

INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI

PRIMO TRIMESTRE 2021

Osservatorio del Turismo Regionale Federato
OTRF



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

www.osservatorioturismoveneto.it

HIGHLIGHTS: IL TURISMO IN VENETO NEL PRIMO TRIMESTRE 2021

- ⇒ Il 2021 prende avvio con un prolungamento delle difficoltà della filiera turistica
- ⇒ Perdita di turisti: -86% degli arrivi e -77,1% delle presenze rispetto al pre-pandemia
- ⇒ Flessione delle assunzioni nei servizi turistici: -75% rispetto al 2019
- ⇒ Il 74,4% delle imprese turistiche accusa un crollo del fatturato rispetto a fine 2020
- ⇒ Compressa al minimo l'area della positività che cerca di agganciare la ripartenza
- ⇒ Il volume d'affari si contrae del -39% rispetto al IV trimestre 2020
- ⇒ Prezzi di vendita stabili: -1,1% rispetto al IV trimestre 2020
- ⇒ Previsioni rosee per il II trimestre 2021: il 54% delle imprese è ottimista

- ⇒ Gennaio-marzo 2021 periodo di bassa stagionalità per oltre il 54% delle imprese
- ⇒ Solo il 27% delle imprese vende i propri prodotti attraverso internet
- ⇒ Oltre la metà delle imprese ha ricevuto meno richieste di informazioni e prenotazioni per la primavera/estate 2021 rispetto allo stesso periodo del 2020
- ⇒ Oltre il 90% delle imprese dichiara strategico il mercato italiano di prossimità

La sofferenza del comparto turistico: crollo di arrivi e presenze e il congelamento dell'occupazione

Il turismo è uno dei settori che ha risentito per primo e in modo più violento della crisi sanitaria provocata dal Covid. Le misure introdotte per limitare i contagi nel mondo hanno portato a una quasi completa cessazione delle attività turistiche in maniera improvvisa, diffusa e simultanea. **Le restrizioni anti-Covid hanno messo in ginocchio la filiera turistica del Veneto**, strategica per l'economia regionale, che dopo il difficile 2020 ha iniziato anche il 2021 con un segno meno. La situazione, infatti, si è ulteriormente aggravata a causa della perdita dell'intera stagione invernale e del periodo legato alle festività pasquali. Ma proseguendo i piani vaccinali e le riaperture, i servizi turistici dovrebbero presto essere interessati da un rimbalzo della domanda. La (frequente) bassa intensità di capitale di questo settore dovrebbe anche comportare una relativa facilità nella riattivazione dell'offerta in risposta al recupero della domanda.

Dai dati forniti dall'*Ufficio di Statistica della Regione del Veneto* emerge come il primo trimestre 2021 si sia chiuso per il turismo veneto con un -70% degli arrivi e un -69,9% delle presenze. Il confronto non regge con il 2020, che aveva ottenuto buoni risultati fino a febbraio, quando ha avuto inizio la pandemia. I flussi di marzo 2021 si dimostrano in forte crescita, ma il termine di paragone è un marzo 2020 di *lockdown*, cosicché è più opportuno osservare anche le variazioni **rispetto alla situazione pre-pandemia: -86% degli arrivi e -77,1% delle presenze**. Tutte le destinazioni risentono del periodo di crisi, caratterizzato dall'impossibilità di varcare i confini regionali, e pure quelli comunali durante le festività. Il turismo in



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

montagna, anche per la chiusura degli impianti di risalita durante le festività natalizie, ha una contrazione dei flussi pesante, con la perdita complessiva di 913 mila presenze rispetto alla stagione invernale a cavallo tra 2019 e 2020 (-66,8%). Le città d'arte segnano le perdite numericamente più rilevanti (rispetto al 2019, 16,6 milioni di presenze in meno nel 2020 e altri 3,3 nel primo trimestre 2021). Ma anche le terme, la cui clientela solitamente sfrutta la stagione invernale per rigenerarsi, perdono nel primo trimestre 2021 quasi mezzo milione di pernottamenti, rispetto allo stesso periodo del 2019, ultimo anno di normalità. Le strutture extralberghiere venete nei primi tre mesi dell'anno hanno avuto delle perdite importanti delle presenze, ma meno rilevanti di quelle subite dal comparto alberghiero. Tali riduzioni portano ora le strutture alberghiere e quelle extralberghiere a registrare lo stesso numero di presenze (mentre nel 1° trim. 2020 il comparto alberghiero registrava il doppio delle presenze extralberghiere). Nel complesso, le presenze straniere sono praticamente annullate, quelle italiane dimezzate.

Secondo i dati sull'occupazione di *Veneto Lavoro*, in riferimento all'insieme dei rapporti di lavoro dipendente, in Veneto il saldo tra assunzioni e cessazioni rilevato nel primo trimestre del 2021 risulta positivo e pari +20.200 unità, decisamente più favorevole rispetto alle +2.400 dell'analogo periodo del 2020, ma ancora distante dalle +30.500 del 2019 (anno con il quale è preferibile effettuare i confronti per non dare una illusoria visione della congiuntura attuale). Il recupero è stato in parte inficiato dalla quasi totale cancellazione delle attività turistiche relative alla stagione invernale come pure dalla ancora vigente compressione delle attività culturali, ludico ricreative e di ristorazione. Questo risultato è l'esito



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

principalmente dell'ancora rilevante "congelamento" del mercato del lavoro documentato dai ridotti flussi di entrata e di uscita dall'occupazione: rispetto all'analogo periodo pre-crisi del 2019 le assunzioni sono state inferiori del -26% e le cessazioni del -24,6%, anche come conseguenza degli effetti degli strumenti di conservazione dei posti di lavoro (cassa integrazione e blocco dei licenziamenti) e dell'elevata incertezza che caratterizza non pochi settori produttivi. L'analisi settoriale evidenzia come la flessione della domanda di lavoro nel primo trimestre si sia concentrata principalmente nei settori soggetti alle **restrizioni ancora in vigore**, come i **servizi turistici -75% sul 2019** e il commercio -31%.

Il difficile e complesso momento che sta vivendo il comparto turistico del Veneto è stato monitorato anche dall'**indagine trimestrale sulle imprese dei servizi turistici**, 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, promossa e realizzata da Unioncamere del Veneto in collaborazione con la Direzione Turismo della Regione del Veneto, 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.

Il campione regionale, stratificato per provincia e settore, è composto da oltre **2.200 imprese rispondenti** (su circa 23 mila contatti), a cui fanno riferimento oltre **23 mila addetti** ed un fatturato complessivo di **1,3 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 **19 aprile – 7 maggio 2021** dalla società di rilevazione Demetra opinioni.net Srl mediante utilizzo del sistema CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) e del sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

Ad inizio 2021 continua l'inevitabile caduta del volume d'affari del settore turistico

Il comparto turistico veneto è rimasto bloccato per quasi un anno tra incertezze e coprifuoco e **ancora a inizio 2021 non si vede quell'attesa ripresa da più parti auspicata**. Il turismo è senz'altro il settore economico che più ha sofferto e ancora oggi soffre per gli effetti della pandemia e, al suo interno, tutte le strutture turistiche ricettive, della ristorazione e dei servizi stanno pagando un alto prezzo.

Nei primi tre mesi del 2021 l'accelerazione delle somministrazioni di vaccini e l'attenuazione dell'allarme sanitario per Covid-19 non hanno comunque permesso una ripresa dell'attività turistica del Veneto. Il blocco prolungato delle attività e le forti limitazioni nella mobilità delle persone in Italia e all'estero hanno privato 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. Secondo l'indagine congiunturale, **dopo il**



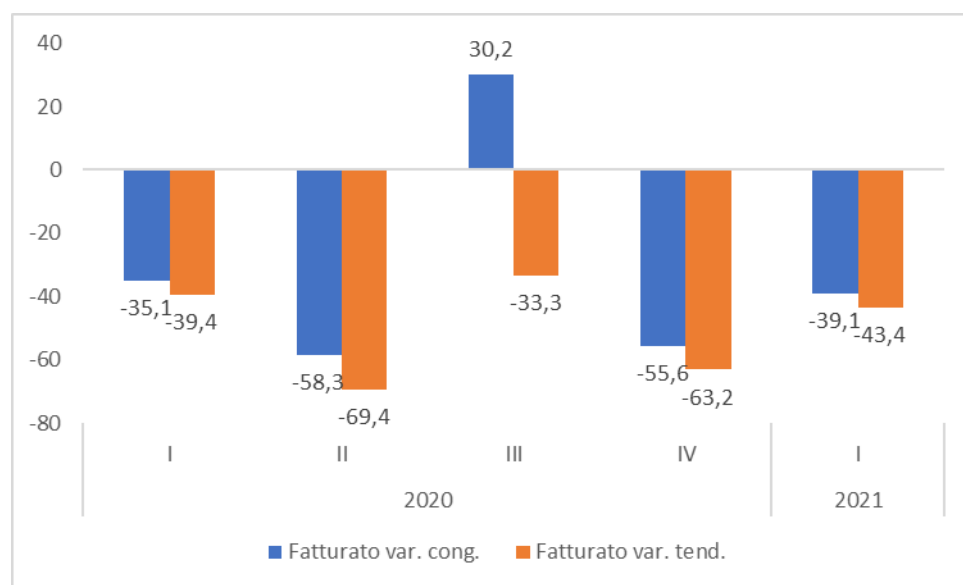
www.veneto.eu



**UNIONCAMERE
VENETO**

dimezzamento del fatturato registrato nella media del 2020 (-51,3% rispetto al 2019), a causa delle marcate flessioni registrate nei trimestri culmine dei *lockdown* e meno per il respiro dei mesi estivi, come atteso anche il 2021 si avvisa con una nuova marcata contrazione del volume d'affari: -43,4% su base annua, mentre la caduta congiunturale è del -39,1%.

Veneto. Andamento del fatturato nelle imprese del settore turistico (variazione % congiunturale e tendenziale). I trimestre 2020 – I trimestre 2021



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Il 2021 inizia con fatturato in calo per quasi tre quarti delle imprese turistiche rispetto a fine 2020

Analizzando i giudizi relativi al peggioramento congiunturale, che permettono di capire quanto possa essere diffusa la situazione di negatività tra le imprese turistiche nel primo trimestre 2021 (dando “quasi” per scontata la convergenza dei settori nel blocco su base annua), emerge che il **74,4% delle imprese turistiche venete intervistate ha dichiarato un fatturato in diminuzione nei primi tre mesi dell’anno**, il 16,7% è per la stazionarietà, mentre solo l’8,9% ne ha evidenziato un aumento. È questa la situazione di fondo che trova poi sintesi nella **flessione del volume d’affari di oltre il -39% rispetto al quarto trimestre 2020**. Si tratta di una distribuzione di giudizi che ricalca abbastanza fedelmente quanto osservato a fine anno: **la forte perdita congiunturale continua ad interessare la maggioranza assoluta delle imprese**, solo una bassa quota è per la stazionarietà. Compresa al minimo l’area della positività che cerca di agganciare la ripartenza.

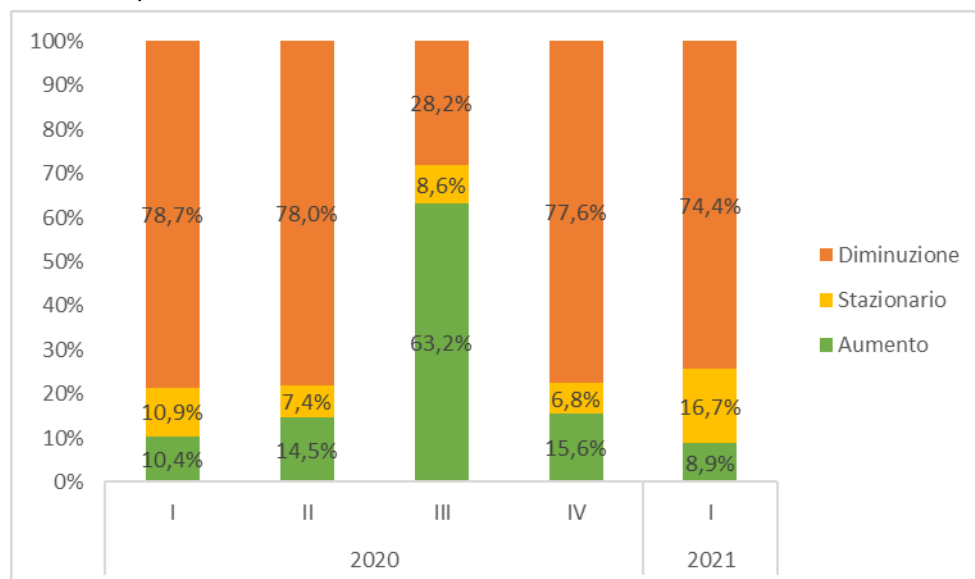


www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

Veneto. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese turistiche relativi all'andamento del fatturato dal I trimestre 2020 al I trimestre 2021, rispetto al trimestre precedente



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Per quanto riguarda il **dettaglio settoriale**, rispetto a questa distribuzione media dei giudizi sull'andamento congiunturale del **fatturato**, nel settore **ristorazione** si concentrano maggiormente i giudizi negativi che coinvolgono un'ampia base imprenditoriale (78,5%), con una quota significativamente superiore al dato medio. Al tempo stesso un 13,2% di imprese della ristorazione evidenzia un fatturato stabile e solo un 8,3% in aumento. Mentre il comparto **alberghiero** pare invece collocarsi ancora "in mezzo al guado": abbiamo un 51,8% di imprese con fatturato in calo, che va ad aggiungersi ad un 37,5% che dichiara una certa stazionarietà e un 10,7% in aumento. Oltre la metà (55,7%) delle imprese delle **altre attività turistiche** (agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse) segnalano un volume d'affari in diminuzione su base congiunturale. Al

tempo stesso un quarto (25,3%) evidenzia fatturato stabile, che va ad aggiungersi ad un 19% che dichiara un calo. Dunque, il rallentamento registrato nel trimestre in esame, evidenziato da marcate flessioni congiunturali e da una distribuzione dei giudizi spostata in territorio negativo pare più un prolungamento delle difficoltà della filiera turistica, in un orizzonte peraltro di stabilità se non di ulteriore crescita della domanda (per il secondo trimestre 2021 la metà delle imprese prevede aumento del fatturato). Guardando alla **dimensione** hanno sofferto maggiormente le aziende di piccole e medie dimensioni, rispetto alle grandi imprese, il cui quasi 30% ha dichiarato nei primi mesi del 2021 un aumento del volume d'affari. Analizzando i diversi **territori**, tutte le città d'arte stanno pagando il conto più salato per l'assenza della componente turistica straniera e la cancellazione di importanti eventi e tutte le province venete accusano una forte diminuzione del fatturato nel periodo gennaio-marzo 2021.

L'addensamento di giudizi in territorio negativo non riguarda soltanto il passo congiunturale. Appare infatti critico l'andamento del settore turistico anche su **base annua**: flette infatti marcatamente il fatturato del **-43,4%** rispetto al primo trimestre 2020. Una situazione che trova ampio riflesso nella distribuzione dei giudizi: il 72,7% delle imprese intervistate ha evidenziato un peggioramento del volume d'affari nell'arco degli ultimi dodici mesi, a fronte di un 16% con fatturato stabile e l'11,3% in aumento.



Prezzi di vendita stabili

Diversa situazione si trova per i **prezzi di vendita** del comparto turistico: dopo la contrazione media annua del -2,7%, imputabile al deprezzamento dei prodotti del comparto alberghiero, la flessione nel primo trimestre 2021 è più contenuta (-1,7% la variazione tendenziale). Tuttavia, come nei trimestri precedenti, si evidenzia **per la maggior parte delle imprese turistiche del Veneto (89,4%) una situazione di stazionarietà su base congiunturale**, determinando una leggera flessione nel trimestre in esame del -1,1% rispetto al trimestre precedente. Solo il 7,7% delle imprese dichiara una diminuzione dei prezzi di vendita e un residuale 2,9% un aumento. La debole flessione dei prezzi è del tutto ascrivibile alle imprese del comparto alberghiero che, sulla scia dei trimestri precedenti, hanno dichiarato una flessione congiunturale dei prezzi di vendita del -2,1% e alle imprese turistiche della provincia di Venezia (-2,4%).

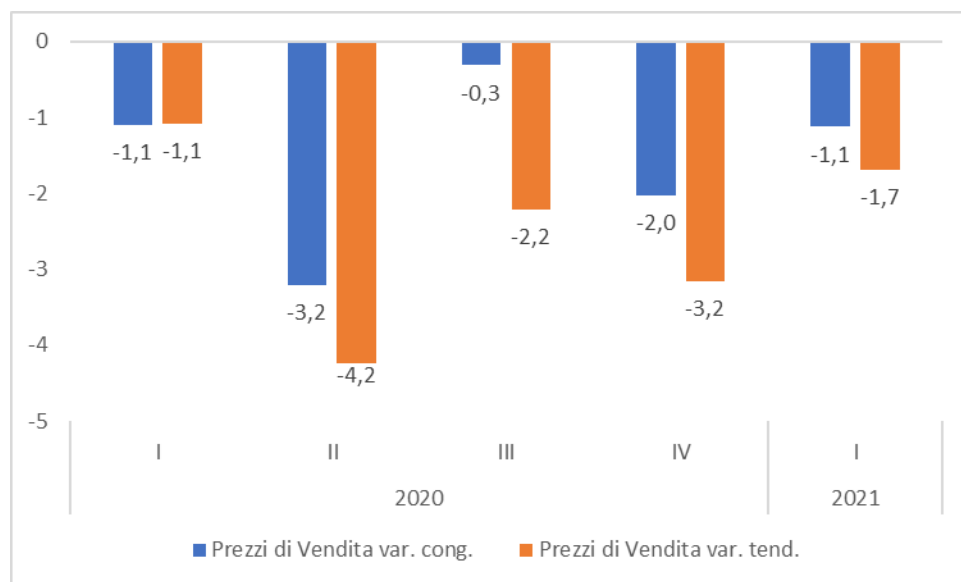


www.veneto.eu



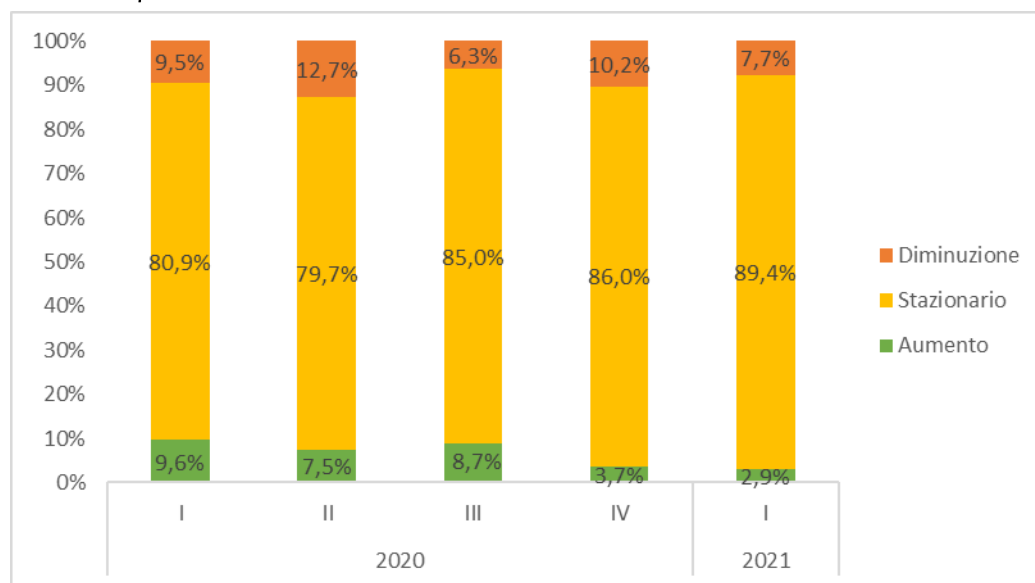
UNIONCAMERE
VENETO

Veneto. Andamento dei prezzi di vendita nei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale). I trimestre 2020 – I trimestre 2021



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese relativi all'andamento dei prezzi di vendita dal I trimestre 2020 al I trimestre 2021, rispetto al trimestre precedente



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese relativi all'andamento del fatturato e dei prezzi di vendita dal I trimestre 2020 al I trimestre 2021, rispetto al trimestre precedente, per settore, provincia e dimensione

Giudizi Congiunturali	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	10,7%	37,5%	51,8%	3,0%	78,1%	18,9%
Ristoranti	8,3%	13,2%	78,5%	2,9%	91,3%	5,8%
Attività servizi turistici	19,0%	25,3%	55,7%	2,8%	84,2%	13,0%
Belluno	15,9%	19,2%	64,9%	1,5%	95,1%	3,4%
Padova	8,4%	11,7%	79,9%	4,5%	86,5%	9,0%
Rovigo	14,0%	15,3%	70,7%	5,0%	91,9%	3,1%
Treviso	8,3%	10,4%	81,3%	1,3%	92,1%	6,6%
Venezia	8,4%	28,6%	63,0%	2,7%	85,5%	11,9%
Verona	7,2%	14,8%	77,9%	3,3%	90,1%	6,6%
Vicenza	9,0%	9,5%	81,5%	2,8%	92,3%	4,9%
2-9 addetti	8,7%	16,9%	74,4%	2,4%	90,6%	7,0%
10-49 addetti	8,6%	16,2%	75,2%	4,2%	85,2%	10,6%
50 addetti e più	29,8%	11,0%	59,3%	16,9%	69,7%	13,4%
Totale	8,9%	16,7%	74,4%	2,9%	89,4%	7,7%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Andamento di fatturato e prezzi di vendita dei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale) per settore, provincia e dimensione. I trimestre 2021

	Fatturato		Prezzi di Vendita	
	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale
Alberghi	-43,2	-53,2	-2,1	-3,9
Ristoranti	-37,2	-38,9	-0,8	-0,9
Attività servizi turistici	-51,0	-72,9	-1,4	-1,8
Belluno	-38,6	-51,1	-0,1	-2,2
Padova	-39,5	-47,9	-1,2	-1,3
Rovigo	-31,0	-39,3	0,0	0,0
Treviso	-32,4	-35,8	-0,5	-0,5
Venezia	-40,6	-41,8	-2,4	-3,0
Verona	-43,3	-45,4	-0,6	-1,4
Vicenza	-34,9	-43,2	-0,9	-1,2
2-9 addetti	-36,2	-41,1	-1,1	-1,6
10-49 addetti	-41,1	-46,4	-1,4	-2,1
50 addetti e più	-41,3	-41,4	-0,4	-0,9
Totale	-39,1	-43,4	-1,1	-1,7

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Previsioni rosee per il secondo trimestre 2021: oltre la metà delle imprese è ottimista

Nonostante la persistenza di molte aree di criticità, le imprese del turismo veneto paiono **guardare con fiducia e ottimismo all'immediato futuro**. Se nelle previsioni per il primo trimestre 2021 dominava in assoluto la negatività (si ricorderà il 58% dei giudizi di flessione del fatturato e il 28,1% nella stazionarietà), in queste previsioni, raccolte ad aprile-maggio 2021, che guardano al secondo trimestre 2021, il **quadro è decisamente più roseo**: in media, il 54% delle imprese scommette sull'aumento del volume d'affari, a fronte di un 22,4% di pessimisti e di un 23,6% che fornisce indicazioni di stazionarietà. Rispetto a queste attese, risultano leggermente più cauti e scettici gli **albergatori**, dove scende al 49,3% la quota degli ottimisti e salgono a quasi un terzo degli imprenditori attendisti e stazionari. Rimangono invece in territorio stabile le previsioni sui **prezzi di vendita** per i mesi aprile-giugno 2021 con la quasi totalità delle imprese (82%) che ne dichiara una certa stazionarietà.



www.veneto.eu



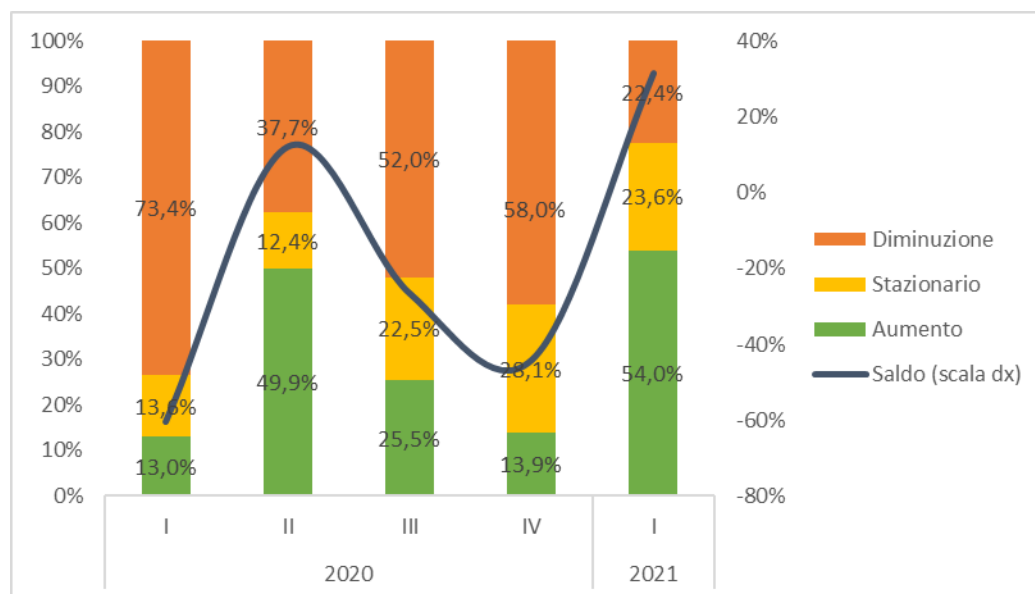
UNIONCAMERE
VENETO

Veneto. Previsioni su fatturato e prezzi di vendita per il II trimestre 2021 nelle imprese turistiche (quota % imprese) per settore, provincia e dimensione. I trimestre 2021

Previsioni	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionari o	Diminuzioni e	Aument o	Stazionari o	Diminuzioni e
Alberghi	49,3%	31,0%	19,7%	20,7%	67,9%	11,3%
Ristoranti	54,7%	22,5%	22,9%	10,4%	84,4%	5,3%
Attività servizi turistici	54,7%	24,2%	21,2%	24,5%	68,5%	7,1%
Belluno	44,5%	28,3%	27,1%	4,7%	88,8%	6,4%
Padova	49,2%	23,6%	27,2%	12,0%	81,9%	6,1%
Rovigo	56,9%	23,5%	19,6%	9,5%	85,3%	5,1%
Treviso	50,2%	24,3%	25,6%	12,2%	83,9%	3,9%
Venezia	55,1%	24,6%	20,3%	15,2%	76,0%	8,8%
Verona	57,2%	22,2%	20,6%	12,6%	81,7%	5,6%
Vicenza	59,3%	21,4%	19,3%	9,9%	85,6%	4,5%
2-9 addetti	53,3%	24,0%	22,7%	10,7%	83,0%	6,3%
10-49 addetti	55,7%	23,0%	21,3%	17,1%	77,8%	5,2%
50 addetti e più	72,7%	10,2%	17,1%	28,5%	63,7%	7,8%
Totale	54,0%	23,6%	22,4%	12,1%	81,8%	6,1%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Previsioni sul fatturato delle imprese turistiche per il trimestre successivo (quota % imprese). I trimestre 2020 – I trimestre 2021



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Gennaio-marzo 2021 per oltre la metà delle imprese periodo di bassa stagionalità

In Veneto i primi tre mesi dell'anno sono caratterizzati in condizioni normali (non Covid) da **bassa stagionalità** turistica. La presente indagine è stata avviata a metà aprile 2021 e ha riguardato l'analisi dell'andamento economico dei servizi turistici nei mesi **gennaio, febbraio, marzo 2021**, periodo invernale nel quale, non considerando le chiusure e le restrizioni attivate per contrastare la pandemia da Covid-19, **oltre la metà (54,2%) delle imprese turistiche** intervistate ha dichiarato di essere in un trimestre a bassa stagionalità. Per il 27,5% delle imprese turistiche invece l'inverno risulta ad alta stagionalità, mentre solo per il 18,3% l'attività è



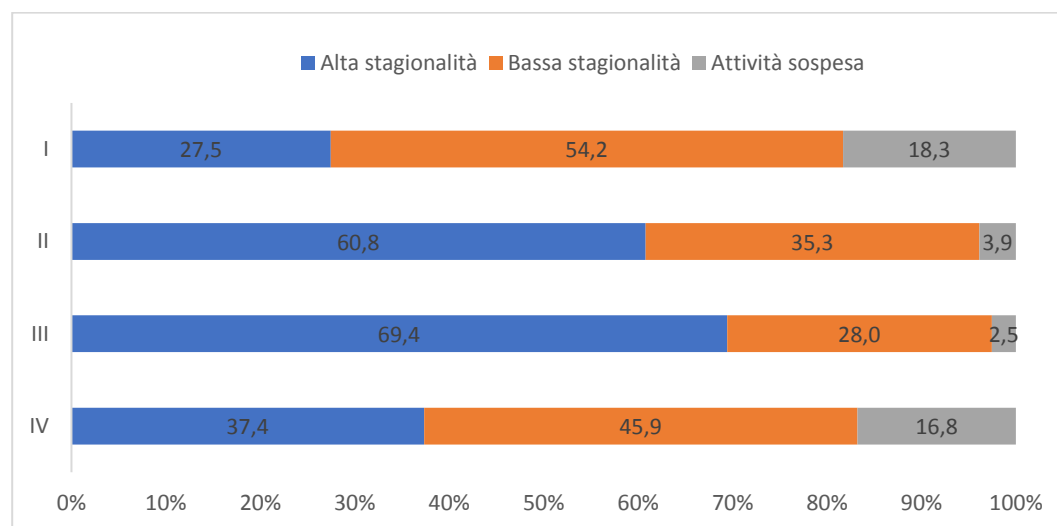
www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

sospesa. I successivi tre mesi primaverili (aprile-giugno 2021) risulterebbero invece un periodo di alta stagionalità per quasi il 61% delle imprese turistiche e per il 35,3% di bassa stagionalità.

Veneto. Imprese turistiche che in condizioni non Covid risentono di effetti di stagionalità (quota % imprese) per trimestre dell'anno. Aprile-maggio 2021



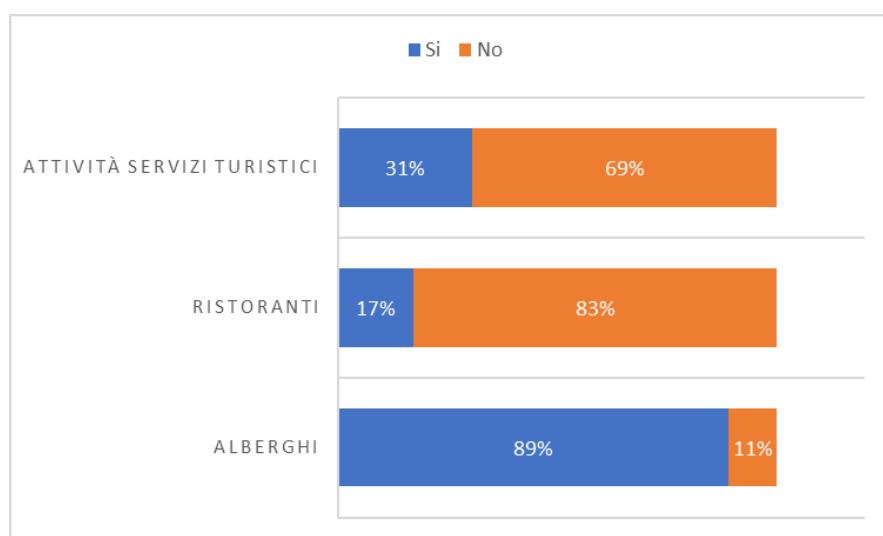
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Solo un quarto delle imprese turistiche vende i propri prodotti attraverso internet

Come nei trimestri precedenti le imprese turistiche venete confermano di essere ancora distanti da un vero e proprio processo di digitalizzazione: solo un quarto (27%) del campione intervistato afferma di vendere i propri servizi anche attraverso internet (ad esempio sito web, booking, Airbnb, deliveroo, just eat, ecc.), il restante 73% non utilizza ancora questi strumenti. Solo il comparto alberghiero

risulta ben strutturato digitalmente con l'89% delle imprese che vende anche online, mentre le attività dei servizi turistici e il comparto ristorazione risultano meno digitalizzati (rispettivamente solo il 31% e il 17% vendono attraverso internet).

Veneto. Imprese turistiche che vendono o meno i propri servizi anche attraverso internet (quota % imprese) per settore. I trimestre 2021



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Imprese turistiche che hanno aumentato, diminuito o lasciato invariata la quota di vendite attraverso internet per settore, provincia e dimensione. I trimestre 2021

	Fatturato		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	11,1%	57,8%	31,1%
Ristoranti	25,2%	52,6%	22,1%
Attività servizi turistici	2,9%	71,4%	25,7%
Belluno	14,3%	52,0%	33,8%
Padova	28,3%	50,9%	20,8%
Rovigo	51,7%	25,3%	23,0%
Treviso	20,5%	51,2%	28,4%
Venezia	13,0%	59,3%	27,7%
Verona	20,6%	55,3%	24,2%
Vicenza	13,0%	59,6%	27,5%
2-9 addetti	17,1%	56,0%	26,9%
10-49 addetti	21,2%	54,2%	24,6%
50 addetti e più	20,7%	53,9%	25,4%
Totale	18,4%	55,4%	26,2%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Nel trimestre gennaio-marzo 2021 la **quota percentuale del fatturato che deriva dalla vendita attraverso internet** è mediamente del **15,5%**. L'adozione del digitale è risultata utile nei periodi di maggiori restrizioni, ma nel primo trimestre 2021 scende al 18,4% la quota di imprese che dichiara un aumento del fatturato derivante dalle vendite on line (era del 31,7% nel II trimestre 2020 e del 20,1% nel IV trimestre 2020). Tuttavia, oltre un quarto delle imprese della ristorazione dichiara nel primo trimestre 2021 un incremento del fatturato grazie all'online. Invece,



www.veneto.eu



**UNIONCAMERE
VENETO**

aumenta ad oltre la metà la quota di imprese secondo cui il fatturato “digitale” è rimasto stazionario, in particolar modo per le imprese dei servizi turistici (la cui quota sale al 71,4%). Per oltre un quarto delle imprese le vendite derivate dall’online nei primi mesi del 2021 sono diminuite.

FOCUS: il rilancio del turismo veneto

Alle imprese del campione, nella speranza di uscita dalla pandemia, anche in relazione all’avanzamento della campagna vaccinale, è stato chiesto se hanno già ricevuto richieste di informazioni e prenotazioni per la primavera e l’estate 2021 e in che misura rispetto al 2020. Inoltre, è stato chiesto loro quali sono i mercati su cui bisognerebbe puntare per il rilancio del turismo veneto. Questo approfondimento ha permesso di segnalare come a metà anno, malgrado il miglioramento della situazione pandemica, la maggior parte delle imprese dichiara di aver ricevuto meno richieste di informazioni e prenotazioni per la primavera/estate 2021 rispetto allo stesso periodo del 2020. Emerge inoltre per la quasi totalità delle imprese turistiche la **strategicità del mercato italiano di prossimità**, ancor più che rispetto alla percezione di inizio 2021.

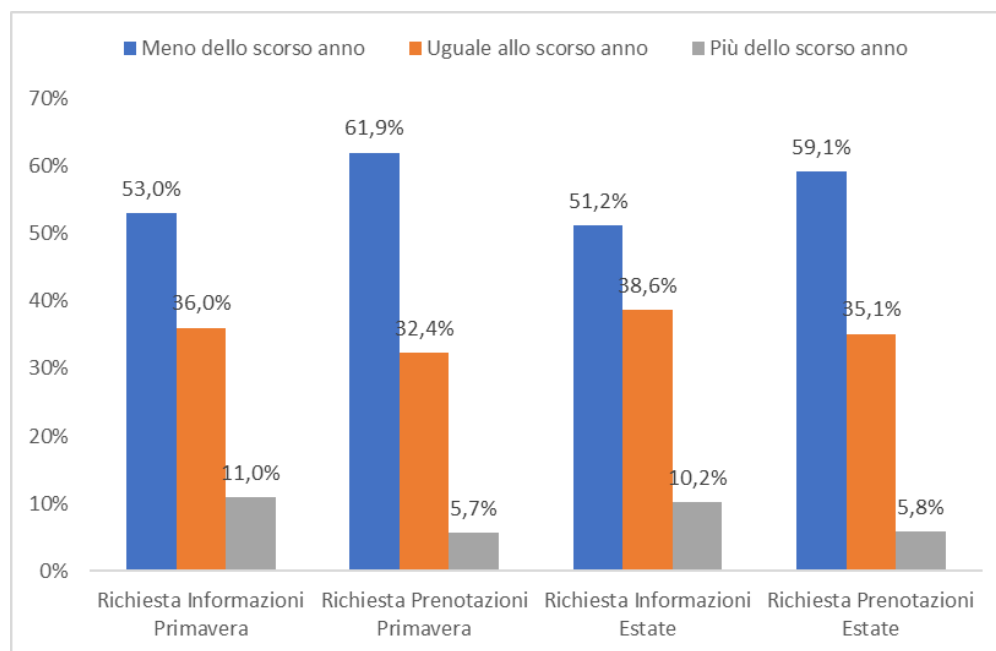


www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

Veneto. Quota di imprese che rispetto allo stesso periodo dello scorso anno e in vista della primavera e dell'estate ha già ricevuto richieste di informazioni e prenotazioni. Aprile-maggio 2021



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Ad aprile/maggio 2021 oltre la metà delle imprese turistiche del Veneto intervistate ha dichiarato di avere ricevuto **meno richieste di informazioni** in vista della primavera (53%) e dell'estate (51,2%) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. La quota sale al 62% per quanto riguarda le imprese che dichiarano di avere ricevuto **meno richieste di prenotazioni** per la primavera e al 59,2% per l'estate. Oltre un terzo invece reputa che la situazione sia simile a quella del 2020 con ugual numero di richieste di informazioni e prenotazioni per la primavera (36% e 32,4%) e l'estate (38,6% e 35,1%). Solo una minor quota residua ha dichiarato di aver già ricevuto più richieste di informazioni e prenotazioni, soprattutto per il periodo primaverile.



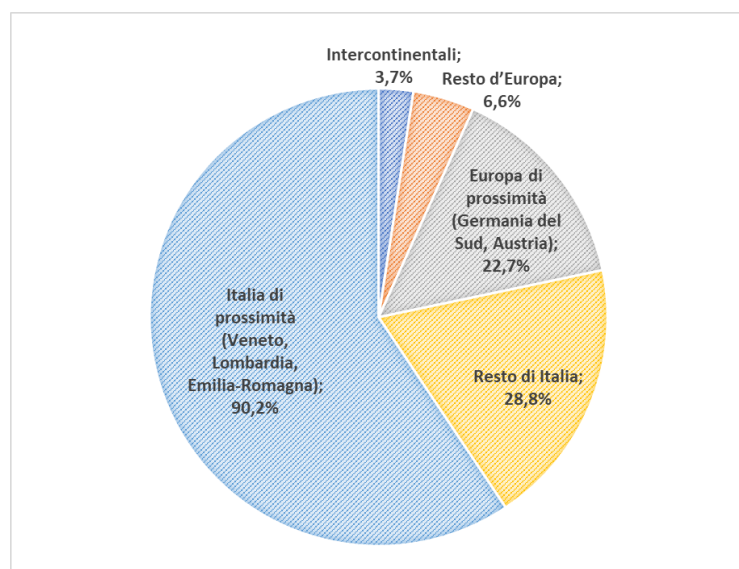
www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

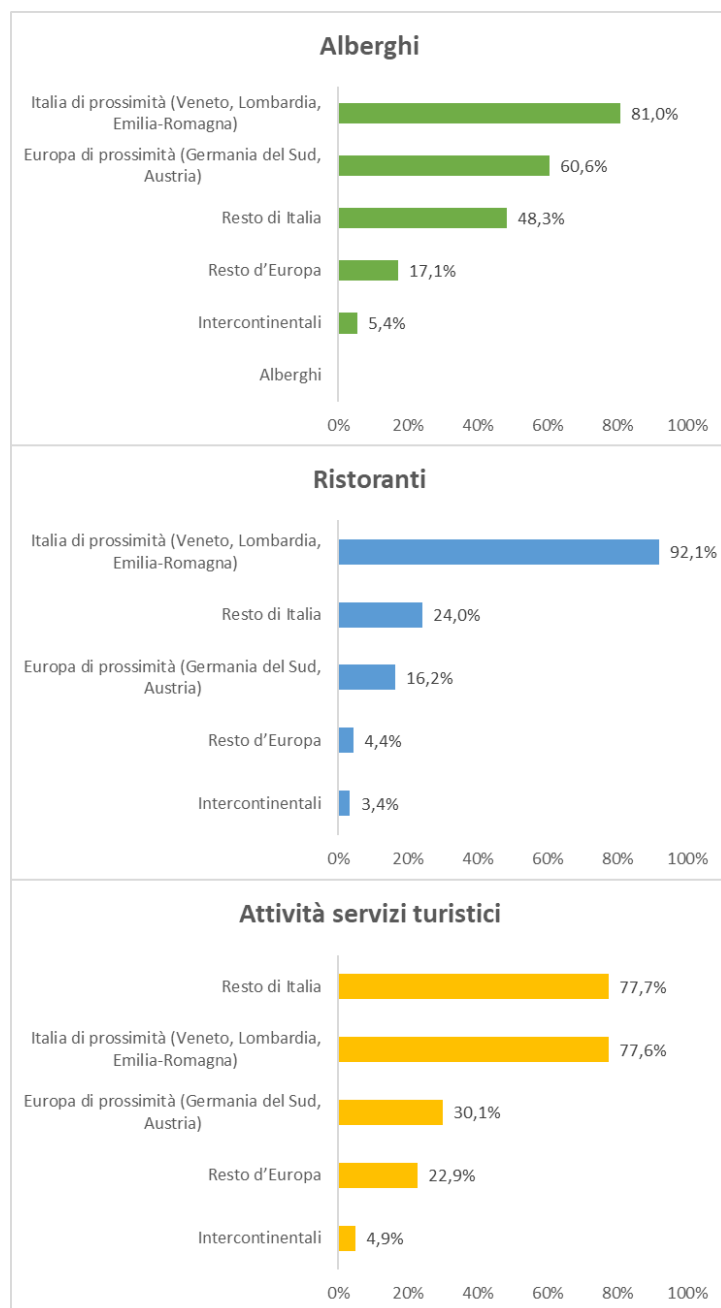
Per quanto riguarda i mercati su cui puntare per la primavera e l'estate, come per il trimestre precedente, non è cambiata la percezione delle imprese turistiche del Veneto: la quasi totalità (sale al 90,2%) ha indicato infatti prioritario il **mercato italiano di prossimità** (Veneto, Lombardia, Emilia-Romagna), soprattutto per quanto riguarda la ristorazione (92,1%). Il 28,8% delle imprese invece ha ritenuto strategico il mercato italiano non di prossimità (**resto d'Italia**), quota che sale a ben il 77,7% per le attività dei servizi turistici. Il 22,7% punta sull'Europa di prossimità (Germania del Sud, Austria), quota che sale al 60,6% per il settore alberghiero e al 49,3% per le imprese più grandi. Meno rilevante invece il mercato costituito dal resto d'Europa (6,6%) e i Paesi intercontinentali (3,7%).

Veneto. Mercati prioritari su cui puntare per la primavera e l'estate 2021 (quota % imprese). Aprile-maggio 2021



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Mercati prioritari su cui puntare per la primavera e l'estate 2021 (quota % imprese per settore). Aprile-maggio 2021



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato