

INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI

TERZO TRIMESTRE 2022
Osservatorio del Turismo Regionale Federato
OTRF



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

www.osservatorioturismoveneto.it



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

HIGHLIGHTS: IL TURISMO IN VENETO NEL TERZO TRIMESTRE 2022

- ⇒ I mesi estivi di luglio, agosto e settembre rappresentano un periodo di alta stagionalità per oltre due terzi delle imprese turistiche venete (68,4%), per il 28,5% è di bassa stagione e per solo il 3,1% l'attività è sospesa.
- ⇒ Il turismo del Veneto continua a recuperare terreno nel periodo estivo, turisticamente più promettente viste anche le ottime condizioni meteorologiche, in un contesto però di erosione del potere d'acquisto delle famiglie per l'impennata dell'inflazione e le politiche monetarie più restrittive.
- ⇒ Dopo il marcato balzo del periodo primaverile, il comparto turistico regionale prosegue il 2022 con un bilancio positivo del fatturato estivo: buono il passo congiunturale +21% e il confronto su base tendenziale +17%.
- ⇒ Nell'estate 2022 il fatturato risulta in aumento per il 63% delle imprese turistiche rispetto a primavera, quota che raggiunge l'80% nel settore alberghiero, mentre l'11% dichiara una sostanziale stabilità e il 26% ne accusa una diminuzione.
- ⇒ I prezzi di vendita proseguono il marcato aumento sia su base congiunturale che tendenziale.
- ⇒ Prospettive decisamente più caute rispetto ai primi sei mesi del 2022, con la stessa quota di imprese turistiche venete ottimiste e pessimiste (pari a circa il 38%) per la stagione invernale, il 23,4% si attende un andamento stazionario.
- ⇒ Ferma ad oltre un quarto la quota di imprese turistiche che vende i propri prodotti anche attraverso internet (27%), da cui deriva un terzo del fatturato, anche se il 61% delle imprese dichiara uno stallo dei ricavi derivante dalle vendite online nel trimestre in esame.
- ⇒ La quasi totalità delle imprese riceve prenotazioni tramite contatto diretto, da cui deriva oltre il 68% del fatturato totale.
- ⇒ Il 31% delle imprese turistiche sta puntando sull'utilizzo di prodotti a chilometro zero come investimento per migliorare le performance ambientali dell'impresa, il 24% sul miglioramento dell'efficiamento energetico (luce, infissi, etc.).
- ⇒ Le imprese dichiarano che nella stagione estiva il 43,5% degli ospiti nelle strutture è costituito da turisti abituarini (tornano tutti gli anni, anche più volte nell'anno), mentre il restante 34,3% da turisti che c'erano già stati altre volte e il 33,2% da turisti che vengono in vacanza in Veneto per la prima volta.



Un'estate di netta ripresa per il turismo veneto: il fatturato del comparto prosegue il 2022 con un aumento su base annua del +17%

Un'estate di netta ripresa, anche se purtroppo le attese di inizio stagione sono rimaste disattese e l'aumento dei costi energetici ha ridotto drasticamente i margini delle attività turistiche. Per la stagione estiva l'industria del turismo aveva sperato di riallinearsi ai livelli del 2019, ma l'ondata di contagi di fine giugno, il caro carburanti, il caos negli aeroporti e l'impennata dell'inflazione hanno in qualche modo **indebolito la domanda**. Nel terzo trimestre del 2022 infatti il quadro economico internazionale è caratterizzato da un forte rallentamento della domanda, causato da un lato dall'erosione del potere d'acquisto delle famiglie per l'impennata dell'inflazione, dall'altro dalle politiche monetarie più restrittive volte a contrastarla.

Nonostante questo, secondo le ultime stime rilasciate dall'Istat, nel terzo trimestre 2022 l'economia italiana è cresciuta dello 0,5% rispetto ai tre mesi precedenti e del 2,6% in confronto al 2021, con una crescita acquisita per l'intero 2022 pari al 3,9%. A spingere l'economia in questo periodo è soprattutto la **domanda interna**, specie i consumi delle famiglie, e la crescita dei servizi, che registra +0,9%, in particolare nel settore del **turismo**: commercio, trasporto, alloggio e ristorazione, contro il -0,6% dell'industria e il -2% delle costruzioni. Crescono del 1,8% i consumi, oltre il doppio degli investimenti fissi lordi (+0,8%). Il contributo netto della domanda estera netta è invece negativo per 1,3 punti percentuali. Secondo *Federalberghi* l'andamento del terzo trimestre 2022 infonde fiducia, ma **la via del recupero è ancora lunga**. Nei primi nove mesi dell'anno il tasso di occupazione delle camere (-8,9%), i voli internazionali (-24,5%) e il tax free shopping (-45%) sono infatti ancora inferiori ai livelli del 2019. Anche per quanto riguarda il Veneto il terzo trimestre dell'anno si è collocato su questa linea evolutiva, anzi l'indice di crescita stimato a livello regionale, del +3,8% secondo *Prometeia* per il 2022, è superiore a quello nazionale stimato al +3,4%.



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

Dal punto di vista occupazionale, il 2022 è stato finora caratterizzato dai primi cinque mesi in cui è proseguito il rimbalzo iniziato nel 2021, per poi mostrare un lieve e progressivo ridimensionamento della **domanda di lavoro** anche se con un settore turistico che ben ha approfittato di flussi crescenti provenienti anche dall'estero e di una stagione estiva eccezionalmente prolungata. Secondo i dati sull'occupazione di *Veneto Lavoro*, il terzo trimestre si è presentato come un periodo ancora trainato da andamenti positivi, con un mercato del lavoro vivace e la prevalenza dei fenomeni di stabilizzazione di rapporti di lavoro, nonostante il saldo negativo delle posizioni di lavoro, consueto nel periodo luglio-settembre. Il bilancio occupazionale del terziario nel terzo trimestre del 2022 è risultato di -19.800 posti di lavoro, quando era stato di -20.300 nel 2019; tale saldo è per tre quarti imputabile al turismo e tempo libero (-14.600).

Il trimestre estivo ha segnato il **ritorno alla normalità delle vacanze estive** e un importante consolidamento della crescita dei flussi turistici: **nei primi otto mesi del 2022 il comparto è ripartito e guarda con ottimismo alla chiusura d'anno** nell'ottica di un progressivo avvicinamento ai numeri che si registravano nel 2019: termine di confronto reale, poiché ultimo anno pre-pandemico e stagione in cui il Veneto ha raggiunto il suo record storico in termini di arrivi e presenze turistiche. Gli ultimi dati disponibili, forniti dall'*Ufficio di Statistica della Regione del Veneto*, relativi ai primi otto mesi del 2022 indicano una sana ripresa del comparto rispetto allo stesso periodo del 2021, segno che il Covid e il caro prezzi non spaventano del tutto i viaggiatori. La percentuale di turisti italiani sta tornando alle cifre del 2019 (-0,5%), mentre quella degli stranieri sta recuperando più lentamente, attestandosi a fine agosto a -19,4%. Tutti i mercati esteri dimostrano interesse per la destinazione veneta e diversi mostrano un segno positivo, anche rispetto al passato, a cominciare dai tedeschi (+5,1% degli arrivi rispetto ai primi 8 mesi del 2019), ma anche austriaci (+4,8%), svizzeri (+6,1%), olandesi (+7,3%), belgi (+3,8%). Il trimestre estivo giugno-agosto può essere paragonato al medesimo trimestre del 2019, con la Costa Veneta a fare da traino con oltre 19 milioni di presenze, pari al 52,4% del totale. Con un -5,1%



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

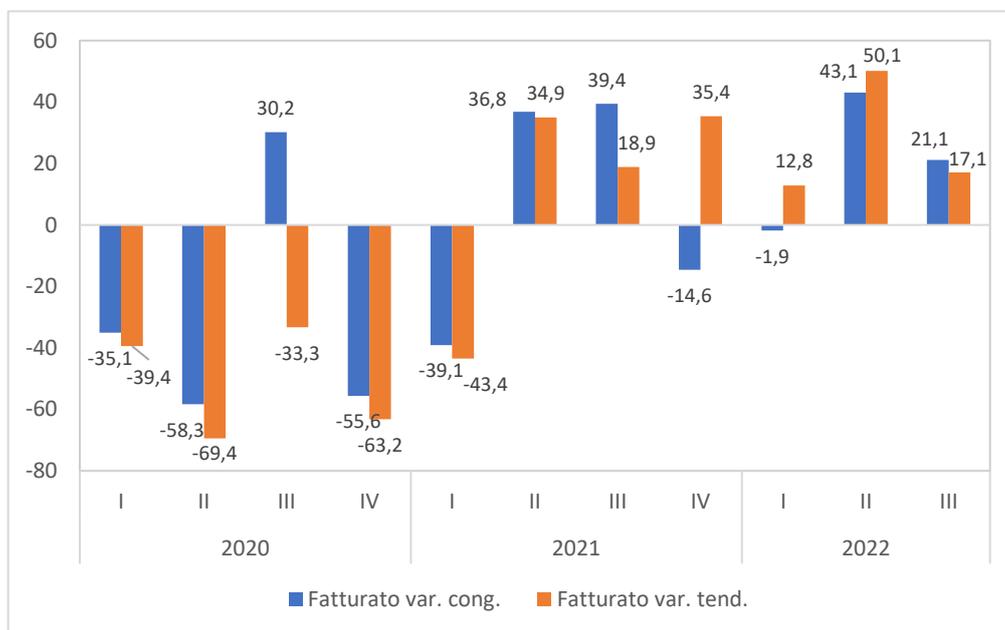
negli arrivi e un -4% nelle presenze in questo periodo **si sta ritornando ai flussi turistici pre-covid**, tenendo conto che il 2019 è stato l'anno record. I primi segnali incoraggianti si sono avuti ad aprile, con una tendenza di crescita che si è confermata poi nei mesi estivi, con punte massime in luglio, mese in cui la destinazione Veneto ha realmente sfiorato le cifre del 2019, così come agosto 2022 ha registrato un +4,5% di arrivi rispetto ad agosto 2021.

Le dinamiche del comparto turistico del Veneto vengono continuamente monitorate anche dall'**indagine trimestrale sulle imprese dei servizi turistici**, finalizzata a rilevare le variazioni economiche dei principali indicatori congiunturali del settore¹. Per il terzo trimestre 2022 il campione regionale, stratificato per provincia e settore, è composto da oltre **1.800 imprese rispondenti** (su oltre 34 mila contatti), a cui fanno riferimento **17 mila addetti** ed un fatturato complessivo di oltre **900 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 ottobre – 11 novembre 2022 dalla società di rilevazione Demetra opinioni.net Srl mediante utilizzo del sistema CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) e CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

Secondo l'indagine congiunturale, in Veneto, fra luglio e settembre 2022, il **fatturato delle attività turistiche**, dopo la forte crescita congiunturale del trimestre primaverile (+43,1%), **è aumentato del +21,1% rispetto al trimestre precedente**.

¹ 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.

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



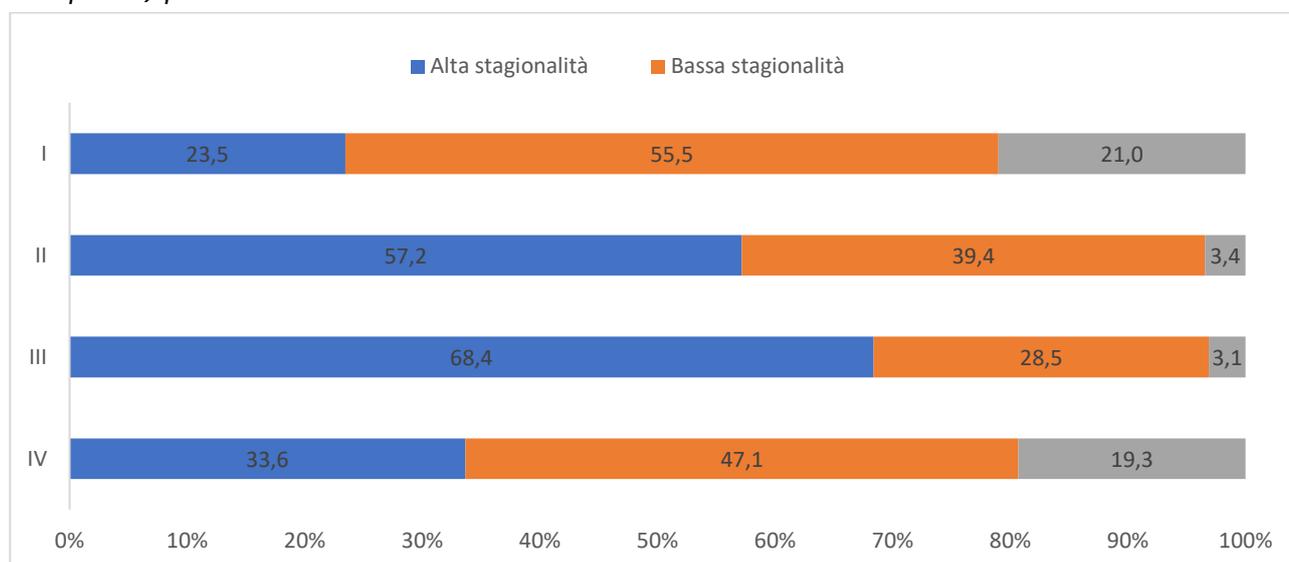
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

L'analisi della variazione congiunturale del fatturato per **settore** (significativa con i dati regionali del campione) registra un incremento maggiore per il comparto alberghiero (+33,6%) e dei servizi turistici (+20,5%), meno per la ristorazione (+13,1%). Rispetto allo stesso trimestre 2021 il fatturato del comparto turistico riporta invece una **variazione tendenziale** del **+17,1%**, in decelerazione rispetto al picco del trimestre precedente (+50%), ma in linea con quella registrata nel terzo trimestre del 2021 (+18,9%).

Nell'analizzare queste tendenze è importante evidenziare che in Veneto i mesi estivi dell'anno sono caratterizzati in condizioni normali (non Covid) da **alta stagionalità** turistica. La presente indagine ha riguardato l'analisi dell'andamento economico dei servizi turistici nei mesi **luglio, agosto e settembre 2022**, periodo nel quale, ben **il 68,4% delle imprese turistiche** intervistate ha dichiarato di essere in un trimestre ad alta stagionalità. Per il 28,5% delle imprese turistiche invece il terzo trimestre dell'anno risulta a bassa

stagionalità, mentre solo per il 3,1% l'attività è sospesa. I successivi tre mesi invernali (ottobre-dicembre 2022) risultano un periodo di alta stagionalità per un terzo delle imprese (33,6%), mentre per il 47,1% di bassa stagionalità e per il 19,3% l'attività è sospesa.

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Prosegue il buon clima congiunturale: nel periodo luglio-settembre 2022 il fatturato risulta in aumento per quasi due terzi delle imprese turistiche rispetto al trimestre primaverile, in particolar modo per il comparto alberghiero

Nonostante le diverse difficoltà economiche, il comparto turistico è riuscito a mantenersi ad un buon regime anche nella stagione estiva. L'analisi della **distribuzione dei giudizi** rilasciati dalle imprese turistiche, sull'andamento di fatturato e prezzi di vendita rispetto al trimestre precedente, fornisce conferme ed ulteriori dettagli a questo quadro. Infatti, in linea con il trimestre precedente, mediamente in Veneto il **63% delle imprese intervistate è interessato da un aumento del fatturato** nel terzo trimestre 2022 rispetto al secondo, l'11,4%



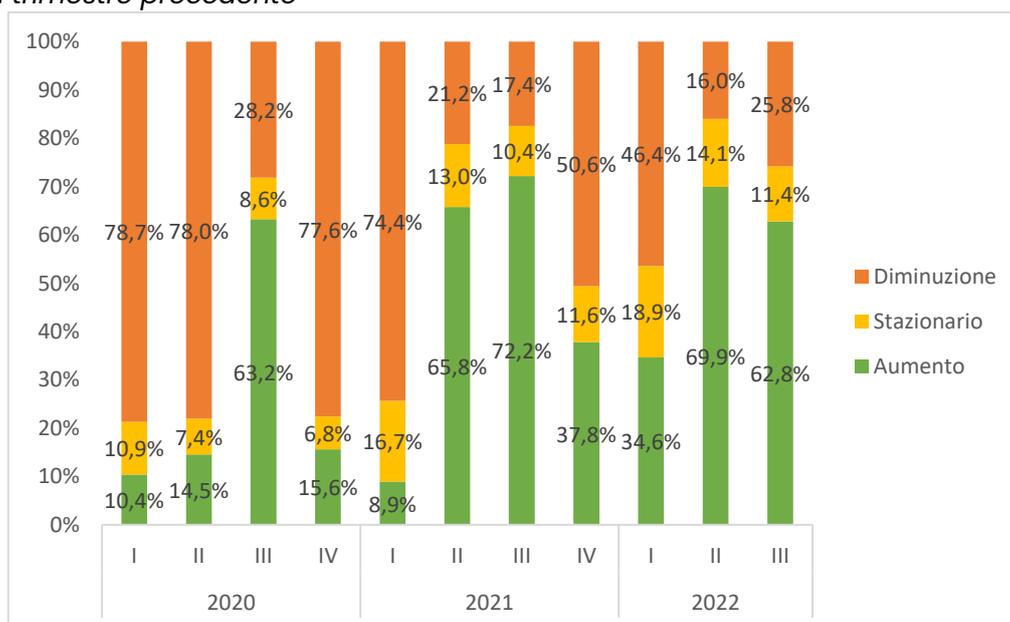
www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

dichiara una sostanziale stazionarietà e il 25,8%, invece, accusa una sua diminuzione. Tale andamento è in leggero rallentamento, rispetto al terzo trimestre dell'anno precedente (quando ben il 72,2% delle imprese dichiarava fatturato in aumento e il 17,4% in diminuzione). Il saldo dei giudizi ex post permane dunque positivo ma ponderato, sostenuto in particolare da variazioni congiunturali del fatturato che risultano sopra il dato medio regionale per le **attività alberghiere** (+33,6%). Nel terzo trimestre 2022, le quote di giudizi per la ristorazione mostrano un aumento del fatturato per il 59% delle imprese, a fronte di una quota del 29,3% di imprese che segnala un fatturato in diminuzione e di un 11,7% che indica stazionarietà. Per i **servizi turistici** (agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse) la quota di giudizi positivi è del 71,4%, mentre il 19% dichiara una situazione di stazionarietà e il 9,6% invece una flessione del fatturato. Guardando alla **dimensione** i giudizi sono allineati con una quota di positività che è maggiore per le medie imprese (72%), rispetto alle grandi (49,7%) e alle piccole (61,2%).

Veneto. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese turistiche relativi all'andamento del fatturato dal I trimestre 2020 al III trimestre 2022, rispetto al trimestre precedente



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



www.veneto.eu



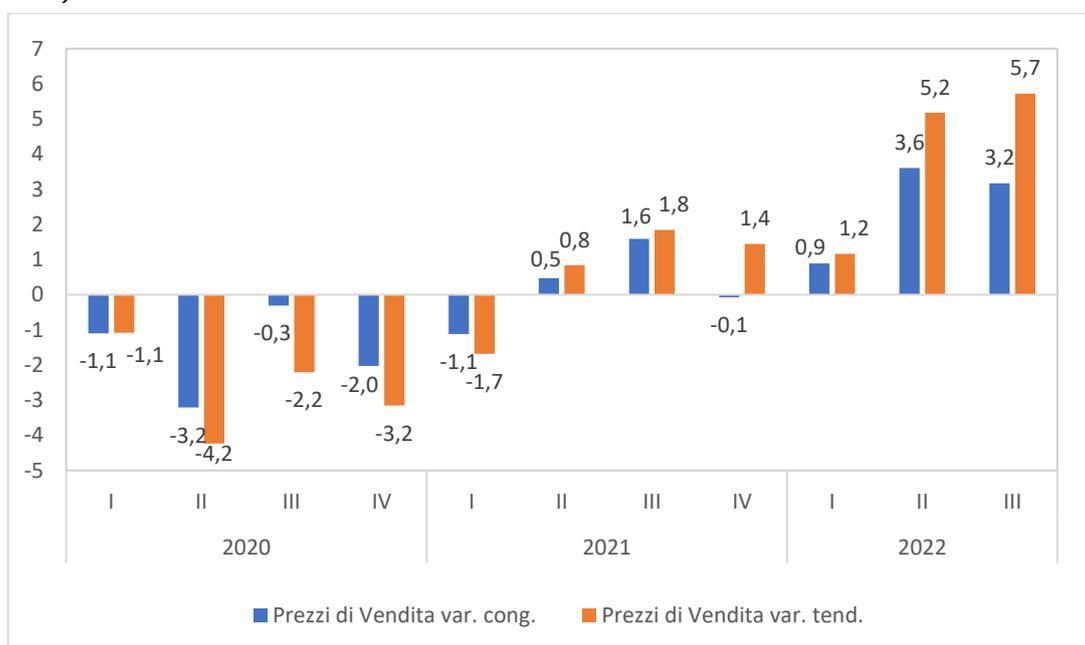
UNIONCAMERE
 VENETO

www.osservatorioturismoveneto.it

Prezzi di vendita in crescita anche nel terzo trimestre 2022

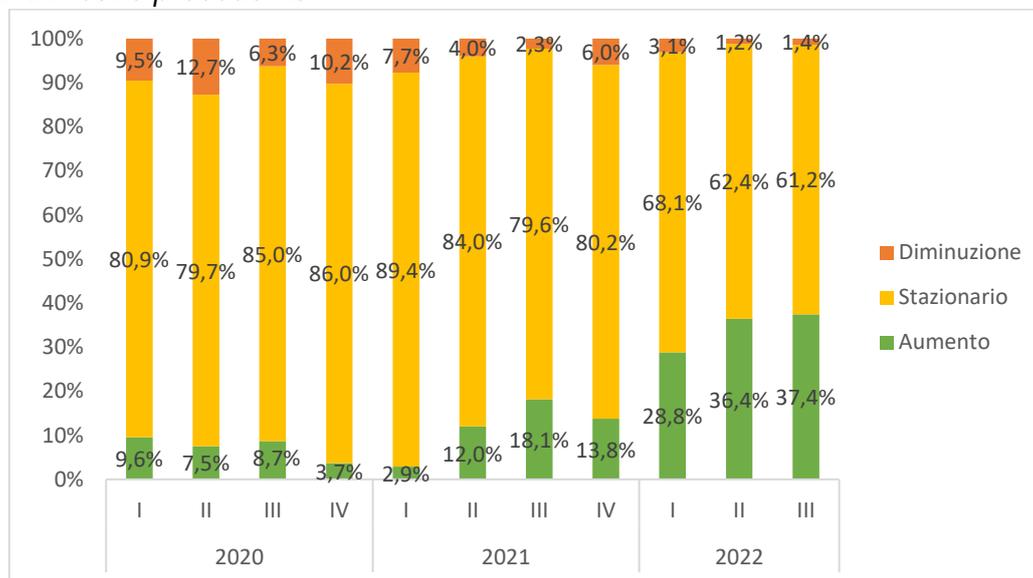
I **prezzi di vendita** del comparto turistico sono risultati in crescita anche nel terzo trimestre del 2022: +5,7% su base tendenziale, in linea con il forte rialzo registrato nel secondo trimestre (+5,2%). Stesso andamento anche la variazione su base congiunturale: l'indicatore risulta in aumento (+3,2%), come la crescita marcata del trimestre primaverile (+3,6%). In scia all'andamento dei trimestri precedenti, nel terzo trimestre del 2022 **per la maggior parte delle imprese turistiche del Veneto** (61,1%) viene percepita **una certa stazionarietà dei prezzi rispetto al primo periodo dell'anno**. Tale aumento è confermato dal fatto che continua a salire (al 37,4%) la quota di imprese che ne dichiara un aumento e diminuisce la quota che ne dichiara una diminuzione 1,4%.

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

	Fatturato		Prezzi di Vendita	
	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale
Alberghi	33,6	23,1	5,1	8,1
Ristoranti	13,1	12,7	2,3	4,5
Attività servizi turistici	20,5	44,8	5,5	6,3
Belluno	29,8	11,3	1,6	3,8
Padova	2,0	13,0	3,6	4,8
Rovigo	25,3	10,1	2,3	4,2
Treviso	8,9	17,6	2,5	4,0
Venezia	35,0	23,3	4,4	8,7
Verona	15,9	15,3	2,3	3,2
Vicenza	13,2	10,4	3,2	7,5
2-9 addetti	16,7	13,8	3,3	4,2
10-49 addetti	20,2	19,9	5,0	6,4
50 addetti e più	26,3	17,3	1,2	6,4
Totale	21,1	17,1	3,2	5,7

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

Giudizi Congiunturali	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	80,1%	10,0%	9,9%	56,0%	40,6%	3,4%
Ristoranti	59,0%	11,7%	29,3%	33,3%	65,6%	1,1%
Attività servizi turistici	71,4%	9,6%	19,0%	46,8%	53,2%	0,0%
Belluno	71,4%	16,1%	12,6%	36,4%	63,6%	0,0%
Padova	52,3%	12,9%	34,8%	45,5%	53,4%	1,1%
Rovigo	60,7%	11,6%	27,7%	32,1%	64,2%	3,7%
Treviso	59,6%	11,2%	29,2%	31,3%	66,4%	2,3%
Venezia	68,7%	11,3%	20,0%	36,0%	62,8%	1,2%
Verona	64,8%	10,6%	24,6%	36,5%	62,2%	1,3%
Vicenza	58,8%	9,3%	31,9%	41,4%	57,5%	1,1%
2-9 addetti	61,2%	12,4%	26,4%	35,4%	63,3%	1,3%
10-49 addetti	72,0%	7,8%	20,1%	45,1%	53,5%	1,4%
50 addetti e più	49,7%	4,4%	45,9%	47,4%	49,4%	3,1%
Totale	62,8%	11,4%	25,8%	37,4%	61,2%	1,4%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

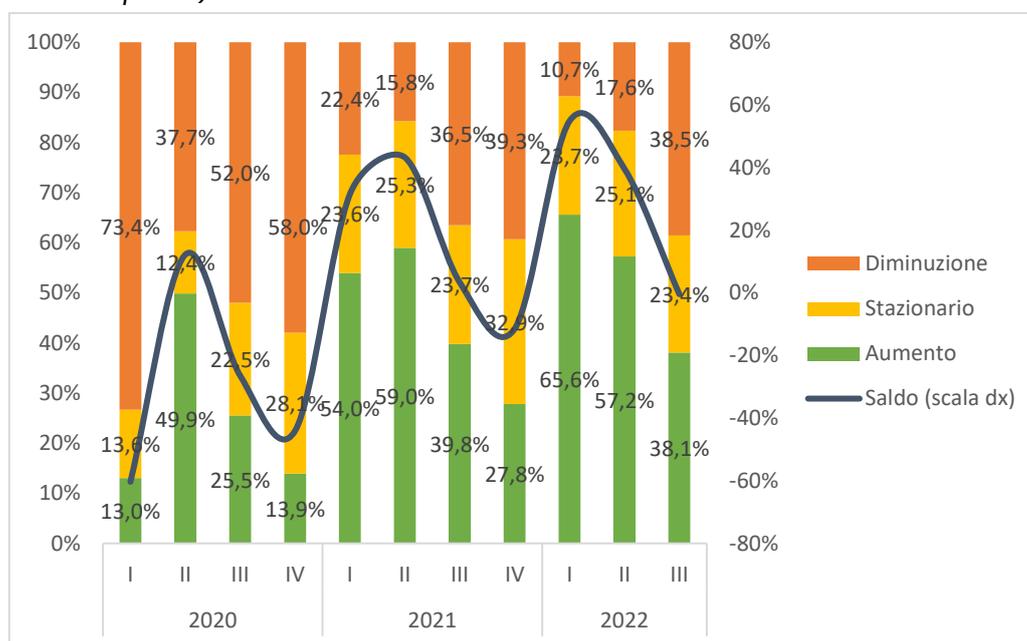
Prospettive decisamente caute e al palo sul fatturato della stagione invernale: aumenta la quota di pessimisti e diminuisce quella degli ottimisti e il saldo si azzerava

Le previsioni per il fatturato del quarto trimestre 2022 sono a prima vista inattese, poiché **il saldo fra giudizi positivi e negativi è pur di poco a sfavore dei primi e quasi si azzerava**. Infatti, per l'indicatore la quota di imprenditori veneti (il 38,1%) che confida in un trimestre invernale di crescita si affianca ad un altrettanto 38,5% di imprenditori che opta per la diminuzione e il 23,4% per la stazionarietà. Lo scenario è in linea con lo stesso trimestre dell'anno precedente ma si discosta dai primi due trimestri dell'anno in cui la tendenza generale mostrava una prevalenza di giudizi positivi (oltre la metà delle imprese), quasi un quarto di stazionarietà e il restante di diminuzione.

Rispetto a queste attese, risultano ottimisti soprattutto coloro che svolgono **attività di ristorazione**, dove il 42,4% degli intervistati prevede un aumento del fatturato, mentre il 33,9% prevede una diminuzione. Gli **albergatori** e i **servizi turistici** risultano invece più cauti: le quote positive si attestano rispettivamente al 18,8% e 25,7%.

Le aspettative sui **prezzi di vendita** per il quarto trimestre 2022 vedono aumentare la quota di imprese che ne dichiara una diminuzione (7,3%, contro il 2,7% del secondo trimestre 2022), mentre rimane stabile la quota delle imprese che si attende una certa stazionarietà (64,2% rispetto al 65,1% del trimestre precedente).

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Previsioni sul fatturato e sui prezzi di vendita delle imprese turistiche (quota % imprese) per il trimestre successivo (IV trimestre 2022), per settore, provincia e dimensione

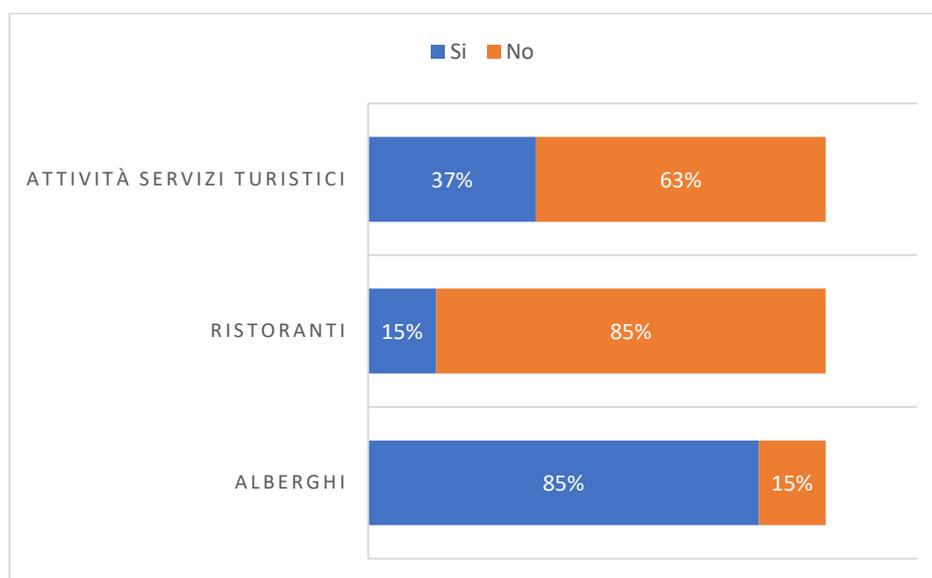
Previsioni	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	18,8%	23,7%	57,5%	18,0%	49,4%	32,7%
Ristoranti	42,4%	23,6%	33,9%	30,2%	67,7%	2,1%
Attività servizi turistici	25,7%	16,1%	58,3%	39,0%	51,9%	9,1%
Belluno	24,7%	26,2%	49,1%	24,6%	69,4%	6,0%
Padova	54,4%	20,7%	24,8%	44,6%	50,8%	4,6%
Rovigo	36,1%	19,2%	44,7%	34,1%	60,7%	5,3%
Treviso	45,7%	28,5%	25,8%	26,4%	69,7%	3,9%
Venezia	28,4%	24,3%	47,3%	19,1%	68,2%	12,7%
Verona	33,9%	22,7%	43,4%	24,4%	67,8%	7,8%
Vicenza	44,7%	20,3%	35,1%	38,3%	58,7%	3,0%
2-9 addetti	37,8%	24,7%	37,6%	27,9%	65,8%	6,3%
10-49 addetti	38,0%	19,1%	42,9%	31,2%	57,5%	11,3%
50 addetti e più	46,4%	15,7%	37,9%	25,5%	62,3%	12,2%
Totale	38,1%	23,4%	38,5%	28,4%	64,2%	7,3%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

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

Come per tutti i trimestri precedenti oltre un quarto delle imprese turistiche venete del campione (27%) conferma di vendere i propri servizi anche attraverso internet (ad esempio sito web, booking, Airbnb, deliveroo, just eat, ecc.), mentre il restante **73% non utilizza ancora questi strumenti**. Come già evidenziato, anche nel terzo trimestre 2022 il comparto **alberghiero** risulta ben strutturato digitalmente con l'85% delle imprese che vende anche online, mentre le attività dei servizi turistici e il comparto ristorazione risultano meno digitalizzati (rispettivamente solo il 37% e il 15% vendono attraverso internet).

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

In linea con il periodo precedente, anche nel trimestre luglio-settembre 2022 **oltre un terzo del fatturato deriva mediamente dalla vendita attraverso internet** (33,5%) ascrivibile alla ripresa della stagione estiva. Nel terzo trimestre 2022 la parte di fatturato realizzata tramite internet è di ben la metà per gli albergatori, del 29,5% per i servizi turistici mentre rimane ancora molto bassa per la ristorazione (12,9%).

L'adozione del digitale risulta sempre più utile ma rimane in una fase di stallo: **quasi il 61% delle imprese** dichiara una stazionarietà del fatturato derivante dalle vendite online. Tale quota è pari al 68,6% per i ristoranti, al 61,9% per i servizi turistici e al 53,9% per gli alberghi. Inoltre, nel terzo trimestre 2022, si rileva una situazione di aumento del fatturato "digitale" per quasi un quarto delle imprese (23,8%). Ma sono solo gli albergatori che dichiarano che il fatturato derivante dall'on line è aumentato (30,1%).

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

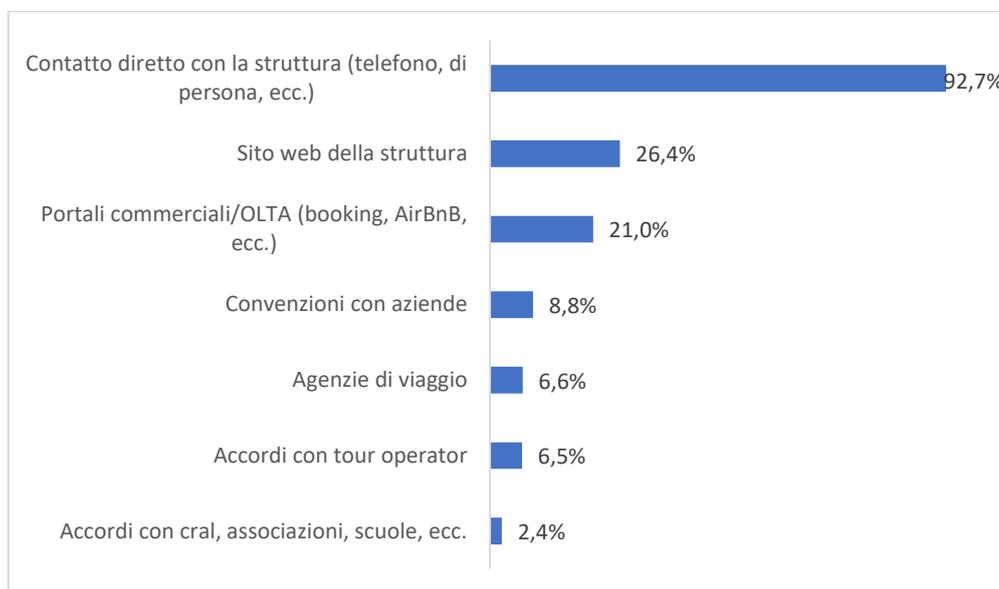
	E-Commerce		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	30,1%	53,9%	16,0%
Ristoranti	16,2%	68,8%	15,0%
Attività servizi turistici	27,3%	61,9%	10,8%
Belluno	38,6%	37,3%	24,1%
Padova	11,9%	73,6%	14,5%
Rovigo	15,8%	72,2%	12,0%
Treviso	24,1%	59,2%	16,7%
Venezia	25,1%	63,4%	11,5%
Verona	24,9%	61,4%	13,7%
Vicenza	22,5%	50,6%	26,9%
2-9 addetti	24,2%	62,2%	13,6%
10-49 addetti	24,2%	57,7%	18,2%
50 addetti e più	18,2%	62,5%	19,3%
Totale	23,8%	60,9%	15,3%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

FOCUS: le prenotazioni dei clienti

In scia alle indagini precedenti, 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 (92,7%) nei mesi estivi 2022 ribadisce che i loro clienti prediligono come modalità di prenotazione il **contatto diretto con la struttura**, tanto che questo sistema pesa per quasi il 70% sul fatturato aziendale totale. In particolare, il contatto diretto è utilizzato soprattutto nel settore ristorazione (il 94% delle imprese lo dichiara modalità principale di prenotazione utilizzata dai loro clienti) e mediamente pesa per oltre il 77% del fatturato complessivo.

Veneto. Quota di imprese turistiche che dichiara principali le seguenti modalità di prenotazione nella sua attività (risposta multipla). III trimestre 2022

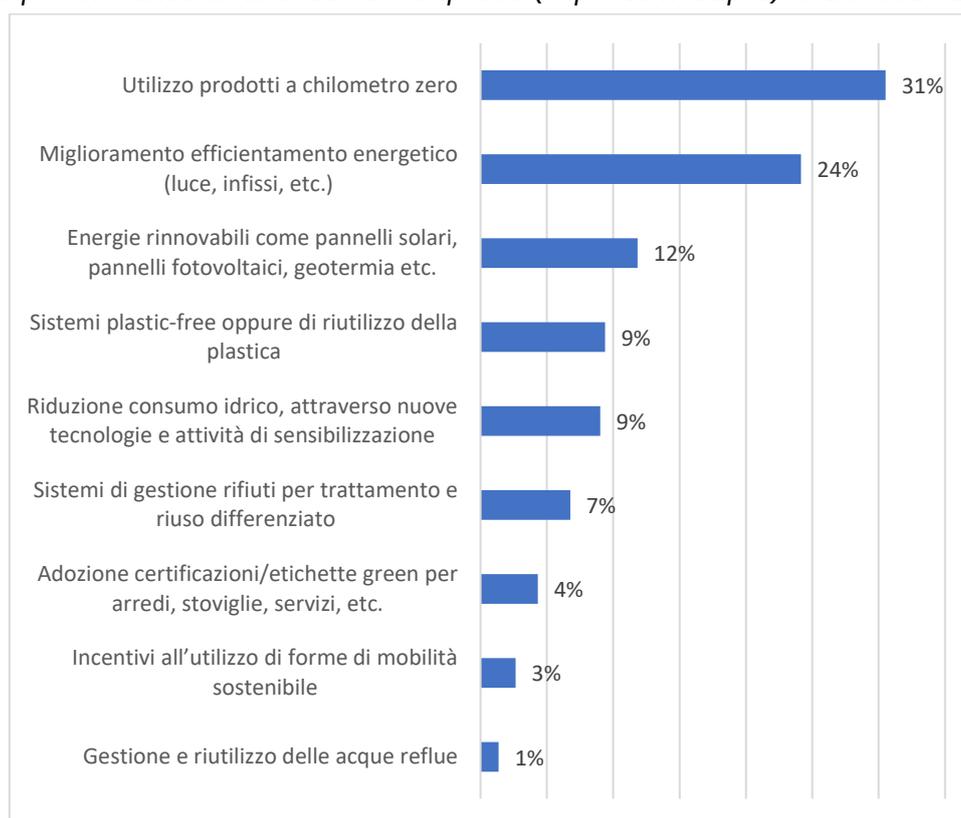


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Il 26,4% delle imprese invece ha affermato di vendere i propri servizi anche tramite il sito web della struttura, modalità che fa guadagnare il 6% del fatturato, e per il 21% anche tramite **portali commerciali/OLTA** (Booking, AirBnB, ecc.), con un peso sul fatturato mediamente pari al 7,6%. Quest'ultima viene vista come modalità principali di prenotazione per il comparto alberghiero, tanto che riguarda oltre l'83% delle imprese e fa guadagnare oltre il 35% del fatturato. Le convenzioni con le aziende (modalità di prenotazione principale per l'8,8% delle imprese turistiche venete), le agenzie di viaggio (6,6%) e gli accordi con i tour operator (6,5%) sono fonte di reddito soprattutto per le attività delle agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse.

Riguardo ai **principali investimenti** effettuati di recente (ultimo anno) o in programmazione nel prossimo anno **per migliorare le performance ambientali dell'impresa**, il 31% delle imprese dichiara che ha puntato sull'**utilizzo di prodotti a chilometro zero**, il 24% sul miglioramento dell'efficiamento energetico (luce, infissi, etc.), il 12% sulle energie rinnovabili come pannelli solari, pannelli fotovoltaici, geotermia etc., mentre il 9% sia sui sistemi plastic-free oppure di riutilizzo della plastica, che sulla riduzione consumo idrico, attraverso nuove tecnologie e attività di sensibilizzazione.

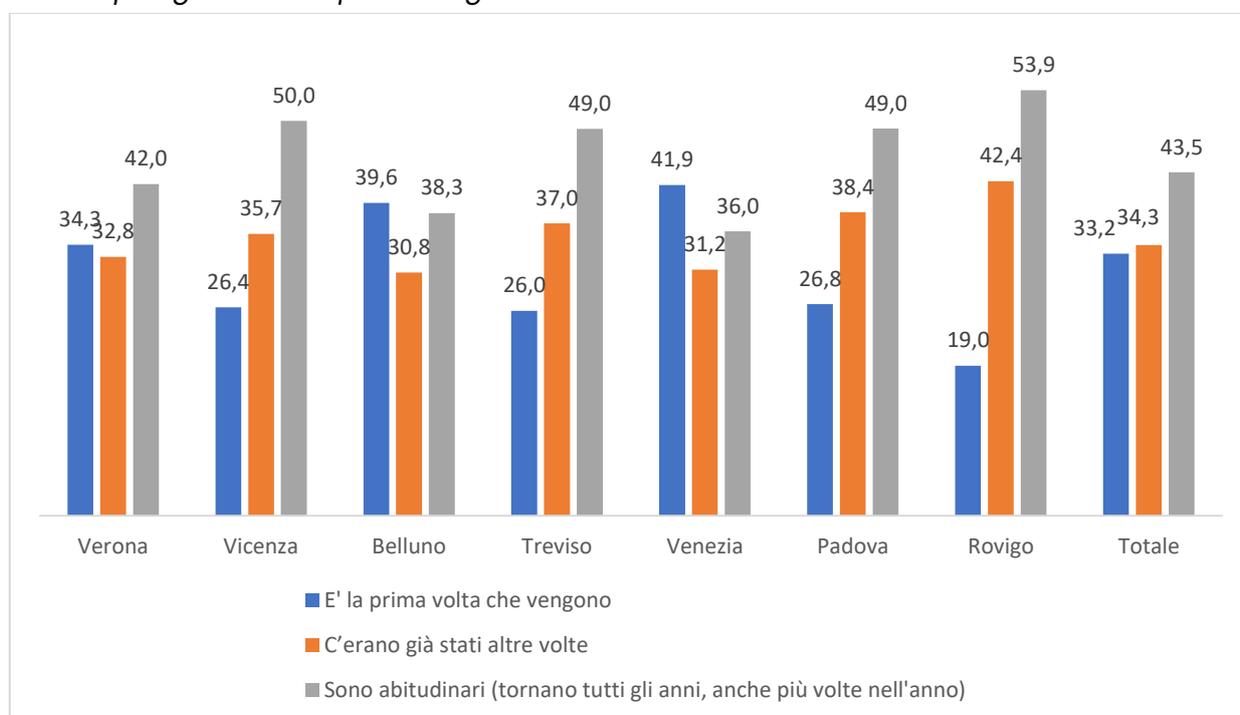
Veneto. Principali investimenti effettuati nell'ultimo anno o programmati nel prossimo anno per migliorare le performance ambientali dell'impresa (risposta multipla). III trimestre 2022



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Infine, con riferimento alla stagione estiva le imprese turistiche intervistate hanno dichiarato che **il 43,5% degli ospiti nelle strutture è costituito da turisti abitudinari** (tornano tutti gli anni, anche più volte nell'anno), mentre il restante 34,3% da turisti che c'erano già stati altre volte e il 33,2% è costituito da turisti che vengono in vacanza in Veneto per la prima volta (in particolar modo per i ristoratori).

Veneto. Tipologia di turisti per la stagione estiva. III trimestre 2022



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato