

Chapitre 6

Le tourisme à Venise

Une succession de visiteurs

Les hommes ont toujours voyagé; dès lors, *"qu'est-ce qui nous autorise à isoler historiquement ce que nous appelons tourisme, à le séparer, comme quelque chose de particulier de ce qui a toujours été ?"* (Enzensberger H.-M., 1965: 157)

À Venise, la présence de visiteurs paraît faire partie de l'essence de la ville, cela semble même l'une de ses raisons d'être: depuis l'An Mil, elle a constamment été l'objet d'un important flux de voyageurs, dont les motivations ont évolué avec le temps (Zanon G., 2004).

L'arrivée de voyageurs représentait des opportunités qui ont été très vite saisies par les Vénitiens. Certains offraient leurs services comme guide, démarcheur, intermédiaire, ils proposaient aux étrangers, lors de leur arrivée à Venise, de les escorter à travers la ville, de les aider pour changer leur argent, de leur servir de traducteur, de leur trouver un logement et d'arranger leur voyage (Davis R., and Marvin G., 2004). En se rendant dans la ville lagunaire, les pèlerins espéraient y trouver un passage vers les lieux saints du Proche-Orient. Quant aux commerçants, ils s'installaient dans la ville pour y acheter des marchandises, ou pour y attendre l'occasion de s'embarquer sur un bateau protégé par la flotte vénitienne. Enfin, l'attrait de Venise, la curiosité qu'elle suscitait, séduisait

également des hôtes illustres qui venaient juste y passer quelque temps, accompagnés d'une suite plus ou moins nombreuse.

"Comme aujourd'hui, le commerce touristique était alors un élément important de la prospérité vénitienne. Les pèlerins trouvaient près de Saint-Marc des baraques arborant les bannières des patrons de galère qui avaient déposé une caution auprès du gouvernement pour garantir leur bonne conduite envers les pèlerins acheminés à Jérusalem. Le transport par galères offrait l'avantage de vous arrêter dans des villes importantes. Chacun se ruait à terre pour se procurer du ravitaillement et visiter les hauts lieux. Aucune ville, pourtant, ne pouvait rivaliser avec Venise quant aux curiosités et aux dépenses." (Lane F., 1985: 461-462)

Plus tard, ce sont les admirateurs du renom de la liberté et du *bon gouvernement* de la République - artistes ou intellectuels - qui viennent séjourner dans la Sérénissime. Le mécénat s'était développé, et les grandes familles vénitiennes voulant briller dans le domaine intellectuel accueillaient humanistes, philosophes, poètes et peintres.

Dès le 17^{ème} siècle, la figure du touriste moderne commence à se dessiner: il s'agit de quelqu'un qui sollicite une manière de regarder construite socialement et culturellement, ce que John Urry, sociologue anglais, a appelé le *tourist gaze*⁹⁰ (le regard touristique). Les jeunes aristocrates européens, qui réalisent le *Grand Tour* dont Venise est une étape majeure, ont participé à l'élaboration de ce regard particulier, qui observe "*les caractéristiques des paysages naturels et des vues citadines qui se distinguent de l'expérience quotidienne du touriste, et qui sont considérées d'une certaine manière, hors de l'ordinaire*" (Urry J., 2000: 18).

"À la fin du XVII^{ème} siècle, le "Grand Tour" était devenu une institution consolidée pour les fils de l'aristocratie et des propriétaires terriens, et à la fin du XVIII^{ème} siècle, également pour les fils de ceux qui appartenaient à une classe professionnelle moyenne. Durant cette période, entre le XVII^{ème} et le XIX^{ème} siècle, on passa d'une conception surtout didactique du voyage, entendu comme une opportunité pour enrichir l'étude, à un voyage en qualité de témoin oculaire. Se développa alors une plus grande attention pour la visualisation d'une telle expérience, et pour le "regard", assisté par les manuels qui faisaient la promotion de nouvelles manières d'observer. [...] On passa au "Grand Tour romantique", et la promotion d'expériences très privées et passionnées, vouées à la recherche de la beauté et du sublime. Voyager constituait un élément crucial dans l'éducation cognitive et perceptive de la haute classe sociale anglaise." (Urry J., 2000: 19-20)

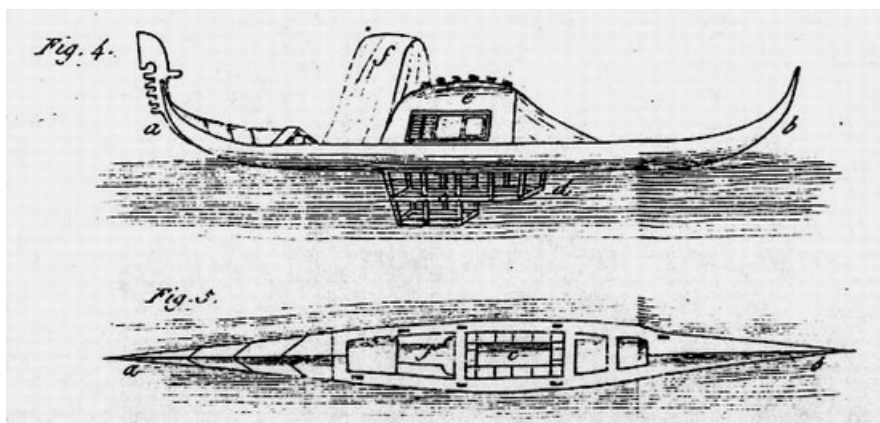
Dès lors, "*les admirateurs des monuments célèbres, les chercheurs des archives publiques et privées, tous ceux qui entendaient assister aux spectacles de grand attrait organisés également pour attirer un public externe*" (Zanon G., 2004: 11) sont de plus en plus nombreux à choisir Venise pour destination.

⁹⁰ *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Londres, Sage, 1990. J'ai pour ma part lu la version italienne du livre, datée de 2000.

"Il est étonnant que la plupart des étrangers n'ait pas semblé voir, jusqu'à la fin de la République, parallèlement au déclin économique et politique, la ruine physique de Venise; que la joie, le voile de flammes leur ait masqué des maladies que les Vénitiens connaissaient depuis longtemps, mais dont ils ne parlaient, et entre eux, que lors des austères délibérations des conseils." (Braunstein P., Delort R., 1971: 222)

Le déclin de la ville insulaire attire les Romantiques, qui trouvent là, dans cette structure urbaine mêlant terre et eau, posée sur la lagune, un lieu où se laisser aller à d'intenses émotions, l'occasion d'enchantements mélancoliques, de vues extraordinaires, et de sensations nouvelles qui pouvaient donner vie à de plaisants états d'âme, au mystère poétique.

Au 19^{ème} siècle, les pratiques de l'immersion connaissent un véritable essor, certains hôtels du Grand Canal proposent des cures d'eau jusqu'au coeur du bassin de Saint-Marc. Pour divertir les visiteurs fortunés qui viennent profiter des bienfaits de l'eau, des expositions d'art et des concerts sont organisées; ils leur donnent l'occasion de visiter la ville et ses alentours.



Détail d'une "cabine" de l'établissement de bains flottants du Docteur Tommaso Rima, amarré près de l'église de la Salute, inauguré en 1833, doté de "bains chauds et froids, d'eau douce et d'eau salée, simples et soignants, à vapeur ou à jets".

Les excursions ferroviaires

Dès la chute de la République, lors de la période napoléonienne, mais surtout lors de la domination autrichienne, Venise connaît une véritable "haussmannisation" de son espace urbain. De grands axes sont créés, tant dans le tissu terrestre que dans

le réseaux des canaux de la ville, pour améliorer la mobilité des piétons et le transport des marchandises (Scano L., 1985). La volonté d'*homologation* de la ville lagunaire aux standards de la modernité amène d'importantes transformations structurelles, changeant définitivement l'aspect du *centre historique*. Le pont ferroviaire - dont la construction est achevée en 1846 - est sans aucun doute l'élément qui a le plus d'impact sur la ville: avec lui, elle perd son caractère purement insulaire et devient accessible directement par le train, depuis toutes les grandes capitales européennes.

À Venise comme dans le cas des autres lieux qui connaissent une fréquentation touristique, le développement du chemin de fer influence le type de voyageurs qui s'y rendent. Dans un premier temps, c'est un moyen de transport réservé à l'élite, mais il se démocratise vite, et il permet aux vacanciers des classes émergentes de voyager vers des lieux dont ils étaient, jusqu'alors, tenu à l'écart. Ce sont les excursions journalières - organisées par les compagnies ferroviaires, par des groupes nationaux ou par des entreprises commerciales - qui sont les plus populaires; ils incluent généralement une visite accompagnée des sites d'intérêt touristique et, parfois, elle s'étend aussi aux magasins.

Au début du 20^{ème} siècle, les excursions s'ouvrent aux classes populaires. Le régime fasciste encourage ce type de tourisme, et contribue à faire émerger la figure du *pendolare turista*, cet ouvrier touriste d'un jour, qui part découvrir les merveilles de la péninsule, avec sa famille et ses collègues de travail, grâce aux excursions organisées par son comité d'entreprise, ou le cercle social de son quartier. Pour autant, les élites ne sont pas oubliées, la Biennale - et sa *Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica*⁹¹ (la première édition a lieu en 1932) - s'adresse à un public chic qui aime paraître dans les événements mondains.

La période fasciste est un moment charnière pour Venise: les autorités aspirent à ce qu'elle devienne *Grande* avec l'annexion des communes de la terre ferme, une ville moderne grâce à l'aménagement des zones industrielles et portuaires de Marghera et les quartiers résidentiels de Mestre. Et c'est également le point de départ de la spécialisation touristique du *centre historique*. D'ailleurs, il est intéressant de noter que l'on retrouve la figure centrale de Giuseppe Volpi, l'industriel vénitien, Ministres des Finances de Mussolini, non seulement à l'avant-garde du projet pour la terre ferme, mais aussi à la tête

91 Le festival est né d'une idée du président de la Biennale de Venise de l'époque, le comte Volpi della Misurata (celui-là même qui est à l'origine de la zone industrielle de Marghera), du sculpteur Antonio Maraino qui en était le secrétaire général, et de Luciano De Fea, le secrétaire général de l'*Istituto Internazionale per il Cinema Educativo* (L'Institut international pour le cinéma éducatif), une émanation de la Société des Nations, qui avait son siège à Rome.

de la Biennale et de la *Mostra*, et président de la *CIGA*, la Compagnie italienne des grands hôtels.

Le tourisme de masse n'apparaît véritablement que dans l'après-guerre, et il fait se côtoyer dans le *centre historique* des visiteurs qui ont conservé l'une ou l'autre des motivations des hôtes qui se sont succédés depuis des siècles (Zanon G., 2004).

"Le phénomène touristique, complexe, a produit, depuis les temps anciens, une série d'effets dans le système productif et dans l'organisation de la logistique citadine, très semblables à ceux actuels. De nombreuses activités s'installent, dans les lieux d'accès (ou de départ) au bord de la lagune, mais également réparties dans le tissu urbain; elles sont à l'origine d'une prolifération d'opérateurs: gondoliers, transporteurs, bateliers, vendeurs, accompagnateurs et guides... Il y avait de fréquentes disputes parmi ces catégories, et les voyageurs en transit expérimentaient un premier contact avec la ville - dans ce que nous appellerions, suivant une définition moderne, des terminaux - qui n'était pas toujours positif." (Zanon G., 2004: 12)

Le tourisme de masse

Le type de fréquentation touristique connaît un changement radical, au début des années 1960, pour devenir un véritable phénomène de masse. Soutenue par le "boom" économique et l'émergence de la société des loisirs, mais aussi par la diffusion des moyens de transports permettant une mobilité accrue (voitures et bus), une quantité importante de personnes peut se rendre en vacances (et plus seulement en excursion) dans les lieux réservés jusque-là à une classe de nantis, composée alors par l'élite culturelle et économique, par le beau-monde qui aimait se rendre en villégiature en bord de mer. Le Lido et le *centre historique* sont pris d'assaut par une vague de vacanciers populaires, qui venait à son tour profiter des bienfaits du séjour à la mer, et admirer les beautés de l'ancienne *Sérénissime*, à présent que "*tout le monde avait acquis le droit aux plaisirs du "regard du touriste"*" (Urry J., 2000: 49).

Durant ces années 1960, le tourisme de masse est accueilli de façon positive par l'ensemble de la communauté vénitienne qui voit en lui des opportunités économiques pour la ville: c'est une aubaine pour surmonter la crise des entreprises manufacturières du *centre historique*, une occasion favorable "*pour soutenir un nouveau développement de la ville*" (Zanon G., 2004: 17).

Après l'*Acqua Granda* de 1966, la propagande nécrophile liée à la "mort de Venise" annoncée suscite une nouvelle affluence touristique, plus importante encore. Elle est constituée pour l'essentiel d'excursionnistes qui viennent passer une journée dans le *centre historique*, depuis leurs lieux de résidence, ou leurs lieux de vacances, sur la côte de l'Adriatique ou dans les localités avoisinantes de la terre ferme. Ce sont les mois d'été qui sont prisés, et déjà les premiers effets de la pression exercée par les visiteurs sur les services publics - qui n'ont pas encore été redimensionnés - se fait sentir.

Parallèlement à l'augmentation du nombre d'opérateurs traditionnels - guides, transporteurs, *sandolisti*⁹², gondoliers⁹³, taxistes⁹⁴, et marchands ambulants -, de nouvelles professions surgissent, qui entendent profiter, elles aussi de l'argent du tourisme: *batidori* (entremetteurs, ou, pour utiliser un terme anglo-saxon aujourd'hui à la mode: *promoters*), accompagnateurs, bagagistes, peintres et autres artistes de rue. Parmi ces professions, certaines sont organisées selon des règles très strictes (mais rarement transparentes), alors que d'autres sont exercées sans aucune autorisation officielle (Zanon G., 2004). Des tensions commencent à apparaître entre les hôteliers et les restaurateurs d'une part, intéressés plutôt à un tourisme "de qualité" séjournant quelques jours en ville, et les vendeurs de souvenirs, les commerçants et autres boutiquiers, d'autre part, dont l'activité s'adresse aux visiteurs journaliers.

Dès le milieu des années 1970, la fréquentation touristique toujours plus dense commence à faire naître un sentiment de contrariété vis-à-vis des visiteurs: en 20 ans, Venise a perdu plus de 60'000 habitants, alors que dans le même temps, les arrivées et les présences des touristes ont presque doublé (passant de 456'871 en 1950 à 946'127 en 1970 pour les premières, et de 1'097'366 à 1'940'239 pour les secondes). Le poids du tourisme sur la population devient de plus en plus imposant, et le thème de la limitation et du contrôle des flux de touristes est évoqué pour la première fois. La typologie des visiteurs devient plus complexe, elle demande une restructuration profonde de l'offre, de simples transformations ne suffisent plus.

Dès la fin des années 1970, plusieurs manifestations "traditionnelles" font leur réapparition. Le Carnaval, la *Voga Longa*, et la Régate historique (pour ne citer que les plus

92 Le *sandolo* est une barque qui ressemble à la gondole, sans toutefois en être une: il est plus court, plus large aussi, à fond plat, il est symétrique, et traditionnellement, il servait au transport de marchandises, de personnes, ou pour la pêche; on peut lui adjoindre une voile *al terzo* (voile trapézoïdale typique vénitienne). Aujourd'hui, il est utilisé pour proposer aux touristes crédules de réaliser le fameux tour en gondole !

93 Il y a 405 gondoliers, et un certain nombre de remplaçants (environ 20 %, soit 80 personnes). Bientôt, 20 nouvelles licences seront accordées. Les gondoliers sont considérés comme des entreprises artisanales individuelles, ils sont souvent associés en coopératives de services, pour faciliter leur comptabilité et les autres pratiques administratives.

94 Les taxis sont un peu plus de 200. Ils doivent effectuer un tournus mensuel quant à l'embarcadère auquel ils sont rattachés. Les tarifs, au taximètre, sont de 14 € pour 7 minutes, et de 25 centimes d'Euros chaque 15 secondes supplémentaires.

connues) sont des célébrations qui sont remises au goût du jour par quelques Vénitiens en mal d'identité. Ils mettent en avant la vénétianité de ces fêtes, qui sont très vite récupérées par l'industrie du tourisme. Pourtant, cette récupération n'inquiète pas immédiatement les habitants du *centre historique* qui les fréquentent, au contraire: les premiers visiteurs qui se sont joints aux festivités se sont discrètement insérés dans une ambiance qui, pendant un temps, est restée sous contrôle vénitien. Ils étaient ressentis plutôt comme des invités que de réels touristes; comme une élite culturelle, sans aucun doute.

"Quoi qu'il en soit, le retour des manifestations oubliées, et même l'augmentation des visiteurs, donne de l'espoir. Mais surtout, il ne s'agit pas de visiteurs quelconques, mais bien de touristes, il est présumé, de qualité supérieure, plus "haute" et élevée. C'est-à-dire ceux que Venise possédait, un temps, et peut-être qui languissent le plus aujourd'hui: ils l'ont, dans une certaine mesure, oubliée, emportés eux aussi par le phénomène du tourisme de masse, par les dysfonctions et par les dérangements que celui-ci comporte, ainsi que par le poids culturel diminué de la ville elle-même." (Isman F., 2000: 69)

L'explosion du tourisme de masse, dans les années 1980, a décuplé le nombre de visiteurs se rendant à Venise. Le tableau ci-dessous récapitule le mouvement touristique d'un demi-siècle dans la Commune de Venise, avec des données⁹⁵ par zones, mais il ne comprend pas la composante principale de la réalité touristique vénitienne actuelle, l'excursionnisme, qui est quasi impossible à dénombrer et n'autorise que des estimations.

Série historique du mouvement touristique dans la Commune de Venise (exercices hôteliers et extra-hôteliers)								
Source: Servizio Statistica - Comune di Venezia; élaboration: Senn								
	<i>Centre historique</i>		Lido de Venise		Mestre-Marghera		Commune de Venise	
	Arrivées	Présences	Arrivées	Présences	Arrivées	Présences	Arrivées	Présences
1950	456'871	1'097'366	48'184	297'974	38'513	80'557	543'568	1'475'897
1955	654'681	1'420'749	96'336	403'896	139'809	251'557	890'826	2'076'202
1960	691'646	1'563'427	73'343	394'450	235'923	453'432	1'000'912	2'411'309
1965	787'687	1'720'660	76'504	370'900	344'201	567'449	1'208'392	2'659'009
1970	946'127	1'940'239	83'687	366'575	451'690	776'309	1'481'504	3'083'123
1975	928'170	1'859'826	82'596	288'601	475'437	798'889	1'486'203	2'947'316
1980	1'175'109	2'487'687	147'979	427'418	647'673	1'132'619	1'970'761	4'047'724
1985	1'291'878	2'768'655	164'529	417'804	712'605	1'231'443	2'169'012	4'417'902
1990	1'250'649	2'760'068	161'586	392'806	802'236	1'502'755	2'214'471	4'655'629
1995	1'449'052	3'234'870	172'291	452'570	903'708	1'657'736	2'525'051	5'354'176
2000	1'503'913	3'562'728	220'948	574'622	1'023'753	1'771'886	2'748'614	5'909'236
2005	1'902'478	4'925'182	180'041	519'615	1'155'104	2'225'638	3'237'623	7'670'433

95 De ces données ont été soustrait les chiffres concernant Cavallino, devenue commune indépendante en 2000.

Ce récapitulatif nous permet de noter l'extraordinaire progression des arrivées et des présences touristiques sur la terre ferme, qui ont été multipliées par plus de 8 en cinquante ans. Durant le même temps, les arrivées au Lido ont presque doublé, mais les présences (4,19 jours en 1955, 2,88 jours en 2005) n'ont pas suivi la même tendance, ce qui indique clairement un changement dans les habitudes des vacanciers qui s'y rendent. En ce qui concerne le *centre historique*, les arrivées sont 2,90 fois plus nombreuses en 2005 qu'elles n'étaient en 1955, et les présences ont progressé un peu plus, pour être multipliées par 3,47. En un demi-siècle, les touristes qui dorment dans la ville lagunaire ont tendance à y rester un peu plus (2'58 jours en moyenne) qu'il y a cinquante ans (2,17 jours), quand la proportion d'excursionnistes était pourtant beaucoup moins élevée.

J'y ai fait allusion, le tourisme de masse a un composant, l'excursionnisme, qui est celui qui porte le coup le plus violent au *centre historique*, bien qu'il ne soit pas aisé d'en évaluer exactement les répercussions. Selon certains, il représente jusqu'à quatre fois le tourisme "sédentaire" (les visiteurs qui dorment sur place), et probablement une proportion plus élevée encore, selon l'Association vénitienne des hôteliers (*l'Associazione Albergatori Venezia, AVA*), alors qu'une recherche menée en 1998 par Francesco Perego et Francesco Sbeti, *Vivere a Venezia* (Vivre à Venise), estime le rapport entre touristes et excursionnistes de tous types à 1 pour 2,25. Ce dont nous pouvons néanmoins être sûr, c'est que le rapport entre touriste et excursionniste a suivi l'augmentation du tourisme de masse, et ceci probablement de façon exponentielle: il est fort probable que les chiffres estimés aujourd'hui à un rapport de 1 pour 4, 1 pour 5, ne sont pas exagérés.

Quoi qu'il en soit, le nombre de visiteurs qui ne restent que quelques heures dans le *centre historique* est considérable, et ce tourisme excursionniste peut certainement être tenu pour responsable des répercussions les plus nuisibles pour le *centre historique*. Toutefois, il faut ajouter qu'une grande partie de ces visiteurs ne peut faire autrement, et se trouve dans l'obligation de se contenter d'une visite d'un jour dans le *centre historique*, parce qu'à certaines périodes de l'année, il est tout simplement impossible de trouver un lit disponible, ou à cause des prix pratiqués par les hôtels, les chambres d'hôtes, et autres B&B. Ceux-ci ont amené certains "tours opérateurs" (qui gèrent l'essentiel de la fréquentation touristique à Venise) à renoncer à la nuitée dans le *centre historique*, pour lui préférer Padoue ou Vérone. D'autres pourraient suivre, lorsque les prix pratiqués ne seront plus estimés supportables, comme cela s'est déjà produit pour Florence, par exemple.

"Peut-être ne verrons-nous plus les groupes de japonais qui, en gondole de nuit, écoutent même *O sole mio*: ils seraient transférés à des horaires diurnes et - même eux - ils iraient incrémenter encore plus la quote des "pendulaires du tourisme", des "voyageurs *mordi e fuggi*"." (Isman F., 2000: 90)

Enfin, une partie de l'excursionnisme fréquentant le *centre historique* est induit par certaines stations balnéaires de l'Adriatique - c'est le cas de Rimini, par exemple, mais aussi de la station autrichienne de Badgastein - qui, pour attirer une clientèle durant la morte saison, n'hésitent pas à faire miroiter la possibilité d'une journée à Venise, parfois gracieusement offerte par la municipalité locale (Isman F., 2000).

Venise, produit touristique

Selon les données de l'Organisation Mondiale du Tourisme, le nombre de touristes est passé, de 1950 à nos jours, de 25 millions à quelques 698 millions d'arrivées internationales. La "grande industrie touristique" a pris, depuis un demi-siècle, des proportions telles qu'aujourd'hui, elle occupe l'une des premières places de l'économie internationale. Pour l'Italie, les recettes du tourisme se sont montées, pour 2004 à plus de 29 milliards et demi d'Euros grâce aux presque 83 millions d'arrivées étrangères dans la péninsule.

De 12 à 14 millions de personnes se rendent à Venise chaque année, soit un rapport moyen touriste / résident qui est le plus élevé d'Europe, trois fois plus qu'à Salzburg, le suivant de la liste, et plus de neuf fois plus que dans la plupart des autres destinations populaires du tourisme "*heritage*" (Prague, Florence, Vienne, Paris, Budapest, etc.) (Isman F., 2000).

Le secteur du tourisme propose un produit englobant plusieurs activités économiques - agences de voyage, tours opérateurs, sociétés de transports, hôteliers, restaurateurs, etc. - qui offrent chacune un élément particulier. Le lieu de destination constitue le produit touristique, qui est composé autant des ressources naturelles et culturelles, des infrastructures d'accueil et de communication, que du logement et de la restauration. C'est la combinaison de ces différentes ressources touristiques et des services offerts qui détermine l'appartenance de la localité à telle ou telle forme de tourisme.

Le produit touristique n'est pas définissable de la même façon que les produits confectionnés industriellement, il n'est pas identifiable de manière univoque. Il est déterminé par un ensemble de "demandes" différentes, et il est constitué par un ensemble d' "offres" différentes, parmi lesquelles prévalent, quoi qu'il en soit, les composantes immatérielles par rapport aux matérielles (Rispoli M., 2004). Ce que l'industrie du tourisme propose à ses clients, ce sont des services, un concept assez vague et qui regroupe tant une action, qu'une chose matérielle (ou immatérielle) qui a des implications supérieures à ce qu'on pouvait en attendre. Cela peut être un sourire, dans le cas d'une relation avec les gens assurant le service, ou une attitude plus obséquieuse, dans les hôtels de luxe. L'exigence de la demande pour un service meilleur et plus individualisé sera d'autant plus forte que le prix sera élevé. Les services sont différenciés selon le public visé, ou dit autrement, selon l'appartenance sociale. Selon John Urry, il y a

"...une relation complexe entre deux éléments implicites dans la production des services pour touristes. D'une part, il y a les pratiques culturelles du tourisme, qui constituent un ensemble d'activités sociales, hautement structuré par rapport à des distinctions de goût. De telles pratiques sont constituées par le fait que les personnes veulent être en certains lieux, et observer des objets particuliers, en compagnie de types spécifiques de personnes. D'autre part, on fournit à de tels touristes une ample variété de services, principalement dans une perspective de maximisation du profit." (Urry J., 2000: 103)

Les services sont donc une part essentielle dans la relation au client et donc du profit réalisable, d'où les coûts représentés par la masse salariale dans les entreprises liées au tourisme, avec une grande différenciation des salaires entre les employés en contact direct avec la clientèle et les autres.

"Comme cela a déjà été mis en évidence, le travail est présent à différents stades de la production des multiples services liés au tourisme. Cela advient comme le résultat intentionnel d'un processus nécessairement *social*, dans lequel il y a une certaine interaction entre un, ou plusieurs producteurs, et un, ou plusieurs consommateurs. La qualité de l'interaction sociale est, en soi, une part du service acquis. Acheter un service, signifie acheter une expérience particulière, sociale ou sociologique." (Urry J., 2000: 105)

En 2004, le tourisme occupait 15'700 personnes dans le *centre historique* (alors que les autres secteurs totalisent 28'300 employés), ce qui représentait plus du tiers de l'ensemble des emplois. Le secteur hôtelier comptait 3'181 employés; celui de la culture 4'800, auquel il fallait ajouter environ 1'200 personnes qui travaillaient indirectement pour le secteur⁹⁶.

96 Selon une enquête du Coses de 2004, sous la direction de E. Di Maria, A.P. Russo, G. Zanon et F. Zecchin, *Venezia, laboratorio di cultura. Indagine sulla dimensione economica dell'offerta culturale a Venezia*. Marsilio, Venezia. 31 institutions culturelles ont été prises en considérations: musées, galeries, archives, bibliothèques, théâtres, lieux de culte, tradition religieuse, universités, instituts de recherche, etc.

Le tourisme vient à Venise sans qu'il soit nécessaire de faire un quelconque effort pour le favoriser ou l'encourager: la demande touristique est spontanée. Le "produit Venise" se vend sans nécessairement requérir à des campagnes publicitaires, ou plutôt, il est omniprésent, il sert de décor à une quantité de produits totalement disparates: ici pour vendre une voiture avec comme toile de fond la place Saint-Marc (une voiture sur la place Saint-Marc ?!); là pour un téléphone portable qui permet de prendre des photos (à moins que ce soit pour un appareil photo qui permet de téléphoner...).

"La Venise touristique est Venise: les gondoles, les couchers de soleil, la lumière diffuse changeante, le Florian, le Quadri, Torcello, le Harry's Bar, Murano, Burano, les pigeons, les perles de verre, le vaporetto. Venise est l'album dépliant de ses propres cartes postales." (MacCarthy M., 1999: 13)

Et c'est bien cela que ses visiteurs viennent y chercher: cette représentation symbolique, et cette immatérialité particulière, jusqu'au kitsch des souvenirs de pacotille⁹⁷.

Mouvement hôtelier et extra-hôtelier

Traditionnellement, il existait dans l'ancienne République Sérénissime l'obligation d'accueillir tous les visiteurs de la ville (particulièrement les pèlerins), mais il était interdit de louer des chambres sans autorisation spécifique. Les lieux où pouvait s'ouvrir une nouvelle structure d'accueil étaient déterminés par un organisme spécialement prévu à cet effet. L'activité était très contrôlée, des règles sévères lui étaient imposées; entre autres, le gérant, ainsi que sa famille et ses domestiques, devaient habiter dans le bâtiment où il exerçait⁹⁸. Les hôtes étaient enregistrés régulièrement, et ils étaient munis d'un document qui certifiait leur adresse temporaire.

Au 18^{ème} siècle, les établissements qui recevaient des hôtes pour la nuit étaient plus de cent - toutes qualités confondues -, et le nombre de lits qu'ils mettaient à disposition a été estimée à environ 4'000. Déjà, la plus forte concentration se situait dans les alentours de Saint-Marc et de Rialto. Avec le temps, la conscience des potentialités économiques

97 Voir la publicité Frantour en page 54, où pour inciter les clients à Venise, ce n'est pas le Grand Canal ou Saint-Marc qui est mis en avant, ni même des masques qui feraient certainement trop référence à la période du Carnaval, mais des gondoles en plastiques et des boules à neige avec une gondole devant le pont de Rialto ou celui des soupirs.

98 Il est intéressant de noter que la grande majorité de ceux qui exerçaient comme hôteliers n'étaient pas vénitiens.

du tourisme se faisait plus nette, et plus spécifiquement après la chute de la République et la crise qui l'accompagna pour les secteurs traditionnels de l'économie vénitienne.

Au 19^{ème} siècle, la classe dirigeante - politique et économique - voit dans le tourisme une occasion de créer des postes de travail, et donc des revenus pour une partie non-négligeable de la population, et la possibilité de réaliser des profits importants pour elle-même. De nouveaux établissements ouvrent leurs portes, pour recevoir une clientèle qui se diversifie, avec des goûts nouveaux qu'il faut pouvoir satisfaire; les premières chaînes⁹⁹ d'hôtels s'installent. Une véritable industrie hôtelière s'affirme, capable d'attirer et de recevoir un nombre toujours plus élevé de visiteurs; c'est un secteur productif qui contribue désormais de façon significative à l'économie de la ville (Zanon G., 2004). En 1883, l'île du Lido est annexée à la commune de Venise, de manière à pouvoir suivre la mode des bains et des cures à la mer, puis l'héliothérapie.

La période faste du Lido se déroule durant l'entre-deux-guerres: la qualité des hôtels et des services qu'ils offrent constitue une attraction importante pour une riche clientèle internationale, qui s'y rend pour y passer les traditionnelles longues vacances à la mer. La proximité de Venise, avec ses monuments, ses collections de peinture, ses soirées fastueuses, n'est certes pas étrangère à ce succès. En 1938, les présences touristiques s'élèvent, sur l'île d'or, à 519'000 nuitées¹⁰⁰, mais le second conflit mondial freine brutalement sa fréquentation.



Vacanciers devant l'hôtel Excelsior au Lido de Venise, dans les années 1920

Venise *centre historique* se tire mieux de la période de crise engendrée par la guerre, et elle retrouve assez vite le niveau de visiteurs qu'elle avait avant. Un effort est consenti pour améliorer la qualité de l'offre et, lorsque cela s'avère nécessaire, on procède à la rénovation complète des bâtiments défraîchis.

"Entre 1951 et 1957, plus de vingt hôtels ouvrent leurs portes, parmi lesquels également deux nouveaux complexes de dimensions importantes, qui sont construits dans les environs de Saint-Marc. Les hôtels sont plus de cent, il y a une trentaine de *locande* et de nombreuses structures extra-hôtelières; près de 10'000 lits sont disponibles. En 1951 déjà, les flux touristiques ont surpassé les valeurs d'avant-

99 C'est-à-dire un ensemble d'hôtels avec un unique propriétaire, ou une société. C'est le cas de la société "The Venice Hotels Limited", rachetée et transformée en 1906 en *Compagnia Italiana Grandi Alberghi (Ciga)*, une énième création du comte Giuseppe Volpi (l'industriel vénitien).

100 Onze ans plus tard, en 1949, elles ne sont plus que de 350'000 nuitées.

guerre, et en 1957, avec presque un million d'arrivées et deux millions et demi de présences, elles représentent un peu moins d'une fois et demi celles de 1938."¹⁰¹ (Zanon G., 2004: 15)

Depuis les années 1960 et l'explosion du tourisme de masse, la tendance de la fréquentation touristique enregistrée par le *centre historique*, est régulièrement à la hausse, tant en ce qui concerne les arrivées que les présences qui ont atteint, en 2004, la quote record de 4'435'241 présences. Ce résultat traduit une diversification de l'offre hôtelière qui permet d'accueillir une clientèle qui, elle aussi, a évolué. Les appartements de vacances et les Bed&Breakfast connaissent une croissance remarquable, à des prix souvent plus intéressants pour les touristes que le traditionnel séjour en hôtel.

Il y avait officiellement, début 2005, 524 appartements à usage touristique, et 104 appartements offrant un accueil de type B&B. Ce sont donc 628 appartements - mais le chiffre réel est certainement plus élevé - qui sont destinés à des fins touristiques, autant de logements qui ne sont plus accessibles aux résidents ou aux étudiants vénitiens. Sur le total des 29'488 habitations du *centre historique*, ça ne semble pas un chiffre excessif, mais lorsque l'on sait qu'il représente les 6 % des habitations en location, la perception change. Et si l'on ajoute à cela que pour le moment, seuls environ un cinquième des touristes choisissent ce type de structures extra-hôtelières pour y passer la nuit, on s'imagine aisément les répercussions que cette offre en nette progression peut continuer à engendrer sur le marché immobilier.

Mouvement extra-hôtelier du <i>centre historique</i>						
Source: Servizio Statistica - Comune di Venezia; élaboration: Senn						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
nombre établissements	142	294	456	558	618	786
lits	2'567	3'308	4'200	5'155	5'443	6'256
chambres	1'126	1'480	1'909	2'385	2'445	2'907
bains	818	1'117	1'490	1'963	2'148	2'553

Les arrivées et les présences se répartissent très inégalement selon la catégorie des hôtels, et selon les structures extra-hôtelières. Celles-ci connaissent une nette augmentation des présences, qui est passée de 15,05 % en 2001 à 20,37 % en 2004¹⁰². Mais malgré cette progression, les hôtels sont aujourd'hui encore, le mode de séjour préféré

¹⁰¹ Les arrivées représentent chaque enregistrement de touristes à l'entrée dans les structures d'accueil: hôtels, pensions, auberges de jeunesse, etc., sans prendre en compte les personnes qui logent chez les privés (pour lesquelles il n'y a aucun enregistrement). Les présences décrivent la durée du séjour dans les structures d'accueil (toujours en tenant compte des enregistrements). Leur rapport (présences/arrivées) donne l'indication de permanence moyenne (la durée moyenne de séjour) des touristes.

de la majorité des visiteurs qui restent dormir dans le *centre historique*, et plus largement, dans l'ensemble de la Commune. C'est particulièrement vrai pour les touristes qui viennent des pays extra-européens, choisissant cette solution qui leur semble plus sûre pour l'organisation de leur séjour.

Mouvement hôtelier du <i>centre historique</i>						
Source: Servizio Statistica - Comune di Venezia; élaboration: Senn						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
nombre établissements	205	209	209	219	221	226
lits	11'997	12'079	12'118	13'099	13'728	13'512
chambres	6'633	6'678	6'687	7'149	7'441	7'338
bains	6'005	6'060	6'078	6'597	6'924	6'827

La grande majorité des touristes loge dans des hôtels trois et quatre étoiles, ces deux catégories regroupant à elles seules près des deux tiers des arrivées, et 58,01 % des présences.

Répartition des arrivées et des présences selon la catégorie des exercices hôteliers et extra-hôteliers sur l'ensemble de la Commune de Venise, en 2004						
Source: Servizio Statistica - Comune di Venezia; élaboration: Senn						
	Arrivées	Présences	Durée séjour (moyenne)	Distribution en pourcentage		
				Arrivées	Présences	
5 étoiles	154'795	421'257	2,72	5,13 %	6,08 %	
4 étoiles	984'895	2'007'845	2,04	32,63 %	28,97 %	
3 étoiles	910'536	2'012'801	2,21	30,16 %	29,04 %	
2 étoiles	266'755	580'915	2,18	8,84 %	8,38 %	
1 étoile	126'867	298'379	2,35	4,20 %	4,31 %	
résidences	105'536	197'269	1,87	3,50 %	2,85 %	
Total exercices hôteliers	2'549'384	5'518'466	2,16	84,46 %	79,63 %	
appartements et maisons	203'634	514'289	2,53	6,75 %	7,42 %	
campings	142'248	357'396	2,51	4,71 %	5,16 %	
autres structures	123'343	539'922	4,38	4,09 %	7,79 %	
Total exercices extra-hôteliers	469'225	1'411'607	3,01	15,54 %	20,37 %	
TOTAL	3'018'609	6'930'073	2,30	100 %	100 %	

En mars 2004, l'ensemble de la Commune de Venise dénombrait 347 hôtels, répartis de la manière suivante: 220 dans le *centre historique* (63,4 % de l'ensemble des établissements sur le territoire communal); 36 au Lido (10,4 %); 91 sur la terre ferme

102 Une progression qui n'a aucune raison de ralentir durant les années à venir, du moins tant que des mesures restrictives concernant les changements d'usage des habitations ne seront pas prises par les autorités de la ville.

(26,2 %) ¹⁰³. La majorité de l'offre est constituée par les hôtels 3 étoiles ¹⁰⁴, les autres catégories venant assez loin derrière ¹⁰⁵ (avec une situation particulière pour les 5 étoiles, nettement en retrait en terme d'offre et en nombre d'établissements ¹⁰⁶). À noter encore que la composition de l'offre hôtelière du *centre historique*, en termes de catégories, est nettement plus variée que la moyenne régionale et nationale.

Le taux d'occupation annuel moyen des hôtels tourne autour des 75 %, avec des chambres occupées, certaines fins de semaine, à plus de 100 % (combien d'usage à l'heure ?).

Touristes, excursionnistes & Cie

Différents types de visiteurs fréquentent le *centre historique*: le terme "touriste" (*tourist*) se réfère, dans la littérature, aux hôtes qui passent au moins une nuit sur place, et celui d' "excursionniste" (*excursionist*) englobe les visiteurs qui ne s'y accommodent pas pour la nuit.

Ces derniers se divisent en "excursionnistes journaliers" (*day trippers*), des visiteurs qui font un aller-retour dans la journée depuis leur domicile; en "faux excursionnistes" (*false excursionists*), des personnes qui ont trouvé un logement dans les environs, mais dont le but final est Venise *centre historique* - dans notre cas -; en "excursionnistes indirects" (*indirect excursionists*), des vacanciers qui sont dans la région et qui visitent aussi la ville; et finalement, en "excursionnistes de passage" (*excursionists on passage*) qui voyagent vers (ou depuis) leur lieu de vacances en passant par Venise.

Le tableau ci-après nous donne une image assez claire de la répartition des différents types d'excursionnistes qui visitent le *centre historique*. Toutefois, ces données datent de 1996 déjà et, depuis, la proportion des excursionnistes a encore augmenté. Selon les données statistiques de la Commune de Venise, en 2002, les touristes qui ont logé dans le *centre historique* ont représenté seulement les 24 % (31 % en 1996) du mouvement total

103 Données: Province de Venise, d'après Maurizio Rispoli (2004).

104 La catégorie des 3 étoiles représente les 44,1 % pour l'ensemble de la Commune, et les 39,5 % pour le *centre historique*.

105 Les 2 étoiles suivent avec 19,6 %, puis les 1 étoiles, 17 %, et les 4 étoiles avec 16,7 % (pour la ville insulaire, respectivement 22,2 %, 19 % et 15,4 %).

106 Ils représentent les 2,6 % des hôtels de l'ensemble de la Commune, et les 3,6 % de l'offre hôtelière du *centre historique*.

des visiteurs (soit 3'587'434 sur un total de 14'663'434), alors qu'ils représentent le 60 % des entrées en Euros (654'349'450 €), avec une dépense moyenne de 182,40 € (par présence et par jour).

Typologie de la fréquentation touristique du centre historique et du Lido en 1996 (en pourcentage)			
Données: Coses; élaboration: Senn			
	Italiens	Étrangers	Total
Touristes	13	46	31
Excursionnistes	87	54	69
Journaliers	53	2	25
Faux	26	30	28
Indirects	5	16	11
De passage	3	6	5
Total visiteurs	100	100	100

La baisse de la présence des touristes qui restent dormir dans le *centre historique* peut être expliquée, en grande partie, par le coût élevé des divers services s'adressant à eux, particulièrement celui des logements (46 % de leurs dépenses, en moyenne 83,72 €), et de la nourriture (26,7 % de leurs dépenses, soit 48,70 €).

Les entrées du tourisme (touristes et excursionnistes divers) en terme d'argent sont pour 70 % le fait de visiteurs étrangers; les visiteurs extra-européens représentant à eux seuls près des 40 % des présences dans le *centre historique*.

Composition des dépenses (en Euros) des touristes du centre historique selon l'aire de provenance						
Données: Ciset et Uic; élaboration: Manente et Montaguti						
	Italiens		Européens		Extra-européens	
	dépense	%	dépense	%	dépense	%
logement	71,63	47,3	77,58	45,1	94,17	46,5
nourriture	42,71	28,3	52,26	30,4	47,59	23,5
transport	4,24	2,8	6,04	3,5	10,78	5,3
récréation	2,88	1,9	2,93	1,7	2,44	1,2
shopping	25,59	16,9	31,39	18,3	46,37	22,9
autre	4,24	2,8	1,55	0,9	1,22	0,6
total	151,29	100	171,75	100	202,57	100

Une enquête plus récente (Manente M., Montaguti F., 2004) détaille l' "impact économique du tourisme vénitien". Les touristes dépensent au total 525,61 millions d'Euros, qui sont répartis comme suit: 243,38 millions d'Euros pour l'hébergement, 142,56 millions d'Euros pour la restauration et 103,35 millions d'Euros pour le shopping. Les autres types de dépenses arrivent loin derrière avec 21,06 millions d'Euros pour les transports, puis

8,25 millions d'Euros pour la récréation (les loisirs et tout ce qui a trait à la culture), et 7,01 millions d'Euros pour des dépenses diverses.

Ce qu'il faut retenir avant tout de ces données chiffrées, c'est l'apport très modeste du tourisme sur le système culturel (les musées, les salles de spectacles, etc.), ce qui est particulièrement vrai si on compare les dépenses pour la récréation à celles effectuées dans les autres secteurs.

La dépense totale des "faux excursionnistes" (les visiteurs qui dorment ailleurs, mais dont le but final est Venise) se monte, quant à elle, à un peu plus de 289 millions d'Euros: plus de 133 millions et demi d'Euros vont à la restauration (46,1 % des dépenses); près de 78 millions d'Euros sont dépensés dans le shopping (26,9 %); presque 62 millions d'Euros pour les transports (21,3 %); environ 9 millions et demi d'Euros (3,3 %) pour la récréation; et les autres dépenses se montent à presque 6 millions d'Euros (2 % des dépenses).

À relever que les dépenses des "faux excursionnistes" (les visiteurs dont le but final est Venise mais qui logent ailleurs) sont, en proportion, nettement plus élevées que celles des touristes, tant en ce qui concerne les activités culturelles (la récréation) que la restauration; par contre, ils dépensent deux fois moins dans les commerces. Étant donné qu'ils ne dorment pas dans les limites de la Commune, le chiffre d'affaire qu'ils génèrent pour Venise ne représente que les 44 % de celui produit par les dépenses des touristes (qui eux, je le rappelle, y séjournent).

En conclusion, les auteurs de cette étude, Mara Manente et Federica Monteguti (2004), relèvent que les modes de consommation diffèrent finalement assez peu entre touristes et "faux excursionnistes", comme entre les clients des différentes catégories d'hébergement. En effet, ce qui en ressort, c'est que les activités accomplies durant les deux jours et demi de séjour (en moyenne) sont très semblables, malgré la différence de budget à disposition. Ainsi, indépendamment de la capacité de dépense, le type d'expérience que l'on s'attend à vivre dans la ville insulaire est toujours le même, et le produit touristique que s'attend à se voir offrir la plus grande partie des visiteurs est de type très traditionnel.

"Il s'agit d'une expérience générique de l'atmosphère de la ville, qui ne trouve presque jamais de déclinaison dans une activité ou dans des intérêts plus particuliers. [...] Il en résulte que le produit touristique, face à ce type de pression, tend à se banaliser et à perdre beaucoup de ses spécificités." (Manente M., Monteguti F., 2004: 36)

Cette banalisation excessive du "produit Venise" comporte le risque de rejeter la demande des clients plus exigeants, et plus armés du point de vue culturel, avec pour

résultat, la tendance de la monoculture touristique à s'accroître toujours plus. Un risque qu'il faut toutefois modérer:

"... paradoxalement, le tourisme avec le moins de moyens ainsi que l'excursionnisme semblent avoir des comportements davantage orientés vers les activités plus strictement culturelles, et la gastronomie. Il est en train de se créer une sorte de contradiction: le visiteur ou le touriste plus attractif en termes de capacité de dépenses - qui semblerait donc la cible à viser au détriment de tous les autres - permet d'enregistrer des chiffres d'affaires très élevés dans deux secteurs, mais le système culturel, dans un sens large, ne reçoit que peu de bénéfices supplémentaires par rapport aux types de touristes moins possédants. C'est même le contraire: ce tourisme "riche" demande un produit traditionnel, souvent au risque d'une banalisation." (Manente M., Monteguti F., 2004: 37)

Seul un visiteur sur quatre du *centre historique* effectue une visite payante à des institutions culturelles et à des monuments durant sa visite. Venise ne sait pas suffisamment attirer les touristes prêts à payer pour la culture.

"La culture vénitienne est "muséifiée", non pas dans un sens dépréciatif par rapport aux musées, mais on remarque qu'en-dehors des murs du musée - qui, à Venise, est essentiellement un lieu touristique -, on ne produit pas de culture, ou du moins, on ne crée pas de *valeur* à partir de la culture." (Russo A.P., Di Cesare F., 2004: 47)

Quelques répercussions du tourisme sur le *centre historique*

L'ensemble des entrées économiques liées au tourisme, pour la Commune de Venise, se monte à presque 1 milliard et demi d'Euros pour 2004. Il ne s'agit pas ici d'un type de tourisme uniforme, mais d'un ensemble de personnes qui se rendent à Venise pour des raisons diverses: les visiteurs attirés par le *centre historique*, mais également les personnes en voyage d'affaire, les universitaires se rendant à un colloque, les visites familiales ou à des amis. C'est cet ensemble disparate qui dépense en moyenne 161,11 € par jour.

Les 72 % des entrées en Euros (soit 972'004'018 €) est le fait des touristes qui dorment à l'intérieur des frontières communales. Le tableau ci-après résume la situation de la fréquentation touristique sur l'ensemble de la Commune, ainsi que les retombées économiques qu'elle a engendrées en 2002.

Retombées économiques des différents types de touristes fréquentant la Commune de Venise				
Données: APT, Ciset et Uic; élaboration: Manente et Montaguti				
	touristes	excursionnistes indirects	autres excursionnistes	total
présences	6'033'000	3'619'000	5'744'000	15'396'000
entrées (en Euros)	972'044'018	165'486'158	197'243'848	1'334'734'024
dépense moyenne	161,11	45,72	34,33	86,69

Une large partie des entrées qui dérivent du tourisme offrent un rendement élevé, mais celui-ci est fortement dépendant des conjonctures politico-économiques internationales. Lorsque cela touche la clientèle extra-européenne, les opérateurs touristiques du *centre historique* cherchent à la "remplacer" par des touristes du vieux continent, qui ne sont toutefois pas disposés à dépenser autant d'argent durant leur séjour à Venise (Zanon G., 2004). Cela s'est avéré après les événements du 11 septembre 2001, et la frilosité des Américains à se déplacer hors des États-Unis, ce qui a représenté une perte nette de plusieurs millions d'Euros pour les secteurs économiques vénitiens liés au tourisme.

Malgré les entrées financières qu'il représente pour l'ensemble de la Commune, les véritables bénéficiaires du tourisme vénitien sont toujours plus des acteurs externes au système économique local (les tours opérateurs étrangers qui vendent les séjours, les grandes chaînes hôtelières qui possèdent une succursale dans le *centre historique*, les magasins qui ont des ramifications au niveau international, etc.). Ils ne peuvent pas être partie prenante de la conservation du patrimoine urbain de la ville lagunaire, voire même ils ont un intérêt dans son utilisation massive. Par exemple, peu importe à ces acteurs du tourisme que la production de déchets *pro capite* de Venise soit l'un des plus élevés d'Italie¹⁰⁷, et qu'elle soit dûe en majeure partie à leurs clientèle: c'est à la municipalité que revient la charge de les éliminer. Elle doit ainsi assumer des coûts qui augmentent de manière exponentielle ces dernières années, ce qui a contribué en partie à la "crise fiscale" qui touche les citoyens vénitiens qui ne vivent pas directement d'activités de type touristiques (Van der Borg J., Costa A., 2004).

Le tourisme est omniprésent dans le *centre historique*, et il a des répercussions sur l'ensemble des secteurs de la ville: sur son espace urbain, sur son système des transports, sur son marché immobilier, sur les commerces et leur affectation, sur les prix qui sont

¹⁰⁷ Avec 539 kg par habitant par année, avec des taux pour le *centre historique*, nettement plus élevé que ceux de la terre ferme (respectivement environ 600 kg et 400 kg).

généralement très élevés. Et depuis quelques années, la présence des touristes se répartit sur l'ensemble des mois de l'année.

"Maintenant, en termes de vie sociale et d'activités publiques, et certainement, du point de vue des Vénitiens, ils sont là en permanence, partout dans la ville. Même si chaque touriste occupe l'espace Vénitien seulement un court instant, dans l'ensemble, ils sont là tout le temps: leur occupation transitoire peut être appelée un "flux", mais pour les Vénitiens eux-mêmes, cela apparaît comme une masse continue et compacte." (Davis R., Marvin G., 2004: 4)

Le tourisme contribue, depuis de nombreuses décennies, à modeler l'espace urbain vénitien en lui assignant une signification qui lui est propre et qui semble, au vu du mécontentement exprimé, toujours plus éloignée de celle à laquelle se réfèrent les résidents du *centre historique*.

