

INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI

PRIMO TRIMESTRE 2022
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 PRIMO TRIMESTRE 2022

- ⇒ **In condizioni di normalità, gennaio-marzo è un periodo di bassa stagionalità per il 57,6% delle imprese turistiche venete, mentre per il 20,7% l'attività è sospesa.**
- ⇒ **Il turismo del Veneto riparte ad inizio 2022, ma caro-energia e tensioni internazionali rinviano il ritorno ai livelli pre-pandemia.**
- ⇒ **Il comparto turistico regionale apre il 2022 con un bilancio incerto ma in ripresa rispetto a fine 2021: la situazione sembrerebbe migliorare nonostante lo scoppio della guerra russo-ucraina, i rincari delle materie prime e la presenza ancora di contagi. Lievemente negativo il passo congiunturale -1,9%, buono il confronto su base tendenziale +12,8%, che ha però per riferimento un periodo (il primo trimestre 2021) profondamente condizionato dalla pandemia.**
- ⇒ **Clima congiunturale ancora faticoso: nei primi tre mesi del 2022 quasi la metà delle imprese turistiche (46,4%) dichiara una diminuzione del fatturato rispetto al quarto trimestre 2021. Stabile l'area di positività: solo il 34,6% percepisce un aumento del volume d'affari.**
- ⇒ **I prezzi di vendita sono risultati in crescita: +1,2% su base tendenziale, +0,9% su base congiunturale.**
- ⇒ **Buone le prospettive per il secondo trimestre 2022: oltre il 65% delle imprese è ottimista, nonostante le tensioni geopolitiche in continua evoluzione.**
- ⇒ **Solo poco più di un quarto delle imprese turistiche vende i propri prodotti attraverso internet e il 57,7% dichiara una sostanziale stazionarietà del fatturato derivante dalle vendite online nel trimestre in esame (il 22,5% in aumento).**

Il comparto turistico veneto inizia il 2022 con una forte incertezza sulla strada del recupero: nei primi tre mesi dell'anno il fatturato è in ripresa su base annua (+12,8%), ma condizionato da una stagione invernale ancora gravata dall'aumento dei contagi covid e dallo scoppio della guerra russo-ucraina.

Nel 2022 il turismo riparte, ma caro-energia e tensioni internazionali rinviano a data da destinarsi il ritorno ai livelli pre-pandemia. Il primo trimestre 2022 ha infatti portato all'economia mondiale ancora forti sollecitazioni. Il riacutizzarsi della pandemia a causa delle varianti Omicron del Covid-19 ha comportato ulteriori misure di contrasto, differenziate in base alla progressione delle campagne vaccinali nei diversi Paesi. Inoltre, a fine febbraio le tensioni cresciute nella seconda parte del 2021 sono culminate nell'invasione dell'Ucraina da parte della Russia, con la conseguente crisi umanitaria e l'accentuarsi delle problematiche legate ai mercati dell'energia soprattutto in Europa.

Secondo **Confesercenti**, a pesare sul comparto turistico è soprattutto l'affievolirsi della ripresa degli stranieri: nei primi tre mesi dell'anno i pernottamenti di italiani si sono assestati sul -18% rispetto al pre-covid, quelli dei turisti esteri sul -38%, circa 10 milioni in meno. A mancare all'appello gli extra-europei, per il trascinarsi dell'incertezza da pandemia e per l'impatto del caro-carburanti sui voli di lungo raggio; ma la crisi russo-ucraina ha fatto crollare da fine febbraio anche le prenotazioni dall'Europa dell'est. Sotto la media pure le presenze Usa, mentre resistono quelle da Francia, Germania e Spagna. L'incidenza del caro-carburante si è fatta sentire anche sul turismo domestico: a marzo il 37% degli italiani ha ridotto gli spostamenti con mezzo privato per fronteggiare gli aumenti alla pompa, che sui viaggi del fine settimana hanno un'alta incidenza: per un'automobile privata a benzina fino ad oltre il 30% in più per una tratta di 200 km (Milano-mare). Nei primi tre mesi del 2022 le località di interesse storico e artistico hanno intercettato circa il 34% del movimento complessivo, quota simile a quella della montagna. Il 10% circa ha scelto la costa, mentre il 4,3% campagna e collina. Nel confronto con il 2019, però, il bilancio è negativo per tutti i prodotti, soprattutto dove la quota straniera è di solito rilevante. Continuano le difficoltà



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

per città d'arte (-39% di presenze sotto i livelli pre-pandemia), costa (-24%) e montagna (-21%). Resistono invece meglio campagna e collina (-9%), dove il turismo italiano è predominante.

L'incertezza ha quindi fortemente caratterizzato anche l'inizio del 2022. Secondo l'osservatorio **Federalberghi** anche nel 2022 i principali indici alberghieri italiani sono negativi: nel primo quadrimestre del 2022 -22% di occupazione camere e -11,9% per il ricavo medio giornaliero per camera disponibile rispetto allo stesso periodo del 2019. Continuano, purtroppo, le conferme del bilancio negativo lasciato dal 2021 a livello turistico: la spesa dei viaggiatori stranieri in Italia è diminuita del 52% e il fatturato dei servizi di alloggio del 32%.

Anche in Veneto il 2022 inizia con **segnali di incertezza**. Dagli ultimi dati disponibili, forniti dall'*Ufficio di Statistica della Regione del Veneto*, emerge che il movimento turistico regionale del primo bimestre 2022 risulta più che raddoppiato rispetto allo stesso periodo del 2021, quando le limitazioni agli spostamenti erano ancora stringenti, ma appare ridotto di circa un terzo rispetto alla situazione pre-covid. Buono il recupero della montagna, con presenze inferiori solo del 13% rispetto a gennaio-febbraio 2019, ultimo anno di normalità. Mentre le città d'arte, le più penalizzate, vedranno il ritorno dei turisti solamente nei mesi successivi, in occasione del Carnevale e della Pasqua. Nel complesso, pesa ancora l'assenza degli stranieri (dimezzati rispetto al 1° bimestre pre-covid), mentre le presenze degli italiani risultano inferiori a quelle di gennaio-febbraio 2019 solo del 5,2%, superando le cifre pre-pandemia in montagna, al lago e alle terme.

I **dati occupazionali** evidenziano tuttavia la particolare performance del turismo che risulta finalmente in espansione dopo i sacrifici emergenziali. 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 nel primo trimestre del 2022 è pari a +23.600 unità, ampiamente migliore sia rispetto al dato del 2021 (+12.600), trimestre in cui economia e mercato del lavoro si avviavano verso una ripresa ancora esitante tra lockdown e riaperture, sia rispetto al 2020 (+1.100),



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

caratterizzato dal crollo causato a marzo dall'emergenza sanitaria. L'analisi settoriale conferma che l'andamento del primo trimestre è particolarmente positivo per i servizi, con una domanda di lavoro del +73% sul 2021. Dopo il crollo del periodo pandemico e le incertezze che hanno caratterizzato l'anno passato, **le assunzioni del periodo gennaio-marzo quadruplicano nei servizi turistici**, trainando l'intero comparto del commercio, e raddoppiano nei servizi culturali-editoria.

Il complesso momento che ha vissuto il comparto turistico del Veneto è stato e continua ad essere monitorato anche dall'**indagine trimestrale sulle imprese dei servizi turistici**, finalizzata a rilevare le dinamiche economiche dei principali indicatori congiunturali del settore. L'indagine fa parte delle attività previste dall'*Osservatorio turistico regionale federato* (OTRF), avviato con il 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 **1.800 imprese rispondenti** (su circa 23 mila contatti), a cui fanno riferimento quasi **216 mila addetti** ed un fatturato complessivo di **10 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 **12 aprile – 6 maggio 2022** dalla società di rilevazione Demetra opinioni.net Srl mediante



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

utilizzo del sistema CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) e CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

Con l'inizio della pandemia nel 2020 il comparto turistico veneto aveva risentito pesantemente del blocco delle attività e delle forti limitazioni nella mobilità delle persone in Italia e all'estero. Grazie all'accelerazione delle somministrazioni di vaccini e l'attenuazione dell'allarme sanitario per Covid-19 a partire dal secondo trimestre 2021 si è sentita **aria di ripresa** che è proseguita nel periodo estivo con un miglioramento del trend e del sentiment delle aziende rispetto ai primi mesi dell'anno 2021, ma che si è nuovamente attenuata negli ultimi mesi per la nuova variante Omicron e il forte aumento dei contagi. Il 2022 con lo scoppio della guerra in Ucraina ha tolto ulteriormente certezze alle tante imprese alla ricerca di un rilancio a lungo inseguito. La guerra russo-ucraina è diventata un elemento di **grave incertezza sulla strada del recupero**. Come lo sono i rincari dei prezzi, in particolare quelli dell'energia, e la mancanza di manodopera stagionale.

Secondo l'indagine congiunturale, in Veneto, fra gennaio e marzo 2022, il **fatturato delle attività turistiche** è diminuito lievemente del **-1,9% rispetto al trimestre precedente**, invertendo la tendenza dei mesi centrali del 2021 (+39,4% terzo trimestre, +36,8% nel secondo trimestre), ma con una contrazione decisamente meno significativa del quarto e del primo trimestre 2021 (rispettivamente -14,6% e -39,1%). La progressione dei piani vaccinali e le restrizioni anti Covid meno stringenti hanno aiutato ad una nuova riapertura della domanda, soprattutto di turisti italiani. L'analisi della variazione congiunturale del fatturato per **settori** (significativa con i dati regionali del campione) registra delle lievi flessioni per il comparto della ristorazione (-3,5%) e alberghiero (-1,4%), mentre un incremento per le attività dei servizi turistici (+2,2%).

Rispetto allo stesso trimestre 2021 il fatturato del comparto turistico riporta invece una **variazione tendenziale** del +12,8%. Una crescita significativa, ma inferiore a quella registrata nel quarto trimestre del 2021, visto che viene messa a confronto l'attuale fase di allentamento delle restrizioni, seppur con una ancora presente



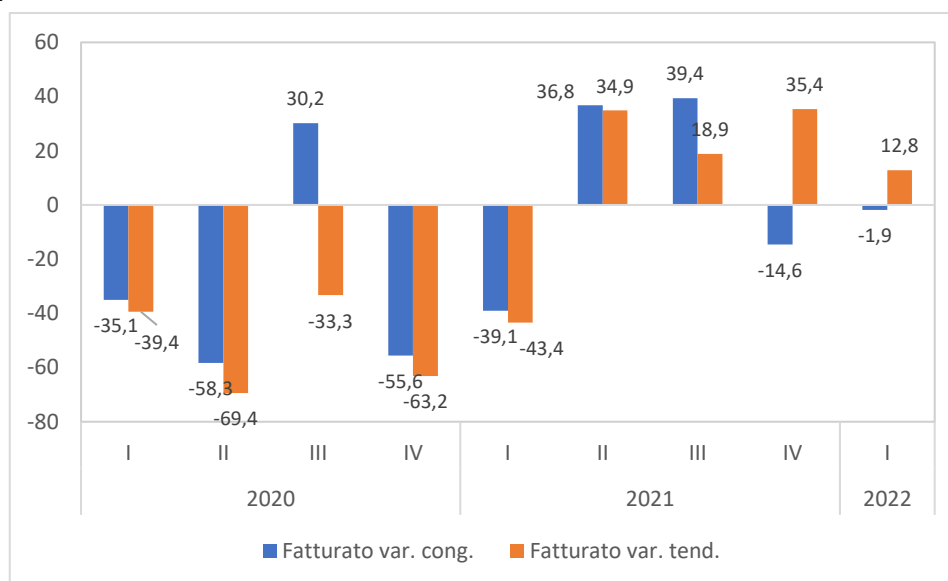
www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

diffusione dei contagi, con i primi mesi del 2021 caratterizzati da una forte espansione del virus e da misure restrittive che interessavano molte attività legate al turismo e al tempo libero.

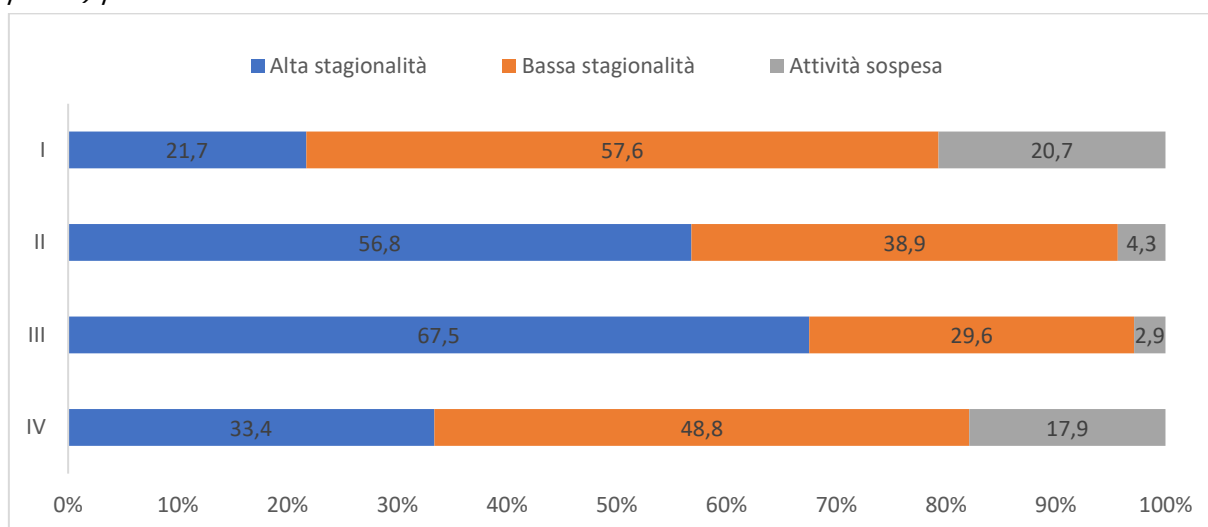
Veneto. Andamento del fatturato nelle imprese del settore turistico (variazione % congiunturale e tendenziale). I trimestre 2020 – I trimestre 2022



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Nell'analizzare questi trend è importante tuttavia evidenziare che in Veneto i primi tre mesi dell'anno sono caratterizzati in condizioni normali (non Covid) da **bassa stagionalità** turistica. La presente indagine ha riguardato l'analisi dell'andamento economico dei servizi turistici nei mesi **gennaio, febbraio e marzo 2022**, periodo nel quale, **il 57,6% delle imprese turistiche** intervistate ha dichiarato di essere in un trimestre a bassa stagionalità. Per il 21,7% delle imprese turistiche invece la prima parte dell'anno risulta ad alta stagionalità, mentre per il 20,7% l'attività è sospesa. I successivi tre mesi (aprile-giugno 2022) risulterebbero invece un periodo di alta stagionalità per una consistente quota di imprese (56,8%) e per il 38,9% di bassa stagionalità.

Veneto. Imprese turistiche che in condizioni non Covid risentono di effetti di stagionalità (quota % imprese) per trimestre dell'anno. I trimestre 2022



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Clima congiunturale ancora faticoso: nel periodo gennaio-marzo 2022 il fatturato risulta in diminuzione per quasi la metà (46,4%) delle imprese turistiche rispetto a fine 2021, fatta eccezione per le attività dei servizi turistici

L'analisi della **distribuzione dei giudizi** rilasciati dalle imprese turistiche, sull'andamento di fatturato e prezzi di vendita rispetto al trimestre precedente, fornisce conferme e ulteriori dettagli a questo quadro. Infatti, quasi la metà delle imprese venete intervistate (**46,4%**) ha dichiarato una diminuzione del fatturato nel primo trimestre 2022, contro l'18,9% di giudizi di stazionarietà e il 34,6% di aumento. Questi risultati "risentono" del confronto con un periodo autunnale/invernale 2021, caratterizzato ancora da un irrigidimento delle misure anti-pandemiche dovuto ad una situazione di diffusione del Covid più allarmante. I giudizi del trimestre in esame appaiono **sottotono** anche se in leggero miglioramento rispetto al quarto trimestre 2021, ma decisamente migliori rispetto al primo trimestre del 2021 (quando la situazione di crescita del fatturato riguardava solo l'8,9% delle imprese intervistate, e ben il 74,4% ne accusava una flessione).

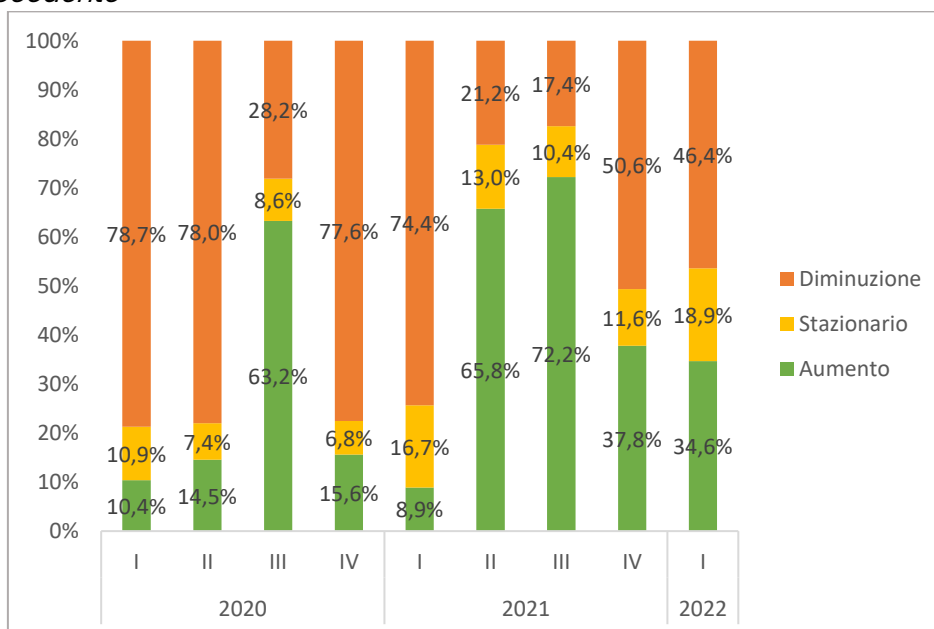


www.veneto.eu



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 2022, rispetto al trimestre precedente



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Rispetto a questa fotografia d'insieme restano delle differenze. Nelle **attività dei servizi turistici** (agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse) solo il 34,8% delle imprese ha dichiarato fatturato in diminuzione, con i giudizi di aumento al 51,3% e di stazionarietà al 13,9%. Al contrario, nel primo trimestre 2022, le quote di giudizi per la ristorazione mostrano una flessione del fatturato per il 48,4% delle imprese, a fronte di una quota del 35% di imprese che segnala fatturato in crescita. Stazionaria, invece la situazione per gli alberghi: la quota di giudizi si distribuisce quasi uniformemente, con il 30,2% che dichiara un aumento, il 31,3% una situazione di stazionarietà e il 38,5% invece una flessione del fatturato.

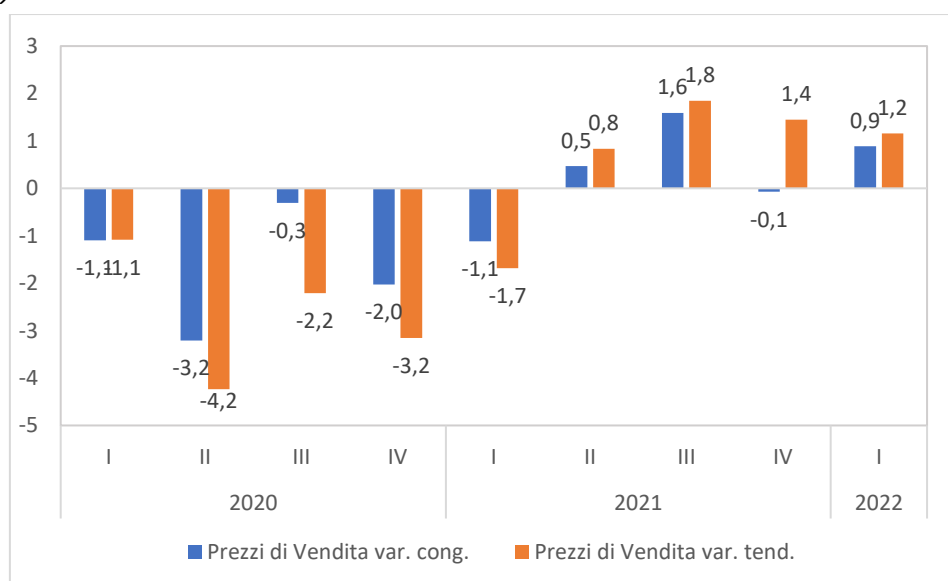
Guardando alla **dimensione** i giudizi sono allineati con una quota di positività che è solo leggermente migliore per le grandi imprese (50,2%) rispetto alle medie (39,8%) e alle piccole imprese (33%). Analizzando i diversi **territori** invece non emergono sostanziali differenze, fatta eccezione per la provincia di Belluno, dove

i giudizi pendono verso un incremento del fatturato rispetto al trimestre precedente, complice l'andamento soddisfacente della stagione sciistica.

Prezzi di vendita in crescita anche nei primi tre mesi del 2022

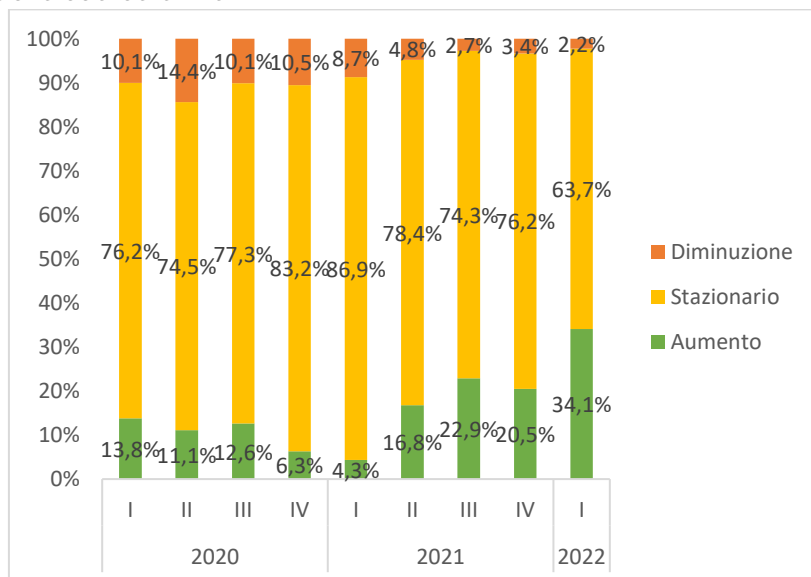
Per quanto riguarda i **prezzi di vendita** del comparto turistico sono risultati in crescita anche nei primi mesi del 2022: +1,2% su base tendenziale. Nel 2020 si era registrata una contrazione media annua dell'indicatore del -2,7%, e nel 2021 un incremento medio annuo del +0,6%. Come nei trimestri precedenti, nella prima parte del 2022 **per la maggior parte delle imprese turistiche del Veneto** (63,7%) si evidenzia **una situazione di stazionarietà dei prezzi**. Tale aumento è confermato dal fatto che sale al 34,1% (dal 20,5% del trimestre precedente) la quota di imprese che ne dichiara un aumento e scende al 2,2% la quota che ne dichiara una diminuzione (era 3,4% nel trimestre precedente). Anche su base congiunturale la variazione dell'indicatore risulta in lieve aumento (+0,9%).

Veneto. Andamento dei prezzi di vendita nei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale). I trimestre 2020 – I trimestre 2022



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 2022, rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno



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 2022

	Fatturato		Prezzi di Vendita	
	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale
Alberghi	-1,4	8,5	0,3	0,4
Ristoranti	-3,5	27,3	2,8	3,8
Attività servizi turistici	2,2	57,6	4,6	6,0
Belluno	10,7	53,2	1,5	2,2
Padova	-12,1	40,0	0,9	3,2
Rovigo	3,4	33,0	2,6	4,3
Treviso	-6,8	40,7	2,7	3,3
Venezia	-5,0	78,0	2,6	3,4
Verona	-19,9	25,0	2,1	3,3
Vicenza	0,3	1,4	0,5	0,5
2-9 addetti	-4,9	36,9	1,8	2,7
10-49 addetti	-10,5	53,7	1,6	2,6
50 addetti e più	-0,8	7,1	0,7	0,9
Totale	-1,9	12,8	0,9	1,2

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 I trimestre 2022, rispetto al trimestre precedente, per settore, provincia e dimensione

Giudizi Congiunturali	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	30,2%	31,3%	38,5%	25,9%	63,8%	10,3%
Ristoranti	35,0%	16,6%	48,4%	29,0%	69,3%	1,7%
Attività servizi turistici	51,3%	13,9%	34,8%	39,7%	57,6%	2,7%
Belluno	48,1%	19,4%	32,5%	22,8%	75,0%	2,2%
Padova	34,3%	21,0%	44,7%	29,7%	67,1%	3,2%
Rovigo	38,5%	19,2%	42,3%	38,8%	60,2%	1,0%
Treviso	34,4%	11,1%	54,5%	32,6%	65,2%	2,2%
Venezia	32,0%	27,1%	40,9%	23,0%	73,4%	3,7%
Verona	34,1%	15,0%	50,8%	25,2%	70,5%	4,3%
Vicenza	34,5%	12,5%	53,0%	41,3%	56,9%	1,8%
2-9 addetti	33,0%	20,1%	46,9%	27,9%	69,2%	2,9%
10-49 addetti	39,8%	14,4%	45,8%	30,5%	65,1%	4,4%
50 addetti e più	50,2%	12,9%	36,9%	46,1%	53,9%	0,0%
Totale	34,6%	18,9%	46,4%	28,8%	68,1%	3,1%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Prospettive positive e in netto miglioramento rispetto al 2021: due terzi delle imprese turistiche prevede incrementi di fatturato per la stagione primaverile

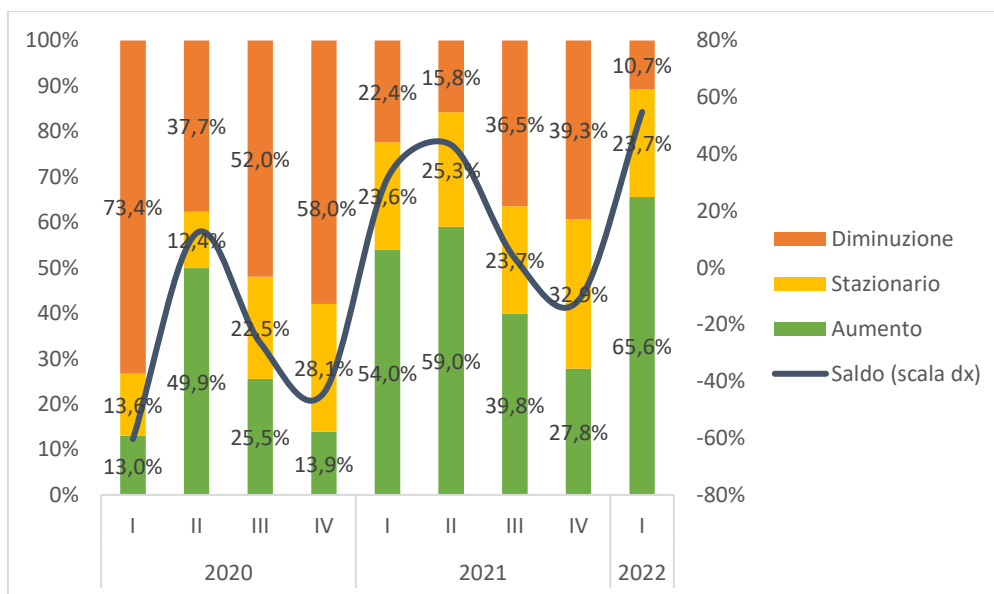
Le prospettive per i mesi primaverili sono positive. Subito dopo lo scoppio della guerra in Ucraina si era temuto per una nuova frenata. Ma dopo un breve periodo di incertezza nelle prenotazioni si è tornati a una situazione positiva grazie alla forza del turismo di prossimità europeo. Secondo le previsioni rilevate dall'indagine congiunturale, il secondo trimestre 2022 dovrebbe presentarsi come un'altra fase di ripartenza per il comparto turistico: l'abolizione dello stato di emergenza e l'abbassamento dei contagi rappresentano una grossa spinta verso una ripresa per l'intero comparto. In Veneto, infatti, la quota degli imprenditori che ipotizza un aumento del fatturato **per aprile-giugno 2022 è salita significativamente** rispetto alle previsioni di fine 2021 (65,6% vs 30%), i giudizi di stazionarietà interessano invece il 23,7% delle imprese, mentre solamente il 10,7% prevede una diminuzione (era del 39,3% nel trimestre

precedente). Si assiste dunque ad un incoraggiante aumento del saldo tra giudizi positivi e negativi, con livelli di ottimismo che superano quelli registrati nelle altre rilevazioni congiunturali del 2021.

Rispetto a queste attese, risultano ottimisti soprattutto coloro che svolgono **attività dei servizi turistici**, dove l'80,5% degli intervistati prevede un aumento del fatturato, mentre solo l'8,3% ne prevede una diminuzione. Gli **albergatori** e i **ristoratori** risultano più cauti: le quote positive si attestano rispettivamente a 69% e 64,4%.

Le aspettative sui **prezzi di vendita** per il secondo trimestre 2022 vedono diminuire la quota di imprese che ne dichiara una diminuzione (2,1%, contro il 4,3% dell'ultimo trimestre 2021), mentre il 60,8% delle imprese si attende la stazionarietà.

Veneto. Previsioni sul fatturato delle imprese turistiche per il trimestre successivo (quota % imprese). I trimestre 2020 – I trimestre 2022



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Previsioni sul fatturato e prezzi di vendita nelle imprese turistiche (quota % imprese) per settore, provincia e dimensione. I trimestre 2022

Previsioni	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	69,0%	21,9%	9,1%	49,4%	47,6%	3,0%
Ristoranti	64,4%	24,4%	11,1%	34,3%	63,8%	1,9%
Attività servizi turistici	80,5%	11,2%	8,3%	46,0%	49,3%	4,7%
Belluno	46,8%	25,0%	28,2%	26,1%	69,2%	4,7%
Padova	57,9%	28,7%	13,4%	39,4%	59,2%	1,4%
Rovigo	67,2%	25,5%	7,4%	35,5%	61,6%	2,9%
Treviso	62,7%	26,5%	10,8%	36,1%	60,3%	3,6%
Venezia	72,0%	20,8%	7,2%	39,9%	59,2%	0,9%
Verona	70,0%	19,8%	10,2%	35,5%	61,4%	3,0%
Vicenza	64,7%	25,8%	9,5%	36,7%	62,1%	1,2%
2-9 addetti	62,5%	26,4%	11,1%	33,3%	64,3%	2,4%
10-49 addetti	77,2%	13,5%	9,3%	49,1%	49,9%	1,1%
50 addetti e più	82,1%	8,9%	9,0%	68,6%	31,4%	0,0%
Totale	65,6%	23,7%	10,7%	37,1%	60,8%	2,1%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Va sottolineato che questi giudizi sono stati raccolti **tra la metà di aprile e la metà di maggio 2022** e questo permette di inquadrare le risposte delle imprese all'interno del complicato contesto economico generale. Da un lato, infatti, gli imprenditori hanno risposto consapevoli delle dinamiche in atto con, da un lato l'abolizione dello stato di emergenza, dall'altro lato sintomi meno pesanti grazie ai vaccini e l'abbassamento della forza del virus. Ciò nonostante, la pandemia, i rincari energetici e le tensioni geopolitiche fra Russia e Ucraina potrebbero causare un rapido peggioramento degli scenari.

Il 27% delle imprese turistiche vende i propri prodotti attraverso internet, l'alberghiero il comparto più digitalizzato

Come per i trimestri precedenti le imprese turistiche venete confermano di essere **ancora distanti da un vero e proprio processo di digitalizzazione**: solo poco più di un quarto (27%) del campione intervistato afferma di vendere i propri servizi



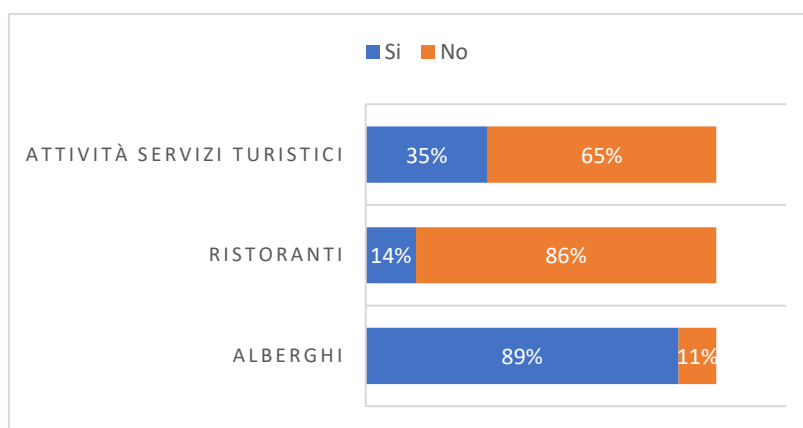
www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

anche attraverso internet (ad esempio sito web, booking, Airbnb, deliveroo, just eat, ecc.), mentre 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 35% e il 14% vendono attraverso internet).

Veneto. Imprese turistiche che vendono o meno i propri servizi anche attraverso internet (quota % imprese) per settore. I trimestre 2022



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Nel trimestre gennaio-marzo 2022 la **quota percentuale del fatturato che deriva dalla vendita attraverso internet** è mediamente pari al 27,9%, valore lievemente superiore rispetto al trimestre precedente (era 24%) ascrivibile, comunque, al periodo di bassa stagionalità. Nel primo trimestre 2022 la parte del fatturato realizzata tramite internet è del 44,4% per i servizi turistici e del 39,2% per gli albergatori, mentre rimane ancora molto bassa per la ristorazione (12,8%).

L'adozione del digitale è risultata utile in un momento complicato come quello che il turismo sta vivendo: si attesta al **22,5%** (leggermente in aumento rispetto al 15% dell'ultimo trimestre del 2021) la quota di imprese che dichiara un aumento del fatturato derivante dalle vendite online. Tale quota risulta pari al 21,7% per i ristoratori, al 22,8% per gli albergatori e 29,3% per i servizi turistici. Inoltre, per questo primo trimestre 2022, permane una situazione di stabilità del fatturato

“digitale” per tutti i comparti. Ma sono i ristoratori che dichiarano che il fatturato derivante dall’on line è diminuito (24%). Il comparto dei servizi turistici è il settore che dichiara una minore diminuzione del fatturato riconducibile alla vendita online (5,1%).

Veneto. Imprese turistiche che hanno aumentato, diminuito o lasciato invariata la quota di vendite attraverso internet per settore, provincia e dimensione. I trimestre 2022

	E-Commerce		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	22,8%	59,9%	17,3%
Ristoranti	21,7%	54,2%	24,0%
Attività servizi turistici	29,3%	65,5%	5,1%
Belluno	35,5%	44,3%	20,2%
Padova	18,0%	53,7%	28,3%
Rovigo	5,8%	55,7%	38,4%
Treviso	28,8%	44,9%	26,2%
Venezia	19,7%	70,1%	10,2%
Verona	21,9%	53,1%	25,0%
Vicenza	24,5%	53,1%	22,5%
2-9 addetti	23,5%	54,9%	21,6%
10-49 addetti	19,1%	64,6%	16,3%
50 addetti e più	28,1%	54,4%	17,5%
Totale	22,5%	57,7%	19,8%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato