



**STUDIO SUGLI EFFETTI DELLA *PRODUZIONE* ALBERGHIERA
NELL'ECONOMIA VENEZIANA**

Sintesi dei risultati

Rapporto 78.1

A cura di
Isabella Scaramuzzi

FEBBRAIO 2003

Lo *Studio sugli effetti della produzione alberghiera nell'economia urbana* è commissionato da AVA Associazione Veneziana Albergatori, con un contributo della CCIAA Camera di Commercio Venezia. L'Indagine diretta sui casi alberghieri è stata svolta tra Maggio e Dicembre 2002.

Il gruppo di Studio è stato diretto da Isabella Scaramuzzi, dirigente Coses, e composto da Ingrid Di Piazza (Master in Economia del Turismo) e da Paola Frare (Laurea di Primo Livello in Economia del Turismo).

La collaborazione di AVA è stata fondamentale ed indispensabile. Ringraziamo il CdA per la straordinaria fiducia concessa al Coses nel trattamento di dati delicati, riservati e complessi.

UNO STUDIO ORIGINALE

Per quanto ci consta non esiste in Italia uno Studio analogo a quello voluto da AVA, condotto su informazioni aziendali, di tipo riservato e complesso, come quelle che il Coses ha potuto utilizzare.

In Italia è certamente diffuso l'interesse per l'economia turistica urbana e per i suoi vari aspetti, tra cui l'apporto alberghiero alla macchina produzione-consumo delle città; assai meno facile è trovare approcci 'microanalitici' che documentino tali *meccanismi* a partire dalle singole aziende ricettive.

A Venezia, come noto, le indagini dirette e cicliche sulla *spesa* dell'ospite hanno consentito a questa città (come a poche altre) di documentare e valutare a fondo l'apporto economico dei consumatori e, quindi, il ruolo che il turismo ha nell'economia locale, con dettaglio ottimale per voci e per località (interne al comune).

Manca, invece, l'approccio dalla parte opposta al consumo: anche se è evidente che 'i conti devono tornare' e la contabilità dei *produttori* deve avere una coerenza con quanto i turisti spendono.

Con una 'curiosità' e una determinazione non comune i *produttori* della ricettività alberghiera hanno inteso farsi analizzare da un soggetto esterno e neutrale, esperto di economia turistica, che potesse documentare, a loro stessi e alla città (intesa come arena degli attori sociali che ne sono interessati), questo lato della macchina economica turistica.

Che cosa AVA volesse sapere e soprattutto documentare 'alla città' era l'apporto al complesso del sistema urbano e provinciale da parte del *prodotto ricettivo alberghiero*: ovvero di quel complesso di beni e servizi che l'ospite di un hotel acquista e consuma.

Quanto e che cosa ‘acquista’ l’albergo per vendere al proprio cliente il ‘soggiorno’; dove rivolge le proprie *spese* e in quale ambito e misura tale *spesa* distribuisce i benefici diretti e immediati.

AVA e anche il Coses avevano una serie di risposte logiche a queste domande: ma era proprio la loro documentazione sistematica e autentica a mancare e a consentire molte ipotesi diverse, interpretazioni anche conflittuali e ‘balletti di cifre’ sempre soltanto approssimate, stimate o parziali.

AVA ha voluto ‘andare a scoprire il gioco’, vedere e far vedere se le intuizioni, le percezioni, le ipotesi erano giustificate da una contabilità reale: con un certo coraggio e con estrema fiducia nella competenza dei ricercatori, ha messo in dubbio le proprie ‘convinzioni di parte’ per poterne meglio discutere con la città e anche al proprio interno.

Le percezioni parziali e le ipotesi estimative vengono, in qualche caso, messe in discussione dai dati contabili o quantomeno precisate e variegata rispetto a dichiarazioni trancianti: *sono gli albergatori che sostengono la città* è una affermazione che piace, ovviamente, ad una associazione di categoria e che (altrettanto ovviamente) fa storcere la bocca ad altri attori del sistema ospitale – per esempio i ristoratori- ad altri protagonisti dell’economia cittadina –ad esempio il Porto- e, infine, ai *cittadini che non vivono di turismo*.

Crediamo che questo Studio consenta di dire *quanto e come* gli albergatori partecipino a sostenere la città, quale spettro economico alimentano, quali ambiti territoriali contribuiscono ad animare, quale relazione esiste tra tipo di impresa ricettiva e tipo di ‘città economica’. E altro ancora, non solo sotto il profilo strettamente economico e quantitativo.

Tutto questo documentato, elaborato e valutato non dal ‘sentimento di una parte’ (l’albergatore, gli albergatori) ma da un ‘contabile’ neutrale che ha spulciato, raccolto, classificato, ordinato e elaborato le aride cifre delle aziende (a loro volta

documentate nelle carte che accompagnano e *descrivono la produzione*: conti economici CE, fatture, mastrini e partitari fornitori PF), messe a disposizione con spirito di collaborazione e di fiducia dagli stessi *produttori*.

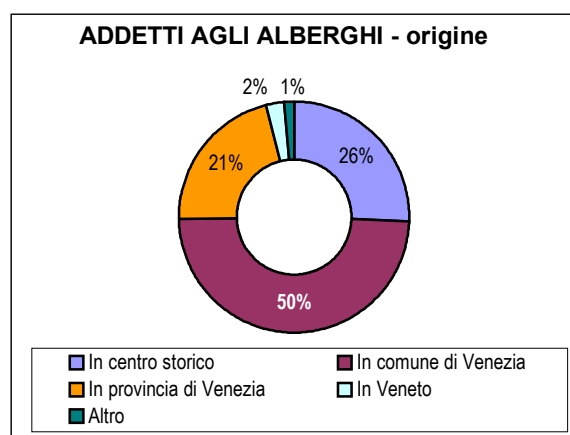
Il Rapporto 78.1/2003, riservato al committente per ovvie ragioni di privacy dei documenti elaborati, è composto da 5 Capitoli: il primo Capitolo inquadra lo Studio AVA in uno scenario di Ricerca più complesso, relativo alla economia turistica e a quella urbana; nel secondo Capitolo si commentano i risultati dell'Indagine, articolandoli per temi fondamentali (gli addetti, le voci di spesa, l'atlante dei fornitori e l'atlante merceologico); nel terzo Capitolo si spiega l'impostazione metodologica e pratica dell'Indagine diretta sulle aziende hoteliere, dando ragione anche dei casi esaminati e della loro *capacità di rappresentare* l'universo degli alberghi cittadini; nel quarto Capitolo si illustrano in dettaglio i documenti analizzati e cosa essi ci hanno detto (e non detto); nel quinto Capitolo si presentano alcune elaborazioni sull'*universo* degli hotel veneziani, derivate dalla Indagine diretta e si tenta anche un primo confronto con le conoscenze di altra fonte sul sistema turistico locale.

Come più volte si ripete nel Rapporto 78.1, ciò che il Coses ha osservato nello Studio sui casi alberghieri (nel corso del 2002), rappresenta solo la prima fase di una Ricerca sugli effetti economici della produzione alberghiera in senso proprio e pieno: ne documenta, perciò, solo il cosiddetto *primo giro* di benefici alla realtà cittadina e provinciale. I redditi da lavoro e gli acquisti (come i profitti), infatti, generano *giri* successivi i quali hanno, sicuramente, altri comportamenti ed altri *atlanti* di ricaduta economica, ipotizzabili solo in via teorica (con applicazioni derivate dalla scala macroeconomica). In questo senso i volumi di fatturato e di spesa di cui lo Studio si è occupato non sono considerabili come beneficio che *resta* alla città (o alla provincia) ma come contributo all'attivazione della macchina urbana (e provinciale): che è, per definizione, un *milieu* economico e sociale complesso.

I RISULTATI DELL'INDAGINE

GLI ADDETTI

In totale sono stati censiti 472 addetti in 20 strutture (esclusi proprietari, soci e familiari che a vario titolo compongono lo staff dell'hotel): pari a 23.6 addetti per unità ricettiva. Lo *standard* addetto per posto letto è inferiore a quello teorico, 0.35: ad una media di 0.26 (solo centro storico 0.27; solo TFV 0.21) si arriva con la composizione di valori molto dispersi attorno alla media. Alcune strutture presentano un indice prossimo a 0.50 addetti/posto letto (4 stelle), soddisfacendo appieno gli standard teorici nazionali ed internazionali; altri casi toccano appena l'indice 0.10 (pur essendo 3 stelle). Questo scostamento dal 'modello teorico' può essere spiegato sia dalla diversa organizzazione delle singole strutture, sia (per quelle minori) dalla partecipazione al 'lavoro' di titolari che non figurano tra gli addetti. Gli indici teorici (0.35), invece, si basano su persone a prescindere dal loro ruolo in azienda.



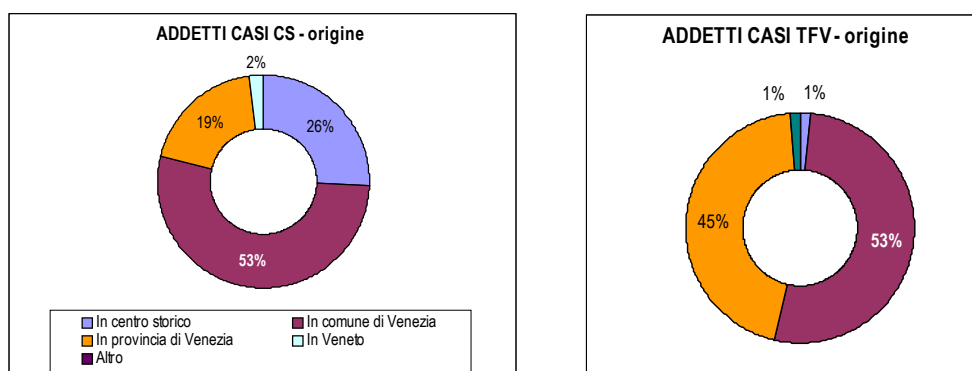
Fonte: Indagine Coses per AVA, 2002

Purtroppo come tutti sappiamo non esiste una fonte univoca e sicura, aggiornata e completa, che ci dica quanti addetti lavorano nelle strutture alberghiere veneziane, in

complesso. Usando, appunto, gli standard addetto per posto letto si è stimato un *universo* di 4.606 addetti in centro storico e TerraFermaVeneziana (CS e TFV) mentre il solo centro storico conterebbe 3.181 addetti. Se confrontiamo questi valori con le ultime stime Coses, condotte per il 1996, essi risultano sostanzialmente coincidenti ai 4.650 addetti per le due zone urbane (CS e TFV).

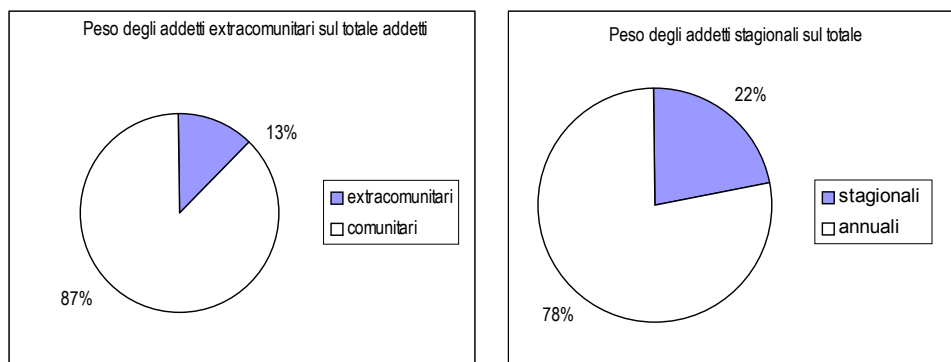
Quella che interessava, d'altro canto, ad AVA era una informazione più qualitativa: in quale bacino di origine si collocano questi addetti (dove sono residenti).

L'Indagine mostra che il 26% risiede nella città antica di Venezia (incluso estuario), il 50% nel resto del comune (cioè nella TFV terraferma veneziana) e il 21% in provincia di Venezia. Il complemento a 100 è dato da due piccole quote, 1-2%, di addetti che risiedono in Veneto o altrove.



Fonte: Indagine Coses per AVA, 2002

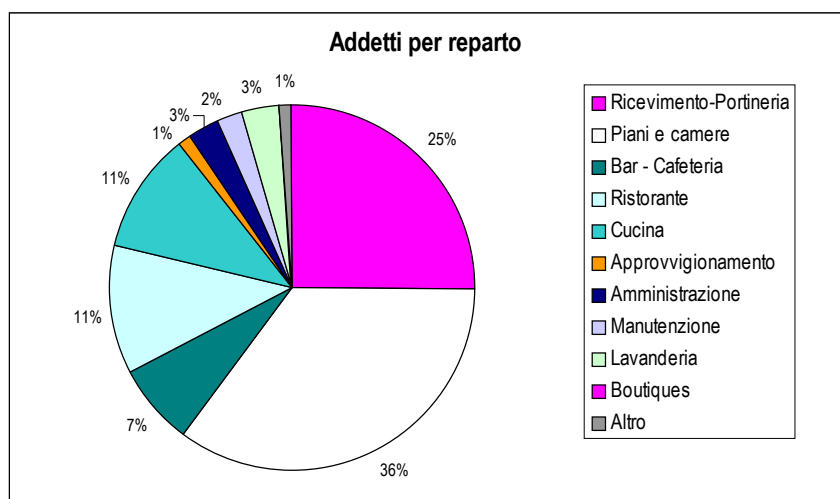
In sintesi, l'hotellerie veneziana ha complessivamente, un bacino del lavoro molto centrato sul comune (76% in totale): tuttavia mentre la città antica esaurisce in questo ambito il 79% la TerrafermaVeneziana TFV gravita all'esterno –ovvero in provincia– molto di più e il comune soddisfa solo il 54% della domanda di lavoro hotelliero (53% nella stessa terraferma).



Fonte: Indagine Coses per AVA, 2002

La quota di extracomunitari è del 13% per l'intero comune. Da una Indagine AVA condotta nel 2001 risultava che in media il 10% dei dipendenti era extracomunitario (con un range percentuale dal 5 al 38% secondo i casi). La quota di stagionali, è pari al 22% sul totale dei casi indagati.

La funzione alberghiera contribuisce fortemente alla integrazione comunale, apporta comunque benefici alla provincia, e garantisce allo spettro dei lavori urbani una tipologia eminentemente *operativa* che rischierebbe viceversa di scomparire se a 'governare' il mercato del lavoro fosse solo l'offerta medio-alta tipicamente *arroccata* nei cuori delle metropoli.

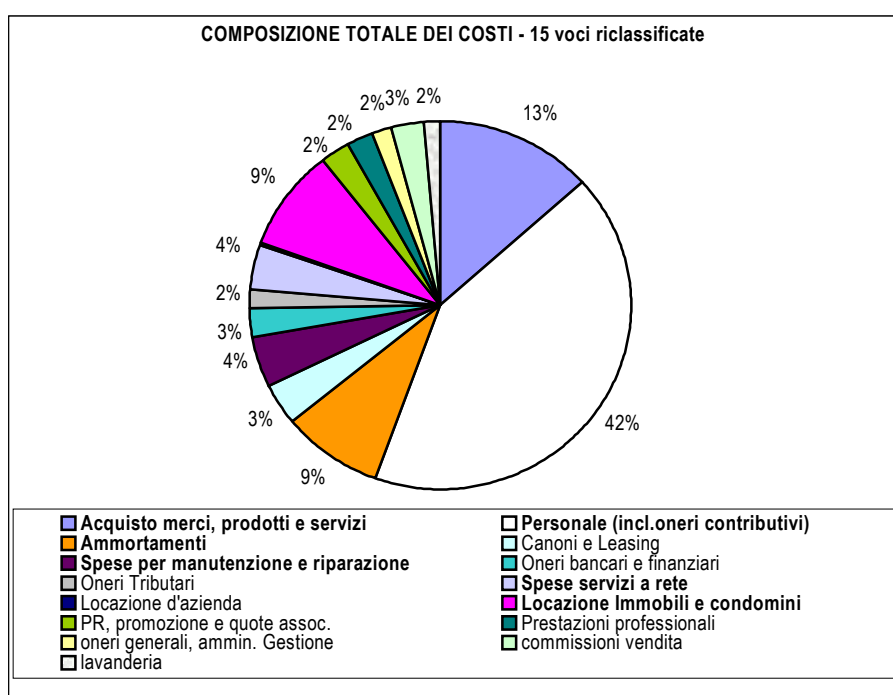


Fonte: Indagine Coses per AVA, 2002

La distribuzione di addetti per reparto, nei casi della nostra Indagine evidenzia che oltre il 53% svolge mansioni *operative* (cucina, camere, lavanderia).

LE VOCI DI SPESA SECONDO I CONTI ECONOMICI

La media dei *conti economici* elaborati dal Coses divide la torta delle spese, per *produrre* l'offerta alberghiera, come indicato dal grafico che segue¹.



Fonte: Indagine Coses per AVA, 2002

Premesso che la media appiattisce realtà fortemente diverse tra loro (ovvero l'azienda *media* rappresentata dal CE del grafico non esiste)² possiamo confermare molte delle percezioni di AVA.

¹ Il volume desunto dai CE dei casi indagati è pari a 74,64 miliardi di lire: il grafico esprime il peso delle voci in valori percentuali.

Il personale (oneri contributivi inclusi, esclusi i costi di proprietari, soci e famigliari che ‘lavorano’ per l’azienda), costituisce mediamente il 42% delle spese³: una notevole fetta della torta.

Il ‘costo del lavoro’ (non ciò che gli addetti percepiscono, bensì il loro costo per l’azienda) è fattore cruciale nel determinare i costi complessivi.

Visto da un'altra prospettiva l’apporto dato dalla *produzione* alberghiera all’economia urbana avviene sotto forma di ‘lavoro’, cioè di persone attive, cioè di redditi distribuiti. Per quanto agli osservatori attenti del sistema turistico e della realtà veneziana questa appaia come la ‘scoperta dell’acqua calda’, una conferma documentata e aggiornata potrebbe aiutare a mitigare l’idea del turismo come ‘funzione di pura rendita’ o come ‘beneficio per pochi’.

Abbiamo visto in quale area si diffondono tali benefici, ‘da lavoro’: un consistente flusso di redditi che in larga misura ricade entro il comune stesso (76%), in particolare della sua terraferma, pur trascinando a vantaggio della provincia (21%).

Ciò, lo ripetiamo, non vuole affatto dire che tali redditi vengano spesi (a loro volta, nel *secondo giro*) in città o in provincia. Un addetto, così come un titolare di albergo o un suo amministratore, che risieda in comune di Venezia può benissimo spendere parte dei propri ‘proventi alberghieri’ comperando un cappotto a Vedelago, facendo

² L’azienda ‘media’ rappresentata dall’insieme dei casi non esiste e rischia di descrivere una realtà assai simile a quella del *mezzo pollo* statistico. In altri termini la media appiattisce situazioni estremamente differenziate: in termini statistici è difficile trovare una ‘moda’ per i CE aziendali, ovvero una situazione che si presenti con maggiore frequenza. Sui casi esaminati potremmo dire che ciascuno fa ‘moda a sé’ ovvero descrive un tipo possibile (in quanto esistente) di azienda alberghiera. Ogni azienda fa caso a sé? Può essere che questo sia vero proprio per la natura delle fonti scelte: ovvero che esista una *creatività contabile* estrema, non solo a seconda delle caratteristiche strutturali degli hotel e della fase del loro ciclo di vita, ma anche delle convenienze economiche e gestionali dei loro ‘conduttori’, input per i loro ‘contabili’.

³ Se il 42% appare elevato come valore della ‘spesa’ per addetti si deve tener conto che nella riclassificazione dei CE abbiamo attribuito a questa voce la quota per compensi ad *amministratori* e colleghi dei sindaci, emolumenti, previdenza e contributi variamente riferiti a queste figure. In alcuni CE queste voci non figurano, dove sono presenti hanno un peso variabile dall’1% al 7.5%. Il valore della spesa, quindi, potrebbe essere *depurato* fino al 35%.

studiare i figli all'Università di Perugia, andando in vacanza a Crans Montana, rimettendo il reddito alla famiglia rimasta a Ceylon.

La seconda voce, per importanza media è l'acquisto di beni e servizi: segnatamente acquisti per il dipartimento *Food&Beverage F&B* e per quello 'camere e sala'.

La spesa è pari al 13% del totale CE, poco maggiore di quella per ammortamento e per locazioni d'immobili (entrambe le voci valgono il 9%). La manutenzione pesa soltanto il 4%: è al quinto posto delle spese, uguale ai consumi a rete (energia, acqua, telecomunicazioni).

Nel caso dei fitti passivi e della manutenzione è bene dire che la media appiattisce situazioni fortemente diverse da azienda ad azienda.

Le spese per manutenzioni pur essendo sempre presenti e, nel caso della struttura alberghiera molto rilevanti, hanno dei momenti di picco, legati al 'degrado degli immobili' e al 'rinnovo degli *arredi*' (intesi in senso lato, comprese le dotazioni tecnologiche). Se il CE è riferito ad uno di questi picchi è chiaro che la fetta di questa voce si allarga e ridefinisce la torta delle spese.

D'altra parte la condizione di locatario d'immobile rende il CE profondamente diverso da quello di un proprietario, in qualsiasi anno si analizzino le sue spese di *produzione*.

La voce per consumi a rete (4%) è uguale anche a quella delle voci canoni/leasing, appena maggiore degli oneri bancari, e delle commissioni di vendita (3%). La torta del CE medio è infine composta da una serie di fettine (2%): oltre alle spese per *Pubbliche Relazioni PR* e promozione, le prestazioni professionali, gli oneri tributari, le spese generali e la lavanderia.

Si propone anche l'elaborazione dei CE riclassificati a 13 voci, senza gli addetti (troppo pesanti per fare emergere le voci minori) e gli ammortamenti (voce ambigua che non si riesce a riattribuire ad altre voci di spesa⁴).

Il grafico evidenzia bene come la seconda area di beneficio della *spesa* hotelliera sull'economia urbana e provinciale sia 'l'acquisto di beni', una funzione commerciale (*distribuzione al dettaglio e all'ingrosso*) notevolissima⁵.

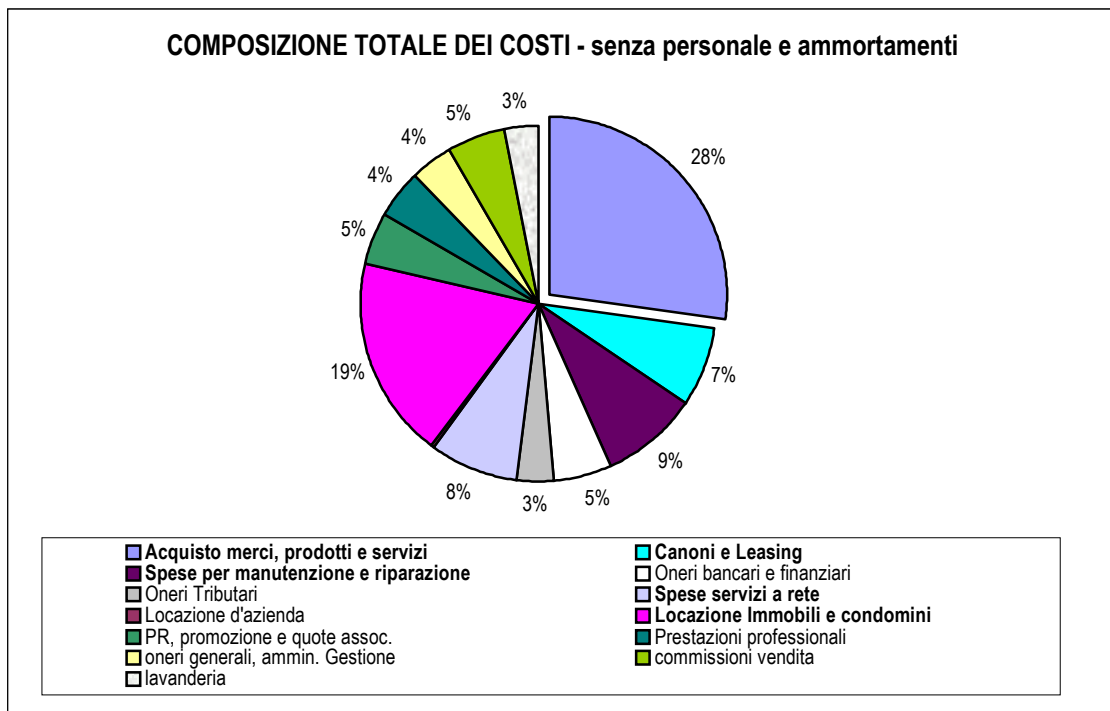
La torta ci indica però che il terzo ambito di benefici riguarda il patrimonio immobiliare cittadino: in questo caso sicuramente localizzato in comune anche se spese per fitti e manutenzione (beni e aziende, manodopera, servizi) riguardano ambiti più larghi, di cui diremo nel paragrafo sui fornitori. Si tratta, accorpendo le due voci manutenzione e locazione (senza contare parte degli ammortamenti e forse dei canoni/leasing) del 28% della torta a 13 voci, pari al valore degli acquisti.

In questo caso, anziché concorrere alla vitalità urbana in termini di 'lavoratori presenti' e di una 'rete commerciale articolata', la *produzione* alberghiera partecipa a quel grande business veneziano (forse il maggiore?) che è la manutenzione dei patrimoni caratteristici.

La relazione dell'hotellerie con la manutenzione urbana è degno di ulteriori approfondimenti: il Rapporto 78.1 si addentra nei diversi comportamenti dei casi esaminati, i quali variano soprattutto in ragione del 'ciclo di vita' dell'unità ricettiva. Come intuibile se un hotel si ristruttura completamente (e ancor più se è di nuovo impianto) o affronta 'grandi lavori' di adeguamento alle normative in quel periodo se ne troverà pesante traccia nel suo bilancio e la ripartizione dei costi apparirà diversa da quella 'ordinaria'.

⁴ Come si è detto questa voce è in alcuni CE assolutamente schiacciante o, al contrario, ridottissima per l'attuazione delle più svariate politiche gestionali.

⁵ Si tratta di 10 miliardi di £ per le unità indagate.



Fonte: Indagine Coses per AVA, 2002 CE riclassificati a 13 voci

ATLANTE DEI FORNITORI

I dati sul volume di acquisti⁶ e soprattutto sulla loro ripartizione geografica –ciò che chiameremo *l'atlante dei fornitori*– vengono elaborati per due insiemi: i casi della città storica CS e quelli della terraferma veneziana, TFV.

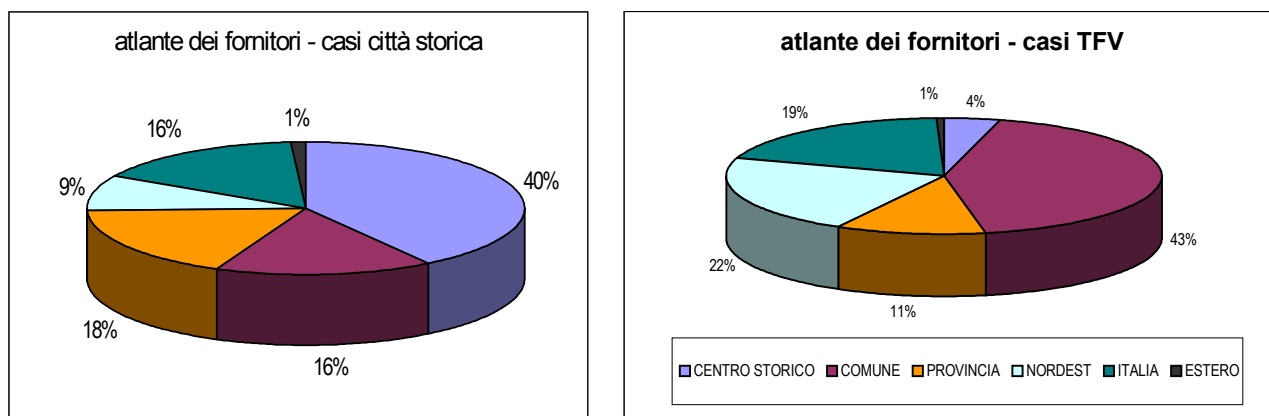
Ognuna delle due realtà ha un sensibile grado di 'chiusura', per altro molto simile in valore percentuale (40 e 43% sul totale valore degli acquisti).

⁶ Le valutazioni che qui commentiamo riguardano un volume di 'fatturato' (IVA inclusa) pari a 39,44 miliardi di £ quale risulta dai Partitari e dai Mastrini Fornitori PF (oltre il 50% del volume indagato con i CE).

In altre parole l'effetto di *spesa* di un hotel è per quasi la metà localizzato entro un raggio corto, molto vicino alla sede alberghiera: le aziende lagunari spendono in laguna e quelle in TFV all'interno della Venezia 'di terra'.

Una 'spesa' in cui –esattamente come accade per le famiglie– il fattore di prossimità resta cruciale, vincendo convenienze di scala e di prezzo.

Poiché in questo comportamento, come vedremo, non appare una sistematica differenza tra strutture medio-grandi e piccole, possiamo dire che l'albergo si comporta come una 'grande famiglia' e concorre a mantenere animata la realtà di vendita 'di prossimità' (ingrosso, dettaglio e intermediazione) in cui direttamente opera.



Fonte: Indagine Coses per AVA, 2002

Messa a parte questa similitudine, le due realtà urbane si differenziano: mentre la città storica ha un forte riferimento a scala comunale –il centro antico si rivolge al resto del comune per un significativo 16% sul totale acquisti– la città di terra si rivolge poco alla propria parte antica (4%) e, invece, fa acquisti fuori provincia, coinvolgendo quest'ultima solo per l'11%.

Diciamo, quindi, che il 56% del volume di *spesa* alberghiera si rivolge al comune e il 74% alla provincia (incluso il comune), nel caso degli hotel in città antica; la *spesa* alberghiera della TFV, dal canto suo, riguarda il comune per il 47% e per il 58% la provincia (incluso il comune).

Si tratta di una ‘chiusura’ a scala di comune, anche se meno forte di quella riscontrata per il mercato del lavoro, che in parte stupisce: le merci e il denaro, infatti, sono ‘più mobili’ delle persone e ci si aspetterebbe un maggior livello di relazioni ‘esterne’, legato alla convenienza dei prezzi e alla gamma di offerta dei fornitori (di beni e servizi).

L'altra notazione è che ogni parte di città tende a diffondere i propri acquisti con contiguità verso l'esterno: la città antica verso la TFV e poi verso la provincia; la TFV verso la provincia e poi la regione e l'Italia. Gli acquisti hanno un movimento centrifugo, le spese si diffondono a macchia d'olio nella *regione* turistica veneziana. Questo andamento sembra assolutamente fisiologico, come già si è detto, soprattutto per la città antica di Venezia dalla quale ‘evadono’ anche gli acquisti dei ‘normali cittadini’. Insomma, *gli albergatori si comportano come le famiglie*.

In sintesi, mentre l'hotellerie del centro storico diffonde la propria *spesa* fino alla scala provinciale (74%), la *spesa* della TFV coinvolge anche la scala nordestina (22% rispetto al 9%).

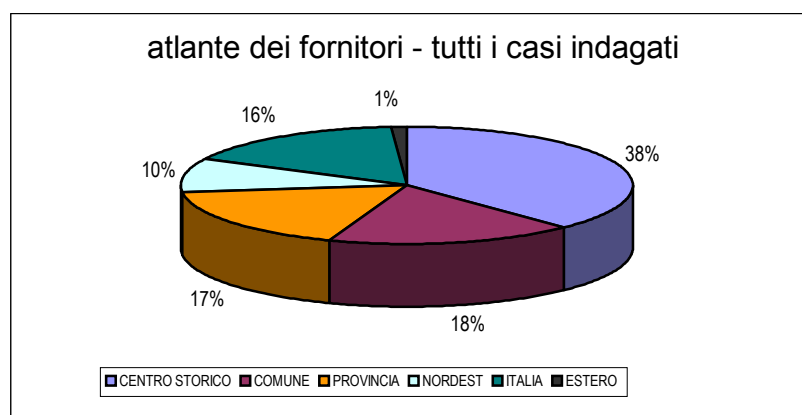
Possiamo dunque valutare con soddisfazione l'atlante disegnato: il 56% della *spesa* alberghiera (per produrre l'offerta) attiva l'economia del comune; un ulteriore 17% riguarda il resto della provincia. In totale la provincia di Venezia beneficia del 73% della *spesa* alberghiera del capoluogo.

A rischio di essere pedanti ricordiamo che questa *spesa*, rivolta ai fornitori localizzati secondo l'atlante descritto, innesca a sua volta un *secondo giro* di benefici economici del quale lo Studio non si occupa e che, con alta probabilità, disegna una geografia molto diversa e meno chiusa.

Del resto, in qualsiasi città e ancor più nelle sue aree *centrali*, chi acquista mette in moto una macchina che per definizione si alimenta all'esterno: la filiera della distribuzione commerciale non si chiude mai a scala locale e attraverso di essa anche i redditi prodotti e/o spesi in città 'ne escono'. Non è solo la spesa alberghiera, dunque, a restare in città solo al *primo giro*.

L'Italia beneficia più del Nordest della *spesa* alberghiera veneziana: 16% invece che 10% delle spese. Per la TFV, il 26% complessivo che va a Nordest e Italia, diventa un ragguardevole 41%.

Provocatoriamente diremo che al Nordest e in primis al Veneto conviene la crescita della ricettività nella Venezia di terra, mentre al comune conviene quella nella Venezia lagunare (56% delle spese attivano il sistema economico del comune contro il 47% di quelle originate nella TFV).



Fonte: Indagine Coses per AVA, 2002

La ‘chiusura’ degli acquisti in ambito di prossimità (superiore al 40%) è un buon dato per la città antica, dalla quale l’evasione per acquisti è forte e nota, anche se complicata da molti fattori pratici (trasporti, depositi, stoccaggio).

Stupisce piacevolmente che la produzione turistica si rivolga ai fornitori locali, garantendo loro una dinamicità e opportunità economica altrimenti impensabile.

Accanto alla valutazione (sicuramente ragionevole) che l’ospitalità comporti per la città antica una distorsione nell’offerta commerciale e produttiva (a sfavore di residenti *normali*), si deve cominciare a porre quella di un vantaggio che, per vie indirette, beneficia anche la funzione *abitativa* in termini di vitalità economica complessiva, mix di attività urbane e capacità competitiva del sistema in alcune specializzazioni (come vedremo nell’atlante merceologico).

Come si legge nel Rapporto Coses 22/1998 [...] *occorre notare che i servizi alberghieri a differenza della maggior parte dell’offerta turistica, riescono a mobilitare sia sul fronte della domanda che su quello dell’offerta un indotto ramificato su numerose altre attività non prettamente turistiche (alimentare, servizi di manutenzione e riparazione di vario tipo, edilizia, trasporti, lavanderie, arredamenti, ecc.). [...] questo settore può rappresentare una sorta di scambiatore tra la domanda turistica e l’offerta residenziale, una specie di interfaccia in grado di alimentare servizi tipicamente rivolti ai residenti con una domanda operata da non residenti. In sostanza se intelligentemente amministrato questo settore può contribuire a mantenere una domanda interna ad un livello tale da giustificare la localizzazione veneziana di attività che, se fossero indirizzate esclusivamente ai residenti, non avrebbero giustificazione economica a meno di ridurre fortemente il numero di operatori.* (COSES 1998 Rapporto 22, pag. 35).

Gli effetti positivi della spesa alberghiera vanno oltre la dimensione di ‘fatturato’: è una domanda di beni e servizi che si differenzia qualitativamente da quella di altri

grandi attori locali (Porto, Pubblica Amministrazione, Cultura) e contribuisce alla complessità del milieu economico e sociale tipicamente urbano.

UN ATLANTE MERCEOLOGICO

La mole di dati trattati ha stuzzicato una ulteriore curiosità: l'incrocio tra tipo di bene acquistato e luogo di acquisto; un atlante merceologico con l'evidenza di *speciality areas*, ovvero il ricorso sistematico a certe località per acquisti di un determinato bene o servizio (e viceversa).

Per alcune macrocategorie di spesa (es. i consumi a rete, gli oneri tributari) emerge una geografia semplificata: Enel, Telecom et *similia* risultano allocate in Italia poiché la sede legale del fornitore è a Torino, Milano, Roma ovvero in Venezia comune (es. Vesta)⁷.

Scorrendo le quasi 5.000 voci del Mastrini Fornitori sono balzate agli occhi le cifre più corpose: F&B, biancheria, forniture alberghiere. Questi beni, al contrario dei precedenti, hanno una dislocazione geografica decisamente *random* (con le dovute eccezioni)⁸.

L'atlante si presenta a macchia di leopardo e su qualunque logica geo-economica prevale quella della organizzazione imprenditoriale: ogni hotel a prescindere dalla dimensione e struttura si comporta negli acquisti in modo personalizzato, sulla base di motivazioni inspiegabili in soli termini razionali ma, viceversa, legate alla 'storia soggettiva' dell'azienda, dei conduttori, del luogo, delle consuetudini e convenienze,

⁷ Ci sono, anche qui, delle eccezioni –evidenziate dai singoli casi– quando l'azienda si rivolge a dei 'broker' o mediatori di rete, i quali forniscono oltre a servizi propri anche i 'contratti' con gli erogatori nazionali: in questi casi la spesa per 'servizi a rete' può risultare allocata nel Nordest o in provincia perché quella è la sede dell'intermediario (che a sua volta si rifornisce in Italia).

⁸ Abbandonando ogni velleità di una lettura *statistica* dei dati raccolti, abbiamo messo a frutto il loro cospicuo valore descrittivo e informativo (come si fa nelle ricerche di tipo sociologico): quanto segue non ha valore riferito all'universo degli hotel ma alla sua parte indagata.

del radicamento locale e delle reti (o filiere) individuali. Esse sono basate, come tutte le filiere, sulla fiducia, la ricerca di qualità specifiche, la non banalizzazione dei prodotti, persino sulle relazioni amicali tra operatori. Qualcuno ha iscritto Venezia nei *distretti del piacere*, sicuramente la città può essere analizzata come distretto del turismo, con molti caratteri comuni a quelli *distrettuali* di altre produzioni.

Gli unici beni abbinati regolarmente a specifici luoghi sono i ‘consumi a rete’.

Nemmeno banche e aziende di leasing, credito e assicurazioni mostrano una geografia polarizzata. Per gli altri beni e servizi non esiste un comportamento ‘tipico’: né in relazione alla struttura (numero di letti, ristorante, stelle, addetti), né alla localizzazione (CS o TFV), né alla longevità della ‘ditta’, né al tipo di CE.

Una parziale eccezione riguarda le spese per locazioni immobiliari, affitti passivi ed equivalenti legati alla città storica. Dovremmo dire, in qualche modo, che il patrimonio edilizio è tre volte protagonista del turismo veneziano: costituisce fattore di attrattiva distinto e primario, rende strutturalmente possibile l’ospitalità (ricettivo e ristoro oltre che musei e monumenti), mette in moto larga parte delle spese di *produzione* sotto forma di manutenzione e locazione, leasing e ammortamenti.

Resta il fatto che ogni esercizio fa caso a sé e determina una geografia merceologica così personalizzata da rendere assai povera una lettura delle medie.

Sulla base dei casi di Indagine dobbiamo dire che non esistono della *speciality areas* ovvero dei distretti specifici per l’acquisto di particolari beni. Emergono, piuttosto, degli specialisti per categoria di bene, ovvero delle aziende leader nella vendita di determinati articoli mirati al cliente alberghiero: a questi l’hotellerie veneziana si rivolge per motivi di qualità, efficacia ed efficienza comprovate dall’esperienza diretta e dalla consolidata reputazione nel campo merceologico (es. catering, marche nazionali di prodotti alimentari, forniture alberghiere, materiali edili e d’arredo). Solo in alcuni casi, ben riconoscibili, questi fattori *vincono* sulla prossimità. E’, viceversa, quest’ultima variabile a diventare decisiva per le spese dei ‘freschi’ (ortofrutta, pesce,

prodotti da forno, fiori per decorazioni). Viceversa il vino ha un atlante sui generis, determinato dalla selezione qualitativa, presso cantine o aziende agricole.

Nel rispetto della privacy di ciascun hotel e di ciascun fornitore, vogliamo solo annotare che molte *insegne* e ‘nomi’ del panorama economico, sia comunale che provinciale, beneficiano largamente (in termini di fatturazioni annue) della produzione hotelliera: imprese edili, di arredo, tessili, cash&carry, grossisti alimentari, panetterie, torrefazioni, cartolerie, softerhouse, agenzie di lavoro interinale, di leasing e nolo attrezzature, pubblicitica&stamperia, consulenti del lavoro, progettisti.

Infine, ci sentiamo di ripetere, come soprattutto nella città antica una cospicua gamma di microattività, artigianali e commerciali (dalla rivendita di alimentari freschi, al manutentore idraulico) sia attivata dalla spesa alberghiera: la rilevanza di questa geografia merceologica va oltre il volume dei ‘fatturati’ ed è un beneficio urbano in termini di vitalità, complessità e qualità offerte a chi nella città abita, lavora, vive (*sopportando* i turisti).

Forse il territorio veneziano è abbastanza equamente dotato di diverse funzioni (di produzione, servizio, commercializzazione) e quindi non è polarizzato o *segregato*; forse la città antica ha (ancora) una struttura produttiva e commerciale vivace e articolata, contrariamente a quanto si lamenta?

Forse il comune di Venezia è *una* città fortemente integrata sotto il profilo delle funzioni economiche, oltre che del mercato del lavoro?

Forse potrebbero svilupparsi fornitori attrezzati per la specifica impresa alberghiera, in una città e in una provincia dove il turismo domina l’economia?

Forse i singoli albergatori non si organizzano per acquisti collegiali e quindi convenienti?

Oltre a fornire delle risposte documentate, questo Studio stimola il confronto sui temi focali dell’impresa alberghiera e del territorio economico.

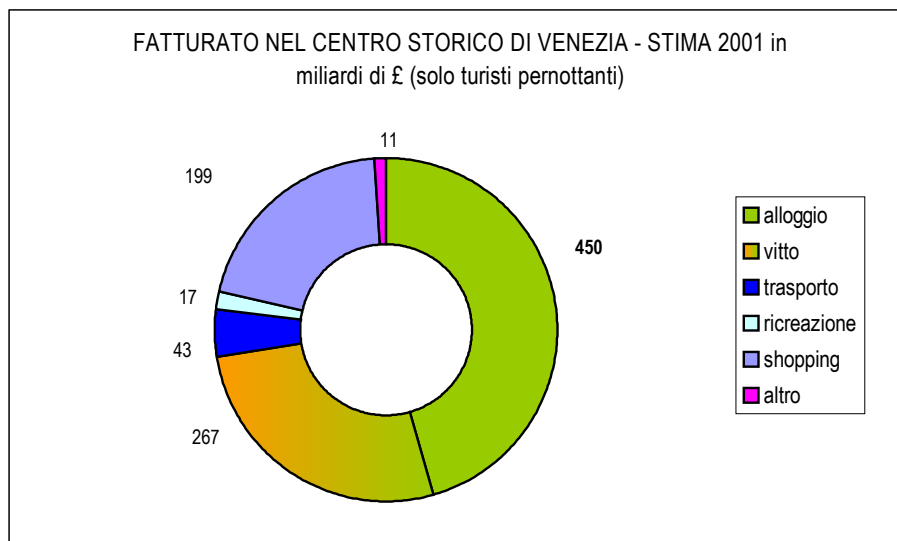
I BENEFICI DELLA *SPESA* ALBERGHIERA SULLA CITTA'

La discussione forse più appassionata, messa in moto dallo Studio, riguarderà il volume complessivo dei benefici economici apportati dall'hotellerie all'economia della città e della provincia.

Invitiamo, in questo caso, alla massima cautela nell'utilizzo delle stime che seguono, per tre ordini di ragioni:

- la originalità dello Studio e dell'Indagine sta, proprio, nelle Fonti riservate ed autentiche utilizzate, e in ciò che esse ci possono documentare sui comportamenti dell'albergo come attore del milieu economico e sociale urbano, ancor più sotto il profilo qualitativo che sotto quello quantitativo (volume di fatturato)
- lo Studio rappresenta solo la fase iniziale di una Ricerca più complessa e completa sugli effetti della *produzione* alberghiera nell'economia urbana: gli ulteriori passi necessitano di altri committenti convinti, come AVA, che valga la pena di investire tempo e denaro, per indagare altre Fonti e altri aspetti dell'economia ospitale
- l'Indagine condotta dal Coses per AVA non è *campionaria* anche se i casi analizzati *rappresentano* bene le caratteristiche distintive dell'hotellerie cittadina; una stima proiettata sull'universo degli alberghi ha un valore puramente orientativo, non pretende in alcun modo di stabilire le nuove dimensioni dell'economia turistica veneziana (che, per altro, non si esaurisce nella funzione alberghiera).

Allo stato dell'arte, una stima largamente condivisa sulla dimensione economica del turismo veneziano viene dagli studi del Ciset, basati sulla *spesa del turista*: secondo questa autorevole Fonte l'apporto economico (o *fatturato*) complessivo della città storica è di 1.800 miliardi di £ per anno, di cui poco meno di 1.000 miliardi riguardano i turisti pernottanti (dati stimati al 2001).



Elaborazione Coses su dati Ciset e UIC per Venezi@opportunita, 2002

All'interno del paniere di spesa, per voci, risulta che l'*alloggio* vale il 46% di questa cifra: ovvero 450 miliardi di £ circa (il dato 2001, da noi elaborato nel grafico, è quello presentato in aprile 2002 da Venezi@opportunita a Villa Ceresa).

Applicando i valori di *conto economico* relativi alle spese, desunti dai nostri casi di Indagine per AVA, attraverso un indicatore per posto letto, si ottiene per il 2001 un valore, relativo alla sola città antica, di 587 miliardi di £.

Sottolineiamo che questi valori descrivono la parte di *conto economico* inerente le spese di *produzione* del servizio alberghiero: essi non sono cioè immediatamente equiparabili al *fatturato*, poiché per rappresentarlo andrebbero (ovviamente) conteggiati gli 'utili d'esercizio'⁹ (ricavi meno spese).

Una stima che ne tenesse conto raggiungerebbe un valore di fatturato di 625 miliardi di £ anno per la città storica.

⁹ Per tener conto degli utili d'esercizio abbiamo stimato un valore medio pari al 6.4% rispetto ai costi (una proxy desunta dagli stessi CE usati per l'Indagine sulle spese). Si tenga presente che anche questo valore medio appiattisce risultati di esercizio estremamente disparati –dovuti alle politiche contabili aziendali– per cui il range della proxy varia da valori fortemente negativi (perdite) a valori eccezionalmente positivi (oltre il 50%).

Le differenze, piuttosto cospicue, delle stime Coses (su dati AVA) rispetto a quelle Ciset (su dati UIC)¹⁰ possono essere spiegate in vario modo, oltre che banalmente dalle due diverse Fonti e dai due percorsi metodologici seguiti, profondamente differenti dal lato tecnico.

Uno dei motivi evidenti della maggiore dimensione del nostro fatturato ‘per alloggio’ è costituito dalla presenza nei casi AVA indagati dal Coses di hotel *con ristorante*.

Rispetto alla divisione per voci del Ciset, quindi, parte dei 267 miliardi di £ di ‘vitto’ risultano compresi nei 625 miliardi di £ stimati dal Coses per l’insieme dell’hotellerie in città antica.

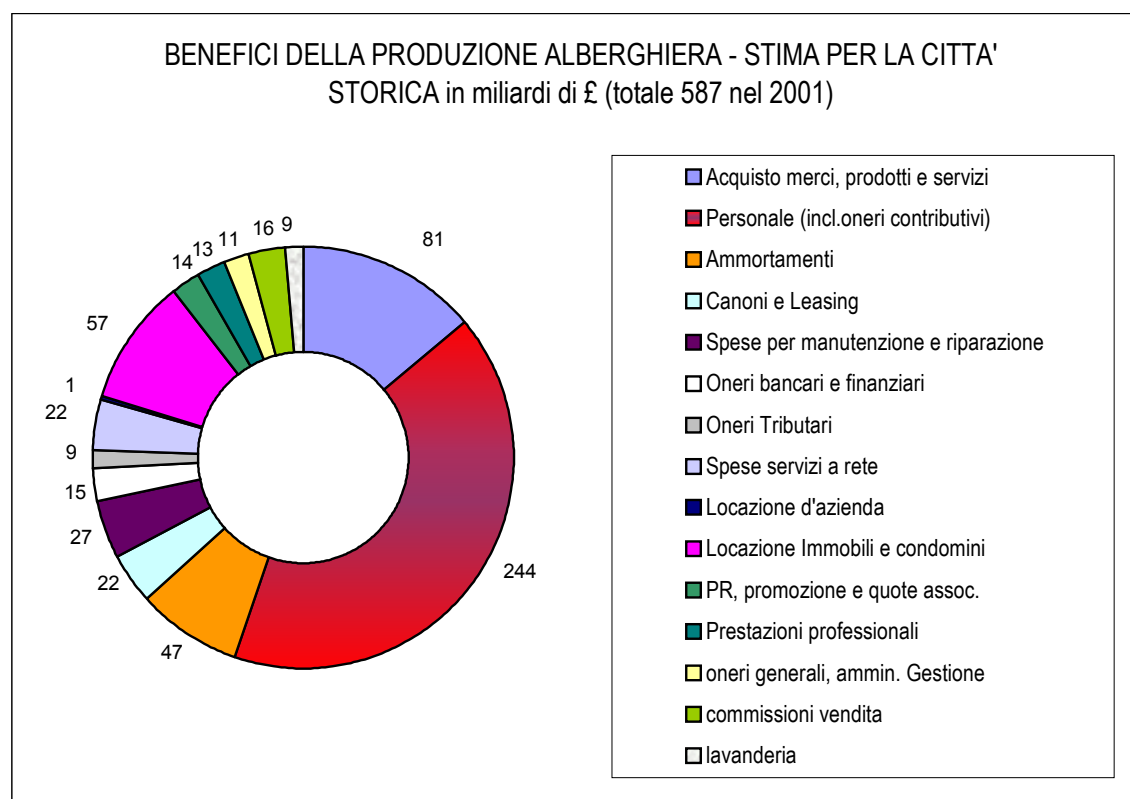
Se riferiamo la nostra stima all’intera città (CS e TFV) otteniamo un valore complessivo annuo di 714 miliardi di £ come ‘spese per la produzione’ desunte dai conti economici: la struttura hotelliera di TFV, dunque, vale 127 miliardi di £ annui.

Anche in questo caso, per stimare il *fatturato* hotelliero, dobbiamo aumentare il volume delle spese applicando una proxy dell’utile d’esercizio e si consegue un valore di 135 miliardi di £ anno.

Sulla base della nostra Indagine possiamo quindi ipotizzare quale sia il beneficio attivato dalle singole voci di spesa per la *produzione* alberghiera, nel complesso degli hotel veneziani.

¹⁰ Nel caso del Ciset si tratta di una metodologia lungamente provata e internazionalmente validata che combina una Indagine diretta sulla spesa del turista (ed escursionista) del 1995, condotta su tutto il territorio regionale, e l’Indagine annuale dell’Ufficio Italiano Cambi sulla spesa dei turisti stranieri. Lo stesso Ciset segnala da tempo l’opportunità di aggiornare l’Indagine sulla spesa.

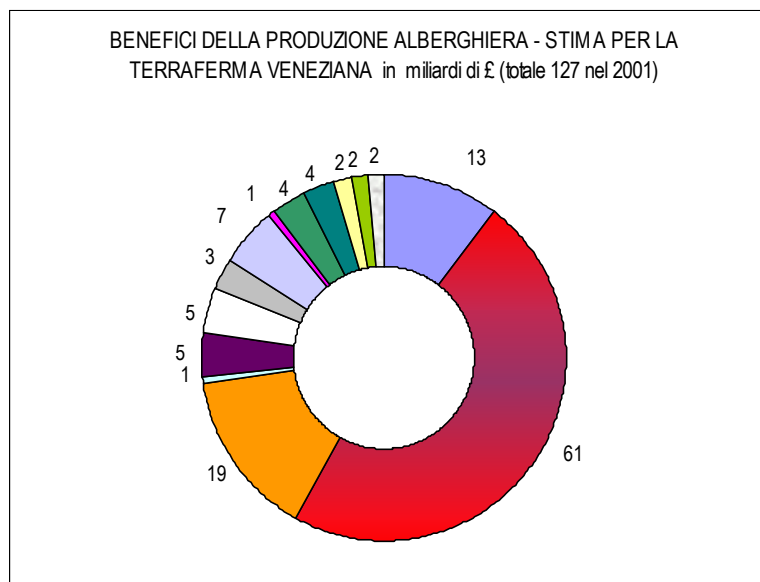
I grafici che seguono si riferiscono ai valori delle *spese*, quali risultano dal conto economico, e non al fatturato complessivo, ma la loro distribuzione percentuale permette di riferirli anche a tale volume economico.



Fonte: Indagine Coses per AVA, 2002 stima relativa agli hotel della Città Antica CS

Partiamo dalla città storica, che ha un volume di spesa complessivo stimato in 587 miliardi di £ per anno (625 miliardi di *fatturato*, se includiamo gli utili d'esercizio). Abbiamo 244 miliardi di £ in redditi da lavoro; 81 nell'acquisto di beni e servizi; 47 in ammortamenti (ancora beni di tipo durevole); 57 miliardi di £ in affitti passivi (ancora beni immobili); 27 in manutenzione immobili; 22 canoni e leasing (per beni mobili e immobili, strutture tecnologiche, *services*); 22 per consumi a rete; 16 per le commissioni di vendita, 14 per *PR* e promozione e 15 per oneri bancari. Le altre voci

non superano i 13 miliardi di £ anno ciascuna: da un massimo per le prestazioni professionali ad un minimo per la locazione d'azienda (1 miliardi di £).



Fonte: Indagine Coses per AVA, 2002 stima relativa agli hotel della TerraFermaVeneziana TFV

Il caso della TerraFermaVeneziana (127 miliardi di £ annui di spese per la produzione e 135 di fatturato stimato) è analogamente descritto dal grafico.

I dati relativi alla *spesa* alberghiera e alle voci che essa attiva nell'economia veneziana devono, ora, essere inseriti nel quadro complessivo dei benefici turistici.

Il loro volume e la loro articolazione, oggetto dello Studio Coses per AVA, assumeranno significato maggiore e migliore solo quando confrontati agli apporti di altri sistemi *produttivi*, dal Porto alla Cultura (Rapporto Coses 79/2002), in un bilancio generale dell'economia urbana.

Traguardo della ricerca, ma non solo.

Coses, Venezia 28 febbraio 2003