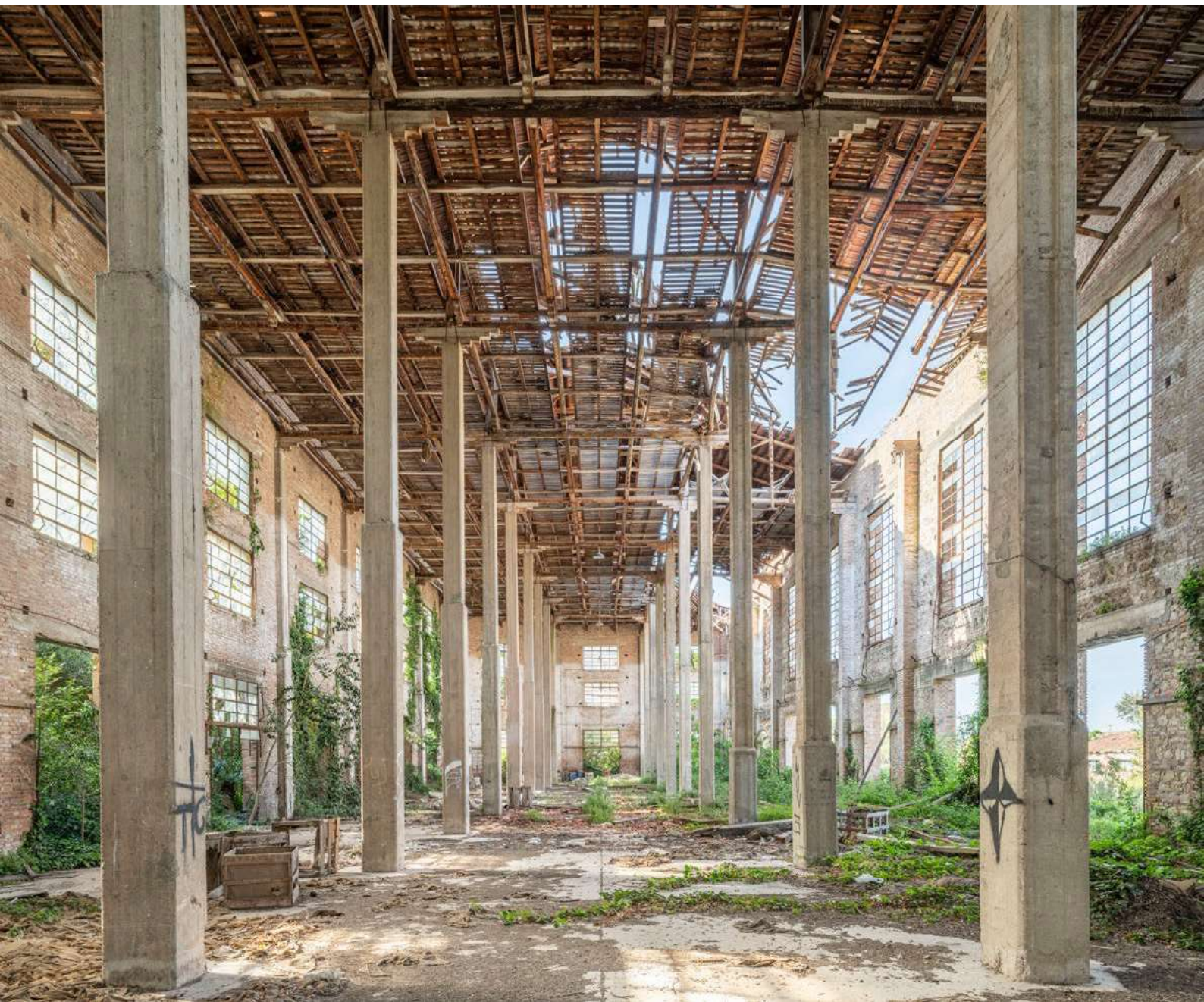


STATI GENERALI DEL PATRIMONIO INDUSTRIALE 2026

a cura di

Edoardo Currà, Fabio Fatiguso, Antonella Guida, Antonio Monte

Marina Docci, Graziella Bernardo, Elena Cantatore, Alessandro Mattioli, Claudio Menichelli



GANGEMI EDITORE®
INTERNATIONAL

©

Proprietà letteraria riservata

Gangemi Editore spa

Via Giulia 142, Roma

www.gangemieditore.it

Nessuna parte di questa pubblicazione può essere memorizzata, fotocopiata o comunque riprodotta senza le dovute autorizzazioni.

Le nostre edizioni sono disponibili in Italia e all'estero anche in versione ebook.

Our publications, both as books and ebooks, are available in Italy and abroad.

ISBN 978-88-492-5487-7



DOI: <https://cdn.gangemieditore.com/DOI/10.61020/9788849254877.pdf>

Volume Open Access pubblicato con licenza Creative Commons

Attribuzione-Non commerciale-Non opere derivate 4.0 Internazionale (CC-BY-NC-ND 4.0)

In copertina: © Mariano De Angelis, Ex Tabacchificio Fortunato Farina, Battipaglia (SA), 2019.

8.9. Strumenti, strategie e scenari per il riuso del patrimonio industriale	1446
<i>Roberto Bianchi, Antonella Guida</i>	
• Il ruolo del terzo settore nei processi di rigenerazione urbana nel quartiere ex industriale in borgata Montebianco a Torino The Role of the Third Sector in the Urban Regeneration Processes of the Former Industrial District in the Montebianco Neighbourhood of Turin	1447
<i>Cristina Coscia, Silvia Gron, Alessio Primavera</i>	
• Una regale attesa. Le sale d'aspetto storiche nelle stazioni ferroviarie italiane A Royal Wait. Historical Waiting Rooms in Italian Railway Stations	1456
<i>Gabriele Romani</i>	
• Oltre l'Evento: L'eredità dell'Expo 1938 nel progetto architettonico e urbano di Trois-Rivières Beyond the Event. The Legacy of Expo 1938 in the Architectural and Urban Design of Trois-Rivières	1464
<i>Fabio Sedia, Paolo Carlotti, François Dufaux</i>	
• Il Design Criteria System (DCS) per la valutazione preliminare di interventi di riuso adattivo su edifici di archeologia industriale: il caso dell'Ex Raffineria Stanic di Bari The Design Criteria System (DCS) for the Preliminary Assessment of Adaptive Reuse Interventions on Industrial Archaeology Buildings: The Case of the Former Stanic Refinery in Bari	1473
<i>Corrado Vizzarri</i>	
 AREA 9 TURISMO INDUSTRIALE, PERCORSI CULTURALI, ESPERIENZE DI FRUIZIONE INDUSTRIAL TOURISM, CULTURAL ROUTES, FRUITION EXPERIENCES	
<i>a cura di: Francesco Antoniol, Massimo Bottini, Maria Elena Castore, Rossella Maspoli, Massimo Preite, Manuel Ramello, Giorgio Ravasio</i>	
Introduzione	1482
 9.1. Il turismo industriale come leva di sviluppo locale, a partire dalla valorizzazione della tradizione del saper fare dei territori	1483
<i>Francesco Antoniol, Maria Elena Castore</i>	
• Turismo industriale nel Lazio: lo <i>slow tourism</i> come forma di valorizzazione della memoria industriale e del territorio Industrial Tourism in Lazio: Slow Tourism as a Way of Promoting Industrial Heritage and the Territory	1484
<i>Maria Elena Castore</i>	
• Il patrimonio industriale come leva di sviluppo territoriale e promozione turistica. Il caso di Stifone e delle Gole del Nera Industrial Heritage as a Driver of Regional Development and Tourism Promotion. The Case of Stifone and the Nera Gorges	1493
<i>Silvia De Ascaniis, Lorenzo Francisci</i>	
• From Factory-City to Memory-City: The ANIC District as a Cultural and Narrative Hub of the Basento Valley Da città-fabbrica a città-memoria: il quartiere ANIC come hub culturale e narrativo della Val Basento	1501
<i>Luca Arlotto</i>	
• Strategie di valorizzazione del patrimonio proto-industriale della calce in Basilicata Valorization Strategies for Basilicata's Lime Proto-industrial Heritage	1510
<i>Graziella Bernardo, Giuseppe Andrisani, Rosa María Domínguez Caballero</i>	
• Patrimonio industriale e innovazione territoriale. Un approccio Data-Driven per valorizzare l'identità del territorio canavesano Industrial Heritage and Regional Innovation. A Data-Driven Approach to Promoting the Identity of the Canavesano Region	1518
<i>Lisa Panero, Chiara Remondino, Diana Rolando</i>	
• Patrimoni produttivi e turismo nel Veneto: storie di micro-rigenerazione dal basso e innovazione sociale di prossimità Productive Heritage and Tourism in the Veneto Region: Stories of Micro-Regeneration from the Bottom Up and Local Social Innovation	1526
<i>Olga Tzatzadaki</i>	

PATRIMONI PRODUTTIVI E TURISMO NEL VENETO: STORIE DI MICRO-RIGENERAZIONE DAL BASSO E INNOVAZIONE SOCIALE DI PROSSIMITÀ

Productive Heritage and Tourism in the Veneto Region: Stories of Micro-Regeneration from the Bottom Up and Local Social Innovation

Olga Tzatzadaki

Università Iuav di Venezia

Keyword

Innovazione sociale; turismo; rigenerazione; community-based; patrimonio.
Social Innovation; Tourism; Regeneration; Community-Based; Heritage.

Abstract *Social innovation initiatives in tourism represent an emerging field of research investigating how local communities enhance their cultural heritage - both tangible and intangible - through bottom-up practices capable of triggering processes of micro-regeneration. These initiatives also include experiences related to local productive heritage, both artisanal and industrial. Such practices address complex challenges, including unemployment, depopulation, loss of collective identity, overtourism and the erosion of social cohesion. The research, conducted within the framework of the iNEST project (Interconnected Nord-Est Innovation Ecosystem, NextGenerationEU, spoke 6 on Tourism, Culture and Creative Industries), analyzed four case studies in Veneto (Venice, Dolomiti Bellunesi UNESCO, Bassano del Grappa and the Po Delta), adopting a qualitative and interdisciplinary approach based on literature review, desk analysis and approximately 40 interviews with local stakeholders. The study examined the nature of these initiatives (bottom-up or top-down), the actors involved, their motivations, governance arrangements and everyday challenges, highlighting their potential to regenerate territories and strengthen community cohesion.*

1. PATRIMONIO LOCALE E INNOVAZIONE SOCIALE NEL TURISMO

1.1. Tra *heritage tourism*, innovazione sociale e micro-rigenerazione

Il concetto di *heritage tourism* si colloca nell'alveo più ampio del turismo culturale, distinguendosi per la sua centralità al patrimonio culturale¹. Il termine "heritage" comprende sia beni materiali — monumenti, architetture, siti UNESCO, paesaggi culturali — sia beni immateriali come tradizioni, pratiche comunitarie, enogastronomia, artigianato e riti, secondo l'accezione allargata promossa dall'UNESCO². Dal punto di vista teorico, il turismo del patrimonio viene spesso analizzato attraverso la lente dell'autenticità³, poiché l'esperienza turistica è motivata dalla ricerca di una dimensione

¹ G. J., ASHWORTH, & J.E. TURNBRIDGE, *The tourist-historic city: Retrospect and prospect of managing the heritage city*, in "Pergamon", 2000.

² UNESCO, *Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage*, Paris, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2003.

³ D. MACCANNELL, *The tourist: A new theory of the leisure class*, Schocken Books, 1976. e N. WANG, *Rethinking authenticity in tourism experience*, in "Annals of Tourism Research", 1999, 26(2), 349–370, [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0), consultato il 09/09/2025.

autentica, spesso in tensione con processi di messa in scena o di *commodification* del patrimonio⁴, sollevando questioni di sostenibilità e gestione etica delle risorse culturali. Un ulteriore filone, quello della *heritage dissonance*, evidenzia come il patrimonio non sia mai neutro, ma risultato di selezioni, omissioni e narrazioni che possono generare conflitti di memoria, esclusioni o appropriazioni culturali⁵. Il turismo diventa quindi uno spazio di negoziazione identitaria, in cui si intrecciano interessi economici, politiche culturali e dinamiche comunitarie.

Le prospettive più recenti sottolineano l'importanza di approcci partecipativi e *community-based*⁶, in cui le comunità locali non sono solo oggetto ma soggetti attivi della valorizzazione del patrimonio. In questi modelli, il turismo del patrimonio contribuisce alla rigenerazione territoriale e al rafforzamento del capitale sociale, favorendo la resilienza delle comunità di fronte a sfide globali come perdita di identità, spopolamento o overtourism⁷. Con l'avvento delle tecnologie digitali, il *digital heritage tourism* amplia l'accesso e la fruizione dei patrimoni mediante realtà aumentata, realtà virtuale e *digital storytelling*, offrendo nuove modalità interpretative e narrative^{8:9}.

In quest'ottica, *heritage tourism* e innovazione sociale nel turismo¹⁰ si incontrano nella valorizzazione del patrimonio culturale, materiale e immateriale, con approcci complementari. Il primo si concentra sulla fruizione e conservazione dei beni culturali e naturali^{11;12}, mentre il secondo promuove pratiche partecipative finalizzate a generare impatti sociali positivi e micro-rigenerazione locale^{13;14}. L'intersezione tra i due filoni emerge quando le comunità locali diventano protagoniste nella gestione e narrazione del patrimonio, trasformando l'esperienza turistica in un processo di empowerment sociale e co-creazione¹⁵. Questa combinazione consente di affrontare sfide complesse, integrando sostenibilità culturale, economica e sociale¹⁶. Lo *storytelling* e le tecnologie digitali ampliano ulteriormente le possibilità di fruizione partecipativa, favorendo la costruzione di identità collettive e reti comunitarie¹⁷. Nello specifico, il filone di innovazione sociale nel turismo, sviluppato negli studi sull'innovazione turistica^{18;19} mira ad analizzare iniziative dal basso capaci di attivare processi di rigenerazione dei territori urbani e rurali. Tali pratiche rimangono limitate, lente nello sviluppo e scarsamente collegate

⁴ D.J. GREENWOOD, *Culture by the pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization*, in *Hosts and guests: The anthropology of tourism*, a cura di V. L. Smith, Pennsylvania, University of Pennsylvania Press, 1989, (2nd ed., pp. 171–185).

⁵ J.E. TUNBRIDGE & G.J. ASHWORTH, *Dissonant heritage: The management of the past as a resource in conflict*, John Wiley & Sons, 1996.

⁶ D.J. TIMOTHY, & S.W. BOYD, *Heritage tourism*, Pearson Education, 2003 e M.K. SMITH, *Issues in cultural tourism studies* (3rd ed.). Routledge, 2015.

⁷ G. RICHARDS, *Cultural tourism: A review of recent research and trends*, in “Journal of Hospitality and Tourism Management”, 2018, 36, 12–21, <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>, consultato il 09/09/2025.

⁸ U. GRETZEL, M. SIGALA, Z. XIANG, & C. KOO, *Smart tourism: Foundations and developments*, in “Electronic Markets”, 2015, 25(3), 179–188, <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>, consultato il 09/09/2025.

⁹ T. STYLIANOU-LAMBERT, *Heritage and tourism: Place, encounter, engagement*, Routledge, 2019.

¹⁰ F. SØRENSEN, *The geographies of social networks and innovation in tourism*, in “Tourism geographies”, 2007, Vol. 9, No. 1, pp. 22–48.

¹¹ G. J., ASHWORTH, & J.E. TURNBRIDGE, *The tourist-historic city*, op. cit.

¹² D.J. TIMOTHY, & S.W. BOYD, *Heritage tourism*, op. cit.

¹³ F. MOULAERT, D. MACCALLUM, A. MEHMOOD, & A. HAMDOUCH, *The international handbook on social innovation: Collective action, social learning and transdisciplinary research*. Edward Elgar, 2013.

¹⁴ M.K. SMITH, *Issues in cultural tourism*, op. cit.

¹⁵ G. RICHARDS, *Cultural tourism*, op. cit.

¹⁶ STYLIANOU-LAMBERT, *Heritage and tourism*, op. cit.

¹⁷ U. GRETZEL, M. SIGALA, Z. XIANG, & C. KOO, *Smart tourism*, op. cit.

¹⁸ A.M. HJALAGER, *A review of innovation research in tourism*, in “Tourism management”, 2010, 31(1), pp. 1–12.

¹⁹ C. İŞİK, E. AYDIN, T. DOGRU, A. REHMAN, E. SIRAKAYA-TURK, & D. KARAGÖZ, 2022, *Innovation research in tourism and hospitality field: A bibliometric and visualization analysis*, in “Sustainability”, 2022, 14(13), 7889.

agli studi sulla rigenerazione territoriale e alle politiche pubbliche. Le iniziative dal basso che valorizzano il patrimonio culturale sono cruciali per la preservazione della memoria storica, il rafforzamento dell'identità comunitaria e la promozione di una rivitalizzazione sostenibile dei contesti rurali. Tuttavia, spesso ricevono un sostegno insufficiente da parte delle amministrazioni locali e restano poco riconosciute per il loro impatto socio-culturale ed economico. Molto spesso, si notano lacune nei meccanismi di governance nel facilitare o limitare il successo a lungo termine delle iniziative²⁰.

Contemporaneamente, la valorizzazione del patrimonio culturale è centrale nell'ambito della *European Urban Agenda*²¹, considerata leva per politiche di turismo sostenibile e inclusivo, sviluppo locale, rigenerazione urbana e innovazione sociale. Le politiche dell'UE hanno progressivamente riconosciuto il turismo come motore strategico di crescita economica, occupazione e sviluppo regionale, evidenziandone il valore sociale e culturale oltre che economico. In questo quadro, la valorizzazione dei patrimoni materiali e immateriali rafforza l'identità locale, promuove pratiche partecipative e sostiene processi di rigenerazione dei territori marginali, combinando sviluppo locale, governance partecipativa e innovazione sociale.

In questo contesto, il patrimonio industriale e produttivo rappresenta un ambito privilegiato per l'incontro tra *heritage tourism* e innovazione sociale. La trasformazione di fabbriche storiche, laboratori artigianali e piccole imprese in attrazioni culturali, musei del lavoro o spazi di attività comunitarie consente di integrare conservazione materiale, fruizione culturale e partecipazione locale. Tali pratiche si collegano ai processi di "innovazione di prossimità", che si fondano sul radicamento territoriale e sulla valorizzazione delle risorse endogene, promuovendo forme di sviluppo incentrate sulle reti sociali locali e sulle relazioni di fiducia^{22;23}. Le iniziative di questo tipo non si limitano alla salvaguardia del patrimonio, ma generano valore sociale e culturale condiviso, attivando nuove connessioni tra memoria storica e bisogni contemporanei delle comunità.

Parallelamente, tali interventi favoriscono forme di micro-rigenerazione territoriale dal basso, in cui piccoli progetti localizzati producono effetti significativi sulla qualità della vita e sulla coesione sociale^{24;25}. L'uso di ex-spazi produttivi come luoghi culturali e comunitari diventa così un motore di trasformazione inclusiva, capace di affrontare sfide come lo spopolamento, la disoccupazione e la perdita di identità locale. In questa prospettiva, le comunità non sono soltanto fruitori, ma veri e propri co-produttori di cultura e rigenerazione, assumendo un ruolo attivo nella governance partecipativa e contribuendo a consolidare l'identità collettiva, a trasmettere la memoria storica e a stimolare nuove opportunità economiche e culturali.

²⁰ M. BUSACCA & O. TZATZADAKI, *Social innovation in tourism: a systematic literature review and the proposal of an analytical framework*, "Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy", 2025.

²¹ EUROPEAN COMMISSION, *Report from the Commission to the Council on the Urban Agenda for the EU (COM(2017) 657 final)*, 2017, in "Directorate-General for Regional and Urban Policy", <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/781ee461-cde3-11e7-a5d5-01aa75ed71a1>, consultato il 09/09/2025.

²² F. MOULAERT & J. NUSSBAUMER, *Defining the social economy and its governance at the neighbourhood level: A methodological reflection*, in "Urban Studies", 2005, n. 42(11), 2071–2088, <https://doi.org/10.1080/00420980500279851>, consultato il 09/09/2025.

²³ B. PECQUEUR, *Territorial development: A new approach to development processes for the economies of developing countries*, "Review of Applied Socio-Economic Research", 2013, n. 5(1), 31–42.

²⁴ J. NOVY, & C. COLOMB, *Struggling for the right to the (creative) city in Berlin and Hamburg: New urban social movements, new "spaces of hope?"*, in "International Journal of Urban and Regional Research", 2013, n. 37(5), 1816–1838. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2012.01115.x> consultato il 09/09/2025.

²⁵ L. MICHELINI, *Social innovation and new business models: Creating shared value in low-income markets*. Springer, 2017.

2. TURISMO E PATRIMONIO IN VENETO

2.1. La metodologia

L'analisi, realizzata all'interno del progetto iNEST del PNRR (*Interconnected Nord-Est Innovation Ecosystem, NextGenerationEU, spoke 6* su "Turismo, Cultura e Industrie Creative"), ha preso avvio dall'individuazione dei principali gap emersi dalla revisione teorica, i quali hanno permesso di definire in modo chiaro e mirato gli obiettivi da perseguire nella ricerca sul campo. A tale fase preliminare è seguita un'analisi desk finalizzata a raccogliere e comprendere le strategie e gli obiettivi regionali, provinciali e comunali, relativi alle macrotematiche del turismo e della cultura negli ultimi anni. Sulla base di queste evidenze, sono state condotte 42 interviste semi-strutturate nella seconda metà del 2024, coinvolgendo informatori chiave operanti nei settori del turismo, del patrimonio culturale e ambiti affini (11 nell'area di Bassano del Grappa, 11 nelle Dolomiti Bellunesi, 10 nell'area veneziana e 9 nel Delta del Po e Polesine). Le interviste sono state trascritte mediante il software *TurboScribe* e successivamente analizzate con *Atlas.ti*²⁶. Il lavoro sul campo è stato integrato da note di campo e osservazione partecipante.

L'analisi si concentra su tre dimensioni principali: le modalità di governance, le motivazioni dei soggetti coinvolti e le sfide affrontate. In particolare, 10 dei partecipanti operano direttamente nell'ambito del patrimonio industriale e produttivo. Lo studio mira a comprendere come le comunità locali strutturino la narrazione del proprio patrimonio, non esclusivamente nei confronti dei visitatori esterni, ma come parte di un processo di costruzione e condivisione identitaria interna. In questo senso, il racconto del patrimonio diventa uno strumento di valorizzazione della memoria storica, di rafforzamento del capitale sociale e di stimolo alla rigenerazione territoriale.

2.2. Il contesto locale

Secondo i dati disponibili^{27;28}, nel 2024 il Veneto ha registrato oltre 21,7 milioni di arrivi e 73,4 milioni di presenze, confermandosi una delle regioni più attrattive d'Europa. Questo successo è attribuibile anche alla crescente valorizzazione dei beni UNESCO della regione, che ha contribuito a orientare i flussi turistici verso destinazioni meno note, come le Colline del Prosecco e le Dolomiti Bellunesi. Il piano strategico mira a consolidare questa tendenza, promuovendo un turismo che sia economicamente vantaggioso, culturalmente arricchente e socialmente inclusivo. Le azioni previste includono investimenti in innovazione tecnologica, sostenibilità ambientale e politiche di welfare, con l'obiettivo di affrontare le sfide future con visione e concretezza. La Regione Veneto ha delineato una visione strategica per il settore turistico attraverso il Piano Strategico del Turismo 2025–2027, approvato dal Consiglio Regionale il 14 gennaio 2025. Questo piano si articola attorno a quattro principi guida: Veneto Aperto, Attento, Attivo, Attuale, e si propone di orientare lo sviluppo turistico verso una maggiore sostenibilità, inclusività e innovazione. Gli obiettivi principali includono la destagionalizzazione dei flussi turistici, la promozione di pratiche sostenibili, la valorizzazione del patrimonio culturale e

²⁶ B. SMIT, *Atlas.ti for qualitative data analysis*, in "Perspectives in education", 2002, n. 20(3): 65-75.

²⁷ cfr. REGIONE DEL VENETO, *Turismo in Veneto 2024: Dati e analisi consuntive*, in "Sistema Statistico Regionale", 2025a, 27 febbraio, https://statistica.regione.veneto.it/novita/novita_20250227.jsp e REGIONE DEL VENETO, *Statistiche Flash – Turismo Veneto 2024*, in "Bollettino Statistico Flash", 2025b, febbraio, https://statistica.regione.veneto.it/Pubblicazioni/StatisticheFlash/statistiche_flash_febbraio_2025.pdf consultato il 09/09/2025.

²⁸ cfr. OSSERVATORIO DEL TURISMO VENETO, *Turismo Veneto 2024: Il consuntivo annuale segna un nuovo anno record*, 2025, 15 marzo, <https://osservatorioturismoveneto.it/2025/03/15/turismo-veneto-2024-il-consuntivo-annuale-segna-un-nuovo-anno-record/> consultato il 09/09/2025.

naturale, e l'integrazione del turismo con le comunità locali. Particolare attenzione è rivolta alla digitalizzazione dei servizi turistici, alla creazione di esperienze autentiche e alla promozione di prodotti integrati che coniughino tradizioni locali, siti UNESCO e risorse culturali. Inoltre, il piano enfatizza la formazione del capitale umano e lo sviluppo di una governance partecipativa, in cui comunità locali, operatori turistici e istituzioni collaborino per una gestione condivisa delle risorse.

Nello specifico, il Veneto vanta un patrimonio industriale e artigianale di notevole rilievo storico ed economico. I numerosi siti di archeologia industriale sono stati mappati dalla Regione Veneto tramite un WebGIS dedicato, strumento digitale volto a promuovere conoscenza, tutela e riuso sostenibile delle strutture industriali dismesse²⁹. Il settore artigianale, pur avendo subito un declino significativo negli ultimi dieci anni – con una flessione del 24% delle imprese tra il 2014 e il 2025 – mantiene concentrazioni rilevanti in alcune province come Padova, dove le realtà artigiane cercano di innovare e diversificare l'offerta per rispondere alle sfide della globalizzazione e della digitalizzazione^{30,31}.

Mentre le linee guida istituzionali delineano strategie e strumenti per la valorizzazione del patrimonio culturale a livello regionale e nazionale, dal lavoro sul campo emerge un quadro più articolato e complesso. Le iniziative promosse da soggetti di piccola scala — tra cui micro-imprenditori, artigiani, cooperative e altre realtà locali — spesso operano in modo frammentario, con visibilità limitata e una scarsa capacità di costruire una narrazione condivisa del proprio patrimonio. Questo fenomeno non è solo il risultato di risorse ridotte, ma anche di un supporto istituzionale discontinuo o non sempre adeguato, che rende difficile il collegamento tra le pratiche locali e le strategie pubbliche più ampie.

2.3. La governance

In relazione alla governance del contesto culturale e al ruolo delle amministrazioni locali, emergono sfide complesse e di duplice natura. Da un lato, si evidenzia la necessità di un sostegno politico e istituzionale continuo, indispensabile per garantire la realizzazione, la sostenibilità e la continuità dei progetti culturali. Dall'altro, permangono significative difficoltà operative, spesso legate alla burocrazia, alla frammentazione dei processi decisionali e alla complessità normativa che caratterizza i diversi livelli di governo. Come evidenzia uno degli intervistati:

«Il problema non è un vero e proprio disinteresse da parte delle amministrazioni o delle organizzazioni, quanto piuttosto una mancata conoscenza delle opportunità offerte da questo settore. Questa mancanza di consapevolezza genera difficoltà di comprensione reciproca e la necessità di un lavoro costante di alfabetizzazione delle istituzioni su tematiche che, in altre parti d'Europa (e in rari casi anche in Italia), sono già consolidate e riconosciute. Altrove, infatti, le amministrazioni e le organizzazioni di alto livello, con potere decisionale e organizzativo, sono già abituate a fornire strumenti adeguati per supportare gli operatori di questo settore» (interv. n. 1, archeologo industriale, Venezia).

Gli intervistati osservano che «a livello di partecipazione del comune come attore pubblico, al momento siamo a zero... creare più ponti, forse, potrebbe aiutare» (interv. n. 2, gestore sito industriale, Venezia). Alcune iniziative ricevono il patrocinio formale, limitato all'uso del logo, senza ulteriori contributi operativi, configurando una partecipazione più simbolica che sostanziale.

²⁹ AIPAI, *WebGIS delle archeologie industriali*, 2023, [idt2.regione.veneto.it](https://www.regione.veneto.it/web/cultura/archeologia-industriale) e REGIONE VENETO, *Archeologia industriale*, 2023, <https://www.regione.veneto.it/web/cultura/archeologia-industriale> consultato il 09/09/2025.

³⁰ CGIA MESTRE, *Crolla il numero degli artigiani: il settore ha perso quasi 400 mila unità in dieci anni*, 2025, *unità in dieci anni.* 2025, <https://www.cgiamestre.com> consultato il 09/09/2025.

³¹ VENETO ECONOMIA, *Artigianato in crisi in Veneto: scomparse 44 mila imprese in dieci anni*, Ufficio Studi della CGIA di Mestre, 2024.

Questa condizione evidenzia come la governance locale sia caratterizzata da frammentazione e vincoli strutturali, tra cui la mancanza di coordinamento tra livelli amministrativi e la complessità burocratica, che rallentano la realizzazione e la continuità dei progetti culturali. La frustrazione degli operatori è evidente: «È molto difficile e frustrante... tutto quello che stai facendo sembra che qualcuno ti stia mettendo i bastoni fra le ruote... da parte dell'amministrazione non c'è nessun tipo di supporto» (interv. n. 8, artigiano, Venezia). Anche nelle piccole comunità, la collaborazione è presente ma limitata: «Collaboriamo in modo abbastanza costruttivo... tuttavia, non riceviamo supporto finanziario né da loro né dalle province... tendiamo a non partecipare attivamente, perché ci sembra che sia una grande fatica» (interv. n. 2, gestore ecomuseo, Delta del Po).

Le difficoltà non riguardano esclusivamente le risorse economiche, ma anche la comprensione culturale dei settori coinvolti. Nel caso dell'artigianato veneziano, ad esempio le maschere tradizionali, le certificazioni non sempre rispecchiano la qualità artigianale: «Esistono figure definite 'maestri artigiani', riconosciute e certificate dalla regione, ma spesso si tratta di persone che vendono maschere di plastica... senza una guida culturale adeguata, è difficile pensare a politiche che possano supportare l'artigianato autentico» (interv. n. 9, artigiano, Venezia). Questo fenomeno riduce la centralità culturale del patrimonio, trasformando le produzioni locali in beni turistici di basso valore e compromettendo la sostenibilità delle pratiche tradizionali.

In aggiunta, la gestione delle iniziative culturali in contesti marginali o rurali appare complessa. Nonostante la presenza di attori motivati e competenti, i progetti spesso procedono: «un po' con le nostre forze» (interv. n. 2, gestore ecomuseo, Delta del Po), evidenziando come l'assenza di un sostegno strutturato limiti l'impatto e la continuità. Anche le amministrazioni locali, pur disponibili, sono vincolate da risorse limitate e procedure complesse, rendendo la collaborazione difficile e talvolta percepita come un onere: «Spesso sembra che dare spazio a nuove idee o iniziative sia quasi una seccatura» (interv. n. 1, artigiano, Dolomiti).

Complessivamente, le interviste evidenziano un divario tra politiche istituzionali e pratiche locali e una governance frammentata che influenza l'efficacia dei progetti culturali e la valorizzazione del patrimonio. Queste dinamiche sottolineano la necessità di strategie di governance integrate e partecipative, capaci di riconoscere il valore sociale e culturale delle iniziative locali e di sostenere processi di co-creazione, micro-rigenerazione e partecipazione comunitaria, temi centrali anche nel dibattito su *heritage tourism* e innovazione sociale nel turismo.

2.4. Gli attori: sfide e motivazioni

In base alle interviste, le motivazioni individuali rappresentano un fattore centrale nell'attivazione e nel mantenimento di iniziative culturali e di valorizzazione del patrimonio. Numerosi intervistati dichiarano di sentirsi profondamente coinvolti nella propria attività, per motivi che vanno al di là della sfera economica. Come sottolinea una partecipante, «Il mio lavoro è la mia vita. Al di là dell'aspetto economico, mi sento profondamente a mio agio in ciò che faccio... Questa è la mia missione e la mia passione» (intervistata n.7, guida naturalistica, Dolomiti). Queste dichiarazioni mettono in luce un forte legame tra crescita personale, identità culturale e senso di appartenenza alla comunità, che spinge gli individui a investire tempo e risorse nella promozione di iniziative culturali.

In molti casi, l'impegno personale si traduce in azioni concrete volte alla valorizzazione dei territori e delle tradizioni locali. Un esempio emblematico è offerto dalla Valle di Seren, dove la filosofia delle comunità locali punta a: «Recuperare, valorizzare e raccontare il territorio con un approccio autentico e sostenibile» (interv. n. 6, ex dipendente Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi, Dolomiti). Questo orientamento riflette la volontà di costruire reti dal basso e iniziative che rispettino i valori della

comunità, trasformando luoghi marginali in centri di innovazione culturale e ambientale. L'esperienza della fabbrica artigianale di ceramica al territorio di Nove (Bassano del Grappa), conferma questa tensione tra impegno personale e sfide quotidiane: «La fabbrica richiede un impegno notevole, c'è una gratificazione nel lavorare per qualcosa che è nostro, un patrimonio che i miei genitori e i miei nonni hanno costruito con tanta dedizione» (interv. n. 10, titolare fabbrica di ceramica, Bassano).

Queste motivazioni individuali si intrecciano con le relazioni sociali e professionali, evidenziando la dimensione collettiva dell'azione culturale. Tuttavia, emergono anche ostacoli culturali e sociali, come il campanilismo e le rivalità tra comunità locali: «Il punto più forte, ma anche il più critico... è il superamento del campanilismo stretto, un ostacolo difficile da superare perché affonda le sue radici in retaggi storici e problematiche locali» (interv. n. 11, struttura ricettiva, Dolomiti). Questi vincoli possono limitare la cooperazione tra attori e la realizzazione di iniziative su scala più ampia, nonostante la volontà individuale di partecipare.

Un aspetto importante emerso è che le reti locali e le relazioni interpersonali sono determinanti nel creare un legame di fiducia tra gli attori culturali e la popolazione. Le iniziative culturali che coinvolgono direttamente la comunità tendono ad avere un impatto più forte, poiché rispondono alle esigenze e agli interessi specifici dei residenti, promuovendo un senso di appartenenza e di identità locale. Tuttavia, esistono delle sfide legate alla partecipazione attiva. In alcuni casi, si riscontra una distanza tra le attività culturali proposte e la reale partecipazione della comunità, dovuta a vari motivi: la scarsa informazione, la mancanza di accesso o la difficoltà economica per alcune fasce di popolazione. Inoltre, la partecipazione può essere influenzata dalla percezione che questi progetti non rispondano a bisogni concreti o alle problematiche quotidiane della comunità.

3. CONCLUSIONI

3.1. Patrimonio e sfide locali

In conclusione, le pratiche di turismo culturale orientate all'innovazione sociale non si limitano a produrre effetti economici, ma attivano processi più profondi di ricomposizione identitaria, coesione comunitaria e rigenerazione territoriale. Gli attori coinvolti – artigiani, micro-imprenditori, associazioni – si confermano come agenti di cambiamento, capaci di trasformare il patrimonio culturale in una risorsa viva, generativa, capace di produrre senso di appartenenza, narrazioni condivise e nuove forme di socialità. Tuttavia, il potenziale di queste pratiche è spesso ostacolato da fragilità strutturali: reti frammentate, limitato sostegno istituzionale, barriere burocratiche e mancanza di strategie integrate riducono l'impatto a lungo termine e rischiano di trasformare esperienze promettenti in interventi episodici. Da queste evidenze emergono alcune implicazioni di *policy* significative. Un coordinamento istituzionale più solido tra i diversi livelli di governo può rafforzare la continuità dei progetti e alleggerire gli oneri gestionali che gravano sugli attori locali. Allo stesso modo, la promozione di reti collaborative e di strumenti di supporto – spazi di co-progettazione, piattaforme digitali, micro-finanziamenti – consente di stabilizzare le relazioni e trasformare l'iniziativa individuale in capacità collettiva. La valorizzazione del patrimonio industriale e produttivo, inteso come risorsa culturale e non solo economica, rappresenta inoltre una leva strategica per contrastare spopolamento, perdita di identità e desertificazione sociale, favorendo nuove forme di fruizione e continuità dei saperi locali.

L'efficacia di queste iniziative, tuttavia, dipende anche dalla trasparenza e dall'accessibilità della comunicazione: senza informazione inclusiva e strumenti di ingaggio, la partecipazione rischia di rimanere limitata o elitaria. Percorsi di formazione, accompagnamento e valutazione dell'impatto sociale possono contribuire a consolidare l'empowerment degli attori e a rendere visibili i benefici generati. Nel loro insieme, questi elementi mostrano che il turismo culturale, quando sostenuto da governance collaborativa, politiche coerenti e coinvolgimento reale delle comunità, può diventare non soltanto un settore economico, ma una infrastruttura sociale capace di produrre valori culturali, benessere collettivo e nuove prospettive di futuro per i territori.