



Università  
Ca' Foscari  
Venezia

—

Ca' Foscari  
Dorsoduro 3246  
30123 Venezia

Corso di Laurea magistrale  
in Economia e Gestione delle  
Arti e delle attività culturali

Tesi di Laurea

**Impatto del Turismo sulla  
città di Venezia: un'analisi  
della percezione dei  
residenti**

**Relatrice**

Prof.ssa Stefania Funari

**Laureanda**

Maria Vittoria Gardelli  
Matricola 852231

**Anno Accademico**

2018\2019

# INDICE

INTRODUZIONE	P. 3
1. IL CENTRO STORICO DI VENEZIA: LA DINAMICA DEL TURISMO NELLA CITTÀ STORICA DI VENEZIA ED EFFETTI SULLA COMUNITÀ RESIDENZIALE E SUI MUSEI	P.5
1.1 DEFINIZIONI E FENOMENO DELL' <i>OVER-TOURISM</i> NEL CENTRO STORICO DI VENEZIA	P.5
1.2 POLAZIONE E TURISMO A CONFRONTO	P.8
1.2.1 PRIMI ANNI DEL XXI SECOLO	P.8
1.1.2 IL CALO DEL 2008 E LA RIPRESA	P.19
1.1.3 DAL 2013 ALLA CONTEMPORANEITÀ	P.34
1.3 MUSEI E ATTRAZIONI VENEZIANE NELL'ARCO TEMPORALE CONSIDERATO	P.52
1.3.1 DAL 2008 AL 2012	P.55
1.3.2 DAL 2013 ALLA CONTEMPORANEITÀ	P.55
2. IL TESSUTO ECONOMICO NEL CENTRO STORICO DI VENEZIA	P.72
2.1 LE ATTIVITÀ COMMERCIALI NEI SESTIERI DI VENEZIA ALL'ANNO 2001	P.72
2.2 LE ATTIVITÀ COMMERCIALI NEI SESTIERI DI VENEZIA ALL'ANNO 2008	P. 76
2.3 <i>VENICE PROJECT CENTER</i>	P.82
2.4 I NEGOZI DI GENERE ALIMENTARE NE CENTRO STORICO DI VENEZIA ANNI 2006, 2007 E 2009	P.91
2.5 FONDAZIONE DI VENEZIA	P.96
3. UN CASO SRUDIO: LE ATTIVITÀ ECONOMICHE MICROZONA NEL SESTIERE DI SAN MARCO	P.103
3.1 LA CLASSIFICAZIONE DELLE ATTIVITÀ ECONOMICHE	P.103
3.2 CALLE DE LA MANDOLA E DE LA CORTESIA	P.105
3.3 IL SESTIERE DI SAN MARCO	P.110
4. ANALISI DELLA PERCEZIONE DEI RESIDENTI E DEI COMMERCANTI	P.115
4.1 INTERVISTA QUALITATIVA	P.115
4.2 LA METODOLOGIA UTILIZZATA	P.120
4.2.1 ANALISI DELLA PERCEZIONE DEI COMMERCANTI	P.126
4.2.2 ANALISI DELLA PERCEZIONE DEI RESIDENTI	P.136
4.2.3 RIFLESSIONI SUI CASI DI STUDIO ANALIZZATI	P.145
CONCLUSIONI	P.147
BIBLIOGRAFIA	P.150
SITOGRAFIA	P.152

## INTRODUZIONE

Venezia città storica nell'immaginario collettivo è in grado di suscitare le più disparate emozioni, dalla nostalgia alla curiosità, dalla malinconia all'attrazione. Quotidianamente il centro storico di Venezia è attraversato non solo dai suoi residenti, ma anche da coloro che, da tutto il mondo, decidono trascorrervi almeno un paio di ore della loro vita.

Benché gli spostamenti di merci e persone, ed il fenomeno del turismo esistano da secoli, nelle ultime decadi questi flussi hanno cominciato a porre un problema in diverse parti dal mondo, tra cui Venezia.

Il turismo di massa ha cominciato a diffondersi negli ultimi anni ad una velocità sempre più sostenuta e pare non volersi arrestare, o regolarsi, nell'immediato. Si è dunque posta la questione se questo movimento massiccio di persone sia proficuo o dannoso per le località di destinazione, e se coloro che vivono e lavorano in queste realtà non abbiano cominciato a sviluppare delle impressioni, esse siano positive o negative, al riguardo.

Sotto diversi punti di vista, è indubbio che l'*over-tourism* ha alterato il tessuto sia abitativo che commerciale del centro storico veneziano, mutando rapidamente gli equilibri interni urbani in un processo ancora in corso.

Osservando nello specifico gli ultimi 20 anni e facendo saltuariamente riferimento al secolo scorso in termini di paragone, questa tesi si propone di approfondire diversi aspetti collegati al fenomeno turistico: in particolare, oltre ad analizzare i dati riguardanti l'andamento dei flussi turisti e della popolazione residente nel tempo, si seguirà l'evoluzione della rete economica interna al centro storico veneziano per monitorare se e come questo fenomeno abbia influito sulle attività commerciali presenti nel centro storico di Venezia. Inoltre in questo elaborato verranno anche riportati i sentimenti e le opinioni emesse da alcuni commercianti e residenti che vivono e lavorano nel centro storico di Venezia.

Il lavoro di tesi si è organizzato in questo modo: nel primo capitolo si introduce la terminologia di alcune definizioni legate al fenomeno turistico, da un lato si analizzerà l'andamento del flusso turistico ed il movimento residenziale della città storica di Venezia, e dall'altro si analizzano i cambiamenti nel numero e nella tipologia delle strutture ricettive. L'ultimo paragrafo del primo capitolo si è dedicato ai musei ed alle attrazioni presenti nel centro storico veneziano, con le relative osservazioni. Per questa parte iniziale

della tesi si è fatto riferimento ai dati presenti nel sito web del Comune di Venezia, ai *report redatti* dall'Ufficio di Piano, dall'Ente Bilaterale Turismo dell'Area Veneziana, dell'Unione Europea, dal Worcester Polytechnic Institute e da Federalberghi; si è fatto riferimento a dati censuari, alle ricerche sul territorio della Fondazione di Venezia e dell'Istituto Universitario di Architettura di Venezia. Si sono infine consultati siti come *Airbnb*, Fondazione Servizi Venezia, Fondazione Musei Civici di Venezia e MiBACT.

Nel secondo capitolo si è invece trattato l'argomento delle attività commerciali ed i posti di lavoro presenti nel centro storico veneziano, concentrandosi soprattutto sugli anni 2000, citando per paragone anni precedenti. Per riuscire a ricostruire questa evoluzione si sono fatti riferimento a dati dell'Ufficio di Piano, dati censuari *COSES 2001* e *COSES 2008*, monitoraggi *in loco* dell'Istituto Universitario di Architettura di Venezia e del *Venice Project Center*, e per gli anni più recenti, ai dati raccolti dalla Fondazione di Venezia. Vi sarà inoltre una rilevazione sul posto come caso studio presso Salizada Sant'Antonin, come proseguo di una ricerca intrapresa più di 10 anni fa in una porzione del centro storico veneziano.

Nel terzo capitolo, tramite dati forniti dalla Camera di Commercio di Venezia e Rovigo, si è scelto di analizzare la tipologia di attività economiche presenti in Calle de la Mandola e Calle de la Cortesia, per verificare se la domanda turistica abbia in qualche modo condizionato l'offerta merceologica presente nelle calli. Si è in seguito trattato in modo generale il sestiere di San Marco.

Nel quarto capitolo saranno riportate una decina di interviste svolte agli inizi dell'anno 2020 a commercianti e residenti del sestiere di San Marco: dopo una ricerca sulla letteratura per la redazione, svolgimento e *report* d'intervista, si sono redatti due diversi moduli per cercare di raccogliere testimonianze, sensazioni e prospettive di coloro che hanno avuto modo di sperimentare il cambiamento residenziale e turistico che ha interessato il centro storico; riportando commenti, ricordi e opinioni dei soggetti intervistati, cercando poi di trarre le conclusioni del caso.

Questa tesi combina dunque una ricerca non solo bibliografica e sitografica, ma in diversi punti, sarà possibile contare su indagini svolte in prima persona per avere un riscontro di quanto affermato man mano lungo questo elaborato.

# 1. IL CENTRO STORICO DI VENEZIA: LA DINAMICA DEL TURISMO NELLA CITTÀ STORICA DI VENEZIA ED EFFETTI SULLA COMUNITÀ RESIDENZIALE E SUI MUSEI

In questo primo capitolo si analizza il fenomeno del turismo non solo dal punto di vista quantitativo, ma lo analizzerà in relazione ad altri elementi: quello residenziale e museale. La prima parte del capitolo delinea il contesto turistico nel centro storico veneziano, definendo la terminologia utilizzata e spiegando il fenomeno dell'*over-tourism*. Verranno di seguito riportati e commentati dati relativi non solo all'aspetto turistico, ma anche all'aspetto residenziale dall'anno 2000 all'anno 2019, facendo riferimento, dove necessario, a periodi precedenti rispetto l'arco temporale osservato per fare confronti. L'ultimo paragrafo, invece, osserverà come i musei e altre attrazioni presenti nel centro storico di Venezia hanno subito l'influenza del fenomeno del turismo, dall'anno 2000 all'2018, per capire se vi sono stati cambiamenti nel numero dei visitatori.

## 1.1 DEFINIZIONI E FENOMENO DELL'*OVER-TOURISM* NEL CENTRO STORICO DI VENEZIA

Per poter meglio classificare il fenomeno turistico, bisogna distinguere i diversi tipi di turisti: quest'ultimi variano a seconda della durata del loro viaggio e della loro origine.

Van der Borg (1991) distingue inizialmente tra turismo ed escursionismo in relazione alla durata del viaggio che si compie: il turista è colui o colei trascorrerà almeno una notte nel luogo in cui si recherà (ovvero effettuerà una *overnight-stay*); al contrario l'escursionista non spenderà la notte nella meta prescelta, e dalla sua abitazione partirà e ritornerà in giornata (per cui viene definito *day-tripper* or *traditional excursionists*). Per quanto riguarda gli escursionisti, questi ultimi a loro volta si possono classificare in ulteriori due modi: *indirect excursionists* nel caso questi visitino un luogo diverso della loro meta vacanziera originaria entro la giornata, e *false excursionists* quando, dopo aver scelto una meta vacanziera, si decide di visitarla alloggiando nelle sue vicinanze, per motivi economici o pratici. Nel caso della città storica di Venezia, gli *indirect excursionists* fanno riferimento a coloro che, per esempio, dal Nord Italia o dalla riviera veneta giungono nel centro storico; i *false excursionists* riguarda i turisti che pur alloggiando nei dintorni, per

esempio a Mestre, Marghera, Padova, Treviso o talvolta il Lido veneziano, da qui visitano il centro storico<sup>1</sup>.

Bagnoli (2010) fa riferimento alla definizione delle Nazioni Unite: secondo il *World Tourism Organization*, turista è colui che si sposta in uno o più luoghi diversi dalla propria residenza abitativa trascorrendovi un periodo tale di tempo per cui si verifica minimo un pernottamento, ovvero la permanenza oltre una notte, per trascorrervi una vacanza, lavorare o per altri motivi. Nel caso dell'escursionista, questi non trascorrerà la notte dove recatosi e non vi pernorrà dunque in nessuna struttura ricettiva.

Bagnoli (2010) classifica inoltre tra tre tipi di turismo in base alla provenienza del soggetto: in uscita, in entrata e domestico. Il primo implica uno spostamento all'esterno di un paese da parte di uno o più residenti per un limitato periodo di tempo. La seconda tipologia avviene quando uno o più non residenti di un paese vi si recano per un certo arco temporale. Il terzo tipo fa riferimento al movimento interno di un paese da parte dei propri residenti<sup>2</sup>.

L'Ufficio di Piano<sup>3</sup>, nel rapporto tematico "Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni", specifica che nei flussi turistici pernottanti, i termini "arrivi" e "presenze" fanno riferimento al numero di pernottamenti consecutivi che ogni turista effettua nella medesima struttura ricettiva nell'arco di tempo considerato. Gli arrivi rappresentano le registrazioni in entrata presso le strutture ricettive: se un turista pernotta in diverse strutture ricettive durante il viaggio, verranno registrati più arrivi. Le presenze sono le durate dei soggiorni nelle strutture ricettive, cioè il numero di pernottamenti consecutivi che ciascun turista effettua nella stessa struttura ricettiva. I valori delle presenze pertanto risultano superiori a quelli degli arrivi in quanto ne costituiscono un multiplo.

Per spiegare il fenomeno dell'*over-tourism*, bisogna collegarsi al concetto di *carrying capacity*, ovvero indicativamente quanto flusso di visitatori può assorbire un determinato centro in 24 ore senza essere intaccato da un punto di vista qualitativo. La *carrying*

---

<sup>1</sup>J. van der Borg, *Tourism and Urban Development. The impact of tourism on urban development : towards a theory of urban tourism, and its application to the case of Venice, Italy*, Amsterdam, Thesis Publishers, 1991, p. 8, 124-127

<sup>2</sup>L. Bagnoli, *Manuale di geografia del turismo. Dal Grand Tour ai sistemi turistici*, II edizione, De Agostini Scuola SpA, Novara, 2010, pp. 31, 60

<sup>3</sup>«L'Ufficio di Piano, organo tecnico collegiale di supporto al Comitato di Indirizzo Coordinamento e Controllo ex art. 4 L. 798/84, è stato istituito con D.P.C.M. del 21 marzo 2001 e costituito con D.P.C.M. 13 febbraio 2004 allo scopo di garantire lo sviluppo sistemico delle attività di salvaguardia di Venezia e della sua laguna». Fonte: <http://provveditoratovenezia.mit.gov.it/ufficio-di-piano.html>. Data ultima consultazione: 18/01/2020

*capacity* fa riferimento a due aspetti: il primo riguarda la fisicità del fenomeno turistico, ovvero il numero massimo di visitatori che gli spazi pubblici o accessibili di un centro urbano possono accogliere; mentre il secondo riguarda l'equilibrio socio-economico dell'area cittadina: in questo caso si tratta del numero massimo di visitatori che possono sussistere senza ostacolare o modificare le attività presenti<sup>4</sup>. Due diverse ricerche effettuate negli anni '80 e '90 hanno tentato di stabilire quale fosse il numero ottimale di visitatori per il centro storico di Venezia. Nel 1988, Costa e Van der Borg stimarono tale numero considerando quali fossero le strutture ed infrastrutture a cui un turista fa più riferimento nel centro storico veneziano: strutture ricettive, strutture di ristorazione, trasporto pubblico su acqua, parcheggi, sistema di smaltimento dei rifiuti urbani e Piazza San Marco. Nel calcolo si cercò di massimizzare il guadagno che potesse derivare dal turismo, considerando le limitazioni che le strutture ed infrastrutture sopracitate possiedono a livello quantitativo e di disponibilità. Inoltre, si considerò anche il contributo economico dei residenti al centro storico. Il risultato fu che secondo questa ricerca la *carrying capacity* massima fosse di 20,750 visitatori al giorno, di cui 13,000 pernottanti e 7,750 escursionisti. Nel 1990 Canestrelli e Costa tentarono aggiustare il calcolo di Costa e Van der Borg considerando la quantità e disponibilità di strutture ed infrastrutture non considerate turistiche ma usate da residenti, pendolari e aziende del centro storico. Il numero di *carrying capacity* è di 22.400, di cui 11.700 turisti pernottanti e 10.700 escursionisti<sup>5</sup>. Il problema dell'*over-tourism* ha cominciato a porsi dopo i primi anni del ventunesimo secolo: dal 2005 al 2015 i turisti pernottanti crebbero fino ad essere più di 10.000.000 annualmente e nell'anno 2017, i turisti escursionisti si attestarono attorno ai 35.000.000. Alcuni amputano la causa del fenomeno dell'*over-tourism* nel centro storico veneziano anche a fattori scaturiti nel secolo scorso, tra cui un generale interesse economico per il turismo in Italia negli '70 ed il riconoscimento di Venezia e della sua laguna come *World Heritage Site* da parte dell'UNESCO nel 1987. Altre cause sono riconducibili al numero di turisti trasportati dalle navi da crociera, la possibilità di usare diversi mezzi di trasporto con prezzi variabili e la diffusione di strutture ricettive economiche<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup>J. van der Borg, *Tourism and Urban Development. The impact of tourism on urban development : towards a theory of urban tourism, and its application to the case of Venice, Italy*, Amsterdam, Thesis Publishers, 1991, pp. 160-161

<sup>5</sup>J. van der Borg, *Tourism and Urban Development. The impact of tourism on urban development : towards a theory of urban tourism, and its application to the case of Venice, Italy*, Amsterdam, Thesis Publishers, 1991, pp. 161-162

<sup>6</sup>R. Dodds et al., *Overtourism: issues, realities and solutions*, De Gruyter, Berlin, 2019, pp. 139-140

L'avvenimento dell'*over-tourism* ha avuto diverse conseguenze, tra le quali danni ai beni culturali, all'ecosistema della laguna ed alle strutture lignee che sorreggono la città storica di Venezia e l'aumento della criminalità. Affetti dal fenomeno dell'*over-tourism* sono stati anche gli alloggi per residenti: proprietà come *Airbnb* hanno infatti aumentato i prezzi delle abitazioni ed accorciato i tempi dei contratti affittuari. Per questo motivo, attualmente, Venezia storica è la città più costosa nella penisola italiana a livello di dimore residenziali<sup>7</sup>. Il centro storico è dunque sotto l'effetto della gentrificazione: case inabitate vengono vendute per essere convertite in *hotels* o ristoranti, e contemporaneamente compratori esterni alla città acquistano proprietà senza avervi dimora fissa o mettendole in seguito in affitto<sup>8</sup>.

Tensioni tra turisti, commercianti e residenti sono dunque sorte nel corso degli ultimi anni, portando anche a proteste, da parte degli abitanti del centro storico, che come risultato hanno avuto la decisione, da parte del governo cittadino, di porre uno freno alle grandi navi da crociera verso la città storica di Venezia che entrerà in vigore tra qualche anno. Dall'altro lato, un turismo eccessivo può rovinare l'esperienza nel centro storico veneziano al turista stesso, inducendolo ad assumere atteggiamenti poco consoni nei confronti del luogo visitato e dei suoi residenti.

Tuttavia, anche se l'*over-tourism* minaccia la sopravvivenza sia fisica che residenziale dell'isola di Venezia, va anche considerato come limitare il flusso turistico possa impattare il sostentamento dei residenti stessi: attualmente, il 28% di loro dipende totalmente dal punto di vista economico dalla spesa turistica, mentre un altro 17% vi ottiene regolarmente parte del loro guadagno<sup>9</sup>.

## 1.2 POLAZIONE E TURISMO A CONFRONTO

### 1.2.1 PRIMI ANNI DEL XXI SECOLO

Dal punto di vista residenziale, la popolazione veneziana del centro storico fra il 2000 ed il 2007 ebbe il seguente andamento (tabella 1.1):

---

<sup>7</sup>R. Dodds et al., *Overtourism: issues, realities and solutions*, De Gruyter, Berlin, 2019, pp. 141, 143

<sup>8</sup>P. Peeters et al., *Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses*, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels, 2018, p. 234

<sup>9</sup>Rachel Dodds et al., *Overtourism: issues, realities and solutions*, De Gruyter, Berlin, 2019, p. 144, 146



Tabella 1.1 - Movimento demografico del centro storico di Venezia dal 31\12\2000 al 31\12\2006 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/serie-storiche>]

SESTIERI	POPOLAZIONE AL 31\12\2000	POPOLAZIONE AL 31\12\2001	POPOLAZIONE AL 31\12\2002	POPOLAZIONE AL 31\12\2003	POPOLAZIONE AL 31\12\2004	POPOLAZIONE AL 31\12\2005	POPOLAZIONE AL 31\12\2006
S. MARCO - CASTELLO - S. ELENA - CANNAREGIO	40.447	39.981	38.807	38.385	37.684	37.126	37.126
DORSODURO - S. POLO - S. CROCE - GIUDECCA	25.939	25.804	25.140	24.968	24.968	24.612	24.485
TOTALE	66.386	65.695	64.076	63.947	63.353	62.295	61.611

Già ad inizio del XXI secolo, la città storica veneziana cominciò a spopolarsi, soprattutto nei sestiere di S. Marco, Castello, S. Elena e Cannaregio, che in proporzione, persero più del doppio dei residenti persi a Dorsoduro, S. Polo, S. Croce e Giudecca. Per quanto riguarda il turismo nella città di Venezia, a partire dal ventunesimo secolo, come risultato di un'accelerazione di un'un'evoluzione già in atto dalla seconda metà del secolo precedente, la città storica ha visto mutare il rapporto tra la parte residenziale e a quella turistica della città. Stando a quanto riportato dall'Ufficio di Piano, si ebbe nella Venezia definita 'insulare', comprendente il centro storico, le isole, ed i litorali, tra il 1957 ed il 2002, una crescita delle presenze del 220%<sup>10</sup>.

Tabella 1.2 - Presenze nella Venezia insulare nell'anno 2000 nelle diverse strutture ricettive [fonte: Ufficio di Piano, "Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico", 2011, p. 23]

	PRESENZE STRUTTURE ALBERGHIERE	PRESENZE STRUTTURE EXTRALBERGHIERE
<b>TOTALI</b>	3.690.471	446.879
<b>ITALIANI</b>	3.204.964	247.248
<b>STRANIERI</b>	485.507	199.631

<sup>10</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, Provveditorato Interregionale per le Opere Pubbliche di Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia, 2011, p. 12

Già a partire dall’inizio del nuovo millennio cominciarono a modificarsi gli equilibri legati al turismo all’interno della città: secondo un’indagine diffusa dall’Ente Bilaterale Turismo dell’Area Veneziana nel 2000 la relazione numerica tra turisti ed abitanti era di 54 turisti per ogni residente, e nel 2001 questo dato era leggermente aumentato a 57 turisti per ogni residente<sup>11</sup>. Tuttavia, secondo dati forniti nel rapporto *COSES 2008* riportati in “Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni”, nel 2001 il 91% delle abitazioni presenti nel centro storico erano occupate da residenti<sup>12</sup>.

Tabella 1.3 - Popolazione residenziale nel centro storico di Venezia e il flusso turistico nel 2001 [fonte: P. Gasparoli, “Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni”, 2014, p. 54]

POPOLAZIONE RESIDENTE	ARRIVI NEL SETTORE ALBERGHIERO	PRESENZE NEL SETTORE ALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA	ARRIVI NEL SETTORE EXTRALB.	PRESENZE NEL SETTORE EXTRALB.	PERMANENZA MEDIA
97.878	2.449.285	5.340.846	2,1 GIORNI	314.593	945.916	3 GIORNI

Il primo calo dei flussi turistici interessò tuttavia l’anno 2002 a causa dell’attentato terroristico dell’11 settembre 2001 avvenuto negli Stati Uniti d’America<sup>13</sup>, di fatto nel 2002 il rapporto fra turismo e residenti fu di 56 visitatori per ogni abitante<sup>14</sup>. Il totale di turisti escursionisti nella Venezia insulare nel 2002 fu di 11.075.000, di cui 1.712.000 dalla terraferma veneziana, 9.363.000 da fuori il comune veneziano<sup>15</sup>.

<sup>11</sup>A. Lenassi et al., *Le dinamiche del Turismo. Una finestra sulla provincia di Venezia*, Venezia, Ente Bilaterale Turismo dell’Area Veneziana, 2014, p. 26

<sup>12</sup>P. Gasparoli, F. Trovò, *Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni*, Pisa, Altralinea Edizioni s.r.l., 2014, p. 120

<sup>13</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, Provveditorato Interregionale per le Opere Pubbliche di Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia, 2011, p. 12

<sup>14</sup>A. Lenassi et al., *Le dinamiche del Turismo. Una finestra sulla provincia di Venezia*, Venezia, Ente Bilaterale Turismo dell’Area Veneziana, 2014, p. 26

<sup>15</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, Provveditorato Interregionale per le Opere Pubbliche di Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia, 2011, p. 40

Tabella 1.4 - Arrivi e presenze nelle strutture ricettive nel centro storico di Venezia nel 2002 [fonte: P. Gasparoli, “Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni”, 2014, p. 54]

ARRIVI SETTORE ALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE EXTRALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA	ARRIVI SETTORE EXTRALB.	PRESENZE SETTORE EXTRALB.	PERMANENZA MEDIA
2.386.434	4.973.007	2,1 GIORNI	335.222	1.060.318	3,2 GIORNI

In quell’anno, confrontando la spesa dei turisti e la spesa degli escursionisti, si ottengono i seguenti risultati: sommando gli arrivi dei turisti con gli arrivi degli escursionisti, gli arrivi dei turisti costituiscono il 25% del totale, mentre gli arrivi degli escursionisti il 75%; eppure risulta che i turisti spesero di più, ovvero il 60% del complessivo delle ricevute, rispetto agli escursionisti, che rappresentano il restante 40% dell’insieme delle ricevute<sup>16</sup>.

La tabella 1.5 riporta la suddivisione nelle diverse tipologie di spesa dei turisti e degli escursionisti di quell’anno, in percentuale:

Tabella 1.5 - La spesa dei turisti e degli escursionisti nel 2002 [fonte: W. Scheppe, “*Migropolis*”, pp. 532-533]

	TURISTI	ESCURSIONISTI
<b>ALLOGGI</b>	46%	-
<b>TRASPORTO PUBBLICO</b>	27%	55%
<b>RISTORAZIONE</b>	20%	32%
<b>SHOPPING</b>	4%	7%
<b>ATTIVITÀ RICREATIVE</b>	2%	4%
<b>ALTRE SPESE</b>	1%	2%

<sup>16</sup>W. Scheppe et al., *Migropolis: Venice / Atlas of a Global Situation*, Ostfildern, Hate Cantz Verlag, 2009, pp. 532-533

Secondo l'Ufficio di Piano, dal 2003 si ebbe una crescita delle presenze nella Venezia insulare che si distinse dalla tendenza storica degli anni precedenti. Il tasso di crescita medio annuo fino al 2003, fu del 1,77%, se calcolato rispetto ad un arco temporale che abbraccia gli anni tra il 1957 ed il 2009. Questo fu il risultato dell'aumento delle presenze nelle strutture ricettive collocate nella Venezia insulare. In quegli anni vi fu un cambiamento che concernette il vincolo normativo sulle destinazioni d'uso delle unità abitative e la disponibilità di unità abitative dismesse dall'uso residenziale, insieme ad una diffusione di voli aerei *low cost*<sup>17</sup>.

È possibile anche osservare il cambiamento della dinamica turistica paragonando il numero delle strutture ricettive: nel 2003 gli *hotels* sono 349, le strutture non-alberghiere 671. Sommando i letti di tutte le strutture ricettive nella città storica di Venezia, ve n'è 1 ogni 3 residenti, cifra che lascia intendere l'impatto del turismo a Venezia se paragonata alla media italiana di 1 letto per turista ogni 14 letti di residenti<sup>18</sup>.

Nel 2003 la relazione tra residenti e turisti è di 1 abitante ogni 60 turisti. Già l'anno successivo il confronto si attestava a 70 turisti per ogni abitante<sup>19</sup>.

Tabella 1.6 - Arrivi e presenze nelle strutture ricettive nel centro storico di Venezia nel 2003 [fonte: P. Gasparoli, "Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni", 2014, p. 54]

ARRIVI SETTORE ALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE EXTRALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA	ARRIVI SETTORE EXTRALB.	PRESENZE SETTORE EXTRALB.	PERMANENZA MEDIA
2.372.622	5.111.472	2,2 GIORNI	376.111	1.100.940	2,9 GIORNI

Tabella 1.7 - Arrivi e presenze nelle strutture ricettive nel centro storico di Venezia nel 2004 [fonte: P. Gasparoli, "Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni", 2014, p. 54]

<sup>17</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, Provveditorato Interregionale per le Opere Pubbliche di Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia, 2011, p. 12

<sup>18</sup>W. Scheppe et al., *Migropolis: Venice / Atlas of a Global Situation*, Ostfildern, Hate Cantz Verlag, 2009, p. 609

<sup>19</sup>A. Lenassi et al., *Le dinamiche del Turismo. Una finestra sulla provincia di Venezia*, Venezia, Ente Bilaterale Turismo dell'Area Veneziana, 2014, p. 26

ARRIVI SETTORE ALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE EXTRALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA	ARRIVI SETTORE EXTRALB.	PRESENZE SETTORE EXTRALB.	PERMANENZA MEDIA
2.549.384	5.518.466	2,2 GIORNI	469.225	1.411.607	3 GIORNI

I mesi estivi rimasero quelli preferiti per la visita della città storica veneziana. Nella tabella 1.8 si paragonano, in percentuale, il totale degli arrivi turistici ed il totale delle spese turistiche nei diversi mesi:

Tabella 1.8 - Distribuzione degli arrivi e della spesa turistica durante l'anno 2004 [fonte: W. Scheppe, "Migropolis", 2009, p. 542]

	% ARRIVI	% SPESE
<b>GENNAIO - FEBBRAIO - MARZO</b>	18,1%	16,9%
<b>APRILE - MAGGIO - GIUGNO</b>	27,8%	28,6%
<b>LUGLIO - AGOSTO - SETTEMBRE</b>	31,2%	32,5%
<b>OTTOBRE - NOVEMBRE - DICEMBRE</b>	22,9%	22%

Per l'anno 2005, gli escursionisti sono in totale 8.642.095<sup>20</sup>, mentre i dati i dati relativi alle strutture ricettive sono riportati nella tabella 1.9:

Tabella 1.9 - Arrivi e presenze nelle strutture ricettive nel centro storico di Venezia nel 2005 [fonte: P. Gasparoli, "Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni", 2014, p. 54]

ARRIVI SETTORE ALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE EXTRALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA	ARRIVI SETTORE EXTRALB.	PRESENZE SETTORE EXTRALB.	PERMANENZA MEDIA
2.682.597	5.957.070	2,2 GIORNI	555.026	1.713.363	3,1 GIORNI

<sup>20</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, Provveditorato Interregionale per le Opere Pubbliche di Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia, 2011, p. 40

Secondo il volume “*Migropolis*”, nel 2005 ogni abitante di Venezia avrebbe guadagnato 7,407 euro dal turismo, mentre ogni turista ha qui speso in media 139 euro. I turisti italiani che si spostarono a Venezia furono l’1% di tutto il turismo domestico in Italia; mentre per quanto riguarda il panorama del turismo mondiale, gli arrivi nella città rappresentarono il 7.1% di tutto il turismo internazionale giunto in territorio italico. Contemplando anche gli escursionisti, i visitatori che si recarono nella Venezia storica rappresentarono il 30.3% del turismo in tutta Italia. Ogni 100 residenti, vi furono più di 4,000 visitatori; ed il numero di turisti per ogni residente si attestò a 80<sup>21</sup>. Un’altra maniera di interpretare questa informazione è constatare che sul totale dei residenti, i visitatori giornalieri furono 44.700<sup>22</sup>.

Nella zona storica di Venezia, per quanto riguarda il rapporto tra turista\abitante e visitatore\abitante (dove per visitatore s’intende la somma totale dei turisti con la somma totale degli escursionisti), si osservano 52 turisti per abitante, nel secondo 234 visitatori per abitante. Analizzando la densità media di abitanti e turisti, per ogni 0,0000001 chilometro quadrato, si contavano 75 abitanti e 56 visitatori. Piazza di San Marco, definita “la vera area turistica” di Venezia, ovvero quella dove transitò la maggior parte dei turisti, corrisponde all’incirca al 6% dell’intero centro storico. Questa area è di 0,45 chilometri quadrati e per ogni 0,01 chilometro quadrato si contarono 993 visitatori. Il picco massimo si raggiunse durante il periodo di Carnevale, con 150,000 visitatori, facendo crescere di conseguenza il numero di visitatori per chilometro quadrato a 3,33<sup>23</sup>.

Nel 2006, i dati relativi alle strutture ricettive sono riportati nella tabella 1.10:

---

<sup>21</sup>A. Lenassi et al., *Le dinamiche del Turismo. Una finestra sulla provincia di Venezia*, Venezia, Ente Bilaterale Turismo dell’Area Veneziana, 2014, p. 26

<sup>22</sup>W. Scheppe et al., *Migropolis: Venice / Atlas of a Global Situation*, Ostfildern, Hate Cantz Verlag, 2009, pp. 516,-517, 519, 521, 616-617

<sup>23</sup>*Ivi*, pp. 630-631

Tabella 1.10 - Arrivi e presenze nelle strutture ricettive nel centro storico di Venezia nel 2006 [fonte: P. Gasparoli, “Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni”, 2014, p. 54]

ARRIVI SETTORE ALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE EXTRALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA	ARRIVI SETTORE EXTRALB.	PRESENZE SETTORE EXTRALB.	PERMANENZA MEDIA
2.880.405	6.439.660	2,2 GIORNI	615.755	1.805.494	2,9 GIORNI

Nel 2006 la proporzione tra turisti e residenti fu di 87 turisti ogni abitante<sup>24</sup>, ed i turisti escursionisti risultano essere 13.751.000<sup>25</sup>.

Nel 2007, per quanto riguarda la popolazione residenziale ed il flusso turistico, i dati sono riportati nelle tabelle sottostanti (tabella 1.11,

Tabella 1.11- Numero di residenti per sestiere nel centro storico Veneziano al 31\12\2007 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

SESTIERI	POPOLAZIONE AL 31\12\2008
S. MARCO - CASTELLO - S. ELENA - CANNAREGIO	36.491
DORSODURO - S. POLO- S. CROCE - GIUDECCA	24.264
TOTALE POPOLAZIONE NEI SESTIERI	60.755

Tabella 1.12 - Movimento demografico del centro storico di Venezia dal 01\01\2007 al 31\12\2007 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

<sup>24</sup>A. Lenassi et al., *Le dinamiche del Turismo. Una finestra sulla provincia di Venezia*, Venezia, Ente Bilaterale Turismo dell'Area Veneziana, 2014, p. 26

<sup>25</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, Provveditorato Interregionale per le Opere Pubbliche di Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia, 2011, p. 40

<b>NATI</b>	440
<b>MORTI</b>	911
<b>IMMIGRATI</b>	1282
<b>EMIGRATI</b>	945
<b>IMMIGRATI INTERNI</b>	894
<b>EMIGRATI INTERNI</b>	1502
<b>ISCRITTI UFFICIALMENTE</b>	123
<b>CANCELLATI UFFICIALMENTE</b>	237

Confrontando questo dato con quanto riportato nella tabella 1.1, si può osservare come sia calata la popolazione residente nell'arco di 7 anni: ogni anno il centro storico perde abitanti senza che le nascite o gli immigrati riescano a contrastare le morti e gli emigrati alla base della diminuzione della popolazione residente.

A partire dal 2007, il Comune di Venezia pubblica annualmente l'”Annuario del Turismo”, con lo scopo di fornire dati sul settore, suddividendo il Comune veneziano in tre frazioni: città storica, Lido, Mestre-Marghera. Per l'anno sopra menzionato, nella città storica gli arrivi e presenze sono riportati nella tabella 1.13, mentre la situazione delle strutture ricettive nella tabella 1.14:

Tabella 1.13 - Arrivi e presenze straniere ed italiane nel centro storico di Venezia nel 2007 e relativa presenza media [fonte: Comune di Venezia, Annuario del Turismo 2011, 2012, pp. 16-17]

<b>ARRIVI STRANIERI</b>	<b>PRESENZE STRANIERI</b>	<b>PRESENZA MEDIA STRANIERI</b>	<b>ARRIVI ITALIANI</b>	<b>PRESENZE ITALIANI</b>	<b>PRESENZA MEDIA ITALIANI</b>	<b>PRESENZA MEDIA TOTALE</b>
1.893.000	5.131.000	2,71 GIORNI	272.000	745.000	2,73 GIORNI	2,71 GIORNI

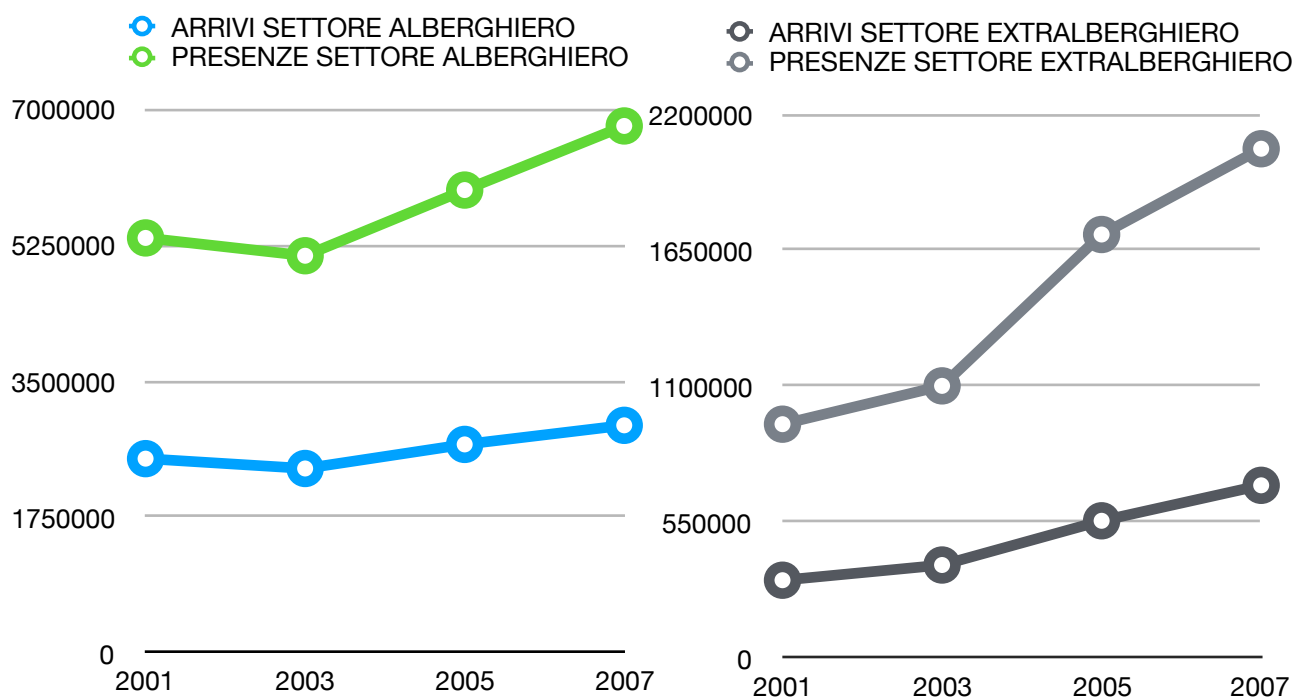
Tabella 1.14 - Situazione delle strutture ricettive nel centro storico di Venezia nel 2007 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2011”, 2012, p.18]



ARRIVI SETTORE ALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE ALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA	ARRIVI SETTORE EXTRALB.	PRESENZE SETTORE EXTRALB.	PERMANENZA MEDIA
1.686.000	4.375.000	2,6 GIORNI	480.000	1.500.000	3,13 GIORNI

Secondo l'Ente Bilaterale del Turismo dell'Area Veneziana, si può dire che per ogni abitante presente, vi furono 97 turisti<sup>26</sup>.

Figura 1.15 - Confronto grafico tra le tipologie di attività ricettive nel centro storico di Venezia tra il 2001 ed il 2007 [fonte: Ufficio di Piano, "Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico", 2011, p. 20]



Tra il 2001 ed il 2007, stando a stime riportate dall'Ufficio di Piano, le presenze dei turisti pernottanti nelle strutture ricettive dell'area insulare di Venezia ebbero, in variazione percentuale, un aumento complessivo del 4,0 nelle strutture alberghiere e del 19,7 nelle strutture extra-alberghiere<sup>27</sup>.

<sup>26</sup>A. Lenassi et al., *Le dinamiche del Turismo. Una finestra sulla provincia di Venezia*, Venezia, Ente Bilaterale Turismo dell'Area Veneziana, 2014, p. 26

<sup>27</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, Provveditorato Interregionale per le Opere Pubbliche di Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia, 2011, p. 17

Nel 2007, per quanto riguarda il settore immobiliare, negli ultimi sei mesi, il 30% delle case in vendita nel centro storico di Venezia vennero comprate da europei, ed un ulteriore 5% venne comprato da extracomunitari. È stato inoltre constatato che queste proprietà vennero poi utilizzate solo un paio di fine settimana durante l'anno. Queste operazioni commerciali resero il mercato degli immobili del centro storico il più caro in tutta Italia. Un'altra tipologia di compravendita, che tocca nuovamente interessi stranieri, nello specifico cinesi, riguarda il fatto che quest'ultimi acquisirono la maggior parte dei punti di ristoro locali<sup>28</sup>.

La tabella 1.16 mostra il valore economico dei locali in base alla fruizione ed alla zona: nel 2007:

Tabella 1.16 - Prezzi minimi e massimi in euro per metro quadrato (€/mq) dei vari locali in base al sestiere di riferimento ed alla funzione [fonte: W. Scheppe, "Migropolis", 2009, p. 295]

SESTIERE	APPARTAMENTO (€ \mq)	NEGOZIO (€/mq)
SAN MARCO	8.000 - 12.000	13.000 - 20.000
CANNAREGIO	4000 - 5.500	5.400 - 5.800
CASTELLO	3.800 - 5.000	4.000 - 4.800
SANTA CROCE	4.000 - 5.500	4.000 - 4.800
DORSODURO	4.200 - 6.500	5.000 - 6.000
SAN POLO	4.000 - 5.200	4.500 - 5.000
GIUDECCA	2.800 - 3.500	4.000 - 6.500

Tra il 2001 ed il 2007 l'Ufficio di Piano, stimò che le abitazioni lasciate libere dai residenti furono 1.725, e che le strutture a ricettività familiare aumentarono di 925 unità<sup>29</sup>.

Il Rapporto dell'Osservatorio Casa del 2007 del Comune di Venezia attestava che, ad inizio anno, gli alloggi destinati ad uso turistico nel centro storico erano 1.227, sottolineando

<sup>28</sup>W. Scheppe et al., *Migropolis: Venice / Atlas of a Global Situation*, Ostfildern, Hate Cantz Verlag, 2009, p. 294

<sup>29</sup>P. Gasparoli, F. Trovò, *Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni*, Pisa, Altralinea Edizioni s.r.l., 2014, p. 119

come questo incremento stesse riducendo il numero degli alloggi destinati al mercato privato delle abitazioni in affitto.

Per quanto riguarda il quinquennio 2003-2007, l'Ufficio di Piano riporta che nel 2007, il 70% della capacità ricettiva, sia alberghiera che extralberghiera, era focalizzata nei sestieri di Cannaregio, San Marco e Castello.

#### 1.1.2 IL CALO DEL 2008 E LA RIPRESA

L'anno 2008 è contrassegnato dal secondo calo nel settore del turismo (a livello di arrivi, presenze nella città storica e nelle sue strutture ricettive) che comincerà a riprendersi concretamente a partire dal biennio 2010-2011. Dopo il calo del 2008, infatti, dovuto alla negativa situazione economica internazionale, tradottasi in una riduzione del reddito pro-capite<sup>30</sup>; si ebbe a Venezia una stabilizzazione del settore turistico nel 2009, seguito da un progressivo recupero nel 2010 ed una nuova crescita a partire dal 2011-2012<sup>31</sup>.

Nel 2008 i numeri demografici e turistici furono questi che seguono (tabella 1.17, tabella 1.18, tabella 1.19, tabella 1.20)

Tabella 1.17 - Numero di residenti per sestiere nel centro storico Veneziano al 31\12\2008  
[fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

SESTIERI	POPOLAZIONE AL 31\12\2008
S. MARCO - CASTELLO - S. ELENA - CANNAREGIO	36.313
DORSODURO - S. POLO- S. CROCE - GIUDECCA	23.881
TOTALE POPOLAZIONE NEI SESTIERI	60.311

<sup>30</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, Provveditorato Interregionale per le Opere Pubbliche di Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia, 2011, p. 12

<sup>31</sup>Comune di Venezia, *Annuario Turismo 2012*, Venezia, CPM Editoria per la comunicazione, 2013, pp. 20-21-79

Tabella 1.18 - Movimento demografico del centro storico di Venezia dal 01\01\2008 al 31\12\2008 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

<b>NATI</b>	456
<b>MORTI</b>	887
<b>IMMIGRATI</b>	1333
<b>EMIGRATI</b>	873
<b>IMMIGRATI INTERNI</b>	1034
<b>EMIGRATI INTERNI</b>	1460
<b>ISCRITTI UFFICIALMENTE</b>	151
<b>CANCELLATI UFFICIALMENTE</b>	198

Tabella 1.19 - Arrivi e presenze straniere ed italiane nel centro storico di Venezia nel 2008 e relativa permanenza media [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2012”, 2013, pp. 19.20]

ARRIVI STRANIERI	PRESENZE STRANIERI	PRESENZA MEDIA STRANIERI	ARRIVI ITALIANI	PRESENZE ITALIANI	PRESENZA MEDIA ITALIANI	PRESENZA MEDIA TOTALE
1.790.000	4.894.000	2,73 GIORNI	285.000	782.000	2,75 GIORNI	2,74 GIORNI

Tabella 1.20 - Situazione delle strutture ricettive nel centro storico di Venezia nel 2008 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2012”, 2013, p. 21]

ARRIVI SETTORE ALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE ALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA	ARRIVI SETTORE EXTRALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE EXTRALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA
1.613.000	4.070.000	2,52 GIORNI	462.000	1.607.000	3,48 GIORNI

Benché i turisti pernottanti nella Venezia insulare furono maggiori rispetto l'anno precedente, salendo a quota 7.008.900, quelli escursionisti diminuirono, fermandosi a 12.541.400<sup>32</sup>.

Sul sito *COSES* viene offerto un link per un articolo del 14 agosto 2008 del "Corriere del Veneto" che riporta i seguenti dati per quanto riguarda il turismo nella città di Venezia dell'anno precedente (tabella 1.21):

Tabella 1.21 - Tipologia di turismo e movimento di persone nella città storica di Venezia nel 2007 [fonte: <http://coses.comune.venezia.it/stampa/16.pdf>]

<b>PENDOLARI AL GIORNO</b>	25.000
<b>POTENZIALI CLIENTI GIORNALIERI DEI TAXI VENEZIANI</b>	113.000
<b>TURISTI TRANSITANTI PER LA STAZIONE FERROVIARIA DI SANTA LUCIA</b>	8.467.000
<b>ARRIVI TRAMITE AUTOBUS</b>	2.699.000
<b>ARRIVI TRAMITE AUTOBUS DI LINEA</b>	1.830.000
<b>TURISTI CHE USUFRIRONO DEL PARK DI PIAZZALE ROMA</b>	1.019.000
<b>ARRIVI TRAMITE CROCIERE</b>	1.278.000

Stando a quanto riportato nel 2007 il numero complessivo delle persone non residenti che giungevano nella città storica di Venezia era più del doppio dei residenti.

Nel 2008 il rapporto tra residenti e presenze fu, facendo riferimento all'indagine dell'Ente Bilaterale Turismo dell'Area Veneziana, di 94 turisti per ogni abitante<sup>33</sup>. Il medesimo studio riporta come, nel sestiere di San Marco di quell'anno, si contavano 7 esercizi di strutture ricettive ogni 100 abitazioni<sup>34</sup>.

<sup>32</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, Provveditorato Interregionale per le Opere Pubbliche di Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia, 2011, p. 41

<sup>33</sup>A. Lenassi et al., *Le dinamiche del Turismo. Una finestra sulla provincia di Venezia*, Venezia, Ente Bilaterale Turismo dell'Area Veneziana, 2014, p. 26

<sup>34</sup>*Ivi*, p. 29

Nel 2009 i movimenti demografici dell'area storica di Venezia furono i seguenti (tabella 1.22, tabella 1.23, tabella 1.24, tabella 1.25):

Tabella 1.22 - Numero di residenti per sestiere nel centro storico Veneziano al 31\12\2009  
[fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

SESTIERI	POPOLAZIONE AL 31\12\2009
S. MARCO - CASTELLO - S. ELENA - CANNAREGIO	36.061
DORSODURO - S. POLO- S. CROCE - GIUDECCA	23.881
TOTALE POPOLAZIONE NEI SESTIERI	59.942

Tabella 1.23 - Movimento demografico del centro storico di Venezia dal 01\01\2009 al 31\12\2009 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

<b>NATI</b>	435
<b>MORTI</b>	872
<b>IMMIGRATI</b>	1315
<b>EMIGRATI</b>	884
<b>IMMIGRATI INTERNI</b>	1014
<b>EMIGRATI INTERNI</b>	1332
<b>ISCRITTI UFFICIALMENTE</b>	141
<b>CANCELLATI UFFICIALMENTE</b>	186

Per quanto riguarda la quantità di arrivi e presenze nella città storica e la situazione delle strutture ricettive, così furono nel 2009:

Tabella 1.24 - Arrivi e presenze straniere ed italiane nel centro storico di Venezia nel 2009 e relativa presenza media [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2012”, 2013, pp. 19-20]

ARRIVI STRANIERI	PRESENZE STRANIERI	PRESENZA MEDIA STRANIERI	ARRIVI ITALIANI	PRESENZE ITALIANI	PRESENZA MEDIA ITALIANI	PRESENZA MEDIA TOTALE
1.789.000	4.871.000	2,72 GIORNI	307.000	856.000	2,79 GIORNI	2,73 GIORNI

Tabella 1.25 - Situazione delle strutture ricettive nel centro storico di Venezia nel 2009 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2012, 2013”, p. 21]

ARRIVI SETTORE ALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE ALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA	ARRIVI SETTORE EXTRALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE EXTRALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA
1.638.000	4.175.000	2,55 GIORNI	458.000	1.552.000	3,39 GIORNI

Nel 2009, per ogni residente, vi furono 96 turisti<sup>35</sup>.

Un altro elemento che permette di monitorare il settore del turismo a Venezia è la piattaforma *Airbnb*, lanciata nell’ottobre 2007. Federalberghi riporta che, gli alloggi resi disponibili nella città veneziana risultarono essere 8 nell’anno 2009<sup>36</sup>. Questo dato cambierà drasticamente già a partire dall’anno seguente, in quanto la medesima immagine riporta che il numero di strutture ricettive su *Airbnb* è di 171<sup>37</sup>.

I movimenti turistici e residenziali nella città storica di Venezia nel 2010 vengono illustrate nelle tabelle di seguito: (tabella 1.26, tabella 1.27, tabella 1.28, tabella 1.29):

<sup>35</sup>A. Lenassi et al., *Le dinamiche del Turismo. Una finestra sulla provincia di Venezia*, Venezia, Ente Bilaterale Turismo dell’Area Veneziana, 2014, p. 26

<sup>36</sup>Federalberghi et al., *Sommerso Turistico e affitti brevi, le bugie della sharing economy a confronto con i dati reali*, Roma, Edizioni ISTA, 2016, p. 8

<sup>37</sup>*ibidem*

Tabella 1.26 - Numero di residenti per sestiere nel centro storico Veneziano al 31\12\2010

[fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

SESTIERI	POPOLAZIONE AL 31\12\2010
S. MARCO - CASTELLO - S. ELENA - CANNAREGIO	35.832
DORSODURO - S. POLO- S. CROCE - GIUDECCA	24.264
TOTALE POPOLAZIONE NEI SESTIERI	59.621

Tabella 1.27 - Movimento demografico del centro storico di Venezia dal 01\01\2010 al

31\12\2010 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

<b>NATI</b>	406
<b>MORTI</b>	891
<b>IMMIGRATI</b>	783
<b>EMIGRATI</b>	475
<b>IMMIGRATI INTERNI</b>	908
<b>EMIGRATI INTERNI</b>	1207
<b>ISCRITTI UFFICIALMENTE</b>	93
<b>CANCELLATI UFFICIALMENTE</b>	166

Tabella 1.28 - Arrivi e presenze straniere ed italiane nel centro storico di Venezia nel 2010 e relativa presenza media [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2012”, 2013, pp. 19-20]



ARRIVI STRANIERI	PRESENZE STRANIERI	PRESENZA MEDIA STRANIERI	ARRIVI ITALIANI	PRESENZE ITALIANI	PRESENZA MEDIA ITALIANI	PRESENZA MEDIA TOTALE
1.957.000	4.989.000	2,55 GIORNI	294.000	772.000	2,62 GIORNI	2,56 GIORNI

Tabella 1.29 - Arrivi e presenze nelle strutture ricettive nel centro storico di Venezia nel 2010 [fonte: Comune di Venezia, "Annuario del Turismo 2012", p. 21]

ARRIVI SETTORE ALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE ALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA	ARRIVI SETTORE EXTRALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE EXTRALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA
1.769.742	4.241.000	2,40 GIORNI	481.000	1.520.000	3,16 GIORNI

Nell'anno considerato, la relazione numerica tra presenze e turisti è di 97 turisti per ogni abitante<sup>38</sup>.

Nel 2011 i dati relativi ai flussi turistici ed all'andamento dei residenti nel centro storico sono riportati nelle tabelle sottostanti (tabella 1.30, tabella 1.31, tabella 1.32, tabella 1.33, tabella 1.34):

Tabella 1.30 - Numero di residenti per sestiere nel centro storico Veneziano al 31\12\2011 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

SESTIERI	POPOLAZIONE AL 31\12\2011
S. MARCO - CASTELLO - S. ELENA - CANNAREGIO	35.406
DORSODURO - S. POLO- S. CROCE - GIUDECCA	23.585
TOTALE POPOLAZIONE NEI SESTIERI	58.991

<sup>38</sup>A. Lenassi et al., *Le dinamiche del Turismo. Una finestra sulla provincia di Venezia*, Venezia, Ente Bilaterale Turismo dell'Area Veneziana, 2014, p. 26

Tabella 1.31 - Movimento demografico del centro storico di Venezia dal 01\01\2011 al 31\12\2011 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

<b>NATI</b>	421
<b>MORTI</b>	889
<b>IMMIGRATI</b>	1104
<b>EMIGRATI</b>	883
<b>IMMIGRATI INTERNI</b>	951
<b>EMIGRATI INTERNI</b>	1282
<b>ISCRITTI UFFICIALMENTE</b>	83
<b>CANCELLATI UFFICIALMENTE</b>	139

Tabella 1.32 - Arrivi e presenze straniere ed italiane nel centro storico di Venezia nel 2011 e relativa presenza media [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2012”, 2013, pp. 19-20]

<b>ARRIVI STRANIERI</b>	<b>PRESENZE STRANIERI</b>	<b>PRESENZA MEDIA STRANIERI</b>	<b>ARRIVI ITALIANI</b>	<b>PRESENZE ITALIANI</b>	<b>PRESENZA MEDIA ITALIANI</b>	<b>PRESENZA MEDIA TOTALE</b>
2.197.000	5.438.000	2,50 GIORNI	304.000	744.000	2,45 GIORNI	2,49 GIORNI

Tabella 1.33 - Situazione delle strutture ricettive nel centro storico di Venezia nel 2011 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2012”, 2013, p. 21]

ARRIVI SETTORE ALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE ALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA	ARRIVI SETTORE EXTRALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE EXTRALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA
1.947.000	4.595.000	2,36 GIORNI	554.000	1.632.000	2,95 GIORNI

Tabella 1.34 - Categorie di attività ricettive nel 2011 nel centro storico di Venezia [Comune di Venezia, “Annuario Turismo 2011”, 2012, p. 30]

TIPOLOGIA DI STRUTTURA RICETTIVA	UNITÀ COMPLESSIVE
<b>ALBERGHI 5 STELLE\ 5 STELLE DI LUSSO</b>	18
<b>ALBERGHI 4 STELLE</b>	63
<b>ALBERGHI 3 STELLE</b>	107
<b>ALBERGHI 2 STELLE</b>	46
<b>ALBERGHI 1 STELLA</b>	39
<b>RESIDENCE TURISTICO - ALBERGHIERO</b>	1
<b>AFFITTACAMERE</b>	281
<b>UNITÀ ABITATIVE</b>	1.225
<b>BED&amp;BREAKFASTS</b>	252
<b>OSTELLI-CASE RELIGIOSE DI OSPITALITÀ-SOGGIORNI STUDIO-CASE PER FERIE</b>	25
<b>FORESTERIE</b>	6
<b>RESIDENCES</b>	11

Nel volume “Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni” si riporta che per quanto concerne la popolazione residenti in Centro Storico, tra il 2001-2011 si ebbe un decremento di quest’ultima del 1,08%<sup>39</sup>. Nel 2011 si stimava che la

<sup>39</sup>P. Gasparoli, F. Trovò, *Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni*, Pisa, Altralinea Edizioni s.r.l., 2014, p. 120

popolazione giornaliera presente effettivamente nel territorio Venezia insulare fosse composta per il 48% da residenti, il 29% da turisti pernottanti e turisti escursionisti ed il 23% da coloro che non rientravano nelle precedenti categorie: gli abitanti della laguna veneziana quotidianamente erano inferiori numericamente a coloro che in generale non erano residenti; e che rispetto ai turisti, nello specifico, giornalmente quest'ultimi erano in quantitativamente il corrispettivo della metà dei residenti<sup>40</sup>.

Il numero degli *Airbnb* crebbe nel frattempo a 649, triplicando rapidamente il numero di alloggi disponibili<sup>41</sup>.

L'Ente Bilaterale Turismo dell'Area Veneziana riporta che nel 2011 Venezia era il primo *home port* del Mediterraneo, il terzo porto passeggeri in Europa e l'undicesimo nel mondo. Dal 1997 al 2011 il porto di Venezia registrò un'impennata del 496,57%. I passeggeri delle crociere movimentati nel 2011 furono 1.786.416, cifra che equivale ad un incremento del 10,48% rispetto al 2010. Nel 2011 il *Venezia Terminal Passeggeri* raggiunse il record di 2.248.453 passeggeri globali<sup>42</sup>.

Nel 2011, per quanto riguarda i flussi turistici, nonostante si registrarono numeri positivi anche nel trimestre estivo, i mesi più gettonati furono quelli di Aprile, Maggio, Settembre e Ottobre<sup>43</sup>.

Nel quinquennio 2008-2012 le strutture di alloggio preferite sia da stranieri che da italiani furono gli alberghi, subendo però un declino che al contrario non ebbe il medesimo effetto nelle strutture extralberghiere, la cui permanenza media complessiva si attestò ai 3 giorni<sup>44</sup>. Tra il 2002 ed il 2012 si assistette nella Venezia insulare ad una crescita dell'offerta ricettiva (tabella 1.33).

---

<sup>40</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, Provveditorato Interregionale per le Opere Pubbliche di Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia, 2011, p. 4

<sup>41</sup>Federalberghi et al., *Sommerso Turistico e affitti brevi, le bugie della sharing economy a confronto con i dati reali*, Roma, Edizioni ISTA, 2016, p. 8

<sup>42</sup>A. Lenassi et al., *Le dinamiche del Turismo. Una finestra sulla provincia di Venezia*, Ente Bilaterale Turismo dell'Area Veneziana, 2014, p. 52

<sup>43</sup>Comune di Venezia, *Annuario Turismo 2012*, Venezia, CPM Editoria per la comunicazione, 2013, p. 80

<sup>44</sup>*Ivi*, p.39

Tabella 1.35 - Variazione percentuale della quantità di strutture ricettive tra il 2002 ed il 2012, per tipologia [fonte: P. Gasparoli, “Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni”, 2014, p. 114]

SETTORE	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	02
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	12
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Alberghiero	4,8	0,9	2,3	2,7	6,0	2,4	2,8	3,1	2,6	1,8	33,5
Extra-alberghiero	22,4	10,8	27,2	23,4	45,2	9,3	11,2	-3,9	9,4	13,3	37,4

Il settore extralberghiero è quello che mostra un *trend* in crescita più marcato rispetto quello alberghiero.

Nel 2012 i numeri relativi al turismo ed ai residenti sono i seguenti: (tabella 1.36, abella 1.37, tabella 1.3

Tabella 1.36 - Numero di residenti per sestiere nel centro storico Veneziano al 31\12\2012 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

SESTIERI	POPOLAZIONE AL 31\12\2012
S. MARCO - CASTELLO - S. ELENA - CANNAREGIO	34.910
DORSODURO - S. POLO- S. CROCE - GIUDECCA	23.305
TOTALE POPOLAZIONE NEI SESTIERI	58.215

Tabella 1.37 - Movimento demografico del centro storico di Venezia dal 01\01\2012 al 31\12\2012 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

<b>NATI</b>	364
<b>MORTI</b>	880
<b>IMMIGRATI</b>	1233
<b>EMIGRATI</b>	1134
<b>IMMIGRATI INTERNI</b>	1213
<b>EMIGRATI INTERNI</b>	1520
<b>ISCRITTI UFFICIALMENTE</b>	80
<b>CANCELLATI UFFICIALMENTE</b>	135

Confrontando la tabella 1.1 con la tabella 1.37, il periodo 2000\2006 perde più residenti che il periodo 2007\2012, ed in questo quinquennio gli scostamenti sono meno evidenti che nel primo periodo menzionato.

Tabella 1.31 - Arrivi e presenze straniere ed italiane nel centro storico di Venezia nel 2012 e relativa presenza media [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2012”, 2013, pp. 19-20]

ARRIVI STRANIERI	PRESENZE STRANIERI	PRESENZA MEDIA STRANIERI	ARRIVI ITALIANI	PRESENZE ITALIANI	PRESENZA MEDIA ITALIANI	PRESENZA MEDIA TOTALE
2.201.000	5.507.000	2,50 GIORNI	284.000	714.000	2,51 GIORNI	2,50 GIORNI

Tabella 1.32 - Arrivi e presenze nelle strutture ricettive nel centro storico di Venezia nel 2012 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2012”, 2013, p. 21]

ARRIVI SETTORE ALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE ALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA	ARRIVI SETTORE EXTRALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE EXTRALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA
1.904.000	4.452.000	2,364 GIORNI	581.000	1.770.000	3,05 GIORNI

Tabella 1.33 - Categorie di attività ricettive nel 2011 nel centro storico di Venezia [Comune di Venezia, “Annuario Turismo 2012”, 2013, pp. 33-34]

<b>TIPOLOGIA DI STRUTTURA RICETTIVA</b>	<b>UNITÀ COMPLESSIVE</b>
<b>ALBERGHI 5 STELLE\ 5 STELLE DI LUSO</b>	18
<b>ALBERGHI 4 STELLE</b>	67
<b>ALBERGHI 3 STELLE</b>	112
<b>ALBERGHI 2 STELLE</b>	43
<b>ALBERGHI 1 STELLA</b>	38
<b>RESIDENCE TURISTICO - ALBERGHIERO</b>	1
<b>AFFITTACAMERE</b>	278
<b>UNITÀ ABITATIVE</b>	1.442
<b>BED&amp;BREAKFASTS</b>	274
<b>OSTELLI-CASE RELIGIOSE DI OSPITALITÀ-SOGGIORNI STUDIO-CASE PER FERIE</b>	25
<b>FORESTERIE</b>	6
<b>RESIDENCES</b>	15

La quantità degli *Airbnb* si può affermare raddoppiò a 1.289 alloggi<sup>45</sup>.

Secondo l’Ente Bilaterale Turismo dell’Area Veneziana, tramite rielaborazione di dati dell’Università Ca’ Foscari, nel 2012 un turista stanziale in media spese 134 euro al giorno, mentre un escursionista ne sborsò mediamente 63.

Confrontando i prezzi degli alloggi, per quanto riguarda le camere doppie con bagno, in media il prezzo minimo è di 192 euro, arrivando ad una media massima di 1.124 euro<sup>46</sup>.

I turisti stranieri rappresentarono tra il 2008 ed il 2012 l’80% dell’intero mercato turistico.

Il picco di turisti si registrò nei mesi di Giugno, Luglio e Agosto, indipendentemente che quest’ultimo fossero italiani o stranieri<sup>47</sup>.

<sup>45</sup>Federalberghi et al., *Sommerso Turistico e affitti brevi, le bugie della sharing economy a confronto con i dati reali*, Roma, Edizioni ISTA, 2016, p. 8

<sup>46</sup>A. Lenassi et al., *Le dinamiche del Turismo. Una finestra sulla provincia di Venezia*, Venezia, Ente Bilaterale Turismo dell’Area Veneziana, 2014, p. 32

<sup>47</sup>Comune di Venezia, *Annuario Turismo 2012*, Venezia, CPM Editoria per la comunicazione, 2013, p. 79

Figura 1.34 - Confronto tra gli arrivi, le presenze e la popolazione dal 2008 al 2012 nel centro storico di Venezia [fonte: Comune di Venezia]

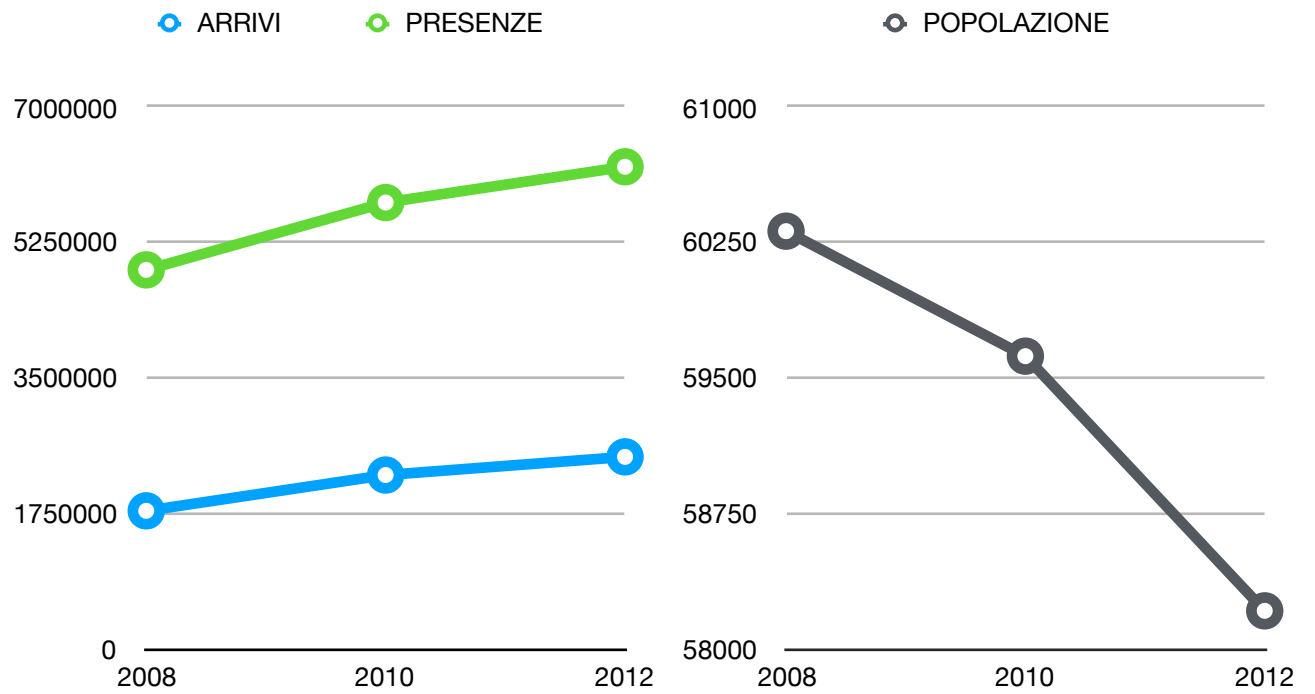
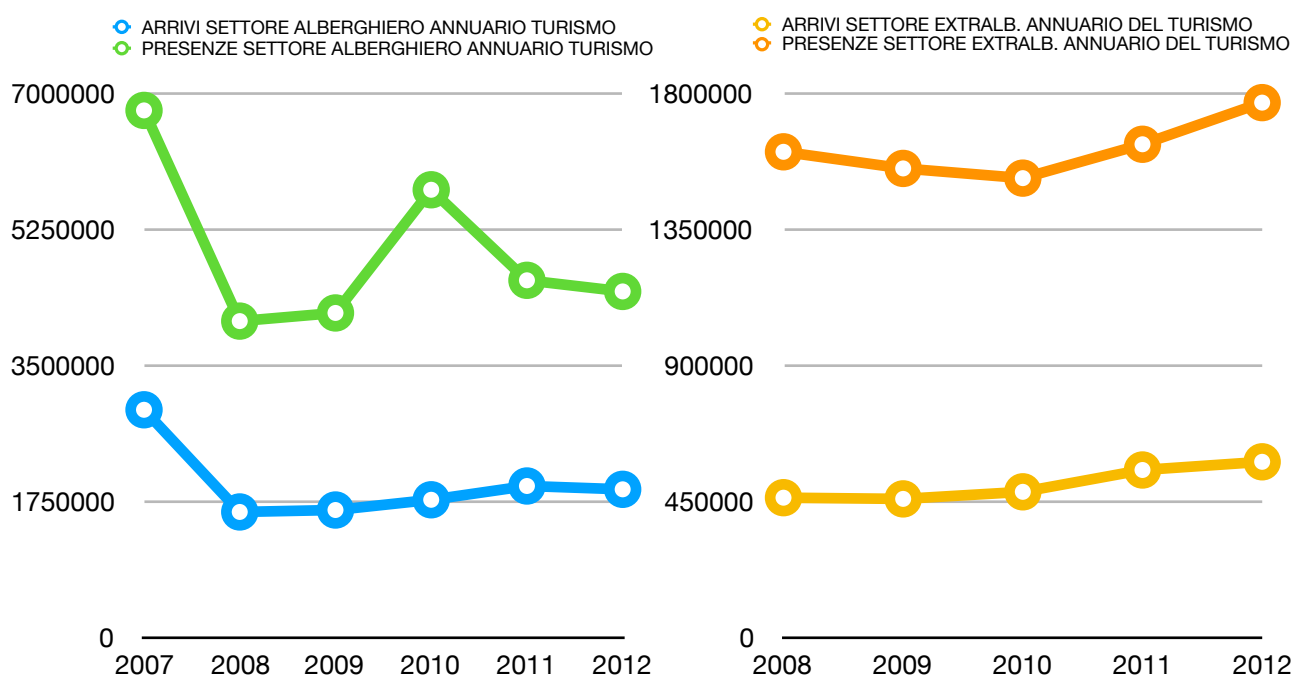




Figura 1.35 - Confronto grafico tra le tipologie di attività ricettive nel centro storico di Venezia tra il 2008 ed il 2012 [fonte: Comune di Venezia]



In generale, il 2012 si chiude con una modesta flessione rispetto all'anno precedente, di poco superiore all'1%<sup>48</sup>.

<sup>48</sup>Comune di Venezia, *Annuario Turismo 2012*, Venezia, CPM Editoria per la comunicazione, 2013, p. 79

### 1.1.3 DAL 2013 ALLA CONTEMPORANEITÀ

Il flusso turistico dell'anno 2013, rispetto all'anno precedente, ebbe un aumento in termini di arrivi del 1,93% e delle presenze del 2,89%; paragonandolo all'anno 2011, si registrò un incremento degli arrivi del 1,29% e delle presenze di 2,80%.

Tra il 2011 ed il 2013 si assistette ad un incremento nei pernottamenti, in seguito all'avvenuta ripresa rispetto all'anno 2012: negli alberghi si ebbe una crescita del 1,99% negli arrivi e del 1,52% nelle presenze. Nelle strutture extralberghiere gli arrivi aumentarono del 1,73% e le presenze del 6,34%<sup>49</sup>.

Anche nel 2013 sussistette il *trend* per cui gli alberghi ebbero più ospiti rispetto al settore extralberghiero, che però continuò a registrare permanenze più lunghe.

Nel 2013 gli stranieri aumentarono fino a rappresentare l'85% dell'intero mercato turistico. I pernottamenti presentarono il seguente trend: per gli stranieri, il trimestre in cui si registrano il maggior numero è quello di Luglio, Agosto e Settembre, con Luglio come mese *clou*.

Per quanto riguarda gli italiani, sia nel 2012 che nel 2013, le loro presenze furono maggiori nel quarto trimestre e i due mesi con il maggior numero di pernottamenti sono Aprile e Novembre<sup>50</sup>.

Nel 2013 il flusso demografico e turistico è riportato nelle tabelle di seguito (tabella 1.36, tabella 1.37, tabella 1.38, tabella 1.39, tabella 1.40):

---

<sup>49</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, 2011, p. 13

<sup>50</sup>Comune di Venezia, *Annuario del Turismo 2013*, Venezia, CPM Editoria per la comunicazione, 2014, p. 17

Tabella 1.36 - Numero di residenti per sestiere nel centro storico Veneziano al 31\12\2013

[fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

SESTIERI	POPOLAZIONE AL 31\12\2013
S. MARCO - CASTELLO - S. ELENA - CANNAREGIO	34.926
DORSODURO - S. POLO- S. CROCE - GIUDECCA	22.657
TOTALE POPOLAZIONE NEI SESTIERI	56.683

Tabella 1.37 - Movimento demografico del centro storico di Venezia dal 01\01\2013 al

31\12\2013 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

<b>NATI</b>	330
<b>MORTI</b>	878
<b>IMMIGRATI</b>	1060
<b>EMIGRATI</b>	869
<b>IMMIGRATI INTERNI</b>	980
<b>EMIGRATI INTERNI</b>	1266
<b>ISCRITTI UFFICIALMENTE</b>	104
<b>CANCELLATI UFFICIALMENTE</b>	996
<b>RIPRISTINI</b>	3

Tabella 1.38 - Arrivi e presenze straniere ed italiane nel centro storico di Venezia nel 20123e relativa presenza media [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2013”, 2014, pp. 26-27]

ARRIVI STRANIERI	PRESENZE STRANIERI	PRESENZA MEDIA STRANIERI	ARRIVI ITALIANI	PRESENZE ITALIANI	PRESENZA MEDIA ITALIANI	PRESENZA MEDIA TOTALE
2.241.000	5.652.000	2,52 GIORNI	292.000	749.000	2,56 GIORNI	2,53 GIORNI

Tabella 1.39 - Arrivi e presenze nelle strutture ricettive nel centro storico di Venezia nel 2013 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2013”, 2014, p. 28]

ARRIVI SETTORE ALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE ALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA	ARRIVI SETTORE EXTRALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE EXTRALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA
1.942.000	4.520.000	2,33 GIORNI	591.000	1.822.000	3,19 GIORNI

Tabella 1.40 - Categorie di attività ricettive nel 2013 nel centro storico di Venezia [Comune di Venezia, “Annuario Turismo 2013”, 2014, pp. 41-42]

TIPOLOGIA DI STRUTTURA RICETTIVA	UNITÀ COMPLESSIVE
ALBERGHI 5 STELLE\ 5 STELLE DI LUSSO	19
ALBERGHI 4 STELLE	72
ALBERGHI 3 STELLE	111
ALBERGHI 2 STELLE	43
ALBERGHI 1 STELLA	38
RESIDENCE TURISTICO - ALBERGHIERO	1
AFFITTACAMERE	282
UNITÀ ABITATIVE	1.641
BED&BREAKFASTS	275
OSTELLI-CASE RELIGIOSE DI OSPITALITÀ-SOGGIORNI STUDIO-CASE PER FERIE	26
FORESTERIE	8
RESIDENCES	16

Il numero di alloggi *Airbnb* risultò essere 2.166<sup>51</sup>.

Nel 2014 i numeri relativi a residenti e turisti seguono nella tabelle sottostanti (tabella 1.41, tabella 1.42, tabella 1.43, tabella 1.44, tabella 1.45):

<sup>51</sup>Federalberghi et al., *Sommerso Turistico e affitti brevi, le bugie della sharing economy a confronto con i dati reali*, Roma, Edizioni ISTA, 2016, p. 8

Tabella 1.41 - Numero di residenti per sestiere nel centro storico Veneziano al 31\12\2014  
 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

SESTIERI	POPOLAZIONE AL 31\12\2014
S. MARCO - CASTELLO - S. ELENA - CANNAREGIO	33.839
DORSODURO - S. POLO- S. CROCE - GIUDECCA	22.472
TOTALE POPOLAZIONE NEI SESTIERI	56.311

Tabella 1.42 - Movimento demografico del centro storico di Venezia dal 01\01\2014 al 31\12\2014 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

<b>NATI</b>	363
<b>MORTI</b>	886
<b>IMMIGRATI</b>	1014
<b>EMIGRATI</b>	812
<b>IMMIGRATI INTERNI</b>	1257
<b>EMIGRATI INTERNI</b>	1461
<b>ISCRITTI UFFICIALMENTE</b>	188
<b>CANCELLATI UFFICIALMENTE</b>	63
<b>RIPRISTINI</b>	8

Tabella 1.43 - Arrivi e presenze straniere ed italiane nel centro storico di Venezia nel 2014 e relativa presenza media [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2014”, 2015, pp. 26-27]

ARRIVI STRANIERI	PRESENZE STRANIERI	PRESENZA MEDIA STRANIERI	ARRIVI ITALIANI	PRESENZE ITALIANI	PRESENZA MEDIA ITALIANI	PRESENZA MEDIA TOTALE
2.295.000	5.683.000	2,48 GIORNI	304.000	742.000	2,44 GIORNI	2,33 GIORNI

Tabella 1.44 - Arrivi e presenze nelle strutture ricettive nel centro storico di Venezia nel 2014 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2014”, 2015 p. 28]

ARRIVI SETTORE ALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE ALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA	ARRIVI SETTORE EXTRALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE EXTRALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA
1.955.000	4.579.000	2,34 GIORNI	644.000	1.847.000	2,87 GIORNI

Tabella 1.45 - Categorie di attività ricettive nel 2014 nel centro storico di Venezia [Comune di Venezia, “Annuario Turismo 2014”, 2015, pp. 41-42]

TIPOLOGIA DI STRUTTURA RICETTIVA	UNITÀ COMPLESSIVE
<b>ALBERGHI 5 STELLE\ 5 STELLE DI LUSO</b>	19
<b>ALBERGHI 4 STELLE e 4 STELLE SUPERIOR</b>	75
<b>ALBERGHI 3 STELLE E 3 STELLE SUPERIOR</b>	116
<b>ALBERGHI 2 STELLE</b>	40
<b>ALBERGHI 1 STELLA</b>	38
<b>RESIDENCE TURISTICO - ALBERGHIERO</b>	1
<b>AFFITTACAMERE</b>	274
<b>UNITÀ ABITATIVE</b>	1.754
<b>BED&amp;BREAKFASTS</b>	286
<b>OSTELLI-CASE RELIGIOSE DI OSPITALITÀ-SOGGIORNI STUDIO-CASE PER FERIE</b>	25
<b>FORESTERIE</b>	8
<b>RESIDENCES</b>	16

Nel frattempo gli alloggi *Airbnb* erano saliti a 3.364 unità<sup>52</sup>.

<sup>52</sup>Federalberghi et al., *Sommerso Turistico e affitti brevi, le bugie della sharing economy a confronto con i dati reali*, Roma, Edizioni ISTA, 2016, p. 8

Nonostante nel 2015 si sia mantenuto positivo il *trend* degli arrivi, si ebbe un leggero declino delle presenze rispetto all'anno precedente. La permanenza media, che nei precedenti quattro anni era aumentata lievemente, ritornò al valore del 2011.

Il trimestre in cui si registra il maggior numero di pernottamenti è quello di Luglio, Agosto e Settembre, in particolare il primo menzionato si confermò come il mese con più presenze anche nel 2015<sup>53</sup>.

Nel 2015 i dati legati all'aspetto residenziale e turistico sono riportati nelle tabelle di seguito (tabella 1.46, tabella 1.47, tabella 1.48, tabella 1.49, tabella 1.50):

Tabella 1.46 - Numero di residenti per sestiere nel centro storico Veneziano al 31\12\2015  
[fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

SESTIERI	POPOLAZIONE AL 31\12\2015
S. MARCO - CASTELLO - S. ELENA - CANNAREGIO	33.306
DORSODURO - S. POLO- S. CROCE - GIUDECCA	22.283
TOTALE POPOLAZIONE NEI SESTIERI	55.589

---

<sup>53</sup>Comune di Venezia, *Annuario del Turismo 2015*, Venezia, CPM Centro Produzione Multimediale, 2016, p. 16

Tabella 1.47 - Movimento demografico del centro storico di Venezia dal 01\01\2015 al 31\12\2015 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

<b>NATI</b>	332
<b>MORTI</b>	783
<b>IMMIGRATI</b>	881
<b>EMIGRATI</b>	819
<b>IMMIGRATI INTERNI</b>	944
<b>EMIGRATI INTERNI</b>	1274
<b>ISCRITTI UFFICIALMENTE</b>	95
<b>CANCELLATI UFFICIALMENTE</b>	105
<b>RIPRISTINI</b>	7
<b>TOTALE RESIDENTI AL 31\12\2015</b>	

Tabella 1.48 - Arrivi e presenze straniere ed italiane nel centro storico di Venezia nel 2015 e relativa presenza media [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2015”, 2016, pp. 24-25]

ARRIVI STRANIERI	PRESENZE STRANIERI	PRESENZA MEDIA STRANIERI	ARRIVI ITALIANI	PRESENZE ITALIANI	PRESENZA MEDIA ITALIANI	PRESENZA MEDIA TOTALE
2.463.000	6.080.000	2,47 GIORNI	313.000	734.000	2,34 GIORNI	2,26 GIORNI

Tabella 1.49 - Arrivi e presenze nelle strutture ricettive nel centro storico di Venezia nel 2015 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2015”, 2016, p. 26]

ARRIVI SETTORE ALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE ALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA	ARRIVI SETTORE EXTRALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE EXTRALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA
2.067.000	4.830.000	2,34 GIORNI	709.000	1.985.000	2,80 GIORNI



Tabella 1.50 - Categorie di attività ricettive nel 2015 nel centro storico di Venezia [Comune di Venezia, “Annuario Turismo 2015”, 2016, pp. 39-40]

<b>TIPOLOGIA DI STRUTTURA RICETTIVA</b>	<b>UNITÀ COMPLESSIVE</b>
<b>ALBERGHI 5 STELLE\ 5 STELLE DI LUSSO</b>	16
<b>ALBERGHI 4 STELLE</b>	74
<b>ALBERGHI 3 STELLE E RTA</b>	110
<b>ALBERGHI 1-2 STELLE</b>	70
<b>AFFITTACAMERE</b>	278
<b>UNITÀ ABITATIVE</b>	2.224
<b>BED&amp;BREAKFASTS</b>	326
<b>OSTELLI-CASE RELIGIOSE DI OSPITALITÀ-SOGGIORNI STUDIO-CASE PER FERIE</b>	27
<b>FORESTERIE</b>	8
<b>RESIDENCES</b>	16
<b>AGRITURISMI</b>	10

Gli *Airbnb* in attività risultarono essere 4.527<sup>54</sup>.

Secondo uno studio del *Worcester Polytechnic Institute* del 2015, il numero medio di turisti al giorno a Venezia è di 57,430<sup>55</sup>.

Questo medesimo *report* aveva inoltre provato a calcolare gli escursionisti, di altri anni: nel 2007 si stimava fossero 15.211.000, nel 2008 14.698.357. Nel 2014 il numero si aggirava intorno a 16.635.000<sup>56</sup>. Per quell'anno studio forniva inoltre un'ipotesi di occupazione percentuale del territorio del centro storico veneziano:

<sup>54</sup>Federalberghi et al., *Sommerso Turistico e affitti brevi, le bugie della sharing economy a confronto con i dati reali*, Roma, Edizioni ISTA, 2016, p. 8

<sup>55</sup>Christopher J.et al., *Safe and Sustainable Tourism: Managing Venice's Millions of Visitors An Interdisciplinary Qualifying Project submitted to the faculty of Worcester Polytechnic Institute*, Worcester, Worcester Polytechnic Institute, 2015, p. 18

<sup>56</sup>Christopher J.et al., *Safe and Sustainable Tourism: Managing Venice's Millions of Visitors An Interdisciplinary Qualifying Project submitted to the faculty of Worcester Polytechnic Institute*, Worcester, Worcester Polytechnic Institute, 2015, p. 52

Tabella 1.51 - Numero di turisti, escursionisti, pendolari e residenti che hanno occupato il suolo nella città storica di Venezia nel 2014 [fonte: *Worcester Polytechnic Institute*, 2015, p. 53]

	TURISTI PERNOTTANTI	ESCURSIONISTI	PENDOLARI	RESIDENTI
GIORNALIERI	17.600	45.580	22.700	55.700
ANNUALI	6.425.000	16.635.000	7.600.000	20.330.000
PERCENTUALE	13%	33%	15%	40%

Anche nel biennio 2016-2017, gli arrivi e le presenze rappresentarono un *trend* in crescita anche nel biennio, ed in più la permanenza media salì ad un valore tra i più importanti a partire dal 2010, secondo solo a quello del 2014.

Anche a conclusione dell'anno 2017, rimase invariato il primato del settore alberghiero rispetto al settore extralberghiero.

Gli stranieri rappresentarono l'87% circa degli arrivi e l'86% circa delle presenze dell'intero mercato turistico, e nel 2017 si assistette per il terzo anno consecutivo alla crescita degli arrivi.

Luglio è il mese in cui si registrarono il maggior numero di presenze, mentre i mesi meno incisivi per il turismo furono Marzo, Novembre e Gennaio, quest'ultimo il mese con meno presenze in assoluto<sup>57</sup>.

Nel 2016 i dati relativi all'andamento turistico ed all'ambito residenziale nel centro storico furono i seguenti (tabella 1.52, tabella 1.53, tabella 1.54, tabella 1.55):

<sup>57</sup>Comune di Venezia, *Annuario Turismo del 2017*, Venezia, Centro Produzione Multimediale, 2018, pp. 19-20

Tabella 1.52 - Numero di residenti per sestiere nel centro storico Veneziano al 31\12\2016

[fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

SESTIERI	POPOLAZIONE AL 31\12\2016
S. MARCO - CASTELLO - S. ELENA - CANNAREGIO	37.785
DORSODURO - S. POLO- S. CROCE - GIUDECCA	21.920
TOTALE POPOLAZIONE NEI SESTIERI	54.705

Tabella 1.53 - Movimento demografico del centro storico di Venezia dal 01\01\2016 al

31\12\2016 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

<b>NATI</b>	238
<b>MORTI</b>	817
<b>IMMIGRATI</b>	947
<b>EMIGRATI</b>	864
<b>IMMIGRATI INTERNI</b>	800
<b>EMIGRATI INTERNI</b>	1219
<b>ISCRITTI UFFICIALMENTE</b>	87
<b>CANCELLATI UFFICIALMENTE</b>	106
<b>RIPRISTINI</b>	5

Tabella 1.54 - Arrivi e presenze straniere ed italiane nel centro storico di Venezia nel 2016 e relativa presenza media [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2017”, 2018, pp. 37-38]

ARRIVI STRANIERI	PRESENZE STRANIERI	PRESENZA MEDIA STRANIERI	ARRIVI ITALIANI	PRESENZE ITALIANI	PRESENZA MEDIA ITALIANI	PRESENZA MEDIA TOTALE
2.550.000	6.226.000	2,44 GIORNI	346.000	827.000	2,37 GIORNI	2,26 GIORNI

Tabella 1.55 - Situazione delle strutture ricettive nel centro storico di Venezia nel 2016  
 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2017”, 2018, p. 39]

ARRIVI SETTORE ALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE ALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA	ARRIVI SETTORE EXTRALBERGHIERO	PRESENZE SETTORE EXTRALBERGHIERO	PERMANENZA MEDIA
2.121.000	4.931.000	2,33 GIORNI	709.000	1.985.000	2,80 GIORNI

Gli arrivi e le presenze rappresentano un *trend* in crescita anche nel biennio 2016-2017, influenzando l’aumento della permanenza media, che a conclusione dei due anni risulta avere un valore tra i più importanti a partire dal 2010, secondo solo a quello del 2013 (tabella 1.56):

Tabella 1.56 - Permanenza media nella città storica di Venezia dal 2008 al 2017: [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2012”, 2013, p. 19; “Annuario del Turismo 2017, 2018, p. 37]

ANNO	PERMANENZA MEDIA IN GIORNI
2008	2,47
2009	2,48
2010	2,30
2011	2,26
2012	2,27
2013	2,53
2014	2,47
2015	2,45
2016	2,43
2017	2,49

Si osserva dalla tabella 1.56, considerata la decade 2008-2017 nel suo insieme, la permanenza media è aumentata, seguendo l’andamento del flusso turistico ed alternando periodi di permanenza media più lunghi a periodi di permanenza media più brevi.

Anche a conclusione dell'anno 2017, rimane invariato il primato del settore alberghiero rispetto al settore complementare.

Gli stranieri rappresentano ormai l'87% circa degli arrivi e l'86% circa delle presenze dell'intero mercato turistico, e nel 2017 si assiste per il terzo anno consecutivo alla crescita degli arrivi.

Luglio è il mese in cui si registrarono il maggior numero di presenze, mentre i mesi con meno presenze furono Marzo, Novembre e Gennaio, quest'ultimo il mese con meno presenze in assoluto<sup>58</sup>.

Nel 2017 i numeri legati ai residenti ed ai turisti sono riportati nella tabella 1.53, tabella 1.54 e tabella 1.55:

Tabella 1.57 - Numero di residenti per sestiere nel centro storico Veneziano al 31\12\2017

[fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

SESTIERI	POPOLAZIONE AL 31\12\2017
S. MARCO - CASTELLO - S. ELENA - CANNAREGIO	32.181
DORSODURO - S. POLO- S. CROCE - GIUDECCA	21.618
TOTALE POPOLAZIONE NEI SESTIERI	53.799

---

<sup>58</sup>Comune di Venezia, *Annuario Turismo del 2017*, Venezia, Centro Produzione Multimediale, 2018, pp. 19-20

Tabella 1.58 - Movimento demografico del centro storico di Venezia dal 01\01\2017 al 31\12\2017 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

<b>NATI</b>	291
<b>MORTI</b>	839
<b>IMMIGRATI</b>	940
<b>EMIGRATI</b>	921
<b>IMMIGRATI INTERNI</b>	662
<b>EMIGRATI INTERNI</b>	1059
<b>ISCRITTI UFFICIALMENTE</b>	90
<b>CANCELLATI UFFICIALMENTE</b>	70
<b>RIPRISTINI</b>	7

Confrontando la tabella 1.58 con la tabella 1.1 e la tabella 1.36, il periodo 2013\2017 non ha un scostamento evidentemente come il settennio 2000\2006, benché il centro storico perde, anche se di poco, più residenti del quinquennio 2008\2012.

Tabella 1.54 - Arrivi e presenze stranieri ed italiani nel centro storico di Venezia nel 2017 e relativa presenza media [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2017”, 2018, pp. 37-38]

<b>ARRIVI STRANIERI</b>	<b>PRESENZE STRANIERI</b>	<b>PRESENZA MEDIA STRANIERI</b>	<b>ARRIVI ITALIANI</b>	<b>PRESENZE ITALIANI</b>	<b>PRESENZA MEDIA ITALIANI</b>	<b>PRESENZA MEDIA TOTALE</b>
2.786.000	6.965.000	2,50 GIORNI	370.000	898.000	2,43 GIORNI	2,32 GIORNI

Tabella 1.55 - Arrivi e presenze nelle strutture ricettive nel centro storico di Venezia nel 2017 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2017”, 2018, p. 39]

<b>ARRIVI SETTORE ALBERGHIERO</b>	<b>PRESENZE SETTORE ALBERGHIERO</b>	<b>PERMANENZA MEDIA</b>	<b>ARRIVI SETTORE EXTRALBERGHIERO</b>	<b>PRESENZE SETTORE EXTRALBERGHIERO</b>	<b>PERMANENZA MEDIA</b>
2.172.000	5.084.000	2,34 GIORNI	984.000	2.778.000	2,82 GIORNI

Tabella 1.56 - Categorie di attività ricettive nel 2017 nel centro storico di Venezia [Comune di Venezia, “Annuario Turismo 2017”, 2018, pp. 56,58]

TIPOLOGIA DI STRUTTURA RICETTIVA	UNITÀ COMPLESSIVE
ALBERGHI 5 STELLE\ 5 STELLE DI LUSO	17
RESIDENZA D'EPOCA 5 STELLE	1
ALBERGHI 4 STELLE	71
RESIDENZA D'EPOCA 4 STELLE	8
ALBERGHI 3 STELLE	110
RESIDENZE D'EPOCA 3 STELLE	1
ALBERGHI 2 STELLE	35
RESIDENZA D'EPOCA 2 STELLE	1
ALBERGHI 1 STELLA	31
AFFITTACAMERE	377
UNITÀ ABITATIVE	4.808
BED&BREAKFASTS	291
OSTELLI-CASE RELIGIOSE DI OSPITALITÀ-SOGGIORNI STUDIO-CASE PER FERIE	28
FORESTERIE	7
RESIDENCES	15
AGRITURISMI	9

Una ricerca commissionata dall'*European Parliament Committee on Transport and Tourism* contiene i seguenti risultati sull'anno 2017: i visitatori in determinate date raggiungono i 60.000 al giorno, mentre i residenti sono approssimativamente 55.000. Il rapporto visitatori\residenti è di 25.3:1, calcolato sulla superficie della città storica di Venezia di 415 km<sup>2</sup>, tradotto anche in 158.4 visitatori per km<sup>2</sup><sup>59</sup>.

<sup>59</sup>P. Peeters et al., *Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses*, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels, 2018, p. 235

Nel 2017 gli alloggi *Airbnb* erano 6,027, di cui il 74% erano appartamenti o abitazioni intere<sup>60</sup>.

Nel 2018 a situazione demografica fu la seguente (tabella 1.57, tabella 1.58):

Tabella 1.57 - Numero di residenti per sestiere nel centro storico Veneziano al 31\12\2018

[fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

SESTIERI	POPOLAZIONE AL 31\12\2018
S. MARCO - CASTELLO - S. ELENA - CANNAREGIO	31.655
DORSODURO - S. POLO- S. CROCE - GIUDECCA	21.341
TOTALE POPOLAZIONE NEI SESTIERI	52,996

Tabella 1.58- Movimento demografico del centro storico di Venezia dal 01\01\2018 al 31\12\2018 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>]

<b>NATI</b>	276
<b>MORTI</b>	792
<b>IMMIGRATI</b>	1069
<b>EMIGRATI</b>	958
<b>ISCRITTI UFFICIALMENTE IMM.</b>	1069
<b>CANCELLATI UFFICIALMENTE EM.</b>	958

Secondo lo studio “*Healthy Travel anche Healthy destinations 2018*”, commissionato da *Airbnb* e riportato nel sito omonimo, dove si misero a confronto otto mete turistiche mondiali, risultò che Venezia città storica registra più di 20.000.000 di visitatori all’anno. Per ogni residente vi sono 370 visitatori l’anno<sup>61</sup>.

In seguito alla conferenza “Quattro Venezie per un nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana”, tenutasi il 24 ottobre 2019 presso l’Auditorium del Museo M9 di Mestre

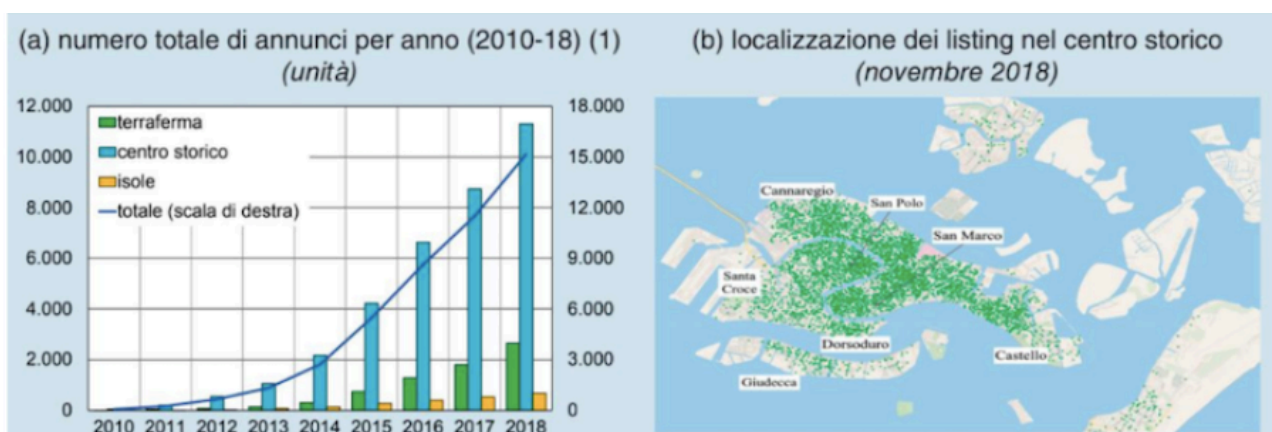
<sup>60</sup>Rachel Dodds et al., *Overtourism: issues, realities and solutions*, De Gruyter, Berlin, 2019, p. 143

<sup>61</sup><https://www.hotelnewsresource.com/pdf18/A053118.pdf>



per conto della Fondazione di Venezia, venne diffuso il volume omonimo in cui si riportano dati sull'economia veneziana raccolti nel corso di diversi anni, toccando anche il tema della ricettività:

Figura 1.59 - Evoluzione degli annunci *Airbnb* nella Venezia storica [fonte: fonte: Damiano de Marchi et al., “L’economia del turismo a Venezia” in “Quattro Venezie per un Nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana 2019”, p. 240]



Dalla tabella 1.59 si può notare l’andamento di crescita sempre più rapido e la diffusione capillare del fenomeno *Airbnb* nella città storica veneziana, come già enunciato precedentemente nel capitolo.

Per quanto riguarda l’anno 2019, il movimento demografico è il seguente (tabella 1.60):

Tabella 1.60 - Movimento demografico del centro storico di Venezia al 31\12\2019 [fonte: <https://www.comune.venezia.it/it/content/serie-storiche>]

SESTIERE	POPOLAZIONE CENTRO STORICO AL 31/12/2019
S. MARCO - CASTELLO- S. ELENA	31.128
DORSODURO - S. POLO - S. CROCE - GIUDECCA	21.015
<b>TOTALE</b>	<b>52.143</b>

Nel volume “Quattro Venezia per un nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana”, dove si riportarono tutti i dati raccolti ed elaborati dalla Fondazione di Venezia in territorio veneziano nell’arco dell’ultimo anno, con riferimenti agli anni precedenti. Al momento della pubblicazione a fine 2019, i residenti nati nella Venezia storica erano il 67% della popolazione residenziale; il 57% dei residenti della terraferma limitrofa alla città storica ed il 79% dei residenti nelle isole della laguna veneziana. Si calcola che dal 1957 al 2017 Venezia storica abbia perso circa 120.000 residenti. Il flusso di emigrati nella Venezia storica dal 1984 è calato fino al 2010, per salire nuovamente fino al 2012, iniziando da qui una curva sempre più crescente. Nella Venezia storica nel 2015 la popolazione straniera è l’8% dei residenti, aumentando del 34% dal 2007. Nel 2019 si riporta che i residenti erano meno di 53.000. Stando a quanto riferito, vi sono tre momenti storici in cui la città storica si spopolò: Dal 1951 al 1961 a causa del sovraffollamento e del degrado, negli anni ’70 per i costi legati alle abitazioni ed al loro restauro, negli anni ’80 in quanto, tramite contributi pubblici, le conseguenti operazioni di restauro attirarono gli investimenti e le operazioni di grandi industrie immobiliari che fecero aumentare i prezzi degli immobili ed aumentando la competizione tra residenti per quest’ultimi.

De Marchi et al. (2019) riportano che in base all’ultimo censimento ISTAT del 2011, nella città storica di Venezia l’86% degli edifici è a destinazione residenziale

Dal 2008 al 2018 sono stati autorizzati 71 interventi di cambio d’uso a turistico-ricettivo in territorio veneziano (tabella 1.61):

Tabella 1.61- Numero di interventi nella Venezia storica e lagunare, dal 2008 al 2018 [fonte: De Marchi et alt., “Quattro Venezia per un nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana”, p. 225]

<b>SESTIERE</b>	<b>NUMERO INTERVENTI DI CONVERSIONE A LOCAZIONE TURISTICA</b>
<b>DORSODURO</b>	7
<b>SAN POLO</b>	6
<b>CANNAREGIO</b>	14
<b>CASTELLO</b>	15
<b>SANTA CROCE</b>	4

<b>SESTIERE</b>	<b>NUMERO INTERVENTI DI CONVERSIONE A LOCAZIONE TURISTICA</b>
<b>SAN MARCO</b>	12
<b>GIUDECCA</b>	1
<b>ISOLE LAGUNARI</b>	12

Di queste 71 operazioni, le destinazioni di questi edifici erano (tabella 1.62):

Tabella 1.62 - Dettaglio del numero di interventi nella Venezia storica e lagunare, dal 2008 al 2018 [fonte: De Marchi et al., “*Quattro Venezie per un nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana*”, pp. 225-226]

<b>ORIGINE</b>	<b>NUMERO</b>
<b>RESIDENZIALE</b>	26
<b>DIREZIONALE</b>	22
<b>COMMERCIALE</b>	8
<b>ARTIGIANLAE</b>	2
<b>INDUSTRIALE</b>	7
<b>RESIDENZIALE\DIREZIONALE</b>	5
<b>RESIDENZIALE\COMMERCIALE</b>	1

De Marchi e al. (2019), analizzarono che, in base alle ricerche relative all’anno 2019, l’offerta alberghiera era del 43%, mentre quella extralberghiera del 57%. Quest’ultima a sua volta offriva un 42% di posti letto in edifici a destinazione edilizia abitativa di *sharing accommodation*, ed il rimanente 15% in edifici a destinazione edilizia turistico-ricettiva<sup>62</sup>.

Confrontando i dati inerenti alla città storica di Venezia e del Veneto, ed emerse che nel 2014 la zona storica di Venezia interessava l’82% di tutti gli annunci di *sharing accommodation* presenti in Veneto, percentuale che è diminuita con l’aumento d’interesse per altre destinazioni regionali, fino ad arrivare all’attuale quota del 36%. Per quanto

<sup>62</sup>Paolo Costa, *Venezia Civitas Metropolitana: il futuro di Venezia e della sua area metropolitana*, Fondazione di Venezia, 2019, p. 3

riguarda la dimensione dell'offerta ricettiva riconducibile alla *sharing accomodation*<sup>63</sup>, nell'area storica di Venezia, si stima che tale offerta possa rappresentare nel 2019 circa il 38% dei posti letto disponibili; ciò nonostante, secondo le rilevazioni censuarie dei sestieri componenti la città storica di Venezia, quest'ultimi hanno percentuali di abitazioni vuote che oscillano tra il 12% ed il 29%, a dimostrazione che la *sharing accomodation* è una modalità di mettere a reddito una patrimonio cristallizzato<sup>64</sup>. I numeri del 2019 posizionano l'offerta alberghiera come al 43% e quella extralberghiera al 57%, scomposta a sua volta da un 42% di posti letto in edifici a destinazione edilizia abitativa, riconducibili dunque al fenomeno della *sharing accomodation*, e solo il restante 15% in edifici a destinazione edilizia turistico-ricettiva<sup>65</sup>.

### 1.3 MUSEI E ATTRAZIONI VENEZIANE NELL'ARCO TEMPORALE CONSIDERATO

Questo paragrafo cercherà di analizzare l'andamento dei visitatori nei musei, luoghi e manifestazioni culturali della città storica di Venezia a partire dal ventunesimo secolo. Per introdurre ed interpretare i dati relativi alle attrazioni veneziane, si farà riferimento al concetto di «turismo culturale». Questa tipologia turistica viene definita da Fladmark (1994) come quella attività che permette agli individui di esplorare e sperimentare i diversi stili di vita, le culture, le tradizioni, le creazioni intellettuali e le pratiche religiose di altre persone. Il turismo culturale si basa su tre componenti: i tesori naturali, detti *Natural Heritage*, ovvero la flora, fauna, paesaggi ed elementi naturali di un territorio; i tesori antropologici, ovvero quanto rientra nella *Man-Made Heritage*, ovvero quanto creato dall'uomo in maniera tangibile; e i tesori culturali, noti come *Cultural Heritage*, che invece fanno riferimento a quelle creazioni e credenze intangibili che caratterizzano diversi gruppi di persone<sup>66</sup>.

---

<sup>63</sup>«La *sharing accommodation* si differenzia dalla ricettività tradizionale nelle attività internalizzate e quelle esternalizzate. Mentre la ricettività tradizionale infatti possiede l'alloggio e si affida a intermediari esterni per la prenotazione, nel caso della *sharing accomodation* la piattaforma ha internalizzato la parte di valore relativa all'interazione (sistema di prenotazione e relazioni), mentre non possiede l'alloggio. [...] Diverse aziende [...] si occupano di *sharing accomodation*, evidenziate rispetto al modello di ricavi: Piattaforme a ricavi (*Airbnb, HomeAway, HouseTrip*), Piattaforme ad iscrizione (*Homeexchange, Homelink*), Piattaforme gratuite (*Couchsurfing, Bewelcome*)». Fonte: Paolo Costa et al., *Fondazione di Venezia, Quattro Venezie per un Nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana*, Marsilio Editori, 2019, pp. 222-223.

<sup>64</sup>Paolo Costa, *Venezia Civitas Metropolitana: il futuro di Venezia e della sua area metropolitana*, Fondazione di Venezia, 2019, p. 5

<sup>65</sup>Damiano De Marchi, *Venezia Civitas Metropolitana: il futuro di Venezia e della sua area metropolitana*, Fondazione di Venezia, 2019, p. 4

<sup>66</sup>Borley Lester, *Cultural identity in a changing Europe*, J.M. Fladmark (editor), in *Cultural Tourism*, Londra, Donhead Publishing, 1994, pp. 4, 16

*The OECD Committee* spiega come fino anni '80 del XX secolo il turismo fosse ancora visto come un'attività lontana dalla vita locale e culturale di un popolo, mentre le risorse culturali restavano per lo più sotto la conoscenza delle singole popolazioni. Questa concezione prevalse fino alle ultime due decadi del secolo scorso, finché non si cominciò a considerare il turismo culturale come una risorsa economica importante per una città, regione o paese. Ciò che permise al turismo ed alla cultura di intrecciarsi furono diversi fattori, sia da parte della domanda turistica, che dalla parte dell'offerta culturale. Dal punto di vista della domanda, influenzarono il sempre maggiore interesse per altre culture, come risposta al fenomeno della globalizzazione che parallelamente cominciava ad interferire con l'identità ed i fattori di differenziazione tra paesi, l'aumento dell'accesso all'istruzione in tutto il mondo, l'aumento generale in più paesi di una popolazione in fascia media d'età autonoma sotto molteplici aspetti, il diffondersi di una filosofia post-moderna volta all'arricchimento personale dal punto di vista culturale ed alla volontà di fare esperienze dirette, e la maggiore disponibilità generale economica e di mezzi di trasporto. Da parte dell'offerta, ad incentivare il turismo culturale furono la possibilità di creare nuovi posti di lavoro e nuove fonti di guadagno dirette od indirette, la possibilità di espandere ed investire in un mercato che andava delineandosi, lo sviluppo post-moderno di determinate aree e paesi che ne facilitava l'accesso dall'esterno, la necessità da parte di nuovi distretti regionali e di nuovi paesi nati dai conflitti post-bellici del secolo scorso di farsi conoscere, ed in alcune parti del mondo, la necessità di trovare un modo di finanziare lo sviluppo ed il mantenimento dei beni culturali<sup>67</sup>.

Nel caso della città di Venezia, nell'arco di tempo considerato, possiamo osservare una crescita generale nei luoghi sopracitati, in linea con l'aumento del flusso sia turistico che escursionistico che interessa la zona storica.

Facendo partire l'analisi nei primi anni del nuovo millennio, nel 2004, solo il 3% dei turisti spese soldi in 'cultura'. Solo un turista su 10 considerò degno di visita i musei, i siti storici ed i luoghi culturali. I restanti turisti ritennero soddisfacente apprezzare la sola atmosfera della città. Se consideriamo che il totale dei visitatori nel 2004 fu di 13.400.000 le attrazioni che più attirarono furono le seguenti:

---

<sup>67</sup>*The OECD COMMITTEE, The Impact of Culture on Tourism*, Parigi, OECD Publishing, 2009, pp.19-20

Tabella 1.63 - Le attrazioni veneziane più visitate nel 2004 [fonte: “*Migropolis*”, 2009, pp. 614-615]

<b>PIAZZA SAN MARCO</b>	13.4000.000
<b>BASILICA SAN MARCO</b>	6.000.000
<b>PALAZZO DUCALE</b>	1.323.664
<b>GALLERIE DELL'ACCADEMIA</b>	383.361
<b>PEGGY GUGGENHEIM COLLECTION</b>	347.859
<b>BASILICA DEI FRARI</b>	280.000
<b>50° ED. BIENNALE</b>	265.000
<b>MOSTRA FARAONI</b>	235.784
<b>MUSEO ARCHEOLOGIA\MUSEO CORRER</b>	208.654
<b>SCUOLA GRANDE DI SAN ROCCO</b>	116.782
<b>MUSEO DEL VETRO DI MURANO</b>	101.560
<b>CA' REZZONICO</b>	92.114

Per quanto riguarda i musei, tra il 2000 ed il 2007 la città di Venezia apparve nella classifica ‘MUSEI, MONUMENTI E AREE ARCHEOLOGICHE, Top 30 Visitatori Istituti a pagamento’ nei seguenti posti: nell’anno 2000 le Gallerie dell’Accademia si classificarono 13° nella graduatoria e, per quanto riguarda l’ambito dei Circuiti Museali Associati, 11° con il Circuito Museale "Galleria Giorgio Franchetti alla Cà d'Oro - Gallerie dell'Accademia - Museo d'Arte Orientale"<sup>68</sup>; l’anno successivo si riscontrano i medesimi risultati tranne che per il Circuito Museale veneziano che guadagnò una posizione<sup>69</sup>. Nel 2002 le Gallerie dell’Accademia rimangono invariate nella classifica, il Circuito Museale si assesta nuovamente 10° e compare al 29° posto il Museo Archeologico di Venezia, (visitabile o con il biglietto del Percorso Museale "I Musei di P.zza S.Marco", comprendenti musei civici e statali, o con un biglietto proprio, fuori dell'orario d'apertura

<sup>68</sup><http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202000/MUSEI%20TAVOLA8%202000.pdf>

<sup>69</sup><http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202001/MUSEI%20TAVOLA8%202001.pdf>

di Palazzo Ducale)<sup>70</sup>. L'anno seguente figura solo il Museo Archeologico di Venezia come 28° classificato, ma il Circuito Museale veneziano raggiunge il 9° posto nella lista<sup>71</sup>. Nel 2004 le Gallerie dell'Accademia ritornano nella graduatoria all'11° posto con il Museo archeologico di Venezia al 23°, ma non vengono forniti dati sui Circuiti Museali<sup>72</sup>. L'anno successivo le Gallerie dell'Accademia rimangono non compromesse, mentre il Museo Archeologico salirono in graduatoria alla 20° collocazione<sup>73</sup>. Nel 2006 le Gallerie dell'Accademia scendono al 14° posto, mentre il Museo Archeologico cala al 25°; per quanto riguarda i Circuiti Museali, quello di Venezia risulta 6°<sup>74</sup>. L'anno seguente, le Gallerie dell'Accademia ed il Circuito Museale si conservano nella medesima collocazione, mentre il Museo Archeologico sale alla 22°<sup>75</sup>.

### 1.3.1 DAL 2008 AL 2012

È possibile risalire tramite l'Annuario del Turismo ai dati dei musei e delle attività culturali presenti in città a partire dall'anno 2008 fino all'anno 2017. Si può suddividere questo arco temporale di dieci anni in due parti da cinque, in modo da rispettare la suddivisione del precedente paragrafo. In generale, i musei nella città storica di Venezia tra il 2008 ed il 2012 hanno visto aumentare il numero di visitatori, tranne qualche eccezione riscontrabile nella tabella 1.64, nella tabella 1.66 e nella tabella 1.70. È possibile supporre che l'aumento dei visitatori nei musei veneziani è riconducibile all'aumento del turismo nel centro storico di Venezia. Nelle tabelle soprammenzionate è possibile notare come, nella maggioranza dei casi, il flusso dei visitatori cominciò a salire in maniera considerevole a partire dal 2011, in parallelo con la ripresa del turismo nella città storica veneziana dopo il biennio 2008-2009 di calo generale.

I numeri dei visitatori dei Musei Civici Veneziani tra il 2008 ed il 2012 è riportato nella tabella 1.64:

---

<sup>70</sup><http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202002/MUSEI%20TAVOLA8%202002.pdf>

<sup>71</sup><http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202003/MUSEI%20TAVOLA8%202003.pdf>

<sup>72</sup>[http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202004/MUSEI\\_TAVOLA8\\_2004.pdf](http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202004/MUSEI_TAVOLA8_2004.pdf)

<sup>73</sup>[http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202005/MUSEI\\_TAVOLA8\\_2005.pdf](http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202005/MUSEI_TAVOLA8_2005.pdf)

<sup>74</sup>[http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202006/MUSEI\\_TAVOLA8\\_2006.pdf](http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202006/MUSEI_TAVOLA8_2006.pdf)

<sup>75</sup>[http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202007/MUSEI\\_TAVOLA8\\_2007.pdf](http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202007/MUSEI_TAVOLA8_2007.pdf)

Tabella 1.64 - Totale visitatori nei Musei Civici di Venezia dal 2008 al 2012 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo Veneziano 2012”, 2013, pp. 54-66]

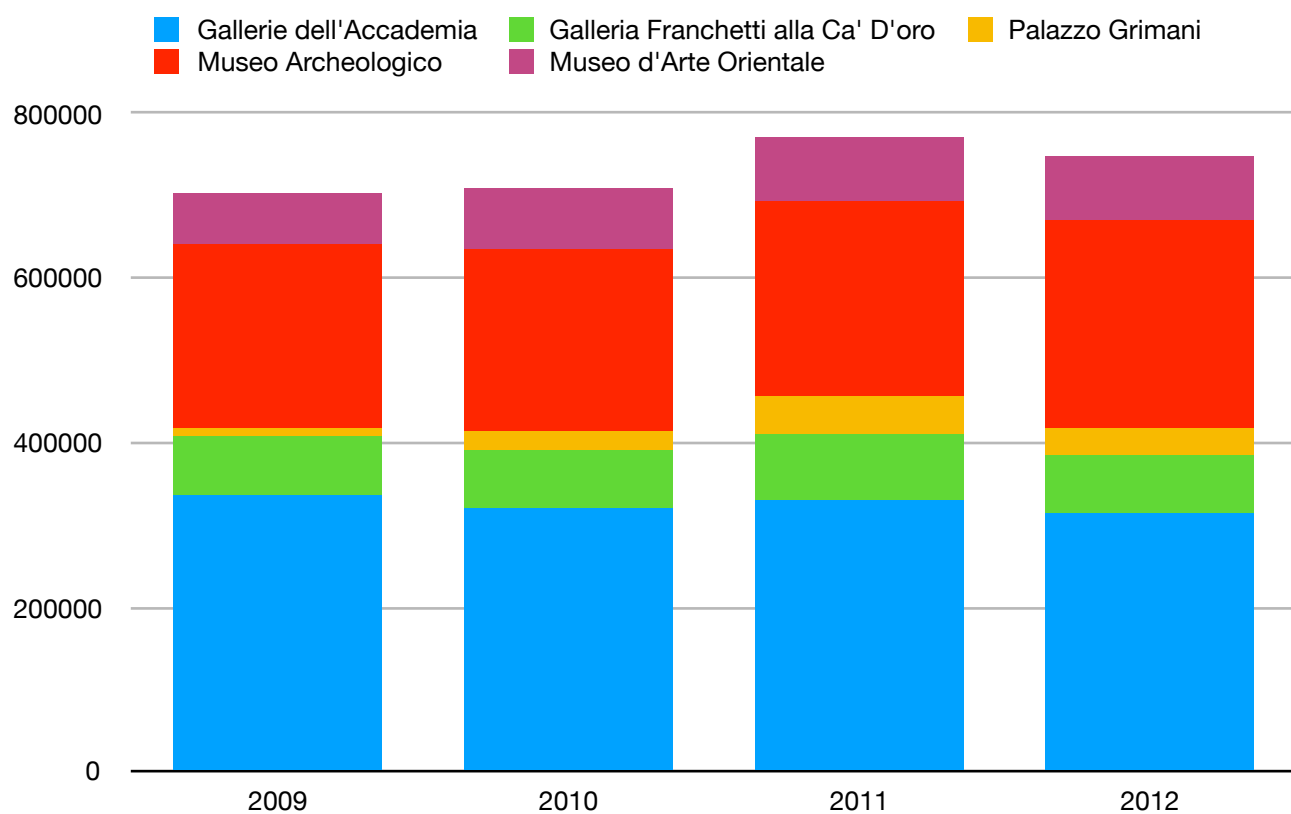
<b>MUSEO CIVICO</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>PALAZZO DUCALE</b>	1.358.186	1.216.799	1.303.438	1.403.524	1.319.527
<b>MUSEO CORRER</b>	248.318	219.863	214.912	230.435	249.122
<b>MUSEO DEL VETRO</b>	136.774	219.863	214.912	152.099	157.372
<b>CA' REZZONICO</b>	108.592	95.132	97.530	112.519	111.867
<b>CA' PESARO</b>	74.231	61.783	76.882	78.209	75.881
<b>MUSEO DI STORIA NATURALE*</b>	22.979	23.181	42.467	59.675	70.922
<b>PALAZZO MOCENIGO</b>	26.127	26.415	31.336	35.945	41.982
<b>CASA DI CARLO GOLDONI</b>	16.240	14.346	17.453	18.869	21.654
<b>TORRE DELL'OROLOGIO</b>	5.601	5.844	6.908	8.936	8.746
<b>MUSEO DEL MERLETTO**</b>	1.002	-	-	14.815	30.362

\*Facente parte di un percorso integrato con i Musei di Piazza San Marco

\*\*Dati non forniti dove compare



Tabella 1.65 - Elaborazione grafica tabella 1.64 [fonte: elaborazione personale]



Per quanto riguarda i Musei Statali, invece, sono forniti i dati dal dal 2009 al 2012, che si leggono nella tabella 1.66:

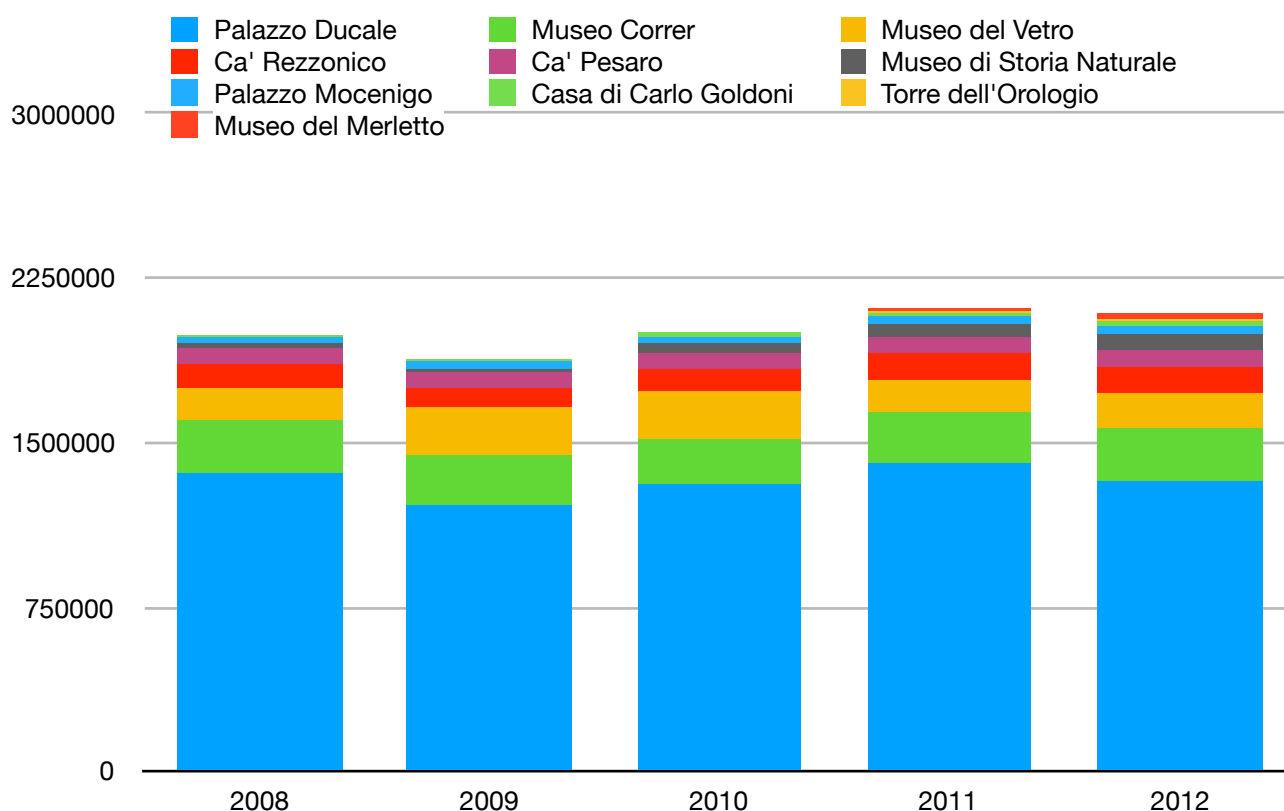
Tabella 1.66 - Totale visitatori nei Musei Statali di Venezia dal 2009 al 2012 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo Veneziano 2012”, 2013, p. 67]

<b>MUSEO STATALI</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>GALLERIE DELL'ACCADEMIA</b>	334.931	320.779	329.822	312.787
<b>G. FRANCHETTI ALLA CA D'ORO</b>	72.778	71.209	79.588	71.036
<b>PALAZZO GRIMANI</b>	9.155	21.302	46.803	31.783
<b>MUSEO ARCHEOLOGICO*</b>	223.121	219.738	234.830	253.615
<b>M. D'ARTE ORIENTALE**</b>	61.694	77.105	80.941	78.564

\*Facente parte di un percorso integrato con i Musei di Piazza San Marco,

\*\*Integrato con un percorso a Ca' Pesaro

Tabella 1.67 - Elaborazione grafica tabella 1.66 [fonte: elaborazione personale]



Nel 2008 figurarono nella catalogazione MiBACT ‘Rilevazioni 2008, MUSEI, MONUMENTI E AREE ARCHEOLOGICHE STATALI, Tavola 8 - Top 30 Visitatori Istituti a pagamento’ le Gallerie dell’Accademia, al 12° posto, il Museo Archeologico di Venezia, al 16°; mentre per quanto riguarda i Circuiti Museali, quello veneziano si collocò 6°<sup>76</sup>. L’anno successivo comparvero i medesimi istituti nella graduatoria annuale corrispondentemente come 13° e 26° classificati, nel frattempo il Circuito Museale di Venezia risultò ultimo alla 5° posizione<sup>77</sup>. Nel 2010 le Gallerie dell’Accademia, il Museo Archeologico di Venezia ed il Circuito Museale si piazzarono rispettivamente 13°, 23° e 4° nella lista ‘Rilevazioni 2010, MUSEI, MONUMENTI E AREE ARCHEOLOGICHE STATALI, Tavola 8 - Top 30 Visitatori Istituti a pagamento’<sup>78</sup>, e l’anno seguente i primi due nominati si aggiudicarono relativamente il 14° ed al 26° posto<sup>79</sup>. Nel 2012 il Museo

<sup>76</sup>[http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202008/MUSEI\\_TAVOLA8\\_2008.pdf](http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202008/MUSEI_TAVOLA8_2008.pdf)

<sup>77</sup>[http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202009/MUSEI\\_TAVOLA8\\_2009.pdf](http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202009/MUSEI_TAVOLA8_2009.pdf)

<sup>78</sup>[http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202010/MUSEI\\_TAVOLA8\\_2010.pdf](http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202010/MUSEI_TAVOLA8_2010.pdf)

<sup>79</sup>[http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202011/MUSEI\\_TAVOLA8\\_2011.pdf](http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202011/MUSEI_TAVOLA8_2011.pdf)

Archeologico di Venezia riuscì a classificarsi 20° nella rilevazione ‘Rilevazioni 2012, MUSEI, MONUMENTI E AREE ARCHEOLOGICHE STATALI, Tavola 8 - Top 30 Visitatori Istituti a pagamento’<sup>80</sup>.

La Chiesa più visitata dal 2008 al 2012 fu Madonna dell’Orto. Stando ai dati resi disponibili al Annuario del Turismo, per quanto riguarda le chiese con accesso libero e con biglietto, dal 2009 al 2012, la più visitata risultò essere la Basilica di Torcello. Ad eccezione della chiesa di Madonna dell’Orto, i numeri del Circuito Chorus e della Basilica di Torcello calarono nell’arco di tempo considerato dalla tabella 1.68:

Tabella 1.68 - Totale visitatori del Circuito Chorus di Venezia dal 2008 al 2012 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo Veneziano 2012”, 2013, p. 68]

	2008	2009	2010	2011	2012
<b>CIRCUITO CHORUS</b>	322.224	266.881	256.043	274.883	279.773
<b>MADONNA DELL’ORTO</b>	38.672	34.686	36.320	35.447	39.367
<b>BASILICA DI TORCELLO</b>	-	135.857	115.829	126.109	109.178

Focalizzandoci sulla Fondazione La Biennale di Venezia, dal 2008 al 2012 si nota come i visitatori delle Esposizioni Internazionali d’Arte siano più del doppio di quelli delle Mostre Internazionali d’Architettura, come si evince nella tabella 1.69:

Tabella 1.69 - Totale visitatori della Biennale di Venezia dal 2008 al 2012 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo Veneziano 2012”, 2013, p. 71]

	2008	2009	2010	2011	2012
<b>BIENNALE</b>	129.323	375.702	170.801	440.000	178.000

Facendo riferimento ad uno studio dell’Ente Bilaterale Turismo dell’Area Veneziana, nel 2010 gli arrivi medi giornalieri per il periodo del Carnevale furono 8.797, per il resto del

<sup>80</sup>[http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202012/MUSEI\\_TAVOLA8\\_2012.pdf](http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202012/MUSEI_TAVOLA8_2012.pdf)

mese gli arrivi medi giornalieri sono 6.350. La Mostra del Cinema di Venezia ebbe 12.467 arrivi medi giornalieri durante l'evento e 11.377 arrivi medi giornalieri per il resto del mese.<sup>81</sup>

Tabella 1.70 - Totale visitatori dei restanti musei veneziani dal 2008 al 2012 [fonte: Comune di Venezia, "Annuario del Turismo Veneziano 2012", 2013, pp. 72-76]

MUSEO	2008	2009	2010	2011	2012
PEGGY GUGGENHEIM	346.862	341.298	332.375	378.368	356.943
FONDAZIONE QUERINI STAMPALIA	32.531	37.805	21.591	24.108	31.297
MUSEO EBRAICO	70.281	63.841	70.675	68.492	68.172
MUSEO STORICO NAVALE	-	42.637	45.556	45.756	52.163
MUSEO DI SAN MARCO	477.985	495.299	461.360	415.771	358.490
MUSEO DIOCESANO	-	19.982	5.400	4.376	3.998
BIBLIOTECA NAZIONALE MARCIANA	-	-	151.075	185.321	183.369

Tra il 2009 ed il 2012 la Scuola più visitata fu la Scuola Grande di San Rocco, che ogni anno aumentò i propri visitatori come riportato nella tabella 1.71:

Tabella 1.71 - Totale visitatori della Scuola Grande di San Rocco tra il 2009 ed il 2012 [fonte: Comune di Venezia, "Annuario del Turismo 2013", 2014, p. 93]

	2009	2010	2011	2012
SCUOLA GRANDE DI SAN ROCCO	119.088	120.714	124.919	134.866

A partire dal 1 Giugno 2012 era stato reso disponibile il servizio del "Vaporetto dell'Arte", ovvero un mezzo di trasporto pubblico focalizzato sul centro storico garantito ogni giorno

<sup>81</sup>A. Lenassi et al., *Le dinamiche del Turismo. Una finestra sulla provincia di Venezia*, Ente Bilaterale Turismo dell'Area Veneziana, 2014, p. 25

della settimana, con intervalli di 40 minuti. Le poltrone del mezzo erano dotate di un sistema audio-video in grado di interloquire in 6 lingue diverse. Il biglietto era valido 24 ore ed il suo costo era di 22 euro senza riduzione, 11 euro ridotto<sup>82</sup>. Questo vaporetto venne sospeso il 21 Ottobre 2013<sup>83</sup>.

### 1.3.2 DAL 2013 ALLA CONTEMPORANEITÀ

Come nel periodo precedentemente considerato, anche dal 2013 al 2017 i numeri dei visitatori dei musei veneziani aumentarono di anno in anno, con qualche eccezione che si evince dalla tabella 1.72, tabella 1.74 e 1.80:

Tabella 1.72 - Totale visitatori nei Musei Civici di Venezia dal 2013 al 2017 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo Veneziano 2017”, 2018, p. 54]

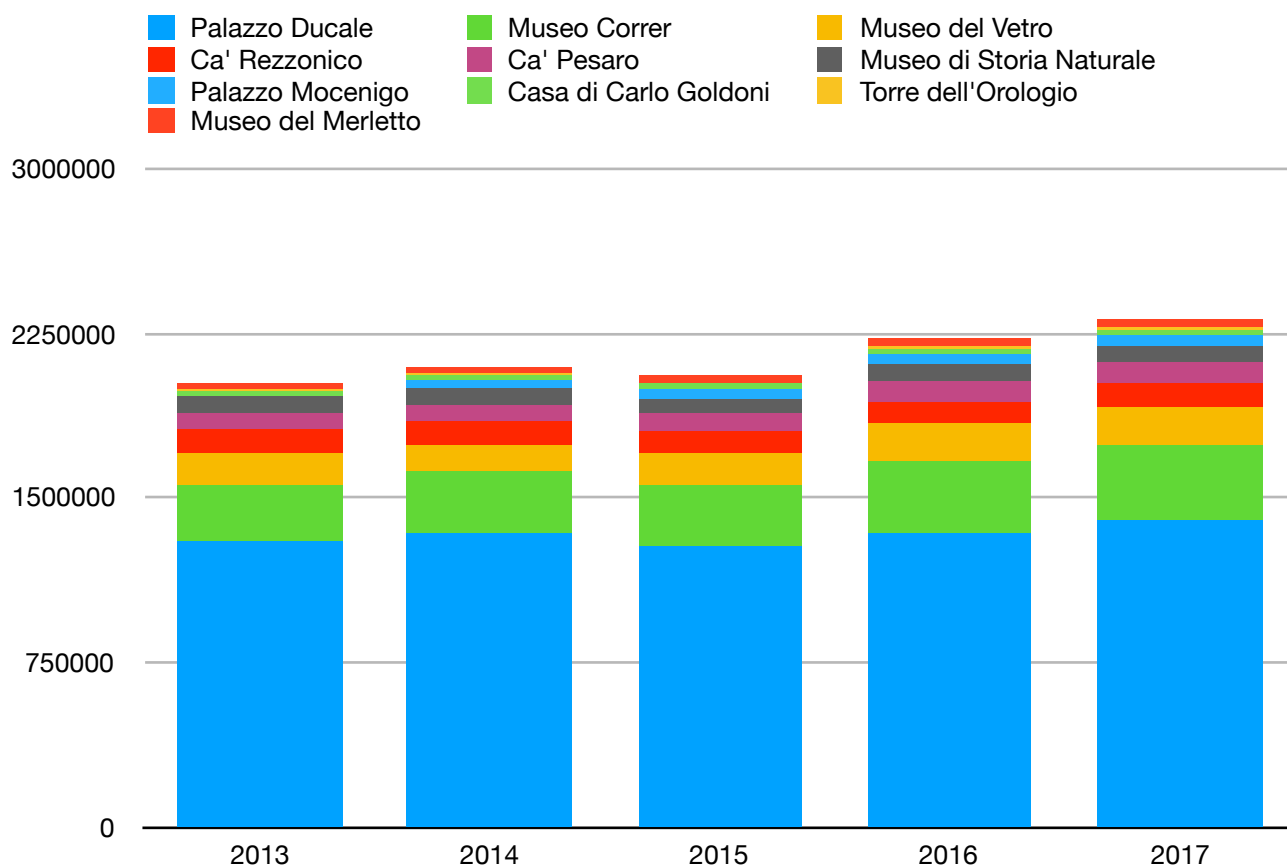
MUSEO CIVICO	2013	2014	2015	2016	2017
PALAZZO DUCALE	1.307.230	1.343.123	1.276.127	1.333.559	1.405.439
MUSEO CORRER	246.691	269.509	286.454	337.648	334.820
MUSEO DEL VETRO	149.740	126.467	142.855	161.977	174.758
CA' REZZONICO	112.282	106.996	99.601	102.779	101.640
CA' PESARO	68.765	74.832	76.286	90.142	103.216
MUSEO DI STORIA NATURALE*	70.588	68.388	70.639	78.945	74.772
PALAZZO MOCENIGO	9.136	48.026	44.887	49.251	48.801
CASA DI CARLO GOLDONI	19.520	17.682	17.592	20.180	21.522
TORRE DELL'OROLOGIO	9.136	8.844	10.029	11.972	11.632
MUSEO DEL MERLETTO	29.157	31.683	32.285	37.503	30.362

\*Facente parte di un percorso integrato con i Musei di Piazza San Marco

<sup>82</sup>A. Lenassi et al., *Le dinamiche del Turismo. Una finestra sulla provincia di Venezia*, Ente Bilaterale Turismo dell'Area Veneziana, 2014, pp. 56-58

<sup>83</sup><http://www.veneziatoday.it/cronaca/sospensione-vaporetto-arte-veneziana-ottobre-2013.html>

Tabella 1.73 - Elaborazione grafica tabella 1.72 [fonte: elaborazione personale]



Nel 2016 i musei con più di 100.000 visitatori furono Palazzo Ducale, il Museo Correr, il Museo del Vetro e Ca' Rezzonico; mentre quelli che ebbero meno di 100.000 visitatori furono Ca' Pesaro, il Museo di Storia Naturale, Palazzo Mocenigo, il Museo del Merletto, Casa di Carlo Goldoni e Torre dell'Orologio<sup>84</sup>. Nel 2017 I musei che totalizzarono più di 100.000 visitatori furono Palazzo Ducale, il Museo Correr, il Museo del Vetro, Ca' Rezzonico e Ca' Pesaro<sup>85</sup>. Quelli che si collocarono sotto la soglia furono il Museo di Storia Naturale, Palazzo Mocenigo, il Museo del Merletto, la Casa di Carlo Goldoni e Torre dell'Orologio<sup>86</sup>.

<sup>84</sup>Comune di Venezia, *Annuario Turismo del 2017*, Centro Produzione Multimediale, 2018, p. 90

<sup>85</sup>*Ivi*, p. 93

<sup>86</sup>Comune di Venezia, *Annuario Turismo del 2017*, Centro Produzione Multimediale, 2018, p. 95

Per quanto riguarda i Musei Statali ovvero le Gallerie dell'Accademia nel 2013 e 2014 si posizionarono 23° nella classifica "I Top 30' del MiBACT"<sup>87</sup>; nel 2015 22° ne "Musei italiani 2015. Chi sale e chi scende nella top 30' del MiBACT"<sup>88</sup>. Nel 2015 le Gallerie dell'Accademia si piazzarono 22° nella valutazione 'Musei italiani 2015 ed il Museo Archeologico Nazionale di Venezia si piazzò 21°. Nel 2016 il Museo Archeologico Nazionale di Venezia si collocò al 18° posto nella classifica 'Musei italiani 2016. Chi sale e chi scende nella top 30' del MiBACT, mentre le Gallerie dell'Accademia di Venezia vennero collocate 23°<sup>89</sup>. Nel 2017 il Museo Archeologico di Venezia si collocò al 19° posto nella classifica 'La Top 30 dei musei italiani' stipulata dal MiBACT, contemporaneamente le Gallerie dell'Accademia di Venezia si collocarono al 23° posto nella graduatoria 'La Top 30 dei musei italiani' del MiBACT<sup>90</sup>.

Tabella 1.74 - Totale visitatori nei Musei Statali di Venezia dal 2013 al 2017 [fonte: Comune di Venezia, "Annuario del Turismo Veneziano 2017", 2018, p. 55]

MUSEO STATALE	2013	2014	2015	2016	2017
GALLERIE DELL'ACCADEMIA	325.026	272.052	286.821	311.645	316.995
G. FRANCHETTI ALLA CA D'ORO	70.225	69.510	71.084	68.632	65.653
PALAZZO GRIMANI	22.112	24.533	22.305	17.561	18.717
MUSEO ARCHEOLOGICO*	265.034	271.542	2983.80	344.904	343.588
M. D'ARTE ORIENTALE**	70.255	75.758	81.000	92.137	107.902

\*facente parte di un percorso integrato con i Musei di Piazza San Marco

\*\*integrato con un percorso a Ca' Pesaro

<sup>87</sup>[http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza\\_asset.html\\_1627601135.html](http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza_asset.html_1627601135.html)

<sup>88</sup>[http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/images/upload/original-images/1453303487874\\_Top-30-ok.jpg](http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/images/upload/original-images/1453303487874_Top-30-ok.jpg)

<sup>89</sup>[https://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza\\_asset.html\\_892096923.html](https://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza_asset.html_892096923.html)

<sup>90</sup>[http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/visualizza\\_asset.html\\_249254064.html](http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/visualizza_asset.html_249254064.html)



Tabella 1.75 - Elaborazione grafica tabella 1.74 [fonte: elaborazione personale]

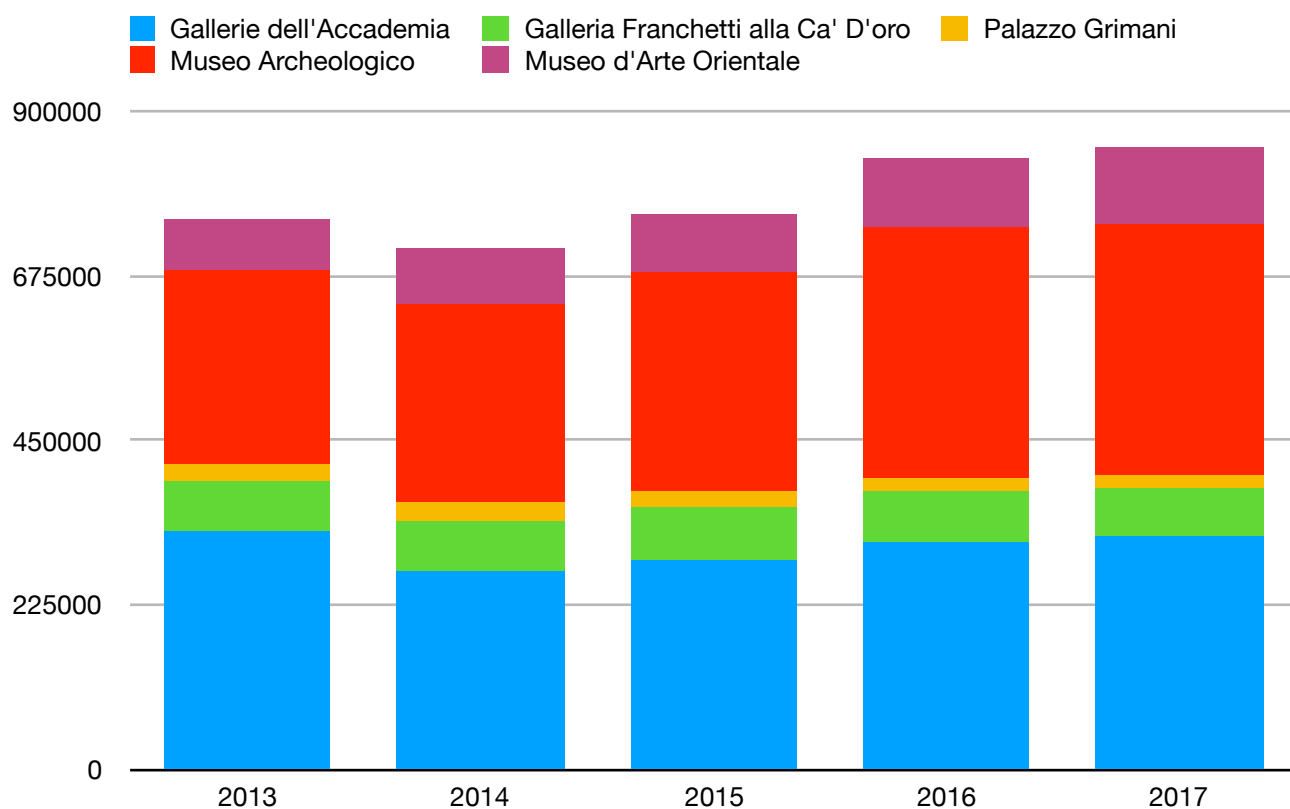
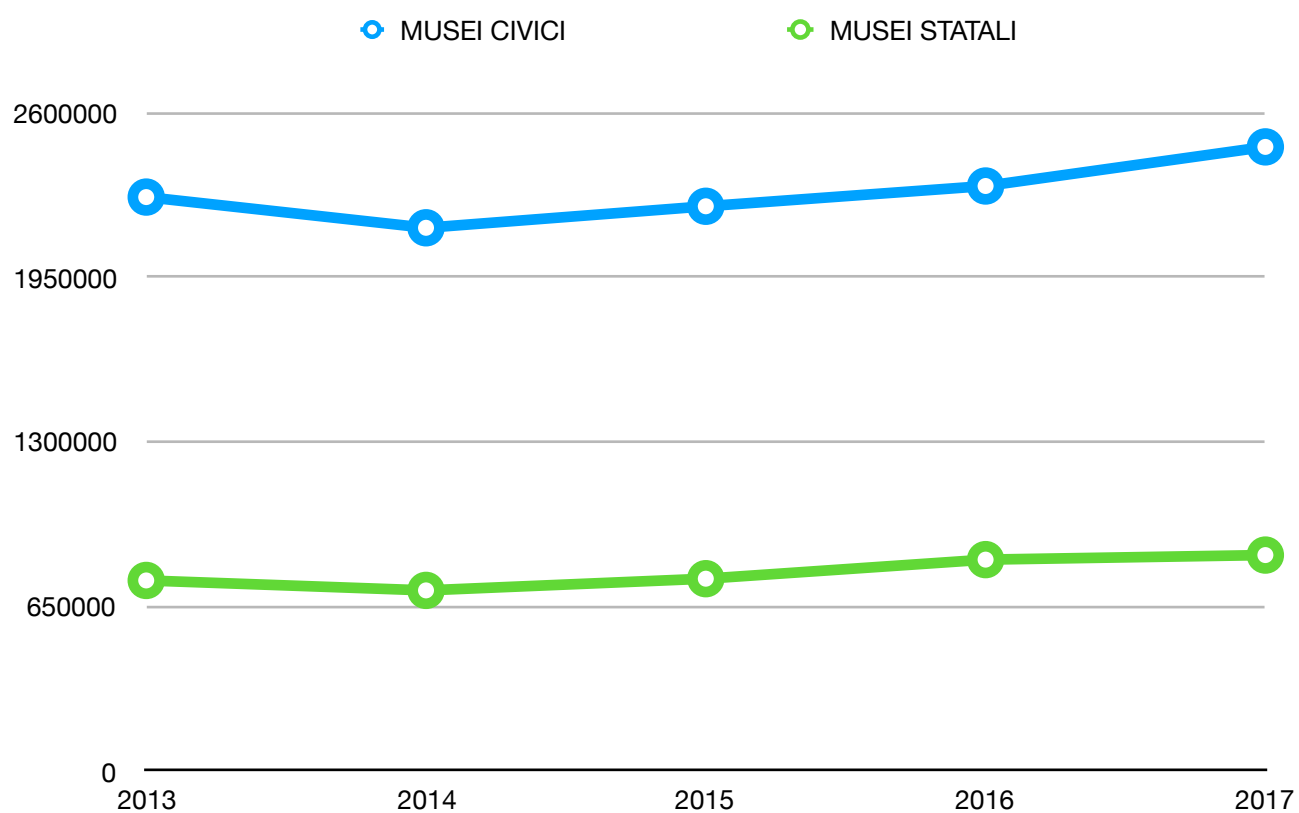


Tabella 1.76 - Andamento del flusso dei visitatori nei Musei Civici e Musei e statali Statali  
[fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2017”, 2018, p.85]



Nella “Relazione sulla gestione. Bilancio ordinario al 31\12\2018” della Fondazione Musei Civici di Venezia, si riportarono i seguenti dati relativi ai Musei Civici di Venezia:

Tabella 1.77 - Totale visitatori nei Musei Civici di Venezia nel 2018 [fonte: Fondazione Musei Civici di Venezia, “Relazione sulla gestione. Bilancio ordinario al 31\12\2018”, 2019, p. 47]

<b>MUSEO CIVICO</b>	<b>2018</b>
<b>PALAZZO DUCALE</b>	1.371.536
<b>MUSEO CORRER</b>	328.205
<b>MUSEO DEL VETRO</b>	186.873
<b>CA' REZZONICO</b>	100.107
<b>CA' PESARO</b>	79.934
<b>MUSEO DI STORIA NATURALE</b>	789.870
<b>PALAZZO MOCENIGO</b>	48.273
<b>CASA DI CARLO GOLDONI</b>	23.109
<b>TORRE DELL'OROLOGIO</b>	11.689
<b>MUSEO DEL MERLETTO</b>	42.418

Nella “Relazione sulla gestione. Bilancio ordinario al 31\12\2018” si annotò anche che ,nonostante alcuni musei civici registrarono un calo di visitatori tra il 2016 ed il 2017, in generale la Fondazione Musei Civici di Venezia nel 2018 registrò più di 27,3 milioni di euro di incassi, crescendo del 1,7% rispetto l’anno precedente, ovvero guadagnando 444.000 euro in più in confronto al 2017, in paragone al 2016 la percentuale del guadagno salì del 9.9%<sup>91</sup>.

Nel 2018, nella “Top 30 Visitatori Istituti a pagamento - Dati 2018 provvisori”, il Museo Archeologico di Venezia si collocò al 21° posto con 337.122 visitatori, mentre le Gallerie dell’Accademia di Venezia si posizionarono al 25° con 288.501 visitatori<sup>92</sup>.

<sup>91</sup>Fondazione Musei Civici, *Relazione sulla gestione. Bilancio ordinario al 31\12\2018*, Venezia, 2019

<sup>92</sup>[http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/visualizza\\_asset.html\\_1000300163.html](http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/visualizza_asset.html_1000300163.html)

Nel 2019, nella “Top 30 2019 - La classifica dei 30 musei italiani più visitati nel 2019”, il Museo Archeologico di Venezia mantenne la stessa posizione, mentre le Gallerie dell’Accademia salirono alla 24<sup>o</sup><sup>93</sup>.

Per quanto riguarda il Circuito Chorus dal 2013 Madonna dell’Orto non ne aderì più<sup>94</sup>, facendo sì che il primato della chiesa più ricercata del circuito fu Santa Maria dei Miracoli. A partire dal 2013 tra le chiese con accesso libero e con biglietto, a prevalere fu Santa Maria Assunta dei Frari, di cui si resero disponibili i dati leggibili nella tabella 1.73, dove si nota anche che solo la chiesa di Santa Maria dei Miracoli chiuse i cinque anni con un numero maggiore di visitatori rispetto quelli iniziali (tabella 1.78).

Tabella 1.78 - Totale visitatori del Circuito Chorus di Venezia dal 2013 al 2017 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo Veneziano 2017”, 2018, pp. 112,121]

	2013	2014	2015	2016	2017
<b>CIRCUITO CHORUS</b>	209.410	197.730	191.491	172.722	186.642
<b>SANTA MARIA DEI FRARI</b>	250.000	242.000	256.000	251.000	242.000
<b>SANTA MARIA DEI MIRACOLI</b>	33.024	31.128	31.482	29.450	34.465

Nell’istituzione Biennale, nel 2013 vi furono 54.840 visitatori per la 70<sup>o</sup> Mostra del Cinema. Nel 2016 in un articolo redatto della giornalista Anna Sandri pubblicato nel giornale on-line de ‘La Nuova di Venezia e Mestre’, venne riportato che la durata dell’evento, di 6 mesi, stabilì un record d’estensione temporale per l’esposizione internazionale<sup>95</sup>. Come nei precedenti anni analizzati, sono le Esposizioni Internazionali d’Arte ad attirare più visitatori, rispetto alle Mostre Internazionali d’Architettura, come si evince nella tabella 1.79:

<sup>93</sup>[http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/images/upload/original-images/1579889637197\\_TOP-30-FB\\_1.jpg](http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/images/upload/original-images/1579889637197_TOP-30-FB_1.jpg)

<sup>94</sup>Comune di Venezia, *Annuario Turismo del 2014*, Centro Produzione Multimediale, 2015, p. 84

<sup>95</sup><https://nuovavenezia.gelocal.it/veneziana/cronaca/2016/11/28/news/biennale-architettura-chiude-con-260mila-visitatori-1.14482074>

Tabella 1.79 - Totale visitatori della Biennale di Venezia dal 2013 al 2017 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo Veneziano 2017”, 2018, p. 71]

	2013	2014	2015	2016	2017
<b>BIENNALE</b>	475.000	227.818	525.567	259.650	615.202

Tabella 1.80- Totale visitatori dei restanti musei veneziani dal 2013 al 2019 [fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo Veneziano 2017”, 2018, pp. 124-133]

MUSEO	2013	2014	2015	2016	2017
<b>PEGGY GUGGENHEIM</b>	376.407	385.765	392.391	413.498	427.209
<b>FONDAZIONE QUERINI STAMPALIA</b>	32.070	36.365	35.747	43.408	36.423
<b>MUSEO EBRAICO</b>	67.350	68.985	70.803	87.902	79.120
<b>MUSEO STORICO NAVALE</b>	48.117	58.492	63.234	65.809	57.877
<b>MUSEO DI SAN MARCO</b>	35.8000	363.290	401.143	523.693	577.524
<b>MUSEO DIOCESANO</b>	4.399	3.575	4.732	4.576	3.981
<b>BIBLIOTECA NAZIONALE MARCIANA</b>	204.799	221.530	245.000	242.670	255.499

Tra il 2013 ed il 2017 la Scuola Grande di San Rocco rimase la prima in classifica tra le altre scuole, chiudendo tuttavia i cinque anni osservati con il medesimo numero di visitatori come traspare nella tabella 1.80:

Tabella 1.80 - Totale visitatori della Scuola Grande di San Rocco tra il 2013 ed il 2017  
[fonte: Comune di Venezia, “Annuario del Turismo 2017”, 2018, p. 134]

	2013	2014	2015	2016	2017
<b>SCUOLA GRANDE DI SAN ROCCO</b>	129.722	124.881	123.889	127.026	129.142

Nel 2016 prese avvio il progetto “Gioielli Nascosti di Venezia” della Fondazione Venezia in collaborazione con l’IRE (Istituto di Ricovero e di Educazione) che, come riporta il sito, «prevede la gestione e apertura al pubblico di alcuni beni d’interesse artistico e culturale di proprietà di quest’ultimo [...] La restituzione di questi beni alla collettività è essenziale sia per la loro conservazione che per la loro valorizzazione»<sup>96</sup>. Nel 2016 il piano contemplava la Scala Contarini del Bovolo, l’Oratorio dei Crociferi e il complesso dell’Ospedaletto; l’anno successivo si aggiunsero al piano la Chiesa delle Zitelle e la Chiesa delle Penitenti. Nella tabella 1.81 si può osservare l’aumento dei visitatori:

Tabella 1.81 - Totale visitatori dei “Gioielli Nascosti di Venezia” [fonte: [www.fondazioneveneziaservizi.it](http://www.fondazioneveneziaservizi.it)]

	2016	2017
<b>SCALA CONTARINI DEL BOVOLO</b>	47.878	63.908
<b>ORATORIO DEI CROCIFERI</b>	2.088	2.418
<b>OSPEDALETTO</b>	33	920
<b>CHIESA DELLE ZITELLE</b>	-	33.05
<b>CHIESA DELLE PENITENTI</b>	-	800

Lo studio dell’*European Parliament Committee on Transport and Tourism* contiene una nota di *Tripadvisor* in cui si afferma che i luoghi più visitati del 2018, fino alla data di

<sup>96</sup><http://www.fondazioneveneziaservizi.it/gioielli-nascosti-di-veneziaservizi.it>. Data ultima consultazione: 23\01\2020

pubblicazione, a Venezia furono Canal Grande, Palazzo Ducale, la Basilica di San Marco, Piazza San Marco, il Ponte di Rialto e la Gioielleria Eredi Jovon<sup>97</sup>.

Francesco Sbeti in “Quattro Venezie per un nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana 2019” riporta alcuni dati museali riguardanti il biennio 2017-2018. Nella città storica, le sedi che ospitano più eventi sono la Videoteca Pasinetti, Ateneo Veneto, Teatro La Fenice, Palazzo Cavagnis , Palazzo Albrizzi, l’Auditorium Santa Margherita, Fondazione Querini Stampalia, Palazzo Franchetti, Palazzo Bruxane. Se si decidesse di considerare il numero di giornate di attività, le sedi della Biennale ed i suoi eventi collaterali sono al primo posto, seguiti da Ca’ Pesaro e Palazzo Ducale, il primo con 1.084 giornate d’apertura con eventi temporanei, il secondo con 979. Figura poi la Peggy Guggenheim Foundation con più di 800 giornate evento. Figurano poi la Casa dei Tre Oci, Punta della Dogana, Palazzo Grassi e Ikona Gallery<sup>98</sup>.

---

<sup>97</sup>P. Peeters et al., *Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses*, European Union, Policy Department European Union, 2018, p. 235

<sup>98</sup>F. Betti, *Quattro Venezie per un nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana 2019*, Marsilio Editori, 2019, p. 299

## 2. IL TESSUTO ECONOMICO DEL CENTRO STORICO DI VENEZIA

Il secondo capitolo tratta il tema degli esercizi commerciali nella città di Venezia, cercando di tracciare l'evoluzione di quest'ultimi nelle prime due decadi del ventesimo secolo, a livello d'espansione e di offerta merceologica nei vari sestieri.

Ogni studio utilizzato per analizzare la dinamica delle attività commerciali nel centro storico di Venezia si riferisce a precisi anni di indagine, come per esempio lo studio della Salizada Sant'Antonin nel 2007, nel 2009 e nel 2020.

Per perseguire tale obiettivo, si sono utilizzati gli studi condotti il primo ed il secondo paragrafo sono quanto riportato dall'Ufficio di Piano su dati *COSES 2001* e *COSES 2008*. Il terzo paragrafo invece si basa su studi di Wolfgang Scheppe. Il quarto è uno studio della Fondazione di Venezia sul punto di vista lavorativo (posti di lavoro ed andamento dei diversi settori), dell'economia turistica.

### 2.1 LE ATTIVITÀ COMMERCIALI NEI SESTIERI DI VENEZIA NELL'ANNO 2001

Uno studio commissionato da *COSES* nel 2001 ha analizzato la situazione delle attività commerciali a Venezia, con un focus sulle ripercussioni del D.L. 114\98, che introdusse misure di liberalizzazioni come per esempio l'abolizione delle licenze per gli esercizi commerciali fino a 250mq di superficie e la classificazione degli esercizi in 'alimentari' e 'non alimentari'<sup>99</sup>. Lo studio analizzò la presenza di attività commerciali del settore alimentare per ogni sestiere di Venezia rispetto alle altre attività commerciali, in particolare si selezionarono alcune zone fondamentali per l'indagine, come Rialto, Rio Terà S. Leonardo - Strada Nuova, Campo Santa Margherita, Via Garibaldi, Bragora - S. Francesco della Vigna, a cui si combinarono dati forniti dall'Ufficio Commercio del Comune e la documentazione storica dell'Archivio Fotografico dell'Ufficio Urbanistica. Lo studio si concentrò su alcune categorie merceologiche la cui clientela è prevalentemente costituita da turisti. Il risultato fu che il 20% dell'offerta commerciale delle zone sopra menzionate cambiò la propria offerta per soddisfare una domanda turistica, mentre altri tipi di settori gradualmente cercarono di soddisfare le esigenze di un'utenza diversificata, cioè composta da residenti e turisti, come accadde per esempio nel settore del vestiario, che si adeguò alle diverse disponibilità economiche e di gusto.

---

<sup>99</sup>P. Gasparoli, F. Trovò, *Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni*, Pisa, Altralinea Edizioni s.r.l., 2014, p. 123



Nel 1998, il D.L. 114\98, conosciuto anche come ‘Decreto Bersani’, limitò dunque gli strumenti che permettevano alle Amministrazioni locali di gestire l’attività commerciali. Tuttavia, negli anni successivi si tentò di arginare questa manovra, che favoriva una rottura dell’equilibrio del tessuto commerciale in alcune zone quali l’insula di Rialto, via Garibaldi, Campo Santo Margherita e Rio Terà San Leonardo con la Deliberazione del Consiglio Comunale n.125 del 29.10.2001, la Deliberazione di attuazione n. 73 del 05.06.2003 e la Disposizione Dirigenziale n. 14220 del 05.04.04, per cui furono individuate le unità edilizie del centro storico di Venezia da sottoporre a particolari disposizioni rispetto alle attività commerciali artigianali ed il pubblico esercizio regolarizzando gli articoli disponibili al commercio.

In seguito, tramite una modifica del Regolamento per la gestione dei beni immobili comunali del Comune di Venezia, che emanò agevolazioni per i gerenti di attività economiche indirizzate ai bisogni della comunità residenziale, e specifici Regolamenti Comunali, s’imposero dei criteri progettuali che regolamentarono gli elementi accessori degli esercizi economici che potevano disturbare la percezione dell’ambiente urbano, come ad esempio vetrine e cartelli.

Il D.Lgs. 138\2011 Ulteriori misure urgenti per la stabilizzazione finanziaria e per lo sviluppo, anziché contrastare il cambiamento di direzione dell’offerta commerciale, la incentivò in quanto introdusse liberalizzazioni come la sostituzione delle licenze con autocertificazioni (solo gli esercizi alimentari non dovettero sottoporsi a tali modifiche), l’eliminazione di limiti territoriali all’apertura di esercizi commerciali (imposti solo nel caso di tutela di beni culturali) e la liberalizzazione degli orari<sup>100</sup>.

Per l’anno 2001 l’Ufficio di Piano diffuse la seguente tabella riguardante la composizione delle attività economiche<sup>101</sup>:

---

<sup>100</sup>P. Gasparoli, F. Trovò, *Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni*, Pisa, Altralea Edizioni s.r.l., 2014, pp. 124-125

<sup>101</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, 2011, p. 67

Tabella 2.1 - Attività economiche nel centro storico di Venezia, per ambiti subcomunali, tipo di utenza e settore nel 2001 [fonte: Ufficio di Piano, “Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico”, 2011, p. 67]

Utenza prevalente	Settore	Venezia Insulare	Terraferma	TOTALE
Residenziale	Artigianato e vendita	147	208	355
	Commercio	774	906	1.680
	<b>Totale</b>	<b>921</b>	<b>1.114</b>	<b>2.035</b>
Mista	Artigianato e vendita	234	53	287
	Commercio	1.388	1.012	2.400
	<b>Totale</b>	<b>1.622</b>	<b>1.065</b>	<b>2.687</b>
Turistica	Ricettività	280	120	400
	Ristorazione	922	678	1.600
	<b>Totale</b>	<b>1.202</b>	<b>798</b>	<b>2.000</b>
<b>TOTALE</b>		<b>3.745</b>	<b>2.977</b>	<b>6.722</b>

Il settore “Artigianato e vendita” è composto dalle attività legate alla «produzione e vendita di alimentari, articoli per la casa, confezionamento di prodotti tessili e di abbigliamento, ortopedia, lavorazione e vendita di articoli destinati alle attività di produzione». Il settore “Commercio” è costituito da «esercizi alimentari, punti vendita di prodotti per la casa, farmaceutici, articoli di supporto alla produzione, veicoli e accessori ed altri beni di consumo aggregati (ferramenta, mercerie, elettrodomestici, ecc.)»; queste prime due tipologie d’attività interessano prevalentemente una domanda residenziale<sup>102</sup>. Nel settore “Artigianato e vendita” gli esercizi rivolti invece d’utenza mista, ovvero residenziale e turistica, sono quelli inerenti alla «lavorazione e vendita di prodotti in ceramica, pietre, oreficeria e bigiotteria; confezionamento di prodotti in pelle e articoli da viaggio; fabbricazione di oggetti in vetro e carta; altri articoli artigianali». Per quanto riguarda gli esercizi inerenti alla “Ricettività” ed alla “Ristorazione” (comprensivo di ristoranti, bar, mense e servizi catering), questi sono rivolti prevalentemente ad un’utenza turistica, anche se in realtà si tratta di un’ipotesi semplificativa in quanto l’utenza dei

<sup>102</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, 2011, pp. 67-68

pubblici esercizi è di tipo misto. Le attribuzioni delle attività alle diverse utenze, ovvero residenziale, mista e turistica sono state basate sulle «caratteristiche tipologiche delle attività analizzate e da valutazioni sulla frequentazione prevalente».

Si può osservare che il numero delle attività commerciali rivolte ai residenti della Venezia insulare non risulta adeguato al numero di quest'ultimi, in quanto sono complessivamente per lo più rivolte a gruppi di popolazione temporaneamente presenti in città, principalmente quello turistico<sup>103</sup>.

Sapendo che il numero di attività totali nel centro storico veneziano sono 3.051, la distribuzione delle attività per settore e sestiere risulta la seguente nel 2001 dalla tabella 2.2:

Tabella 2.2 - Numero di attività e delle loro utenze nei sestieri di San Marco, Cannaregio e Castello - S. Elena nel 2001 [fonte: Ufficio di Piano, "Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico", 2011, p. 68]

	<b>NUMERO DI ATTIVITÀ</b>	<b>AMBITO DI UTENZA PREVALENTEMENTE TURISTICA ESERCIZI RICETTIVI</b>	<b>AMBITO DI UTENZA PREVALENTEMENTE TURISTICA PUBBLICI ESERCIZI</b>
<b>SAN MARCO</b>	916	73	161
<b>CANNAREGIO</b>	629	60	168
<b>CASTELLO - S. ELENA</b>	-	50	148

Altri dati forniti dal medesimo volume riportano che il 65,4% degli esercizi ricettivi presenti nella Venezia insulare ed il 51,7% dei pubblici esercizi di quest'ultima sono distribuiti nei sestieri di San Marco, Cannaregio e Castello - S. Elena. Analizzando 23 micro-zone del centro storico, risultò che tutte le aree prospicienti il bacino di San Marco contenessero principalmente attività inerenti al turismo, in particolare «esercizi commerciali e strutture di accoglienza, ricettive e ristorative»; contrariamente nella zona di Rialto prevalsero gli esercizi rivolti ai residenti, anche se vi era già in atto un processo di

<sup>103</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, 2011, p. 68

cambiamento verso un'utenza mista con «esercizi alimentari, attività di artigianato e vendita».

Spostandoci lungo l'asse di Strada Nuova, ed il terminal automobilistico di Piazzale Roma, l'offerta è volta invece verso le esigenze dell'utenza temporanea, ovvero turistica.

Questo fenomeno risultò manifestarsi in maniera più contenuta anche nelle micro-zone di Bragora e delle Gallerie dell'Accademia. L'area Marciana emerse per l'equilibrio tra l'offerta di struttura ricettive e l'offerta di ristorazione, rendendola una zona centrale della città, inoltre qui si concentrava quasi il 22% degli esercizi per residenti. La medesima dinamica si ripeté nelle micro-zone di Santa Maria Formosa, nei pressi della Stazione di Santa Lucia e nella zona Piazzale Roma - Tolentini. Negli altri sestieri veneziani prevalse il mercato della ristorazione, specialmente a Rialto<sup>104</sup>.

## 2.2 LE ATTIVITÀ COMMERCIALI NEI SESTIERI DI VENEZIA NELL'ANNO 2008

Per quanto riguarda l'anno 2008, un'analisi dei sestieri dell'Ufficio di Piano su dati *COSES*, ha fatto emergere i dati riportati nella tabella 2.3:

---

<sup>104</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, 2011, pp. 68-69

Tabella 2.3 - Attività economiche nel centro storico di Venezia, per ambiti subcomunali, tipo di utenza e settore nel 2001 [fonte: Ufficio di Piano, “Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico”, 2011, p. 67]

Sestiere	Strutture ricettive	Esercizi di vicinato	Pubblici esercizi	TOTALE
S. Marco	295	825	159	1.279
Castello-S. Elena	345	402	162	909
Cannaregio	331	458	164	953
S. Polo	106	374	97	577
S. Croce	117	146	74	337
Dorsoduro	152	235	98	485
Giudecca	54	45	31	130
n.d.	-	7	2	9
<b>TOTALE</b>	<b>1.400</b>	<b>2.492</b>	<b>787</b>	<b>4.679</b>

Per la realizzazione di questa tabella si è semplificata la definizione di esercizi di vicinato come quei negozi la cui superficie di vendita non supera i 250mq, e che in base al D. Lgs. 114\98 non si ripartiscono i negozi per tipologia merceologica venduta ma per macro-aggregati quali settore alimentare, settore non alimentare generico (composto dunque da diverse voci), e settore residuale che comprende sia attività alimentari che non alimentari. Si è considerato, inoltre, che un negozio può possedere diverse autorizzazioni, sia alimentari che non alimentari. Dall'indagine è risultato che la quota percentuale di attività alimentari è calata dal 18% del 2001 al 13,2% del 2008, come conseguenza del peso della domanda turistica<sup>105</sup>, e confrontando la tabella 2.3 con la tabella 2.1, il settore della ricettività turistica è aumentato più del quintuplo.

I dati riportati dall'Ufficio di Piano relativi al 2008 fanno emerge che, in percentuale, gli esercizi di vicinato costituivano il 53,2% delle attività economiche dei sestieri analizzati, il 29,9% era costituito da strutture ricettive, mentre il restante 16,8% era composto da pubblici esercizi.

<sup>105</sup>P. Gasparoli, F. Trovò, *Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni*, Pisa, Altralinea Edizioni s.r.l., 2014, p. 126

Dalla tabella 2.3, si rileva che Cannaregio, Castello-S.Elena e San Marco sono i tre sestieri con la maggiore quantità di strutture ricettive, esercizi di vicinato e pubblici esercizi. Tuttavia, se per ogni sestiere si calcolasse l'ammontare delle unità economiche in base al settore, è il sestiere della Giudecca in proporzione ad avere il maggior numero di strutture ricettive; seguita dal sestiere Castello-Sant'Elena con poca differenza. Per quanto riguarda i negozi di vicinato è il sestiere di San Marco a primeggiare, distaccandosi di poco da San Polo. Nei pubblici esercizi la Giudecca risulta essere il sestiere ad accoglierne di più in proporzione, superando di poche unità S. Croce - Dorsoduro.

A livello di micro-zone, l'area Marciana si confermava nuovamente quella con la più alta densità urbana per quanto riguarda le cosiddette attività caratteristiche, con particolare riguardo al comparto commerciale, com'era già stato rilevato nel 2001. Congiuntamente alle altre micro-zone di Rialto, Santa Maria Formosa e Santo Stefano, nel 2008 l'area Marciana riuniva dunque il 46,2% del totale, ovvero 2.163 delle 4.679 attività economiche caratteristiche del centro storico<sup>106</sup>.

La micro-zona dell'area Marciana nel 2008 conteneva 645 esercizi rivolti ai residenti su un totale di 2.492, ossia il 25,9%, di cui 595 erano esercizi non alimentari, quindi il 92,2% dei 645 esercizi per residenti dell'area. Inoltre il comparto alimentare, rappresentante circa il 6% del totale dell'area nel 2001, nel 2008 era arrivato a costituire il 4,5% dell'area Marciana. La micro-zona di Rialto si posizionò come la seconda area commerciale del centro storico in quanto addensava 278 esercizi per residenti su 2.492, ovvero l'11,2%; caratterizzandosi ciò nonostante per la più alta concentrazione di punti vendita con autorizzazioni alimentari: 43 sui 278 della micro-zona, pari al 15,5%, e 43 su 330 alimentari del centro storico, corrispondente al 13,0%. L'alto tasso di popolazione residenziale dell'area aveva qui preservato quelle tipologie di merci primarie destinate per lo più ad un'utenza residenziale<sup>107</sup>.

Come i dati censuari del 2001, anche i dati amministrativi del 2008 confermano la vocazione turistica costituita da un'offerta commerciale a carattere non alimentare delle micro-zone attorno all'area Marciana, ovvero presso Santo Stefano, Santa Maria Formosa e San Canciano. Al contrario, nelle micro-zone di Sant'Alvise, Via Garibaldi, Sant'Elena,

---

<sup>106</sup>*ivi*, p. 70

<sup>107</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, 2011, p. 70

Sacca Fisola e la Giudecca, la presenza di esercizi alimentari è importante in termini percentuali rispetto al totale degli esercizi di vicinato per micro-zona, pur essendo aree residuali nell'ambito dell'offerta commerciale del centro storico, peraltro in contrazione rispetto al 2001 per quanto riguarda la rete di vendita di vicinato<sup>108</sup>. Come riportato nella tabella 2.4, nel 2008 i pubblici esercizi, in base alle autorizzazioni attive, erano 787. Queste autorizzazioni erano previste dall'art. 5 della L. 287/91, e si potevano classificare secondo le categorie A, B, C e D. Risultò che a prevalere, con un 53%, furono quelle di tipo A, ossia «ristoranti, trattorie, pizzerie», seguite da quelle di tipo B, rappresentanti il 38,4%, ovvero «bar, caffè, gelaterie, pasticcerie ed esercizi simili». Le restanti tipologie di autorizzazioni, ossia la categoria C, ovvero «esercizi di cui alle lettere A e B in cui la somministrazione di alimenti e bevande viene effettuata congiuntamente ad attività di trattenimento e svago, in sale da ballo, sale da gioco, locali notturni, stabilimenti balneari ed esercizi simili» e la categoria D, «esercizi di cui alla lettera B nei quali è esclusa la somministrazione di bevande alcoliche di qualsiasi gradazione» costituiscono il 3% dell'insieme. Le autorizzazioni A e B, divennero equiparabili a causa di un provvedimento adottato dal Comune di Venezia nel 2003, per cui i titolari di autorizzazioni di tipo A potevano svolgere all'interno dello stesso locale attività di somministrazione di tipo B e viceversa. Ciò permise ai piccoli esercizi con autorizzazione di tipo B di svolgere la loro attività all'esterno previa concessione all'utilizzo di spazi pubblici, giungendo poi a proporre un effettivo servizio di ristorazione, aumentando così la gamma dell'offerta. Se i ristoranti, sia di alberghi che tradizionali, offrirono la maggior parte la loro offerta ai turisti pernottanti in centro storico, le altre piccole strutture utilizzarono prodotti differenti come «ristoranti self-service, fast food, snack bar, paninerie, caffè, pizzerie, catering», indirizzandoli a diversi segmenti della popolazione temporanea, come studenti e lavoratori pendolari, ma principalmente turisti escursionisti.

Con riferimento ai dati amministrativi dell'anno 2004 e calcolando le sole autorizzazioni di tipo A, B e D, in totale 1.730, di cui 841 nel centro storico, emerse che in quest'ultimo luogo il rapporto era di 1 esercizio ogni 75 residenti. Nel 2008, riferendosi sempre alle medesime tipologie di autorizzazioni adottate nel 2004, nel centro storico la relazione era di 1 esercizio ogni 78 residenti. In sostanza, come nel caso delle attività commerciali, il numero di pubblici esercizi del centro storico risulta sproporzionato rispetto alla sola

---

<sup>108</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, 2011, pp. 70-71

domanda residenziale, in quanto è indirizzato primariamente a soddisfare una popolazione effettiva quotidiana più numerosa. Su un totale di 844 esercizi pubblici, la maggior parte di quest'ultimi sono distribuiti nella micro-zona dell'area Marciana e giungono, nel 2008, a quota 125, ovvero il 14,8% del totale. Segue poi Rialto con 81 esercizi pubblici, il 9,6% del totale. L'area Marciana e l'area di Rialto insieme rappresentano dunque all'incirca il 25% degli esercizi pubblici del centro storico. In entrambe le micro-zone prevalgono gli esercizi con autorizzazione di tipo A che tuttavia possono effettuare anche servizio bar. A Santa Maria Formosa vi è 8,9% del totale degli esercizi pubblici del centro storico, ovvero 75 esercizi, e a Santa Margherita il 7,5%, ossia 63 esercizi, costituendo tuttavia una delle poche micro-zone del centro storico nelle quali prevalgono esercizi con autorizzazioni di tipo B<sup>109</sup>.

Focalizzandoci sulla domanda, come riporta l'Ufficio di Piano, il rapporto tra la tipologia d'utenza di popolazione e la spesa è la seguente (tabella 2.4):

Tabella 2.4 - Utenza e volume d'affari nella città di Venezia nel 2008 [fonte: Ufficio di Piano, 2011, p. 72]

Segmenti popolazione	Popolazione equiv.		Spesa totale		Spesa nel commercio alimentare		Spesa nel commercio non alimentare		Spesa nei pubblici esercizi	
	Val. ass.	%	(.000€)	%	(.000€)	%	(.000€)	%	(.000€)	%
Residenti anagrafici	87.510	48,0	552.880	28,4	212.592	86,9	291.272	33,4	49.015	5,9
Utenti di seconde case	15.224	8,4	205.396	10,6	18.492	7,6	92.888	10,7	94.016	11,3
Studenti stanziali	3.416	1,9	14.836	0,8	4.987	2,0	3.348	0,4	6.500	0,8
Turisti pernott. ed escurs.	54.003	29,6	1.115.990	57,4	-	-	479.245	55,0	636.745	76,7
Studenti e lav. pendolari	22.075	12,1	56.671	2,9	8.502	3,5	4.269	0,5	43.900	5,3
<b>Totale</b>	<b>182.228</b>	<b>100,0</b>	<b>1.945.773</b>	<b>100,0</b>	<b>244.573</b>	<b>100,0</b>	<b>871.022</b>	<b>100,0</b>	<b>830.176</b>	<b>100,0</b>

Come emerge nella tabella 2.4, benché i residenti anagrafici siano la popolazione che giornalmente interessa di più il centro storico di Venezia, quest'ultimi sono tuttavia i secondi classificati a livello di spesa totale, in quanto quella complessiva dei turisti

<sup>109</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, 2011, p. 71



pernottanti ed escursionisti la supera di più del doppio. Benché i residenti anagrafici siano coloro che spendono di più nel settore alimentare, nel commercio non alimentare e nei pubblici esercizi la spesa turistica è la più importante. Queste osservazioni lasciano trasparire l'importanza del turismo all'interno dell'economia veneziana, a maggior ragione se si considera anche che, nei dati relativi alla spesa turistica, per questione di praticità si sono tralasciate nei calcoli le spese inerenti ai pernottamenti, trasporti e quelle legate ai beni culturali ed alle attività ricreative. Per realizzare questa tabella, i valori della parte inerente alla popolazione si sono basati su stime di diversi anni. Il numero che rappresenta i turisti pernottanti ed i turisti escursionisti, 54.003, è stato calcolato in base alle 5.960.164 presenze di turisti pernottanti nella Venezia insulare e alle 13.751.000 presenze di turisti escursionisti pernottanti in terraferma e fuori dal comune, nell'anno 2006. La somma delle presenze è stata divisa poi per 365, ovvero i giorni contenuto in quell'anno, ottenendo così il valore medio di 54.003 turisti al giorno. Si è poi assunto successivamente che tutti i consumi dei residenti anagrafici avvenissero nel luogo di residenza. A causa del fatto che non esistevano per quell'anno studi riguardanti la spesa del segmento "utenti di seconde case", si è stimato un valore di spesa intermedio tra quello turistico e quello dei residenti. La stima della capacità di spesa per i turisti pernottanti e per i turisti escursionisti è stata effettuata così suddividendo le categorie, per cercare di ottenere dei risultati il più possibile precisi: turisti pernottanti italiani, turisti pernottanti europei, turisti pernottanti extra-europei, turisti escursionisti impropri e altri turisti escursionisti. I dati utilizzati erano riferiti all'anno 2002, che vennero nello studio aggiornati in termini di tasso di inflazione e di presenze di turisti pernottanti e di turisti escursionisti. Per quanto riguarda la spesa non alimentare, quella residenziale è eterogenea, rivolta verso una vasta gamma di beni atti a soddisfare distinte esigenze, mentre quella turistica è indirizzata verso prodotti artigianali e locali, articoli del tessile, abbigliamento e calzaturiero. Dal punto di vista metodologico quindi, le stime di spesa sono state calcolate per beni eterogenei. Dagli spazi vuoti nella tabella 2.4, la spesa turistica nel comparto alimentare risulta inesistente a causa della mancanza di fonti precise in merito<sup>110</sup>.

---

<sup>110</sup>Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, 2011, p. 72-73

### 2.3 Venice Project Center

*Venice Project Center*, progetto di raccolta dati del *Worcester Polytechnic Institute* sulla città di Venezia, coordinò tra il 2004 ed il 2012 una serie di ricerche con lo scopo d'investigare in che modo i mutamenti demografici ed il cambiamento dei flussi turistici abbiano cambiato la domanda commerciale e dunque le attività commerciali presenti nel centro storico. Nel report "*The Merchants of Venice. A Look at the Changes in the Venetian Stores and Tourist Accommodations and Their Impact on the Local Population*" pubblicato nel 2012, viene spiegato che il gruppo di ricerca in questione ha raccolto dati da cinque dei sei sestieri veneziani, ovvero Cannaregio, Dorsoduro, San Marco, San Polo e Santa Croce. Il sestiere di Castello non venne analizzato in quanto era stato caso di studio già nel 2011 e gli strumenti di ricerca presentarono difficoltà tecniche. Il gruppo dunque ritenne che anche nel caso in cui vi fossero stati dei cambiamenti tra il 2011 ed il 2012, questi non sarebbero stati sostanziali ai fini della ricerca e dunque decisero non ripetere l'indagine nel sestiere di Castello. Al mese della pubblicazione nel 2012, nei cinque sestieri presi in esame vi erano 2764 negozi per turisti, 864 indirizzati alle necessità dei residenti e 486 per rispondere ad una domanda comune di turisti e residenti. Tuttavia, i negozi catalogati a Castello nel 2011 furono usati per condurre le analisi del progetto. La classificazione dei negozi permise di dividere i negozi in quelli con un'offerta per i residenti e quelli ad offerta turistica, e ad analizzare come si adattarono ai cambiamenti sia residenziali che turistici<sup>111</sup>. In questo studio del 2012 sono stati operati dati rilevati negli 8 anni precedenti e si giunse alla creazione di un database in cui furono registrate tutte le «attività commerciali, i pubblici esercizi e le relative trasformazioni». È stata inoltre realizzata una mappa in formato *webGIS*<sup>112</sup>, dove vi potevano osservare le attività commerciali suddivise per tipologia e per soglie temporali dei rilievi effettuati; inoltre questa mappa è completa di informazioni come «nome, indirizzo e tipologia di negozio, data del rilevamento, codice *NACE* relativo

---

<sup>111</sup>Bruso B. et. al., *The Merchants of Venice. A Look at the Changes in the Venetian Stores and Tourist Accommodations and Their Impact on the Local Population*, WORCESTER POLYTECHNIC INSTITUTE, 2012, pp. 11-12

<sup>112</sup>«I *webGIS* sono dei GIS (*Geographic Information System*) implementati attraverso la rete che permettono l'interazione con la cartografia e con i dati geo-spaziali ad essa associati, condividendo così queste informazioni con molti utenti». Fonte: <https://geomappando.com/2015/11/01/webgis-o-webmapping/>. Data ultima consultazione: 17/01/2020.

al settore di attività<sup>113»</sup><sup>114</sup>. Altri numeri riportati da *Venice Project Center* riguardano il fatto che dal 1976 al 2012 il numero complessivo di negozi legati al turismo era aumentato del 229.0%, quelli dedicati ai vestiaro del 10.78%; mentre il numero di negozi alimentari era calato del -61.67% ed i negozi che non rientravano in questa tipologia erano diminuiti del 23.9%<sup>115</sup>.

Tra il 2011 ed il 2012, la densità dei negozi nei vari sestieri risultava essere del 37% a San Marco e del 30% a San Polo: benché fossero i sestieri più contenuti di dimensioni della città, contenevano la maggiore densità di negozi. Cannaregio era il terzo in classifica con il 12%, seguito da Dorsoduro con l'8%, Castello con il 7% ed infine Santa Croce con il 5%<sup>116</sup>.

Durante il confronto tra i dati raccolti nel 2011 e quelli raccolti nel 2012, il gruppo del *Venice Project Center* decise di analizzare quei negozi che avevano mantenuto la stessa tipologia di clienti dal 2004. Se i negozi avessero cambiato l'offerta del prodotto o il *target* in un dato momento dell'arco temporale tra il 2004 ed il 2012, ma che poi fossero ritornati a rivendere lo stesso prodotto o mantenuto o recuperato lo stessa clientela negli anni considerati, sarebbero stati classificati come *No Change*. I negozi *No Change* nel 2012 erano il 66% dei negozi veneziani. I negozi che aprirono, etichettati come *Newly Opened*, nel 2004 costituirono il 3% del complesso dei negozi veneziani, quelli che chiusero, definiti *Closed*, l'8%. Il restante 23% era costituito da quei negozi che, avendo modificato

---

<sup>113</sup>«Il codice NACE è un sistema di classificazione generale utilizzato per sistematizzare ed uniformare le definizioni delle attività economico/industriali negli Stati facenti parte dell'Unione europea. [...] Una importante revisione dei codici NACE è stata effettuata nel 2006 e implementata nel 2007. Le prime applicazioni in campo statistico si ebbero nel 2008; da allora la nuova classificazione è stata usata in modo rilevante in tutti i Paesi membri dell'UE. La classificazione NACE è una derivazione dell'ISIC (International Standard Industrial Classification), un sistema internazionale di classificazione delle attività economiche e industriali introdotto dagli organi statistici delle Nazioni Unite, la cui ultima revisione è avvenuta nel 2008.

I codici NACE sono composti da 4 cifre e si suddividono nelle seguenti categorie generali: Agricoltura, silvicoltura e pesca, Attività estrattiva, Attività manifatturiere, Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata, Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di trattamento dei rifiuti e risanamento, Costruzioni, Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli, Trasporto e magazzinaggio, Servizi di alloggio e di ristorazione, Servizi di informazione e comunicazione, Attività finanziarie e assicurative, Attività immobiliari, Attività professionali, scientifiche e tecniche, Attività amministrative e di servizi di supporto, Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale obbligatoria, Istruzione, Sanità e assistenza sociale, Attività artistiche, di intrattenimento e divertimento, Altre attività di servizi, Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro per personale domestico; produzione di beni e servizi indifferenziati per uso proprio da parte di famiglie e convivenze e Attività di organizzazioni e organismi extraterritoriali». Fonte: <https://www.icribis.com/it/codici-NACE>. Data ultima consultazione: 17/01/2020.

<sup>114</sup>P. Gasparoli, F. Trovò, *Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni*, Pisa, Altralea Edizioni s.r.l., 2014, p. 127

<sup>115</sup>Bruso B. et. al., *The Merchants of Venice. A Look at the Changes in the Venetian Stores and Tourist Accommodations and Their Impact on the Local Population*, WORCESTER POLYTECHNIC INSTITUTE, 2012, p. 23

<sup>116</sup>*ivi*, p. 23

la loro offerta, cambiarono di conseguenza la domanda con cui si relazionavano, per cui vennero designati sotto *Change*<sup>117</sup>.

---

<sup>117</sup>Bruso B. et. al., *The Merchants of Venice. A Look at the Changes in the Venetian Stores and Tourist Accommodations and Their Impact on the Local Population*, WORCESTER POLYTECHNIC INSTITUTE, 2012, p. 53



Figure 29: Stores used for project analysis covered in 2012 (black) and 2011 (yellow)

Figura 2.5 - Negozi analizzati nel 2012 (in nero) e quelli analizzati nel 2011 (in giallo).  
[fonte: Brusco B. et. al., *The Merchants of Venice. A Look at the Changes in the Venetian Stores and Tourist Accommodations and Their Impact on the Local Population*, pag. 52]



Figure 3: Tourist stores by tourist bed density

Figura 2.6 - Negozi per turisti all'anno 2012 (in rosso) in relazione all'offerta ricettiva [fonte: Brusco B. et. al., *The Merchants of Venice. A Look at the Changes in the Venetian Stores and Tourist Accommodations and Their Impact on the Local Population*, pag. 11]

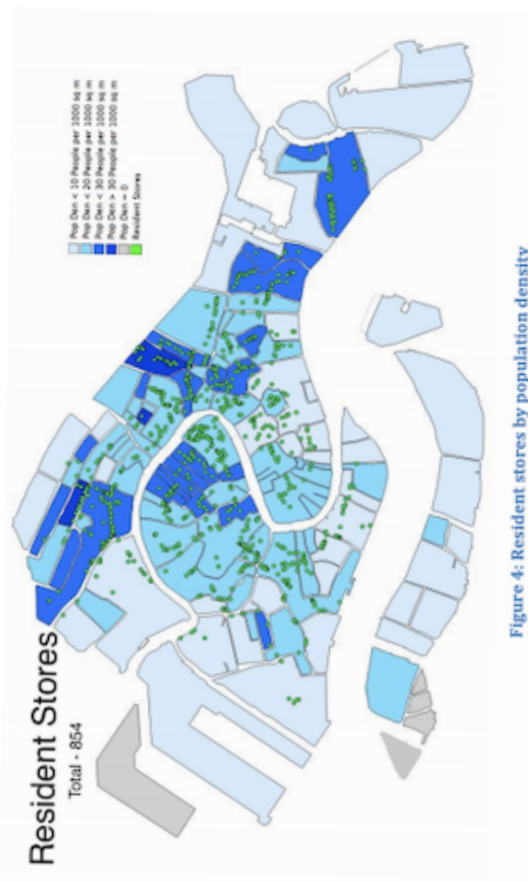


Figura 2.7 - Negozi per residenti all'anno 2012 (in rosso) in relazione alla densità della popolazione [fonte: Brusco B. et. al., *The Merchants of Venice. A Look at the Changes in the Venetian Stores and Tourist Accommodations and Their Impact on the Local Population*, pag. 12]

Al 2012 furono rilevati 4.980 esercizi commerciali, ed i sestieri con la maggiore concentrazione di negozi risultarono essere San Marco e San Polo, essendo anche le aree in cui si addensava la maggior presenza di turisti<sup>118</sup>.

Le diverse tipologie di attività furono raggruppate nelle classificazioni *tourist stores*, *resident stores* e *mixed stores*, e di queste suddivisioni furono forniti dati sul numero di attività presenti e la relativa incidenza percentuale sul totale. Emerse dunque al 2012 che il 72% di tutte le attività veneziane presenti nei sestieri rientravano nella tipologia *tourist stores*, il 22% *resident stores* e il 6% *mixed stores*<sup>119</sup>.

Si possono fare alcune considerazioni: la maggiore propensione alla chiusura di attività commerciali in alcune zone del centro non è correlata alla contrazione demografica della città, ma probabilmente ad una crescita dell'attività turistica in suddette zone; vi è un collegamento tra il numero di negozi che hanno cambiato la tipologia di offerta commerciale all'interno di una specifica area del centro, passando da *resident stores* a *tourist stores*, e la variazione della densità di posti letto in strutture ricettive collocate nella medesima area, l'eccezione è rappresentata dalle zone di Strada Nuova e Cannaregio, con attività rivolte ai turisti presenti in maniera massiccia già prima del rilevamento; e la trasformazione delle attività commerciali da *tourist/mixed stores* a *resident stores*, constatata in 37 casi dal 2004 al 2012, non è direttamente connessa alla variazione di densità di popolazione delle aree urbane corrispondenti.

---

<sup>118</sup>P. Gasparoli, F. Trovò, *Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni*, Pisa, Altralinea Edizioni s.r.l., 2014, p. 127

<sup>119</sup>*ivi*, pp. 127-128



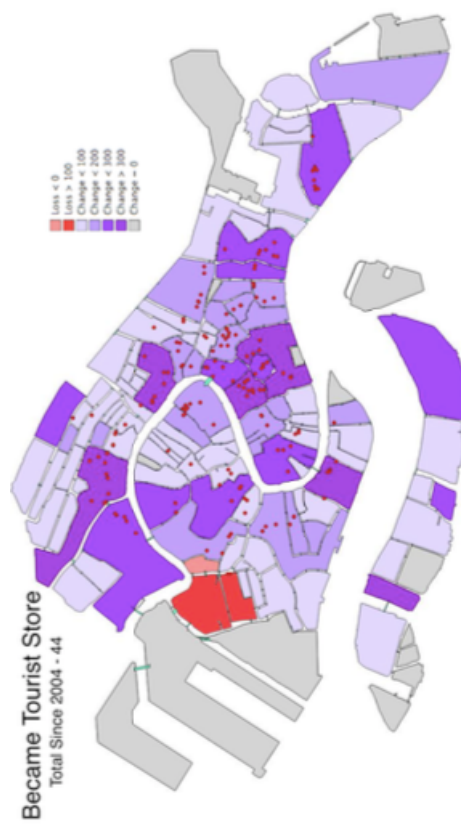


Figure 50: Stores that became tourist stores with change in tourist bed density

Figura 2.8 - Negozi che modificarono la loro offerta per la domanda turistica [fonte: Brusco B. et. al., *The Merchants of Venice. A Look at the Changes in the Venetian Stores and Tourist Accommodations and Their Impact on the Local Population*, pag. 71]

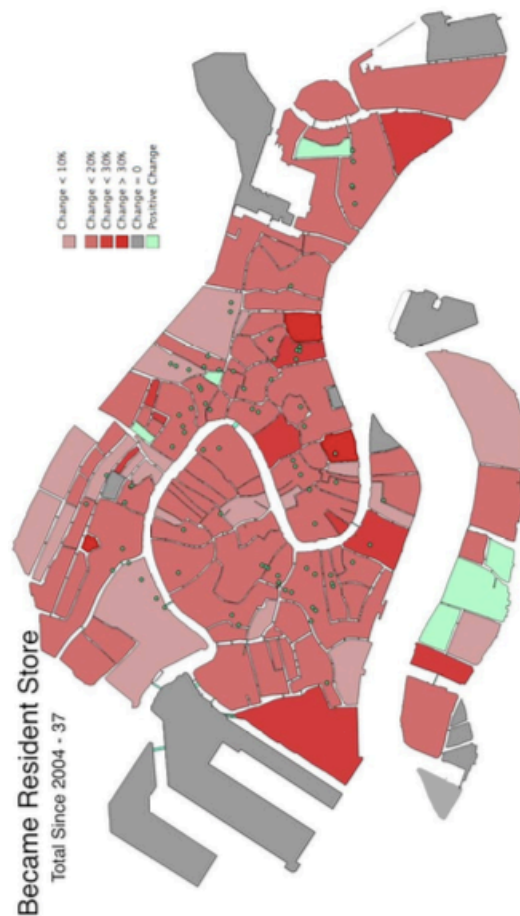


Figure 56: Stores that became resident stores with change in population density

Figura 2.9 - Negozi che modificarono la loro offerta per la domanda residenziale [fonte: Brusco B. et al., *The Merchants of Venice. A Look at the Changes in the Venetian Stores and Tourist Accommodations and Their Impact on the Local Population*, pag. 76]

2.4 NEGOZI DI GENERE ALIMENTARE NEL CENTRO STORICO DI VENEZIA, ANNI 2006, 2007 E 2009

Nel volume *Migropolis* e per l'anno 2006 e 2009, Scheppe analizzò determinate aree della città storica di Venezia per far emergere quale tipologia di negozio era prevalente, limitandosi a classificarli per negozi alimentari e negozi non alimentari. Nella tabella 2.10 emerge come a prevalere, nelle aree studiate, siano i negozi non alimentari, tranne qualche eccezione.

Tabella 2.10 - Numero attività e negozi per tipologia merceologica nelle varie zone della città veneziana [W. Scheppe, 2009]

DISTRETTO COMMERCIALE	TOTALE NEGOZI ALIMENTARI/NON ALIMENTARI	NEGOZI NON ALIMENTARI	NEGOZI ALIMENTARI
RIALTO	398	350	48
SAN GIACOMO	44	32	12
FRARI	204	169	35
SANTA MARGHERITA	114	84	30
SANTO STEFANO	185	164	21
SAN LUCA	552	520	32
SAN CANCIANO	115	96	19
SS. APOSTOLI	113	88	26
SANT'ALVISE	6	3	3
SAN LEONARDO	235	176	59
SANTA MARTA	52	33	19
SALUTE	45	35	10
S. M. FORMOSA	221	178	43
SAN FRANCESCO	42	31	11
BRAGORA	81	53	28
VIA GARIBALDI	87	48	39
SANT'ELENA	13	6	7
SACCA FISOLA	9	4	5

DISTRETTO COMMERCIALE	TOTALE NEGOZI ALIMENTARI/NON ALIMENTARI	NEGOZI NON ALIMENTARI	NEGOZI ALIMENTARI
SAN EUFEMIA	26	11	15
REDENTORE	19	10	9

Sempre nel volume *Migropolis*, è riportato un esempio risalente suddiviso in due anni, ovvero nel 2007 e nel 2009. In seguito ad uno studio dell'autore e della classe degli studenti dell'Ateneo IUAV, nel 2009 emerse che lungo Salizada Sant'Antonin, il 73% dei negozi presenti erano rivolti ad una clientela turistica. Nelle medesime pagine si riportò come fino a metà del secolo scorso, era normale nei vari quartieri veneziani trovare una varietà di negozi, non solo alimentari ma anche artigianali. In quello studio si confermò nuovamente il prevalere di negozi turistici nelle aree presso Piazza San Marco e Rialto.

In seguito alla prima indagine del 2007, nel 2009 si attuò una seconda rilevazione, per verificare nuovamente la condizione della Salizada Sant'Antonin. L'obiettivo della ricerca era capire in che modo il turismo aveva modificato la tipologia merceologica venduta in una determinata area, ovvero catalogare la permanenza o l'assenza dei negozi rivolti ai residenti. Dopo aver verificato quali attività avessero cambiato la loro destinazione originale, si può così sintetizzare la situazione di Salizada Sant'Anonin al 2007 ed al 2009:

Tabella 2.11 - Analisi della Saliza Sant'Antonin [fonte: W. Scheppe, "*Migropolis*", 2009, p. 298]

DESTINAZIONE E ORIGINALE DEL NEGOZIO	FINO AL ...	SITUAZIONE AL 2007	SITUAZIONE AL 2009: CONVERSIONE IN UN NEGOZIO TURISTICO
<b>FORNO</b>	1970	VUOTO	
<b>PESCHERIA</b>	1970	VUOTO	
<b>PASTICCERIA</b>	1975	UFFICIO	
<b>OROLOGERIA</b>	1970	VUOTO	
<b>MACELLERIA</b>	1980	VUOTO	
<b>NEGOZIO DI CARBONE</b>	1975	VUOTO	
<b>DROGHERIA</b>	1980	<i>BOUTIQUE</i>	✓
<b>TABACCHERIA</b>	1975	NEGOZIO DI VETRO	✓

<b>DESTINAZIONE E ORIGINALE DEL NEGOZIO</b>	<b>FINO AL ...</b>	<b>SITUAZIONE AL 2007</b>	<b>SITUAZIONE AL 2009: CONVERSIONE IN UN NEGOZIO TURISTICO</b>
LAVANDERIA	1970	NEGOZIO DI LIQUORI	✓
CALZOLAIO	1980	NEGOZIO DI LIQUORI	
ALIMENTARI	1965	VUOTO	
ORTOLANO	1975	VUOTO	
NEGOZIO DI VERNICI	1970	<i>VIDEO DISPENSER</i>	
MERCERIA	1970	TAPPEZZERIA	
NEGOZIO PER LA CASA	1975	SOUVENIRS	✓
NEGOZIO DI SCARPE	1975	GIOCATTOLE	✓
TAVERNA		TAVERNA	
NEGOZIO DI POLLAME	1990	CAFFETTERIA	✓
PASTICCERIA	2006	CAFFETTERIA	✓
ALIMENTARI	1980	PESCHERIA	
NEGOZIO HARDWARE	1978	LAVANDERIA	
MERCERIA	1978	LAVANDERIA	
OROLOGERIA	1985	NEGOZIO DI MASCHERE	✓
COMMERCIO DI STOFFE	1965	NEGOZIO DI VETRO	✓
BARBIERE	1970	<i>FAST FOOD</i>	✓
RIPARAZIONE TV\RADIO	1975	RISTORANTE	✓
RIPARAZIONE TV\RADIO	1975	RISTORANTE	✓
RICEVITORIA DEL LOTTO	1970	VUOTO	
ARREDAMENTO	1970	NEGOZIO DI MODA	✓
ARREDAMENTO	1970	AGENZIA DI VIAGGIO	✓
LATTERIA	1970	NEGOZIO DI DIPINTI	✓

<b>DESTINAZIONE E ORIGINALE DEL NEGOZIO</b>	<b>FINO AL ...</b>	<b>SITUAZIONE AL 2007</b>	<b>SITUAZIONE AL 2009: CONVERSIONE IN UN NEGOZIO TURISTICO</b>
<b>ALIMENTARI</b>	1978	NEGOZIO DI CERAMICHE	✓
<b>POLLAME</b>	1975	NEGOZIO DI VETRO	✓
<b>ARREDAMENTO</b>	1990	SUPER- MERCATO	✓
<b>MACELLERIA</b>	1975	<i>FAST FOOD</i>	✓
<b>VERDULERIA</b>	2002	NEGOZIO DI SOUVENIRS	✓
<b>MACELLERIA</b>	2000	ACCESSORI	✓
<b>FORNO</b>	1975	FORNO	
<b>PROFUMERIA</b>	1970	NEGOZIO PER IL BAGNO	
<b>TAVERNA</b>	1965	NEGOZIO PER IL BAGNO	
<b>TAVERNA</b>	1968	VUOTO	
<b><i>RESIDENCE ECONOMICO</i></b>	1975	<i>HOTEL</i>	✓
<b><i>RESIDENCE PRIVATO</i></b>	1990	<i>HOTEL</i>	✓

Inoltre, due pescherie, un negozio di caramelle, un fruttivendolo\ortolano ed un chiosco risultarono cessare la loro attività nell'anno 2007<sup>120</sup>.

Nel caso-studio di *Migropolis* riferiti all'anno 2007 e 2009, non sono riportati numeri civici. Al 2020, in seguito ad una rilevazione in loco ad opera dell'autrice, per controllare nuovamente il tessuto economico della Salizada Sant'Antonin, risultano attive le seguenti attività commerciali ai seguenti numeri civici:

<sup>120</sup>W. Scheppe et al., *Migropolis: Venice / Atlas of a Global Situation*, Hate Cantz Verlag, 2009, p. 298

Tabella 2.12 - Analisi delle attività economiche nella Salizada Sant'Antonin, sestiere di Castello, nell'anno 2020 [fonte: rilevazione sul posto effettuata dall'autrice]

NUMERO CIVICO	ATTIVITÀ ECONOMICA
3472	Ghidòli Atelier di Pittura
3473	Ponte dei Sogni - cartolibreria
3477	Locazione turistica
3478\A	Banco Lotto n.10 - negozio d'artigianato
3478	Locazione turistica
3479, 3480	Osteria Ae Spezie
3482	<i>Buena Onda</i> - ristorante
3483	DRS - azienda di spedizioni e trasporti internazionali
3486	Negoziò di <i>souvenirs</i>
3487\A	Gritti La Solerte - lavanderia
3487	Locazione turistica
3490	Negoziò di <i>souvenirs</i>
3604, 3605	Bragora - bar pasticceria
3607	Alla Rampa - osteria
3544	Tabaccheria
3543	2 locazioni turistiche
3542\B	QuestoEQueo - negozio di <i>souvenirs</i>
3539	<i>Hotel Zimmer Rooms</i>
3541	Alice in Wonderland Fine Art Gallery - galleria d'arte
3538	C'è Pizza E Pizza
3537\A, 3538\B	Negoziò di <i>souvenirs</i>
3536	Negoziò di <i>souvenirs</i>
3504	Punto Casa
3500	Hostaria da Franz
3495, 3496	Bragorà Concept Store Eco-Friendly

Come emerge dalla tabella 2.13, le attività economiche prevalenti sono quelle che hanno un'offerta merceologica in grado di soddisfare le esigenze della domanda sia turistica che residenziale: circa il 48% dei negozi presenti nella Salizada Sant'Antonin si rivolgono dunque ad un'utenza diversificata. Se si calcolassero soltanto i negozi rivolti ad una domanda esclusivamente turistica, questi sono il 44%. Solo il 12% dei negozi presenti lungo la Salizada sono pertanto rivolti esclusivamente ai residenti. Dal 2009, in un decennio, è calata dunque l'offerta commerciale per residenti di più del doppio.

## 2.5 FONDAZIONE DI VENEZIA

La Fondazione di Venezia, in seguito ad un ciclo di conferenze tenutesi presso l'Auditorio del Museo M9 di Mestre, pubblicò un volume intitolato "Quattro Venezie per un nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana 2019" dove si divulgano e argomentano i risultati di un anno di ricerche sul territorio della regione veneto da diversi punti di vista economico, territoriale, turistico e della produzione culturale. Uno scopo della ricerca era capire in che modo l'economia veneziana si fosse adeguata al nuovo millennio analizzando anche l'andamento residenziale ed il flusso turistico, sia dal punto di vista quantitativo ed economico; oltre che dal punto di vista lavorativo.

Licia Ferranna et al. (2019) calcolò che dal 1980 al 2011 i posti di lavoro nel centro storico di Venezia calarono da 62.000 a 44.000. Dal 1951 al 2011 il tasso di occupazione nella Venezia sto



rica è calato annualmente del -0,13%, come riportato nella tabella 2.14:

Tabella 2.13 - Numero totale di posti di lavoro nella Venezia storica [L. Ferrana, “Lavorare in città: crisi, declino o nuovi sentieri di sviluppo? Cosa produciamo e dove lavoriamo” in “Quattro Venezia per un Nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana 2019”, p. 127]

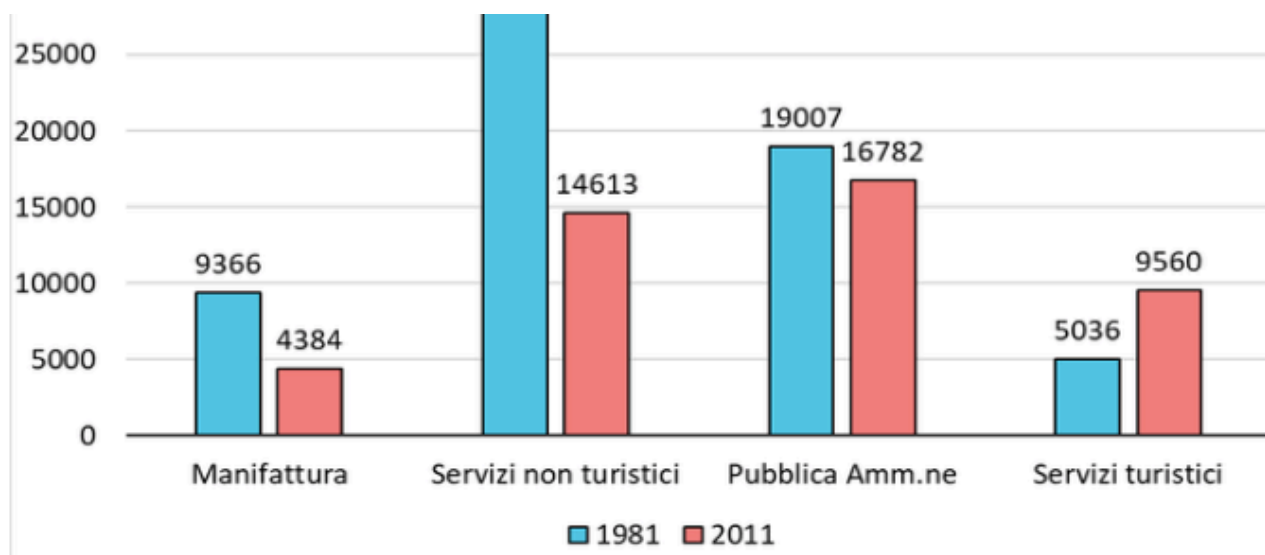
ANNO	NUMERO DI ADDETTI ALLE UNITÀ LOCALI
1951	48.887
1961	56.303
1971	48.808
1981	62.092
1991	51.125
2001	48.670
2011	45.3339

Confrontando gli anni 1951 e 2011 dall'area storica veneziana, ha analizzato come si siano modificati i numeri relativi all'occupazioni lavorative nei seguenti settori, in variazione percentuale: manifatturiero, servizi non turistici, servizi turistici e pubblica amministrazione. Nel 1951 le attività manifatturiere offrivano il 22% d'occupazione lavorativa, i servizi non turistici il 53%, i servizi turistici il 6%, quelli della pubblica amministrazione il 19%. Nel 2011 le attività manifatturiere erano calate a livello occupazionale al 10% ed i servizi non turistici erano diminuiti al 32%; mentre l'occupazione nei servizi turistici era aumentata fino al 21% e quella della pubblica amministrazione al 37%<sup>121</sup>. Ciò dimostra come l'aumento del flusso turistico ha modificato il tessuto lavorativo della città storica di Venezia, in quanto è l'unico settore che non ha subito un calo degli addetti al lavoro, ma al contrario ha aumentato i posti di lavoro, come emerge dalla tabella 2.15:

---

<sup>121</sup>L. Ferrana, “Lavorare in città: crisi, declino o nuovi sentieri di sviluppo? Cosa produciamo e dove lavoriamo” in “Quattro Venezia per un Nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana 2019”, Venezia Marsilio Editori, 2019, p. 134

Tabella 2.14 - Numero degli addetti ai diversi settori nell'anno 1981 e nell'anno 2011  
 [fonte: L. Ferrana, "Lavorare in città: crisi, declino o nuovi sentieri di sviluppo? Cosa produciamo e dove lavoriamo" in "Quattro Venezie per un nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana 2019", p. 134]



Come si evince dalla tabella 2.14, il settore dei servizi non turistici è calato nella Venezia storica: da 26.000 addetti nel 1951 è diminuito a 15.000 nel 2011. Il terziario turistico dagli anni '80 ha guadagnato 5.000 nuovi posti di lavoro. Il settore della pubblica amministrazione, comprendente pubblica amministrazione, sanità ed istruzione non ha subito grandi variazioni in termine di addetti<sup>122</sup>.

Come già visto precedentemente, il turismo ed il conseguente fenomeno della *sharing accomodation*, sono una fonte di guadagno in grado di modificare non solo la tipologia di offerta di lavoro, ma anche l'equilibrio delle abitazioni nel centro storico. De Marchi et al. (2019) paragonarono il costo totale per l'acquisto di un'abitazione e la sua successiva messa a reddito in locazione o turistica o abitativa, mostra quanti anni siano necessari per coprire l'investimento del soggetto che opta mettere la propria proprietà in affitto:

<sup>122</sup>L. Ferrana, *Lavorare in città: crisi, declino o nuovi sentieri di sviluppo? Cosa produciamo e dove lavoriamo* in *Quattro Venezie per un nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana*, Venezia, Marsilio Editori, 2019, pp. 125-130

Tabella 2.15 - Costo totale acquisto di un'abitazione e successivo impiego a reddito o a locazione turistica o abitativa: anni per coprire l'investimento [fonte: De Marchi et al., "Venezia Civitas Metropolitana: il futuro di Venezia e della sua area metropolitana", 2019, p. 18]

Venezia: Sestiere / Quartiere	Costo totale acquisto (€)	Locazione turistica: anni per coprire l'investimento			Affitto: anni per coprire l'investimento	
		Tipico host	Gestione imprenditoriale	Gestione alberghiera	3+2	4+4
Cannaregio	416.164	46	31	24	37	42
Castello	408.987	52	23	17	37	42
San Marco	499.145	61	28	21	29	33
Dorsoduro	649.427	78	43	33	47	54
San Polo	569.639	64	36	27	45	52
Santa Croce	442.436	56	31	24	39	44
Mestre centro	203.517	31	20	15	24	28
Mestre semi-centro	159.155	35	25	19	23	27
Marghera	123.253	23	15	11	19	22

VINCOLI

RISCHIO

FIDUCIA

FACILITÀ

ESPERIENZA

Sono stati identificati tre tipologie di *hosts*<sup>123</sup>: il tipico è per lo più privato, utilizza un annuncio solo su *Airbnb* e presenta un'occupazione media dal 15% al 23%. L'*host* a gestione imprenditoriale rappresenta il 53% questi si appoggia a più piattaforme ed utilizza un'agenzia per la gestione della locazione. L'*host* a gestione alberghiera è paragonabile ad un'attività alberghiera in termini di massimizzazione del tasso di occupazione. Vengono inoltre definiti i termini "VINCOLI", "RISCHIO", "FIDUCIA", "FACILITÀ" ed "ESPERIENZA" della Tabella 2.10. "VINCOLI" fa riferimento alla durata contrattuale di una locazione abitative rispetto ad una turistica, inoltre nel caso turistico, è più semplice ritornare in possesso dell'immobile nel momento in cui il contratto espira. "RISCHIO" riguarda l'insorgenza di problematiche che, nel caso degli *hosts*, sono protetti da una copertura di massimo 8.000 euro, mentre i *guests*, nel caso di mancato soggiorno, vengono rimborsati senza l'aggiunta di costi. "FIDUCIA" si riferisce al fatto che sia *hosts* che *guests* vengono identificati dalle piattaforme, garantendo più garanzie di un comune referenza. "FACILITÀ" intesa è livello di registrazione nel sito *web,web*, fornito di

<sup>123</sup>Le tre tipologie di *hosts* sono stati identificati in base al guadagno medio annuo, a cui sono stati occupati tassi di occupazione crescente, detratti i costi principali e applicate le imposte del caso. Fonte: Paolo Costa et al., *Venezia Civitas Metropolitana: il futuro di Venezia e della sua area metropolitana*, Fondazione di Venezia, 2019, pp. 230-233

supporto *on-line*, e conseguente accesso al servizio. “ESPERIENZA” è l’aspetto legato al sempre più crescente tra i turisti di vivere come un locale, e condividere con quest’ultimi spazi e tempo. Nel volume si parla anche di “FUNZIONE”, ovvero di come nella Venezia storica la base economica della città è sempre più inglobata dai servizi turistici a discapito di quelli residenziali, in quanto i turisti (pernottanti e non) sono le principali fonti di reddito, a scapito di altri utenti quali studenti, pendolari e famiglie non residenti<sup>124</sup>.

In quest’altra tabella proposta da De Marchi, invece, vi è un confronto tra l’utile netto mensile per una locazione *Airbnb* nella e l’utile netto mensile per una locazione a scopo abitativo nella Venezia storica:

Tabella 2.16 - Confronto tra l’utile netto mensile medio di una locazione *Airbnb* in base al sestiere e l’utile medio di una locazione per abitazione a in euro nell’anno 2018 [fonte: D. de Marchi et al., “L’economia del turismo a Venezia” in “Quattro Venezie per un nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana 2019”, p. 231]

Venezia: Sestiere / Quartiere	Scenari di locazione turistica a tassi di occupazione crescenti			Affitto	
	Tipico host	Gestione imprenditoriale	Gestione alberghiera	3+2	4+4
Cannaregio	750	1.117	1.475	941	819
Castello	661	1.503	1.986	923	804
San Marco	687	1.507	1.992	1.449	1.262
Dorsoduro	692	1.246	1.646	1.149	1.000
San Polo	741	1.314	1.736	1.057	920
Santa Croce	661	1.172	1.548	953	830
Mestre centro	549	838	1.108	702	611
Mestre semi-centro	375	538	711	574	500
Marghera	451	680	898	544	473

<sup>124</sup>De Marchi et al., *L’economia del turismo a Venezia in Quattro Venezie per un nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana 2019*, Venezia, Marsilio Editori, 2019, pp. 232-233

Emerge che dal punto di vista dei ricavi, la locazione turistica è più remunerativa, anche tenendo conto di costi ed imposte.

Manente spiega il successo della *sharing accomodation*: il vantaggio economico tra il mantenere una locazione turistica rispetto una locazione abitativa non basta a spiegare il *boom* del fenomeno, a questo elemento si aggiungono i vari vincoli nei confronti degli inquilini, il fatto che le piattaforme mitigano il fattore rischio, la fiducia che le piattaforme hanno creato tra *host* e *guest* attraverso il sistema di relazione\interazione\controllo<sup>125</sup>. De Marchi et al. (2019) collegarono la *sharing accomodation* ad una serie di conseguenze quali la comparsa di realtà imprenditoriali che trattano affitti brevi per turisti nel territorio veneziano, spesso in collaborazione con agenzie d'intermediazione già presenti da tempo nel territorio che affrontano in questo modo un mercato delle vendite stagnante. La *sharing accomodation* favorisce la vendita di un'immobile in quanto i gestori di quest'ultimo, con i ricavi ottenuti, fronteggiano costi ed imposizioni e l'agenzia d'intermediazione può in questo modo abbassare il prezzo dell'immobile nel mercato. Queste agenzie distribuiscono, gestiscono e riadattano l'immobile in funzione turistica occupandosi anche delle pratiche amministrative e legali.

In generale, pertanto, si può affermare che il turismo sia una delle principali fonti di guadagno nel centro storico di Venezia: oggi, secondo le ricerche della Fondazione di Venezia, le entrate (fatturato) da turismo straniero per l'area storica di Venezia sono di 1,5 miliardi di euro annui.

Dei miliardi di euro di fatturato che il turismo aveva generato nell'area metropolitana di Venezia nel 2017 (tabella 2.17), il 41,7% di tale cifra era proveniente dalla sola zona storica di Venezia, ovvero circa 1.544.818 di euro; e facendo riferimento al fatturato turistico complessivo riguardante la Venezia metropolitana, gli italiani hanno rappresentato il 16,7% del fatturato turistico proveniente dalla Venezia storica, gli stranieri il 47,8%<sup>126</sup>.

---

<sup>125</sup>M. Manente, *Venezia turistiche tra identità ed economia* in *Quattro Venezie per un nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana 2019*, Venezia, Marsilio Editori, 2019, p. 168

<sup>126</sup>De Marchi et al., *L'economia del turismo a Venezia* in *Quattro Venezie per un nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana 2019*, Venezia, Marsilio Editori, 2019, p. 216

Tabella 2.17 - Fatturato turistico nella città veneziana nel 2017 [fonte: D. de Marchi et al., “L’economia del turismo a Venezia” in “Quattro Venezie per un nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana 2019”, p. 216]

	Italiani	Stranieri	Totale turisti
<b>Fatturato turistico Venezia Civitas Metropolitana</b>	<b>679,5 €</b>	<b>3.025,1 €</b>	<b>3.704,6 €</b>
<b>Di cui afferenti alla provincia di:</b>			
<i>Venezia di cui:</i>	55,1%	85,2%	79,7%
<i>Venezia storica</i>	16,7%	47,8%	41,7%
<i>Resto del Comune di Venezia</i>	13,5%	21,3%	20,3%
<i>Altri comuni</i>	24,8%	16,1%	17,7%
<b>Padova</b>	38,6%	11,2%	16,2%
<b>Treviso</b>	6,3%	3,6%	4,1%

### 3. UN CASO STUDIO: LE ATTIVITÀ ECONOMICHE MICROZONA NEL SESTIERE DI SAN MARCO

#### 3.1 LA CLASSIFICAZIONE DELLE ATTIVITÀ ECONOMICHE

In questo capitolo si analizza la struttura economica di una micro-zona del sestiere di San Marco, costituita da Calle del Mandola e Calle de la Cortesia. Lo scopo di questa ricerca è quello di analizzare l'impatto del turismo, a livello commerciale, in uno dei sestieri più soggetti a questo fenomeno. Si sono ottenuti tramite la Camera di Commercio di Venezia Rovigo, dati relativi alle attività economiche nel Comune di Venezia, a cui sono state estratte le informazioni nelle attività della micro-zona analizzata.

L'analisi si è in parte basata sul codice Ateco, la sua classificazione nel tempo ed il modo in cui questo si distribuisce in una determinata area permette di osservare che tipologia di attività economica è presente e di investigare se determinati fenomeni, quali il turismo, sono stati in grado di modificare il tessuto economico di specifiche aree urbane.

Per quanto riguarda il codice ATECO, si tratta di una codificazione, risultante dalla combinazione di lettere e numeri, che identificano una attività economica. Le lettere fanno riferimento al settore macro-economico, mentre i numeri, che variano dalle due alle sei unità, specificano ulteriormente il settore di provenienza. Da Gennaio 2008 vige la nuova classificazione Ateco 2007, approvata dall'ISTAT, in collaborazione con l'Agenzia delle Entrate, le Camere di Commercio, gli Enti, Ministeri e associazioni imprenditoriali coinvolte. Si usa pertanto la medesima classificazione per tutte le attività economiche per scopi fiscali, contributivi e statistici.

Le tabella 3.1 illustra le sezioni del codice Ateco<sup>127</sup>:

---

<sup>127</sup><https://www.codiceateco.it/codice-ateco>. Data ultima consultazione: 28/01/2020

Tabella 3.1 - Sezioni del codice ATECO [fonte: <https://www.codiceateco.it/sezioni>]

LETTERA	SEZIONE
A	AGRICOLTURA, SILVICOLTURA E PESCA
B	ESTRAZIONE DI MINERALI DA CAVE E MINIERE
C	ARRIVITÀ MANIFATTURIERE
D	FORNITURA DI ENERGIA ELETTRICA, GAS, VAPORE E ARIA CONDIZIONATA
E	FORNITURA DI ACQUA; RETI FOGNARIE, ATTIVITÀ DI GESTIONE DEI RIFIUTI E RISANAMENTO
F	COSTRUZIONI
G	COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO; RIPARAZIONE DI AUTOVEICOLI E MOTOCICLI
H	TRASPORTO E MAGAZZINAGGIO
I	ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI ALLOGGIO E DI RISTORAZIONE
J	SERVIZI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE
K	ATTIVITÀ FINANZIARIE E ASSICURATIVE
L	ATTIVITÀ IMMOBILIARI
M	ATTIVITÀ PROFESSIONALI, SCIENTIFICHE E TECNICHE
N	NOLEGGIO, AGENZIE DI VIAGGIO, SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE
O	AMMINISTRAZIONE PUBBLICA E DIFESA; ASSICURAZIONE SOCIALE OBBLIGATORIA
P	ISTRUZIONE
Q	SANITÀ E ASSISTENZA SOCIALE
R	ATTIVITÀ ARTISTICHE, SPORTIVE, DI INTRATTENIMENTO E DIVERTIMENTO
S	ALTRE ATTIVITÀ DI SERVIZI
T	ATTIVITÀ DI FAMIGLIE E CONVIVENZE COME DATORI DI LAVORO PER PERSONALE DOMESTICO; PRODUZIONE DI BENI E SERVIZI INDIFFERENZIATI PER USO PROPRIO DA PARTE DI FAMIGLIE E CONVIVENZE
U	ORGANIZZAZIONI ED ORGANISMI EXTRATERITORIALI

Oltre le Sezioni, il codice ATECO è composto da ulteriori Divisioni, Gruppi, Classi, Categorie e Sottocategorie: verranno citate e approfondite quelle riscontrate durante l'analisi delle zone scelte.



### 3.2 CALLE DE LA MANDOLA E CALLE DE LA CORTESIA

3.2 - La diffusione del codice ATECO in Calle de la Mandola e Calle de la Cortesia nel sestiere di San Marco nel mese di Gennaio 2020 [fonte: elaborazione personale su dati forniti dalla Camera di Commercio di Venezia e Rovigo]

NUMERO CIVICO	ATTIVITÀ ECONOMICA	CODICE ATECO
3717D	COMMERCIO AL MINUTO DI LIBRI, CARTOLERIA (DAL 01/02/2002)	47.79.1 I / 47.61 P / 47.62.2 S
3718	COMMERCIO AL MINUTO DI FILATI (DAL 17/12/1998)	47.51.2 P
3718B	COMMERCIO AL MINUTO TAB. XIV : ARTICOLI DI NUMISMATICA E FILATELIA (DAL 23/02/1996)	47.78.91 I
3718C	SCOSTAMENTO: IN DATA GENNAIO 2019 RISULTA VENDITA AL MINUTO TAB. X, XIV: ACCESSORI DI ABBIGLIAMENTO E BIANCHERIA INTIMA - CONFEZIONE DI ABBIGLIAMENTO O INDUMENTI PARTICOLARI (DAL 26/10/1995) FEBBRAIO 2020: NON FIGURA NEI CODICI ATECO DEL COMUNE DI VENEZIA	GENNAIO 2019: 47.51 P / 14.13.2 S / 47.71.5 S FEBBRAIO 2020: -
3717A	COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE IN FORMA ITINERANTE DI FILATELIA, NUMISMATICA E COLLEZIONISMO.	47.89.09 P
3715	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI DI PELLETTERIA E LORO ACCESSORI	47.72.2 P / 47.71.5 S / 47.78.36 S
3716A	COMMERCIO AL MINUTO DI LIBRI, CARTOLERIA (DAL 01/02/2002)	47.79.1 I / 47.61 P / 47.62.2 S
3717	Inglese FARMACIA	47.73.1 I / 47.73.1 P
3715A	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI DI PELLETTERIA E LORO ACCESSORI	47.72.2 P / 47.71.5 S / 47.78.36 S

NUMERO CIVICO	ATTIVITÀ ECONOMICA	CODICE ATECO
3712	COMMERCIO AL MINUTO TAB. XIV: PRODOTTI TIPICI DELL'ARTIGIANATO VENEZIANO, STAMPATI, ARTICOLI DI OTTICA E RELATIVI ACCESSORI (DAL 19/06/1995) COMMERCIO AL MINUTO TAB. XIV: C1- PRODOTTI PER LA PERSONA, C3	47.78.32 P / 47.78.2 S / 47.64 S / 47.75.1 S
3711	LABORATORIO PREPARAZIONE PIZZA AL TAGLIO E PRODOTTI SIMILI DA FORNO (FOCACCE) (DAL 29/04/2000) COMMERCIO AL MINUTO E CON DISTRIBUTORE AUTOMATICO BIBITE CONFEZIONATE (DAL 23/10/2000)	56.10.2 A / 47.25 S / 47.99.2 S
3710	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI CHINCAGLIERIA E BIGIOTTERIA (INCLUSI GLI OGGETTI RICORDO E GLI ARTICOLI DI PROMOZIONE PUBBLICITARIA)	47.71.1 I / 47.71.1 P
3720	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI PRODOTTI TESSILI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI, COMMERCIO AL DETTAGLIO IN ESERCIZI NON SPECIALIZZATI DI COMPUTER, PERIFERICHE, ATTREZZATURE PER LE TELECOMUNICAZIONI, ELETTRONICA DI CONSUMO AUDIO E VIDEO, ELETTRODOMESTICI, COMMERCIO AL DETTAGLIO DI UTENSILI PER LA CASA, DI CRISTALLERIE E VASELLAME, COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI CULTURALI E RICREATIVI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI, COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI SPORTIVI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI, COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI DI PROFUMERIA, PRODOTTI PER TOILETTA E PER L'IGIENE PERSONALE, COMMERCIO AL DETTAGLIO DI MATERIALE PER OTTICA E FOTOGRAFIA, COMMERCIO AL DETTAGLIO DI OGGETTI D'ARTE DI CULTO E DI DECORAZIONE, CHINCAGLIERIA E BIGIOTTERIA, COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI DI ABBIGLIAMENTO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI, COMMERCIO AL DETTAGLIO DI CALZATURE E ARTICOLI IN PELLE IN ESERCIZI SPECIALIZZATI	47.51 P / 47.19.2 S / 47.52.1 S / 47.59 S / 47.59.2 S / 47.6 S / 47.64 S / 47.75.1 S / 47.78.2 S / 47.78.3 S / 47.71 S / 47.72 S
3720A	BARBIERE (DAL 01/01/1996)	96.02.01 A
3720B	VENDITA AL MINUTO TABB.X (DAL 16/2/1982) XIV: BIANCHERIA INTIMA (DAL 02/11/1989) - GIUSTA AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA N. 400049/91 - COMUNE DI VENEZIA	47.51 P / 47.71.3 S / 47.78.34 S / 47.78.36 S
3721	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ACCESSORI DI ABBIGLIAMENTO, BIGIOTTERIA ED OGGETTISTICA (DAL 18/10/2007)	47.71.5 P / 47.78.36 S

NUMERO CIVICO	ATTIVITÀ ECONOMICA	CODICE ATECO
3722A, 3722	FABBRICAZIONE MANUALE DI BIGIOTTERIA ED ARTICOLI SIMILI (DAL 01/08/2016)	32.13.09 I / 32.13.09 A
3713	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI PRODOTTI ELETTRONICI E MATERIALE ACCESSORIO, TIMERS, MICROCOMPUTERS, TELEGIOCHI, TRADUTTORI (DAL 01/01/2010).	47.19.2 P
3709	BAR - RISTORANTE - PIZZERIA (DAL 1/09/86)	56.3 P / 56.10.11 S
3724	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI GENERI ALIMENTARI CONFEZIONATE E SFUSI, PRODOTTI DI GASTROMOMIA E DI PASTICCERIA (DAL 11/04/2007)	47.11.4 P
3708	VENDITA AL MINUTO OGGETTI PREZIOSI	47.77 P
3726, 3727	SCOSTAMENTO: NON RISULTA REGISTRATA TRAMITE CODICE ATECO, MA A TALE NUMERO CIVICO È PRESENTE UNA ATTIVITÀ DI RISTORAZIONE	-
3706	LABORATORIO DI OTTICA, VENDITA AL MINUTO DI ARTICOLI DI OTTICA, GEODESIA E STRUMENTI SCIENTIFICI (DALL'08/09/92)	47.78.2 A / 47.78.2 S
3728	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ABBIGLIAMENTO ED ACCESSORI PER L'ABBIGLIAMENTO, SOUVENIR E ARTICOLI DA REGALO (DAL 01/03/2016)	47.71 P / 47.71.5 S / 47.78.34 S / 47.78.36 S
3654A	COMMERCIO ARTICOLI DA REGALO, CANCELLERIA, CARTOLIBRERIA E ARTICOLI DI PELLETTERIA (DAL 03.03.2015)	47.78.34 P / 47.62.2 S / 47.72.2 S
3654	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI DI PELLETTERIA (DAL 01/07/2015)	47.72.2 P

NUMERO CIVICO	ATTIVITÀ ECONOMICA	CODICE ATECO
3729	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI OGGETTI D'ARTIGINATO, SPECIALITÀ VENEZIANE, BIGIOTTERIA, RICORDI DI VENEZIA, MASCHERE.	47.78.32 I / 47.78.32 P
3730	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI CONFEZIONI PER ADULTI (DAL 04/03/2017)	47.71.1 P
3653	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI CAPPELLI, SCIARPE E CRAVATTE	47.71.5 I / 47.71.5 P / 47.78.36 S / 47.89.04 S
3651	VENDITA AL MINUTO DI GELATI ARTIGIANALI, SEMIFREDDI, GRANITE, BIBITE, DOLCIUMI E SALATINI (DAL 01/07/2005)	47.24.2 P / 47.25 S / 47.29.9 S
3740	NEGOZIO PER TURISTI	-
3741	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ABBIGLIAMENTO	46.73.1 I
3648	SOMMINISTRAZIONE AL PUBBLICO DI ALIMENTI E BEVANDE (DAL 01.01.09)	56.10.11 P
3634	RIVENDITA GENERI DI MONOPOLIO	47.26 P / 92.00.01 S
3637	COMMERCIO AL MINUTO DI ABBIGLIAMENTO DONNA (DAL 01/06/1999)	47.71.1 P
3637B	COMMERCIO AL MINUTO DI LIBRI NUOVI ED USATI	47.61 P / 47.79.1 S / 47.89.09 S
3633	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI APPARECCHIATURE PER LE TELECOMUNICAZIONI E LA TELEFONIA IN ESERCIZI SPECIALIZZATI	47.42 I / 47.42 P
3632	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI OGGETTI RICORDO, ARTICOLI DA REGALO, CHINCAGLIERIA E BIGIOTTERIA	47.78.36 P / 47.78.34 S
3801	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI BIGIOTTERIA, ARTICOLI DA RICORDO E REGALO, SCIARPE, CAPPELLI E ACCESSORI (DAL 12/06/2017)	47.78.36 P / 47.71.5 S / 47.78.34 S
3803	COMMERCIO AL MINUTO DI ARTICOLI CASALINGHI, DI CRISTALLERIE E DI VASELLAME (DAL 29/01/2005)	47.59.2 P

NUMERO CIVICO	ATTIVITÀ ECONOMICA	CODICE ATECO
3799\3804	COMMERCIO AL MINUTO DI CAPI DI ABBIGLIAMENTO (DAL 02/09/2000)	47.71 P
3630	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI CONFEZIONI PER ADULTI (DAL 04/03/2017)	47.71.1 P
3806	<u>SCOSTAMENTO</u> : ne NON RISULTA REGISTRATA TRAMITE CODICE ATECO, MA A TALE NUMERO CIVICO È PRESENTE UNA ATTIVITÀ DI <i>SOUVENIRS</i>	-
3632	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI OGGETTI RICORDO, ARTICOLI DA REGALO, CHINCAGLIERIA E BIGIOTTERIA	47.78.36 P / 47.78.34 S
3807, 3808, 3809, 3811	ESERCIZIO DI SOMMINISTRAZIONE AL PUBBLICO DI ALIMENTI E BEVANDE: RISTORANTE	56.10.11 I / 56.10.11 P

Per facilitare l'interpretazione della tabella, si sono segnalati, tramite l'utilizzo di colori, le possibili combinazioni del codice Ateco più diffuse in Calle de la Mandola e Calle de la Cortesia.

Come si evince dalla tabella 3.12, il codice Ateco più diffuso rientra nella Divisione 47 «COMMERCIO AL DETTAGLIO IN ESERCIZI NON SPECIALIZZATI». Nell'ambito della Divisione, prevale nello specifico la combinazione 47.78.34 S «COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI DA REGALO E PER FUMATORI» nella Sezione «ALTRE ATTIVITÀ DI SERVIZI», che associata a quanto descritto nella colonna «ATTIVITÀ ECONOMICA», lascia intendere come le attività economiche rivolte ad un'utenza turistica, offrendo merce prevalentemente composta da *souvenirs* siano le più diffuse.

Da notare come un'altra combinazione massicciamente presente sia la 47.72.2 P, descritta come «COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ACCESSORI DA VIAGGIO IN CUOIO, PELLE E SIMILI» escluso il «COMMERCIO AL DETTAGLIO DI CALZATURE TECNICHE SPECIALI SPORTIVE, ESEMPIO SCARPONI DA SCI»: associando la descrizione con quanto nella colonna «ATTIVITÀ ECONOMICA», si intende che il negozio fornisce principalmente una clientela turistica.

La seconda Divisione più diffusa è la 56, facente riferimento al settore alimentare. Nello specifico, la più ricorrente è la combinazione 56.10.11 P, «RISTORAZIONE CON SOMMINISTRAZIONE» descritte nello specifico come «ATTIVITÀ DEGLI ESERCIZI DI RISTORANTI, FAST-FOOD, ROSTICCERIE, FRIGGITORE, PIZZERIE ECCETERA, CHE DISPONGONO DI POSTI A SEDERE, ATTIVITÀ DEGLI ESERCIZI DI BIRRERIE, PUB, ENOTECHE ED ALTRI ESERCIZI SIMILI CON CUCINA». Dunque la seconda tipologia di attività economica più rilevante in Calle de la Mandola e Calle de la Cortesia risponde potenzialmente alle esigenze di una utenza mista.

Dalla tabella 3.12 si osserva che un'altra combinazione che si ripete nelle calli analizzate fa riferimento al commercio di capi abbigliamento, in diverse combinazioni, la più ricorrente è nel dettaglio «COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI DI ABBIGLIAMENTO PER UOMO E DONNA»: anche questo settore può soddisfare sia le esigenze turistiche che residenziali.

Si può dunque concludere in base a quanto recentemente affermato che presso Calle de la Cortesia e Calle de la Mandola non vi sono quasi negozi rivolti ad una utenza residenziale, ad eccezione del «BARBIERE», «FARMACIA» e «COMMERCIO AL MINUTO TAB. XIV : ARTICOLI DI NUMISMATICA E FILATELIA». Collegandosi a quanto affermato nel precedente paragrafo, Calle de la Mandola e Calle de la Cortesia, collocate nel sestiere di San Marco, rispecchiano la situazione commerciale del sestiere di appartenenza, per cui a prevalere sono esercizi economici rivolti alla clientela temporanea turistica, o atti a soddisfare un'utenza mista, a discapito dei negozi che soddisfano le esigenze dei residenti.

### 3.3 IL SESTIERE DI SAN MARCO

Tabella 3.3 - Suddivisione delle attività economiche nel sestiere di San Marco per codice Ateco [fonte: elaborazione personale su dati forniti dalla Camera di Commercio di Venezia Rovigo]

<b>CODICE ATECO</b>	<b>TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ</b>	<b>NUMERO DI ATTIVITÀ CON TALE CODICE ATECO</b>
<b>01</b>	COLTIVAZIONE DI COLTURE AGRICOLE NON PERMANENTI	6
<b>03</b>	ACQUACOLTURA	2
<b>10</b>	LAVORAZIONE E CONSERVAZIONE DI CARNE E PRODUZIONE DI PRODOTTI A BASE DI CARNE	4
<b>13</b>	PREPARAZIONE E FILATURA DI FIBRE TESSILI	4

<b>CODICE ATECO</b>	<b>TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ</b>	<b>NUMERO DI ATTIVITÀ CON TALE CODICE ATECO</b>
14	CONFEZIONE DI ARTICOLI DI ABBIGLIAMENTO (ESCLUSO ABBIGLIAMENTO IN PELLICCIA)	17
15	PREPARAZIONE E CONCIA DEL CUOIO; FABBRICAZIONE DI ARTICOLI DA VIAGGIO, BORSE, PELLETERIA E SELLERIA; PREPARAZIONE E TINTURE DI PELLICCIA	5
16	FABBRICAZIONE DI PRODOTTI IN LEGNO, SUGHERO, OAGLIA E MATERIALI DA INTRECCIO	5
17	FABBRICAZIONE DI ARTICOLI DI CARTA E CARTONE	2
18	STEMPA E SERVIZI CONNESSI ALLA STAMPA	4
19	FABBRICAZIONE DI PRODOTTI DERIVATI DALLA RAFFINAZIONE DEL PETROLIO	1
20	FABBRICAZIONE DI PRODOTTI CHIMICI	1
23	FABBRICAZIONE DI VETRO E PRODOTTI IN VETRO	12
27	FABBRICAZIONE DI MOTORI, GENERATORI E TRASFORMATORI ELETTRICI E DI APPARECCHIATURE PER LA DISTRIBUZIONE E IL CONTROLLO DELL'ELETTRICITÀ	5
30	CONSTRUZIONE DI LOCOMOTIVE E DI MATERIALE ROTABILE FERRO-TRANVIARIO	1
31	FABBRICAZIONE DI MOBILI	3
32	FABBRICAZIONE DI GIOIELLERIA, BIGIOTTERIA E ARTICOLI CONNESSI; LAVORAZIONE DELLE PIETRE PREZIOSE	39
33	RIPARAZIONE, MANUTENZIONE ED INSTALLAZIONE DI MACCHINE ED APPARECCHIATURE	1
37	GESTIONE DELLE RETI FOGNARIE	1
38	DIVISIONE RACCOLTA DEI RIFIUTI	2
41	CONSTRUZIONE DI EDIFICI	33
42	CONSTRUZIONE DI PUBBLICA UTILITÀ	2
43	LAVORI DI COSTRUZIONE E INSTALLAZIONE	22
46	COMMERCIO ALL'INGROSSO DI PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E PRODOTTI DEL TABACCO	37
47	COMMERCIO AL DETTAGLIO IN ESERCIZI NON SPECIALIZZATI	970
49	ALTRI TRASPORTI TERRESTRI DI PASSEGGERI	3
50	TRASPORTO DI MERCI PER VIE D'ACQUA INTERNE	37
51	TRASPORTO DI MERCI E TRASPORTO SPAZIALE	1
52	MAGAZZINAGGIO E CUSTODIA	12
53	SERVIZI POSTALI E ATTIVITÀ DI CORRIERE	1
55	ALBERGHI E STRUTTURE SIMILI	347
56	RISTORANTI E ATTIVITÀ DI RISOTRAZIONE MOBILE	355
58	ATTIVITÀ EDITORIALI	10

<b>CODICE ATECO</b>	<b>TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ</b>	<b>NUMERO DI ATTIVITÀ CON TALE CODICE ATECO</b>
<b>59</b>	ATTIVITÀ DI PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TELEVISIVI, DI REGISTRAZIONI MUSICALI E SONORE	4
<b>62</b>	PRODUZIONE DI SOFTWARE, CONSULENZA INFORMATICA E ATTIVITÀ CONNESSE	20
<b>63</b>	ALTRE ATTIVITÀ DI SERVIZI D'INFORMAZIONE	23
<b>64</b>	INTERMEDIAZIONE MONETARIA	29
<b>65</b>	ASSICURAZIONI, RIASSICURAZIONI E FONDI PENSIONE (ESCLUSE LE ASSICURAZIONI SOCIALI OBBLIGATORIE)	1
<b>66</b>	ATTIVITÀ AUSILIARIE DEI SERVIZI FINANZIARI (ESCLUSE LE ASSICURAZIONI E I FONDI DI PENSIONE)	37
<b>68</b>	AFFITTO E GESTIONE DI IMMOBILI DI PROPRIETÀ O IN LEASING	206
<b>69</b>	ATTIVITÀ DEGLI STUDI LEGALI	10
<b>70</b>	ATTIVITÀ DI DIREZIONE AZIENDALE E DI CONSULENZA GESTIONALE	29
<b>71</b>	ATTIVITÀ DEGLI STUDI DI ARCHITETTURA, INGEGNERIA ED ALTRI STUDI TECNICI	8
<b>72</b>	RICERCA E SVILUPPO SPERIMENTALE NEL CAMPO DELLE SCIENZE NATURALI E DELL'INGEGNERIA	1
<b>73</b>	PUBBLICITÀ	5
<b>74</b>	ALTRE ATTIVITÀ PROFESSIONALI, SCIENTIFICHE E TECNICHE	19
<b>77</b>	ATTIVITÀ DI NOLEGGIO E LEASING OPERATIVO	7
<b>79</b>	ALTRI SERVIZI DI PRENOTAZIONE E ATTIVITÀ CONNESSE	29
<b>80</b>	SERVIZI INVESTIGATIVI PRIVATI	2
<b>81</b>	ATTIVITÀ DI PULIZIA E DISENFESTAZIONE	2
<b>82</b>	SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE NCA	16
<b>85</b>	ISTRUZIONE SECONDARIA	6
<b>86</b>	SERVIZI DEGLI STUDI MEDICI E ODONTOIATRICI	2
<b>88</b>	ASSISTENZA SOCIALE NON RESIDENZIALE	1
<b>90</b>	ATTIVITÀ CREATIVE, ARTISTICHE E DI INTRATTENIMENTO	28
<b>91</b>	ATTIVITÀ DI BIBLIOTECHE, ARCHIVI, MUSEI ED ALTRE ATTIVITÀ CULTURALI	15
<b>92</b>	ATTIVITÀ RIGUARDANTI LE LOTTERIE, LE SCOMMESSE, LE CASE DA GIOCO	1
<b>93</b>	ATTIVITÀ SPORTIVE, DI INTRATTENIMENTO E DI DIVERTIMENTO	6
<b>95</b>	RIPARAZIONE DI BENI PER USI PERSONALE E PER LA CASA	11
<b>96</b>	ALTRE ATTIVITÀ DI SERVIZI PER LA PERSONA	21
<b>NON PRESENTE IL DATO</b>	-	5
<b>TOTALE ATTIVITÀ NEL SESTIERE DI SAN MARCO</b>		<b>2489</b>



Come si può osservare dalla tabella 3.3, vi sono 3489 attività economiche che, se confrontate quelle presenti nell'anno 2001 (tabella 2.2) e l'anno 2008 (tabella 2.3), le attività economiche nel sestiere di San Marco sono aumentate in circa 20 anni approssimativamente del 63%, e nello specifico, dal 2008 al 2020, ovvero negli ultimi 12 anni, del 51%.

Si può osservare anche che circa il 39% di tutte le attività economiche del sestiere di San Marco, rientrano nella Divisione 47, che rappresenta «COMMERCIO AL DETTAGLIO IN ESERCIZI NON SPECIALIZZATI» .

Nel sestiere di San Marco nella combinazione 47.78 «COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ALTRI PRODOTTI (ESCLUSI QUELLI DI SECONDA MANO) IN ESERCIZI SPECIALIZZATI» rientrano 275 attività economiche, nella 47.71 «COMMERCIO AL DETTAGLIO DI CONFEZIONI PER ADULTI» 291, nella 47.78.38 «COMMERCIO AL DETTAGLIO DI CHINCAGLIERIA E BIGIOTTERIA (INCLUSI GLI OGGETTI RICORDO E GLI ARTICOLI DI PROMOZIONE PUBBLICITARIA)» 91 e nella 47.72 «COMMERCIO AL DETTAGLIO DI CALZATURE E ARTICOLI IN PELLE IN ESERCIZI SPECIALIZZATI» 89: prevalgono dunque, nel sestiere di San Marco, attività volte a rispondere ad un'offerta turistica, in particolare con la vendita di *souvenirs* e articoli in pelle.

Volta a rispondere alle esigenze turistiche, la terza più diffusa nel sestiere, è la Divisione 55 «ALBERGHI E STRUTTURE SIMILI.

In dettaglio, nella divisione 55.1 «ALBERGHI E STRUTTURE SIMILI» rientrano 118 attività economiche, nella 55.2 «ALLOGGI PER VACANZE E ALTRE STRUTTURE PER BREVI SOGGIORNI» 221: le unità del settore alberghiero sono inferiori a quelle del settore extralberghiero.

In sostanza, dalla tabella 3.3 si evince che le attività economiche nel sestiere di San Marco che soddisfano la domanda turistica sono 1.552, circa il 62% del totale complessivo.

Sul totale delle attività economiche presenti nel sestiere di San Marco, le attività economiche che potenzialmente possono soddisfare sia le esigenze residenziali che turistiche sono 415, ovvero approssimativamente il 17% del totale. Le Divisioni considerate sono la Divisione 56, la Divisione 46, la Divisione 14 e la Divisione 93.

La seconda più numerosa è la Divisione 56 «RISTORANTI E ATTIVITÀ DI RISOTRAZIONE MOBILE». Con un distacco di sole 8 attività, il settore della ristorazione

rientrante sotto la Divisione 56 prevale su quello delle strutture ricettive classificate con la Divisione 55. La Divisione 56 costituisce approssimativamente il 14% di tutte le attività economiche presenti nel sestiere di San Marco.

In sostanza, dalla tabella 3.3 si evince che le attività economiche nel sestiere di San Marco che soddisfano la domanda turistica sono 1.552, circa il 62% del totale complessivo.

Sul totale delle attività economiche presenti nel sestiere di San Marco, le attività economiche che potenzialmente possono soddisfare sia le esigenze residenziali che turistiche sono 415, ovvero approssimativamente il 17% del totale. Le Divisioni considerate sono la Divisione 56, la Divisione 46, la Divisione 14 e la Divisione 93.

Le attività che si possono considerare rivolte esclusivamente ad una clientela residenziale sono 457, ovvero circa il 18% di tutte le attività economiche presenti nel sestiere di San Marco, e fanno riferimento alle Divisioni non precedentemente considerate. Questa percentuale si può associare a quanto affermato nei capitoli precedenti: il sestiere in questione è tra le zone che, in quanto tra le più visitate dai turisti quotidianamente, siano essi pernottanti o escursionisti, contengono un tessuto di attività economiche la cui offerta commerciale è per la maggior parte rivolta alla clientela temporanea, e non residenziale.

Se si considerano le attività legate ai beni artistici ed culturali a parte rispetto alle altre attività economiche, esse sono costituite dalla Divisione 90 e 91, ed in totale sono 43, ovvero approssimativamente il 2% di tutte le attività presenti nel sestiere di San Marco.

Si potrebbe commentare, osservando la tabella 3.3, che benché il sestiere di San Marco sia tra le aree tra le più visitate dai turisti, la produzione culturale legata alle attività teatrali, artistiche e letterarie; alle biblioteche e agli archivi, ai musei ed ai monumenti non ricopre una percentuale significativa.

#### 4. ANALISI DELLA PERCEZIONE DEI RESIDENTI E DEI COMMERCianti

In questo capitolo si cercherà d'interpretare il fenomeno del turismo ed il mutamento del tessuto economico del centro storico veneziano da un punto di vista privilegiato: quello dei commercianti e dei residenti stessi. In questa analisi, si è scelto di intervistare 5 commercianti e 5 residenti che vivono e operano quotidianamente nel sestiere di San Marco, che come è emerso precedentemente lungo il testo di questa tesi, è una tra le aree del centro storico veneziano più attraversata e plasmata dal fenomeno del turismo. In questo modo si proverà a fornire, in questa tesi, non solo il resoconto di un fenomeno tramite lo studio dei suoi dati numerici ed analizzabili, ma si cercherà di darvi, per quanto possibile, una descrizione da parte di coloro che hanno vissuto e tutt'ora vivono questo cambiamento che ha interessato l'isola storica di Venezia, spiegando soltanto come lo hanno percepito. Verranno riportate le interviste e si spiegherà dunque la metodologia operata, a cui seguirà un successivo commento che tenterà di bilanciare e collegare le testimonianze.

##### 4.1 L'INTERVISTA QUALITATIVA

L'intervista qualitativa è una modalità di conversazione con lo scopo di raccogliere informazioni. Questo strumento permette di accedere alle percezioni ed alle opinioni degli intervistati per comprendere sia come si sono delineate le situazioni sociali in cui sono coinvolti i soggetti in analisi, detti attori sociali, sia come questi interagiscono con il loro ambiente<sup>128</sup>.

La ricerca qualitativa presuppone che vi sia da un lato l'osservazione di un fenomeno, dall'altro una partecipazione stessa del ricercatore o ricercatrice sul campo: si parla dunque di impersonale i due poli dell'«osservazione partecipante» e della «partecipazione osservante». Il ricercatore è colui che personalmente intervista i soggetti, per poi analizzare le risposte, elaborare i risultati e trarre le conclusioni<sup>129</sup>.

Per quanto riguarda gli attori sociali intervistati, questi sono scelti tramite il sistema del campionamento ad obiettivo, poiché i soggetti intervistati devono possedere le

---

<sup>128</sup>A. de Lillo, *Il mondo della ricerca qualitativa*, Milano, UTET Università, 2010, p. 77

<sup>129</sup>L. Ricolfi, *La ricerca qualitativa*, IV ristampa, Roma, Carocci Editore S.p.A., 200, p. 33

caratteristiche necessarie ai fini conoscitivi, oltre che un determinato livello di variabilità di risposte tra loro. In questo caso, si è cercato di selezionare un insieme di campioni dalle dimensioni contenute, sapendo che in generale non si va oltre i cento casi<sup>130</sup>. Il ricercatore espone poi le ragioni che lo hanno spinto nella scelta del campionario di intervistati adottati, e l'appropriatezza in relazione sia alle motivazioni dello studio, sia dei risultati pervenuti<sup>131</sup>.

In letteratura, per quanto riguarda l'insieme delle interviste qualitative, esiste un dibattito circa la distinzione tra "storie di vita", "biografiche" ed "interviste di profondità". Pitrone (1986) definisce le interviste di profondità come un metodo per ricostruire ed esprimere ciò che afferma il soggetto intervistato, senza trascurare ciò che egli o ella sente, e soprattutto senza falsificare le sue percezioni, senza che l'intervistatore, che può avere pronte una serie di domande prestabilite, limiti o monopoli il soggetto intervistato<sup>132</sup>. Bichi (2007) attribuisce questa particolarità invece ad un genere d'interviste definite "biografiche", in quanto i soggetti intervistati raccontano a chi intervista loro le loro esperienze, credenze, opinioni e descrivono le condizioni che hanno vissuto, partendo dal presunto che i soggetti intervistati conoscano e vivano quella situazione<sup>133</sup>. Della Porta (2010) distingue tra "interviste di profondità" e "storie di vita" in base allo scopo della ricerca, in quanto ritiene che le interviste di profondità mirino a riportare solamente la testimonianza di un evento storico, mentre le storie di vita permettono, tramite la ricostruzione biografica dell'oggetto intervistato, di delineare la società dalla sua prospettiva e ricostruirne l'ambiente circostante, traendo dunque più informazioni su diversi argomenti<sup>134</sup>.

---

<sup>130</sup>A. de Lillo, *Il mondo della ricerca qualitativa*, Milano, UTET Università, 2010, p. 86

<sup>131</sup>A. de Lillo, *Il mondo della ricerca qualitativa*, Milano, UTET Università, 2010, p. 85

<sup>132</sup>M. C. Pitrone, *Il sondaggio. Sociologia e ricerca sociale*, II ed., Milano, Franco Angeli Libri s.r.l., 1986, pp. 31-32

<sup>133</sup>R. Bichi, *La conduzione delle interviste nella ricerca sociale*, Roma, Carocci Editore S.p.A., 2007, p. 59

<sup>134</sup>D. della Porta, *L'intervista qualitativa*, Roma, Gius. Laterza & Figli Spa, 2010, p. 37

Tabella 4.1 - Caratteristiche di un'intervista di "storia di vita" o "interviste di profondità" [fonte: D. della Porta, "L'intervista qualitativa", 2010, p. 37]

CARATTERISTICHE
FONTE: SOGGETTO INTERVISTATO
FOCUS: ESPERIENZA PERSONALE
ARCO TEMPORALE CONSIDERATO: L'ARCO DI VITA DEL SOGGETTO INTERVISTATO
PROCEDURA RACCOLTA DATI: INTERATTIVA
STRUMENTO: SCHEMA APERTO
È UTILIZZATA PER L'ANALISI QUALITATIVA

Optando per questo tipo di approccio, si permette alle persone intervistate di esprimere la loro esperienza personale, dando dunque importanza all'individualità di chi vive un fenomeno; e permette di collegare avvenimenti passati con lo svolgersi del presente<sup>135</sup>.

L'intervista è semi-strutturata, ovvero si sono in anticipo selezionate una serie di aree tematiche da sottoporre all'intervistato ed un insieme di sotto-aree da approfondire. Il contenuto dunque è predefinito. In questo caso, di norma la traccia non supera le quattro pagine e le aree tematiche esplorate non sono più di nove<sup>136</sup>.

Nell'intervista le domande si dividono in *main questions*, *follow up* e *probe*. Le prime servono a coprire tutte le aree tematiche che si cerca di analizzare. Le seconde hanno lo scopo di approfondire gli argomenti introdotte dal primo tipo di domande. Le ultime invece servono a continuare il discorso ed a motivare l'intervistato a rispondere in quanto fungono da stimoli: possono anche essere non verbali, come ad esempio una esclamazione od un gesto<sup>137</sup>.

La traccia dell'intervista guida la formulazione delle domande, ma non il modo in cui l'intervistato risponde. L'intervistatore conduce il dialogo<sup>138</sup>.

<sup>135</sup>D. della Porta, *L'intervista qualitativa*, Bari, Gius. Laterza & Figli Spa, 2010, p. 43

<sup>136</sup>A.de Lillo, *Il mondo della ricerca qualitativa*, Milano, UTET Università, 2010, pp. 90, 92

<sup>137</sup>*ivi*, p. 94

<sup>138</sup>A. de Lillo, *Il mondo della ricerca qualitativa*, Milano, UTET Università, 2010, p. 56

Una volta giunti all'analisi dati, si distinguono due fasi: l'analisi descrittiva e l'analisi esplicativa:

Tabella 4.2 Tipologia di analisi [fonte: A. de Lillo, "Il mondo della ricerca qualitativa", 2010, p. 97]

TIPOLOGIA DI ANALISI	CARATTERISTICHE E PROCEDURA
ANALISI DESCRITTIVA	Definizione di concetti e categorie concettuali, Revisione delle categorie Identificazione di categorie a livello di astrazione più elevato (classi) Formulazione di tipologia
ANALISI ESPLICATIVA	Stabilire associazione e relazioni fra concetti Formulazione di un apparato teorico e concettuale di ampio respiro

L'analisi descrittiva è composta da tre parti: la definizione concettuale, la formulazione di categorie e classi e la creazione di tipologie. Si tratta di fornire una descrizione accurata della tematica studiata<sup>139</sup>. L'analisi descrittiva si occupa dunque di fornire un resoconto metodologico del procedimento effettuato per giungere ai risultati riscontrati<sup>140</sup>. L'analisi esplicativa crea associazioni tra i fenomeni sociali studiati e ne individua le caratteristiche<sup>141</sup>, fornendo un'interpretazione di quanto analizzato<sup>142</sup>.

Partendo da questi presupposti, va comunque considerato che un'intervista qualitativa può vantaggi e svantaggi dell'intervista, ovvero:

Tabella 4.3 - [fonte: A. de Lillo, "Il mondo della ricerca qualitativa", 2010, p. 104]

VANTAGGI	Ricchezza del materiale raccolto, potenzialità conoscitive, elevata flessibilità meno rigidità della strutture, possibilità di integrare racconti verbali ed osservazioni comportamentali
SVANTAGGI	Possibile natura economica, ottenere la fiducia, veridicità da parte dell'intervistato

<sup>139</sup>A. de Lillo, *Il mondo della ricerca qualitativa*, Milano, UTET Università, 2010, pp. 99-100

<sup>140</sup>M. Cardano, *Tecniche di ricerca qualitativa*, Roma, Carocci Editore S.p.A., p. 105

<sup>141</sup>A. de Lillo, *Il mondo della ricerca qualitativa*, Milano, UTET Università, 2010, pp. 99-100

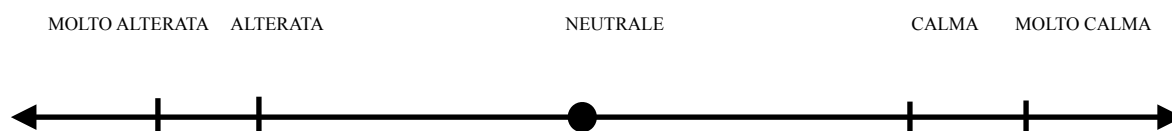
<sup>142</sup>M. Cardano, *Tecniche di ricerca qualitativa*, Roma, Carocci Editore S.p.A., p. 105

Durante l'intervista, per cogliere le diverse sfaccettature della percezione del fenomeno turistico da parte di commercianti e residenti, si è cercato di interpretare la loro reazione alla domanda ed all'elaborazione risposta. Marradi (2005) intreccia risposta e reazione in quanto le opinioni appartengono alla sfera cognitiva, gli atteggiamenti alla sfera emotiva, ma benché per quanto riguarda le opinioni, il soggetto è solitamente cosciente di nutrirli ed è in grado di esplicitarli, e possono essere condivise da più soggetti, mentre per gli atteggiamenti non si può affermare lo stesso, in quanto fanno riferimento all'individualità del singolo soggetto<sup>143</sup>.

Per cercare dunque di trasmettere la percezione del soggetto intervistato si è scelto di adoperare una scala di misurazione ispirata a quella di Likert: tramite l'utilizzo di determinate affermazioni, dette *items*, si è cercato di studiare lo stato d'animo degli intervistati. La scala di Likert concepita nel 1932 nasce come strumento psicologico e se al principio è solo usata nell'indagine di mercati, adattandola ai diversi contesti è tutt'ora uno degli strumenti più utilizzati anche nelle ricerche sociologiche, offrendo una gamma di possibili giudizi o reazioni. Benché tradizionalmente la Scala di Likert usi come *items* "molto favorevole" "favorevole" "indifferente" "sfavorevole" "molto sfavorevole"<sup>144</sup>, in questa tesi si sono adottate differenti affermazioni.

Le reazioni o l'intensità dei giudizi dei soggetti intervistati al rispondere alle domande è stata misurata quindi tramite la seguente scala:

Figura 4.4 - Scala utilizzata per misurare lo stato d'animo del soggetto intervistato nel rispondere alle domande [fonte: adattamento della tradizionale letteratura delle interviste]:



Dove per reazione "molto alterata" e "alterata" s'intende se la reazione del soggetto alla domanda lasciasse intendere sentimenti di sdegno nei confronti della tematica, o se le

<sup>143</sup>A. Marradi, *Raccontare storie. Un nuovo metodo per indagare sui valori*, Roma, Carocci editore, 2005, p. 17

<sup>144</sup>H. Dautriat, *Il questionario: guida per la preparazione e l'impiego dei questionari nelle ricerche sociali, di psicologia sociale e di mercato*, traduzione a cura di Corrago Bruggi, II ed., Milano, Angeli, 1970, P. 93

risposta fosse stata accompagnata da un tono di voce o linguaggio del corpo agitato. Con “molto calma” e “calma” al contrario, la reattività del soggetto intervistato alla domanda o il modo in cui veniva fornita la risposta non disturbava lo stato d’animo del soggetto, o se la conversazione venisse accompagnata da un linguaggio del corpo tranquillo. ‘Neutrale’ è stato selezionato quando non era possibile interpretare la reazione o lo stato d’animo del soggetto intervistato.

#### 4.2. LA METODOLOGIA UTILIZZATA

Per avere una percezione del turismo da parte di coloro che vivono quotidianamente il centro storico, si sono selezionati dei commercianti e dei residenti del sestiere di San Marco, per porre loro delle domande per osservare, nel primo caso, come sono cambiati i negozi nella zona analizzata e se la loro gestione ha risentito del fenomeno del turismo; nel secondo caso, per avere una prospettiva del sestiere analizzato che abbracciasse un periodo di tempo tale da poter testimoniare se vi sono stati cambiamenti a causa del turismo di massa.

Le domande e le risposte hanno lo scopo pertanto di trasmettere al lettore l’impressione, i sentimenti e le reazioni di coloro che vivono quotidianamente la città storica di Venezia.

Le domande e le possibili risposte, rivolte ai commercianti e da loro argomentate, sono di seguito riportate.

Le domande rivolte ai commercianti ed il ventaglio di risposte offerte sono dunque le seguenti:

Tabella 4.5 - Prima domanda e possibili risposte rivolte ai commercianti

<b>PRIMA DOMANDA</b>	<b>RISPOSTE</b>
<b>DOVE È NATO/A?</b>	CENTRO STORICO
	ISOLE
	TERRAFERMA\COMUNE VENEZIANO
	FUORI DAL COMUNE VENEZIANO



Tabella 4.6 - Seconda domanda e possibili risposte rivolte ai commercianti

<b>SECONDA DOMANDA</b>	<b>RISPOSTE</b>	<b>APPROFONDIMENTO</b>
<b>DOVE RISIEDE?</b>	CENTRO STORICO	<b>SE SI È TRASFERITO FUORI DAL CENTRO STORICO VENEZIANO, PUÒ INDICARNE LA RAGIONE?</b>
	ISOLE	
	TERRAFERMA\COMUNE VENEZIANO	
	FUORI DAL COMUNE VENEZIANO	

Tabella 4.7 - Terza domanda e possibili risposte rivolte ai commercianti

<b>TERZA DOMANDA</b>	<b>APPROFONDIMENTO</b>
<b>IN CHE ANNO HA COMINCIATO A LAVORARE O POSSEDERE QUESTO NEGOZIO?</b>	<b>POTREBBE APPROFONDIRE LA STORIA DEL NEGOZIO?</b>

Tabella 4.8 - Quarta domanda e possibili risposte rivolte ai commercianti

<b>QUARTA DOMANDA</b>	<b>RISPOSTE</b>	<b>APPROFONDIMENTO</b>
<b>NELLA ZONA IN CUI LAVORA, QUANTO RITIENE È CAMBIATA LA TIPOLOGIA DI NEGOZI?</b>	PIÙ DEL 50%	<b>POTREBBE ARGOMENTARE ULTERIORMENTE LA SUA RISPOSTA?</b>
	MENO DEL 50%	

Tabella 4.9 - Quinta domanda e possibili risposte rivolte ai commercianti

<b>QUINTA DOMANDA</b>	<b>RISPOSTE</b>	<b>APPROFONDIMENTO</b>
<b>RITIENE CHE LA SUA CLIENTELA SIA MAGGIORMENTE COMPOSTA DA TURISTI O RESIDENTI?</b>	TURISTI	<b>POTREBBE ARGOMENTARE ULTERIORMENTE LA SUA RISPOSTA?</b>
	RESIDENTI	

Tabella 4.10 - Sesta domanda e possibili risposte rivolte ai commercianti

<b>SESTA DOMANDA</b>	<b>RISPOSTE</b>	<b>APPROFONDIMENTO</b>
<b>QUANTO RITIENE LA DOMANDA TURISTICA ABBIA INFLUENZATO L'OFFERTA COMMERCIALE DELLA ZONA IN CUI LAVORA?</b>	MOLTO	<b>POTREBBE ARGOMENTARE ULTERIORMENTE LA SUA RISPOSTA?</b>
	MEDIAMENTE	
	POCO	

Tabella 4.11 - Settima domanda e possibili risposte rivolte ai commercianti

<b>SETTIMA DOMANDA</b>	<b>RISPOSTE</b>	<b>APPROFONDIMENTO</b>
<b>CONCENTRANDOCI SULLA SUA CLIENTELA, RITIENE CHE ACQUISTINO DI PIÙ I TURISTI PERNOTTANTI O I TURISTI ESCURSIONISTI?</b>	TURISTI PERNOTTANTI	<b>POTREBBE ARGOMENTARE ULTERIORMENTE LA SUA RISPOSTA?</b>
	TURISTI ESCURSIONISTI	

Tabella 4.12 - Ottava domanda e possibili risposte rivolte ai commercianti

OTTAVA DOMANDA	RISPOSTE	APPROFONDIMENTO
<b>RITIENE CHE NEGLI ULTIMI ANNI I RESIDENTI ABBIANO CALATO I LORO ACQUISTI NEL SUO NEGOZIO?</b>	SÌ	<b>POTREBBE ARGOMENTARE ULTERIORMENTE LA SUA RISPOSTA?</b>
	NO	

Le domande rivolte ai residenti con le possibili risposte, invece, sono riportate qui di seguito:

Tabella 4.13 - Prima domanda e possibili risposte rivolte ai residenti

PRIMA DOMANDA	RISPOSTE
<b>DOVE È NATO\A?</b>	CENTRO STORICO
	ISOLE
	TERRAFERMA\COMUNE VENEZIANO
	FUORI DAL COMUNE VENEZIANO

Tabella 4.14 - Seconda domanda e possibili risposte rivolte ai residenti

<b>SECONDA DOMANDA</b>	<b>RISPOSTE</b>	<b>APPROFONDIMENTO</b>
<b>DOVE RISIEDE?</b>	CENTRO STORICO	<b>SE SI È TRASFERITO FUORI DAL CENTRO STORICO VENEZIANO, O HA CAMBIATO SESTIERE\AREA, PUÒ INDICARNE LA RAGIONE?</b>
	ISOLE	
	TERRAFERMA\COMUNE VENEZIANO	
	FUORI DAL COMUNE VENEZIANO	

Tabella 4.15 - Terza domanda e possibili risposte rivolte ai residenti

<b>TERZA DOMANDA</b>	<b>RISPOSTE</b>	<b>APPROFONDIMENTO</b>
<b>NELLA ZONA IN CUI VIVE, QUANTO RITIENE LE ABITAZIONI SI SIANO CONVERTITE IN STRUTTURE RICETTIVE?</b>	PIÙ DEL 50%	<b>POTREBBE ARGOMENTARE ULTERIORMENTE LA SUA RISPOSTA?</b>
	MENO DEL 50%	

Tabella 4.16 - Quarta domanda e possibili risposte rivolte ai residenti

<b>QUARTA DOMANDA</b>	<b>RISPOSTE</b>	<b>APPROFONDIMENTO</b>
<b>QUANTO RITIENE LE LOCAZIONI TURISTICHE ABBIANO MODIFICATO LE CONOSCENZE TRA VICINI?</b>	MOLTO	<b>POTREBBE ARGOMENTARE ULTERIORMENTE LA SUA RISPOSTA?</b>
	MEDIAMENTE	
	POCO	

Tabella 4.17 - Quinta domanda e possibili risposte rivolte ai residenti

<b>QUINTA DOMANDA</b>	<b>RISPOSTE</b>	<b>APPROFONDIMENTO</b>
<b>QUANTO RITIENE CHE LA ZONA IN CUI VIVE SI SIA SPOPOLATA DI RESIDENTI?</b>	MOLTO	<b>POTREBBE ARGOMENTARE LA SUA RISPOSTA?</b>
	MEDIAMENTE	
	POCO	

Tabella 4.18 - Sesta domanda e possibili risposte rivolte ai residenti

SESTA DOMANDA	RISPOSTE	APPROFONDIMENTO
<p><b>SE DOVESSE SCEGLIERE, A COSA AMPUTEREBBE IL CALO DI RESIDENTI NELLA CITTÀ STORICA DI VENEZIA?</b></p>	ALL'ECCESSIVO TURISMO	<p><b>POTREBBE ARGOMENTARE LA SUA RISPOSTA?</b></p>
	AL COSTO DELLA VITA	
	<p>ALLA MANCANZA DI STRUTTURE ED ATTIVITÀ\NEGOZI PER RESIDENTI</p>	
	LA SITUAZIONE LAVORATIVA	
	TUTTE LE RISPOSTE PRECEDENTI	
	ALTRO	

#### 4.2.1 ANALISI DELLA PERCEZIONE DEI COMMERCianti

Come affermato precedentemente, si sono selezionati commercianti operanti in Calle de la Mandola e Calle de la Cortesia, collocate nel sestiere di San Marco. I risultati sono riportati nel seguente paragrafo:

Tabella 4.19 - Risposte e reazioni del primo soggetto intervistato

<b>DOMANDA</b>	<b>RISPOSTA</b>	<b>REAZIONE</b>
<b>PRIMA: DOVE È NATO/A?</b>	CENTRO STORICO	MOLTO CALMA
<b>SECONDA: DOVE RISIEDA?</b>	CENTRO STORICO	MOLTO CALMA
<b>TERZA: IN CHE ANNO HA COMINCIATO A LAVORARE O POSSEDERE QUESTO NEGOZIO?</b>	2000	MOLTO CALMA
<b>QUARTA: NELLA ZONA IN CUI LAVORA, QUANTO RITIENE È CAMBIATA LA TIPOLOGIA DI NEGOZI?</b>	PIÙ DEL 50%	CALMA
<b>QUINTA: RITIENE CHE LA SUA CLIENTELA SIA MAGGIORMENTE COMPOSTA DA TURISTI O RESIDENTI?</b>	RESIDENTI	MOLTO CALMA
<b>SESTA: QUANTO RITIENE LA DOMANDA TURISTICA ABBIA INFLUENZATO L'OFFERTA COMMERCIALE DELLA ZONA IN CUI LAVORA?</b>	MOLTO	CALMA
<b>SETTIMA: CONCENTRANDOCI SULLA SUA CLIENTELA, RITIENE CHE ACQUISTINO DI PIÙ I TURISTI PERNOTTANTI O I TURISTI ESCURSIONISTI?</b>	TURISTI PERNOTTANTI	MOLTO CALMA
<b>OTTAVA: RITIENE CHE NEGLI ULTIMI ANNI I RESIDENTI ABBIANO CALATO I LORO ACQUISTI NEL SUO NEGOZIO?</b>	NO	ALTERATA

Dopo essersi limitato, alla prima domanda, a rispondere con la sola possibilità in cui si identificava, alla seconda domanda il soggetto intervistato ha cominciato ad interagire con l'intervistatrice, aggiungendo aver sempre vissuto nella medesima zona, nei pressi della sua attività. Alla terza domanda si è nuovamente limitato a rispondere affermando l'anno in cui aveva aperto l'attività, per poi alla quarta domanda ha nuovamente ripreso ad interagire con l'intervistatrice elencando dei negozi che erano presenti nella calle 25 anni fa, tra cui un negozio di alimentari, una latteria, ed un supermercato. Ha sottolineando poi come negli ultimi 10 anni il processo di mutamento dell'offerta della calle sia accelerato, aggiungendo anche che il flusso turistico è aumentato sempre di più senza avere pause, «nemmeno a Novembre».

Alla quinta domanda ha argomentato che i clienti che frequentano il negozio sono sempre i medesimi da vent'anni, ed ha aggiunto che il suo scopo è sempre stato quello di avere un negozio rivolto ai residenti. Tuttavia, il soggetto ha anche raccontato di come sia riuscita una clientela abitudinaria fuori dalla città, facendo riferimento a dei clienti «dalla Francia, New York e Tokyo».

Alla sesta domanda ha fatto notare come i nuovi proprietari della zona, Asiatici, siano i più interessati a comprare attività in una medesima zona e anche coloro con le disponibilità economiche più alte: dopo che una signora cinese aveva comprato due attività commerciali nell'area attorno a Calle de la Mandorla, per tagliare i costi relativi ai due affitti (che evidentemente intaccavano i guadagni) tentò di vendere a diversi commercianti della zona uno dei due locali, cedendolo infine ad un signore del Bangladesh, che lo comprò per aprire un negozio di *souvenirs*.

Alla settima domanda, il soggetto intervistato ha spiegato che è proprio l'alloggiare diversi giorni in città da parte dei turisti a dare la possibilità di sviluppare un rapporto, per cui nel caso di questa attività commerciale, per esempio, regolarmente giungono in visita «dei clienti abitudinari da Londra nel mese di Ottobre».

Lo stato d'animo del soggetto intervistato fu prevalentemente molto calmo durante l'intervista, reagendo in maniera leggermente diversa alla quarta e sesta domanda. Tuttavia, rispondendo all'ottava domanda, il soggetto intervistato cambiò il suo stato d'animo: ricollegandosi alla settima domanda, il soggetto intervistato ha fatto riferimento a qualche eccezione legata alla clientela non veneziana: per esempio, una signora di Roma chiede di tanto in tanto se la merce del negozio le può essere messa da parte per i suoi acquisti.

Una volta terminata l'intervista, il soggetto intervistato ha continuato a parlare della sua attività, aggiungendo che il negozio vendeva al principio una tipologia merceologica relativamente costosa, vendendo marchi esclusivi, «di lusso», per poi passare, in seguito all'evento dell'*e-commerce*, a prodotti rientranti in una fascia di prezzi medi, senza tuttavia rinunciare alla qualità, e facendo rifornimento di merce da piccole aziende italiane.



Tabella 4.20 - Risposte e reazioni del secondo soggetto intervistato

DOMANDA	RISPOSTA	REAZIONE
<b>PRIMA: DOVE È NATO/A?</b>	CENTRO STORICO	MOLTO CALMA
<b>SECONDA: DOVE RISIEME?</b>	CENTRO STORICO	MOLTO CALMA
<b>TERZA: IN CHE ANNO HA COMINCIATO A LAVORARE O POSSEDERE QUESTO NEGOZIO?</b>	1976	MOLTO CALMA
<b>QUARTA: NELLA ZONA IN CUI LAVORA, QUANTO RITIENE È CAMBIATA LA TIPOLOGIA DI NEGOZI?</b>	PIÙ DEL 50%	ALTERATA
<b>QUINTA: RITIENE CHE LA SUA CLIENTELA SIA MAGGIORMENTE COMPOSTA DA TURISTI O RESIDENTI?</b>	TURISTI	MOLTO ALTERATA
<b>SESTA: QUANTO RITIENE LA DOMANDA TURISTICA ABBA INFLUENZATO L'OFFERTA COMMERCIALE DELLA ZONA IN CUI LAVORA?</b>	MOLTO	MOLTO ALTERATA
<b>SETTIMA: CONCENTRANDOCI SULLA SUA CLIENTELA, RITIENE CHE ACQUISTINO DI PIÙ I TURISTI PERNOTTANTI O I TURISTI ESCURSIONISTI?</b>	TURISTI PERNOTTANTI	MOLTOALTERATA
<b>OTTAVA: RITIENE CHE NEGLI ULTIMI ANNI I RESIDENTI ABBIANO CALATO I LORO ACQUISTI NEL SUO NEGOZIO?</b>	SÌ	MOLTO ALTERATA

Il secondo soggetto intervistato, rispondendo alla prima domanda, ha raccontato la storia sia del negozio, che della struttura architettonica in cui questo oggi giorno si trova: l'attività commerciale è ora collocata in quello che era il *garage* delle gondole della casata nobiliare che viveva presso Palazzo Manin. In seguito, divenne un negozio di pantofole, dove era possibile acquistare una tipologia definita «friulana», o, collegandosi all'infanzia del soggetto intervistato, «ballerine dorate». Successivamente il locale divenne proprietà di due fratelli, di cognome Chioggiotto, che decisero vendere la proprietà in due parti: la prima metà venduta divenne un negozio di numismatica, ancora attivo; la seconda metà venne acquistata dalla famiglia del soggetto intervistato nel 1998, che qui vi trasferì l'azienda familiare che era stata fondata nel 1976 presso San Trovaso. L'azienda familiare dovette abbandonare il luogo originario di vendita in quanto «la zona era morta, e anche altri posti, come l'Ospedale, vennero chiusi».

Rispondendo alla terza domanda, scegliendo tra le opzioni presentate, il soggetto intervistato cambiò il suo stato d'animo, passando da reazioni inizialmente «molto calme» al loro opposto, ovvero «molto alterate», per tutto il resto dell'intervista. Alla quarta domanda il soggetto intervistato ha risposto elencando alcuni dei negozi che erano presenti nella calle fino a 10 anni prima, quando avvenne una completa «metamorfosi locale» dove la maggior parte dei negozi vennero «sostituiti da negozi di paccottiglia»: erano presenti un fruttivendolo, una macelleria, il «panificio Colussi», un negozio d'antiquariato, una torrefazione, un fotografo, un fiorista, ed un negozio di vendita di cappelli. Secondo il soggetto intervistato, i nuovi proprietari dei negozi del centro storico di Venezia sono per la maggior parte asiatici, e cercano di comprare locali collocati ad inizio e fine di una calle, per avere visibilità, causando un crollo del mercato della calle e degradando l'insieme della zona.

Alla quinta domanda il soggetto intervistato ha risposto affermando che la sopravvivenza della calle è legata al turismo, in quanto sono presenti sempre meno residenti nel centro storico di Venezia, ed ha ritenuto che uno dei motivi principali dell'abbandono del centro storico sono i prezzi d'affitto: facendo un esempio, ha spiegato come in Campo San Luca un fruttivendolo abbia chiuso in quanto l'affitto era raddoppiato. Collegandosi a questo episodio, ha aggiunto che la sopravvivenza per una attività commerciale è legata ai prezzi, sostenendo che nei negozi turistici vi è una «sproporzione tra i prezzi di acquisto [della merce] ed i prezzi di ri-vendita». Il soggetto intervistato sostiene che la maggior parte dei negozi del centro storico siano gestiti da mafia «cinese, albanese e dal Bangladesh», senza che la Guardia di Finanza intervenga: al contrario, sostiene, le attività come quelle del soggetto intervistato sono sottoposte a rigidi controlli, creando un profondo senso di ingiustizia.

Alla sesta domanda, ha però specificato che non ha nulla contro il turismo, se non quello «di massa, ignorante». Sostiene che questa tipologia di turismo è il prodotto di una volontà politica che pensa solo al guadagno economico. Restando sul tema della politica, ha aggiunto che nel centro storico «non c'è spazio per i giovani», riferendosi fenomeni come la chiusura di appartamenti senza però rimmetterli a disposizione dei residenti, ed al fatto che i costi affittuari siano sempre più alti.

Alla settima domanda, ha affermato che i turisti escursionisti non si fermano nemmeno presso il suo negozio, dunque cerca di instillare curiosità nei turisti pernottanti tramite

l'allestimento della vetrina o lasciando quest'ultima illuminata di notte, per rendere la merce sempre visibile ai turisti «di ritorno dal teatro, dal ritorno dalla cena» motivandoli a ripassare in negozio il giorno dopo. Cerca inoltre di attirare clientela con merce unica e di qualità, cercando di non vendere merce che la si può trovare nel resto del centro storico.

All'ottava domanda, ha risposto che parte della clientela è venuta a mancare per l'età, senza che vi fosse stato un ricambio generazionale.

Tabella 4.21 - Risposte e reazioni del terzo soggetto intervistato

<b>DOMANDA</b>	<b>RISPOSTA</b>	<b>REAZIONE</b>
<b>PRIMA: DOVE È NATO/A?</b>	CENTRO STORICO	NEUTRALE
<b>SECONDA: DOVE RISIEDE?</b>	CENTRO STORICO	NEUTRALE
<b>TERZA: IN CHE ANNO HA COMINCIATO A LAVORARE O POSSEDERE QUESTO NEGOZIO?</b>	1992	NEUTRALE
<b>QUARTA: NELLA ZONA IN CUI LAVORA, QUANTO RITIENE È CAMBIATA LA TIPOLOGIA DI NEGOZI?</b>	PIÙ DEL 50%	NEUTRALE
<b>QUINTA: RITIENE CHE LA SUA CLIENTELA SIA MAGGIORMENTE COMPOSTA DA TURISTI O RESIDENTI?</b>	50% E 50%	NEUTRALE
<b>SESTA: QUANTO RITIENE LA DOMANDA TURISTICA ABBA INFLUENZATO L'OFFERTA COMMERCIALE DELLA ZONA IN CUI LAVORA?</b>	MOLTO	NEUTRALE
<b>SETTIMA: CONCENTRANDOCI SULLA SUA CLIENTELA, RITIENE CHE ACQUISTINO DI PIÙ I TURISTI PERNOTTANTI O I TURISTI ESCURSIONISTI?</b>	TURISTI PERNOTTANTI	NEUTRALE
<b>OTTAVA: RITIENE CHE NEGLI ULTIMI ANNI I RESIDENTI ABBIANO CALATO I LORO ACQUISTI NEL SUO NEGOZIO?</b>	sì	NEUTRALE

Lo stato d'animo del soggetto intervistato, durante tutta l'intervista, non si modificò, restando neutrale al rispondere a qualsiasi domanda. Il soggetto intervistato si è limitato, per quanto riguarda le prime due domande, a rispondere scegliendo tra le possibili risposte, ma alla terza domanda ha voluto aggiungere che, benché abbia

cominciato a lavorare in quell'attività commerciale dal 1992, il negozio aprì nel 1967, prendendo il posto di un salumiere «da Celeste». Sia negli anni '60 che negli '90 il soggetto intervistato ha affermato che nella calle analizzata vi era rappresentata «qualsiasi tipologia merceologica, tranne il pescivendolo»: tra i negozi che ricordava vi era una latteria, una panetteria, una macelleria, un fruttivendolo, una merceria.

Alla quarta domanda non ha aggiunto commenti. Alla quinta domanda il soggetto intervistato ha risposto che il suo negozio è riuscito a crearsi una clientela fidelizzata anche fuori dalla città di Venezia. Se al principio la sua clientela era per lo più composta da residenti, oggi la situazione è «50 e 50», con un lieve predominanza turistica, col fatto che nel centro storico sono presenti sempre meno residenti. Alla sesta domanda ha confermato che molti negozi nella calle sono cambiati. Alla settima domanda ha risposto affermando che i turisti pernottanti sono coloro che hanno permesso all'attività di formare quella che il soggetto intervistato definisce «clientela estera fidelizzata». All'ottava domanda ha aggiunto che l'età media dei residenti del centro storico è aumentata, e che gli anziani acquistano sempre meno: i giovani, benché siano sempre meno, acquistano di più perché seguono mode e provano nuovi stili, al contrario delle persone in età avanzata che hanno una mentalità del «non me ne importa». A fine intervista, il soggetto intervistato, alla richiesta di esprimere un commento sulla situazione economica generale a Venezia, ha risposto che ad un aumento del flusso turistico nel centro storico veneziano, la qualità delle merci e dei servizi si è abbassata, «prenda anche solo come esempio i ristoranti», senza però attribuire la colpa soltanto alle scelte economiche effettuate dai turisti: parte del calo di qualità la attribuisce anche ai commercianti che operano nel centro storico, che pensando solo a guadagnare, «trattano male la clientela» non curando i loro rapporti e ciò che vendono, «in quanto domani ci sarà un altro cliente».

Tabella 4.22 - Risposte e reazioni del quarto soggetto intervistato

<b>DOMANDA</b>	<b>RISPOSTA</b>	<b>REAZIONE</b>
<b>PRIMA: DOVE È NATO/A?</b>	ISOLE	NEUTRALE
<b>SECONDA: DOVE RISIEDE?</b>	CENTRO STORICO	NEUTRALE
<b>TERZA: IN CHE ANNO HA COMINCIATO A LAVORARE O POSSEDERE QUESTO NEGOZIO?</b>	2002	NEUTRALE
<b>QUARTA: NELLA ZONA IN CUI LAVORA, QUANTO RITIENE È CAMBIATA LA TIPOLOGIA DI NEGOZI?</b>	PIÙ DEL 50%	NEUTRALE
<b>QUINTA: RITIENE CHE LA SUA CLIENTELA SIA MAGGIORMENTE COMPOSTA DA TURISTI O RESIDENTI?</b>	TURISTI	NEUTRALE
<b>SESTA: QUANTO RITIENE LA DOMANDA TURISTICA ABBAIA INFLUENZATO L'OFFERTA COMMERCIALE DELLA ZONA IN CUI LAVORA?</b>	MOLTO	ALTERATA
<b>SETTIMA: CONCENTRANDOCI SULLA SUA CLIENTELA, RITIENE CHE ACQUISTINO DI PIÙ I TURISTI PERNOTTANTI O I TURISTI ESCURSIONISTI?</b>	TURISTI PERNOTTANTI	ALTERATA
<b>OTTAVA: RITIENE CHE NEGLI ULTIMI ANNI I RESIDENTI ABBIANO CALATO I LORO ACQUISTI NEL SUO NEGOZIO?</b>	SÌ	ALTERATA

Il soggetto intervistato si è limitato a rispondere in maniera limitata alle prime tre domande, scegliendo le alternative che venivano proposte durante l'intervista. Successivamente, il soggetto intervistato ha cominciato ad interagire con l'intervistatrice: alla quarta domanda ha elencato una serie di negozi ricordava ci fossero quando aprì la sua attività circa 20 anni fa: una macelleria, un parrucchiere, un fiorista, una profumeria ed un alimentari. Alla quinta domanda il soggetto intervistato ha affermato che benché all'inizio avesse per lo più una clientela residenziale, progressivamente quest'ultima ha ceduto negli ultimi anni il posto ad una clientela turistica: più nello specifico, se all'inizio della sua attività stimava avere una clientela 80% italiane ed il 20% straniera, al momento dell'intervista riteneva fosse il contrario. Ha aggiunto che fornisce continuamente clienti internazionali che hanno un rapporto stabile con la città. Benché inizialmente il soggetto intervistato avesse mantenuto uno stato d'animo neutrale, al rispondere alle ultime tre domanda il suo stato d'animo si

alterò. Alla sesta domanda ha risposto che l'economia della zona fa affidamento ai turisti, ma collegandosi alla settima domanda, afferma che «gli escursionisti sono inesistenti» nel suo negozio in quanto la tipologia di merce che tratta è composta da articoli complicati la cui vendita necessita di fiducia e di un rapporto commerciale stabile. Afferma che più turisti passano o sostano davanti al suo negozio, paradossalmente «fattura meno» in quanto i compratori non sono vogliati ad entrare in negozio. All'ottava domanda ha fornito un esempio: il suo commercio al principio annoverava due grandi clienti veneziani che soli rappresentavano metà del suo fatturato, ma che ora «comprano meno». Dopo la crisi economica e l'arresto del 2010-2011, alcuni dei suoi clienti veneziani sono tornati; tuttavia sostiene sia la domanda non veneziana a mantenere il negozio: in particolare, questa clientela proviene dagli «Stati Uniti, Francia, Gran Bretagna, Svizzera», e fanno parte di una «fascia [economica] alta» con cui ha stabilito dei rapporti commerciali col tempo. Questa tipologia di clientela ha permesso un progressivo aumento del fatturato e si sono fidelizzati al suo negozio, in quanto alla ricerca di oggetti particolari con una «qualità estrema senza compromessi». Dopo aver risposto all'ottava domanda, il soggetto intervistato si è reso disponibile ad offrire delle sue considerazioni personali: a suo avviso vi è un problema d'iniziativa imprenditoriale nella città storica veneziana, con un calo di qualità da parte dei veneziani stessi, che sostiene cercano guadagni facili tramite rendite. Sostiene che vi sia una sorta di percezione sbagliata nei confronti dei turisti: non è vero che non vi sono più «i turisti di una volta», il turismo di lusso non è mai calato, al contrario è quadruplicato. Ritiene che il turismo di massa globale può essere un problema, anche a livello ambientale ed ecologico, in quanto «secondo le previsioni, nei prossimi anni saranno 2.000.000.000 i turisti a spostarsi globalmente, è troppo», e nel caso di Venezia, solo eventi come l'Acqua Alta del Novembre scorso hanno rallentato il flusso turistico, facendo perdere ad alcune attività «il 30% di introiti». Aggiunge che questo fenomeno porta ad impoverire la qualità degli imprenditori: cita esempi con S. Polo, S. Tomà, Strada Nuova e S. Bortolo, ritenute «tombe» con attività volte a questa tipologia di turismo. Una soluzione a questo problema potrebbe essere «chiudere le città». Afferma anche che vi è un problema legato ai margini di costi e guadagni per le tipologie merceologiche: comprare un certo tipo di merce a poco e rivenderlo ad un prezzo più alto si può applicare solo in determinati casi. Sostiene che i veneziani stessi che

affittano locali ai commercianti dovrebbero aiutare i proprietari di attività economiche che non sono legate al turismo di massa. Tuttavia, il soggetto intervistato ci teneva a riportare alcuni esempi di zone e calli che negli ultimi 10 anni hanno visto aprire attività «particolari» e «controtendenza»: Calle de le Botteghe, Piscina San Samuele e Calle Lunga San Barnaba.

Tabella 4.23 - Risposte e reazioni del quinto soggetto intervistato:

<b>DOMANDA</b>	<b>RISPOSTA</b>	<b>REAZIONE</b>
<b>PRIMA: DOVE È NATO?</b>	CENTRO STORICO	CALMA
<b>SECONDA: DOVE RISIEME?</b>	CENTRO STORICO	CALMA
<b>TERZA: IN CHE ANNO HA COMINCIATO A LAVORARE O POSSEDERE QUESTO NEGOZIO?</b>	2002	CALMA
<b>QUARTA: NELLA ZONA IN CUI LAVORA, QUANTO RITIENE È CAMBIATA LA TIPOLOGIA DI NEGOZI?</b>	PIÙ DEL 50%	CALMA
<b>QUINTA: RITIENE CHE LA SUA CLIENTELA SIA MAGGIORMENTE COMPOSTA DA TURISTI O RESIDENTI?</b>	50% E 50%	CALMA
<b>SESTA: QUANTO RITIENE LA DOMANDA TURISTICA ABBA INFLUENZATO L'OFFERTA COMMERCIALE DELLA ZONA IN CUI LAVORA?</b>	MOLTO	CALMA
<b>SETTIMA: CONCENTRANDOCI SULLA SUA CLIENTELA, RITIENE CHE ACQUISTINO DI PIÙ I TURISTI PERNOTTANTI O I TURISTI ESCURSIONISTI?</b>	TURISTI PERNOTTANTI	MOLTO CALMA
<b>OTTAVA: RITIENE CHE NEGLI ULTIMI ANNI I RESIDENTI ABBIANO CALATO I LORO ACQUISTI NEL SUO NEGOZIO?</b>	sì	MOLTO CALMA

Il soggetto intervistato mantenne un atteggiamento calmo per tutta l'intervista, senzache il suo stato d'animo si modificasse. Alla prima domanda il soggetto intervistato che è nato nel centro storico, nel sestiere di San Marco, ed alla seconda domanda, collegandosi alla precedente, ha affermato aver sempre vissuto nel medesimo sestiere. Alla terza domanda ha raccontato la storia della sua attività: suo nonno aveva aperto il negozio nel 1953, poi il padre ha proseguito l'attività e nel 1983 è entrato a lavorarci il soggetto intervistato, dunque «è un'attività che prosegue da 3 generazioni». Alla quarta

domanda ha aggiunto «tutte le attività di prima necessità sono sparite e sono comparse attività legate al turismo». Alla quinta domanda ha tenuto fare una precisazione: benché al principio il negozio fosse per lo più frequentato da una clientela residenziale, ora la situazione è metà e metà, anche se i turisti sono, anche se non di molto, più dei residenti. Alla sesta domanda ha risposto «la struttura della città è cambiata completamente, in particolare San Marco». Ha aggiunto che ciò ha comportato conseguenze come «dove c'è il turismo alzano i prezzi in generale» e che «la gente vende la casa e se ne va». Alla settima domanda ha risposto che non avrebbe saputo rispondere, ma che «alcuni hanno la casa e lo so», e che sicuramente vi è qualche turista di passaggio che entra ed acquista in negozio, anche in virtù della vicinanza a luoghi come il Museo Fortuny, ma in ogni caso è «difficile da capire». Ha aggiunto, riferendosi al suo business, che attività come la sua erano 140 tra Venezia e Mestre nel secolo scorso, ora sopravvivono solo i capisaldi storici. Recentemente ha aggiunto che in Calle dei Fabbri un negozio come il suo ha dovuto chiudere, e che ora vi è una «cineseria», ribadendo che «la città è cambiata». All'ottava domanda ha risposto con «alcuni si sono fermati [a comprare] perché morti o se ne sono andati» e che «la città si è spogliata completamente». Ha aggiunto che inoltre recenti avvenimenti come l'Acqua Alta del Novembre scorso abbiano «messo in ginocchio» molti commercianti e negozi. Concludendo l'intervista, ha affermato che benché ritiene il turismo sia eccessivo, il suo negozio ora non potrebbe sopravvivere, in quanto sono i turisti coloro che acquistano per la maggiore e sono più numerosi rispetto ai residenti.

#### 4.2.2 ANALISI DELLA PERCEZIONE DEI RESIDENTI

Per l'analisi della percezione dei residenti si sono intervistati dei soggetti che abitassero nel sestiere di San Marco, nei pressi numeri civici di Calle de la Mandola e Calle de la Cortesia, senza però che alloggiassero in tali calli.

I risultati sono i seguenti:



Tabella 4.24 - Risposte e reazioni del primo soggetto intervistato

<b>DOMANDA</b>	<b>RISPOSTA</b>	<b>REAZIONE</b>
<b>PRIMA DOMANDA: DOVE È NATO/A?</b>	ISOLE	CALMA
<b>SECONDA DOMANDA: DOVE RISIÈDE?</b>	CENTRO STORICO	CALMA
<b>TERZA DOMANDA: NELLA ZONA IN CUI VIVE, QUANTO RITIENE LE ABITAZIONI SI SIANO CONVERTITE IN STRUTTURE RICETTIVE?</b>	PIÙ DEL 50%	ALTERATA
<b>QUARTA DOMANDA: QUANTO RITIENE LE LOCAZIONI TURISTICHE ABBIANO MODIFICATO LE CONOSCENZE TRA VICINI?</b>	MOLTO	ALTERATA
<b>QUINTA DOMANDA: QUANTO RITIENE CHE LA ZONA IN CUI VIVE SI SIA SPOPOLATA DI RESIDENTI?</b>	MOLTO	ALTERATA
<b>SESTA DOMANDA: SE DOVESSE SCEGLIERE, A COSA AMPUTEREBBE IL CALO DI RESIDENTI NELLA CITTÀ STORICA DI VENEZIA?</b>	TUTTE LE PRECEDENTI + ALTRO	ALTERATA

Alla prima domanda il soggetto intervistato ha risposto essere nato a Burano, che in quel periodo, nel 1944, era un'«isola povera di pescatori», dove vi era solo la scuola elementare; le scuole medie sarebbero giunte in seguito. Benché all'epoca solo la scuola elementare era obbligatoria, i genitori, benestanti più della media dell'isola, mandarono in collegio le sorelle maggiori del soggetto intervistato nell'isola storica di Venezia. Quando nacquero il soggetto intervistato e suo fratello, la famiglia si trasferì a Sant'Elena. Il soggetto rimase in quel sestiere fino al matrimonio, trasferendosi nel palazzo del coniuge, con affreschi del Cinquecento: era proprietà di un antenato i cui appartamenti vennero venduti man mano dagli eredi. Il medesimo antenato aveva anche, per esempio, donato una proprietà ad una associazione che si occupava di bambini abbandonati. Alla seconda domanda il soggetto intervistato si è limitato a scegliere tra le possibilità. Rispondendo alla terza domanda, il soggetto intervistò cambiò il suo stato d'animo, incominciando a reagire in maniera alterata. Alla terza domanda ha dapprima affermato «tutte», spiegando poi che solo una nipote era rimasta in zona, precisamente nel medesimo palazzo dove vive il soggetto intervistato, ed in seguito a peggiorare la

situazione «sono arrivati anche i negozi di paccottiglia». Alla quarta domanda ha affermato istintivamente «i vicini sono praticamente scomparsi», ed ha riportato come esempio che una famiglia che abitava in affitto in un palazzo accanto era stata mandata via per mettere una locazione turistica, da dei locatori veneziani, commentando «i veneziani non affittano più ai veneziani», tentati d.all'affitto ai turisti, più oneroso. Il soggetto intervistato ha poi raccontato possedere un appartamento vicino ai Tre Archi che affitta ad una coppia di giovani, ricevendo tuttavia continue proposte da organizzazioni e privati che provano a persuaderla a venderlo o affidarlo a studenti. Ha aggiunto dunque che «i giovani non trovano casa». Alla quinta domanda il soggetto intervistato ha spiegato come per esempio, una volta che le sue conoscenze presenti nella zona si sposassero, abitando in affitto, una volta sgomberata la proprietà, i proprietari decisero non rinnovare più i contratti ai residenti ma posero l'immobile in affitto a turisti. Ha anche aggiunto che «tantissimi acquistano per mettere [le proprietà] in affitto».

Alla sesta domanda ha elencato diverse cause: «non è stata fatta una politica di potenziamento di strutture a Venezia», «tanti giovani sono andati all'estero perché molte attività sono venute a mancare», «tanti artigiani hanno dovuto chiudere perché non valorizzati», «gli affitti turistici hanno creato concorrenza per i giovani». Ha anche commentato che «la qualità della vita era meravigliosa 30 anni fa» e ha anche ipotizzato che tra le cause dello spopolamento del centro storico, ci fosse il peso economico del mantenimento degli immobili, citando la Legge Speciale Venezia: «20 anni fa la legge con fondi del governo o europei, non ricordo, dopo aver fatto domanda, proposto un progetto, essere entrati in graduatoria, ti anticipavano o coprivano parte dei costi dei lavori strutturali, circa l'80% credo [...] ora questi soldi sono stati dirottati al Mose e la legge è stata soppressa, ora si fa con l'IRPEF e ti coprono il 30% o 40% dei costi scaricati in più anni, non più subito».

Tabella 4.25 - Risposte e reazioni del secondo soggetto intervistato

<b>DOMANDA</b>	<b>RISPOSTA</b>	<b>REAZIONE</b>
<b>PRIMA DOMANDA: DOVE È NATO/A?</b>	FUORI DAL COMUNE VENEZIANO	NEUTRALE
<b>SECONDA DOMANDA: DOVE RISIEME?</b>	CENTRO STORICO	NEUTRALE
<b>TERZA DOMANDA: NELLA ZONA IN CUI VIVE, QUANTO RITIENE LE ABITAZIONI SI SIANO CONVERTITE IN STRUTTURE RICETTIVE?</b>	MENO DEL 50%	NEUTRALE
<b>QUARTA DOMANDA: QUANTO RITIENE LE LOCAZIONI TURISTICHE ABBIANO MODIFICATO LE CONOSCENZE TRA VICINI?</b>	MEDIAMENTE	NEUTRALE
<b>QUINTA DOMANDA: QUANTO RITIENE CHE LA ZONA IN CUI VIVE SI SIA SPOPOLATA DI RESIDENTI?</b>	MOLTO	NEUTRALE
<b>SESTA DOMANDA: SE DOVESSE SCEGLIERE, A COSA AMPUTEREBBE IL CALO DI RESIDENTI NELLA CITTÀ STORICA DI VENEZIA?</b>	TUTTE LE PRECEDENTI + ALTRO	NEGATIVA

Il soggetto intervistato ha specificato alla prima domanda essere nato in Veneto, ma di vivere a Venezia dal 1954. Alla seconda domanda ha affermato aver sempre abitato nella medesima area veneziana, ma «in questa casa dal 2001, da quasi 20 anni». Alla terza domanda ha titubato, specificando non essere un esperto conoscitore della situazione delle strutture ricettive, ma che «mi pare più tranquillo» di altri campi o calli della zona. Alla quarta domanda, benché abbia istintivamente risposto «mediamente», ha poi aggiunto che «la parrocchia di Santo Stefano aveva 6.000 abitanti negli anni '60, ora solo 1.000». Alla quinta domanda si è limitato a rispondere scegliendo tra le risposte disponibili. Solo rispondendo all'ultima domanda il soggetto intervistato alterò il suo stato d'animo: alla sesta domanda ha voluto offrire il suo punto di vista sulla situazione residenziale e turistica del centro storico: attribuisce lo spopolamento del centro storico sostanzialmente a 3 fattori quali l'Acqua Alta del 1966, un «momento drammatico, che ha eliminato le abitazioni al piano terra», «alle restrizioni delle offerte di lavoro» ed al fatto che «Venezia è più cara della terraferma». Per quanto riguarda la mancanza di strutture ha specificato che è stato lo spopolamento a farle diminuire, commentando

dunque «adesso sì [mancano], prima no». Il turismo sostiene ha «tappato dove lasciato» dai 3 motivi dal soggetto riportato. Afferma che «il turismo ne ha approfittato del cambiamento, perché ha trovato [le proprietà] chiuse, [...] i proprietari hanno compensato con i turisti». Ha poi raccontato come le 3 confederazioni sindacali per le quali il soggetto intervistato lavorava, già nel 1972 avevano previsto che la città sarebbe diventata un «museo a cielo aperto», e avevano in merito organizzato una manifestazione con 50.000 persone a Piazza San Marco, ma «non c'è stata però una politica di inversione della tendenza». Ha ribadito in seguito che ora il turismo è alla base dello spopolamento, ma non l'origine di questo fenomeno.

Tabella 4.26 - Risposte e reazioni del terzo soggetto intervistato

DOMANDA	RISPOSTA	REAZIONE
<b>PRIMA DOMANDA: DOVE È NATO/A?</b>	CENTRO STORICO	CALMA
<b>SECONDA DOMANDA: DOVE RISIEDE?</b>	CENTRO STORICO	CALMA
<b>TERZA DOMANDA: NELLA ZONA IN CUI VIVE, QUANTO RITIENE LE ABITAZIONI SI SIANO CONVERTITE IN STRUTTURE RICETTIVE?</b>	PIÙ DEL 50%	ALTERATA
<b>QUARTA DOMANDA: QUANTO RITIENE LE LOCAZIONI TURISTICHE ABBIANO MODIFICATO LE CONOSCENZE TRA VICINI?</b>	MOLTO	ALTERATA
<b>QUINTA DOMANDA: QUANTO RITIENE CHE LA ZONA IN CUI VIVE SI SIA SPOPOLATA DI RESIDENTI?</b>	MOLTO	MOLTO ALTERATA
<b>SESTA DOMANDA: SE DOVESSE SCEGLIERE, A COSA AMPUTEREBBE IL CALO DI RESIDENTI NELLA CITTÀ STORICA DI VENEZIA?</b>	TUTTE LE PRECEDENTI + ALTRO	MOLTO ALTERATA

Alla prima domanda il soggetto intervistato ha risposto essere nato a Dorsoduro, senza però specificare la data di trasferimento nel sestiere di San Marco, ed alla seconda domanda si è limitato a scegliere tra le diverse risposte. Alla terza domanda il soggetto intervistato incominciò a rispondere in maniera alterata: dopo aver affermato che «tutte, in questo casato abito solo io» ha aggiunto, dopo aver indicato gli appartamenti

convertiti in locazioni ricettive visibile dalle finestre, «almeno il 90%». Alla quarta domanda dopo aver risposto ha aggiunto «Non puoi socializzare che persone che non conosci, che vanno via subito». Alla quarta domanda il soggetto intervistato ha cominciato ad esprimere propriamente la propria percezione del turismo e della situazione abitativa nel centro storico di Venezia, introducendo il discorso collegando il fenomeno dello spopolamento al fatto che il «centro storico è troppo costoso, con troppi turisti», e ricollegandosi alle precedenti domande, ha spiegato che le uniche persone che conosce attorno alla sua abitazione sono una «parrocchiana che possiede una gelateria qua vicino» e la famiglia di un'«amica del figlio». Ha poi voluto aggiungere come, per esempio, conosceva un vicino, un carissimo amico, che la aiutava, «anche solo se finiva il sale», ma per motivi legati alla comodità delle strutture ed infrastrutture, ed ai servizi che offre la terraferma, vive a Mestre lavora a Venezia. Sostiene che chi ama Venezia, ha pazienza, conoscenze affettive e l'impossibilità a spostarsi sono i motivi per cui le persone restano a Venezia. Ha anche affermato che a Venezia i prezzi sono mediamente più alti del 30%, per via della tassa per il trasporto. Collegandosi al tema dei prezzi e dei costi di vita più alti, ha affermato che dal punto di vista economico pare siano i Cinesi ad avere più opportunità, «ma non si sa come», dunque le necessità dei residenti dei veneziani «vanno perse». Alla quinta domanda il soggetto intervistato alterò il suo stato d'animo ulteriormente, spiegando che benché Venezia storica sia un'isola, ma dalle dimensioni ridotte, ha diversi accessi che favoriscono l'eccessivo turismo: 7 banchi e altri collegamenti portuali, la stazione ferroviaria, Piazzale Roma insieme al Tronchetto, Punta Sabbioni e coloro che giungono dagli aeroporti Marco Polo e di Treviso. Ha anche aggiunto che ultimamente si sta verificando il fenomeno per cui un turista o un gruppo quando decide di visitare Venezia, cerca alternative ricettive a Mestre, Jesolo o dintorni, in quanto più economiche, ma ciò fa sì che il numero di turisti che visitano la città in giornata aumenti danneggiando la qualità di vita della città e senza portare un vero guadagno economico. Alla sesta domanda ha affermato che le opzioni tra cui poteva scegliere per rispondere «sono le più vere», ed ha proseguito sottolineando che «i politici non sono adeguati» e che «il Comune non mette regole ferree o agevolazioni». Definisce la condizione del turismo attuale come «turismo da selfie», in quanto ritiene che alla maggior parte di coloro che giungono a Venezia non

interessi veramente conoscere la città, ma solo «dire che sono stati lì, quasi come se stessero spuntando una lista da far vedere agli altri».

Tabella 4.27 - Risposte e reazioni del quarto soggetto intervistato

<b>DOMANDA</b>	<b>RISPOSTA</b>	<b>REAZIONE</b>
<b>PRIMA DOMANDA: DOVE È NATO/A?</b>	CENTRO STORICO	CALMA
<b>SECONDA DOMANDA: DOVE RISIÈDE?</b>	CENTRO STORICO	CALMA
<b>TERZA DOMANDA: NELLA ZONA IN CUI VIVE, QUANTO RITIENE LE ABITAZIONI SI SIANO CONVERTITE IN STRUTTURE RICETTIVE?</b>	PIÙ DEL 50%	ALTERATA
<b>QUARTA DOMANDA: QUANTO RITIENE LE LOCAZIONI TURISTICHE ABBIANO MODIFICATO LE CONOSCENZE TRA VICINI?</b>	MOLTO	ALTERATA
<b>QUINTA DOMANDA: QUANTO RITIENE CHE LA ZONA IN CUI VIVE SI SIA SPOPOLATA DI RESIDENTI?</b>	MOLTO	MOLTO ALTERATA
<b>SESTA DOMANDA: SE DOVESSE SCEGLIERE, A COSA AMPUTEREBBE IL CALO DI RESIDENTI NELLA CITTÀ STORICA DI VENEZIA?</b>	COSTO DELLA VITA + SITUAZIONE LAVORATIVA	MOLTOALTERATA

Il quinto soggetto intervistato ha risposto essere nato a Santa Fosca, per essersi poi trasferito presso Campo San Maurizio e di vivere in zona Santo Stefano da 3 anni. Alla seconda domanda si è limitato a ripetere quanto già affermato durante la prima domanda. Alla terza domanda il soggetto intervistato alterò di poco il suo stato d'animo, aggiungendo che «soprattutto negli ultimi 6-7 anni vi è stata una crescita esponenziale», proseguendo con «il problema non sono gli alberghi, perché sono regolati ed hanno i permessi, quanto le abitazioni, soprattutto quelle dette “fantasma”, ad esempio conosco un appartamento che benché ufficialmente abbia 2 posti letto, in realtà ne ha 8, e nessuno li controlla [agli appartamenti fantasma]». Ha concluso affermando «è un certo tipo di turismo a rovinare la città [...] gli studenti sono benvenuti e anzi, portano gioventù». Dopo aver risposto alla quarta domanda ha portato come esempio un palazzo che affaccia su Canal Grande, che è diventato attualmente «un palazzo di sole secondo

case sempre chiuse, con solo una famiglia veneziana». Alla quinta domanda il suo stato d'animo si alterò ulteriormente, aggiungendo che benché benché «dicono San Marco sia una delle zone più spopolate, qui a San Samuele ha ancora residenti ma meno di volta» e che rispetto dove abita zone come «San Giglio e calle XXII marzo sono ancor di più [spopolate]». Alla sesta domanda ha risposto che il costo della vita e la situazione lavorative sono le «cause principali», «soprattutto per i giovani». Ha poi aggiunto, collegandosi a quanto precedentemente affermato, che crede che molti giovani se ne vadano dal centro storico veneziano perché i titoli di studio che possiedono non vi troverebbero applicazione, portando l'esempio di una sua conoscente che, dopo essersi laureata in Fisica, aveva dovuto cambiare città per trovare un lavoro nel campo che aveva studiato. Ha poi proseguito affermando che tuttavia, nella zona in cui risiede, «tutto sommato qui i negozi ci sono, anche a livello di qualità culturale, credo ora sia anche meglio qui che in altre città», concludendo «io trovo tutto qua». Crede che alcune cose, come la pulizia, siano migliorate, e che comunque servizi come scuole, attività sportive ci sono in centro storico, anche se «magari non proprio nella calle in cui si abita, ma è normale». Crede che in generale «non bisogna essere pessimisti al 100%».

Tabella 4.28 - Risposte e reazioni del quinto soggetto intervistato

DOMANDA	RISPOSTA	REAZIONE
<b>PRIMA DOMANDA: DOVE È NATO/A?</b>	FUORI DAL COMUNE VENEZIANO	NEUTRALE
<b>SECONDA DOMANDA: DOVE RISIEME?</b>	CENTRO STORICO	NEUTRALE
<b>TERZA DOMANDA: NELLA ZONA IN CUI VIVE, QUANTO RITIENE LE ABITAZIONI SI SIANO CONVERTITE IN STRUTTURE RICETTIVE?</b>	PIÙ DEL 50%	MOLTO ALTERATA
<b>QUARTA DOMANDA: QUANTO RITIENE LE LOCAZIONI TURISTICHE ABBIANO MODIFICATO LE CONOSCENZE TRA VICINI?</b>	MOLTO	MOLTO ALTERATA
<b>QUINTA DOMANDA: QUANTO RITIENE CHE LA ZONA IN CUI VIVE SI SIA SPOPOLATA DI RESIDENTI?</b>	MOLTO	MOLTO ALTERATA
<b>SESTA DOMANDA: SE DOVESSE SCEGLIERE, A COSA AMPUTEREBBE IL CALO DI RESIDENTI NELLA CITTÀ STORICA DI VENEZIA?</b>	TUTTE LE PRECEDENTI + ALTRO	MOLTO ALTERATA

Il soggetto intervistato ha risposto alla prima domanda rispondendo essere nato a Roma, ma che è da 50 anni che vive a Venezia, ed alla seconda domanda ha risposto vivere nel centro storico, nei pressi di Santo Stefano. Alla terza domanda, dopo aver risposto in maniera neutrale alle prime due, lo stato d'animo del soggetto intervistò si alterò in maniera evidente, rispondendo che crede vi sia un «mercato anomalo» per quanto riguarda gli alberghi, per il loro essere quantitativamente numerosi, ma anche per le strutture ricettive gestite da privati, in quanto «i B&B ed *Airbnb* hanno superato i posti letti di quelli degli alberghi», e afferma siano gli enti pubblici che per «fare cassa» danno molte di queste tipologie di licenza. Alla quarta domanda ha ampliato la tematica affermando che non solo i residenti, ma che «non esistono più gli esercizi di vicinato». Alla quinta domanda ha riportato un esempio: «nel mio palazzo da 10 inquilini [residenti] ora siamo in 3, forse 2, perché vanno via o affittano», e che in generale, «50 anni fa da 150.000 abitanti siamo calati a 50.000, perdendo 1000 abitanti all'anno». Alla sesta domanda ha spiegato che sono «tante concause», come «1000, 1.500 e 2.0000 euro di affitto sono troppi in generale», che «molti enti ed uffici pubblici non operano più a



Venezia, ma nei dintorni, in particolare Mestre». Ha raccontato poi di come, quando lavorava presso il Comune di Venezia, egli era l'unico ad opporsi alla creazione di ulteriori strutture ricettive, affermando come «il Comune stesso votava a favore degli alberghi». Ha voluto poi riportare degli esempi circa l'effetto del turismo nella città di Venezia: in Campo della Lana ed a Cannaregio vi erano due asili gestiti da comunità di suore, ma uno, al momento dell'intervista è stato chiuso, l'altro lo sarà a breve, «lasciando a casa 60 bambini», per essere convertito in un albergo. Ha anche aggiunto che i veneziani stessi non si prendono cura della città, in quanto «il Gazzettino stesso, che dovrebbe difendere la città di Venezia, ora a sede a Mestre».

#### 4.2.3 RIFLESSIONI SUI CASI DI STUDIO ANALIZZATI

Dai risultati ottenuti tramite le interviste condotte si evince che il contenuto delle risposte dei soggetti intervistati non sempre rispecchiano il loro stato d'animo: tuttavia, nei contenuti espressi dai soggetti intervistati si possono trovare descrizioni e opinioni simili, benché accompagnate da stati d'animo non sempre comparabili. In generale, le risposte che riguardavano, nel primo caso, gli acquisti della clientela turistica; e lo spopolamento del centro storico, nel secondo; erano accompagnate da stati d'animo alterati, probabilmente per la fiducia data man mano all'intervistatrice.

Come si è visto in questo lavoro di tesi e nei capitoli precedenti, il turismo ha influenzato il tessuto delle attività commerciali nel centro storico, causando la chiusura di attività per residenti e l'arrivo di un nuovo tipo di clientela. Tutti e cinque i soggetti intervistati hanno riportato che presso Calle de La Mandola e Calle de la Cortesia fino all'inizio degli anni 2000 era possibile trovare diverse tipologie di negozi distinti tra loro, e che questi negozi, per motivi per lo più economici legati all'aumento degli affitti elevati e la mancanza di clientela, hanno dovuto cessare la loro attività. Benché quasi tutti i commercianti abbiano riportato avere anche una clientela fidelizzata non residente nella Regione Veneto, e in alcuni casi una clientela internazionale; tutti gli intervistati sono stati concordi nell'affermare che l'aumento del turismo abbia colpito dal punto di vista commerciale tutta la città storica di Venezia, ed in particolare quelle zone che si trovano nei pressi dei punti turistici più importanti, portando alla chiusura di attività storiche e alla diffusione di negozi che soddisfano esclusivamente una clientela turistica,

in particolare tramite il commercio di *souvenirs* e strutture ricettive. Alcuni dei commercianti si sono posti anche la questione di quanto fossero regolamentate e monitorate queste nuove tipologie di attività commerciali, ed in generale vi è un sentimento di mancanza di supporto non solo da parte della clientela residenziale, sempre più scarsa, ma anche da parte di quella turistica, ritenuta per lo più disinteressata ai prodotti artigianali veneziani o che comunque non siano definibili strettamente turistici, e non attenta alla qualità e provenienza dei prodotti.

Anche la maggior parte dei residenti intervistati ha espresso sentimenti contrariati nei confronti del turismo, collegando questo fenomeno allo spopolamento. Tuttavia, i più hanno imputato la colpa sia al governo cittadino, in quanto ritenuto non in grado di gestire tale flusso, sostenere giovani e famiglie e limitare la portata del fenomeno; ma anche ai veneziani stessi, in quanto la maggior parte degli intervistati hanno sostenuto che molti si facciano tentare da un guadagno più oneroso legato alle attività ricettive come ad esempio *Airbnb*.

Commercianti e residenti sono stati per lo più concordi, nelle loro distinte opinioni e percezioni, ad affermare che l'impatto del fenomeno del sovraffollamento turistico abbia colpito tutto il centro storico in generale, non solo i sestieri con le attrattive principali; e che abbia cominciato ad avere un impatto nella vita commerciale e residenziale dei veneziani soprattutto negli ultimi 25 anni. Sia commercianti che residenti hanno percepito l'aumento delle strutture ricettive e la diffusione dei negozi di *souvenirs* come fattori che, da diversi punti di vista, hanno intaccato la qualità di vita del centro storico. Una sensazione condivisa sia da commercianti e da cittadini è quella che il flusso turistico che attraversa quotidianamente la città di Venezia non sia controllato dal punto di vista quantitativo, e che non venga in qualche modo limitato o gestito in modo tale da non recare danno a coloro che non hanno a che fare direttamente con il settore turistico.

In modi diversi, in molti hanno auspicato per nuove politiche volte a favorire sia il ripopolamento della città storica veneziana da parte di residenti stabili per le seguenti ragioni: non calare ulteriormente il numero di residenti, per diversificare i negozi commerciali, per far ritornare di professioni non legate al turismo, e per evitare che Venezia diventi una sorta di «parco dei divertimenti», perdendo la sua unicità.

## CONCLUSIONI

Partendo dalla questione all'origine di questa tesi, ovvero se, come e quanto l'*over-tourism* abbia influenzato il centro storico veneziano, si può dunque affermare che la risposta è positiva in quanto, in tutti i capitoli, si è potuto riscontrare come già a partire dal secolo scorso - e soprattutto nei primi 20 anni del XXI secolo - il tessuto residenziale, urbano e culturale sia cambiato, sia esso in positivo o negativo.

Quantitativamente si è dunque potuto rilevare, tramite dati censuari e studi ufficiali come, se da un lato la popolazione residenziale sia calata fino al punto di dimezzarsi nel corso di mezzo secolo; il flusso turistico è ancora attraversato da un movimento crescente che solo gli avvenimenti recenti, come l'Acqua Alta di Novembre 2019 sono stati in grado di frenare. I musei veneziani e le attrazioni hanno in generale visto aumentare il loro numero di visitatori e iniziative come "I Gioielli Nascosti di Venezia", atte a valorizzare i tesori nascosti del centro storico, restituendoli alla comunità e stimolando interesse per qualcosa di sconosciuto ai più hanno sicuramente, a livello culturale, portato beneficio non solo alla comunità veneziana, creatrice e custode di tali ricchezze, ma anche a tutto il mondo, che ora può accedere a ciò.

Le attività commerciali, le strutture ed infrastrutture del centro storico veneziano hanno visto un cambiamento originato da alcuni fattori: il diverso approccio turistico sviluppatosi con il nuovo millennio, il costo della vita diverso rispetto anche solo a qualche decade fa, la concorrenza economica che si è innescata in un luogo attraversato da milioni di persone all'anno, la diversa domanda che quotidianamente l'offerta deve soddisfare, il calo dei residenti e le diverse politiche che hanno delineato il quadro attuale.

Il fenomeno dell'*over-tourism* come si è delineato nello sviluppo del presente elaborato non ha avuto solo conseguenze visive o quantificabili, ma ha fatto breccia anche nella quotidianità dei residenti, creando reazioni contrastanti e mostrando le diverse sfaccettature legate alla nuova situazione del centro storico veneziano.

In dettaglio, nel primo capitolo si sono potute riscontare diverse tendenze: la popolazione è calata principalmente a causa del crollo delle nascite che non riescono, ogni anno, a compensare il numero dei morti. Il flusso emigratorio inoltre è maggiore di quello immigratorio, facendo sì che, in concomitanza con quanto appena riportato, il saldo di residenti del centro storico sia in negativo ogni anno. Da un punto di vista più ampio, si

potrebbero ipotizzare come alcune delle cause di questo spopolamento siano riscontrabili nelle interviste effettuata ai residenti ed i cui risultati vengono riportati nel quarto capitolo: il raddoppiamento del costo della vita rispetto a qualche generazione fa, la mancanza di abitazioni per residenti in quanto si preferisce affittare a turisti, la chiusura per motivi strutturali di edifici, la mancanza di servizi ed infrastrutture per i bisogni quotidiani della città, la sensazione di sentirsi circondati da qualcosa di incontrollabile, la mancanza di posti di lavoro che non siano collegati al turismo, la delocalizzazione di molti servizi e la percezione di non avere un buon governo cittadino. Un elemento che invece, potrebbe essere interpretato positivamente, è l'aumento dei visitatori nei musei e nelle attrazioni veneziane, ma non vi sono studi specifici ed ufficiali sui musei veneziani relativi alla qualità dei servizi nel corso degli ultimi 20 anni.

Nel secondo capitolo si è visto come, nel corso degli anni 2000, i negozi presenti nel centro storico veneziano siano cambiate a favore di una clientela turistica: già nel 2001 le attività commerciali rivolte ad una clientela turistica presenti nella città storica di Venezia erano, in determinati sestieri, quantitativamente superiori a quelle per residenti. Gli stessi dati ripeterono pure per l'anno 2008: San Marco, l'asse di Strada Nuova, Piazzale Roma, la zona di Bragora, delle Gallerie dell'Accademia, San Canciano risultavano essere le aree con più attività turistiche. In altre zone prevalevano invece esercizi per residenti o ad utenza diversificata: Rialto, Santa Maria Formosa, nei pressi della stazione Santa Lucia, nella zona dei Tolentini, nelle aree di Sant'Alvise e Sacca Fisola, nei sestieri di Sant'Elena e della Giudecca e nel resto del centro storico veneziano. Dai dati e dalle figure relative all'anno 2012 (figura 2.5, 2.6, 2.7, 2.9, 2.9) si evince che i negozi indirizzati ai turisti sono aumentati arrivando ad essere più del triplo di quelli che soddisfano la domanda residenziale, diffondendosi in tutti i sestieri e le micro-zone sopra menzionate in quote più o meno elevate e seguendo lo schema sopra illustrato: spiccano come aree turistiche in questo senso la zona di San Marco, la parte del sestiere di Castello più prossima a quest'ultima, Cannaregio e l'asse di Strada Nuova, anche se in generale a Cannaregio, soprattutto nelle zone ai confini della città prevalgono negozi per residenti, come a Sant'Elena e l'area di Castello immediatamente accanto. Tramite il caso studio della Salizada San Antonin, si è fornito un esempio concreto di quanto un'area, ovvero quella della Bragora, abbia modificato la sua struttura commerciale nel corso di poco più di 10 anni, calando più del doppio l'offerta destinata ai residenziale. Tramite le ricerche della

Fondazione di Venezia si è visto come il turismo sia un fattore economico importante non solo per la città ma per l'intera regione veneta; e collegando i posti di lavoro ai vari settori d'impiego, emerge che in 30 anni l'ambito turistico ha quasi raddoppiato i suoi addetti. Si è inoltre dimostrato come il turismo abbia introdotto una nuova forma di guadagno, la *sharing-accomodation*, legata ai pernottamenti turistici che nel secolo scorso interessavano quasi esclusivamente il settore alberghiero, e sono stati fornite motivazione e dati.

Nel terzo capitolo si è potuto osservare come, in Calle de la Mandole e Calle de la Cortesia, nel mese di Gennaio 2020 prevalgono attività economiche rivolte ai turisti, ovvero i cosiddetti negozi di *souvenirs*. La seconda categoria di negozio più diffusa è quella che permette di soddisfare le esigenze di un'utenza mista, in quanto si tratta di attività economiche legate al settore del vestiario, al settore alimentare ed a beni che possono soddisfare sia la domanda turistica che la domanda residenziale. Si può dunque ribadire quanto affermato precedentemente in questo elaborato di tesi, ovvero che la portata economica e la quantità del flusso turistico sono tali da riuscire a convertire in «aree turistiche» calli intere.

Nel quarto capitolo si è potuto osservare come tutti questi cambiamenti abbiano in maniera più o meno indiretta impattato i cittadini del centro storico, ed è emersa una generale volontà di vedere applicata una regolamentazione al fenomeno dell'*over-tourism*: il timore è che si teme che la città un giorno esca fuori della portata di coloro che non sono turisti o pendolari. Sia commercianti che residenti hanno espresso le loro perplessità in merito al ricambio generazionale dell'isola veneziana e sull'evoluzione del tessuto urbano, in quanto questi fattori contribuiscono concretamente al mantenimento della storia, cultura e tradizioni veneziane.

## BIBLIOGRAFIA

Bagnoli Lorenzo, *Manuale di geografia del turismo. Dal Grand Tour ai sistemi turistici*, II edizione, De Agostini Scuola SpA, Novara, 2010

Bichi Rita, *La conduzione delle interviste nella ricerca sociale*, Roma, Carocci Editore S.p.A., 2007

Borley Lester, *Cultural identity in a changing Europe*, J.M. Fladmark (editor), in *Cultural Tourism*, Londra, Donhead Publishing, 1994

Cardano Mario, *Tecniche di ricerca qualitativa*, IV ristampa, Roma, Carocci Editore, S.p.A., 2006

Christopher J. Connor J., Thomas S. Hanna William Van Rensselaer Zachary R. Wingerter, *Safe and Sustainable Tourism: Managing Venice's Millions of Visitors An Interdisciplinary Qualifying Project submitted to the faculty of Worcester Polytechnic Institute*, Worcester, Worcester Polytechnic Institute, 2015

Comune di Venezia, *Annuario del Turismo 2012*, Venezia, CPM Editoria per la comunicazione, 2013

Comune di Venezia, *Annuario del Turismo 2013*, Venezia, CMP Editoria per la comunicazione, 2014

Comune di Venezia, *Annuario del Turismo 2014*, MP Editoria per la comunicazione, 2015

Comune di Venezia, *Annuario del Turismo 2015*, Venezia, CPM Centro Produzione Multimediale, 2016

Comune di Venezia, *Annuario Turismo del 2017*, Venezia, Centro Produzione Multimediale, 2018

Concetta Pitrone Maria, *Il sondaggio. Sociologia e ricerca sociale*, II ed., Milano, Franco Angeli Libri s.r.l., 1986 Paolo Costa et al., in *Quattro Venezia per un nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana 2019*, Venezia, Marsilio Editori s.p.a, 2019

Dautriat Huguette, *Il questionario: guida per la preparazione e l'impiego dei questionari nelle ricerche sociali, di psicologia sociale e di mercato*, traduzione a cura di Corrado Bruggi, II ed., Milano, Angeli, 1970

- De Lillo Antonio, *Il mondo della ricerca qualitativa*, Milano, UTET Università, 2010
- Della Porta Donatella, *L'intervista qualitativa*, Bari, Gius. Laterza & Figli Spa, 2010
- De Marchi, Manente Mara, Mingotto Erica, Montaguti Federica, *Le Venezie turistiche, Quattro Venezia per Nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana 2019*, Venezia, Marsilio Editori, 2019
- Dodds Rachel, Richard W. Butler *Overtourism: issues, realities and solutions*, De Gruyter, Berlin, 2019
- Federalberghi et al., *Sommerso Turistico e affitti brevi, le bugie della sharing economy a confronto con i dati reali*, Roma, Edizioni ISTA, 2016
- Ferrana Licia, *Lavorare in città. Crisi, declino o nuovi sentieri di sviluppo? Cosa produciamo e dove lavoriamo*, in *Quattro Venezia per Nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana 2019*, Venezia, Marsilio Editori, 2019
- Gasparoli Paolo, F. Trovò, *Venezia fragile. Processi di usura del sistema urbano e possibili mitigazioni*, Pisa, Altralinea Edizioni s.r.l., 2014
- Lenassi Alvise et al., *Le dinamiche del Turismo. Una finestra sulla provincia di Venezia*, Venezia, Ente Bilaterale Turismo dell'Area Veneziana, 2014
- Manente Mara, *Venezie turistiche tra identità ed economia*, in *Quattro Venezia per Nordest. Rapporto su Venezia Civitas Metropolitana 2019*, Venezia, Marsilio Editori, 2019
- Marradi Alberto, *Raccontare storie. Un nuovo metodo per indagare sui valori*, Roma, Carocci editore, 2005
- OECD Commitee, *The impact of Culture on Tourism*, Parigi, OECD, 2009
- Peeters Paul, Stefan Gössling, Jeroen Klijs, Claudio Milano, Marina Novelli, Corné Dijkmans, Eke EijgelaarI, Stefan Hartman, Jasper Heslinga, Rami Isaac, Ondrej Mitas, Simone Moretti, Jeroen Nawijin, Bernadett Papp and Albert Postma, *Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses*, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels, 2018
- Ricolfi Luca, *La ricerca qualitativa*, IV ristampa, Roma, Carocci Editore S.p.A., 2001
- Scheppe Wolfgang, Agamben Giorgio, Burgio Valeria, *Migropolis: Venice / Atlas of a Global Situation*, traduzione a cura di Angela Vettese, Ostfildern, Hate Cantz Verlag, 2009

Ufficio di Piano, *Turismo sostenibile a Venezia. Analisi conoscitiva e prime indicazioni. Rapporto tematico*, Venezia, Provveditorato Interregionale per le Opere Pubbliche di Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia, 2011

Van der Borg Jan, *Tourism and Urban Development. The impact of tourism on urban development: towards a theory of urban tourism, and its application to the case of Venice, Italy*, Amsterdam, Thesis Publishers, 1991

Bruso Benjamin, Chen Hongling, Olm Amanda, Schulman Iliana, *The Merchants of Venice. A Look at the Changes in the Venetian Stores and Tourist Accommodations and Their Impact on the Local Population*, WORCESTER POLYTECHNIC INSTITUTE, 2012

## SITOGRAFIA

Airbnb, <https://www.hotelnewsresource.com/pdf18/A053118.pdf>

Comune di Venezia, <https://www.comune.venezia.it/it/content/movimento-demografico>

Fondazione Venezia Servizi, [www.fondazioneveneziaservizi.it](http://www.fondazioneveneziaservizi.it)

MiBACT, <http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202002/MUSEI%20TAVOLA8%202002.pdf>

MiBACT, <http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202003/MUSEI%20TAVOLA8%202003.pdf>

MiBACT, [http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202004/MUSEI\\_TAVOLA8\\_2004.pdf](http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202004/MUSEI_TAVOLA8_2004.pdf)

MiBACT, [http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202005/MUSEI\\_TAVOLA8\\_2005.pdf](http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202005/MUSEI_TAVOLA8_2005.pdf)

MiBACT, [http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202006/MUSEI\\_TAVOLA8\\_2006.pdf](http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202006/MUSEI_TAVOLA8_2006.pdf)

MiBACT, [http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202007/MUSEI\\_TAVOLA8\\_2007.pdf](http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202007/MUSEI_TAVOLA8_2007.pdf)



MiBACT, [https://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza\\_asset.html\\_1627601135.html](https://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza_asset.html_1627601135.html)

MiBACT, [http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/images/upload/original-images/1453303487874\\_Top-30-ok.jpg](http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/images/upload/original-images/1453303487874_Top-30-ok.jpg)

MiBACT, [https://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza\\_asset.html\\_892096923.html](https://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza_asset.html_892096923.html)

MiBACT, [http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/visualizza\\_asset.html\\_249254064.html](http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/visualizza_asset.html_249254064.html)

MiBACT, [http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/visualizza\\_asset.html\\_1000300163.html](http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/visualizza_asset.html_1000300163.html)

MiBACT, [https://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/images/upload/original-images/1579889637197\\_TOP-30-FB\\_1.jpg](https://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/images/upload/original-images/1579889637197_TOP-30-FB_1.jpg)

La Nuova di Venezia e Mestre, <https://nuovavenezia.gelocal.it/venezia/cronaca/2016/11/28/news/biennale-architettura-chiude-con-260mila-visitatori-1.14482074>

*Venezia Today*, <http://www.veneziatoday.it/cronaca/sospensione-vaporetto-arte-venezia-ottobre-2013.html>