"SISTEMA VENEZIA": LA CITTA' STRUTTURA LA PROPRIA OFFERTA

"VENICE SYSTEM": THE CITY PREPARES ITS OWN OFFER.

'amministrazione di Venezia ha approvato nel 2015 la delibera che ha portato alla nascita dell'Agenzia di Sviluppo Venezia, volta a curare "la valorizzazione di tutte le iniziative di investimento mobiliare ed immobiliare nel Comune di Venezia, con l'obiettivo di attirare capitali ed investimenti." Noi abbiamo avuto la possibilità di porre qualche domanda sulla sua attività al Presidente dell'agenzia, il Dott. Beniamino Piro.

Real Estate internazionale: Venezia tra le prime tre città più ambite al mondo. Secondo una ricerca fatta da tre università, due americane e una europea, Venezia è la terza città al Mondo, dopo New York e Parigi, dove una persona sognerebbe di possedere una seconda casa. Cosa pensa di questa ricerca?

Ci sembra uno studio che rispecchia assolutamente anche la nostra percezione. Come nuova Istituzione della città la nostra Agenzia è in contatto tutti i giorni con investitori, Advisor, stakeholder, professionisti in gran parte internazionali interessati a conoscere meglio le opportunità che la nostra città offre a livello di sviluppo commerciale, industriale, real estate. Sì, riteniamo assolutamente che attorno a Venezia ci sia sempre un grande interesse e che soprattutto da parte degli ormai ex mercati emergenti ci sia grande piacere nel conoscere, visitare, frequentare, collegarsi con

In 2015 the Venice administration approved the creation of the Venice Development Agency, aimed at "enhancing the value of all investment and real estate investment initiatives in the Municipality of Venice, with the aim of attracting capital and investments." We had the chance to ask the President of the agency, Dr Beniamino Piro some questions about its activities.

International Real Estate: according to a survey carried out by 2 American universities and a European one, Venice is the third city in the world, after New York and Paris, where the thousands of people interviewed dream of owning a second home. What do you think about this?

The study seems exactly in line with our perception too. This seems to us to be a study that also reflects our perception. As a new Institution of the city our Agency is in contact every day with investors, advisors, stakeholders and professionals mostly international interested in learning more about the opportunities that our city offers in terms of commercial, industrial and real estate development.

Yes, we firmly believe that there is always a great interest around Venice. In particular we find that the now ex-emerging take great pleasure in knowing, visiting, attending and connecting with our city. Unsurprisingly so, as considering how unique Venice is and at the same time





la nostra città. D'altronde è così unica e nello stesso tempo piccola che una seconda casa in laguna rappresenta un ottimo e duraturo investimento oltre che un deal che si realizza.

Il mercato immobiliare di Venezia si è mostrato anche in questi anni di crisi uno dei più stabili e sicuri in Italia, tale sicurezza arriva da una connotazione internazionale dei potenziali buyer presenti nel mercato. Come incentivare questo tipo di clienti? Quali incentivi e supporti da parte del Comune?

Per fortuna Venezia non ha bisogno di incentivare ulteriormente il mercato. Forse bisogna

solo organizzare meglio l'offerta da parte nostra ed è questo il ruolo che la pubblica amministrazione ha pensato quando ha deciso di fondare l'Agenzia dello Sviluppo. Dare visibilità e chiarezza all'offerta del mercato immobiliare che permetta soprattutto agli stranieri di trovare ampie risposte alle loro domande. La presenza Istituzionale del Comune nel mercato dello sviluppo territoriale pubblico e privato servirà proprio a questo. A coordinare al meglio domanda e offerta. Basti pensare a quante Istituzioni insistono nella nostra città e che autonomamente vanno sul mercato facendosi anche involontariamente concorren-

za le une con le altre: Cassa e Depositi, Demanio, Ministero della Difesa, Inps, Inpdap.... oggi il mercato immobiliare italiano istituzionale si sta aprendo ma non è collegato, Ecco noi stiamo cercando di fare questo: di creare un "sistema Venezia" che possa presentarsi ai mercati internazionali in maniera completa: c'è grandissimo interesse in questo e abbiamo

how small, a second house in the lagoon is an excellent and lasting investment as well as a deal with great earning potential.

Even during these last few recent years of depression, the property market in Venice has proved to be one of the most stable and safe in Italy. This stability comes from the knowledge of the presence of potential international buyers in the market. How can you incentivize this type of customer? Does the Municipality offer any incentives or concessions?

Luckily Venice does not need to further incentivise the market. Perhaps we only need to better

organize the offer on our part. And this is exactly what the public administration had in mind when it decided to found the Development Agency.

The aim is to give visibility and clarity to the real estate market in order for foreigners to find answers to their questions. This is the purpose of the institutional presence of the Municipality in when it comes to public and private territorial development. To better coordinate supply and demand. Just think of how many institutions exist in our city and how they autonomously go on the market, often inadvertently competing against each other: Cas-

sa e Depositi, Demanio, Ministry of Defense, Inps, Inpdap today the Italian institutional real estate market is becoming more accessible but it is still not coordinated.

This is exactly what we are trying to do: we are hoping to create a "System Venice" according to which the city can be presented as a whole. There is a great interest around this and we



già ricevuto molte richieste da Cina, India, Dubai, Russia per poter ospitare un forum della nostra città da loro. Unica cosa i progetti: se vogliamo riportare lavoro e veneziani a Venezia c'è bisogno di una nuova progettualità attorno al mercato immobiliare. Non si può pensare solo a nuovi alberghi e affittacamere. E francamente in questo senso siamo molto poveri. La riconversione immobiliare per il momento passa solo dal residenziale-commerciale al ricettivo non c'è tanta altra richiesta. C'è poi una seconda considerazione da fare. Ci sono due Venezia conosciute nel mondo: quella dell'area marciana e del Canal Grande e quella sconosciuta delle isole, del Lido di Pellestrina e della terraferma. Ecco lì c'è un gran lavoro di marketing da fare per accendere i fari dei mercati anche in quelle aree sconosciute extraconfine.

Quale potrebbe essere una strategia per prolungare la permanenza di questi stranieri nella loro seconda casa, in modo da rendere la città più "abitata" durante l'anno?

Oggi l'offerta di Venezia è unica, romantico-culturale. Sta lavorando bene nell'offerta l'università, ma manca completamente l'offerta legata allo sport, al divertimento, all'attività balneare. Venezia continua ad essere frequentata due notti con il principale scopo della gita romantica. Come Londra, bisogna cominciare a pensare anche ad altro, sviluppando appun-

have already received many requests from China, India Dubai and Russia to host an international forum. The only thing is the projects: if we want to bring back work and Venetians to Venice, we need a new project around the real estate market. One cannot just focus on new hotels and lodgings. And frankly in this sense we are not doing very well. The real estate reconversion for the moment seems to involve the residential-commercial side. There is also a further consideration to make. There are two Venices known around the world: the famous Venice of the Marciana area and Grand Canal and that unknown of the islands, the Lido, Pallestrina and the area inland. It is therefore necessary to heavily promote the latter if one is to create awareness internationally.

In your view what could be the strategy to lengthen the stay of these foreigners in their second home? And in so doing make sure that the city is 'inhabited' all throughout the year?

Nowadays Venice offers the one thing- a romantic and cultural landscape. The local university is working hard, however aspects such as sports, entertainment and sea-side activities are simply non-existent. Vienice is almost exclusively perceived as a romantic destination where couples spend two nights. Similarly to London Venice must develop projects and ideas related to the least well-known area of



to idee e progetti nella parte della città meno conosciuta.

Sul Lido per esempio stiamo puntando molto come località, come Venice beach.

Lì si riportano alberghi di qualità, col marchio green, rilanciando appunto l'aspetto sportivo esistente (campo da golf, circolo ippico, campi di tennis, tiro con l'arco, vela, canoa, 12 km di spiagge per il jogging....) e ritornando ad almeno sette giorni di permanenza sarebbe un sogno. E devo dire anche un dovere: le presenze turistiche al Lido (500.000) sono ferme al 1950. Cavallino, Jesolo, Chioggia, ovvero i litorali competitor sono a milioni di presenze con moltiplicatori incredibili (nel 50 il Cavallino aveva la metà delle presenze del Lido oggi supera i 6 milioni). La totale assenza di strategia sul Lido

è stata davvero una miopia po-

litica.

patrimonio immobiliare pubblico di Venezia offre ancora grandi opportunità immobiliari che potrebbero interessare sicuramente istituzionali clienti internazionali. Quali iniziative a riguardo? Come riuscire, secondo lei, a gestire il difficile equilibrio tra la necessità di riqualificazione di asset immobiliari importanti e la percezione di "esproprio" da parte del cittadino?

Sul punto ho parzialmente risposto in precedenza. Stiamo cercando di fare sistema con le altre Istituzioni e al contempo stiamo creando un network di operatori nel sistema del Real Estate (banche, fondi, Advisor) per gestire al meglio il patrimonio. La mission è comunque chiara cercare con

quest'organizzazione di riportare a casa veneziani assieme ad un lavoro. Noi siamo un'azienda pubblica e non un luogo dove fare speculazioni. L'amministrazione ci ha chiesto di trovare investitori e progetti e noi ci proviamo. Col focus del beneficio pubblico legato al lavoro. Ma bisogna dire anche che siamo a Venezia oltre che Italia e il contesto paese è quello, con la burocrazia e le leggi che abbiamo, che spaventa di più gli stranieri. Tante volte chiedono

the city. For instance we are endorsing the Lido area as Venice Beach. Here there are a number of quality environmentally friendly hotels where one could focus on sports (golf course, tennis courts, riding club, archery, sailing, rowing and a 12 km beach for jogging...) and spend at least seven nights.

In Lido the number of tourists (500.000/year) has not increased since 1950. Its competitors, that is to say the nearby beach resorts of Cavallino, Jesola and Chioggia witnessed an amazing increase over the years (in 1950 Cavallino accounted for half of the number of tourists of Lido, today Cavallino attracts more than 6 milion tourists).

The total lack of strategy when it comes to Lido was without a shadow of a doubt extremely

short sighted.

The real estate landscape still offers great opportunities for international institutional clients. How do you suggest one could successfully manage the delicate balance between the need to redevelop important real estate assets and the perception of "expropriation" by the citi-

I have already partially answered to this question before. We are trying to create a system where all institutions can be coordinated and at the same time we are building a network of real estate operators (banks, funds, advisors) with the aim to better manage the heritage. The mission of this organisation is clear- bring home Venetians together with a job. We are a public enterprise not a place for speculation. We have

been asked to look for investors and projects and this is exactly what we are trying to do. The focus remains a public benefit linked to work. I should add, though, that we are not just in Venice, but in Italy too. It is this context with its laws and heavy burocracy that often can put foreigners off. Often they ask for guarantees we cannot offer and often ask why they should invest in Italy. From our side we try to convince them and places such as Porto Marghera,



Benedetto Piro President of Agenzia di Sviluppo Venezia

garanzie che non possiamo dare. E tutti ci domandano perché venire a fare impresa qui. Noi comunque ci proviamo e ambiti come Porto Aero-Marghera, porto, Arsenale e Lido sono senz'altro location dove trovare risposte a tante richieste. La cosa più difficile è fare capire tutti i



giorni che di alberghi sul Canal Grande da 200 camere basta. E sa cosa ci chiedono? Bene e da 500? la realtà è che coi due miliardi fra cinesi e indiani in movimento il mercato turistico sarà ancora di più sotto pressione e la tendenza sarà ancora quella. D'altronde si calcola che nei prossimi 10 anni raddoppieranno rotte e passeggeri sugli aerei. Bisogna davvero avere una vision chiara. E la tendenza che ha invertito turismo ed escursionismo a Venezia va cambiata. 15 anni fa avevamo il 75% di turisti e il 25% di escursionisti. Oggi il contrario. Lì dobbiamo intervenire.

Airport, Arsenale e Lido provide the perfect locations to fulfill the demand.

The hardest thing to get across to potential investors is the fact the capacity of a typical Grand Canal hotel is 200 rooms. And do you want to know what they ask us?

OK, what about

500 rooms then? Truth is that with over two million Indian and Chinese people traveling the tourist market will increasingly remain under pressure.

It is forecast that in the next 10 years aeroplane routes and air passengers will double. One has to have a clear vision. The trend that swapped excursionisn with tourism must be inverted. 15 years ago there was 75% of tourists and 25% of visitors. Today it's the opposite. One must intervene.

