

## INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI

TERZO TRIMESTRE 2020  
Osservatorio del Turismo Regionale Federato  
OTRF



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



UNIONCAMERE  
VENETO

Dall'inizio del 2020 il mondo sta affrontando la più grave pandemia dell'ultimo secolo. Il turismo è tra i settori più penalizzati dalla crisi provocata dal Covid con dati drammatici su arrivi e presenze turistiche, compromettendo duramente i servizi di ristorazione, intrattenimento e accoglienza. Nel periodo luglio-settembre 2020 il contesto economico appare in miglioramento, seppure ancora caratterizzato dall'incertezza sull'evoluzione della pandemia e sui possibili effetti dei nuovi provvedimenti restrittivi adottati da diversi Paesi europei e da alcune regioni italiane. Nel terzo trimestre le imprese turistiche del Veneto hanno registrato un **rimbalzo congiunturale del fatturato** a seguito dell'allentamento delle restrizioni e dell'emergenza sanitaria nei mesi estivi, ma il volume d'affari è rimasto in forte flessione rispetto allo stesso periodo del 2019 e c'è un **forte pessimismo** per l'andamento del settore per i prossimi mesi.

Il rimbalzo stimato nel terzo trimestre 2020 ha interessato sia il settore industriale sia i servizi, anche per una buona risposta del **turismo favorito dalla spesa degli italiani, che hanno privilegiato le destinazioni nazionali ammortizzando in parte la perdita dovuta all'assenza di turisti stranieri**. Nonostante il rimbalzo dei mesi estivi, è probabile che le ultime e più stringenti misure emanate dal Governo per il contenimento della pandemia faranno svanire i segnali di miglioramento per l'andamento dell'economia, emersi dalle più recenti previsioni. Secondo *Prometeia*, in Italia il fenomeno più evidente è il contributo negativo del settore dei servizi, con una dimensione mai registrata nelle crisi precedenti: a fronte di una caduta media del Pil nazionale 2020 del -9,6%, per il valore aggiunto del settore dei servizi vendibili è previsto un crollo dell'11%, con profonde differenze tra comparti. I più penalizzati risulterebbero quelli sui quali il turismo e il distanziamento sociale incidono di più, come **l'alloggio, la ristorazione e l'intrattenimento i cui valori aggiunti sono previsti in flessione tra il 30 e il 35%**.

Secondo i dati di *Veneto Lavoro*, nei **primi nove mesi dell'anno** l'effetto della pandemia ha comportato in Veneto una riduzione pari a -44.500 posizioni di lavoro rispetto all'analogo periodo del 2019, con un calo concentrato nella prima metà del 2020 e solo in parte compensato dai risultati del terzo trimestre, che si è chiuso con un saldo positivo netto di 1.000 unità. Il risultato è frutto prevalentemente del forte calo delle assunzioni avvenuto nel corso dell'anno (-47% nella fase più acuta dell'emergenza) soprattutto in relazione ai contratti a tempo determinato solitamente attivati nei settori legati al turismo e che ha determinato negli ultimi mesi, insieme al divieto di licenziamento, una contestuale riduzione delle cessazioni. **Il turismo è infatti il settore più colpito, nel quale si concentra il 37% della perdita occupazionale complessiva registrata nel 2020** rispetto ai primi nove mesi del 2019 (-16.300 posizioni lavorative nel confronto tra i due periodi).

Tale contrazione occupazionale nel turismo è imputabile al **drastico calo di arrivi** (-60,6% tra gennaio ed agosto 2020 rispetto al 2019) e **presenze** (-55,8%) nelle strutture ricettive regionali documentato dai dati provvisori forniti dall'*Ufficio di Statistica della Regione del Veneto*. In un contesto di grave crisi internazionale, il turismo veneto ha subito un forte contraccolpo, soprattutto per il forte interesse sempre dimostrato da clienti internazionali, che non è venuto meno ma che non si è potuto esprimere come di consueto. Dopo un avvio positivo del 2020 (gennaio ha registrato un +8,1% di presenze, febbraio +2,1%), **la pandemia e il lockdown hanno determinato il crollo dei flussi turistici**, che inizia a marzo (-83,7%), continua ad aprile (-95,7%) e a maggio (-93,4%), ma anche a giugno (-79%). A luglio la ripresa è più evidente, con flussi turistici che comunque rappresentano la metà di quelli registrati a luglio 2019. Sempre a luglio vanno evidenziati i primi segni positivi, che indicano l'aumento di turisti italiani (+3,2%), grazie alle vacanze di prossimità effettuate dai veneti stessi, da trentini/altoatesini, lombardi e friulani. Ad agosto il

---

segno delle presenze è sempre negativo, ma meno pesante dei mesi precedenti (-28%).

Il difficile e complesso momento che sta vivendo il comparto turistico è stato monitorato grazie al proseguo dell'**indagine trimestrale sulle imprese dei servizi turistici del Veneto**, finalizzata a rilevare le dinamiche economiche congiunturali del settore. L'indagine fa parte delle attività previste dall'*Osservatorio turistico regionale federato* (OTRF), avviato con la sottoscrizione del protocollo d'intesa da parte dei soggetti territoriali, promosso dalla Regione del Veneto in collaborazione con Unioncamere del Veneto. L'indagine ha analizzato l'andamento congiunturale dei seguenti comparti turistici: 1) alberghi e strutture simili, alloggi per vacanze, aree di campeggio e aree attrezzate; 2) ristoranti e attività di ristorazione anche mobile (inclusi asporto, gelaterie, pasticcerie); 3) attività delle agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse. L'indagine è stata promossa e realizzata da Unioncamere del Veneto in collaborazione con la Direzione Turismo della Regione del Veneto.

Il campione regionale, stratificato per provincia e settore, è composto da **1.744 imprese rispondenti** (su circa 24.000 contatti), a cui fanno riferimento oltre 22.100 addetti ed un fatturato complessivo di oltre 1,7 miliardi di euro, ed è statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese delle rispettive attività dei servizi turistici (con almeno 2 addetti) iscritte al Registro Imprese delle CCIAA del Veneto. La rilevazione è stata effettuata nel periodo **1 ottobre – 10 novembre 2020** dalla società di rilevazione Demetra opinioni.net Srl mediante utilizzo del sistema CAWI (Computer Assisted Web Interviewing: i questionari vengono compilati direttamente online dagli intervistati; la gestione dei filtri è fatta automaticamente dal sistema ed i risultati vengono registrati in tempo reale su un computer remoto) e del sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing: è un'intervista che

si svolge per telefono; l'intervistatore visualizza le domande da porre su un terminale e registra direttamente le risposte che riceve).

Il blocco prolungato delle attività e le forti limitazioni nella mobilità delle persone in Italia e all'estero hanno colpito pesantemente il turismo, privando le aziende del settore delle abituali entrate, costringendole per di più a far fronte alle ulteriori spese legate al rispetto delle prescrizioni igienico-sanitarie previste dalle normative. L'indagine congiunturale sul settore turistico ha permesso di fornire importanti evidenze di come l'emergenza Covid ha compromesso il turismo del Veneto. Sulla base dell'indagine OTRF, **nel terzo trimestre 2020 il volume d'affari dei servizi turistici veneti ha registrato un rimbalzo congiunturale, ma un nuovo violento crollo su base tendenziale di oltre un terzo, e le previsioni per i prossimi mesi appaiono in forte peggioramento di fronte a un quadro macroeconomico sempre più incerto e disorientato.**

*Veneto. Andamento del fatturato e dei prezzi di vendita nei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale). I, II e III trimestre 2020*

	I trimestre 2020	II trimestre 2020	III trimestre 2020
<b>Fatturato</b>			
<i>Variazione Congiunturale</i>	-35,1	-58,3	30,2
<i>Variazione Tendenziale</i>	-39,4	-69,4	-33,3
<b>Prezzi di Vendita</b>			
<i>Variazione Congiunturale</i>	-1,1	-3,2	-0,3
<i>Variazione Tendenziale</i>	-1,1	-4,2	-2,2

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

## Fatturato: recupero congiunturale

Nel terzo trimestre 2020 l'attenuazione delle misure restrittive introdotte per contenere la diffusione del Covid-19 ha permesso in parte di scongiurare un nuovo crollo dell'attività turistica emersa nei primi sei mesi dell'anno. Nel periodo luglio-settembre 2020 il fatturato del settore turistico veneto ha registrato un **rimbalzo congiunturale del +30,2%**, dovuto soprattutto ai livelli molto bassi raggiunti dall'indicatore nei mesi precedenti: caduta nel primo (-35,1%) e nel secondo trimestre 2020 (-58,3%). La quota di imprese del campione che hanno dichiarato un aumento dell'indicatore è stata del 63,2%, quota che scende al 28,2% per coloro che hanno registrato una diminuzione; l'8,6% invece ha segnalato una sostanziale stabilità. Il recupero rispetto al trimestre precedente è del tutto imputabile al buon andamento del **comparto alberghiero (+45,6%)**, meno alla ristorazione (+27,6%) e non alle "attività dei servizi turistici" (che rimangono in forte sofferenza con l'azzeramento dell'attività di incoming e outgoing svolta dalle agenzie di viaggi e turismo, -1,5%). Se si considera però la quota delle imprese che hanno dichiarato un aumento del fatturato il comparto della ristorazione supera quello alberghiero (64,5% a fronte del 59,8%); mentre nei servizi turistici tale dato si ferma al 41,6%.

**Su base tendenziale** l'indicatore è rimasto marcatamente negativo e **si è contratto di oltre un terzo (-33,3%)**, flessione tuttavia più debole rispetto ai primi sei mesi dell'anno (-39,4% nel I trimestre e -69,4% nel II trimestre). Il deterioramento del volume d'affari è stato evidente soprattutto per le attività delle **agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse** che hanno dichiarato un danno tendenziale del -65,8%, e per gli alberghi (-49,9%), meno marcata la contrazione annua dei ristoranti (-27,5%). Guardando alla dimensione hanno sofferto maggiormente le medie aziende (con 10-49 addetti) (-36,9%), rispetto alle grandi (-35,4%) e alle piccole (-26,1%). Le province più colpite rimangono Venezia (-43,5%), Verona (-35,7%) e Vicenza (-34,9%), confermando

che le città d'arte stanno pagando il conto più salato per l'assenza della componente turistica straniera e la cancellazione di importanti eventi.

*Veneto. Andamento di fatturato e prezzi di vendita dei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale) per settore, provincia e dimensione. III trimestre 2020*

	Fatturato		Prezzi di Vendita	
	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale
Alberghi	45,6	-49,9	-2,0	-10,8
Ristoranti	27,6	-27,5	0,1	-0,1
Attività servizi turistici	-1,5	-65,8	-0,5	-1,6
Belluno	62,0	-13,5	1,0	-0,4
Padova	34,4	-28,6	0,0	-0,5
Rovigo	25,2	-15,5	-1,0	-2,6
Treviso	38,9	-16,9	0,3	0,0
Venezia	51,1	-43,5	-1,0	-5,2
Verona	25,4	-35,7	-0,3	-4,1
Vicenza	9,5	-34,9	-0,2	-0,2
2-9 addetti	27,8	-26,1	-0,6	-1,9
10-49 addetti	41,7	-36,9	-0,5	-4,2
50 addetti e più	27,6	-35,4	-0,1	-1,7
<b>Totale</b>	<b>30,2</b>	<b>-33,3</b>	<b>-0,3</b>	<b>-2,2</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

### Prezzi di vendita in calo

Prosegue la diminuzione dei prezzi di vendita del comparto turistico, con una variazione congiunturale del -0,3%, meno marcata rispetto a quella evidenziata nel secondo trimestre 2020 (era -3,2%). Su base tendenziale si è registrata una

contrazione del -2,2%, dopo il -4,2% segnato nel trimestre precedente. La flessione dei prezzi è del tutto ascrivibile alle imprese del comparto alberghiero che sulla scia del trimestre precedente hanno dichiarato una flessione su base annua del -10,8% e del -2% rispetto al trimestre precedente, mentre le "attività dei servizi turistici" hanno segnalato flessioni meno marcate (-1,6% annua, -0,5% congiunturale) e i ristoranti una sostanziale stabilità. La diminuzione dei prezzi di vendita è più evidente per le medie imprese (10-49 addetti) che hanno espresso una caduta tendenziale del -4,2% e congiunturale del -0,5%. A livello provinciale spicca la diminuzione dei prezzi della provincia di Venezia con un -5,2% rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno e -1% rispetto al trimestre precedente.

### **Alta stagionalità**

In Veneto il terzo trimestre dell'anno è caratterizzato in condizioni normali da **alta stagionalità** turistica. La presente indagine è stata avviata ad ottobre 2020 e ha riguardato l'analisi dell'andamento economico dei servizi turistici nei mesi **luglio, agosto e settembre 2020**, periodo estivo nel quale quasi **il 66% delle imprese turistiche** intervistate ha dichiarato di essere in un trimestre ad alta stagionalità: quota superiore a quella rilevata per il secondo (53,1%) e primo trimestre (30,9%). Per il 31% delle imprese turistiche invece l'estate risulta a bassa stagionalità, mentre solo per il 3% l'attività è sospesa.

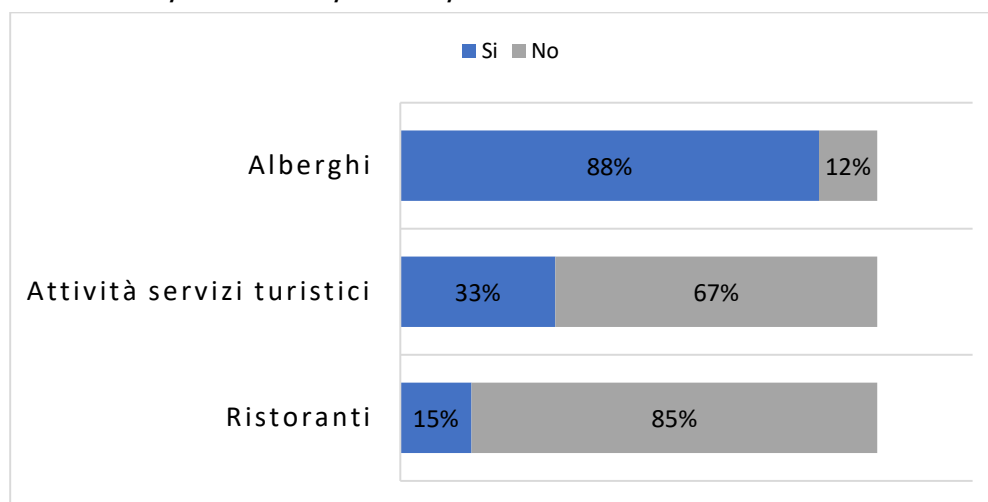
### **Bassa digitalizzazione**

Come nei trimestri precedenti le imprese turistiche venete confermano di essere **ancora distanti da un vero e proprio processo di digitalizzazione**: solo un quarto (25,1%) del campione intervistato afferma di vendere i propri servizi anche attraverso internet (ad esempio sito web, booking, Airbnb, deliveroo, just eat, ecc.), il restante **74,9% non utilizza ancora questi strumenti**. Solo il comparto **alberghiero** risulta ben strutturato digitalmente con l'87,8% delle imprese che vende anche



tramite l'e-commerce, mentre le attività dei servizi turistici e il comparto ristoranti risultano meno digitalizzati (rispettivamente solo il 32,5% e il 14,9% dichiarano di utilizzare l'e-commerce).

*Veneto. Imprese turistiche che vendono o meno i propri servizi anche attraverso internet (quota % imprese) per settore. III trimestre 2020*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

**Una delle conseguenze organizzative della pandemia è l'adozione del digitale.** Le necessità dei consumatori hanno creato delle nuove abitudini, dando un'accelerazione all'utilizzo delle tecnologie che senza il Covid sarebbe avvenuto in un tempo molto più lungo. Anche le vendite di servizi on line avranno un utilizzo più massivo. Nonostante le imprese turistiche siano ancora poco digitalizzate, i dati dell'indagine hanno evidenziato per il 36,5% delle imprese intervistate un aumento della quota di fatturato derivato dalle vendite on line (confronto tra il secondo e il terzo trimestre 2020). Per il 43,8% delle imprese la quota è rimasta invariata, mentre per il 19,7% è diminuita.

*Veneto. Imprese turistiche che hanno aumentato, diminuito o lasciato invariata la quota di vendite attraverso internet per settore, provincia e dimensione. III trimestre 2020*

	Fatturato		
	Diminuzione	Stazionario	Aumento
Alberghi	9,7%	37,8%	52,5%
Ristoranti	30,4%	47,9%	21,7%
Attività servizi turistici	1,5%	64,6%	33,9%
Belluno	20,6%	41,4%	37,9%
Padova	28,6%	41,9%	29,5%
Rovigo	10,3%	36,3%	53,4%
Treviso	19,8%	50,6%	29,7%
Venezia	10,5%	46,5%	43,0%
Verona	32,4%	40,6%	26,9%
Vicenza	18,5%	61,3%	20,2%
2-9 addetti	19,1%	45,8%	35,0%
10-49 addetti	16,1%	39,9%	44,0%
50 addetti e più	34,6%	38,2%	27,2%
<b>Totale</b>	<b>19,7%</b>	<b>43,8%</b>	<b>36,5%</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

### Previsioni negative

Nel terzo trimestre 2020 le prospettive degli imprenditori per i successivi tre mesi sono state negative e **in peggioramento** rispetto alla grande incertezza e negatività evidenziate durante il periodo del *lockdown* e l'ottimismo estivo. I dati sono stati raccolti nel mese di ottobre, prima del forte riacutizzarsi della pandemia e prima della nuova serie di provvedimenti restrittivi adottati in Italia e in molti altri Paesi europei: ci potrebbero quindi restituire una **fotografia che appare già**

superata dagli eventi. Rimane quindi un ampio margine di incertezza sull'evoluzione dell'economia nell'ultima parte dell'anno. Le previsioni relative al volume d'affari e ai prezzi di vendita **potrebbero rivelarsi ancora più pessimiste**. Con il passare delle settimane, le evidenze sull'evoluzione del quadro congiunturale internazionale si stanno infatti sviluppando sempre più sfavorevolmente per il turismo. Complessivamente nel settore turistico il saldo tra coloro che si attendono un aumento e chi una diminuzione del fatturato è risultato negativo per -26,5 punti percentuali annullando il debole ottimismo estivo (+12 p.p.).

*Veneto. Previsioni su fatturato e prezzi di vendita per il IV trimestre 2020 delle imprese turistiche (quota % imprese) per settore, provincia e dimensione. III trimestre 2020*

Previsioni	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	8,1%	16,6%	75,3%	4,2%	55,4%	40,4%
Ristoranti	28,8%	23,4%	47,8%	6,3%	88,8%	4,9%
Attività servizi turistici	9,2%	21,8%	69,0%	4,4%	78,5%	17,1%
Belluno	20,0%	21,1%	58,9%	5,0%	88,9%	6,1%
Padova	32,6%	24,6%	42,8%	7,6%	86,6%	5,8%
Rovigo	31,2%	19,0%	49,9%	6,2%	90,7%	3,1%
Treviso	33,7%	25,9%	40,4%	7,9%	87,3%	4,7%
Venezia	14,2%	24,6%	61,2%	4,1%	77,7%	18,2%
Verona	23,7%	19,2%	57,1%	5,0%	82,4%	12,6%
Vicenza	32,8%	19,2%	48,0%	7,5%	88,2%	4,3%
2-9 addetti	25,5%	24,5%	50,0%	5,5%	85,5%	9,0%
10-49	21,9%	14,9%	63,2%	4,8%	80,2%	15,1%

---

addetti						
50 addetti e più	36,7%	10,0%	53,3%	18,7%	71,9%	9,4%
<b>Totale</b>	<b>25,5%</b>	<b>22,5%</b>	<b>52,0%</b>	<b>6,0%</b>	<b>84,2%</b>	<b>9,8%</b>

---

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

**Oltre la metà delle imprese intervistate prevede una diminuzione del fatturato nei prossimi mesi**, il 22,5% riesce invece a posizionarsi in un'ipotesi di stazionarietà, mentre il 25,5% ne prevede comunque un aumento. Tale positività è evidente soprattutto per le attività di ristorazione, mentre le attività delle agenzie di viaggio, tour operator e servizi di prenotazione e gli albergatori sono pessimisti e cauti, così come le medie imprese che sottolineano una situazione ancora di forte criticità. L'84,2% delle imprese ha dichiarato una previsione di stabilità per i prezzi di vendita per i prossimi mesi, il 9,8% una contrazione e il 6% un aumento. Molto pessimista sui prezzi di vendita è il comparto alberghiero (oltre il 40,4% degli intervistati ne prevede la diminuzione). Si evidenzia quindi un saldo d'opinione complessivo dei prezzi di vendita di -3,8 punti percentuali.

Come evidenzia *Ref. Ricerche*, la necessità di introdurre misure di restrizione ai comportamenti interrompe quindi la speranza di una ripresa che si era dispiegata nei mesi estivi. Rispetto al *lockdown* di marzo-aprile-maggio gli effetti economici questa volta dovrebbero essere più circoscritti poiché meno settori saranno costretti a fermarsi, ma la trasmissione della crisi potrebbe venire amplificata da aspetti diversi rispetto al primo *lockdown*. La nuova frenata si confronta difatti con un tessuto socio-economico già provato dalle conseguenze della prima ondata. Conta, più che nella prima fase, l'incertezza che si sta aprendo sulla lunghezza di questa crisi. I consumatori e le imprese potrebbero non avere percezione della

possibilità di una via d'uscita definitiva in breve tempo – anche per le incertezze riguardanti l'avanzamento nella disponibilità di nuove cure o di un vaccino.

### Focus: i canali di prenotazione e i social network

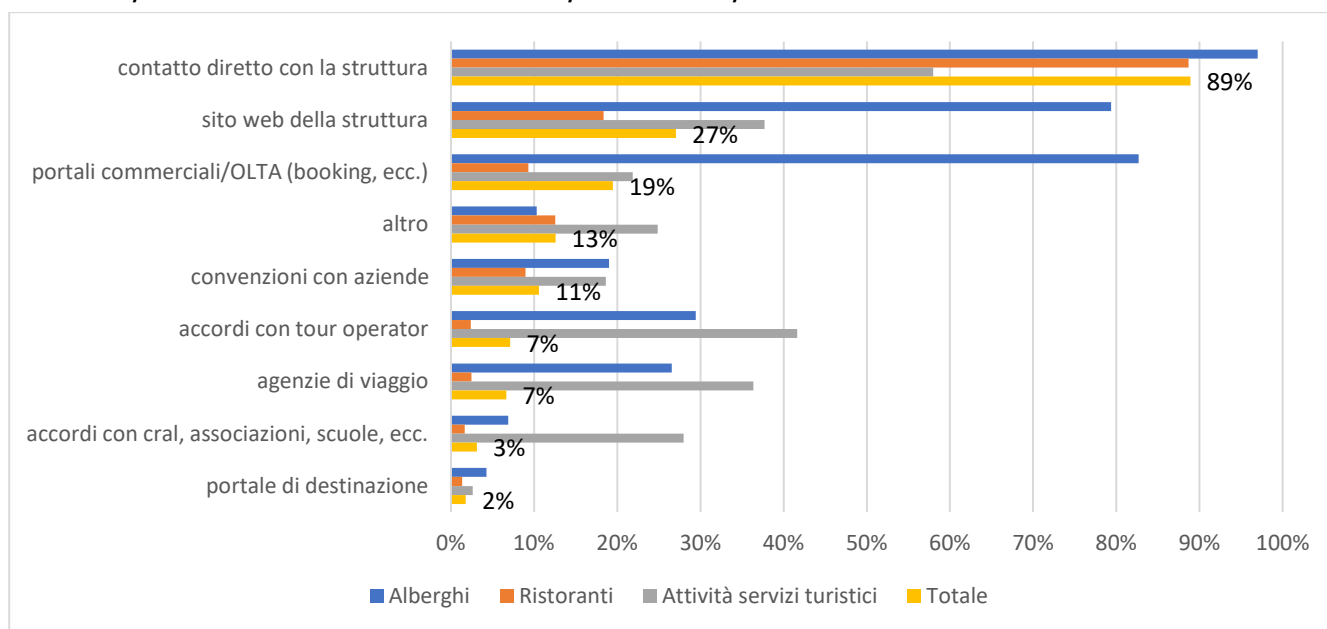
Alle imprese del campione, considerando l'uscita dall'emergenza sanitaria e l'avvio della stagione turistica estiva, è stato chiesto come nel trimestre precedente quali sono i **canali di prenotazione più utilizzati** dai clienti e i social network impiegati per la promozione dei loro servizi. Questo approfondimento ha permesso di segnalare e confermare che il comparto turistico ha ancora un **basso livello di digitalizzazione e utilizzo degli strumenti informatici**.

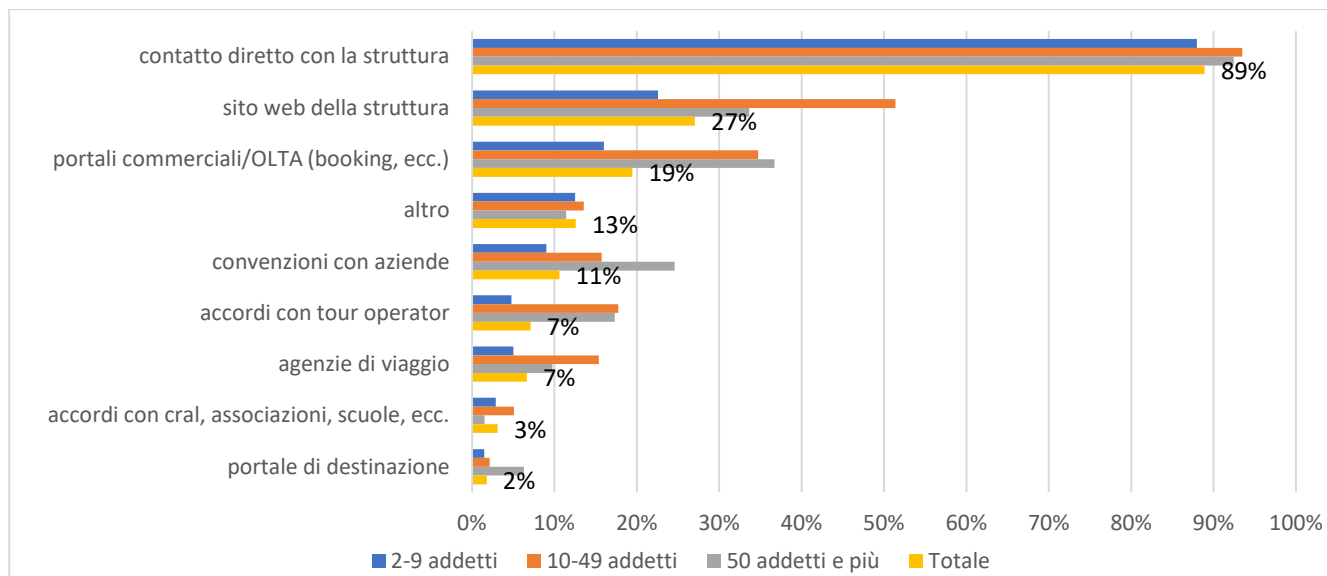
La maggior parte delle imprese turistiche intervistate (89%) ha dichiarato che il primo canale di prenotazione è il **contatto diretto con la struttura**, percentuale che sale al 97% per gli alberghi, e al 94% nelle medie imprese (10-49 addetti). Per il 27% delle imprese turistiche la prenotazione avviene tramite sito web della struttura e per il 19% tramite i portali commerciali/OLTA (booking, ecc.), canali utilizzati principalmente per le prenotazioni alberghiere (83%). Minor utilizzo invece dei canali legati alle convenzioni con aziende (11%), accordi con tour operator e agenzie di viaggio (entrambi 7%). Quota irrisoria per le prenotazioni che avvengono con accordi con Cral, associazioni, scuole, ecc. (3%) e il portale di destinazione (2%).

Tra gli **investimenti innovativi in ambito digitale**, oltre la metà delle strutture ricettive del Veneto intervistate ritiene più utili e necessari e investirebbe nel breve periodo su quelli legati ai **sistemi di pagamento mobile e/o via Internet**, soprattutto per il comparto ristorazione. Minor considerazione invece per le **soluzioni tecnologiche per la gestione e il coordinamento dei processi aziendali** con elevate caratteristiche di integrazione delle attività (22%) e per **internet delle cose e delle**

**macchine** (16%), soluzioni tecnologiche ritenute tuttavia molto utili soprattutto dal settore alberghiero. Poco apprezzamento per le soluzioni tecnologiche per la navigazione immersiva, interattiva e partecipativa (9%), l'hardware/software per videoconferenze, la cyber security, risk management e business continuity e i sistemi e soluzioni per lo smartworking e il telelavoro (tutte soluzioni con una quota del 5%). Non considerata l'intelligenza artificiale e machine learning e il cloud, fog e quantum computing (entrambi 3%).

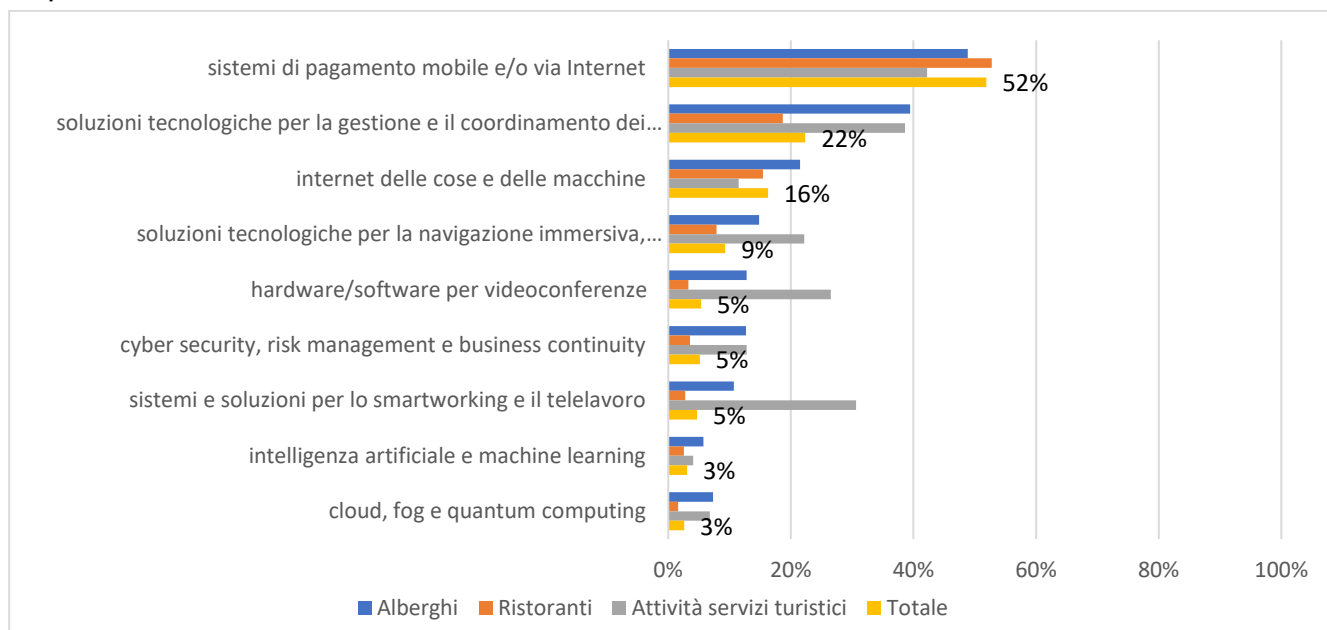
*Veneto. Principali canali di ricezione delle prenotazioni delle imprese dei servizi turistici per settore e dimensione (quota % imprese). III trimestre 2020*

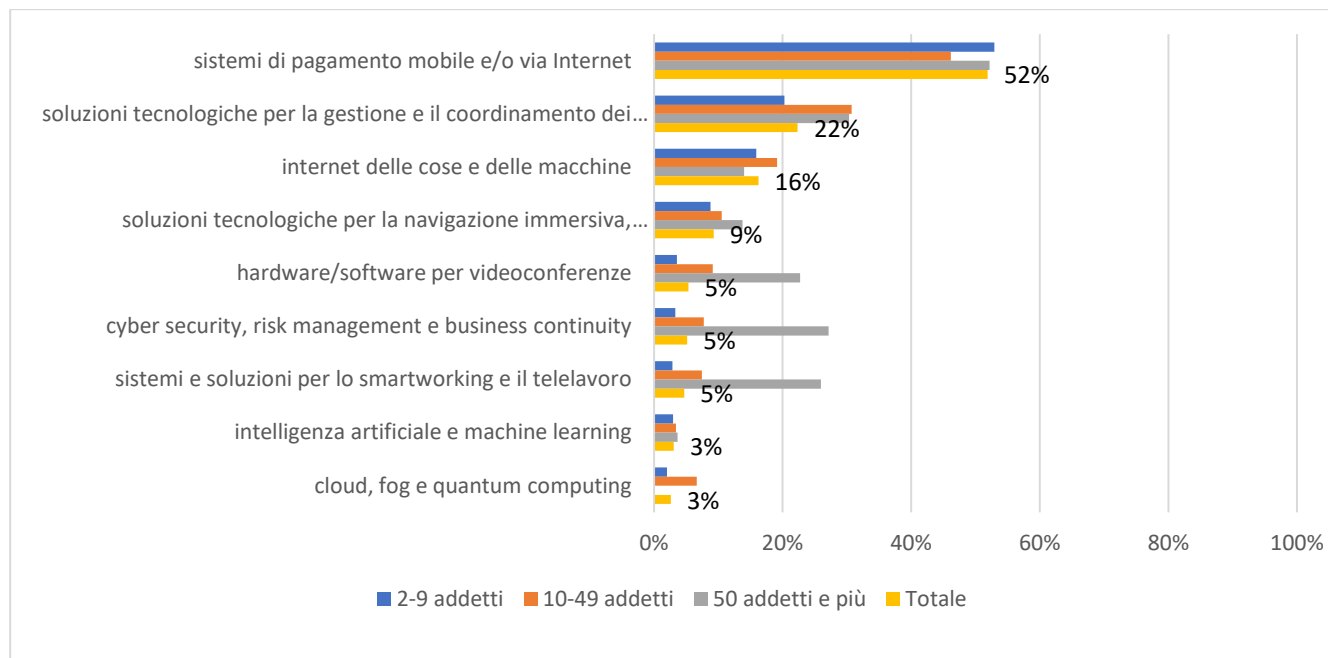




Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

*Veneto. Principali investimenti innovativi in ambito digitale ritenuti utili e necessari per la struttura ricettiva e sui quali si investirebbe nel breve periodo (quota % imprese)*



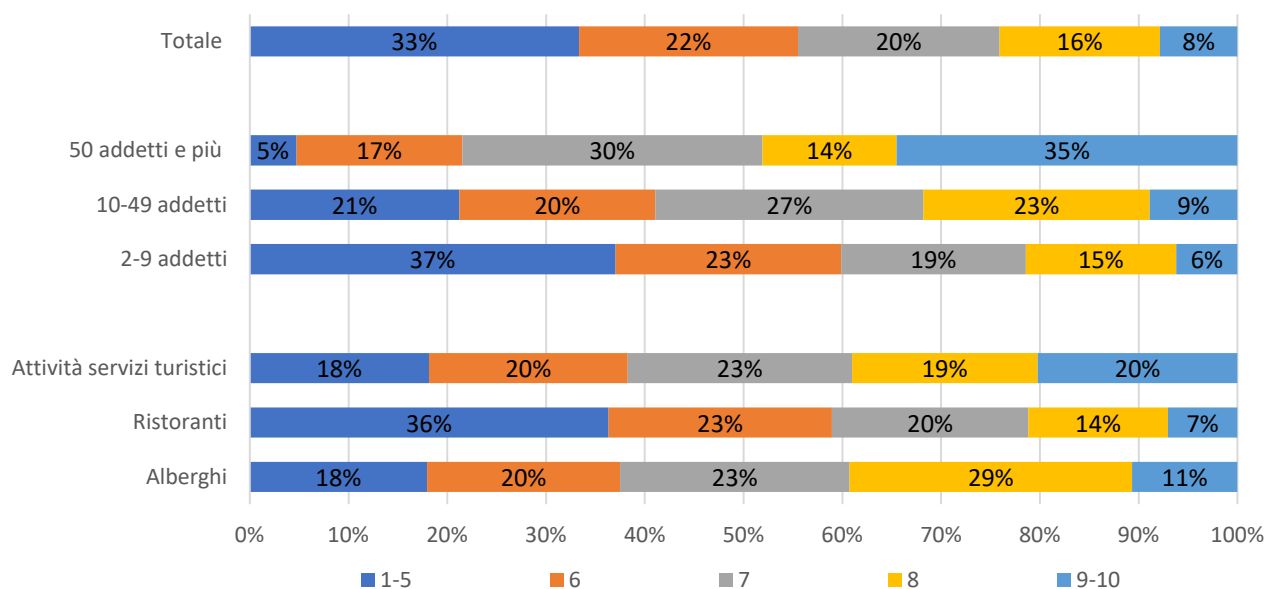


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Analizzando la valutazione in merito al **livello di digitalizzazione delle strutture ricettive** del Veneto nei diversi ambiti di attività, dai servizi in camera alla ristorazione, dalla promozione e comunicazione alla commercializzazione, alla sicurezza, **un terzo delle imprese turistiche intervistate lo ritiene molto scarso** (punteggio da 1 a 5), quota che sale al 36,3% nel comparto ristorazione. Complessivamente solo il 7,8% ritiene il livello di digitalizzazione molto soddisfacente (voto da 9 a 10 punti), quota che sale a ben il 20,2% nelle imprese della attività dei servizi turistici e al 10,7% negli alberghi.



*Veneto. Valutazione del livello di digitalizzazione delle strutture ricettive nei diversi ambiti di attività, dai sevizi in camera alla ristorazione, dalla promozione e comunicazione alla commercializzazione, alla sicurezza. Voto da 1 a 10 (quota % imprese per settore e dimensione d'impresa)*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato