

L'intervento

La centralità di Venezia nel rilancio dell'economia del mare (non solo Adriatico)

Francesco Antonich*

Il Salone Nautico di Venezia edizione 2021 ha confermato la voglia e l'autorevolezza di Venezia di tornare a riappropriarsi del proprio ruolo di Città, con una propria identità marittima, ma anche come luogo dove le diverse eccellenze della penisola italiana possono ritrovarsi per valorizzare imprese, competenze, che dal commerciale al manifatturiero, dal turistico ai servizi portuali e logistici identificano l'Italia come Paese europeo che può trovare una propria leadership nel Mediterraneo.

Una riflessione che è stata al centro di uno dei convegni del Salone, promosso da Confcommercio Unione Metropolitana di Venezia dal titolo "Terziario del mare è... blue economy!". Ed è emersa la consapevolezza che si devono cogliere oggi le opportunità - e l'eccezionale ricchezza dei propri asset - della cosiddetta blue economy, l'economia del mare. Città come Venezia che si riscopre Città-Porto, ma anche baricentro di tutta quell'economia turistica che deriva dalla ricchezza mare, come la nautica, la diportistica. C'è tutto un terziario del mare che è parte della blue economy e che vede nella morfologia del Paese la sua prima fonte di Pil: una cerniera tra Europa e Mediterraneo centrale ed orientale di poco meno di 8.000 km di costa, contro una frontiera terrestre di poco superiore ai 1.900 km, un mare Adriatico settentrionale con 269 km di coste venete e friulane, i suoi porti intercontinentali di Venezia, Trieste e Chioggia. Per non parlare della diportistica: il turismo che "viene dal mare" nel Veneto conta circa 6.500 barche registrate, i porti turistici sono 25 in Veneto e 19 in Friuli Venezia Giulia, ma complessivamente, le marine e i porti turistici italiani sono 537 e dei circa 161.500 posti barca in Italia almeno 30.500 si trovano nel solo Adriatico centrale e settentrionale.

Persi i treni delle politiche settoriali, per l'economia legata al mare rimane un'ultima occasione: cogliere le opportunità del Pnrr per realizzare azioni strutturali in un'ottica di integrazione,

sostenibilità e resilienza, come previsto dal quadro individuato nel Pnrr dalle missioni M3c2, "Intermodalità, logistica integrata, portualità" e M1c3, "Miglioramento delle strutture turistico ricettive". È l'ultima possibilità per garantire una leadership al Paese e rilanciare le città metropolitane costiere, riconosciute motore dello sviluppo, e che devono essere protagoniste nel Mediterraneo, grazie a progetti, infrastrutture che dovranno integrare blue economy, bioeconomia, economia circolare, trovando l'equilibrio tra potenziamento dei servizi, delle filiere produttive legate al mare, pesca compresa, e la valorizzazione del turismo "del e dal" mare.

Ma il Salone Nautico è stata anche un'occasione, per Venezia, per riappropriarsi e per impegnarsi ad investire nel suo futuro ereditato dai 1600 anni che la città e la sua estensione metropolitana stanno celebrando. È oggi il momento di raccogliere proposte e progetti fattibili per guardare oltre la vocazione "anche turistica e culturale" della città storica e del suo territorio. Una riflessione sulle possibili scelte di Venezia, uno sguardo a come essere resiliente dopo le vicende drammatiche della pandemia e della stessa Aqua Grandia del novembre 2019, per ritrovare o reinventare un proprio impegno nei confronti dell'Europa e del suo mare che la lega al Mediterraneo, per riflettere più ampiamente su quale sia il ruolo, geoeconomico e strategico, da ridefinire nell'immediato, quale Città-Porto e Città-Evento di un Adriatico fattosi, ormai, "metropolitano", eredità storica consequenziale perché da secoli mare strategico e parte di quello che gli antichi romani chiamavano Mare Nostro.

*Vicedirettore Confcommercio
Unione Metropolitana di Venezia



Superficie 18 %