

urban@it

Centro nazionale di studi per le politiche urbane

Working papers. Rivista online di Urban@it - 2/2018

ISSN 2465-2059

**Il centro storico di Bologna e il recente boom del
turismo**

Federica Legnani

Urban@it Background Papers

Rapporto sulle città 2018

IL GOVERNO DEBOLE DELLE ECONOMIE URBANE

ottobre 2018

Federica Legnani

Responsabile dell'Unità Tutela e gestione centro storico del Comune di Bologna
federica.legnani@comune.bologna.it

Abstract

Il bilancio del turismo a Bologna nel 2017 è stato estremamente positivo, nonostante per decenni sia stato attività quasi irrilevante nell'economia locale.

In epoca di crisi il turismo ha rappresentato una risorsa importante per l'economia cittadina: è stata attivata una strategia di marketing cittadino che ha coinvolto l'amministrazione comunale e i principali *stakeholders*, ma non è stata approntata una politica strategica per guidare la crescita esponenziale di un'impresoria, spesso improvvisata, di piccole e piccolissime dimensioni.

A fronte di una sostanziale mancanza di *governance* di questi fenomeni l'unitarietà del centro storico di Bologna, che aveva la sua cifra distintiva in una qualità diffusa in modo capillare, si è frantumata, la città ha dovuto rinunciare ai tempi di recupero necessari soprattutto per gli abitanti, ma anche per la cura delle strade, la pulizia dei portici, la raccolta dei rifiuti, la manutenzione degli edifici.

È evidente che il turismo è una risorsa per la città storica, e non solo in termini economici, ma è necessario raggiungere un equilibrio in cui la qualità urbana abbia un'unica declinazione per i cittadini e per i visitatori. Questo equilibrio deve essere l'obiettivo di politiche e strategie integrate, che non riducano la complessità del problema, ma che siano piuttosto capaci di trovare una convergenza delle diverse istanze e di governare i cambiamenti senza bloccare le dinamiche di un settore così velocemente in espansione.

In 2017 tourism in Bologna has been extremely positive, despite for decades it has been almost irrelevant for the local economy.

In times of economic crisis, tourism has represented an important asset for the city: a city marketing strategy has been activated, that involves the municipality and the main

stakeholders, but no strategic policy has been addressed to the exponential growth of small or very small businesses without any background.

In the face of a substantial lack of governance of tourism, the uniformity of the historic centre of Bologna, which had its distinctive feature in a widespread quality, was shattered, the city had to give up the necessary recovery times especially for the inhabitants' rest, but also for the streets cleaning, the porticoes care, the waste collection, the buildings maintenance.

Nowadays it is clear that tourism is a resource for the historical city, and not only in terms of economy, but it is necessary to join an equilibrium in which urban quality has a unique mean for both citizens and visitors. This equity must be the goal of complementary policies and strategies, which do not reduce the complexity of the problem, but rather are able to deal with the different instances and to administrate the changes without stopping the dynamics of this rapidly expanding sector.

Parole chiave/Keywords

Turismo urbano, Bologna, Centro storico / *Urban tourism, Bologna, Historical city*

Rilevanza del tema a margine di una specificazione necessaria

Lo svolgimento di attività commerciali nei centri storici e, più in generale nelle aree aventi valore culturale, assume rilievo centrale nell'ambito della più ampia riflessione sulla relazione intercorrente tra economia turistica e trasformazioni delle aree urbane, in quanto si incide su quella parte di territorio in cui può dirsi racchiuso il cosiddetto *genius loci*, il cuore dell'identità culturale di ogni città.

Nei primi mesi del 2018 sono state rese note le cifre di bilancio estremamente positivo del turismo a Bologna: 4.000 addetti, 8.000 imprese e un valore aggiunto complessivo che vale 3 miliardi di euro nel 2017, dati sbalorditivi per un settore economico che solo da poco tempo non è più percepito come una novità. Contestualmente la definitiva consacrazione del successo della regione Emilia-Romagna e del capoluogo è stata sancita dalla nota guida turistica internazionale

Lonley Planet che l'ha posta al vertice della classifica delle destinazioni europee da visitare nel 2018.

Successo recente, appunto perché fino alla fine degli anni Novanta di turisti a Bologna non se ne vedevano molti e la maggior parte di loro non erano neppure turisti veri o propri, ma persone che soggiornavano qualche giorno in città per altri motivi (per trovare amici o parenti, per studio, per lavoro, per accedere alle strutture ospedaliere e soprattutto per le numerose fiere di richiamo internazionale).

L'accoglienza della città e la giovialità dei suoi abitanti erano caratteristiche tradizionalmente note ma per lungo tempo non state sufficienti a compensare l'apparente mancanza di attrazioni artistiche e monumentali di grande richiamo e interesse.

Il turismo è sempre stato considerato, e lo era di fatto, come un'attività residuale: se il vero motivo della venuta in città concedeva del tempo libero, i visitatori coglievano l'occasione per fare una passeggiata sotto i portici e solo i più curiosi si decidevano a vedere qualche monumento o museo. Pochi, e comunque irrilevanti a fini statistici, erano coloro che eleggevano Bologna quale meta o anche solo tappa di un viaggio, rari i tour di comitive, ad eccezione forse di qualche gita scolastica.

Gli esiti tangibili delle politiche urbane e territoriali dei decenni scorsi e le guide del Touring

Ancora all'inizio degli anni Duemila, le guide del Touring Club non attribuivano a Bologna un ruolo preminente all'interno di un territorio regionale in cui la vocazione turistica era prerogativa esclusiva della riviera, dove da tempo era stata sviluppata un'imprenditoria settoriale di livello internazionale. Piacenza, Parma, Modena, Ferrara, Ravenna, Bologna e le altre città lungo la via Emilia, ma anche altri centri minori sparsi, nel loro insieme erano rappresentati come un sistema diffuso di valori artistici storici e paesaggistici equivalenti. Questa immagine fotografava perfettamente il risultato di decenni di politiche economiche e territoriali della Regione Emilia-Romagna, inaugurate negli anni Settanta con una strategia che puntava ad un riequilibrio regionale, ridistribuendo risorse ed opportunità di sviluppo.

Esaurita questa prima fase, la fase successiva, che caratterizzò gli anni Ottanta-Novanta, era centrata sul consolidamento di un sistema regionale a rete, all'interno del quale ciascun centro svolgeva un ruolo specifico: il cosiddetto *policentrismo*. Il turismo

culturale era considerato una prerogativa principalmente dei siti Unesco: Ferrara, Ravenna e Modena. A Bologna spettava il compito di collegare la rete policentrica regionale al contesto nazionale, ma soprattutto a quello europeo, sfruttando la propria posizione geografica di centralità, la grande accessibilità che ne consegue e la storica vocazione agli scambi. Queste erano le caratteristiche che le guide del Touring Club riconoscevano a Bologna definendola città priva di emergenze artistiche assolute, «dove gli edifici monumentali si confondono nella trama dell'edilizia minore e si nascondono dietro il caldo colore rosso e ocra dei muri e dietro la cortina dei portici». Una descrizione che sembra certificare l'obiettivo raggiunto della lunga e celebrata stagione di politiche urbanistiche a tutela del centro storico. Negli anni Settanta Bologna infatti era stata la prima città a dotarsi di un piano per il centro storico che traduceva in mappe e norme i dettami della carta di Gubbio del 1960, prima espressione compiuta di una corrente culturale che diventerà sempre più diffusa e pervasiva, secondo la quale la nozione di monumento doveva essere estesa a tutto il centro storico, che pertanto doveva essere conservato nel suo insieme, azzerando qualsiasi gerarchia tra *edilizia minore* ed *edifici monumentali*. In sintesi il Touring Club ci restituisce un'immagine della città e della regione del tutto coerente con gli obiettivi di piani e strategie urbanistiche, dimostrando accidentalmente la loro efficacia.

Attrarre visitatori non era ancora fra gli obiettivi di quelle politiche urbane ed economiche: la Bologna storica che sembrava priva di emergenze monumentali era apprezzata certamente dai residenti e dai viaggiatori disposti a vagabondare senza meta e senza fretta, ma non poteva costituire invece un'opzione praticabile per le tappe forzate e i tempi contingentati del turismo organizzato.

Gli anni Duemila: Bologna diventa una meta turistica

Bologna conquistò la prima vera e propria ribalta internazionale nel Duemila quando diventò Capitale europea della cultura: il ricco programma di mostre, rassegne, manifestazioni ed eventi culturali ha convinto moltissime persone, soprattutto straniere, a soggiornare in città. Non si è trattato di un episodio, ma di un vero e proprio inizio per una tendenza in crescita perenne. I turisti hanno cominciato ad arrivare numerosi, sfruttando la grande accessibilità della città, che è aumentata esponenzialmente a partire dal 2008 quando l'aeroporto è diventato uno dei principali scali in Italia di Ryanair.

In un tempo relativamente breve è stato chiaro a tutti, istituzioni e operatori economici, che in epoca di crisi il turismo poteva rappresentare una risorsa importante per l'economia cittadina. A queste sollecitazioni, la città ha risposto sostanzialmente in due modi: dal punto di vista istituzionale è stata attivata una strategia di marketing cittadino che ha coinvolto l'amministrazione comunale, i principali *stakeholders*; da un punto di vista imprenditoriale aumentando esponenzialmente la disponibilità di prodotti e servizi per turisti fornita da operatori di medie e piccole e anche piccolissime dimensioni.

Le possibilità offerte da internet hanno fortemente incrementato il segmento dei cosiddetti *turisti fai da te*, quelli che si muovono in autonomia, cogliendo le occasioni del mercato, disposti a fare spostamenti lunghi anche per soggiorni brevi, interessati soprattutto a vivere nel proprio tempo libero esperienze divertenti e appaganti. Questo segmento, ha trovato in Bologna, città universitaria che deve gran parte della sua fama internazionale al buon cibo, una meta ideale e l'imprenditoria cittadina si è improvvisata per soddisfarne tutte le richieste. In pochi anni i pubblici esercizi di somministrazione sono aumentati a dismisura, così come la conversione di molte case in alloggi per affitti brevi o bed and breakfast.

Si è trattato di un processo pressoché spontaneo che si avviato in sordina, giorno per giorno, sostanzialmente senza una regia complessiva e privo di una strategia che coniugasse queste nuove istanze nell'ambito di una politica urbana e di sviluppo rivolta al benessere di tutti i cittadini e con orizzonti temporali di medio e lungo termine.

A fronte di una sostanziale mancanza di *governance* complessiva dunque, avendo come guida unicamente le logiche del marketing, l'unitarietà del centro storico di Bologna, che aveva la sua cifra distintiva in una qualità diffusa in modo capillare, si è frantumata generando aree, distretti, luoghi tipicizzati, pronti per essere celebrati e recensiti, sempre più adeguati alle esigenze di turisti in cerca esperienze velocemente consumabili e a tutte le ore.

La città ha anche dovuto rivedere i propri ritmi di vita, che contemplavano periodi di minor affollamento sia nel corso della giornata sia nel corso dell'anno, tempi di recupero necessari soprattutto per gli abitanti, ma anche per la cura delle strade, la pulizia dei portici, la raccolta dei rifiuti. Il dilatarsi dei tempi d'uso di alcune zone del centro storico, soprattutto nelle ore notturne, ha creato non pochi conflitti nella società e ha reso sempre più difficile effettuare le essenziali operazioni di manutenzione e di pulizia e le conseguenze sono, purtroppo, molto visibili.

La cura del patrimonio edilizio del centro storico, sollecitata e perseguita dai noti piani urbanistici dei decenni scorsi, si è declinata in un adattamento degli alloggi, al fine di renderli appetibili ai turisti: frazionamenti in unità di piccole dimensioni, incremento delle dotazioni impiantistiche (aria condizionata, wifi a fibra ottica, ecc.) sono gli interventi più diffusi. Parallelamente, purtroppo, si avverte una mancanza di attenzione verso la manutenzione degli edifici nel loro complesso e soprattutto nelle parti esterne: non di rado si verificano fenomeni di parziali crolli (di cornicioni, di modanature, ecc.). È evidente che l'investimento sullo stato complessivo dell'immobile ha un ritorno meno immediato rispetto a quello finalizzato a rendere piacevole il soggiorno di turisti che, pernottando poche sere, non si accorgeranno neppure del degrado e di mancanza di funzionalità delle parti comuni e di quelle esterne.

La trasformazione delle vie Orefici e Caprarie

Uno dei luoghi più rappresentativi del cambiamento è certamente l'asse via Orefici - via Caprarie, che congiunge piazza Re Enzo a piazza della Mercanzia. Realizzato all'inizio del 1900, quest'asse che si diparte tra l'ultimo tratto del portico dei Banchi e palazzo Ronzani sancisce la cesura tra il vecchio tessuto urbano alle spalle di piazza Maggiore e le costruzioni innovative che furono costruite lungo la direttrice dell'antica via Emilia, in questo tratto urbano intitolata a Francesco Rizzoli. Si tratta quindi di un asse originariamente a vocazione artigianale e commerciale, privo di portici, così come molte strade del *quadrilatero* di cui rappresenta il limite a settentrione.

Il primo atto della trasformazione è stata la riconversione di una vecchia sala cinematografica, in disuso da anni, in uno spazio che ospita al suo interno la Libreria Coop e Eataly: evento non di poco conto dal punto di vista degli impatti sulla qualità urbana, sia in termini fisici, sia in termini di usi. In effetti la strada si anima e attrae sempre più persone, catalizzate dalla novità.

Qualche anno dopo è proprio in questa strada che si attua uno dei primi interventi pubblici di arredo urbano: è stata collocata una serie di elementi in cor-ten che si compongono di un sedile in legno e di una fioriera in cui alloggia un piccolo *prunus*. Questo elemento sarà poi replicato in varie declinazioni in altre parti della città.

Questi due episodi sono stati sufficienti a muovere l'inerzia di alcuni imprenditori, alcuni dei quali già presenti nell'area, nel campo della ristorazione o del cibo in generale che intuiscono le intrinseche potenzialità del rinnovamento in atto.

I dati misurano nei fatti il cambiamento: nel 2013 si affacciavano su quest'asse 6 pubblici esercizi, collocati per lo più lungo il fronte sud, assieme a numerosi altri esercizi commerciali e artigianali di varia merceologia, tra cui spiccavano appunto gli orefici. In 5 anni i pubblici esercizi sono diventati 17, quasi triplicando la presenza, a cui si deve aggiungere una gelateria, una pizzeria al taglio e un negozio di dolci, a fronte della perdita, tra gli altri, di 4 negozi di abbigliamento, un calzolaio, 2 negozi di ortofrutta e un gioielliere. Non si tratta solo di un impoverimento della varietà dell'offerta merceologica, ma di una profonda mutazione del paesaggio urbano perché, qui come in tutte le altre aree turistiche, la somministrazione avviene soprattutto all'esterno dai locali, collocando nello spazio pubblico tutte le attrezzature necessarie per allestire i cosiddetti dehor. Molto spesso non bastano sedie, tavolini, ombrelloni, ma si ritiene indispensabile realizzare delle strutture capaci di ospitare gli avventori riparandoli da qualsiasi condizione meteorologica: pedane, coperture, tamponamenti laterali, in breve veri e propri volumi semi-chiusi che si dispongono nello spazio un tempo aperto e pubblico modificandone la percezione e il senso. Nell'asse via Orefici - via Caprarie le strutture di questo tipo sono 7 nella stagione invernale, per un totale di quasi 150 mq di superficie: 7 elementi dislocati in poco più di 200 metri, ingombranti quanto basta per disturbare la visione non solo e non tanto della quinta stradale dell'asse via Orefici - via Caprarie, ma anche di Palazzo Re Enzo e soprattutto del cannocchiale ottico che attraverso il voltone del Podestà inquadra la fontana del Nettuno. Prospettive scenografiche che erano studiate e progettate all'inizio del Novecento, con il preciso intento di inquadrare i monumenti storici e artistici in una cornice degna, capace di valorizzarli senza isolarli da un contesto anch'esso parte della loro monumentalità.

Ma le conseguenze più rilevanti della trasformazione avvenuta in queste due strade, come altrove, si hanno sulla gestione della funzionalità complessiva del centro storico e sulla manutenzione quotidiana.

In una traversa di via Orefici, in considerazione della presenza delle botteghe alimentari del quadrilatero, era stata installata una delle prime e più capienti isole ecologiche interrata che costituiscono il cardine del sistema di raccolta differenziata in centro storico. L'isola è quadripartita e consente di conferire carta e cartone, vetro, rifiuto organico e indifferenziato. Calibrata sulla base delle esigenze presenti e

prevedibili all'epoca dell'installazione, con l'aumento di pubblici esercizi la sua funzionalità è stata certamente inficiata, in particolare per quanto riguarda la raccolta del vetro. L'isola ha una capacità di contenimento complessiva pari a 26 metri cubi, così distribuiti: 10 metri cubi sia per carta e cartone sia per i rifiuti indifferenziati, 3 metri cubi sia per il vetro sia per i rifiuti organici. Ciascun contenitore viene svuotato 5/6 volte alla settimana con un apposito automezzo, ma nonostante questo per il conferimento del vetro è stato necessario collocare 2 contenitori a terra, ciascuno di capacità pari 1,1 metri cubi anch'essi svuotati 5/6 volte alla settimana, e anche organizzare una specifica raccolta direttamente presso le utenze. In sostanza, l'aumento di pubblici esercizi in questi ultimi anni ha incrementato la necessità di raccolta del vetro fino a superare i 25 mc alla settimana, necessità a cui si fa fronte con 3 differenti sistemi (l'isola interrata, i contenitori a terra e la raccolta presso le utenze) ciascuno dei quali è effettuato con un automezzo diverso. Considerando anche le altre frazioni del rifiuto urbano, in via Orefici ogni settimana devono transitare dai 25 ai 30 automezzi per portare via i rifiuti. A tutto ciò si deve aggiungere la pulizia della strada, che avviene almeno 2 volte al giorno: la prima tra l'una di notte e le 7 del mattino, periodo che corrisponde all'orario di chiusura dei *debor*, la seconda durante il giorno quando si riesce.

È evidente che il turismo è una risorsa per la città storica, e non solo in termini economici, ma la trasformazione dell'asse via Orefici-via Caprarie mostra altrettanto chiaramente quanto sia necessario trovare un equilibrio in cui la qualità urbana abbia un'unica declinazione per i cittadini e per i visitatori. Questo equilibrio deve essere l'obiettivo di politiche e strategie integrate, che non riducano la complessità del problema, ma che siano piuttosto capaci di trovare una convergenza delle diverse istanze e di governare i cambiamenti senza bloccare le dinamiche di un settore così velocemente in espansione.