

INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI

SECONDO TRIMESTRE 2021

Osservatorio del Turismo Regionale Federato

OTRF



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

www.osservatorioturismoveneto.it



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

www.osservatorioturismoveneto.it

HIGHLIGHTS: IL TURISMO IN VENETO NEL SECONDO TRIMESTRE 2021

- ⇒ Il turismo riprende quota nel secondo trimestre 2021.
- ⇒ Il periodo gennaio-giugno 2021 si chiude per il turismo veneto con variazioni finalmente positive: +20,2% degli arrivi e +42,2% delle presenze, ma pur sempre negative rispetto allo stesso periodo del 2019 (-68,1% arrivi e -61% presenze).
- ⇒ Il saldo occupazione dei servizi turistici è positivo (+32.000), ma a causa delle restrizioni le assunzioni risultano ancora in flessione: -19,1% rispetto al 2019.
- ⇒ Due terzi (65,8%) delle imprese turistiche dichiarano un aumento del fatturato rispetto a inizio 2021. Si comprime l'area di negatività: solo il 21,2% accusa una perdita del volume d'affari.
- ⇒ Il volume d'affari accresce del +36,8% rispetto al I trimestre 2021.
- ⇒ Prezzi di vendita in leggero aumento: +0,5% rispetto al I trimestre 2021.
- ⇒ Previsioni positive per l'estate: il 59% delle imprese è ottimista.
- ⇒ In condizioni di normalità, aprile-giugno 2021 periodo di alta stagionalità per oltre il 58,7% delle imprese.
- ⇒ Solo il 26% delle imprese turistiche vende i propri prodotti attraverso internet. Il fatturato tramite vendite on line sta crescendo e nel trimestre in esame oltre un quarto del fatturato deriva dall'e-commerce.
- ⇒ La quasi totalità delle imprese riceve prenotazioni tramite contatto diretto, da cui deriva il 61,4% del fatturato totale.
- ⇒ Le richieste ricevute dai turisti riguardano principalmente informazioni su eventi/ristoranti/musei (per il 29% delle imprese) e l'applicazione di protocolli specifici anti Covid (26%).

Il comparto turistico riprende quota nel periodo aprile-giugno 2021



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

Nel secondo trimestre 2021 l'economia veneta si è ripresa più rapidamente del previsto, grazie al miglioramento della situazione sanitaria che ha portato a un più rapido allentamento delle restrizioni sul controllo della pandemia. La tendenza è caratterizzata da una fase vivace dell'attività economica, malgrado la variante "delta" incuta ancora incertezza sulle misure restrittive e sugli scenari futuri. Nonostante dinamiche di mercato non ancora chiare, il turismo del Veneto presenta aspettative positive e si sta riducendo il gap rispetto ai dati pre-pandemia.

Nonostante l'avanzare della campagna vaccinale, è evidente come dovremo convivere con l'epidemia per ancora molto tempo, visto che si è ancora lontani dal raggiungimento di una "immunità di gregge". Le nuove varianti del virus, dotate di una capacità di diffusione molto elevata, stanno costringendo a una cautela nella rimozione definitiva dei vincoli comportamentali, con la conseguenza di rendere ancora utile sia il distanziamento che l'utilizzo delle mascherine e con l'introduzione del green pass quale credenziale per la libertà di movimento e per l'accesso ai luoghi di aggregazione. Permangono inoltre forti preoccupazioni per le condizioni delle popolazioni residenti nei Paesi meno sviluppati, tanto da far pensare ad una ripresa economica che avrà velocità diverse a seconda delle aree geografiche.

Dai dati forniti dall'*Ufficio di Statistica della Regione del Veneto* emerge come, dopo un 2020 con perdite elevate (-61,1% degli arrivi e -54,4% delle presenze), il periodo **gennaio-giugno 2021** si sia chiuso per il turismo veneto con variazioni finalmente positive: +20,2% degli arrivi e +42,2% delle presenze. Il confronto con il 2020 evidenzia inevitabilmente degli incrementi, ma il termine di paragone è un periodo che comprende mesi di lockdown. Diviene opportuno confrontare anche le variazioni rispetto al 2019, che evidenziano nel primo semestre un -68,1% degli arrivi e un -61% delle presenze. Le strutture alberghiere nell'intero anno 2020 hanno avuto perdite importanti (circa 20 milioni di presenze in meno, -60,8%), così come le strutture extralberghiere (circa 19 milioni in meno, -48,9%). I primi 6



mesi del 2021, confrontati con lo stesso periodo del 2019, vedono la perdita di altri 10 milioni di presenze per il comparto alberghiero (-69,5%) e di altri 7 per il complementare (-51,9%). Quel che è venuto a mancare quasi completamente è il **turismo straniero**, rilevante per la destinazione Veneto, come in nessun'altra regione italiana, rappresentando nel 2019 il 67,6% delle presenze totali della regione. Storicamente il Veneto è infatti la prima regione turistica italiana proprio anche grazie all'interesse che riscontrano le destinazioni regionali a livello internazionale.

Anche i **dati occupazionali** lasciano ben sperare per quanto riguarda il settore turistico, con una stagione estiva che promette di recuperare livelli di domanda simili a quelli del 2019 dopo un inizio anno ancora molto difficile. 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 secondo trimestre del 2021 risulta positivo e pari +53.300 unità, decisamente più favorevole rispetto alle +10.600 dell'analogo periodo del 2020 e anche migliore del 2019 (anno con il quale è preferibile effettuare i confronti) quando furono +50.400. Il saldo positivo è in larghissima parte imputabile ai servizi turistici (+32.000), grazie alla **ripresa delle attività turistiche** che nel corso del secondo trimestre dell'anno hanno recuperato il ritardo accumulato nei mesi precedenti quando ancora le riaperture andavano a rilento per l'epidemia. Questo risultato è ancora tuttavia condizionato dalla relativa situazione di parziale "congelamento" del mercato del lavoro imputabile alle misure di salvaguardia adottate a livello governativo e che sono testimoniate dai ridotti flussi di entrata e di uscita dall'occupazione: rispetto all'analogo periodo pre-crisi del 2019 le assunzioni nei servizi turistici sono state inferiori del -19% e le cessazioni del -47%, anche se nel mese di giugno i reclutamenti sono stati superiori a quelli dell'analogo periodo del 2019, evidenziando una tendenza al **recupero di una stagione necessariamente partita in ritardo**.



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

Il complesso momento che sta vivendo il comparto turistico del Veneto continua ad essere 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 sottoscritto ad oggi da 44 soggetti territoriali, promosso dalla Regione del Veneto in collaborazione con Unioncamere del Veneto e rinnovato con un Accordo di collaborazione nell'ambito del Piano Turistico Annuale (P.T.A.) 2021. L'indagine, promossa e realizzata da Unioncamere del Veneto in collaborazione con la Direzione Turismo della Regione del Veneto, analizza 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.

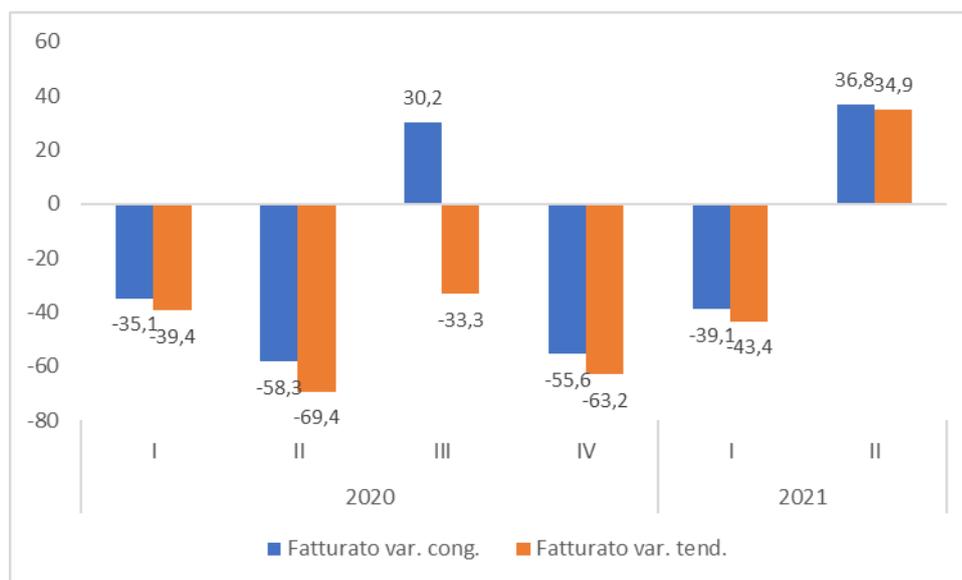
Il campione regionale, stratificato per provincia e settore, è composto da oltre **1.680 imprese rispondenti** (su circa 23 mila contatti), a cui fanno riferimento oltre **20 mila addetti** ed un fatturato complessivo di **816 milioni** di euro, ed è statisticamente rappresentativo dell'universo delle 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 **12 luglio – 6 agosto 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).

Il comparto turistico veneto è rimasto bloccato per quasi un anno tra incertezze e coprifuoco. L'accelerazione delle somministrazioni di vaccini e l'attenuazione dell'allarme sanitario per Covid-19 hanno permesso una ripresa dell'attività turistica del Veneto nei mesi antecedenti l'estate. Dopo un inizio 2021 con l'inevitabile caduta del volume d'affari del settore turistico, nel secondo trimestre dell'anno si sente **aria di ripresa**. Secondo l'indagine congiunturale, in Veneto, fra



aprile e giugno 2021, il **fatturato delle attività turistiche** è cresciuto del +36,8% rispetto al trimestre precedente, quando la variazione congiunturale era stata negativa del -39,1%.

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Fuori scala, inevitabilmente, la variazione tendenziale (+34,9%) perché mette a confronto l'attuale fase di ripartenza del settore con il periodo di massimo rallentamento delle attività turistica ad inizio pandemia (aprile-giugno 2020). Progressione dei piani vaccinali, allentamento delle restrizioni anti Covid, riapertura dei settori legati al turismo e al tempo libero hanno stimolato ulteriormente la domanda. L'analisi della **variazione congiunturale** del fatturato per settori (significativa con i dati regionali del campione) permette di evidenziare un miglioramento soprattutto per il comparto alberghiero (+61%) e le attività dei servizi turistici (+41,9%), meno per la ristorazione (+28,7%).

Rispetto a inizio anno, nel secondo trimestre 2021 il fatturato risulta in aumento per due terzi delle imprese turistiche

L'analisi della **distribuzione dei giudizi** rilasciate dalle imprese, sull'andamento di fatturato e prezzi di vendita rispetto al trimestre precedente, fornisce conferme e ulteriori dettagli a questo quadro. Mediamente, il **65,8%** delle imprese turistiche venete intervistate ha dichiarato il fatturato in aumento fra aprile e giugno 2021, contro un 21,2% di giudizi di calo e un 13% di giudizi di stazionarietà. Lampante il confronto con lo scorso trimestre quando la situazione di crescita del fatturato riguardava solo l'8,9% delle imprese intervistate, e ben il 74,4% ne accusava una flessione. Solo questi dati bastano a confermare quanto la ripresa, in questa fase, sia una situazione piuttosto diffusa per le attività turistiche regionali. Rispetto a questa fotografia d'insieme restano delle differenze. Nell'**alberghiero** quasi il 57% delle imprese ha dichiarato fatturato in aumento, con i giudizi di flessione appena al 16,2% e oltre un quarto (27%) di stazionarietà. Analoghe, nel trimestre in esame, le quote di giudizi per le attività dei servizi turistici (agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse): l'aumento del fatturato riguarda il 59% delle imprese, a fronte di una quota del 19,4% di imprese che segnala fatturato in calo. Alta la quota di giudizi di aumento del fatturato anche nella **ristorazione**: riguarda il 67,3% delle imprese intervistate, contro un 22,1% di giudizi di flessione. Un dato che non ha precedenti negli ultimi trimestri analizzati e che suona quasi "liberatorio", visto che nel trimestre precedente il 78,5% delle imprese del comparto della ristorazione accusava cali di fatturato.

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



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

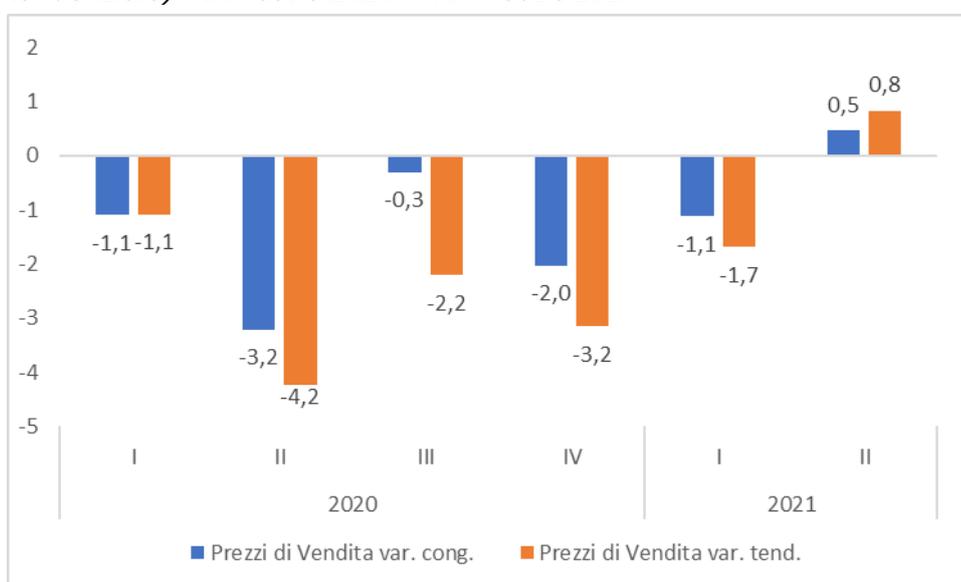
Dunque, la ripresa registrata nel trimestre in esame, evidenziato da importanti aumenti congiunturali e da una distribuzione dei giudizi spostata in territorio positivo pare dare **sollievo** alla filiera turistica. Guardando alla **dimensione** tutte le aziende sembrano riprendersi, ma migliore la situazione per le grandi: solo un residuale 3% evidenzia una contrazione del volume d'affari nel secondo trimestre 2021. Analizzando i diversi **territori**, tutte le città stanno registrando un aumento del fatturato nel periodo aprile-giugno 2021, e in particolar modo Treviso e Verona.

Prezzi di vendita in moderata crescita

Per quanto riguarda i **prezzi di vendita** del comparto turistico, dopo la contrazione media annua del -2,7% e alla flessione di inizio 2021, imputabile al deprezzamento dei prodotti del comparto alberghiero, nel secondo trimestre 2021 la variazione torna leggermente in campo positivo (+0,8% la crescita tendenziale). Tuttavia, come nei trimestri precedenti, **per la maggior parte delle imprese turistiche del**

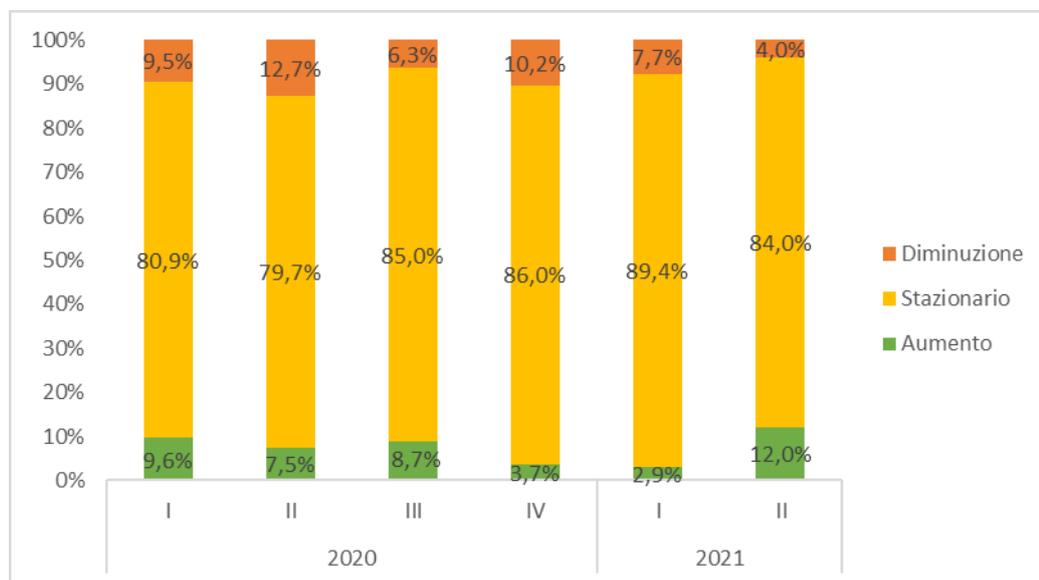
Veneto (84%) si evidenzia una situazione di stazionarietà dei prezzi: su base congiunturale si registra una variazione in leggera crescita (+0,5%). Tale aumento contenuto dei prezzi di vendita è confermato anche dal fatto che scende al 4% (dal 7,7% del trimestre precedente) la quota di imprese che ne dichiara una diminuzione e sale al 12% (dal 2,9%) quella che ne dichiara un aumento.

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



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. Il trimestre 2021

	Fatturato		Prezzi di Vendita	
	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale
Alberghi	61,0	35,9	0,7	2,0
Ristoranti	28,7	34,4	0,4	0,5
Attività servizi turistici	41,9	42,3	0,8	1,2
Belluno	19,3	30,1	0,0	0,3
Padova	40,1	10,0	0,6	1,3
Rovigo	35,8	20,1	0,2	0,3
Treviso	31,7	38,6	0,7	0,8
Venezia	53,1	43,7	0,9	1,1
Verona	13,0	30,4	0,2	0,3
Vicenza	48,6	48,4	0,3	1,0
2-9 addetti	30,7	28,8	0,4	0,7
10-49 addetti	42,5	50,7	0,5	0,6
50 addetti e più	37,9	24,5	0,5	1,3
Totale	36,8	34,9	0,5	0,8

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 nel II trimestre 2021, rispetto al trimestre precedente, per settore, provincia e dimensione

Giudizi Congiunturali	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	56,9%	27,0%	16,2%	17,8%	73,2%	9,0%
Ristoranti	67,3%	10,6%	22,1%	10,9%	85,9%	3,2%
Attività servizi turistici	59,0%	21,6%	19,4%	18,8%	73,3%	8,0%
Belluno	58,6%	13,9%	27,5%	8,7%	86,2%	5,1%
Padova	61,0%	12,9%	26,1%	14,5%	81,5%	4,0%
Rovigo	63,6%	22,8%	13,5%	7,3%	92,7%	0,0%
Treviso	70,7%	9,0%	20,3%	12,3%	85,4%	2,2%
Venezia	64,3%	17,2%	18,5%	13,7%	79,3%	6,9%
Verona	71,1%	11,8%	17,0%	11,9%	85,8%	2,3%
Vicenza	64,8%	8,5%	26,7%	9,0%	87,1%	3,9%
2-9 addetti	65,1%	12,8%	22,1%	11,6%	84,7%	3,7%
10-49 addetti	68,5%	12,9%	18,6%	13,4%	81,4%	5,2%
50 addetti e più	69,9%	27,2%	3,0%	21,3%	72,9%	5,8%
Totale	65,8%	13,0%	21,2%	12,0%	84,0%	4,0%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

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

Questa situazione positiva fin qui descritta è destinata a perdurare anche per il terzo trimestre (e probabilmente per tutto l'anno, viste le revisioni al rialzo sulla possibile crescita del Pil veneto al +5,9%, secondo le recenti stime di *Prometeia*). In tal senso si esprimono anche gli imprenditori turistici del Veneto, che - di poco smorzando l'entusiasmo espresso nelle previsioni raccolte a marzo - continuano a scommettere sull'aumento dei principali indicatori monitorati. In Veneto è oltre la metà (59%) delle imprese a prevedere il fatturato in aumento anche nel terzo trimestre, a fronte di un 15,8% di pessimisti e di un 25,3% che fornisce indicazioni di stazionarietà. Rispetto a queste attese, risultano leggermente più ottimisti gli **albergatori**, dove sale al 69% la quota di fiduciosi (era solo al 49,3% nel trimestre precedente) e appena il 9,4% prevede una diminuzione del fatturato. Rimangono invece ottimisti ma prudenti i ristoratori e coloro che svolgono attività dei servizi turistici, dove quasi un quarto delle imprese rimane cauta nella stazionarietà. Le



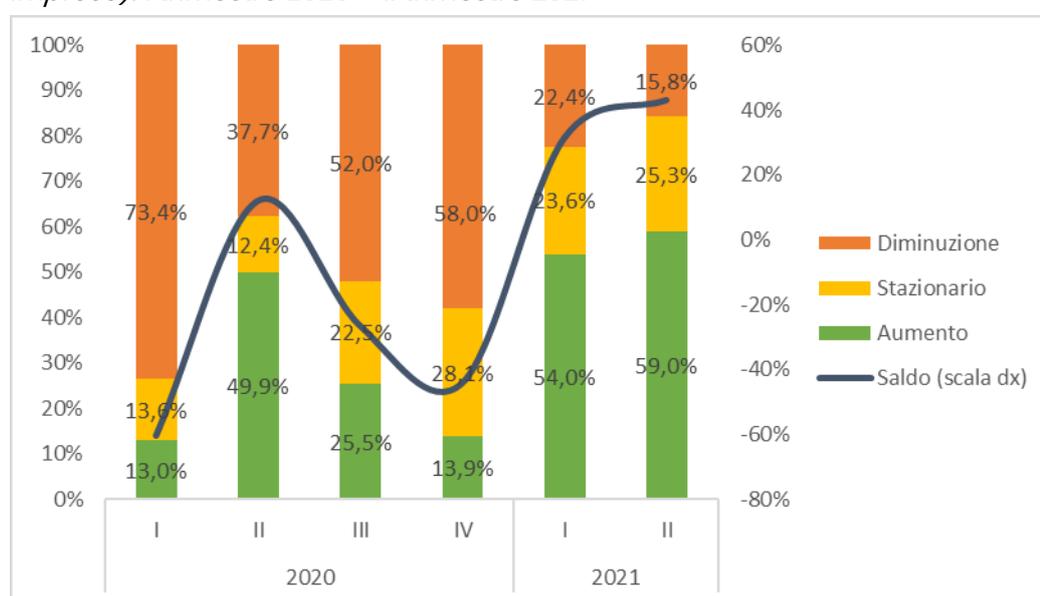
www.veneto.eu



UNIONCAMERE
 VENETO

previsioni sui **prezzi di vendita** per i mesi estivi 2021 vede aumentare la quota di imprese che ne dichiara un aumento (17,1%, contro il 12,1% dello scorso trimestre), mentre l'80% delle imprese ne dichiara la stazionarietà.

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

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

Previsioni	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	69,0%	21,6%	9,4%	40,4%	53,2%	6,3%
Ristoranti	57,5%	25,9%	16,6%	13,2%	84,2%	2,6%
Attività servizi turistici	57,1%	23,2%	19,7%	25,5%	65,7%	8,8%
Belluno	66,4%	23,9%	9,7%	16,1%	82,2%	1,7%
Padova	46,7%	28,1%	25,2%	16,5%	78,7%	4,9%
Rovigo	64,4%	28,7%	6,9%	11,3%	84,2%	4,5%
Treviso	48,6%	35,0%	16,4%	17,4%	81,6%	1,0%
Venezia	69,3%	20,1%	10,5%	19,8%	75,5%	4,7%
Verona	61,1%	25,2%	13,7%	16,9%	81,5%	1,6%
Vicenza	57,3%	21,1%	21,6%	14,9%	81,0%	4,0%
2-9 addetti	56,9%	26,7%	16,4%	15,8%	81,2%	3,1%
10-49 addetti	68,1%	19,0%	12,8%	21,9%	74,4%	3,7%
50 addetti e più	60,5%	21,5%	18,0%	35,0%	55,7%	9,2%
Totale	59,0%	25,3%	15,8%	17,1%	79,7%	3,3%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Aprile-giugno 2021 per quasi il 60% delle imprese periodo di alta stagionalità

In Veneto i mesi aprile-giugno sono caratterizzati in condizioni normali (non Covid) da **alta stagionalità** turistica. La presente indagine è stata avviata a metà luglio 2021 e ha riguardato l'analisi dell'andamento economico dei servizi turistici nei mesi **aprile, maggio, giugno 2021**, periodo primaverile nel quale, non considerando le chiusure e le restrizioni attivate per contrastare la pandemia da Covid-19, **quasi il 60% (58,7%) delle imprese turistiche** intervistate ha dichiarato di essere in un trimestre ad alta stagionalità. Per il 37,2% delle imprese turistiche invece la primavera risulta a bassa stagionalità, mentre per solo il 4,1% l'attività è sospesa. I successivi tre mesi estivi (luglio-settembre 2021) risulterebbero invece un periodo di alta stagionalità per il 64% delle imprese turistiche e per il 33% di bassa stagionalità.

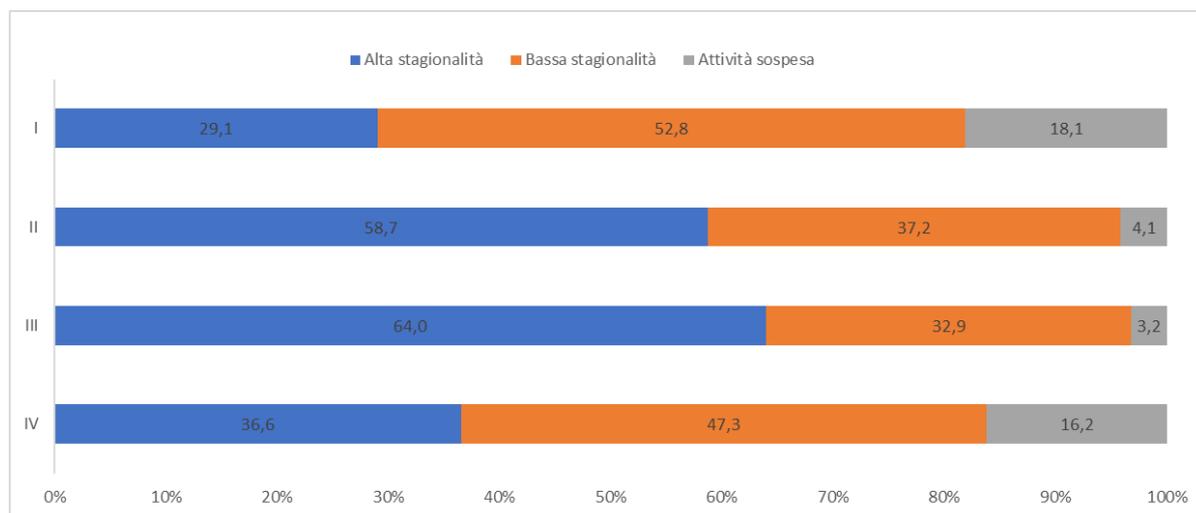
Veneto. Imprese turistiche che in condizioni non Covid risentono di effetti di stagionalità (quota % imprese) per trimestre dell'anno. Il trimestre 2021



www.veneto.eu



**UNIONCAMERE
VENETO**

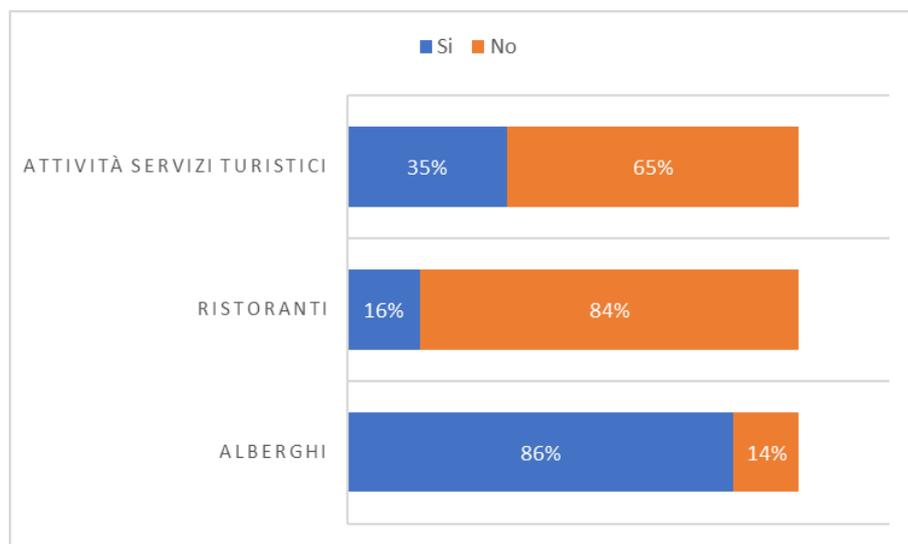


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Rimane a un quarto la quota delle imprese turistiche che 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: oltre un quarto (26%) del campione intervistato afferma di vendere i propri servizi anche attraverso internet (ad esempio sito web, booking, Airbnb, deliveroo, just eat, ecc.), mentre il restante **74% non utilizza ancora questi strumenti**. Solo il comparto **alberghiero** risulta ben strutturato digitalmente con l'86% delle imprese che vende anche online, mentre le attività dei servizi turistici e il comparto ristorazione risultano meno digitalizzati (rispettivamente solo il 35% e il 16% vendono attraverso internet).

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Nel trimestre aprile-giugno 2021 la **quota percentuale del fatturato che deriva dalla vendita attraverso internet** è mediamente oltre un quarto (25,4%) e grazie al periodo di alta stagione la quota aumenta rispetto al trimestre precedente (era 18,7%). Nel secondo trimestre 2021 la parte del fatturato realizzata tramite internet sale a ben il 40,1% per gli albergatori e al 36,8% per i servizi turistici, mentre rimane ancora molto bassa per la ristorazione (12,6%). L'adozione del digitale è risultata utile in un momento complicato come quello che il turismo sta vivendo post *lockdown*, dimostrato da come nel secondo trimestre 2021 sale al **36%** (dal 18,4% del primo trimestre) la quota di imprese che dichiara un aumento del fatturato derivante dalle vendite online. Tale quota si amplia a ben il 55,4% per i servizi turistici e al 51,5% per gli albergatori, mentre solo il 21,7% delle imprese della ristorazione dichiara nel secondo trimestre 2021 un incremento del fatturato grazie all'online. Tuttavia, rimane alta la quota di imprese secondo cui il fatturato "digitale" è rimasto stazionario. Per il 18,3% delle imprese le vendite derivate dall'online nel secondo trimestre 2021 sono invece diminuite.

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

	Fatturato		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	51,5%	37,9%	10,6%
Ristoranti	21,7%	53,2%	25,1%
Attività servizi turistici	55,4%	31,6%	13,0%
Belluno	39,5%	46,7%	13,8%
Padova	26,9%	45,5%	27,6%
Rovigo	40,2%	40,2%	19,6%
Treviso	19,0%	49,4%	31,6%
Venezia	41,5%	47,6%	10,9%
Verona	26,9%	36,5%	16,6%
Vicenza	40,2%	56,4%	21,3%
2-9 addetti	33,9%	50,2%	15,9%
10-49 addetti	39,4%	37,2%	23,4%
50 addetti e più	41,6%	45,4%	13,0%
Totale	35,9%	45,8%	18,3%

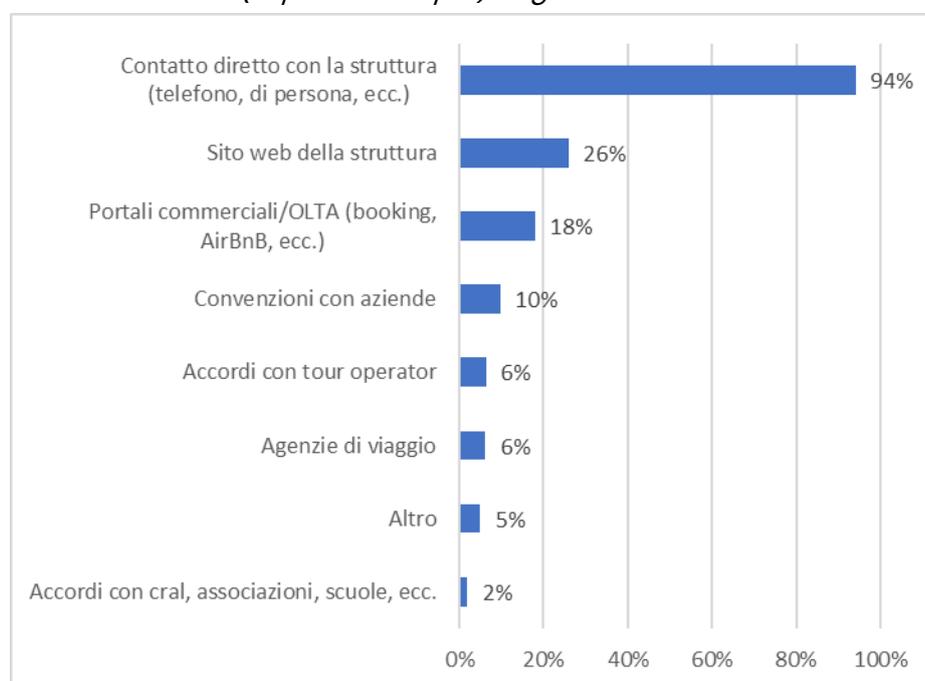
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

FOCUS: le prenotazioni dei clienti

Alle imprese turistiche del campione è stata chiesta qual è la principale **modalità di prenotazione** utilizzata dai loro clienti. Quasi la totalità delle imprese intervistate (94,2%) nel mese di luglio 2021 ha dichiarato che i loro clienti prediligono come modalità di prenotazione il **contatto diretto con la struttura**, tanto che questo sistema pesa per ben il 61,4% sul fatturato aziendale totale. In particolare, il contatto diretto è utilizzato soprattutto nel settore ristorazione (96% delle imprese lo dichiarano modalità principale di prenotazione utilizzata dei loro clienti) e mediamente pesa per quasi due terzi del fatturato complessivo (64,5%). Oltre un quarto (26%) delle imprese invece ha affermato di vendere i propri servizi anche **tramite il sito web** della struttura, modalità che fa guadagnare il 19,2% del fatturato, e per il 18% anche tramite **portali commerciali/OLTA** (Booking, AirBnB, ecc.) (ma con un peso sul fatturato maggiore e pari mediamente al 33,6%). Queste ultime due vengono viste come modalità principali di prenotazione per il

comparto alberghiero, tanto che riguarda tre quarti delle imprese (la quota sale a circa il 75%). Le **convenzioni con le aziende** (modalità di prenotazione principale per il 10% delle imprese turistiche venete), gli **accordi con i tour operator** (6,4%) e le **agenzie di viaggio** (6%) sono fonte di reddito soprattutto per le altre imprese turistiche.

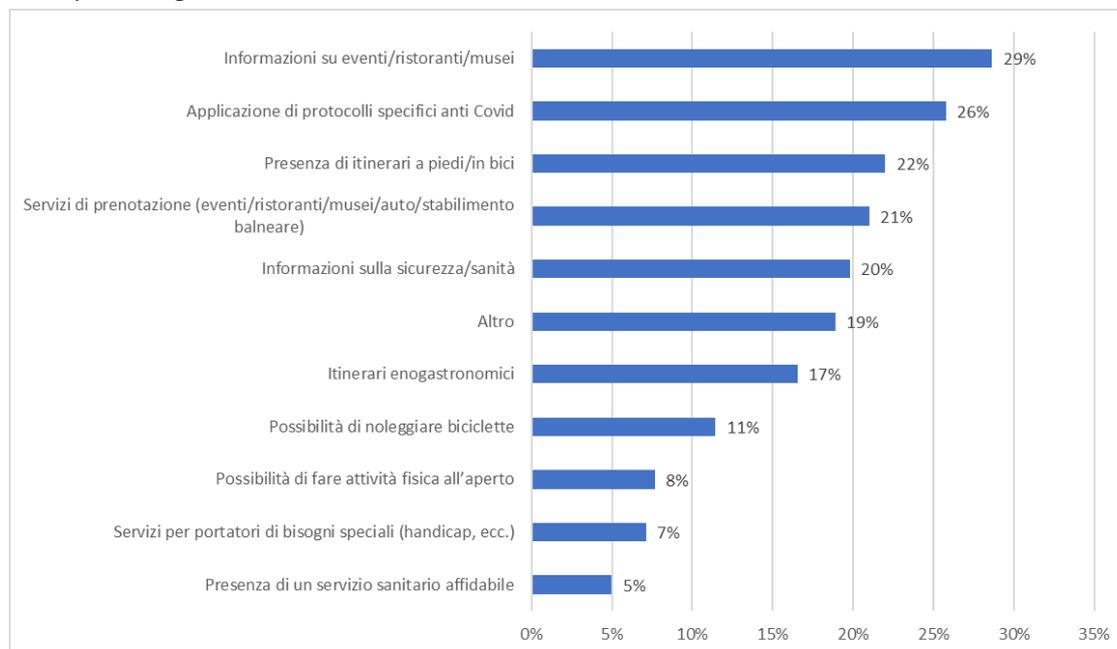
Veneto. Quota di imprese turistiche che dichiara principali le seguenti modalità di prenotazione nella sua attività (risposta multipla). Luglio 2021



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Inoltre, riguardo alle prenotazioni che stanno ricevendo le imprese turistiche, è stato chiesto alle attività intervistate **cosa viene maggiormente richiesto da parte dei turisti**. Il 29% delle imprese ha dichiarato che vengono richieste in particolar modo **informazioni su eventi/ristoranti/musei**, il 26% richieste sull'applicazione di protocolli specifici anti Covid, il 22% su presenza di itinerari a piedi/in bici (quota che sale al 42,5% per gli albergatori), il 21% su servizi di prenotazione (eventi/ristoranti/musei/auto/stabilimento balneare), il 20% su sicurezza/sanità (soprattutto per l'attività degli altri servizi turistici).

Veneto. Principali richieste da parte dei turisti alle imprese turistiche regionali (risposta multipla). Luglio 2021



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato