
Santa Croce	9
San Polo	13
Cannaregio	17

Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2008)

Fig. 22. Collocazione eventi culturali, anno 2008

Tavola 1.1
Luoghi dove si svolgono gli eventi in centro storico



Fonte Sbetti F., Bertoldo F., Fondazione di Venezia (2008)

Nel settore delle Arti visive, vi sono stati 226 eventi, localizzati in gran parte a San Marco e Dorsoduro.

Tabella 18. Eventi culturali Arti visive, Venezia, 2008

sestieri	eventi culturali
San Marco	47
Castello	9
Dorsoduro	15
Santa Croce	5
San Polo	0
Cannaregio	14

Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2008)

Il settore Musica ha presentato 396 eventi concentrati a San Marco e Castello in primis.

Tabella 19. Eventi musicali Venezia, 2008

sestieri	eventi culturali
San Marco	81
Castello	48
Dorsoduro	44
Santa Croce	0
San Polo	16
Cannaregio	33

Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2008)

Teatro e Danza, rispetto all'anno precedente, hanno registrato una flessione sull'isola di Venezia, con una maggiore concentrazione di eventi a Castello.

Tabella 20. Eventi Teatro e Danza Venezia, 2008

sestieri	eventi culturali
San Marco	36
Castello	41
Dorsoduro	22
Santa Croce	0
San Polo	0
Cannaregio	37

Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2008)

Le Rassegne cinematografiche hanno avuto una localizzazione maggiore nel sestiere di Santa Croce.

Tabella 21. Eventi Cinema Venezia, 2008

sestieri	eventi culturali
San Marco	12
Castello	0
Dorsoduro	7
Santa Croce	104
San Polo	0
Cannaregio	0

Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2008)

Conferenze e Convegni hanno visto svolgersi iniziative a San Marco come luogo d'elezione.

Tabella 22. Eventi culturali totale Venezia, 2008

sestieri	eventi culturali
San Marco	271
Castello	38
Dorsoduro	39
Santa Croce	0
San Polo	0
Cannaregio	0

Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2008)

Nel quinto rapporto è stata presa in esame la qualità degli eventi culturali, focalizzandosi su una serie di indicatori e su tre tipologie di eventi: Conferenze e Convegni (30,2%), mostre (49,1%), eventi di Teatro e Danza (20,8%). L'analisi è stata condotta su 57 eventi in cui è stato rilevato il numero di fruitori che hanno partecipato a mostre, Conferenze e spettatori del settore delle arti performative. Il 96,6% dei visitatori ha usufruito di mostre, il 2,8% degli spettacoli e lo 0,5% di Conferenze e Convegni. Le mostre presentavano una durata media maggiore, con 70,7 giorni di apertura. Al secondo posto si collocavano gli spettacoli, con 3,7 giornate ed infine Conferenze e Convegni con una media di 1,3 giorni.

La Biennale e la Collezione Guggenheim spiccavano, per numero di visitatori. I Civici Musei di Venezia hanno occupato rispettivamente il terzo, il quarto ed il quinto posto della classifica e la Fondazione Querini Stampalia si posizionava al dodicesimo posto.

Per identificare la rilevanza degli eventi selezionati sono stati individuati alcuni indicatori tra cui la risonanza nazionale ed internazionale, la ricaduta sulla stampa locale e straniera, il numero di pagine web visitate. Gli eventi inoltre sono stati catalogati in base alla produzione in proprio o grazie all'aiuto di sponsor.

I primi presentavano una maggioranza di mostre (45,5%), seguiti da Conferenze e Convegni (30,3%) e spettacoli (24,2%). Il 12,5% degli enti ha indicato di avere acquisito gli eventi da altri produttori, mentre il 30% non ha dichiarato la modalità di produzione. Un quarto delle iniziative culturali è stato organizzato in collaborazione con gli sponsor. L'82% degli eventi è stato riconosciuto dalla stampa che ha veicolato maggiore visibilità alle mostre, con 57,5% di articoli pubblicati.

Tutte le categorie hanno utilizzato il proprio sito web per la promozione, solo il 17,9% ha creato un sito ad hoc per l'evento.

Il 16,1% degli eventi ha rispettato lo standard europeo, valutato in base alla rilevanza internazionale, a importanti forme di promozione di pubblicizzazione, alla creazione di un catalogo, alla visibilità in rete e su pagine web. Il 9% ha registrato una qualità buona, pur non avendo una rilevanza internazionale.

Il 75% delle iniziative hanno avuto una presenza locale, limitata al territorio di Venezia, non hanno creato un catalogo ed hanno avuto un numero minore di siti web ad esse dedicati (Sbetti et al., 2008, pp. 63-74).

3.2.3 Le iniziative culturali a Venezia nel 2012

Il "Decimo rapporto sulla produzione culturale di Venezia" del 2012 ha segnalato un ulteriore aumento degli eventi culturali presenti sull'isola. Nel corso dell'anno si sono tenuti 2.844 eventi per 18.974 giornate, creati da 315 organizzatori e 316 luoghi hanno ospitato le attività. Dai dati è possibile cogliere un aumento del numero degli organizzatori, fatto che dimostra un'offerta ampia e diversificata. I numeri inoltre contribuiscono a far emergere l'impatto economico di tali attività nell'isola (Sbetti et al., 2012). Troviamo nuovamente una concentrazione alta delle localizzazioni nei sestieri di San Marco e Dorsoduro.

Tabella 23. Eventi culturali totale Venezia, 2012

sestieri	eventi culturali
San Marco	47
Castello	18
Dorsoduro	37
Santa Croce	11
San Polo	9
Cannaregio	16
Giudecca	4

Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2012)

Tabella 24. Produttori di eventi e giornate evento dal 2004 al 2012

Produttori di eventi e giornate evento dal 2004 al 2012

	produttori	giornate evento
2004	89	9.210
2005	104	13.153
2006	139	11.482
2007	113	18.397
2008	117	11.043
2009	136	20.785
2010	164	13.769
2011	186	27.176
2012	315	18.974

Fonte: elaborazione Sistema su dati AgendaVenezia

Fonte Fondazione di Venezia (2012)

Il numero degli organizzatori, come dimostrato nella tabella, è aumentato dal 2004 al 2012, così come le giornate dedicate agli eventi.

La maggioranza degli organizzatori (59) era costituita da enti che svolgevano attività culturali come funzione primaria (Fondazioni, Università, Teatri, associazioni internazionali). In secondo luogo, è possibile riscontrare la presenza di 150 tra associazioni culturali, istituti e fondazioni minori, circoli di cittadini che erogavano servizi culturali in maniera non continuativa. I produttori che in 10 anni hanno organizzato eventi culturali sono 103 cui si sono aggiunti 144 nuovi entranti (Sbetti et al., 2012).

La tipologia di iniziative si suddivide in: esposizioni, conferenze, spettacoli e concerti. Conferenze e Convegni rappresentavano la percentuale più alta con 39,5% di attività seguito dal comparto musicale che raggiungeva il 19,9% degli eventi, a seguire il settore della Arti visive con 387 mostre articolate in 14.928 giornate (il 13,6% degli eventi ed il 78,7% delle giornate). Infine se osserviamo il comparto musicale troviamo Teatro e Danza (11%), Cinema (12,9%), tradizioni veneziane, sport, giochi, fiere e mercati (2,9%).

La durata delle manifestazioni culturali per le Arti visive ha subito una diminuzione della stessa, ma una maggiore diversificazione distribuita tra l'offerta tra arte moderna, contemporanea, design, architettura e moda.

Gli organizzatori, suddivisi in quattro tipologie, hanno incluso 37 tra Fondazioni ed Istituti. È possibile riscontrare una preminenza di eventi tenuti dall'università Ca' Foscari, dall'Università Iuav, dall'Istituto Veneto, dalla Biblioteca Marciana, dal Teatro la Fenice, dal Teatro Stabile del Veneto e dalla Fondazione Civici Musei. Inoltre bisogna

ricordare la Fondazione La Biennale, la Peggy Guggenheim, la Pinault, la Querini Stampalia, il Collegio Armeno e la Bevilacqua la Masa.

Nella seconda categoria erano presenti 21 Enti Pubblici tra cui il Comune e la Provincia di Venezia, la Regione Veneto.

Nel terzo gruppo si riscontra la presenza di associazioni culturali e nel quarto sono inserite strutture private (Sbetti et al., 2008).

Tabella 25. Produttori di eventi e giornate evento dal 2004 al 2012

Tabella 1
Numero di eventi e giornate
per tipologia nel Comune di Venezia - Anno 2012

Tipologia	v.a.	eventi %	v.a.	giorni evento %	durata media degli eventi
Arti visive	387	13,6	14.928	78,7	38,6
Musica	566	19,9	945	5,0	1,7
Teatro	259	9,1	553	2,9	2,1
Danza	58	2,0	94	0,5	1,6
Rassegne cinematografiche	368	12,9	621	3,3	1,7
Tradizioni veneziane	13	0,5	36	0,2	2,8
Sport e giochi	61	2,1	77	0,4	1,3
Conferenze e convegni	1.123	39,5	1.663	8,8	1,5
Fiere e mercati	9	0,3	57	0,3	6,3
Totale complessivo	2.844	100,0	18.974	100,0	6,7

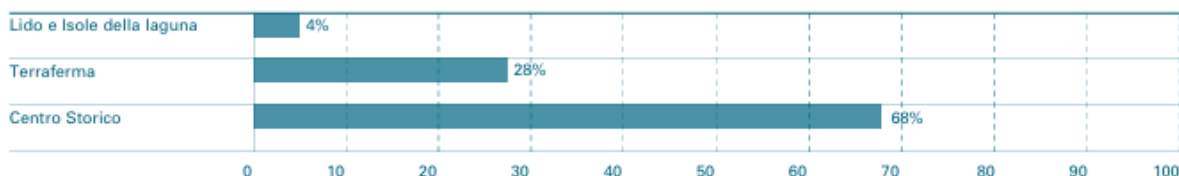
Fonte: elaborazione Sistema su dati AgendaVenezia, 2012

Fonte Fondazione di Venezia (2012)

Il 68% degli eventi hanno avuto luogo nel Centro Storico, le Arti visive avevano la preminenza con l'80,9% di iniziative, a cui seguono eventi musicali e Conferenze (rispettivamente il 72,3% ed il 68%). Le rassegne cinematografiche hanno registrato il 67,7% di attività.

Grafico 11. Percentuale di eventi per ripartizione territoriale, anno 2012

Grafico 2
Percentuale di eventi per ripartizione territoriale - Anno 2012



Fonte: elaborazione Sistema su dati AgendaVenezia, 2012

Fonte Fondazione di Venezia (2012)

Fig. 23. Collocazione eventi culturali, anno 2012

Tavola 1

Luoghi dove si svolgono gli eventi in Centro Storico - Anno 2012



Fonte Fondazione di Venezia (2012)

Per il settore Arti visive ci sono stati 387 eventi nel 2012, con 499 organizzatori, per quanto riguarda la loro localizzazione nella tabella 26 troviamo i dati.

Tabella 26. Eventi Arti visive Venezia, 2012

sestieri	eventi culturali
San Marco	104
Castello	6
Dorsoduro	75
Santa Croce	14
San Polo	0
Cannaregio	19

Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2012)

Il settore musicale ha visto 778 soggetti sia pubblici e che privati che hanno curato l'organizzazione di 566 concerti.

Tabella 27. Eventi Musica Venezia, 2012

sestieri	eventi culturali
San Marco	135
Castello	64
Dorsoduro	48
Santa Croce	0
San Polo	62
Cannaregio	60

Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2012)

Nel comparto Teatro e Danza sono stati promossi 317 spettacoli in collaborazione di 433 soggetti. Di seguito i luoghi.

Tabella 28. Eventi Teatro e Danza Venezia, 2012

sestieri	eventi culturali
San Marco	33
Castello	27
Dorsoduro	45
Santa Croce	0
San Polo	30
Cannaregio	10

Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2012)

Le rassegne cinematografiche hanno raggiunto 498 eventi distribuiti tra i diversi sestieri.

Tabella 29. Eventi Cinema Venezia, 2012

sestieri	eventi culturali
San Marco	112
Castello	6
Dorsoduro	18
Santa Croce	179

San Polo	8
Cannaregio	15

Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2012)

Conferenze e Convegni si sono tenuti 1.123 incontri pari al 39,5% degli eventi a Venezia e nella tabella 30 è possibile prendere visione dei luoghi.

Tabella 30. Eventi Arti visive Venezia, 2012

sestieri	eventi culturali
San Marco	378
Castello	75
Dorsoduro	188
Santa Croce	11
San Polo	18
Cannaregio	21

Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2012)

Per capire la crescita degli ultimi anni si è utilizzato il numero indice inserendo i dati raccolti nel 2003 pari a 100. Nel 2021 l'indice del totale degli eventi ha raggiunto un valore pari a 190. Tra i primi 10 organizzatori vediamo il Circuito Cinema, le Università, il Comune di Venezia con la Produzione Cultura e Spettacolo, l'Ateneo Veneto, le Fondazioni Teatro La Fenice, i Musei Civici e La Biennale.

3.2.4 Considerazioni sui dati dei rapporti Fondazione Venezia

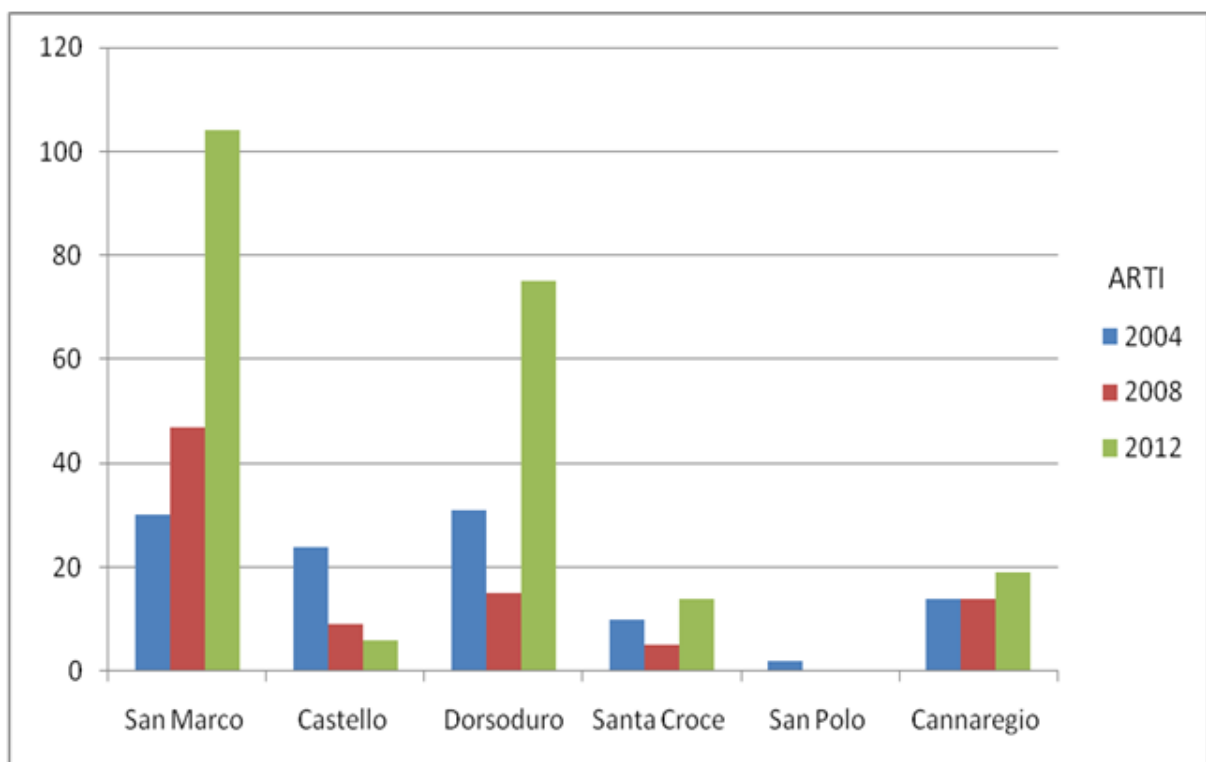
Sono stati presi in esame gli anni dal 2004 al 2012 perché i dati erano disponibili, infatti la Fondazione Venezia ha coperto tutti i settori culturali, creando una mappatura completa degli eventi nei diversi sestieri e ciò poteva essere correlabile con i redditi medi (considerato che il 2011 è stato preso in considerazione nelle indagini dalla Fondazione Pellicani).¹³

In questo modo è possibile trarre alcune considerazioni. Se analizziamo esclusivamente il comparto delle Arti visive è possibile notare un incremento degli eventi nei sestieri di San Marco e di Dorsoduro tra il 2004 ed il 2012. Le altre aree della città hanno visto un

¹³ Altre organizzazioni come "Aiku" o istituzioni come i singoli musei, teatri ecc. non disponevano di una catalogazione completa ed onnicomprensiva degli eventi culturali. Per tal motivo i dati di riferimento sono stati quelli della Fondazione Venezia.

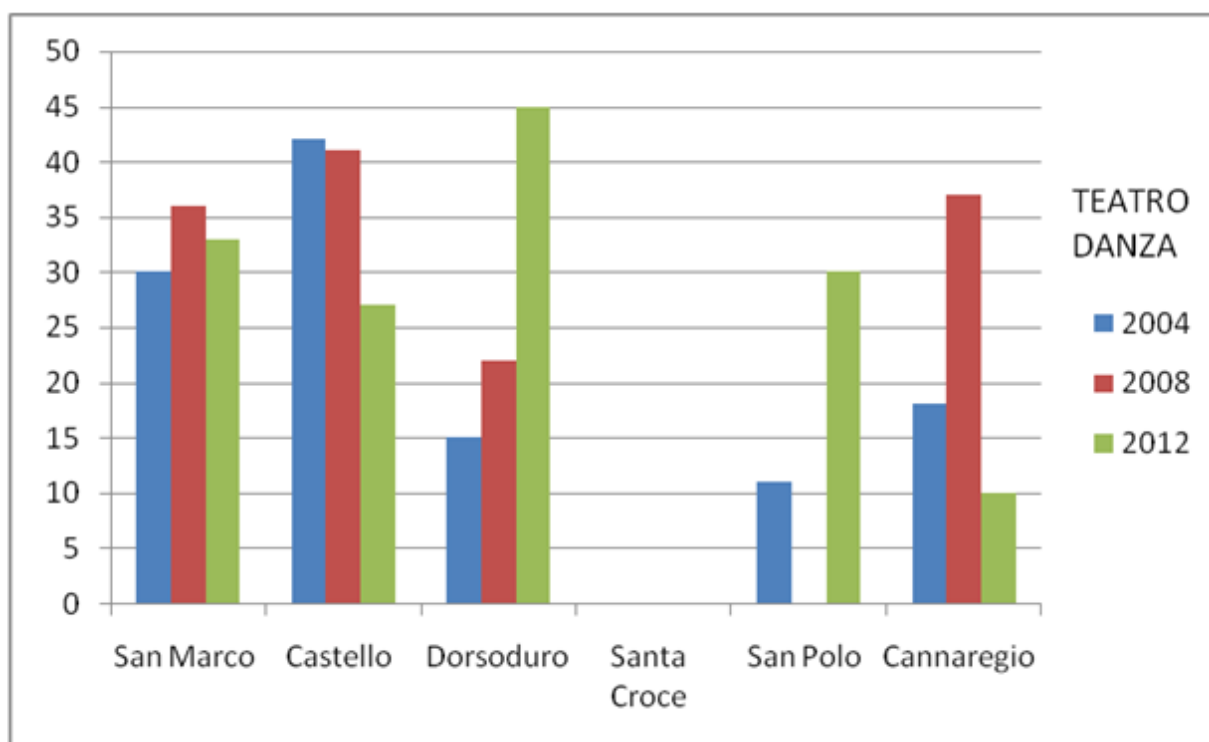
aumento delle iniziative, con l'esclusione pressoché totale della Giudecca. Le collocazioni delle attività dipendono strettamente dalla natura dell'evento in questione. Infatti per le Arti visive è possibile evidenziare una preminenza delle attività nei sestieri di Dorsoduro e San Marco, come è possibile osservare nel grafico 11. Dai Grafici 12 e 13 e 15 analizziamo come nel comparto musicale, Cannaregio, San Marco ed in taluni casi Castello hanno accolto il numero maggiore di attività, così come per le iniziative di "Teatro" ed i cicli di Conferenze e Convegni. Nel Cinema, il sestiere di Santa Croce ha primeggiato in tutte le annualità, come desumibile dal grafico 14.

Grafico 12. Analisi variazione eventi Arti visive per sestiere, anni 2004-2012



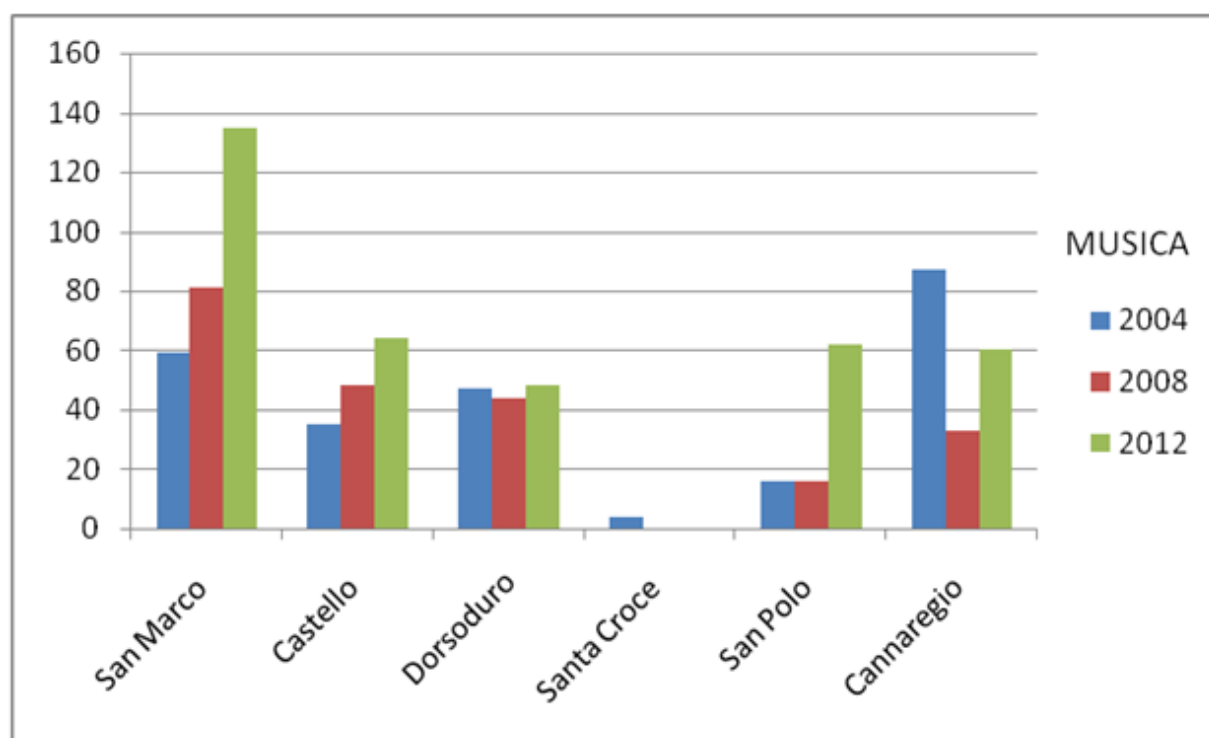
Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2004, 2008, 2012)

Grafico 13. Analisi variazione eventi Teatro e Danza per sestiere, anni 2004-2012



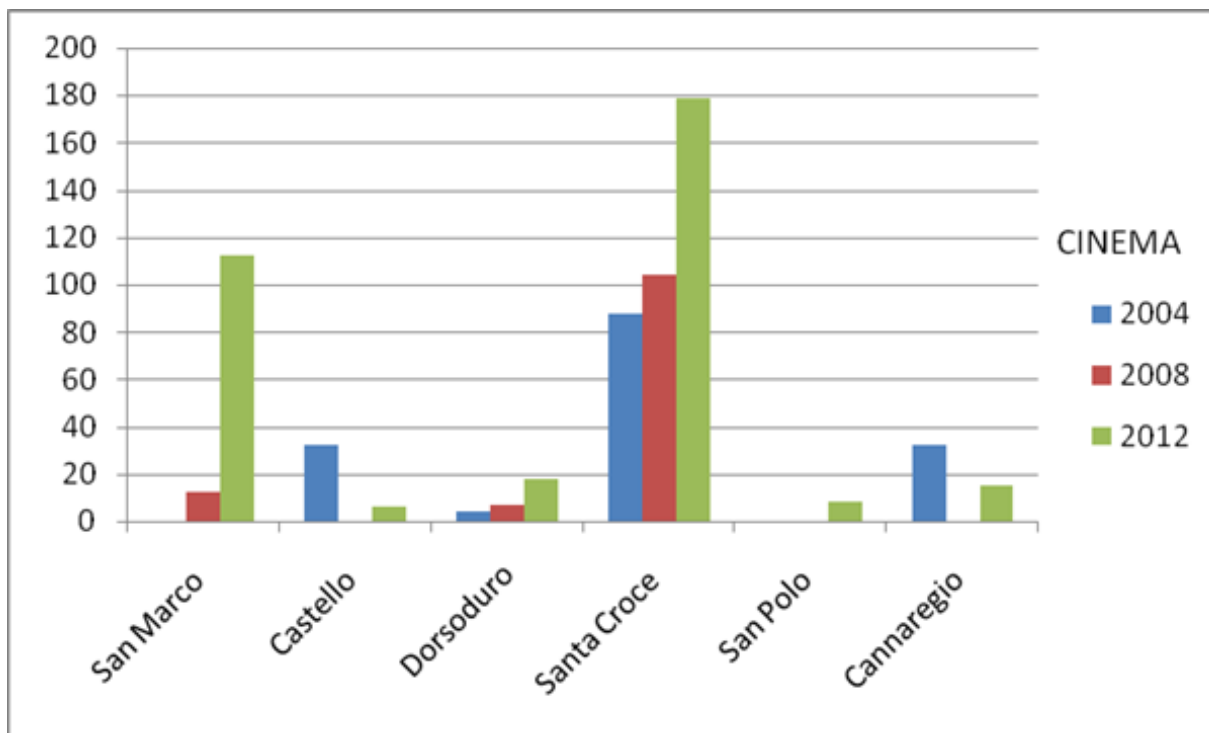
Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2004, 2008, 2012)

Grafico 14. Analisi variazione eventi Musica per sestiere, anni 2004-2012



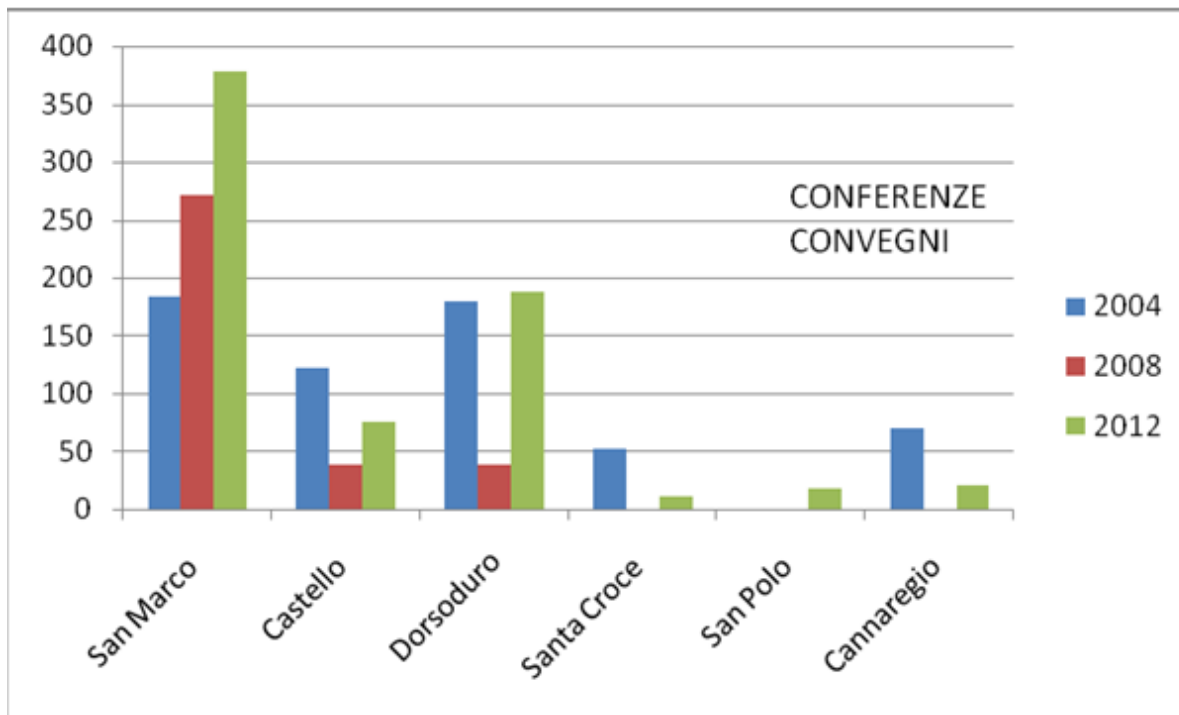
Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2004, 2008, 2012)

Grafico 15. Analisi variazione eventi Cinema per sestiere, anni 2004-2012



Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2004, 2008, 2012)

Grafico 16. Analisi variazione eventi Conferenze e Convegni per sestiere, anni 2004-2012



Fonte elaborazione personale da dati Fondazione Venezia (2004, 2008, 2012)

3.3 La presenza di Istituzioni Culturali a Venezia ad oggi

Presi in esame da un lato i maggiori organizzatori di eventi di Arti visive come riportato nei Rapporti della Fondazione Venezia e dall'altro i dati tratti dagli Annuari sul Turismo circa il numero dei visitatori (2022, 2024)¹⁴ prodotti dal Comune, si è cercato di ricostruire l'evoluzione degli eventi culturali sull'isola. L'anno di riferimento per iniziare è il 2021, la scelta effettuata permette di confrontare la presenza di iniziative culturali nelle diverse aree del Centro Storico con i redditi medi dei sestieri. È possibile verificare se la concentrazione di capitale economico e culturale nei sestieri più ricchi sia un elemento ancora presente negli ultimi anni. L'attenzione sarà rivolta esclusivamente al settore delle Arti visive (mostre, musei) per restringere il campo di analisi ed essere quanto più puntuali possibile.

La Querini Stampalia ha organizzato quattro mostre ed ha attratto 28.468 visitatori, nell'anno 2021.

I Civici Musei hanno organizzato nove mostre (Palazzo Mocenigo, Ca' Rezzonico, Ca' Pesaro, Museo di Storia Naturale, Palazzo Ducale, Palazzo Mocenigo) che hanno accolto 781.260 visitatori, di cui il 47,2% italiano.

La Fondazione Bevilacqua la Masa ha realizzato 10 mostre di cui tre alla Giudecca e le restanti a piazza San Marco.

La Biennale di architettura nel 2021 ha contato 298.600 biglietti venduti e gli eventi erano localizzati in particolare a Castello e San Marco.

Le Istituzioni che hanno curato una sola mostra nel 2021 sono state la Fondazione Vedova, la Fondazione Prada, Fondazione Luigi Nono, Palazzo Grimani, il Museo Archeologico Nazionale, il Museo San Marco, la Pinacoteca Manfrediana, la Collezione Peggy Guggenheim.

La Fondazione Cini ha allestito sette mostre nel 2021, Palazzo Grassi due e Palazzo Franchetti tre. Esaminando la collocazione di tali eventi troveremo:

¹⁴ Tale annualità sono state particolari a causa della pandemia di Covid 19, quindi bisogna considerare che rispetto ad anni "normali" i dati del 2022 hanno risentito degli effetti dell'emergenza sanitaria

Tabella 31. Collocazione eventi Arti visive anno 2021

sestieri	Eventi visive	Arti
San Marco	14	
Castello	2	
Dorsoduro	17	
Santa Croce	4	
San Polo	2	
Cannaregio	1	
Giudecca	4	

Fonte elaborazione personale

San Marco e Dorsoduro presentano nuovamente i numeri più alti dal punto di vista delle iniziative prodotte.

Il Comune di Venezia, all'interno degli Annuari sul Turismo, ha riportato il conteggio del numero di visitatori della Fondazione Musei Civici, dei Musei Statali, dei Musei religiosi (non tenuti in considerazione in tesi), delle Fondazioni, delle Collezioni ed altri musei.

Tutte le istituzioni prese in considerazione hanno subito un drastico calo del numero di utenti durante gli anni della pandemia, con una ripresa tra il 2021 e il 2022 (Comune di Venezia, 2022).

Tabella 32. Visitatori Istituzioni culturali Venezia

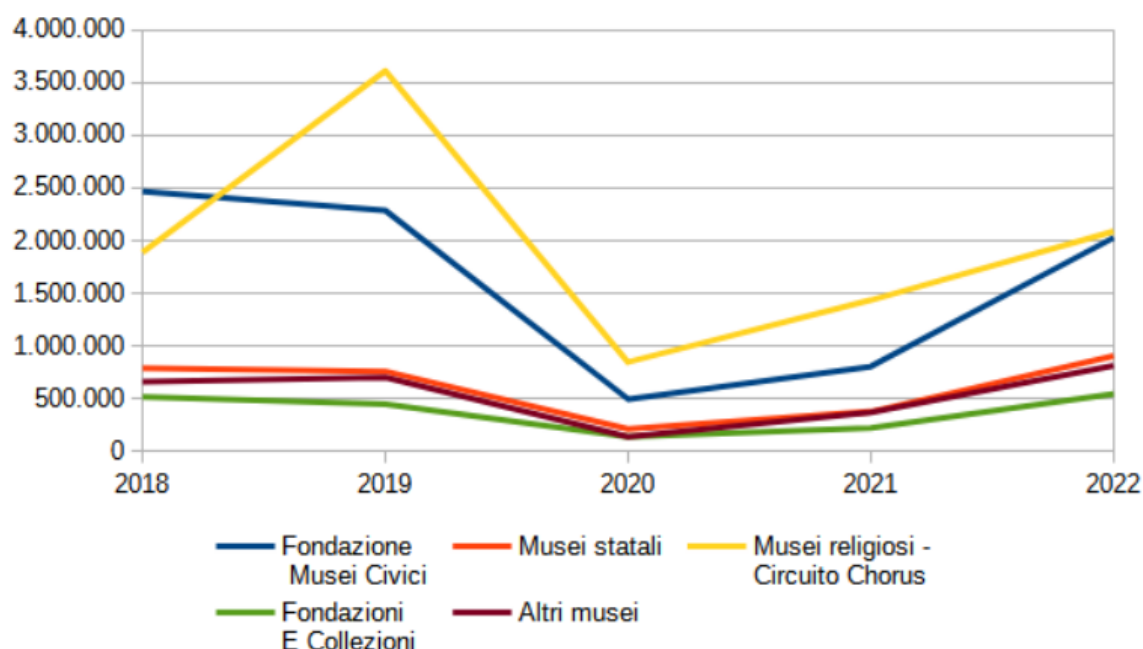
	2018	2019	2020	2021	2022	Var. % 22/18	Var. % 22/19	Var. % 22/21
Totale Fondazione Musei Civici^I	2.464.787	2.285.912	494.568	803.914	2.027.634	-17,7%	-11,3%	152,2%
Totale musei statali^{II}	787.606	758.606	209.663	375.130	904.929	14,9%	19,3%	141,2%
Totale musei eccl.ci, chiese e chiese Circuito Chorus^{III,IV}	1.887.970	3.612.933	846.224	1.434.613	2.089.116	10,7%	-42,2%	45,6%
Totale Fondazioni e Collezioni^V	515.307	446.578	137.087	220.563	543.609	5,5%	21,7%	146,5%
Totale altri musei^{VI}	660.780	702.012	138.805	367.646	810.717	22,7%	15,5%	120,5%
Totale visitatori	6.316.450	7.806.041	1.826.347	3.201.866	6.376.005	0,9%	-18,3%	99,1%

Fonte Annuario sul turismo (2022)

Preso in considerazione esclusivamente la Fondazione Querini Stampalia (che verrà successivamente analizzata) come per gli altri enti museali, si nota che essa ha avvertito gli effetti del lockdown con un brusco calo del numero dei visitatori tra gli anni 2020 ed il 2021, ma il 2022 ha registrato un netto aumento con 52.845 presenze. I mesi del 2022 con una maggior afflusso sono stati aprile ed ottobre. Nel 2024 i visitatori sono

ulteriormente aumentati, con una variazione positiva tra il 2023 ed il 2024 del 19,8% (Comune di Venezia, 2022, pp. 119-154).

Grafico 17. Andamento flussi visitatori Istituzioni culturali Venezia 2018-2022



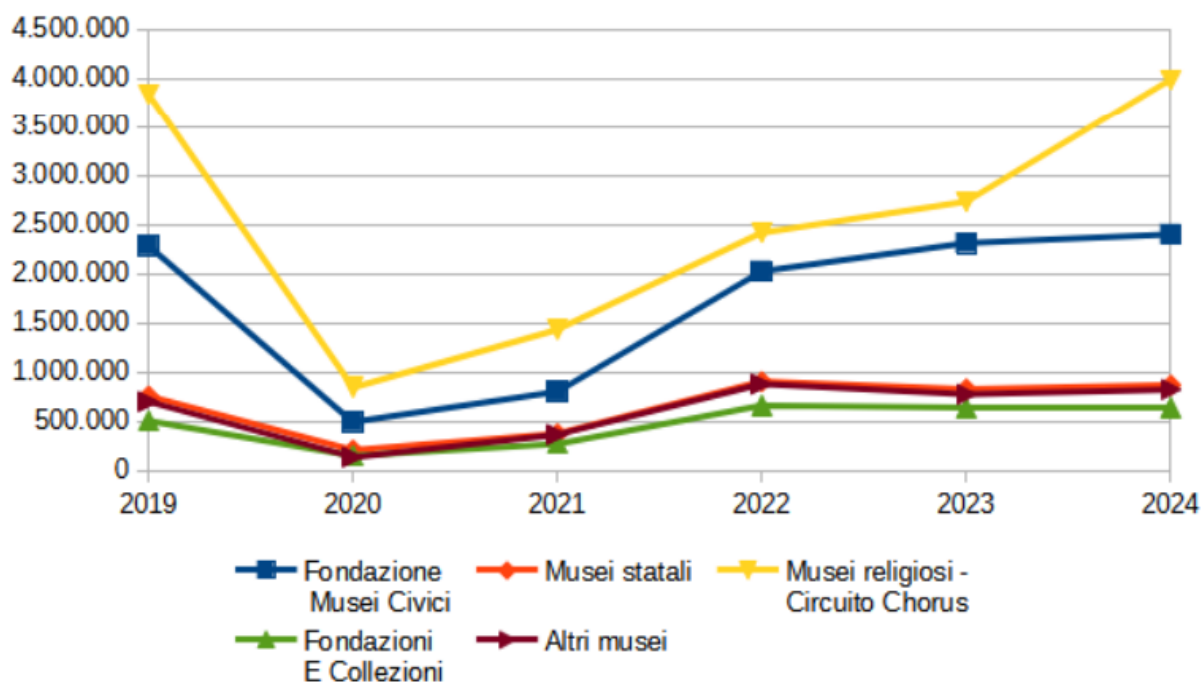
Fonte Comune di Venezia, annuario sul turismo (2022)

Tabella 33. Visitatori Istituzioni culturali Venezia

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Var. % 24/19	Var. % 24/23
Totale Fondazione Musei Civici^I	2.285.912	494.568	803.914	2.027.634	2.311.121	2.401.247	5,0%	3,9%
Totale musei statali^{II}	758.606	209.663	375.130	904.929	830.541	868.801	14,5%	4,6%
Totale musei eccl.ci, chiese ad accesso libero e chiese Circuito Chorus^{III}	3.838.536	846.224	1.434.579	2.419.859	2.736.552	3.992.481	4,0%	45,9%
Totale Fondazioni e Collezioni^{IV}	505.436	153.643	273.734	664.777	634.344	642.507	27,1%	1,3%
Totale altri musei^V	702.012	138.805	367.646	880.717	776.070	826.015	17,7%	6,4%
Totale visitatori	8.090.502	1.842.903	3.255.003	6.897.916	7.288.628	8.731.051	7,9%	19,8%

Fonte Comune di Venezia (2022)

Grafico 18. Andamento flussi visitatori Istituzioni culturali Venezia 2018-2022



Fonte Comune di Venezia (2024)

La Fondazione Querini Stampalia ha registrato un aumento del 5,8% dei visitatori, passando da 42.323 a 44.768. Il 2022 ha raggiunto il numero massimo di utenze (52.845) ed ottobre è stato il mese con maggior numero di visite (Comune Venezia, 2022).

Tabella 34. Elenco Fondazioni, Musei Statali e Musei città di Venezia

Fondazioni	Musei Statali	Musei
Fondazione Querini Stampalia	Galleria Accademia	Museo Ebraico
Fondazione Giorgio Cini	Museo Palazzo Grimani	Museo Storico Navale
Fondazione Vedova	Palazzo Franchetti	Pinacoteca Manfrediana
Fondazione Prada	Museo Archeologico Nazionale	Museo Wagner
Fondazione Scuola di San Giorgio	Museo d'Arte Orientale	Museo di San Marco
Fondazione Bevilacqua La Masa		
Fondazione Archivio Luigi Nono		
Fondazione Biennale		
Palazzo Grassi Fondazione Pinault		
Fondazione Civici Musei Venezia		
Fondazione Peggy Guggenheim		

Fonte elaborazione personale

3.4 Cosa si può dedurre da questi dati?

La concentrazione di eventi culturali sull'isola ha visto un aumento nel corso degli anni, in particolare nei sestieri di San Marco, di Dorsoduro e di Santa Croce. L'incidenza degli eventi segue il profilo reddituale dei sestieri di Venezia. Infatti, dai primi anni 2000 fino al 2012, le iniziative culturali si sono sviluppate prevalentemente nei sestieri sopra citati.

Dopo il 2012 non sono state prodotte analisi come quelle effettuate dalla Fondazione Venezia; per questo motivo si è deciso di considerare esclusivamente un settore, quello delle Arti visive, e di esaminare gli eventi nel 2021. Ciò ci consente di capire se la presenza di attività culturali ed il collegamento con i sestieri ad alto reddito (San Marco, Dorsoduro, Santa Croce) fosse ancora presente nel 2021, anno in cui la Fondazione Pellicani ha analizzato il reddito medio della città di Venezia, comparandolo con il 2011. L'indagine condotta in proprio voleva verificare se la presenza di eventi culturali fosse concentrata nei sestieri ad alto reddito.

Dai dati si evince che, nell'anno analizzato, i sestieri di San Marco e Dorsoduro hanno accolto il numero maggiore di iniziative, visto anche il numero maggiore di istituzioni presente in queste aree; Castello, Cannaregio e San Polo seguono nella classifica.

Dunque Dorsoduro e San Marco hanno nuovamente registrato il numero più alto di eventi. Ciò pare confermare per le Arti visive la correlazione tra capitale culturale e capitale economico. Se infatti riprendiamo le statistiche fornite dalla Fondazione Pellicani circa i redditi medi, potremo notare che Dorsoduro, nel 2021, ha visto un aumento dei contribuenti con più di 55.000 € ed una contrazione dei redditi bassi e medio bassi.

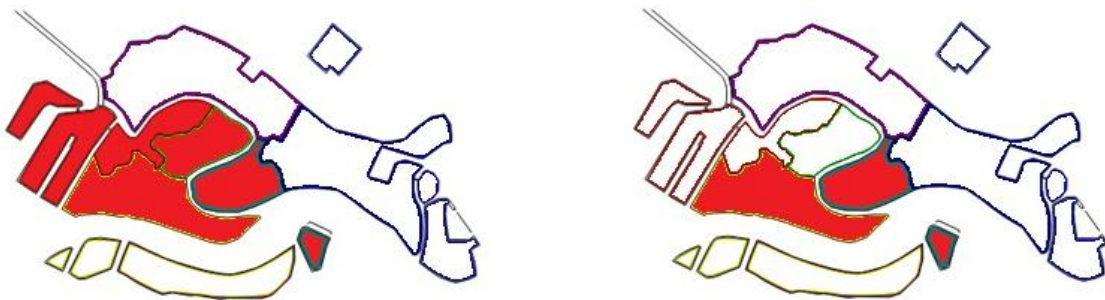
San Marco ha evidenziato un aumento del reddito medio pari a 37,41% e Santa Croce un incremento del 2,47%. I due sestieri centrali sono poli culturali ed economici, come conseguenza della concentrazione di contribuenti con salari medio-alti ed alti. Castello, Cannaregio e San Polo presentano una collocazione intermedia, sia dal punto di vista culturale che reddituale.

La città ha incrementato gli eventi culturali e i visitatori dal 2003 al 2012. Questi dati sono in linea con le tendenze partite negli anni Settanta, quando la cultura è stata sempre più considerata strumento di crescita:

- a livello di pianificazione e di modificazione urbana nei piani di trasformazione infrastrutturale (Bianchini, Parkinson 1993; Evans 2001);

-a livello economico, ri-orientando la catena produttiva verso il settore terziario e dei servizi (Rullanti, 2004).

Fig. 24, Fig. 25. La mappa a destra indica in rosso i sestieri con una concentrazione maggiore a livello reddituale. Sulla sinistra è possibile osservare come San Marco e Dorsoduro, colorati in rosso, oltre che ad un livello reddituale medio alto, presentino anche una frequenza elevata di eventi ed istituzioni culturali.



Fonte elaborazione personale su dati Fondazione Venezia, Comune Venezia (2004,2008,2012,2024)

La cultura è stata utilizzata in maniera sempre più marcata come strumento di crescita economica del territorio e l'isola ha visto aumentare vistosamente i flussi turistici, in virtù del suo ricco patrimonio culturale e del crescente numero di eventi ad esso associato.

Tuttavia, le pressioni esercitate dal turismo hanno avuto e provocano tutt'oggi delle conseguenze nel Centro Storico:

- i cambi d'uso degli stabili da residenziale ad uso ricettivo;
- la diminuzione delle attività commerciali e dei servizi per i residenti, a favore di esercizi commerciali rivolti al turismo.

In secondo luogo, se si osservano i dati demografici, è possibile notare che:

- vi è una popolazione anziana con bassa propensione al cambiamento;
- il tessuto sociale presenta segni di scollamento tra coloro che traggono vantaggio dalle attività turistiche e coloro che vengono "espulsi" dalla città per mancanza di offerte di lavoro;

- vi è stata una crescita economica nata dallo sfruttamento del capitale culturale e simbolico della città;
- l'impianto dell'isola presenta costi elevati di conservazione nel lungo termine;
- si registra un'evidente mancanza di abitazioni a prezzi accessibili.

La crescita degli eventi culturali a Venezia, quindi, è stata effettivamente funzionale ad una rigenerazione sociale della città?

I dati forniti dai Rapporti e dal Comune presentano riferimenti sul pubblico di tali eventi, ma non ci sono informazioni rispetto alla provenienza, che potrebbe risultare interessante per comprendere quanti cittadini di Venezia frequentino effettivamente questi spazi e momenti culturali ed alla qualità di visita.

In assenza di dati completi sul pubblico, ci si domanda quindi se le iniziative culturali possano essere fonte di rigenerazione urbana destinata ai residenti. *La produzione di eventi culturali richiede infatti la presenza di una progettazione locale originale, accostata dalla partecipazione dei cittadini, un modello di produzione dove il valore co-prodotto da più soggetti favorisce un processo decisionale bottom up* (Calcagno, 2013).

Come individuato dalla Convenzione di Faro la partecipazione e la co-progettazione da parte dei cittadini agli eventi culturali è di fondamentale importanza per lo sviluppo locale e sostenibile. I cittadini potrebbero trarre benefici, inoltre, da una diffusione più capillare di eventi culturali, in particolare quelle realtà con un reddito più basso.

I musei in questi processi di rigenerazione urbana a base culturale possono essere il primo tassello per avvicinare i cittadini alla cultura.

Inoltre il ruolo delle istituzioni culturali si sta modificando: esse infatti non sono più esclusivamente dei luoghi di conservazione del patrimonio, ma risultano espressione viva della collettività. Questo è stato rimarcato dal cambiamento della definizione di museo dell'Icom, che nel 2007 descriveva il museo come:

“un’istituzione permanente, senza scopo di lucro, al servizio della società, e del suo sviluppo, aperta al pubblico, che effettua ricerche sulle testimonianze materiali ed immateriali dell’uomo e del suo ambiente, le acquisisce, le conserva, e le comunica e specificatamente le espone per scopi di studio, educazione e diletto.”

All'interno della citazione non veniva fatto alcun riferimento al ruolo delle comunità, ai processi partecipativi così nel 2022 a Praga è stata approvata una nuova definizione:

“Il museo è un’istituzione permanente senza scopo di lucro e al servizio della società, che compie ricerche, colleziona, conserva, interpreta ed espone il patrimonio culturale, materiale e immateriale.

Aperti al pubblico, accessibili e inclusivi, i musei promuovono la diversità e la sostenibilità. Operano e comunicano in modo etico e professionale e con la partecipazione delle comunità, offrendo esperienze diversificate per l’educazione, il piacere, la riflessione e la condivisione di conoscenze.”

Il ventaglio di possibilità di collaborazione tra ente museale e fruitore si è dunque ampliata e si nota come il fine del museo è mutato: esso non solo educa, ma incentiva esperienze che producono benessere, permettono il pensiero critico, sostengono il dialogo e lo scambio di conoscenze.

Calandoci nel caso della realtà veneziana, la visione del museo come luogo e rete per i cittadini è portata avanti dalla Fondazione Querini Stampalia, tra i pochi enti che effettuano ricerche sui visitatori, sulla partecipazione e sull’engagement del pubblico.

Di seguito verrà delineato il profilo reddituale e culturale del sestiere Castello, dove è collocata la Fondazione, la storia della stessa e le attività che essa promuove.

Fig. 26. Immagine satellitare Campo di Santa Maria Formosa



Fonte Google Maps

3.5 Castello ed i redditi

Partendo da un'analisi del profilo reddituale del Sestiere di Castello potremo notare come i contribuenti totali siano diminuiti da 8.436 a 7.310. Seppur il reddito medio annuo abbia visto un aumento del 5,57%, in linea generale, vi è stata una contrazione del numero dei dipendenti, dei pensionati e dei lavoratori autonomi. Gli scaglioni di reddito medio bassi ed alti hanno visto una flessione, tranne per la fascia più bassa, ovvero quella inferiore ai 15.000 € con nuove 25 unità. Si nota quindi come il sestiere stia, nel corso degli anni (2011-2021) acquisendo cittadini con un reddito più basso.

3.5.1 Castello e gli eventi culturali

Tra gli eventi culturali erogati all'interno del sestiere, è possibile notare come il comparto delle Arti visive abbia visto una diminuzione tra il 2004 ed il 2023. Cinema, Teatro e Danza sono stati i settori che, dai dati della Fondazione Venezia, hanno diminuito il numero di eventi erogati, mentre il comparto musicale, le "Conferenze ed i Convegni" hanno visto una ripresa.

3.5.2 Castello e la Querini

Nei primi dieci anni del 2000, nei settori delle Arti visive, Cinema, Teatro e Danza vi è stata una diminuzione delle iniziative, al contrario il numero dei convegni è aumentato.

Nonostante tale situazione, dobbiamo tenere in considerazione l'attrattività e l'importanza di enti come la Fondazione Querini Stampalia. Essa infatti, non è solo un museo, ma anche una biblioteca, uno spazio per eventi culturali e dispone di un'emeroteca. È un luogo per tutti, di tutti, vicino alle esigenze dei cittadini. Verrà di seguito delineata una breve analisi della storia della Querini.

3.5.3 Storia della Querini Stampalia

I primi documenti che attestano la presenza del cognome Querini risalgono al XIII secolo; l'omonima famiglia, da sempre legata al commercio, disponeva di abitazioni presso il campo di Santa Maria Formosa. Nel corso del XVI secolo venne eretto il palazzo che ospitò le generazioni successive della famiglia e nel 1700 Polo Querini (1654-1728) allestì il primo nucleo di raccolte artistiche all'interno della galleria attuale. Andrea Domenico Querini (1710-1795), nipote di Polo, investì in case e terreni per dare maggiore stabilità economica alla famiglia, contemporaneamente ampliò la biblioteca.

Giovanni Querini (1799-1869) accrebbe ulteriormente il patrimonio della famiglia e per volontà testamentaria donò la collezione artistica, l'archivio e la biblioteca della famiglia alla città di Venezia, trasformando il palazzo in una Casa Museo. La Galleria, già nata nel 1708 per volontà di Polo Querini, venne arricchita nel corso dei secoli e l'assetto odierno del palazzo è frutto di una interventi iniziati dopo la morte di P. Querini nel 1869. Dopo tre anni i curatori della Fondazione, Roberto Boldù, Giacinto Namias e Giambattista Lucietti, collocarono il patrimonio artistico al secondo piano e sin dall'inaugurazione i visitatori potevano accedervi gratuitamente una volta a settimana.

I due conflitti mondiali imposero la chiusura della sede ed il trasferimento delle opere d'arte; dopo il 1946 vennero avviate intense attività di restauro della sede, a cui fecero seguito ulteriori campagne di rinnovamento tra il 2000 ed il 2005.

La visita alla casa-museo rappresenta non solo un viaggio nell'arte ma offre interessanti panoramiche sulla storia sociale di Venezia che permettono di comprenderne il presente. La narrazione realizzata nelle diverse sale ha un ruolo cardine in questo senso, perché

favorisce la comprensione da parte del pubblico di usi e costumi ancora oggi vivi sull'isola (Fondazione Querini Stampalia, 2023).

3.5.4 L'interno e l'esterno

Il piano terra dell'edificio accoglie i visitatori con spazi dedicati ai servizi come info desk, guardaroba, biglietteria, bookshop, servizio ristorazione. Nel primo piano è collocata la Biblioteca ed al secondo piano si accede al museo.

La collezione permanente esposta all'interno dell'edificio è il frutto delle raccolte private della famiglia, quindi lo spazio si configura come una Casa Museo arricchita da interventi architettonici ed artistici contemporanei che dialogano con le opere esposte e guidano il visitatore.

I dipinti esposti, prevalentemente di scuola veneta, coprono il periodo dal XIV al XX secolo, ad essi si accostano arredi settecenteschi e neoclassici, sculture, lampadari in vetro di Murano.

Le sale sono suddivise per sezioni tematiche che uniscono la storia dei Querini alla Storia di Venezia.¹⁵

Il percorso è arricchito da schede informative (in diverse lingue) a disposizione dei visitatori, un ricco apparato didascalico recentemente rinnovato. Sono disponibili inoltre visite guidate e audioguide.

Il layout del percorso è unidirezionale e prosegue nelle aree dedicate alle esposizioni temporanee collocate al terzo ed al quarto piano. Per rispettare l'architettura dell'edificio l'illuminazione naturale viene filtrata da tende che fanno risaltare la storicità dell'esposizione, inoltre un sistema di faretti illumina le opere esposte in modo efficace. In ogni sala il personale sorveglia la collezione e fornisce all'occorrenza anche esaustive spiegazioni.

Gli interni della Querini Stampalia sono stati inoltre impreziositi dagli interventi di Carlo Scarpa (1906-1978), Valeriano Pastor, Mario Botta, Michele de Lucchi. L'intervento di Scarpa si è concentrato innanzitutto sul collegamento tra esterno ed interno,

¹⁵ I Querini di Santa Maria Formosa, sala dei ritratti, sala della maniera, sala Pietro Longhi, sala Giovanni Bellini, portego, sala della mitologia, sala dei stucchi, sala da pranzo, salotto verde rosso, studiolo, camera degli sposi, boudoir, scene di vita veneziana, sala antiquario.

ricollocando l'ingresso della Fondazione sul canale attraverso un sottile ponte composto da strutture essenziali di ferro e legno. Il pavimento policromo ricorda lo stucco rosso del soffitto e l'esterno dell'edificio entra ulteriormente in dialogo con l'interno, grazie ad una banchina in cui l'acqua entra ed esce a seconda delle maree. L'ingresso introduce il visitatore alla sala per mostre e conferenze "Gino Luzzato" in cui tutti gli elementi sono stati disposti da C. Scarpa in base alle affinità e contrapposizioni tra i materiali utilizzati.

A Valeriano Pastor si deve la creazione della scala, collegamento tra il passato e il presente della collezione, mentre si ricorda l'intervento di M. Botta che ha ridisegnato gli spazi dell'ingresso come se fosse una corte aperta, ove i materiali e gli arredi richiamano l'estetica di Scarpa. Infine De Lucchi ha lavorato sugli effetti visivi delle porte affinché, attraverso la cromia delle pareti e l'annientamento delle forme, l'utente possa compiere un viaggio nello spazio tra il Cinquecento di Tintoretto ed il Novecento di Arturo Martini.

16

¹⁶ Si ricorda inoltre la presenza del giardino della Querini Stampalia, disegnato da C. Scarpa.

Fig. 27. Ingresso Fondazione Querini Stampalia con davanti “Q Spot” ed il “Leone” . La freccia rossa indica l’entrata, a sinistra si nota il “Leone” e “Q Spot”



Fonte foto personale (2025)

3.5.5 I servizi della Querini Stampalia

La Fondazione non è esclusivamente un istituto museale, ma dispone anche di una ricca biblioteca, di un’emeroteca, di spazi per conferenze ed esposizioni. Inoltre vi sono numerose attività dedicate alle scuole ed alle famiglie, frutto della collaborazione con la cooperativa “Coopculture”, grazie alla quale è stato possibile realizzare percorsi per le classi della scuola dell’infanzia, della scuola primaria, della scuola primaria di primo e di secondo grado. Sono stati creati laboratori itineranti co progettati con le biblioteche di Venezia. I laboratori permettono sia un coinvolgimento pratico e sensoriale, sia una comprensione delle diverse anime della Fondazione: il valore architettonico dato dagli interventi di Carlo Scarpa, la memoria artistica, storica e archivistica della collezione bibliografica e museale (che ha raccolto l’eredità dei Querini) e l’apertura alla contemporaneità delle mostre temporanee.

L'accessibilità è una prerogativa imprescindibile della Fondazione, la quale sul proprio sito web riporta le facilitazioni per persone con disabilità che godono di riduzioni e soprattutto hanno accessibilità ai piani.

3.5.6 Le analisi della Querini Stampalia

Nel panorama culturale veneziano, la Fondazione è un faro per gli studi sui visitatori museali. L'istituzione è attenta all'intero percorso di visita, con questionari che partono dall'analisi delle motivazioni della fruizione sino alla valutazione finale da parte dell'utente.

Già nel 2010 la Fondazione ha cominciato a studiare come migliorare la qualità della fruizione all'interno del museo. Le analisi condotte hanno seguito i visitatori nei loro percorsi di visita, accogliendone i giudizi finali.

Il risultato di questi studi ha determinato la nascita di un nuovo apparato didascalico, che non solo narra le vite di soggetti secondari della famiglia Querini (come il maggiordomo, la domestica o il cuoco), ma lega il patrimonio della casa museo con riflessioni su temi della contemporaneità (matrimonio tradizionale, genere, diritti).

Stimolato da questa spinta di rinnovamento interno, il museo ora sta uscendo dai propri confini tradizionali.

Al complesso lavoro di analisi del pubblico museale, la Fondazione Querini Stampalia ha accostato la promozione di installazioni artistiche in spazi pubblici, esterni al museo, per creare opportunità di convivialità per i cittadini.

In questo senso le opere d'arte come "Q Spot" ed i "Leoni" in Campo, che verranno in seguito analizzati, sono stati un punto di contatto con i fruitori e potrebbero essere stati un incentivo alla visita.

3.6 Conclusioni del capitolo 3

Venezia è una città creativa in virtù sia del suo alto profilo culturale legato al patrimonio materiale ed immateriale di cui dispone, sia del fatto che attiri una classe creativa (artisti, professionisti della cultura ecc.). Inoltre l'isola si presenta come sede di distretti culturali, grazie alle prestigiose istituzioni che ogni anno aprono le loro porte a cittadini

e turisti. Infine, in determinati periodo dell'anno, la realizzazione di festival ed eventi sono catalizzatori di diversi attori a livello nazionale ed internazionale.

Tuttavia l'isola presenta una distribuzione non omogenea delle iniziative culturali. Infatti dai dati riportati si evince che i sestieri di San Marco e Dorsoduro hanno accolto negli anni il numero maggiore di eventi, considerato anche il numero superiore di istituzioni culturali presenti in queste aree; Castello, Cannaregio e San Polo seguono nella classifica.

I due sestieri inoltre presentano un numero cospicuo di contribuenti con redditi alti, soprattutto per quelli superiori ai 55.000 euro ed hanno registrato una contrazione dei redditi bassi e medio bassi. San Marco e Dorsoduro sono divenuti quindi poli culturali ed economici, mentre Castello, Cannaregio e San Polo presentano una collocazione intermedia, sia dal punto di vista culturale che reddituale.

Analizzando le Istituzioni che rivolgono la propria attenzione verso i veneziani, troveremo la Fondazione Querini Stampalia. Da sempre attenta al miglioramento della partecipazione culturale, essa è un riferimento per la comunità.

Le installazioni artistiche "Q Spot" ed i "Leoni in campo" potrebbero aver stimolato inoltre la fruizione del museo da parte della collettività.

È fondamentale a questo punto riflettere sul ruolo di queste opere, che possono essere parte dei processi di culture-led regeneration e potrebbero essere in grado di avvicinare i cittadini ai musei, oltre al fatto che possono attrarre utenti dall'esterno.

Le installazioni d'arte contemporanea (collocate esternamente agli istituti museali) possono essere degli strumenti in grado di favorire l'accesso ai musei e questo si inserisce all'interno della teoria delle nudges.

Nel successivo capitolo si esplicherà tale concetto attraverso l'analisi delle due installazioni della Fondazione Querini Stampalia e si comprenderà come esse siano delle nudges, ovvero degli strumenti (basati su teorie di economia comportamentale) per indirizzare il comportamento umano ed incentivare la visita museale.

Capitolo 4

La teoria delle nudges: possibili applicazioni al contesto veneziano

4.1 Introduzione al capitolo 4

Nel presente capitolo si vuole analizzare se e come *la teoria delle nudges* (Sunstein e Thaler, 2008) possa essere utilizzabile anche nel settore culturale, favorendo la fruizione da parte dei cittadini dei musei.

Il caso studio analizzato è quello di “Q Spot” , un’installazione artistica posta dalla Fondazione Querini Stampalia nel campo di Santa Maria Formosa. L’ipotesi è che questa “seduta sociale” sia una nudge, perché essa presenta delle caratteristiche affini alla teoria elaborata da Sunstein e Thaler (2008) cioè la presenza di informazioni, l’effetto sociale, l’assenza di costi per l’utente e la libertà di scelta. “Q Spot” potrebbe essere considerata un incentivo non economico alla fruizione museale.

Per avere un quadro completo e ripercorrere lo sviluppo delle teorie sugli incentivi economici e non nel mondo culturale, si partirà dalla descrizione delle caratteristiche dei beni culturali e della loro rilevanza per la società. Successivamente verrà analizzato il settore culturale, mostrando quali inefficienze lo caratterizzano. A causa di queste ultime, lo Stato interviene con tasse ed incentivi economici così da regolamentare il mercato e sostenere le Istituzioni culturali.

Si proseguirà analizzando come tali strumenti economici presentino effetti positivi e risvolti negativi, illustrando in seguito la teoria delle nudges, come alternativa ai mezzi monetari per indirizzare il comportamento umano; attraverso casi studio sarà possibile comprendere come le nudges siano applicabili nella realtà.

Infine l’analisi dell’installazione “Q Spot”, posta dalla Fondazione Querini Stampalia nel campo di Santa Maria Formosa, indicherà come le opere di design e di arte pubblica possano essere considerate delle nudges, in grado di favorire la partecipazione culturale, in termini di accesso alla Fondazione, con l’auspicio che in futuro si possano progettare soluzioni simili. L’osservazione condotta presentava alcune caratteristiche che ponevano delle limitazioni all’applicabilità di tale teoria (assenza di confronto con periodo antecedente e successivo all’osservazione, mancanza di un’Istituzione con la quale

confrontare l'osservazione condotta alla Querini Stampalia, conduzione dell'osservazione in un luogo pubblico in cui diverse variabili potevano condizionare il comportamento delle persone).

Il caso di "Q Spot" permette di esplorare se anche a Venezia sia possibile, tramite opere d'arte pubblica, favorire un processo di rigenerazione urbana che incentivi la fruizione culturale, su cui poi attivare processi partecipati.

4.2 I beni ed il mercato culturale: i benefici della cultura

È necessario analizzare le caratteristiche intrinseche dei beni culturali e del mercato artistico-culturale¹⁷, così da comprendere i motivi dell'intervento economico da parte dello Stato nel settore culturale.

Per introdurre tale tematica, si deve partire dalla nozione di beni pubblici: essi presentano diverse tipologie di esternalità positive e sono infatti capaci di generare benessere, aumentare l'utilità¹⁸ diminuendo i costi di produzione di terze parti, senza che vi sia una mediazione dal punto di vista del prezzo. Essi sono caratterizzati dalla "non escludibilità" e dalla "non rivalità" (Moreschini, 2003): con la prima definizione si intende che è impossibile o molto costoso escluderne dal consumo gli individui, il principio della "non rivalità" indica come tali beni siano fruibili da tutti, senza che l'utilità personale ne venga ridotta

Il fruitore dei beni culturali presenta un consumo cumulativo nel tempo, ovvero l'utilizzo del bene soddisfa il benessere (utilità) della persona nell'immediato e favorisce l'acquisizione di conoscenza ed esperienza che indirizzerà il suo consumo culturale nel futuro (Severino, 2012).

I beni culturali possono essere ascrivibili nella categoria dei beni pubblici impuri perché non presentano tutte le caratteristiche di un bene pubblico puro: se poniamo infatti l'esempio di un ente museale, esso ha una capienza massima, non rispettando così il vincolo di "non rivalità". Inoltre la presenza di un biglietto d'ingresso non rispecchia la "non escludibilità" (Mazzanti, 2003).

¹⁷ Nella categoria dei beni culturali sono inclusi i beni archeologici, architettonici e ambientali, i beni mobili ed artistici, i beni archivistici, librari ed i beni musicali (Mazzanti, 2003).

¹⁸ Con il termine utilità si intende la soddisfazione della necessità o del desiderio di un consumatore tramite l'acquisto di un bene o di un servizio.

La fruizione del patrimonio culturale da parte della collettività migliora la coesione sociale, aumenta la partecipazione civica ed il benessere individuale. I benefici economici del settore culturale dipendono dalla sua capacità di generare dei mercati secondari e sollecitare il turismo, inoltre tali beni possono generare benefici territoriali e per la comunità a livello locale (valori d'uso indiretto). Si fa in tal caso riferimento alle capacità del bene culturale di apportare miglioramenti economici nell'area in cui sono collocati, in termini per esempio di attrazione turistica.

Vi possono essere benefici relativi alla natura di bene pubblico puro, indipendenti dall'utilizzo stesso del bene culturale, poiché tali benefici coincidono con il valore positivo attribuito al bene culturale (valore di esistenza). Tali esternalità possono derivare anche dal valore di dono, ovvero dal piacere altruistico che deriva dal sapere che altri utenti fruiranno del bene culturale in futuro.

Infine i benefici diretti (valore privato di uso diretto) sono legati alla visita degli utenti ed al piacere che provoca la fruizione di un'istituzione culturale, come nel caso che si analizzerà successivamente in tesi.

Inoltre il valore di opzione è collegato all'assicurazione di un futuro uso del bene culturale, tramite la conservazione del manufatto.

Il valore economico che scaturisce dai beni culturali è quindi collegato alle categorie di valore esplicite ed implicite che derivano dai benefici dei beni culturali (Moreschini, 2003).

Lo sviluppo del settore culturale ha un impatto anche educativo, fattore che giustifica l'intervento pubblico, al fine di garantire equo accesso a tutti i cittadini (Trimarchi, 1993). Teniamo tuttavia in considerazione che tale approccio risulta in parte datato perché le nuove spinte partecipative al settore culturale premono per un cambiamento di tale approccio verso un indirizzo di co-progettazione.

Quindi i beni culturali possono determinare la generazione di benessere a livello individuale e collettivo. (Severino, 2012).

4.3 Le inefficienze del settore culturale e gli incentivi economici

Poiché i beni pubblici soddisfano un'utilità sia individuale che collettiva, le tasse ed i sussidi sono tra gli strumenti utilizzati per garantire il godimento sia a livello di singolo che a livello sociale (Mazzanti, 2003).

Nonostante i benefici sociali ed educativi prodotti, non è possibile avere una valutazione economica di tali beni perché la loro stima si basa su giudizi di valore. Le motivazioni quindi alla base dell'intervento statale nel panorama culturale sono legate all'impossibilità di una stima precisa del valore del bene ed al conseguente fallimento del mercato che normalmente non riesce a garantire la fornitura efficiente. Non si riesce dunque a raggiungere l'equilibrio vista la produzione di benefici, equilibrio che non è compensato dalle istituzioni culturali per le differenze di composizione della domanda e dell'offerta (Trimarchi, 1993).

A questo, si aggiunge il fatto che lo Stato non riesce a sostenere la spesa di conservazione dell'intero patrimonio culturale (costi fissi elevati) per una limitatezza delle fonti e per la vastità dei beni culturali stessi (Trimarchi, 1993).

La condizione nel settore dei beni culturali è legata da un lato alla scelta dello Stato di garantire il benessere collettivo, dall'altro per raggiungere tale obiettivo i profitti dovranno essere nulli. Considerato che i beni culturali dovrebbero essere non escludibili e non rivali, per garantire l'equo accesso e la generazione di esternalità positive, lo Stato dovrà sostenere elevati costi fissi (attività di manutenzione ordinaria, non mantenimento del capitale fisico culturale) e bassi costi marginali di accesso.

Il settore culturale presenta quindi delle inefficienze legate alle caratteristiche intrinseche dei beni culturali (costi fissi elevati, difficoltà di attribuire un valore economico, esternalità positive) e del mercato ad essi annesso (asimmetrie informative, plasticità dei beni culturali, assenza dello scopo di lucro delle istituzioni culturali).

La prima tipologia di inefficienza del mercato culturale è la presenza di asimmetrie informative, che si concretizzano nella selezione avversa e nell'azzardo morale. La prima deriva dall'impossibilità di una valutazione a priori del bene secondo parametri di efficienza ed efficacia. Non conoscendo il suo valore, il consumatore è posto in una condizione di svantaggio rispetto all'offerente. Nel campo del cultural heritage si verifica

il fenomeno dell'azzardo morale. Il consumatore, infatti, per un comportamento opportunisto può utilizzare il bene, senza sostenere il costo per la conservazione e manutenzione dello stesso. Quindi i benefici dell'utilizzo del bene restano esclusivamente individuali, mentre i costi vengono sostenuti dalla collettività. (Trimarchi, 1993, p. 85). L'assenza di scopo di lucro porta le istituzioni culturali verso il finanziamento pubblico e verso la richiesta di contributi provenienti dai privati (Trimarchi, 1993).

In generale l'intervento statale nel settore culturale si realizza attraverso sussidi alle istituzioni culturali destinati al sostegno delle attività ordinarie e di progetti specifici. Tale operazione viene effettuata per diminuire il fabbisogno finanziario dell'ente e per garantire prezzi di biglietti accessibili.

Inoltre attraverso i matching grants (azioni legate a parametri meritori del beneficiario, come la capacità dell'istituzione culturale di trovare forme di finanziamento privato) lo Stato garantisce il suo sostegno economico. In generale questi apporti spingono gli enti culturali a non basarsi esclusivamente sul sostegno dello Stato. Vi possono poi essere dei sussidi indiretti come agevolazioni a chi dona (Severino, 2011).

L'intervento dello Stato è da ricondurre a fallimenti del mercato quali il contenuto immateriale del bene culturale che ne limita una valutazione a priori, l'incompletezza e l'asimmetria informativa del consumatore che non può paragonare il bene con altri prodotti o servizi. Tuttavia il sostegno dato alle organizzazioni culturali permette un'estensione del pubblico, rendendo accessibili i prezzi di ingresso e garantendo miglioramenti alla fruizione dei beni (accessibilità fisica, sociale, culturale psicologica, digitale.)

D'altro canto la generazione di esternalità positive come la diminuzione della disoccupazione, il sostegno al settore turistico, i benefici alle industrie culturali e creative spingono lo Stato ad intervenire nel settore culturale (Severino, 2011).

In generale l'intervento sarà funzionale a garantire il pluralismo dell'offerta ed a sostenere quelle istituzioni che vogliono inserire sperimentazioni nella sfera gestionale e finanziaria. L'intervento si realizzerà attraverso mezzi monetari, rivolti prevalentemente all'offerta ed in taluni casi alla domanda (Mazzanti, 2003).

4.4 Il Bonus cultura: un esempio di incentivo alla domanda

Un esempio di incentivo economico statale destinato alla domanda, per incrementare la partecipazione culturale in Italia, è stato il “Bonus Cultura” o “18 App”. Il contributo forniva 500 euro spendibili in cinema, musica, concerti, eventi culturali, libri, musei, visite a monumenti e parchi archeologici, spettacoli di teatro e di danza, articoli del settore audiovisivo e corsi di musica, di teatro e di lingua straniera. L’iniziativa, nata nel 2016, ad oggi è riservata a coloro che hanno compiuto 18 anni e con un ISEE fino ai 35.000 euro (Ministero della Cultura, 2025).

La misura ha inizialmente avuto successo, pur riscontrando comportamenti opportunisti a causa dell’utilizzo da parte dei beneficiari per beni e servizi non culturali. La correzione, apportata dal governo Meloni nel 2024, ha visto la creazione di due misure distinte: la “Carta della Cultura Giovani” e la “Carta del Merito”. Il primo bonus veniva calcolato in base all’ISEE, mentre la seconda misura conferiva 500 euro in base al voto finale di diploma di maturità.

L’anno successivo, Il Sole 24ore (Ceci, 2025) ha riportato che vi è stata una diminuzione dal punto di vista dei destinatari e dei proventi da parte degli enti culturali. Le cause sono legate, da un lato, ai nuovi vincoli posti che hanno disincentivato la domanda del bonus, dall’altro, le informazioni richieste per accedere all’incentivo erano superiori rispetto al passato, dunque l’iter procedurale risultava più complesso.

L’Italia non è l’unico Paese a introdurre incentivi monetari per la partecipazione culturale. Infatti dalla seconda metà degli anni 2000, misure simili sono state adottate in Spagna, in Germania ed in Francia, senza tuttavia che in questi Paesi fossero poste limitazioni circa l’ISEE o il merito (Ceci, 2025).

Non è stato tuttavia verificato se l’utilizzo di tali incentivi favorisca la fruizione culturale nel lungo periodo, quindi sorgono alcune perplessità circa l’efficacia di tale misura. Come si vedrà in seguito gli individui a cui vengono conferiti incentivi economici sono maggiormente motivati nel breve periodo a fruire di beni ed iniziative culturali, ma la prassi non si consolida nel lungo termine, ovvero dopo la fine della disponibilità di liquidità.

4.5 Gli incentivi economici da parte dei musei

Gli strumenti economici usati dalle istituzioni museali e rivolti alla domanda si concretizzano in sistemi di sconto sull'entrata; infatti il pagamento di un biglietto d'ingresso è considerato un elemento che influenza la volontà di fruire o meno dello spazio museale.

Alcuni musei offrono un biglietto stagionale per stimolare la visita e coloro che hanno la membership del museo possono accedere a delle tariffe agevolate. Inoltre, le giornate al museo gratuite sono tra i metodi utilizzati dalle istituzioni per favorire la partecipazione (Towse, 2010). Per esempio i musei, le gallerie e le aree archeologiche statali italiane offrono agevolazioni ai minori di 18 anni, alle categorie di utenti protette ed alle fasce riservate (Ministero della Cultura, 2022). Possiamo poi ricordare iniziative volte a favorire l'integrazione e la fruizione museale dei "non pubblici", come la campagna "Fortunato chi parla arabo" avviata dal Museo Egizio di Torino (2016-2017), che permetteva due ingressi al museo al prezzo di uno per i cittadini di lingua araba.

Gli economisti ritengono infatti che i prezzi abbiano un ruolo determinante nella creazione delle entrate del museo (Cowell, 2007; O' Hagan, 1995). La cultura, come espressione di valori comuni condivisi dalla società, è tra gli elementi che incentiva ulteriormente il finanziamento pubblico, rivolto sia all'offerta che alla domanda (Towse, 2010, pp. 244-245).

Uno studio condotto da Martin nel 2003 ha per esempio rilevato la gratuità dell'accesso ai musei nazionali nel Regno Unito ha determinato un aumento dei visitatori, in particolare di coloro che non fruivano di tali spazi culturali.

È stato registrato che il 47% di coloro che erano già frequentatori museali, hanno dichiarato che grazie all'ingresso gratuito erano maggiormente predisposti a spendere per differenti parti della visita, per accedere a mostre temporanee, per prendere parte ad una visita guidata e per acquisire un'audioguida.

Seppur sia stato registrato un sensibile aumento della visita da parte del non pubblico, coloro che hanno beneficiato maggiormente di tale iniziativa sono stati i visitatori abituali e l'autore indica, quindi, come non sia esclusivamente la gratuità a determinare la fruizione museale, ma sussistono delle barriere come quelle sociali, fisiche ecc. che

devono essere eliminate per facilitare l'ingresso a chi normalmente non visita istituzioni museali (Martin, 2003).

4.6 Gli svantaggi degli incentivi economici: motivazione intrinseca e motivazione estrinseca

Sussistono dei dubbi rispetto all'efficacia degli incentivi economici rivolti alla domanda. Infatti una corrente dell'economia comportamentale (Timus, 1971; Frey, 1977; Bénabou e Tirole, 2000) indica che l'utilizzo di mezzi monetari per indirizzare il comportamento dei consumatori può incidere sulla loro motivazione intrinseca. La teoria indica come gli incentivi di tipo economico possano avere un impatto ridotto sull'individuo e diminuirne la volontà ad effettuare un'azione simile in futuro. L'effetto limitato dal punto di vista temporale suggerisce che una volta che la ricompensa viene data, essa sarà sempre richiesta ed attesa dalla persona che sapendo di ricevere l'incentivo, attuerà un comportamento opportunistico (Suvorov, 2023). Inoltre le ricompense influenzano la motivazione intrinseca in quanto, all'aumentare della ricompensa, la spinta interiore e l'interesse iniziale diminuiscono. Infine la ricompensa si attiva positivamente nel breve termine, ma non presenta un'efficacia duratura nel tempo (Bénabou, Tirole, 2016, p.4).

L'applicazione sperimentale di tali teorie ha dimostrato lo scarto tra motivazione intrinseca ed estrinseca. L'indagine rispetto alla capacità o meno degli incentivi economici di modificare la motivazione intrinseca, si sviluppò già negli anni Settanta quando il sociologo Titmus (1971) sostenne che l'introduzione di incentivi monetari alla donazione di sangue avrebbe potuto ridurre la disponibilità delle persone. Deci e Ryan (1985) hanno successivamente condotto un esperimento in cui due gruppi di partecipanti avrebbero dovuto creare delle forme a partire dai cubi forniti dai puzzle "SOMA". I risultati mostrarono come il gruppo al quale non erano stati dati incentivi di tipo monetario dedicò maggiore tempo alla creazione, rispetto al campione a cui era stato dato un incentivo economico.

Numerosi esperimenti hanno dimostrato che le persone performano meglio in assenza di una remunerazione di diversa natura. Tra le diverse ragioni di tale risultato, vi è l'effetto di sostituzione delle motivazioni intrinseche ed estrinseche: infatti nel gioco "SOMA" il compenso in termini di denaro non aumentava la disponibilità a giocare, ma la sostituiva. Ciò accade perché la percezione degli individui viene alterata e dunque un

comportamento effettuato per senso civico o per il benessere individuale è differente da uno per un fine economico. Tuttavia è importante sottolineare che l'esperimento prende in esame esclusivamente un parametro e non riflette la complessità delle variabili presenti del mondo reale.

Rimane comunque il fatto che la motivazione intrinseca è quindi il motore che aziona il comportamento umano e non sempre gli incentivi economici funzionano in tale senso.

4.7 L'economia comportamentale ed i bias

Una forma alternativa al ricorso agli incentivi monetari sono le nudges, teoria sviluppata da Sunstein e Thaler (2008) che pone le proprie basi su principi di economia comportamentale. Quest'ultima, nata a partire dagli anni Settanta, ha rimarcato l'importanza dell'analisi dell'atteggiamento dei produttori e dei consumatori, aprendo la strada alla contaminazione tra principi di psicologia sperimentale con elementi economici. Kahneman e Tversky (1979), infatti, hanno dimostrato come il comportamento umano sia influenzato da fattori economici e sociali, da tenere ugualmente in considerazione.

L'economia comportamentale pone le proprie fondamenta sui "bias comportamentali", i quali sono delle strategie che la mente attua per prendere decisioni, alterando le informazioni dell'ambiente circostante e portando spesso la persona ad una valutazione errata.

Il primo, *la self evaluation bias*, si attiva nel momento in cui la persona, ponendo un'eccessiva fiducia nella valutazione, attua comportamenti di sopra stima, determinando un calcolo incorretto del rischio (Wilkinson et al., 2012).

Il *punto di ancoraggio* rappresenta un elemento di riferimento (una stima, un numero) quando si prende una decisione; tale riferimento sarà funzionale ad una valutazione in positivo o in negativo da parte della persona (Wilkinson et al., 2012).

Le *proiezioni future* inoltre tendono ad essere molto simili a quelle presenti, così come *l'insight bias* porta gli individui a supporre di essere in grado di prevedere un evento correttamente, quando la situazione si è già verificata (Wilkinson et al., 2012). In aggiunta è possibile notare che le superstizioni, la memoria, la dissonanza cognitiva, la fatica nel prendere una decisione, l'emotività giocano un ruolo fondamentale

nell'influenzare le persone. Infatti all'interno della *Prospect theory*, Kahneman e Tversky (1979) individuano come le persone diano maggior peso alle perdite rispetto ai guadagni. Dunque quando esse scelgono di non investire, risparmiare ecc. possono assumere un comportamento irrazionale proprio a causa della potenziale perdita.

Sussistono inoltre *bias di conferma*, attivabili quando, in una condizione di incertezza, la nostra mente selezionerà le informazioni che validano le nostre credenze iniziali, rispetto ad altre che le problematicizzano.

Inoltre *la fallacia dello scommettitore* descrive come le supposizioni sulla probabilità di verificarsi di un evento futuro siano influenzate da circostanze precedenti. Per esempio nella *hot hand effect* identifica come le persone tendano a pensare che un trend di segnali in atto possa continuare anche in futuro.

All'interno di queste teorie troviamo le nudges, che da un lato correggono i comportamenti umani, dall'altro spingono gli individui verso le decisioni che massimizzano il loro benessere.

4.8 Le nudges

Su tali basi Sunstein e Thaler nel 2008 hanno coniato il termine nudge, il quale indica un: *“pungolo che influenza il comportamento individuale, senza vietare nessuna possibilità. Esso è una spinta gentile che sfrutta l'euristica¹⁹ ed i bias comportamentali, indirizzando gli umani verso determinate scelte.”*

Per comprendere meglio il funzionamento di una nudge, basti pensare alla modalità di esposizione degli alimenti nelle mense scolastiche ove la frutta e la verdura sono poste ad altezza d'occhio dei bambini, al contrario dei dolci, i quali sono collocati in luoghi meno visibili. La disposizione delle pietanze è una spinta che incentiva i bambini a scegliere una dieta sana, garantendo loro comunque la libertà di scelta (Thaler e Sunstein, 2008).

L'analisi dei due studiosi parte dalla relativizzazione di uno dei principi dell'economia classica (Smith, 1776; Ricardo, 1817): gli uomini non prendono decisioni in maniera

¹⁹ Metodi scientifici per individuare nuovi fatti; in psicologia si indicano con tale termine le regole per spiegare come le persone prendono delle decisioni di fronte a dei problemi complessi.

totalmente razionale. Il cosiddetto *Homo oeconomicus* non è un modello di consumatore realistico perché :

“Ha le facoltà intellettuali di Albert Einstein, una capacità di memoria paragonabile a quella del cloud di Google e una forza di volontà degna di Gandhi.” (Thaler e Sunstein, 2008).

Al contrario i due ricercatori hanno aperto la strada verso un modello di individuo “Homo sapiens” il quale, quando sceglie, è influenzato da alcuni fattori.

Infatti, se le scelte sono distanti temporalmente tra loro si ha difficoltà nel prendere la decisione. In aggiunta, nella classificazione dei beni, è possibile trovare i beni di investimento ed i beni “peccaminosi”: i primi sono più difficili da selezionare perché i costi del loro impiego vengono sostenuti nell'immediato, a differenza dei loro benefici che vengono percepiti come lontani nel futuro. I beni “peccaminosi”, come alcol, fumo o dolci, vengono preferiti, perché provocano un immediato compiacimento.

Il grado di difficoltà è un ulteriore elemento da tenere in considerazione, esso è superato dalla pratica, perché tramite un'azione è possibile smontare la complessità di tali decisioni apparentemente complesse. Inoltre quando le persone non sanno orientare le proprie preferenze, la nudge è un utile strumento per direzionarle.

Sunstein e Thaler hanno inoltre ripreso ed ampliato il ruolo dei sistemi cognitivi (Kahneman e Tversky, 1974) come regolatori del comportamento umano. Il “sistema intuitivo” è veloce ed istintivo, mentre il “sistema automatico” è lento e deduttivo. Nel momento in cui una persona decide, i due sistemi intervengono sulla base di alcuni fattori cognitivi, tra cui l'ancoraggio e la disponibilità. Per il primo, le persone sono legate mentalmente a dei numeri posti, di conseguenza questa informazione di base influenza la loro percezione e la decisione futura. Per esempio le organizzazioni non profit, per spingere gli individui a donare, partono normalmente da una base di 100, 250 dollari ecc. perché la somma proposta influenza la scelta del singolo. La seconda categoria è una metodologia che consente di calcolare il rischio in base alla facilità con cui si riesce a pensare ad un esempio rilevante. Se l'esempio è di facile disponibilità, il sistema impulsivo è consapevole del rischio ed attiva una reazione di conseguenza.

Ulteriori elementi che possono influenzare il comportamento umano sono la rappresentatività, l'ottimismo, l'avversione alle perdite e l'effetto sociale.

La rappresentatività individua come la persona possa essere facilmente influenzata dallo stereotipo: l'idea di base è che, nel valutare la probabilità che A appartenga a B, gli individui reagiscano domandandosi quanto A sia rappresentativo a B e quanto A si avvicini all'idea di partenza che essi hanno.

L'ottimismo influenza l'esposizione al rischio, perché la persona ha fiducia rispetto al futuro in maniera irragionevole.

L'avversione alle perdite, inoltre, spinge le persone a non modificare le proprie scelte perché l'infelicità rispetto ad una perdita è maggiore del senso di benessere ottenuto da un potenziale guadagno. Il mantenimento dello status quo e la modalità di presentazione del problema, influenzano ulteriormente le scelte delle persone (Thaler e Sunstein, 2008).

Dalla teoria di Thaler e Sunstein possiamo ricavare un'intelaiatura teorica per comprendere cosa siano le nudges e come attraverso di esse le persone siano facilmente pungevoli nelle loro decisioni. L'effetto sociale, le informazioni date, le azioni e le pressioni del gruppo dei pari infatti indirizzano le scelte a livello individuale e comunitario, sia nel settore pubblico che in quello privato.

4.9 I principi di base dell'architettura delle scelte

Le nudges si basano, oltre che sui bias comportamentali, sull'architettura delle scelte cioè la capacità di progettare il contesto in cui le persone prendono le decisioni, ponendo delle opzioni chiare che non devono intaccare il sistema impulsivo. Verranno di seguito illustrati alcuni punti cardine dell'architettura delle scelte (Sunstein e Thaler, 2008).

Opzioni di default

Gli esseri umani tendono a prediligere il percorso che implica lo sforzo minore perché per motivazioni di pigrizia, di paura, di distrazione, di distorsione, la preferenza sarà rivolta verso il mantenimento dello status quo. Dunque se vi sono delle opzioni di default già prestabilite dal decisore, l'umano viene facilitato nella sua scelta e sarà maggiormente propenso a selezionare le alternative stabilite.

Le opzioni di default normalmente non possono essere evitate e se la persona non agisce non cambierà nulla. Di norma si inserisce un'opzione di default solo nel caso in cui le alternative sono dicotomiche, perché un obbligo dinanzi a diverse possibilità risulterebbe inefficace (Thaler e Sunstein, 2008).

Mettere in conto l'errore

Considerato che tutti gli umani effettuano errori, è necessario inserire delle strategie che li conducano allo scopo prefissato; per esempio nei bancomat, a causa dell'alta percentuale di persone che si dimenticano di ritirare la tessera dallo sportello, la macchina invita prima a ritirare la tessera e poi a prelevare i contanti, per ovviare il problema.

Feedback

Le architetture delle scelte devono dare dei riscontri quando l'utente agisce correttamente o meno, senza però sovraccaricarlo di troppe informazioni. Un esempio molto semplice è rappresentato dalla spia che si accende sui PC per segnalare che la batteria si sta scaricando. Se però per esempio il computer invia troppe volte il promemoria di aprire un allegato, l'utente inizierebbe a selezionare "sì" senza leggere con attenzione il messaggio.

Comprendere la mappatura

È necessario che l'architetto delle scelte aiuti la persona nel momento di prendere la decisione, fornendo informazioni in maniera chiara e traducendo i dati numerici che ha a disposizione in formato accessibile. Il fine ultimo è quello di evidenziare la correlazione tra la scelta ed il benessere, offrendo delle alternative che massimizzino il beneficio dell'utente.

Strutturare le scelte complesse

Quando le opzioni proposte sono numerose, si attua da parte dell'utente un processo di semplificazione. Il numero elevato di alternative impone agli architetti delle scelte di lavorare su più elementi ed è più probabile che essi influenzino la decisione finale della persona. Tuttavia bisognerà creare una tipologia di struttura che influenzerà la presa delle scelte a sua volta.

Filtraggio collaborativo

Generalmente si filtrano le scelte in base alle preferenze altrui. Le persone selezionano più facilmente un bene che non conoscono in virtù del fatto che è valutato positivamente da altri individui. Per esempio Netflix, sulla base dei film visionati precedentemente, crea delle raccolte di film piaciuti ai cinefili i cui gusti sono simili a quelli del consumatore.

Incentivi

Nella teoria economica classica gli incentivi ed i prezzi sono gli elementi cardine che guidano nella scelta il consumatore. Pur non rinnegando la loro importanza, Thaler e Sunstein ritengono che sia indispensabile utilizzare degli incentivi precisi destinati alle persone giuste, identificando preliminarmente chi li usa, chi li sceglie, chi li paga e chi ne trae profitto.

4.10 Punti chiave per individuare una nudge

Per comprendere meglio il funzionamento delle nudge, bisogna evidenziarne alcune caratteristiche basilari.

Innanzitutto la stessa definizione di nudge si basa sui bias comportamentali, sulle routine e sulle abitudini delle persone. In secondo luogo, queste spinte modificano esclusivamente il comportamento di un Umano e non quello di un Econe²⁰ e provocano delle reazioni sia a livello individuale che a livello sociale. A tal proposito l'informazione rispetto ai comportamenti assunti dalla maggior parte della popolazione, viene utilizzata come spinta per condurre la persona verso una determinata tipologia di scelta. Per questo motivo è necessario che vi sia una semplificazione, affinché il sistema per direzionare il comportamento sia facile ed intuitivo, così da aumentare il senso di convenienza del consumatore. Per esempio lo Stato del Montana (USA) ha attivato una campagna di sensibilizzazione contro l'abuso di alcol, informando i cittadini attraverso la pubblicità che la maggioranza della popolazione non faceva uso di alcolici (Thaler e Sunstein, 2008).

²⁰ Con i termini Umano ed Econe ci si riferisce alla comparazione formulata da Sunstein e Thaler (2008) tra due modelli di consumatori: il primo può prendere decisioni incorrette perché influenzato da diversi fattori psicologici e sociali, mentre il secondo, quando sceglie, attua un comportamento perfettamente razionale. L'Econe rientra nella descrizione di consumatore delle teorie economiche classiche.

Le quattro condizioni per poter considerare un elemento come una nudge sono il fatto che essa operi in maniera indipendente dalla proibizione delle opzioni, dalle modificazioni degli incentivi in termini sia di tempo, che di sanzioni sociali e di sussidi economici.

Come indicato in precedenza, le nudges si attuano nel momento dell'uso di bias, quando vi sono abitudini attive sia a livello individuale che sociale; le nudges inoltre funzionano nel momento in cui i bias sono usati come parte integrante dell'architettura delle scelte.

4.10.1 Le caratteristiche delle nudges

Le nudges presentano tre caratteristiche di base; innanzitutto esse favoriscono la libertà di scelta guidando gli esseri umani nelle decisioni. Per esempio il GPS, pur conducendo gli individui verso una direzione stabilita, permette ai guidatori di scegliere anche percorsi alternativi. Nonostante queste tipologie di spinte possano essere viste come una forma di paternalismo libertario, esse sono costruite per garantire la massima libertà di scelta (Sunstein, 2014).

In secondo luogo le spinte dovrebbero essere trasparenti, in termini di visibilità da parte delle persone e riconoscibili dagli individui; in generale esse devono essere testate per valutare la loro efficacia. Se supponiamo che un ente voglia lanciare una campagna per favorire un'alimentazione sana, ciò verrà effettuato rendendo visibili ed accessibili gli alimenti più sani (per esempio frutta e verdura), così da evitare la coercizione. A livello governativo le nudges hanno suscitato l'interesse della politica, perché sono economiche, mantengono la libertà di scelta ed il loro impatto è duraturo nel tempo.

Sunstein ha elaborato dieci forme di nudges. In primo luogo, come evidenziato precedentemente, le scelte di default e la semplificazione sono delle spinte gentili, in quanto esse favoriscono processi decisionali intuitivi, veloci. L'uso delle norme sociali è anch'essa una nudge perché, rendendo noto alle persone che la maggior parte della popolazione adotta un determinato comportamento, questo influenza ulteriormente la scelta.

La facilitazione e l'aumento della convenienza possono ridurre gli ostacoli e le alternative quando si prende una decisione. La divulgazione è un metodo efficace per convincere le persone ad adottare un determinato atteggiamento, in particolare se le informazioni sono chiare ed accessibili.

Grafiche ed avvertimenti sono delle spinte importanti, considerata l'attenzione come una risorsa scarsa e gli avvertimenti come elementi che la catturano.

La promessa preventiva di un impegno per l'adozione di un comportamento può ridurre la procrastinazione ed aumentare la motivazione intrinseca. Allo stesso modo i solleciti ed i promemoria sono funzionali al medesimo scopo e diminuiscono la probabilità di dimenticarsi di compiere un'azione. Infine suscitare l'intenzione di fare qualcosa attraverso delle domande come "hai intenzione di ...", ed informare le persone sulle conseguenze delle loro azioni passate, sono dei potenti agenti nell'influenzare il comportamento umano.

4.10.2 I vantaggi delle nudges

Le nudges sono funzionali a migliorare il processo decisionale delle persone, incentivando scelte per il loro benessere e per la loro salute. L'esempio che viene spesso riportato in letteratura riguarda la disposizione degli ortaggi e della frutta sugli scaffali più facili da raggiungere, per selezionarli e spingere così indirettamente i consumatori ad avere una dieta più sana.

Inoltre da queste scelte individuali sollecitate dalle nudges si possono generare delle esternalità positive per l'intera società. Un esempio è la donazione di organi basata sullo schema "opt out" che ha favorito l'aumento delle donazioni dal 20 all'80% in Argentina, Brasile, Austria, Belgio, Spagna ed in altri Paesi (Mullet, 2022).

La nudge informa le persone sui rischi di determinati comportamenti o per sollecitarne altri maggiormente virtuosi. Per esempio, per aumentare il numero delle vaccinazioni anti Covid-19 nel Regno Unito sono stati inviati alla popolazione degli avvisi di promemoria tramite annunci effettuati da operatori sanitari o da figure di rilievo per la comunità di provenienza, affinché la comune appartenenza potesse essere un elemento che, premendo sull'empatia, incentivasse la vaccinazione (Mullet, 2022).

Le nudges possono avere un'efficacia duratura dal punto di vista temporale, creando nuove sane abitudini, grazie alla loro capacità di informare le persone. Burger e Shelton (2019) hanno condotto un esperimento nel quale è stato dimostrato che coloro che vengono informati che la maggior parte della popolazione preferisce usare le scale invece dell'ascensore, inizieranno anche loro ad utilizzarle nel lungo periodo (Congiu, Moscati, 2021, p. 205).

Le spinte gentili potrebbero avere, in determinati contesti, un effetto migliore sul comportamento del consumatore rispetto alle politiche standard che impiegano tasse ed incentivi. Il dibattito su tale tema è ampio, per esempio Benartzi et al. (2017) hanno confrontato l'impatto per dollaro delle nudges e delle politiche standard, nei sistemi di risparmio pensionistici. La nudge di "decisione attiva" sollecitava i neoassunti di un'impresa a selezionare il proprio contributo ad un fondo pensionistico. Al contrario la politica standard poneva una polizza informativa ai dipendenti di un'università e che, se sottoscritta, avrebbe dato ai dipendenti un compenso di 20 dollari (l'incentivo monetario). Nel primo esperimento l'applicazione delle nudges ha incentivato maggiormente le persone a sottoscrivere il fondo pensionistico ed infatti per ogni dollaro investito, ne sono stati riscossi 100, al contrario della politica standard, per la quale per ogni dollaro ne sono stati ricavati solo 15 (Congiu e Moscati, 2021).

4.10.3 Gli svantaggi delle nudges

Nonostante gli impatti positivi delle nudges, queste possono avere un'estensione limitata nel tempo ed i loro risultati sono difficili da prevedere, inoltre possono portare anche ad esiti opposti.

La manipolazione del comportamento della persona risulta essere tra le maggiori critiche rivolte alle nudges. Tuttavia, Sunstein (2014) ha evidenziato che vi è una differenza tra nudges trasparenti e non. Nelle prime vi è la possibilità di indirizzare le scelte in maniera eticamente corretta. Al contrario le seconde agiscono non limpidamente, facendo sorgere dubbi sull'autonomia e sul consenso informato. Quando le persone non sono consapevoli dell'influenza esercitata sulle loro decisioni, ciò si riversa poi nella mancata fiducia data dai cittadini ai governi. Inoltre, l'intervento a livello comportamentale solleva dei dubbi rispetto al tema del paternalismo libertario perché vi è una differenza tra il rispetto dell'autonomia individuale e la promozione del benessere.

Un'ulteriore problematica delle nudges riguarda la loro efficacia: per esempio esse potrebbero essere funzionali ad incoraggiare una dieta sana, ma non sono sufficienti per risolvere la fonte della malnutrizione. In quest'ottica la nudge potrebbe essere un aiuto suppletivo agli strumenti politici classici piuttosto che una loro più completa sostituzione (Mullet, 2022).

Infine le spinte gentili possono coprire solo una porzione della popolazione, per esempio le nudges che si basano su risorse cognitive come l'attenzione potrebbero essere meno efficaci per persone sotto stress finanziario o per coloro che sono dotate di altre abilità intellettive.

4.11 Il design e le nudges

L'applicazione delle nudges ha coinvolto prevalentemente il campo economico, finanziario e sanitario; Thaler e Sunstein non hanno progettato l'impiego delle spinte gentili nel mondo culturale, ma sempre più si stanno sviluppando studi sulla loro attuazione nel design e nei musei, unici campi culturali in cui si sta sperimentando tale teoria.

Nel design la progettazione di servizi e di prodotti a beneficio della comunità è diventato un tema sempre più rilevante. Il service design viene descritto come uno strumento che facilita l'innovazione ed il miglioramento dei servizi per renderli maggiormente efficaci ed efficienti per i clienti (Hunnes, 2016). Per modificare il comportamento di una persona tramite il design, è necessario che l'attività o il bene sia facilmente utilizzabile e che coinvolga le emozioni delle persone. L'opzione posta deve essere la preferita dell'utente ed inoltre l'attività deve coinvolgere più persone, affinché non si avverta un senso di solitudine. Un esempio di come è possibile influenzare il comportamento delle persone attraverso questo strumento è stata l'applicazione di uno studio condotto in Svezia, quando un team della Volkswagen ha ideato delle scale con il disegno di una tastiera di un pianoforte, così che gli utenti della metropolitana utilizzassero le scale, invece delle scale mobili. Ogni gradino riproduceva una nota musicale, creando così una melodia al passaggio delle persone. Di conseguenza si è registrato un incremento dell'utilizzo delle scale del 66% (Hunnes, 2016).

Fig. 28. Scale, progettate dal team della Volkswagen, con disegno della tastiera di un pianoforte che ne ha incentivato l'utilizzo



Fonte Hunnes (2016)

4.12 Le nudges in ambito museale

Possiamo poi analizzare l'utilizzo delle nudges nel campo culturale.

Indirizzare il comportamento dei visitatori all'interno delle esposizioni museali è complesso. Infatti le aspettative dei musei circa la tipologia di fruizione dei visitatori sono alte: ci si aspetta che vi sia un'attenta osservazione dei manufatti, che tutti i materiali interattivi vengano utilizzati e che da questa visita l'utente ne esca arricchito. Si parte quindi dal presupposto che i visitatori seguano il percorso così come è stato progettato.²¹ Le analisi comportamentali sul pubblico inoltre vengono effettuate quando si investigano temi quali l'innovazione museale tramite la digitalizzazione, ma tali studi non sono continuativi nel tempo ed approfonditi, perdendo così di vista la qualità di visita.

In questo senso le nudges possono essere un'opportunità per i musei. Thaler e Sunstein (2008) infatti indicano come, attraverso queste spinte gentili, si possa modificare il comportamento di una persona, garantendo allo stesso tempo la libertà di scelta. Allo

²¹ Le teorie che seguono hanno esaminato l'utilizzo delle nudges in termini di fruizione museale per indirizzare il comportamento umano.

stesso modo, i musei potrebbero creare delle nudges cognitive che pungolino il visitatore ed indirizzino la sua azione.

Nel campo museale molto spesso si trattano le spinte gentili come un'applicazione del design persuasivo. Per esempio l'utilizzo di grafiche chiare su pannelli colorati è un elemento che attira l'attenzione del visitatore, influenzandone il comportamento. Così come le nudges prevedono l'esistenza di un sistema facile ed intuitivo per il consumatore, anche nel design persuasivo si ricorre spesso al termine "usabilità" per indicare strumenti facili da utilizzare, facili da ricordare, facili da imparare, utili e che rendono maggiormente accessibile il percorso museale all'utente (Ciaccheri, 2022).

Il design persuasivo inoltre è uno strumento molto simile alle nudges perché aiuta nell'orientamento delle scelte, rende l'esperienza coinvolgente, incentiva l'adozione di determinati comportamenti e rafforza la fiducia nel brand museale. Come per le spinte gentili, esso si basa su principi psicologici, quali la "loss aversion", ovvero la paura della perdita di qualcosa e la "riprova sociale", intendendo la facilità di direzionare il comportamento umano in base alle preferenze altrui. Le scelte che vengono effettuate dai musei circa il loro "aspetto esteriore" influenzano direttamente la percezione che il visitatore ha dell'ente, abbassando la percezione delle barriere d'accesso non solo fisiche, ma anche psicologiche (Ciaccheri, 2022).

Per incentivare la visita ed essere attrattiva, l'istituzione può adottare diversi strumenti; sculture esterne, colori, materiali e forme dell'edificio museale stesso possono catturare l'attenzione del visitatore ed essere dei segnali di benvenuto (Smith, 2010, pp. 1-8).

Per esempio il Centre Pompidou al momento dell'inaugurazione nel 1977, ha accolto 20.000 visitatori al giorno, ma solo il 10% ha usufruito delle esposizioni interne, perché la maggior parte accedeva agli spazi del tetto per la vista di Parigi. Il secondo esempio più illustre è il museo Guggenheim di Bilbao, la cui architettura progettata da Frank Gehry ha attivato e trasformato lo spazio circostante. L'esterno dell'istituzione prepara il visitatore a ciò che troverà nel museo, segnando un prima e un dopo della sua esperienza. Il collocamento di installazioni d'arte all'esterno del museo incuriosisce i visitatori ed indica l'entrata che spesso non viene percepita immediatamente dagli utenti (Smith, 2010).

Sunstein e Thaler (2008) indicano che i solleciti ed i promemoria rientrano nella categoria delle nudges perché influenzano il processo decisionale, ricordando l'azione consigliata. Così i device interattivi nell'esposizione e le mostre temporanee vicino all'ingresso suscitano la curiosità dell'utente e sollecitano la visita. La newsletter è utilizzata come promemoria e stimolo a partecipare agli eventi del museo, garantendo la libertà di scelta come nel caso delle nudges.

La personalizzazione dell'offerta tramite le campagne di marketing, l'impiego dello storytelling e della gamification all'interno del percorso museale facilitano la visita e guidano il comportamento dell'utente.

Il sistema di feedback da parte dei fruitori è funzionale a migliorare la qualità dei progetti culturali e serve ad ottenere un'interazione tra il pubblico museale e l'istituzione.

Le nudges quindi possono essere utilizzate sia per favorire la partecipazione culturale, sia per migliorare l'audience development (Global Leaders for Arts, 2024).

4.13 Nudging museum attendance: a field experiment with high school teens

Le spinte gentili possono essere un utile strumento per favorire la visita nel lungo termine ai musei da parte di un pubblico giovane. Infatti all'interno del paper *Nudging museum attendance, a field experiment with high school teens* (Lattarulo et al., 2016) sono state analizzate diverse forme di incentivazione, tra cui le nudge, per favorire la fruizione museale da parte di tale fascia d'età. Molto spesso essi visitano gli istituti museali accompagnati dai docenti o dai genitori, ma nel momento in cui hanno a disposizione del tempo libero, non ne fruiscono.

L'esperimento sul campo, condotto a Firenze, voleva identificare le migliori strategie per favorire la visita museale individuale da parte di un campione di studenti delle scuole superiori. L'esperimento è stato condotto tra la primavera e l'autunno del 2014 ed il museo preso in considerazione è stato Palazzo Vecchio. Gli studenti sono stati divisi in tre gruppi:

- il primo campione (f-W) ha ricevuto un volantino, con alcune informazioni rispetto al museo ed agli orari di apertura;

- il secondo gruppo (p-W) ha partecipato ad una presentazione del museo in classe tenuta da un referente del Palazzo Vecchio ed è stato consegnato lo stesso volantino del primo gruppo;
- l'ultimo segmento di intervistati (r-W) ha ottenuto dei crediti aggiuntivi per la maturità (il corrispettivo di un incentivo economico), oltre al volantino ed alla presentazione in classe.²²

Nell'esperimento condotto, il campione di riferimento contava 297 ragazzi di 15 differenti classi di tre licei. Per ogni scuola, i trattamenti sono stati raggruppati in ordine di cinque classi per trattamento, per garantire la randomizzazione dei dati, al fine di evitare l'effetto contagio.

In una prima fase è stato posto loro un questionario circa le caratteristiche della propria famiglia, sul consumo culturale e sulla frequenza di visita ai musei.

Per verificare l'effettiva visita a Palazzo Vecchio i discenti dovevano esibire il biglietto d'ingresso, sei mesi dopo l'esperimento, gli studenti sono stati ricontattati per verificare se la frequenza di visita al museo è aumentata a seguito del primo intervento.

Tra marzo ed aprile 2014 i ricercatori hanno consegnato alle classi un questionario che investigava il background dei ragazzi, il loro consumo culturale e le loro amicizie nella classe. Il 35% degli studenti era di sesso maschile, solo una piccola percentuale era nata all'estero (6.1%); il 42% viveva in città ma in zone periferiche, l'età media era di 17 anni ed avevano visitato più di tre musei durante l'anno precedente.

Tra maggio e giugno 2014 i discenti hanno fruito del museo; successivamente, tra novembre e dicembre dello stesso anno, è stata analizzata la frequenza di visita ai musei in generale, attraverso la compilazione di un questionario.

Le ipotesi preliminari dei ricercatori erano basate sul fatto che nel trattamento "flyer", ovvero il volantino, gli studenti avrebbero ricevuto la tipologia di incentivo più debole, perché solo coloro che avevano una forte motivazione intrinseca avrebbero visitato il museo. Al contrario la ricompensa in termini di crediti dava degli stimoli, derivanti dall'ottenimento di un risultato esterno (Ryan e Deci, 2000).

²² f-W flyer, p-W presentation, r-W reward.

È stato dimostrato che le presentazioni da parte dei professionisti di Palazzo Vecchio hanno incoraggiato la visita museale nel lungo periodo; al contrario i crediti formativi extra hanno incentivato la visita nel breve periodo, ma questa non si è tradotta in una prassi consolidata. Il trattamento “reward” ha incentivato la visita del 40.2% degli studenti, mentre l’11,8% del campione sottoposto al trattamento “presentation” ed il 3.3% del trattamento “flyer” si sono recati a Palazzo Vecchio. Tuttavia, considerando solo il numero delle visite nei sei mesi successivi, il trattamento “presentation” ha raggiunto la media di visite più alta (4.303), rispetto al “flyer” (1.756) ed al “reward” (2.98).

La comunicazione diretta da parte dello staff del museo è stata quindi rilevata come la migliore strategia per aumentare il consumo culturale tra i pubblici giovani.

Si sottolinea dunque l’importanza della motivazione intrinseca come spinta primaria alla fruizione museale. In secondo luogo l’accesso ed il consumo di beni culturali è di fondamentale importanza perché favorendo questa abitudine sin già giovani si possono gettare le basi per una fruizione culturale continuativa nel tempo. Per aumentare questa pratica sarebbe opportuno migliorare le relazioni tra il comparto educativo dei musei e le scuole, così da favorire una partecipazione museale ampia e durevole.

4.14 La Rete delle Case del Quartiere di Torino

In maniera simile a quanto è avvenuto nel caso studio di Palazzo Vecchio, un’iniziativa per favorire la partecipazione culturale dei cittadini è stata quella della rete delle “Case del Quartiere di Torino”. Il progetto prevede l’erogazione di iniziative culturali in spazi pubblici, diffusi capillarmente nei quartieri di Torino. Istituzioni come il Museo Egizio e la Galleria d’Arte Moderna, offrono laboratori all’interno delle Case del Quartiere e propongono poi ai cittadini di visitare la sede museale. Le nudges in questo caso si sono concretizzate nell’esternalizzazione delle iniziative da parte dei musei che si sono avvicinati così sempre di più ai cittadini.

“La Rete delle Case del Quartiere di Torino” è un’iniziativa nata a partire dagli anni Novanta. Da bagni pubblici, garage, corpi di fabbrica, edifici nei parchi, le Case del Quartiere sono divenute enti del terzo settore dei e per i cittadini, perseguendo obiettivi di innovazione sociale e di rigenerazione urbana, grazie al lavoro di 154 dipendenti e 1.067 volontari.

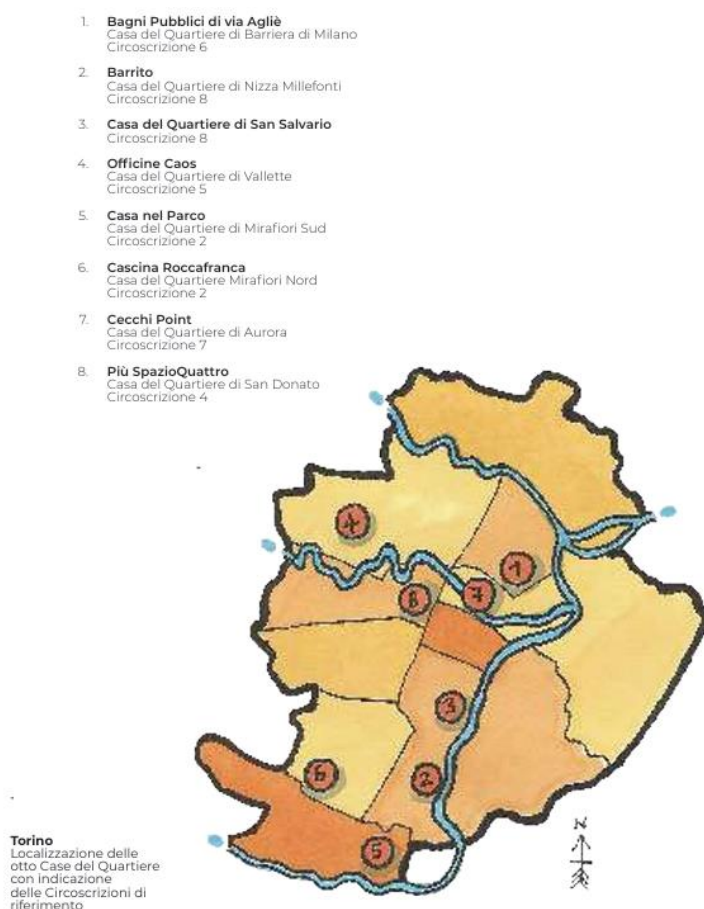
Le Case sono chiamate “generatori di prossimità” e vengono dirette da associazioni, fondazioni, cooperative sociali e non sociali. Il numero di enti gestori e di persone coinvolte è 440 (Guidi et al., 2023).

A partire dal 2017 la Rete ha unito differenti enti del terzo settore, che si sono riconosciute tra loro in una policy comune promuovendo un’idea di città inclusiva e che promuove il dialogo culturale.

Le Case sono ubicate in quartieri diversi e con una distribuzione omogenea, questa situazione ha contato la partecipazione di 314.085 residenti che rappresentano il 36,6% della popolazione cittadina (31 dicembre 2022). È stata analizzata l’età degli utenti ed è emerso che essa è differente in base alle circoscrizioni esaminate²³. Inoltre è registrato un alto tasso di partecipazione da parte degli stranieri che hanno preso parte alle iniziative, pari al 45,5% della popolazione straniera totale a Torino (Guidi et al., 2023, pp. 21-22).

²³ Nelle circoscrizioni 5 e 6 vi è una maggiore concentrazione di popolazione tra gli 00 ed i 14 anni, mentre la 2 e la 8 presentano più cittadini over 66 anni.

Fig. 29. Distribuzione delle “Case” nei quartieri di Torino



Fonte Rete delle Case del Quartiere (2021-2022)

4.15 I progetti “Il Quartiere al museo” e “La cultura dietro l’angolo”

Nel 2018 è stata avviata l’iniziativa il “Quartiere al Museo” con l’associazione “Abbonamento Musei.it” e la Fondazione Compagnia di San Paolo. La finalità del progetto era quella di avvicinare il non pubblico (persone over 60) alle collezioni museali degli istituti torinesi.

In un primo momento sono state distribuite gratuitamente 200 tessere dell’abbonamento “Musei Torino Piemonte” a cinque Case del Quartiere, successivamente nelle Case sono state offerte attività di introduzione alla storia dei musei, per coinvolgere e favorire la partecipazione attiva da parte della cittadinanza. Il fine delle attività era quello di costruire una rete sociale che limitasse l’esclusione e l’isolamento degli anziani. Inoltre le collaborazioni con i musei incentivavano la fruizione successiva alle istituzioni culturali di Torino.

Nel 2022 è nato il progetto “La cultura dietro l’angolo”, ideato dalla Fondazione di San Paolo, in collaborazione con la Rete delle Case del Quartiere, istituzioni culturali e presidi civici della città di Torino.

L’obiettivo ambizioso era ed è tutt’oggi quello di offrire esperienze culturali all’interno dei quartieri, poco distanti quindi dalle abitazioni dei residenti, per garantire spazi e momenti di condivisione, di apprendimento e per rafforzare la coesione sociale. Gli eventi vengono realizzati da marzo sino a dicembre. Il programma si articola in concerti, spettacoli, performance, visite ai musei, giochi, appuntamenti di divulgazione scientifica ed attività laboratoriali.

Fig. 30. Laboratori aperti alla cittadinanza del programma “La cultura dietro l’angolo”



Fonte Rete delle Case del Quartiere (2025)

Fig. 31. Gruppo di cittadini in visita alla Reggia di Venaria Reale, dopo la partecipazione alle attività laboratoriali nei quartieri (programma “Il Quartiere al Museo”)



Fonte Rete delle Case del Quartiere (2018)

La collaborazione con il Museo Egizio è nata tramite la Fondazione Compagnia di San Paolo per connettere istituzioni riconosciute sul territorio con le zone periferiche della città. Le iniziative del Museo Egizio riguardano dei laboratori di archeologia pubblica e sperimentale per divulgare l'importanza del valore dei reperti esposti nel museo. Vengono organizzati laboratori in cui i partecipanti possono non solo “lavorare sui reperti” ma hanno anche l'opportunità di parlare del proprio vissuto. Per esempio nel laboratorio “La memoria del fare” i partecipanti condividono le proprie abilità artigianali, raccontando la storia di un oggetto a loro caro, grazie all'aiuto dei mediatori culturali del museo; l'analisi si concentra poi sui reperti della collezione permanente. Una seconda attività include la realizzazione di vasellame, attraverso le antiche tecniche egizie. La Galleria d'arte moderna (GAM) partendo da temi come il notturno, offre

attività in cui è possibile esplorare il tema della notte come momento di trasformazione, a partire dalle opere d'arte esposte nel museo.

La componente culturale presente nelle iniziative consente ed incentiva l'accessibilità dei servizi offerti, la prossimità delle iniziative nei quartieri viene vista come un elemento che favorisce la partecipazione. La promozione diffusa di eventi culturali, infatti, permette l'abbattimento di barriere economiche, psicologiche, comportamentali, fisiche in termini di raggiungimento dei luoghi culturali collocati nel centro di Torino. I quartieri dove si svolgono le iniziative sono tutti caratterizzati da una maggiore fragilità socio economica ed una minore presenza di istituzioni culturali. Sono i cittadini e le organizzazioni che richiedono le attività, quindi vengono poi raccolte le preferenze dei cittadini rispetto alle iniziative a cui aderire. L'alta partecipazione culturale registrata è indice della capacità di aver creato spazi accessibili.

Nella proposta delle attività le Case sono attente a rispondere ai bisogni territoriali favorendo la co-progettazione e l'implementazione di nuovi servizi di prossimità. Le Case promuovono lo sviluppo locale investendo nella creazione di spazi di rigenerazione. L'approccio partecipativo vuole migliorare l'empowerment della popolazione e promuovere un progetto di welfare urbano che supera i modelli assistenzialistici, attraverso l'attiva collaborazione con servizi sociali, circoscrizioni, scuole, biblioteche, musei civici, enti culturali musicali ed artistici e soggetti attivi sul tema dell'inclusione sociale (Guidi et. all., 2022).

4.16 Quali soluzioni per Venezia?

I casi studio tratti dal paper *Nudging museum attendance: a field experiment with high school teens* (Lattarulo et al., 2016) e l'iniziativa della "cultura dietro l'angolo" presentano entrambe delle forme di nudges. Il primo esempio, infatti, ci pone degli spunti su come le informazioni possano aumentare la partecipazione culturale dei più giovani; inoltre tali spinte gentili performano meglio rispetto agli incentivi dati in crediti scolastici (corrispettivi degli incentivi economici) posti dagli sperimentatori. Nel secondo caso la presenza di attività laboratoriali in quartieri periferici è una nudge perché l'esternalizzazione dei servizi museali ha sollecitato i partecipanti a fruire in seguito dei musei della città. L'esempio della "cultura dietro l'angolo" è un progetto di

rigenerazione urbana a base culturale che potrebbe essere replicabile anche nel contesto veneziano.

Nei precedenti capitoli sono stati affrontati i problemi a livello economico e sociale di Venezia. La mancanza di abitazioni a prezzi accessibili, la disparità reddituale tra i sestieri e gli effetti dell'over-turism hanno infatti inciso sul benessere dei cittadini.

Una delle conseguenze è che le iniziative culturali si sono concentrate nel corso degli anni nei sestieri centrali, trascurando in parte i quartieri periferici nella programmazione culturale.

Tra le diverse ipotesi di intervento l'iniziativa "La cultura dietro l'angolo", nata dalla Rete delle Case del Quartiere di Torino, è risultata interessante; vista la complessità progettuale si è cercato di riflettere su ciò che Venezia offriva al momento e quali istituzioni culturali ponessero particolare attenzione ai cittadini di Venezia, per garantire loro momenti di aggregazione culturale. Questo è un punto di partenza su cui elaborare progetti più articolati.

La Fondazione Querini Stampalia, situata nel sestiere di Castello, è tra gli enti culturali che analizza i fruitori e che cerca di diversificare la propria offerta, con un occhio di riguardo ai veneziani: l'installazione "Q Spot" ne è stata la prova. Si è deciso dunque di analizzarla perché tra i primi passi che i musei possono muovere per attirare visitatori e creare nuovi spazi per la cittadinanza, vi è l'idea di uscire dai propri "confini" e collocare installazioni artistiche in luoghi pubblici. Questo non solo coinvolge un ampio pubblico, ma radica il museo nel territorio e genera innovazione in quartieri periferici.

L'installazione "Q Spot" era tra le poche opere presenti a Venezia al di fuori di un museo, il suo impatto era quantificabile nel periodo di scrittura della tesi, tramite l'osservazione del comportamento di chi la utilizzava.

4. 16.1 "Q Spot"

"Q Spot", l'installazione realizzata da Martí Guixé ²⁴ per la Fondazione Querini Stampalia è stata posta nel Campo di Santa Maria Formosa dal 5 maggio 2025 al 23 novembre

²⁴ Martí Guixé è interior ed industrial designer, formatosi a Barcellona e Milano. Ha iniziato ad esporre i suoi lavori a partire dal 1997, utilizzando il design in ambito alimentare e museale. Il suo approccio interdisciplinare vede l'utilizzo della materia viva come elemento che può essere trasformato ed ibridato

2025. Il suo design essenziale era composto da 1 cerchio di compensato di 2 metri di circonferenza ed uno più grande (di 6 metri) con un foro all'interno. Dipinti di bianco, con grafiche nere, essi presentavano una serie di informazioni rispetto alla Querini, delle frecce che indicavano l'ingresso della Fondazione, le descrizioni degli ambienti che compongono l'Istituzione, delle frasi tratte dalla campagna di marketing dell'Istituzione ed i nomi degli artisti che hanno esposto nel 2025 alla Querini Stampalia.

L'opera accoglieva la comunità ed è un oggetto che creava una situazione, serviva infatti per sedersi, per leggere, per parlare e per condividere idee. Essa è stata un'azione semplice, con una logica centripeta e centrifuga: da un lato "Q Spot" infatti voleva attirare il pubblico (la forza centripeta), dall'altro favoriva la diffusione della cultura (la carica centrifuga). Inoltre la sua funzione è stata quella di accogliere la comunità e facilitarne la relazione con il museo, nell'ottica per cui la cultura deve essere condivisa ed aperta; non deve essere chiusa solo all'interno dei musei ma doveva essere una pratica favorita anche al loro esterno (Fondazione Querini Stampalia).

ad elementi antropologici, gastronomici, appartenenti alle scienze umane, ecc. La sua cifra minimalista è riscontrabile in numerose opere. https://www.guixe.com/GUIXE/MARTI_GUIXE_ABOUT.html.

4.16.2 La collocazione, l'impatto visivo e alcune considerazioni preliminari

Fig. 32. "Q Spot" vista dall'ingresso della Fondazione Querini Stampalia



Fonte foto personale (2025)

L'installazione aveva un impatto visivo importante date le sue dimensioni ed è stata posta direttamente davanti alla Fondazione Querini Stampalia, dietro la chiesa di Santa Maria Formosa, come visibile in foto. "Q Spot" è stata inserita perfettamente nel triangolo immaginario creato dalle tre statue "I Leoni in campo" dell'artista David Rivalta²⁵. Il campo di Santa Maria Formosa ha 6 punti di accesso: 2 da nord cioè da Cannaregio, 2 da Castello lato sud e 2 da Rialto. I potenziali visitatori avevano maggiore possibilità di vedere l'opera se provenivano da sud, mentre coloro che provenivano da

²⁵ David Rivalta (1974-) è un artista specializzato in scultura, disegno e pittura. Le sue installazioni sono esposte in modo permanente a Ravenna, Roma, Firenze ed ha collaborato con prestigiose istituzioni artistiche e museali come la Künstlerhaus Palais Thurn und Taxis (Bregenz, 2006).

I "Leoni in campo" sono delle sculture in bronzo, realizzate da Rivalta e collocate nel campo di Santa Maria Formosa. Le installazioni sono delle presenze vigili che "custodiscono" il campo e "dialogano" con i passanti, invitandoli a riflettere su una possibile convivenza tra uomo e animale selvatico. I leoni sembrano chiedere agli osservatori in che futuro vogliono abitare ed in che modo vogliono rapportarsi con "l'altro" (Fondazione Querini Stampalia, 2025).

Cannaregio e da Rialto avrebbero visto prima i Leoni e poi l'installazione di Guixé (tranne per coloro che accedevano all'installazione direttamente dal campiello di Santa Maria Formosa).

4.16.3 L'osservazione

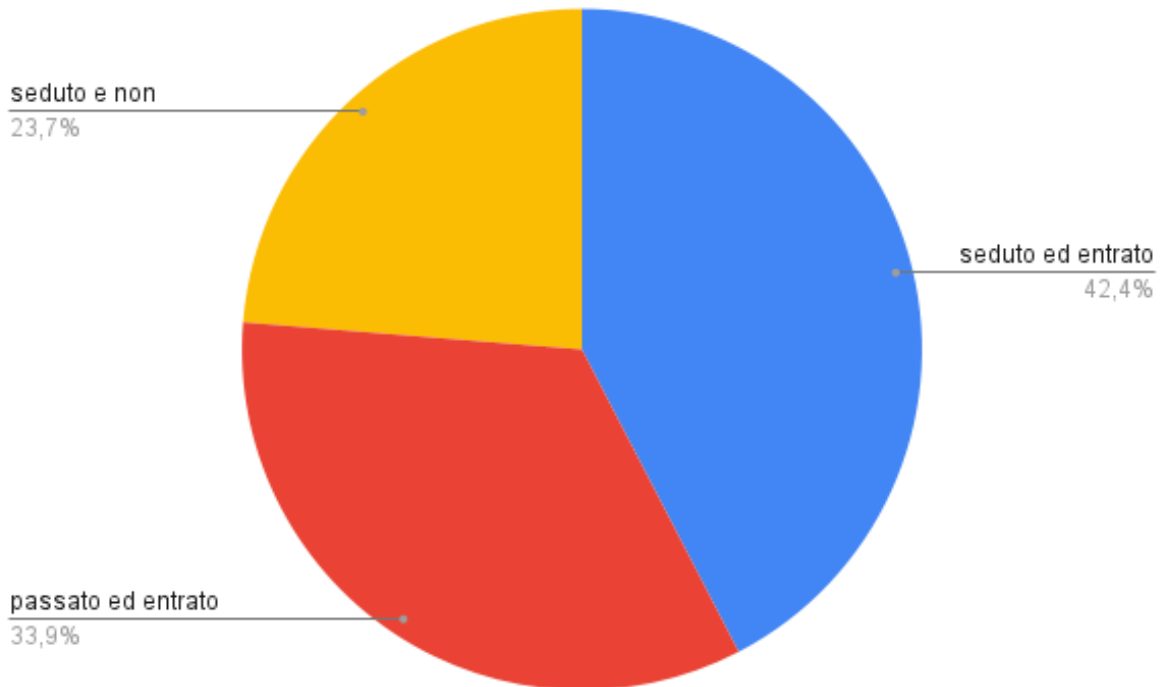
L'osservazione condotta presso la Fondazione Querini Stampalia ha analizzato il comportamento dei visitatori, si voleva verificare se la presenza dell'installazione "Q Spot" avesse favorito l'ingresso all'Istituzione attraverso il medesimo funzionamento di una nudge. Le persone che transitavano per il campo sono state monitorate ed il loro comportamento categorizzato in tre tipologie: la persona si siede e poi entra, la persona si siede e poi non entra, la persona passa ed entra. È stato inoltre registrato il sesso ed è stata fatta un'ipotetica previsione dell'età (bambino, giovane, anziano).

L'osservazione è stata condotta durante quattro mattine, dalle 10.30 fino alle 11.30 e quattro pomeriggi dalle 14.30 alle 15.30, sedendosi su "Q Spot" o sulle panchine poste a fianco dell'installazione. I giorni di indagine sono stati il 28 ed il 29 ottobre ed il 4, 5, 6, 11, 13, 18 novembre 2025. Gli osservati sono stati 296, con una media di 37,4 utenti conteggiati per giorno di analisi. È stato creato un file Excel all'interno del quale venivano contate le persone nel momento in cui si sedevano su "Q Spot" e poi entravano, si sedevano e non entravano e quando passavano ed entravano. Il punto di osservazione era "Q Spot" stesso e le due panchine rosse poste di fronte all'installazione.

Come mostrato nel grafico, dalle osservazioni è stato verificato che:

- Il 42,4% del campione si è seduto ed è entrato;
- il 23,7% si è seduto e non è entrato;
- il 33,9% sono entrati passando davanti all'installazione, ma senza fruirne.

Grafico 19. Comportamenti davanti a "Q Spot". Dai grafici è possibile osservare come il 42,4% degli utenti ha utilizzato la panchina prima di accedere alla Fondazione. La maggior parte di essi erano di sesso femminile e presumibilmente giovani (50,8%).

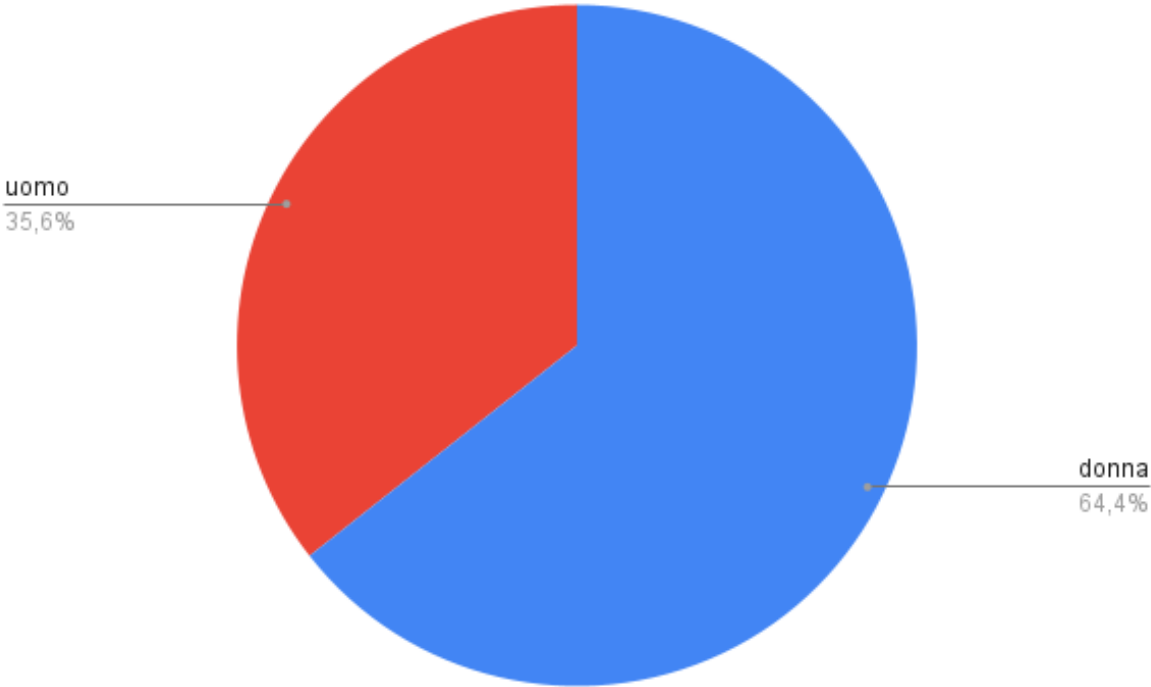
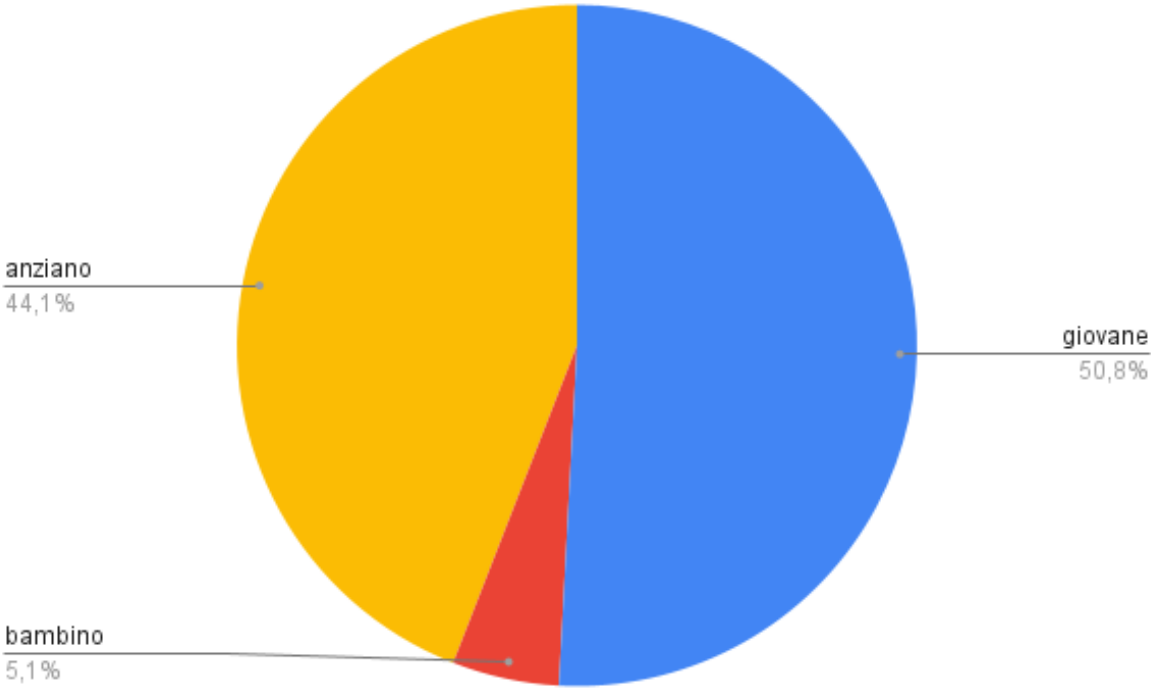


Fonte elaborazione personale

Il 64,4% era di sesso femminile, il 35,6% di sesso maschile; circa l'età ipotetica, il campione dei fruitori era prevalentemente giovane (50,8%), quindi anziani (44,1%) e 5,1% di bambini. ²⁶

²⁶ Dati gli accordi presi con la Fondazione Querini Stampalia, l'osservazione non permetteva di dialogare con i campioni di utenti.

Grafici 20,21. Genere ed età



Fonte elaborazione personale

Fig. 33. Gruppo di studenti seduti sull'installazione



Fonte foto personale (2025)

Dalle osservazioni condotte sono state tratte ulteriori considerazioni: normalmente coloro che utilizzavano la panchina ma non accedevano al museo erano gruppi di turisti condotti da guide. Generalmente gli stranieri o l'utenza non veneziana si avvicinava prima ai "Leoni" e poi a "Q Spot" per informarsi sulla Querini Stampalia grazie alle scritte presenti sull'installazione (infatti leggevano le scritte, per poi accedere alla Fondazione). L'opera è stata spesso utilizzata dalle classi delle scuole in visita alla Querini Stampalia. Coloro che accedevano alla Fondazione sedevano sull'installazione prima di accedere per diversi motivi: cercare la tessera della biblioteca nella borsa, telefonare, parlare ecc.

Gli utenti presumibilmente veneziani ne fruivano nei momenti di convivialità²⁷: c'era chi si sedeva per leggere il giornale, chi per guardare il cellulare, chi per conversare. Inoltre i giovani (ipoteticamente studenti o ricercatori) si sedevano su "Q Spot" quando prendevano una pausa dallo studio, effettuato nella biblioteca della Querini Stampalia.

²⁷ All'interno dell'esperimento non è consentito interagire con i campioni ma questo non ha impedito di "ascoltare" i dialoghi in questo caso in dialetto veneziano.

Le mamme la usavano per sostare con i passeggini o lasciavano che i bambini giocassero su “Q Spot” nascondendosi o rincorrendosi. Le panchine rosse vicino a “Q Spot” presentavano un utilizzo parziale da parte dei campioni in esame rispetto all’installazione.

Fig. 34. Nelle successive foto è possibile notare l’ampio utilizzo della “seduta sociale” da parte degli utenti: giovani, studenti, pensionati, famiglie con bambini, gruppi che siedono su “Q Spot” prima di accedere alla Fondazione o per altri motivi.



Fonte foto personale (2025)

Fig. 35. Utenti seduti su “Q Spot”



Fonte foto personale (2025)

4.16.4 Perché “Q Spot” potrebbe essere una nudge

“Q Spot” potrebbe essere considerata una nudge ed uno strumento potenzialmente in grado di attrarre visitatori. In primo luogo essa riporta informazioni sulla Querini Stampalia, segnalando in maniera chiara il collocamento della Fondazione.

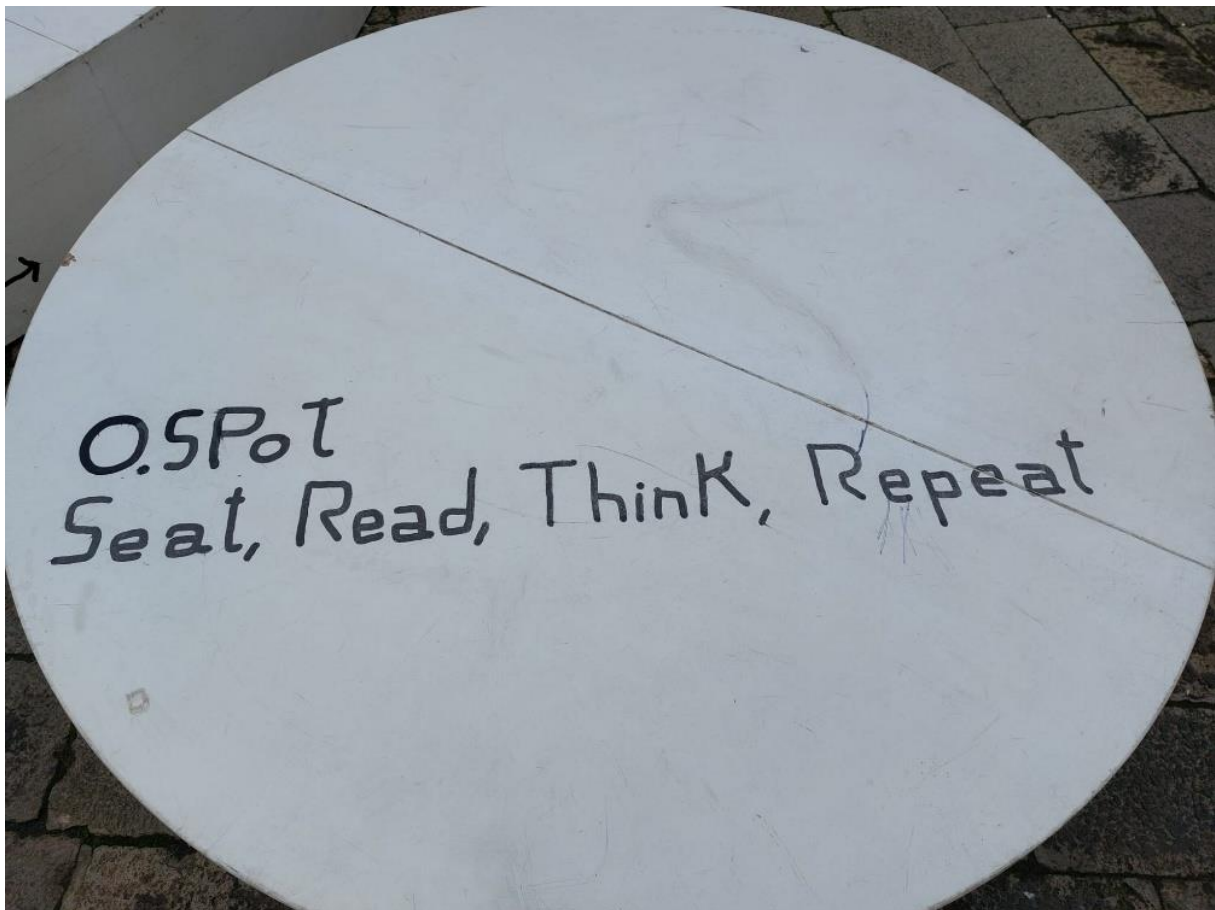
Non comporta alcun costo per il consumatore e funziona sulla base di meccanismi sociali. È stato infatti osservato che se una persona si siede, altri utenti saranno spinti più facilmente ad utilizzarla. In secondo luogo, i “Leoni” di David Rivalta hanno avuto un ruolo nell’attivazione della nudge, in quanto l’utenza straniera, si avvicinava prima ai “Leoni” e poi all’installazione.

Inoltre essa non è utilizzata esclusivamente dall’utenza in entrata, ma anche da quella in uscita che ne fruisce prima di accedere nuovamente alla Fondazione.

Come per le nudge, “Q Spot” mantiene la libertà di scelta senza proibire alcuna opzione, infatti i potenziali fruitori sono liberi di utilizzarla o meno, riportando le informazioni, dell’Istituzione, essa rappresenta un primo collegamento con il pubblico.

Dall’osservazione condotta si nota come gli utenti della Querini Stampalia hanno usufruito di “Q Spot” sia all’entrata che all’uscita della Fondazione e che anche coloro che non sono poi entrati alla Fondazione abbiano utilizzato l’installazione.²⁸

Fig. 36 “Q Spot”. Circonferenza recante il titolo dell’opera. Dalle immagini è possibile notare come “Q Spot” riporti le informazioni della Fondazione, frecce che indicano l’ingresso della stessa, gli spazi commerciali interni e frase tratte dalla campagna di marketing della Fondazione, oltre agli artisti che hanno partecipato al progetto. La grafica chiara, la facilità di utilizzo dell’opera, il suo collocamento in un punto visibile del Campo, la mancanza di obblighi ed incentivi economici per il suo utilizzo sono caratteristiche che suggeriscono l’idea di “Q Spot” come una nudge.



Fonte foto personale (2025)

²⁸ Non sono state condotte analisi da parte della Fondazione Querini Stampalia circa l’andamento degli ingressi dopo l’installazione di “Q Spot” e dei “Leoni in campo”.

Fig. 37. Informazioni presenti su “Q Spot”



Fonte foto personale (2025)

4.17 Conclusioni del capitolo 4

All'interno del capitolo sono state esaminate le caratteristiche dei beni culturali ed i benefici che la cultura apporta alla collettività ed al territorio, sia in termini economici che di benessere sociale.

L'intervento economico statale, rivolto prevalentemente all'offerta, è funzionale a garantire equo accesso da parte di tutti i cittadini al patrimonio, a sostenere gli alti costi fissi e a correggere le inefficienze che contraddistinguono il settore culturale, come le asimmetrie informative. Gli incentivi economici si concretizzano quindi in tassazioni e sussidi che perseguono i fini prima citati.

Se rivolgiamo l'attenzione alla domanda, gli strumenti per favorire la partecipazione culturale sono limitati: il bonus cultura ed i sistemi di sconti all'ingresso delle istituzioni culturali sono tra le misure adottate in Italia.

Tuttavia la teoria economica mostra come gli incentivi economici non siano in grado di rafforzare la motivazione intrinseca, performando quindi meglio nel breve periodo piuttosto che nel lungo termine.

Una forma alternativa al loro impiego sono le nudges. Sunstein e Thaler (2008) hanno evidenziato come queste spinte gentili siano in grado di indirizzare il comportamento umano, senza il ricorso a mezzi monetari e senza proibire o costringere alcuna opzione. Il loro costo è contenuto e, grazie alle informazioni che vengono poste, esse sono in grado di generare comportamenti ed attitudini continuativi nel tempo, perché condizionano la motivazione intrinseca.

L'applicazione delle nudges è spesso rivolta al campo economico e sanitario, ma alcuni studi ne hanno esaminato l'utilizzo nel settore culturale e museale. Quindi potrebbero essere realizzati dei pungoli interni all'allestimento permanente, come grafiche o device che indirizzano il comportamento dell'utente. In secondo luogo le installazioni d'arte esterne al museo e le forme architettoniche dell'edificio possono essere un richiamo ed un incentivo alla visita. Inoltre, l'esternalizzazione delle attività museali in quartieri periferici con poche istituzioni museali, appare essere una forma di spinta gentile che favorisce la partecipazione culturale. Infatti la Rete delle Case del Quartiere di Torino ha promosso collaborazioni con enti museali (Museo Egizio e GAM) che offrono attività laboratoriali al di fuori delle proprie mura, per favorire la diffusione capillare di iniziative sul territorio e per rafforzare la coesione sociale.

A Venezia non si è verificato un processo simile, però è stato possibile analizzare come alla Fondazione Querini Stampalia la presenza delle opere pubbliche "Q Spot" ed i "Leoni in campo" siano state dei possibili incentivi alla visita. Infatti dalle osservazioni effettuate tra ottobre e novembre 2025, è stato analizzato il comportamento dei fruitori presso le installazioni e si è notato che essi, sia italiani che stranieri, hanno utilizzato l'installazione prima di accedere al museo. L'utenza che presumibilmente conosceva già "Q Spot" la usava come una vera propria seduta sociale sia che fosse di passaggio sia che poi accedesse alla Fondazione.

"Q Spot" presenta caratteristiche simili a quelle delle nudges perché riporta le informazioni della Fondazione, il suo utilizzo da parte delle persone non è condizionato

da incentivi economici, sanzioni di alcun tipo e non obbliga nessun comportamento, è visibile e facile da utilizzare.

L'esempio della Querini Stampalia permette di analizzare come le opere d'arte poste in spazi pubblici potrebbero essere funzionali ad attrarre pubblico ed in quest'ottica la loro diffusione, oltre ad eventi ed iniziative nei sestieri con un reddito medio basso, è una risorsa per la rigenerazione urbana a base culturale.

Fig. 38. La "seduta sociale"



Fonte Pivato (2025)

Fig. 39. Utilizzo della seduta sociale nei mesi estivi. E' possibile constatare che "Q Spot" è stata un richiamo per numerosi utenti anche nei mesi più caldi dell'anno.



Fonte Pivato (2025)

Fig. 40. Fruttori dell'installazione



Fonte foto personale (2025)

Fig. 41, Fig 42. Utenti di "Q Spot"



Fonte foto personale (2025)



Conclusione

Le nudges potrebbero rappresentare un primo stimolo per incentivare la fruizione museale. Per calare questa ipotesi nel contesto veneziano si è partiti dal tema della rigenerazione urbana culture-led e dallo studio, condotto nella tesi, delle cause dell'impoverimento della città. Numerosi enti, come "l'Osservatorio Civico sulla casa e sulla residenza- Venezia (Ocio)" e la "Fondazione Pellicani", hanno denunciato le condizioni abitative e reddituali di alcune zone dell'isola: case a prezzi inaccessibili, immobili riconvertiti a fine ricettivo e turistico, abbassamento del reddito medio in città.

A tale problema se ne aggiunge un ulteriore, rappresentato dall'offerta culturale sull'isola: grazie alle ricerche condotte, si è evidenziata l'opportunità di promuovere iniziative culturali più diffuse sul territorio ed alle quali i cittadini possano partecipare (Carta di Venezia, 2014; Convenzione di Faro, 2005). A Venezia, nel periodo in esame (2004-2024), traspare una correlazione tra redditi medi ed attività culturali in alcuni sestieri. Infatti San Marco e Dorsoduro presentano redditi medi elevati ed hanno un alto numero di iniziative culturali.

Per quanto riguarda l'offerta culturale di Venezia, si è esaminato l'impiego degli incentivi economici come stimolo alla fruizione culturale dei residenti. L'indagine suggerisce che essi possono avere un effetto limitato nel tempo, spingendo la persona ad adottare un determinato comportamento solo nel breve termine. Al contrario, le nudges offrono delle soluzioni parziali al problema sia indirizzando le decisioni dei consumatori che ampliando la possibilità di scelta con effetti duraturi nel tempo (Thaler e Sunstein, 2008). Le nudges sono state applicate nel campo sanitario e finanziario, ma in questi anni si sta cercando di comprenderne l'efficacia anche nell'ambito culturale (la ricerca in tale ambito è tuttavia ancora molto limitata). La presenza di laboratori museali in quartieri periferici, come nel caso della rete delle "Case del Quartiere di Torino" e la disseminazione di informazioni, effettuata nell'esperimento di Lattarulo et al. (2016), ci offrono interessanti esempi di come le nudges possano incrementare le visite agli istituti museali. Per l'elaborazione di una proposta concreta per il contesto veneziano, il punto di partenza è stato la progettazione di un'iniziativa simile alla "Casa del Quartiere di Torino". La presenza capillare di edifici destinati ai cittadini, edifici in cui sono offerti laboratori museali, potrebbe essere un modello da realizzare, con gli opportuni adattamenti a Venezia, con una collaborazione tra enti museali e Comune. Tuttavia la

progettazione e la realizzazione di questo percorso avrebbe comportato dei tempi non compatibili con le scadenze per la presentazione della tesi.

Per questo motivo, al fine di analizzare nell'immediato l'impatto di attività culturali in sestieri periferici, si è deciso di esaminare la Fondazione Querini Stampalia. Essa infatti da sempre ha posto particolare attenzione allo studio dei visitatori ed alla progettazione di esperienze culturali per i cittadini di Venezia. Inoltre la sua collocazione in un sestiere con un profilo reddituale medio basso, risultava essere un fattore chiave per indagare la correlazione tra reddito medio ed iniziative culturali.

L'osservazione condotta presso il Campo di Santa Maria Formosa ha permesso di ipotizzare che "Q Spot" ed i "Leoni in Campo" possano essere stati funzionali ad attrarre un'utenza sia veneziana che non, catturando l'attenzione di coloro che non conoscevano la Fondazione e sollecitandone l'ingresso. "Q Spot", inoltre, è stata fruita dai cittadini come uno strumento di convivialità, inteso nella prospettiva di un'esperienza di cultura condivisa (Fondazione Querini Stampalia, 2025). L'installazione infatti era punto di ritrovo per l'eterogenea comunità veneziana: studenti, pensionati, famiglie sedevano su "Q Spot" prima di accedere alla Fondazione, per trascorrere insieme del tempo.

In questo senso le due installazioni potrebbero essere considerate come delle nudges perché dispongono delle caratteristiche di tale teoria. Per esempio, da un lato esse riportano le informazioni della Fondazione, dall'altro è stato osservato l'effetto sociale nel loro utilizzo (se una persona vi si sedeva, altri compivano la medesima azione), inoltre garantiscono la libertà di scelta e presentano grafiche chiare che catturano l'attenzione dell'utente.

Quindi i dati tratti suggeriscono che le nudges potrebbero essere applicate al mondo museale e culturale, pur tenendo in considerazione che il loro effetto positivo è parziale. Infatti le installazioni d'arte poste all'esterno dei musei possono essere condizionate da diversi fattori che incidono sulla scelta dell'utente di fruire o meno dello spazio museale. I risultati dell'osservazione sembrano indicare che ci possa essere un collegamento tra le installazioni ed il comportamento degli utenti, che potrà essere osservato in futuro avendo un periodo temporale più ampio.

Il tema della partecipazione è un processo che si può attivare nel lungo termine. Quindi, le nudges rappresentano un primo passo per favorire la fruizione ed in seguito costruire processi partecipativi.

È auspicabile che future ricerche si possano concentrare sulla programmazione culturale di Venezia, negli ultimi anni, per creare una mappatura più completa della correlazione tra redditi medi ed iniziative culturali. Certamente sarebbe interessante approfondire ulteriormente il tema delle nudges in ambito museale, esaminando come le installazioni d'arte diffuse sul territorio veneziano possano essere stimoli alla visita museale in sestieri con redditi medi più bassi. La collaborazione tra artisti, i due Atenei, l'Accademia di Belle Arti, gli Istituti Secondari di Secondo grado ed i musei veneziani potrebbe dare vita ad iniziative culturali co-progettate con i cittadini per poter realizzare installazioni artistiche fuori dagli Istituti museali, stimolando iniziative culturali anche nei sestieri con un reddito basso.

In questa ottica Venezia ed i suoi abitanti potrebbero essere considerati i protagonisti di un processo di rigenerazione urbana in cui la Cultura, intesa come identità del territorio, costruisce importanti percorsi di coesione sociale.

Bibliografia e Sitografia

Bibliografia

Arnold, H. S., Forster, K. W., Dal Co, F. (1998), *Frank O Gehry tutte le opere*, Milano, Electa, p. 483

Bianchini, F.; Parkinson, M. (1993), *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience*, Manchester University Press

Calcagno, M. (2013), *Narrare terre di mezzo, Management, Arte, Design*, Napoli Editoriale Scientifica, vol.1, pp.65-67

Calcagno, M. Calaon, D. Manzini, I. (2025) *Sustainable Tourism, Cultural Heritage, and Communities: Negotiation between Equity and Integrity*, APES Rivista Studi Politici, N. 1

Capostrini, T. (1993), *Costruire a Venezia, Trent'anni di edilizia residenziale pubblica*, Il Cardo Venezia, pp. 42-43

Casellato, A.(2002), *I sestieri popolari in Storia di Venezia, l'Ottocento e il Novecento*, Istituto dell'Enciclopedia Italiana Treccani, pp. 1589-1591

Ciaccheri, M.C. (2022), *Museum Accessibility by design, a systemic approach to organizational change*, Roman and Littlefield, pp. 17-18

Dorigo, W. (1973), *Una legge contro Venezia: natura, storia, interessi nella questione della città e della laguna*, p.38

Favero, G. (2014), *Venezia dopo Venezia, economia e demografia urbana nel secondo Novecento*, Laboratoire italien, Politique et société

Filippi, L. (1993), *Vecchie immagini di Venezia*, Filippi Editore- Venezia, Vol. II, pp. 30,31,32,73,74,75,78

Filippi, L. (1993), *Vecchie immagini di Venezia*, Filippi Editore- Venezia, Vol. III, pp. 55,90

Fondazione G. Pellicani, (2024), *Ri-Pensare Venezia, Venezia come stai? Giovani, base sociale e mercato del lavoro*, Toletta Edizioni

Florida, R. (2005), *Cities and the rise of the creative class*, Routledge, pp. 33-36

Florida, R. (2004), *The rise of the creative class*, Basic Books, pp. 33-48

Frey, B. (1998), *Not fust for the money; an economic theory of personal motivation*, Edward Elgar Publishing

Haddock, V. S. Moulaert, F. (2009), *Rigenerare la città, pratiche di Innovazione sociale nelle città europee*, Il Mulino

Istituto veneto di scienze, lettere ed arti (2007), *Venezia, Turismo e città d'arte*, p.21

Mazzanti, M. (2003), *Metodi e strumenti di analisi per la valutazione economica del patrimonio culturale*, Franco Angeli

Oastanel, E. Crobe S. (2023), *Pratiche di rigenerazione urbana e cultura. Sguardi critici tra co creazione, istituzionalizzazione e conflitto*, Tracce Urbane

Paddison, R. Miles, S. (2005), *Introduction: The Rise and Rise of Culture-led Urban Regeneration*, Urban Studies

Pascolo, S. (2020), *Venezia Secolo Ventuno*, Anteferma edizioni

Reberschak, M. (1993), *Venezia nel secondo dopoguerra*, Il Poligrafo, pp. 30-32

Reberschak, M. (2002), *Dalla ricostruzione al "problema" di Venezia*, Ist. Enciclopedia Italiana- Fondazione Cini

Ricardo, D. (1817), *On the principles of political economic and taxation*, London J. Murray, Albermarle Street

Santagata, W. (2001), *Produrre cultura II , note di economia sulle istituzioni e sui mercato culturali*, Celid, p. 58

Santagata, W. (2007), *La fabbrica della cultura*, Il Mulino, pp. 66,110-113

Sbetti, F. Bertoldo, F. (2004), Fondazione di Venezia, *La produzione culturale a Venezia, Gli eventi i produttori i fruitori, Secondo rapporto*, pp.15-43

Sbetti, F. Bertoldo, F. (2008), Fondazione di Venezia, *La produzione culturale a Venezia, Gli eventi i produttori i fruitori, Quinto rapporto*, pp.21-73

Sbetti, F. Bertoldo, F. (2009), Fondazione di Venezia, *La produzione culturale a Venezia, Gli eventi i produttori i fruitori, Sesto rapporto*

Sbetti, F. Bertoldo, F. (2010), Fondazione di Venezia, *La produzione culturale a Venezia, Gli eventi i produttori i fruitori, Settimo rapporto*

Sbetti, F. Bertoldo, F. (2011), Fondazione di Venezia, *La produzione culturale a Venezia, Gli eventi i produttori i fruitori, Ottavo rapporto*

Sbetti, F. Bertoldo, F. (2012), Fondazione di Venezia, *La produzione culturale a Venezia, Gli eventi i produttori i fruitori, Decimo rapporto*, pp. 15-67

Sepe, M.(2013), *Storia urbana e risorse culturali nella rigenerazione urbana: un caso di rinnovamento creativo del waterfront, planning perspicive*, pp. 597-598

Settis, S. (2014), *Se Venezia muore*, Einaudi, p.84

Severino, F. (2011), *Economia e marketing per la cultura*, Franco Angeli, pp. 55-61

Somma, P. (2024), *Non è città per poveri*, Wetlands edizioni,

Smith, E. (2010), *Engaging the visitor: Architectural rhetoric and the inclusive art museum*, International Journal of inclusive museum, pp. 1-8

Smith A. (1776), *La ricchezza delle nazioni*, London: W Strahan and T. Candell

Sunstein, C. R. (2014), *Nudging: A very Short Guide*, Springer Nature, 2014, pp. 1,2

Taylor, J. (2023), *Choice architecture, nudging and the historic environment: the subtle influences of heritage through the lens of behavioural science*, International Journal of Heritage Studies, p. 201

Trimarchi, M. (1993), *Economia e cultura, organizzazione e finanziamento delle istituzioni culturali*, Franco Angeli

Thaler, R. Sunstein, C. R. (2008), *Nudge. La spinta gentile: La nuova strategia per migliorare le nostre decisioni su denaro, salute, felicità*, Feltrinelli

Titmus, R. (1971) *The Gift Relationship: From Human Blood to Social Policy*, Bristol University Press

Towse, R. (2010), *Cultural Economics*, Cambridge University Press, pp. 34-35

Towse, R. (2010), *A textbook, cultural economics*, Cambridge University Press, p. 239

Unesco, (1969), *Rapporto su Venezia*, Mondadori, pp. 55-58

Gregoretto, V. (1999), *Venezia città della nuova modernità*, Consorzio Venezia Nuova

Vitale, C. (2021), *Rigenerare per valorizzare. La rigenerazione urbana "gentile" e la riduzione delle diseguaglianze*, Il Mulino

Wilkinson, N. Klaes, M. (2012), *An introduction to behavioural economics*, 2. Ed, Basingstoke, New York

Zanardi, C. (2020), *La Bonifica Urbana, La Venezia degli esodi nello sguardo dei rimasti*, Unicopli,

Sitografia

Acierno, A. *Integrated urban development and culture-led regeneration in the EU*, <https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/410-221-pb.pdf>, p. 12

Bénabou, R. Tirole, J. (2003), *Intrinsic and extrinsic Motivation*, Review of Economic Studies, pp.489-520, <https://docenti-deps.unisi.it/stefanobartolini/wp-content/uploads/sites/19/2016/03/incentivi-e-benessere-sul-lavoro.pdf>,

Communities: Negotiating between Equity and Integrity, Rivista Studi Politici, p. 70

<https://www.basilicasanmarco.it/>

Benartzi, S., Beshears, J., Milkman, K.L., Sunstein, C.R., Thaler, R., Shankar, M., Tucker-Ray, W., Congdon, W.J., Galing, S. (2017) *Should Governments Invest More in Nudging?* Psychol Sci. Aug;28(8):1041-1055. doi: 10.1177/0956797617702501. Epub 2017 Jun 5. PMID: 28581899; PMCID: PMC5549818.

Bertuzzi, A. (2023), *Le potenzialità delle città dense spiegate da Juan Alayo, l'architetto del miracolo Bilbao*, Domus web, <https://www.domusweb.it/it/speciali/domus-air/2023/juan-alayo-larchitetto-del-miracolo-bilbao-spiega-le-possibilit-delle-citt-dense-.html>

Bodo, S., Da Milano, C., Mascheroni, S., *Periferie, cultura e inclusione sociale*, Quaderni dell'osservatorio,(2009),

https://www.fondazionecriplo.it/static/upload/qua/quaderno_01_ita_web/quaderno_01_ita_web.pdf, p. 6

Calaon, D. (2025), *Cosa si intende per authoritative heritage discourse*, <https://www.nextgenheritage.it/cosa-sintende-per-authoritative-heritage-discourse/>

Camati, N. (2021), *Oltre il Turismo, diversificazione della base economica cittadina. Venezia oltre il turismo: una roadmap dal basso per una città più resiliente e sostenibile*, La Toletta Edizione

<https://www.ripensareveneziam.it/wp-content/uploads/2024/11/Venezia-Come-Stai.pdf>, pp.109-114

Campostrini, P., De Marchi, D., Olivi, S., Urbani, C. (2025), *Storia della resilienza di Venezia, Quaderno 2025, Sfide e trasformazioni economiche, sociali e urbanistiche degli ultimi due secoli*, Fondazione Venezia Capitale Mondiale della Sostenibilità, p.21, VSF_Quaderno3_novembre2025.pdf

https://cartegiovani.cultura.gov.it/giovanimeritoBeneficiario/assets/docs/FAQ_BENEFICIARI_CULTURA.pdf

Ceci, M. (2025), *Il nuovo bonus cultura delude: meno introiti e beneficiari dimezzati*, Il Sole 24 ore, <https://www.ilsole24ore.com/art/bonus-cultura-2024-spesi-108-milioni-190-disponibili-AG3KCvcC>

<https://www.cini.it/>

Consiglio d'Europa, Ufficio di Venezia <https://www.coe.int/it/web/venice/faro-convention>

<https://www.comune.venezia.it/content/fondazionebevilacqua-la-masa>

Consiglio d'Europa (2020), *La via da seguire per il patrimonio culturale*, <https://rm.coe.int/la-convenzione-di-faro-la-via-da-seguire-per-il-patrimonio-culturale/1680a11087>

Congiu, L., Moscati, I. (2021), *A review of nudges, definitions, justifications, effectiveness*, Journal of economic survey, <https://doi.org/10.1111/joes.12453>, p.205

Comune di Venezia, <https://www.comune.venezia.it/it/content/serie-storiche>

Comune di Venezia, <https://www.comune.venezia.it/it/content/previsioni-demografiche-comunali-2020-2030>

Comune di Venezia, <https://www.comune.venezia.it/it/content/annuari-2021-2023>,

Cowell, B. (2007), *Measuring the impact of Free Admission. Cultural Trends*, 16(3), 203–224. <https://doi.org/10.1080/09548960701479375>

D'Alessandro, A. (2015), *La Convenzione di Faro e il nuovo Action Plan del Consiglio d'Europa per la promozione di processi partecipativi*,

<https://edizionicafoscarini.unive.it/media/pdf/books/978-88-6969-054-9/978-88-6969-054-9-ch-04.pdf>, pp. 77-91

Debono, S. (2025), *Patrimoni Disponibili Cura, Accessibilità, Partecipazione*,

<https://www.youtube.com/watch?v=c4PTSvJuSjk&t=23s>

https://docs.google.com/document/d/1d6LPBSCNPiZoTFL_FKlhHUKbEYlCG5FhWI3wDQZt4_g/edit?usp=sharing

Enciclopedia Treccani,

[https://www.treccani.it/enciclopedia/rigenerazione-urbana_\(Lessico-del-XXI-Secolo\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/rigenerazione-urbana_(Lessico-del-XXI-Secolo)/)

Enciclopedia Treccani

https://www.treccani.it/enciclopedia/bene-pubblico_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/

Evans, G. (2002), *Cultural Planning, an urban renaissance?* Routledge London, <https://doi.org/10.4324/9780203459744>

Fincardi, M. (2014), *Vista sulle isole*, Laboratoire italien Politique et société, <https://doi.org/10.1787/4d302bfc-en.>, pp.11-23

Fondazione G. Pellicani, <https://www.ripensarevenezia.it/>

Fondazione G. Pellicani, <https://www.ripensarevenezia.it/comune-di-venezia-la-mappa-dei-redditi/>

<https://www.fondazioneprada.org/visit/visit-venezia/>

Fondazione Querini Stampalia

https://www.querinistampalia.org/wp-content/uploads/2023/04/Pdf_narrativo_COLLEZIONI.pdf

Fondazione Querini Stampalia <https://www.querinistampalia.org/it/mostre-eventi/marti-guixe-q-spot-seat-read-think-repeat/>

© Gianni Berengo Gardin (2013) <https://www.arte.it/notizie/venezia/a-venezia-le-grandi-navi-di-berengo-gardin-10981>

Global Leaders Institute for Arts Innovation (2024), *Nudge, using behavioural Economics to boost Audience Development*, <https://www.globalleadersinstitute.org/blog-post/nudges-using-behavioral-economics-to-boost-audience-development/>

<https://www.fondazionevedova.org/>

Gualdani, A. (2020), *L'Italia ratifica la convenzione di Faro: quale incidenza nel diritto del patrimonio culturale italiano?* Aedon, n.3, 2020

<https://aedon.mulino.it/archivio/2020/3/gualdani.htm>

<https://www.guggenheim-bilbao.eus/it/orari-e-tariffe>

Guidi, E., Spalletta, F., Lombardi, V. E. (2022), *La valutazione dell'impatto sociale delle case del quartiere di Torino per l'annualità 2021-2022*, pp.21-22,

https://www.retecasesedelquartiere.org/wp-content/uploads/2023/12/report-vis-2021-2022_web.pdf

https://www.google.com/maps/@45.4372747,12.3401655,272m/data=!3m1!1e3?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI1MTIwOS4wIKXMDS0ASAFQAw%3D%3D

Hurtado, S. (2017), *Urban Regeneration in the EU*, International Journal of urban planning, <https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/410-221-pb.pdf>,

International Council of museums, <https://www.icom-italia.org/vecchia-definizione-di-museo-di-icom/>

International Council of museums, <https://www.icom-italia.org/definizione-di-museo-scelta-la-proposta-finale-che-sara-votata-a-praga-2/4>

Istituto nazionale di statistica,

<https://www.istat.it/wp-content/uploads/2022/03/FOCUS-VENETOdef.pdf>

Istituto nazionale di statistica,

https://www.istat.it/wp-content/uploads/2024/05/Focus_CENSIMENTO-2022_Veneto.pdf

Istituto nazionale di statistica, <https://www.istat.it/storage/ASI/2024/capitoli/C10.pdf>

Istituto nazionale di statistica, <https://www.istat.it/it/files/2015/12/C08.pdf> p. 26

Istituto nazionale di statistica, <https://www.istat.it/it/files/2019/12/C10.pdf> p.26

<https://www.istat.it/storage/ASI/2023/capitoli/C10.pdf> p.28

Istituto nazionale di statistica, <https://www.istat.it/storage/ASI/2024/capitoli/C10.pdf>

Istituto nazionale di statistica, <https://www.istat.it/it/files/2015/12/C08.pdf> p. 26

Istituto nazionale di statistica, <https://www.istat.it/it/files/2019/12/C10.pdf> p.26

Istituto nazionale di statistica, <https://www.istat.it/storage/ASI/2023/capitoli/C10.pdf> p.28

Istituto nazionale di statistica, Il censimento permanente della popolazione in Veneto, anno 2020, <https://www.istat.it/wp-content/uploads/2022/03/FOCUS-VENETOdef.pdf>, pp. 1-7

Istituto nazionale di statistica, Il censimento permanente della popolazione in Veneto, anno 2022, https://www.istat.it/wp-content/uploads/2024/05/Focus_CENSIMENTO-2022_Veneto.pdf, pp.1-5

Istituto nazionale di statistica, <https://www.istat.it/it/files/2011/12/glossario1.pdf>

Iveser

<https://www.iveser.it/>

Kyu Hong, H. (2014), *Finding Urban Identify through culture-led urban regeneration*, Journal of Urban Management, Volume 3 Issues 1-2

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2226585618300840>, pp.67-85

<https://www.labiennale.org/it>

<https://www.laculturadietrolangolo.it/>

Lattarulo, P., Mariani, M., Razzolini, L. (2016), *Nudging attendance: a field experiment with high school teens*, Springer Science Business Media New York , https://www.irpet.it/wp-content/uploads/2023/06/articolo-ltt_mrn_022016.pdf, pp.2-18

<https://www.luiginono.it/>

<https://manfrediniana.it/>

Marucci, M. (2025), *Culture-led urban regeneration projects: participatory good practices in Europe*, Università La Sapienza, Working paper series, Dipartimento di scienze sociali ed economiche Università La Sapienza di Roma, ISSN 2385-2755, <https://www.ircres.cnr.it/working-paper-culture-led-urban-regeneration-projects-participatory-good-practices-in-europe/>

Martin, A. (2003), *The impact of free entry to museums*, MORI, <https://museumvereniging.nl/wp-content/uploads/2025/03/the-impact-of-free-entry-to-museums.pdf>

Ministero della cultura (2024), *Piano d'azione per la cultura, ai sensi del DL 60/2024 convertito in Legge (95/2024)*

<https://media.cultura.gov.it/mibac/files/boards/be78e33bc8ca0c99bff70aa174035096/DECRETI/ANNO%202025/D.I%202025/All.%201%20Piano%20di%20Azione.pdf>

Moreschini, L. (2003) *Metodi di valutazione economica di beni pubblici culturali*, Working paper, International Centre for Research on the Economics of Culture, Institutions, and Creativity (EBLA) , https://www.css-ebla.it/wp-content/uploads/1_WP_Ebla-1.pdf

Mullet, T. (2022), *What are the advantages and disadvantages of nudging?* Warwick Business School,

<https://www.wbs.ac.uk/news/what-are-the-advantages-and-disadvantages-of-nudging/>

<https://museivenezialaguna.cultura.gov.it/>

<https://www.nextgenheritage.it/>

NEMO (2023), *Developing Education and Public Engagement in Museums*, Published by NEMO,

https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/Publications/NEMO_Working_Group_LEM_Publication_Developing_Education_and_Public_Engagement_in_Museums_05.2023.pdf, pp. 18-24

Ocio <https://ocio-venezia.it/report/abitare-la-citta>

<https://ocio-venezia.it/report/a-mente-fredda-sullo-spolamento-di-venezia>

OECD (2025), *“The role of culture-led regeneration in place transformation”*, OECD Local Economic and Employment Development (LEED) Papers, No. 2025/06, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/4d302bfc-en>, pp.15-30

O’ Hagan J. W. (1995) *National Museums: To charge or not to charge?* Journal of Cultural Economics, 33-47, <https://link.springer.com/article/10.1007/BF01074431>

Piperata, G. (2024), *Rigenerazione urbana e patrimonio culturale nell’esperienza amministrativa italiana di ripresa e resilienza*, Aedon Fascicolo 1, https://air.iuav.it/bitstream/11578/355869/1/Piperata_Rigenerazione_Aedon.pdf

Pivato, M. (2025), <https://www.myfairvenice.com/2025/04/30/il-ruggito-della-querini/>

Plaza, B. (2008), *On some challenges and conditions for the Guggenheim Museum Bilbao to be effective Economic Re activator*, International Journal of Urban and Regional Research, https://www.academia.edu/112271413/On_Some_Challenges_and_Conditions_for_the_Guggenheim_Museum_Bilbao_to_be_an_Effective_Economic_Re_activator

Progetto di ricerca europeo Sentomus, <https://it.sentomus.eu/>

<https://www.querinistampalia.org/it/>

<https://www.raccontaviaggi.it/sectieri-venezia/>

<https://www.retecasesdelquartiere.org/il-quartiere-al-museo/>

Regione Emilia Romagna,

<https://partecipazione.regione.emilia-romagna.it/news/normali/news-2021/le-case-di-quartiere-di-torino>

Rete delle Case del Quartiere di Torino, <https://www.retecasesdelquartiere.org/il-quartiere-al-museo/>

Universität Hildesheim, Sentomus (2024) *First European Large-Scale Research on audience participation in museums, Report on European Data*, pp. 35-114

Shaw P., Evans G. (2004) *The contribute of culture to regeneration in the UK: a review of evidence*, London Metropolitan University,

https://www.researchgate.net/publication/242156890_The_contribution_of_culture_to_regeneration_in_the_UK_a_review_of_evidence

Smith, E. (2010), *Engaging the visitor: Architectural rhetoric and the inclusive art museum*, *The International Journal of the Inclusive Museum*, Volume 3, Number 3
https://www.researchgate.net/publication/292504461_Engaging_the_visitor_Architectural_rhetoric_and_the_inclusive_art_museum, pp. 1-8

Taylor, J. (2023), *Choice architecture, nudging and the historic environment: the subtle influences of heritage through the lens of behavioural science*, *International Journal of Heritage Studies*,

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13527258.2023.2179100>, pp. 201-203

Zannini, A. (2014), *Il turismo a Venezia dal secondo dopoguerra ad oggi*,
<https://journals.openedition.org/laboratoireitalien/84>

<https://www.visitmuve.it/>

29

²⁹ Data ultima consultazione bibliografia e sitografia 20.02.2026

Si ringraziano vivamente le Prof.sse Calcagno e Maggian per il supporto fornito durante l'intero percorso di scrittura della tesi.

Un particolare ringraziamento va alla Fondazione Querini Stampalia per la disponibilità data.

Un sentito grazie va a Giovanna Marselek, Giancarlo Martina, Ester Bignetti, Sara Bolzicco, Lucia Brassini, Francesca Dereani, Noemi Lacirignola.