

Documento prodotto da:
Destination Padova

BUSINESS INTELLIGENCE
6° report prodotto per attività di analisi,
controllo, verifica e monitoraggio
Quadrimestre Settembre - Dicembre 2022



INDICE

LO SCENARIO TURISTICO - QUADRO GENERALE

- **1. LO SCENARIO INTERNAZIONALE**
- 1.1. IL TURISMO NEL MONDO
- 1.2. IL TURISMO IN EUROPA
- 1.3. IL TURISMO IN ITALIA

- **2. LO SCENARIO VENETO**
- 2.1 LA SITUAZIONE IN VENETO
- 2.2. IL TURISMO IN VENETO
- 2.3. IL TURISMO IN VENETO NEL PERIODO GENNAIO-NOVEMBRE 2022
- 2.4. IL TURISMO NEL TERRITORIO DELL'OGD PADOVA NEL PERIODO GENNAIO-NOVEMBRE 2022

REPORTISTICA SETTEMBRE-DICEMBRE 2022

- **3. PERFORMANCE DEL COMPARTO ALBERGHIERO**
- 3.1. PIATTAFORMA ONLINE DI HOSPITALITY DATA INTELLIGENCE
- 3.2. ANALISI DEI FLUSSI TURISTICI
- 3.2.1 ANALISI DEI FLUSSI TURISTICI SETTEMBRE DICEMBRE 2021 VS. 2022

- **4. ATTIVITÀ DI MONITOR E REPORTISTICA DELLA DESTINAZIONE TURISTICA SULLA STAMPA ITALIANA GENERALISTA E DI SETTORE E SU TESTATE GIORNALISTICHE WEB**
- 4.1. REPORT-ANALISI E MONITORAGGIO DELLA PRODUZIONE SU STAMPA E WEB
- 4.2. PUBBLICAZIONI SU TESTATE DI SETTORE

- **5. INFORMAZIONI QUALI-QUANTITATIVE**
- 5.1. REPORT-INFORMAZIONI QUALI-QUANTITATIVE
- 5.2. ACCESSI AL SITO WEB DI DESTINAZIONE ED USO DEI SOCIAL MEDIA

- **6. ANDAMENTO TURISTICO**
- 6.1. OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE FEDERATO DEL VENETO
- 6.2. INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI IN VENETO
- 6.3. ANALISI DEL SENTIMENT E OPINION MINING



1. LO SCENARIO INTERNAZIONALE



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROSPERITÀ
MANAGEMENT
DESTINATIONS

1.1. IL TURISMO nel mondo

Il **turismo internazionale** ha registrato **ottimi risultati nel periodo gennaio-settembre 2022**, con **arrivi** che hanno raggiunto il **63% dei livelli pre-pandemia nei primi nove mesi del 2022**. Si stima che **700 milioni di turisti abbiano viaggiato a livello internazionale tra gennaio e settembre**, più del doppio (+133%) del numero registrato nello stesso periodo del 2021.

I risultati sono stati sostenuti da una forte domanda repressa, dal miglioramento dei livelli di fiducia e dall'abolizione delle restrizioni in un numero crescente di destinazioni. Gli **arrivi mensili** sono passati dal **-64% di gennaio 2022** (rispetto al 2019) al **-27% di settembre**, confermando la rapida e sostenuta ripresa dei viaggi internazionali nel corso dell'anno.

La **prestazione turistica** è stata particolarmente **rilevante nel terzo trimestre 2022 (-26% rispetto al 2019)**, con **340 milioni di arrivi internazionali in tutto il mondo**, quasi il 50% del totale dei nove mesi.

L'**Europa (+126%)** ha continuato a guidare la ripresa del turismo internazionale fino a settembre, raggiungendo l'81% dei livelli pre-Covid. Il **Medio Oriente ha visto gli arrivi internazionali più che triplicati (+225%)** su base annua nel periodo gennaio-settembre 2022, salendo al 77% dei livelli del 2019.

L'**Africa (+166%)** e le **Americhe (+106%)** hanno raggiunto rispettivamente il 63% e il 66% dei livelli del 2019. In **Asia e nel Pacifico (+230%)** gli arrivi sono più che triplicati nei primi nove mesi del 2022, grazie all'apertura di molte destinazioni, pur rimanendo inferiori dell'83% ai livelli del 2019.

La ripresa è visibile anche nella spesa per il turismo in uscita dai principali mercati di origine, con forti risultati in **Francia e Germania**, dove la **spesa ha raggiunto rispettivamente il -8% e il -12% a settembre**, rispetto al 2019.

Secondo le stime UNWTO (*United Nations World Tourism Organization*), **gli arrivi internazionali potranno raggiungere il 65% dei livelli pre-pandemia nel 2022**. Nonostante le crescenti sfide, che indicano un indebolimento del ritmo di ripresa nei mesi successivi, si stima che i ricavi delle esportazioni dal turismo potranno raggiungere 1,2-1,3 miliardi di dollari nel 2022, con un aumento del 60-70% rispetto al 2021, e del 70-80% rispetto ai 1,8 miliardi di dollari registrati nel 2019.

Fonte: UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, November 2022



1.1. IL TURISMO nel mondo

Nel 2022 il turismo internazionale ha registrato risultati superiori alle attese, grazie a una grande domanda latente e all'abolizione o allentamento delle restrizioni di viaggio in un gran numero di paesi. Oltre **900 milioni di turisti hanno viaggiato a livello internazionale**, il doppio di quelli del 2021, anche se ancora il 37% in meno rispetto al 2019. **Il turismo internazionale ha recuperato il 63% dei livelli pre-Covid**, in linea con gli scenari UNWTO pubblicati a maggio 2022.

L'Europa, la più grande regione di destinazione al mondo, **ha registrato 585 milioni di arrivi nel 2022**, raggiungendo quasi l'80% dei livelli pre-pandemia (-21% rispetto al 2019). La regione ha rappresentato il 64% degli arrivi globali nel 2022.

Il Medio Oriente ha registrato il più forte aumento nel 2022, con **arrivi che hanno raggiunto l'83% dei numeri pre-Covid** (-17% rispetto al 2019). L'area ha accolto grandi eventi come l'Expo 2020 di Dubai e la Coppa del Mondo FIFA in Qatar.

L'Africa e le Americhe hanno entrambe recuperato circa il 65% dei visitatori, mentre **l'Asia e il Pacifico hanno raggiunto solo il 23%**, a causa delle maggiori restrizioni.

L'Europa occidentale (87%) e i Caraibi (84%) si sono avvicinati maggiormente ai livelli pre-pandemia.

Il 2022 ha visto una **forte ripresa della spesa turistica**. In prospettiva, **il turismo internazionale è destinato a consolidare la sua ripresa nel 2023**, sostenuto dalla domanda in particolare proveniente dall'Asia e dal Pacifico, grazie all'apertura delle destinazioni e dei mercati.

Il sondaggio del gruppo di esperti UNWTO indica che **il 72% degli intervistati si aspetta una performance migliore nel 2023**. Tuttavia, la maggior parte degli esperti (65%) ritiene che il turismo internazionale non tornerà ai livelli del 2019 prima del 2024 o oltre.

In base agli scenari UNWTO per il 2023, **gli arrivi turistici internazionali potrebbero raggiungere l'80%-95% dei livelli pre-pandemia**. Tuttavia, permangono importanti rischi, in particolare economici e geopolitici. I turisti cercheranno sempre più il rapporto qualità-prezzo e viaggeranno vicino a casa, in risposta al difficile contesto economico.

Fonte: UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2023



1.1. IL TURISMO nel mondo

Si stima una **crescita, per il turismo mondiale, del 102% nel 2022**, seppur sia rimasto del 37% al di sotto del 2019.

Ben **116 destinazioni non applicavano restrizioni di viaggio COVID-19 nel dicembre 2022**, secondo i dati offerti da UNWTO/IATA *Destination Travel - Easy Travel*.

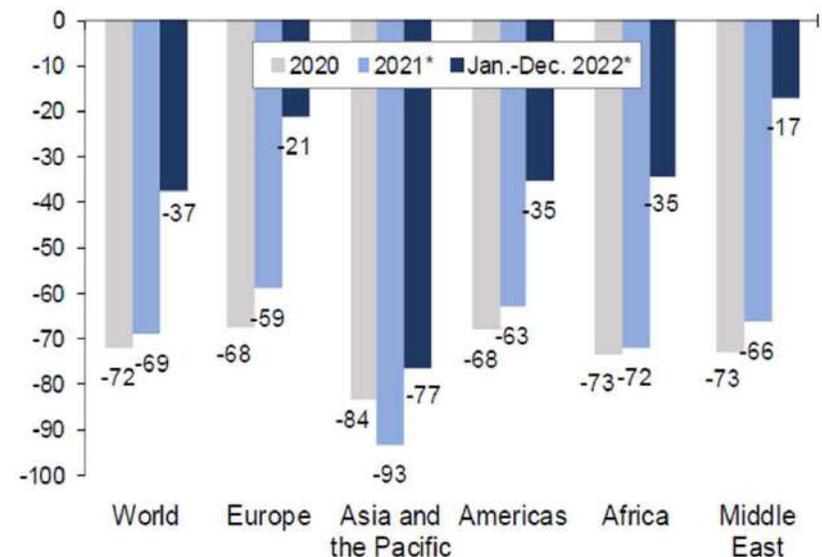
Gli **arrivi internazionali** hanno registrato una **forte crescita durante la stagione estiva nell'emisfero settentrionale**, con una ripresa relativamente più moderata negli ultimi mesi dell'anno.

Nonostante l'emergere della variante Omicron all'inizio dell'anno, l'inizio dell'offensiva russa sull'Ucraina ed il contesto economico difficile, **il turismo internazionale ha mostrato capacità di recupero**, come prova la forte ripresa degli arrivi: **dal -59% rispetto ai livelli del 2019 nel primo trimestre del 2022 al -28% nell'ultimo trimestre**.

Nella maggior parte delle destinazioni sono stati registrati **notevoli aumenti delle entrate legate al turismo**, a causa dell'aumento della spesa media per viaggio, alla disponibilità dei viaggiatori a spendere di più nella destinazione e all'aumento dei costi di trasporto. La ripresa è visibile anche nel turismo *outbound*, con una **forte spesa internazionale** da parte dei principali mercati di provenienza come **Francia (-4%), Germania (-8%), Italia (-10% fino a ottobre 2022) e Stati Uniti (-15% fino a novembre), rispetto al 2019**. I mercati emergenti che hanno registrato una **forte impennata della spesa** includono il **Qatar (+29%), l'India (+10% fino a giugno) e l'Arabia Saudita (+7% fino a settembre)**.

Fonte: UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2023

International Tourist Arrivals (% change over 2019)



Source: UNWTO

* Provisional data

1.1. IL TURISMO nel mondo

In base agli scenari proposti da UNWTO, **nel 2023 gli arrivi di turisti internazionali potrebbero raggiungere l'80%-95% dei numeri pre-pandemici**. L'Europa dovrebbe guidare i risultati nel 2023, con arrivi che raggiungeranno o supereranno i livelli pre-pandemici e con un notevole margine di recupero in alcune destinazioni e sottoregioni. Anche il Medio Oriente potrebbe recuperare i livelli del 2019 per tutto il 2023, dopo un forte rimbalzo nel 2022.

La riapertura di diversi mercati di origine e destinazioni asiatiche contribuirà a consolidare la ripresa nel 2023. La rimozione delle restrizioni di viaggio legate alla pandemia in Cina, il più grande mercato *outbound* del mondo nel 2019, rappresenta un passo significativo per la ripresa del settore turistico in Asia, nel Pacifico ed in tutto il mondo.

Nel breve termine, la ripresa dei viaggi dalla Cina dovrebbe favorire soprattutto le destinazioni asiatiche. Tuttavia, la scelta delle destinazioni sarà influenzata dalla disponibilità e dal costo dei viaggi aerei, dalle norme e dalle procedure per il rilascio dei visti, nonché dalle restrizioni legate al Covid-19. A metà gennaio, un totale di 32 Paesi ha imposto restrizioni specifiche ai viaggi dalla Cina, soprattutto in Asia e in Europa (dati UNWTO/IATA *Destination Travel - Easy Travel*).

Allo stesso tempo, la **robusta domanda di viaggi dagli Stati Uniti**, sostenuta da un dollaro forte, continuerà a favorire le destinazioni della regione e non solo. **L'Europa, in particolare, ne beneficerà in parte grazie all'indebolimento dell'euro rispetto al dollaro statunitense.**

Il miglioramento del traffico aereo dovrebbe contribuire alla ripresa del turismo internazionale nel 2023. Tuttavia, la capacità di posti internazionali è rimasta del 37% al di sotto dei livelli del 2019 fino a settembre 2022 (dati IATA).

Nella maggior parte delle destinazioni **sono stati registrati notevoli aumenti degli incassi del turismo internazionale**, in molti casi superiori alla crescita degli arrivi. Questo è stato sostenuto dall'aumento della spesa media per viaggio dovuta a periodi di soggiorno più lunghi, alla disponibilità dei viaggiatori a spendere di più nella destinazione e all'aumento dei costi di viaggio. Tuttavia, la situazione economica potrebbe far sì che i turisti adottino un atteggiamento più cauto nel 2023, con spese ridotte e viaggi più brevi. **Il turismo interno continuerà a sostenere la ripresa turistica**, alimentata dalla **domanda di destinazioni più vicine a casa**. **La situazione economica, sanitaria e geopolitica potrebbe pesare sulla ripresa del turismo internazionale** e sui livelli di fiducia nel 2023. Il difficile contesto economico, tra cui l'inflazione e i tassi d'interesse elevati, l'impennata dei prezzi del petrolio e dei generi alimentari, nonché i timori di una recessione globale, continuano ad essere il principale fattore che pesa sulla ripresa. L'incertezza derivante dall'aggressione russa all'Ucraina e da altre tensioni geopolitiche, le sfide sanitarie legate al COVID-19 e la carenza di forza lavoro rappresentano rischi negativi.

Fonte: UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2023



1.1. IL TURISMO nel mondo

| | International Tourist Arrivals by (Sub)region | | | | | | | | | | | Monthly/quarterly data series | | | | | | | |
|---------------------------------|---|-------|-------------------|-------------------|-----------|------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------------------|-----|-------------------------------|-----|------------------|-------|-------|-------|-------|--|
| | (million) | | | | Share (%) | Change (%) | | | | Change (%) ^a | | | | | | | | | |
| | 2019 | 2020 | 2021 ^a | 2022 ^a | | 2019 | 21/20 ^a | 22/21 ^a | vs. 2019 | 2022 versus 2021 ^a | | | | 2022 versus 2019 | | | | | |
| | | | | | | | | | 21/19 ^a | 22/19 ^a | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | |
| World | 1465 | 409 | 455 | 917 | 100 | -72.1 | 11.2 | 101.6 | -89.0 | -37.4 | 190 | 226 | 68 | 62 | -59.0 | -39.4 | -28.4 | -29.2 | |
| Advanced economies ^a | 778 | 222 | 244 | 516 | 56.2 | -71.5 | 9.9 | 111.7 | -68.7 | -33.7 | 322 | 338 | 65 | 54 | -57.8 | -35.2 | -24.9 | -25.3 | |
| Emerging economies ^a | 688 | 187 | 211 | 401 | 43.8 | -72.8 | 12.7 | 90.0 | -69.3 | -41.6 | 119 | 137 | 73 | 71 | -60.1 | -44.7 | -33.1 | -31.3 | |
| By UNWTO regions: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Europe | 744.5 | 241.9 | 304.7 | 584.9 | 63.8 | -67.5 | 26.0 | 92.0 | -59.1 | -21.4 | 287 | 293 | 49 | 39 | -41.3 | -22.7 | -15.2 | -14.5 | |
| Northern Europe | 63.7 | 23.3 | 21.0 | 68.7 | 7.5 | -72.1 | -9.8 | 226.5 | -74.9 | -18.0 | 662 | 848 | 170 | 83 | -47.6 | -10.9 | -8.6 | -15.0 | |
| Western Europe | 205.1 | 83.5 | 87.7 | 178.1 | 19.4 | -69.3 | 0.1 | 102.9 | -57.2 | -13.2 | 402 | 455 | 46 | 44 | -40.2 | -13.0 | -3.7 | -7.0 | |
| Central/Eastern Eur. | 151.7 | 46.7 | 57.2 | 90.1 | 9.8 | -69.2 | 22.4 | 57.6 | -62.3 | -40.6 | 139 | 126 | 23 | 37 | -49.6 | -44.4 | -39.3 | -31.2 | |
| Southern/Medit. Eur. | 303.9 | 88.3 | 138.7 | 248.0 | 27.0 | -70.9 | 57.0 | 76.8 | -54.4 | -18.4 | 275 | 245 | 43 | 28 | -35.0 | -21.0 | -14.4 | -10.7 | |
| - of which EU-27 | 539.8 | 185.1 | 225.9 | 435.3 | 47.5 | -65.7 | 22.0 | 92.7 | -56.2 | -19.4 | 342 | 327 | 47 | 36 | -41.1 | -20.3 | -13.3 | -12.7 | |
| Asia and the Pacific | 359.6 | 59.2 | 24.8 | 84.4 | 9.2 | -83.5 | -58.2 | 241.0 | -83.1 | -76.5 | 55 | 212 | 352 | 301 | -91.2 | -81.6 | -71.6 | -61.6 | |
| North-East Asia | 170.3 | 20.3 | 11.2 | 17.7 | 1.9 | -88.1 | -44.8 | 58.5 | -93.4 | -89.6 | -3 | 6 | 51 | 183 | -84.1 | -82.6 | -80.7 | -81.3 | |
| South-East Asia | 138.0 | 25.5 | 2.9 | 34.9 | 3.8 | -81.5 | -88.5 | 1 | -97.9 | -74.7 | 106 | 870 | 1 | 1 | -96.4 | -81.8 | -68.8 | -53.6 | |
| Oceania | 17.5 | 3.6 | 0.6 | 6.2 | 0.7 | -79.2 | -79.1 | 719.6 | -95.7 | -64.4 | 588 | 344 | 1 | 1 | -89.6 | -66.8 | -55.2 | -48.1 | |
| South Asia | 33.8 | 9.8 | 9.9 | 25.5 | 2.8 | -71.1 | 1.4 | 158.3 | -70.7 | -34.4 | 97 | 393 | 269 | 64 | -56.9 | -20.8 | -2.2 | -10.3 | |
| Americas | 219.3 | 69.8 | 81.4 | 142.4 | 15.5 | -68.2 | 16.6 | 74.9 | -62.9 | -35.1 | 104 | 84 | 78 | 53 | -51.6 | -37.3 | -32.5 | -20.1 | |
| North America | 146.6 | 46.5 | 57.0 | 92.1 | 10.0 | -68.3 | 22.7 | 61.5 | -61.1 | -37.2 | 78 | 69 | 69 | 43 | -50.1 | -40.0 | -36.7 | -23.6 | |
| Caribbean | 26.3 | 10.3 | 14.2 | 22.0 | 2.4 | -60.8 | 37.6 | 55.1 | -46.0 | -16.3 | 132 | 55 | 39 | 32 | -35.1 | -17.3 | -4.5 | -2.6 | |
| Central America | 10.9 | 3.1 | 4.7 | 8.6 | 0.9 | -71.6 | 51.1 | 83.6 | -57.1 | -21.3 | 170 | 101 | 67 | 51 | -38.0 | -20.5 | -17.3 | -6.7 | |
| South America | 35.4 | 9.9 | 5.5 | 19.6 | 2.1 | -72.0 | -44.9 | 258.1 | -84.6 | -44.7 | 241 | 453 | 316 | 150 | -71.0 | -46.7 | -34.6 | -21.9 | |
| Africa | 68.8 | 18.4 | 19.4 | 45.0 | 4.9 | -73.2 | 5.0 | 132.4 | -71.9 | -34.6 | 118 | 187 | 152 | 112 | -58.2 | -36.8 | -24.3 | -23.9 | |
| North Africa | 25.6 | 5.6 | 6.6 | 18.1 | 2.1 | -78.2 | 18.8 | 189.1 | -74.2 | -25.3 | 138 | 312 | 177 | 171 | -59.6 | -26.1 | -14.2 | -10.8 | |
| Subsaharan Africa | 43.2 | 12.9 | 12.7 | 25.8 | 2.8 | -70.2 | -1.0 | 102.9 | -70.5 | -40.2 | 109 | 121 | 124 | 79 | -57.4 | -44.9 | -34.9 | -32.1 | |
| Middle East | 73.0 | 19.8 | 24.7 | 60.3 | 6.6 | -72.9 | 24.4 | 144.4 | -66.2 | -17.4 | 244 | 285 | 191 | 58 | -34.3 | -21.3 | -11.7 | -1.0 | |
| Memorandum ^a | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ASEAN | 138.5 | 25.4 | 2.9 | 34.9 | 3.8 | -81.6 | -88.5 | 1,095 | -97.9 | -74.8 | 106 | 872 | 1 | 1 | -96.4 | -81.8 | -66.8 | -53.8 | |
| G20 | 1,091 | 302 | 352 | 687 | 74.9 | -69.8 | 16.5 | 95.0 | -64.8 | -31.4 | 208 | 245 | 57 | 51 | -53.2 | -33.0 | -23.3 | -23.6 | |
| GCC | 47.7 | 13.5 | 18.3 | 44.1 | 4.8 | -71.7 | 35.2 | 141.5 | -61.7 | -7.6 | 252 | 271 | 179 | 51 | -23.8 | -13.9 | -3.0 | 11.3 | |
| LDCs | 36.5 | 10.2 | 7.3 | 16.6 | 1.8 | -72.1 | -28.7 | 128.3 | -80.1 | -54.7 | 60 | 128 | 183 | 173 | -76.8 | -64.7 | -52.0 | -48.1 | |
| LLDCs | 50.5 | 12.1 | 12.6 | 28.5 | 3.1 | -76.1 | 4.3 | 126.2 | -75.0 | -43.5 | 163 | 160 | 192 | 136 | -68.0 | -49.6 | -38.7 | -36.0 | |
| SIDS | 43.9 | 10.5 | 13.1 | 28.6 | 3.1 | -76.0 | 24.8 | 117.3 | -70.1 | -35.0 | 210 | 162 | 110 | 74 | -57.8 | -38.0 | -24.0 | -16.8 | |

Source: World Tourism Organization (UNWTO)

(Data as collected by UNWTO, January 2023)

^a Provisional data

Fonte: UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2023



1.1. IL TURISMO nel mondo

Dopo una ripresa più forte del previsto nel 2022, **il 2023 potrebbe vedere gli arrivi turistici internazionali tornare ai livelli pre-pandemici in Europa e in Medio Oriente**. Si prevede che i turisti cercheranno sempre di più il rapporto qualità-prezzo e viaggeranno più vicino a casa, in risposta alla difficile situazione economica.

Sulla base degli scenari previsionali di UNWTO per il 2023, **gli arrivi di turisti internazionali potrebbero raggiungere l'80%-95% dei livelli pre-pandemia**, a seconda dell'entità del rallentamento economico, della ripresa dei viaggi in Asia e nel Pacifico e dell'evoluzione dell'offensiva russa in Ucraina. **Più di 900 milioni di turisti hanno viaggiato a livello internazionale nel 2022** - il doppio di quelli registrati nel 2021, ma ancora **il 63% dei livelli pre-pandemia**.

Ogni regione del mondo ha registrato un notevole aumento del numero di turisti internazionali. Il **Medio Oriente** ha visto l'incremento più forte, con **arrivi che hanno raggiunto l'83% dei livelli pre-Covid**. L'Europa ha raggiunto quasi l'80%, accogliendo **585 milioni di arrivi nel 2022**. L'Africa e le Americhe hanno entrambe recuperato circa **65% dei visitatori precedenti alla pandemia**, mentre l'Asia e il Pacifico hanno raggiunto solo il **23%**, a causa di restrizioni più severe legate alla pandemia, che hanno iniziato a essere rimosse solo negli ultimi mesi; si rileva che diverse destinazioni abbiano già recuperato i livelli del 2019.

L'ultimo indice di fiducia UNWTO mostra un cauto ottimismo per il periodo gennaio-aprile, superiore allo stesso periodo del 2022. Questo sentiment è supportato dall'apertura in Asia e dai forti numeri di spesa nel 2022 da parte dei mercati di provenienza del turismo sia tradizionali che emergenti, con Francia, Germania e Italia, oltre a Qatar, India e Arabia Saudita che hanno registrato risultati importanti.

Fonte: UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2023



1.2. IL TURISMO in Europa

I rapporti trimestrali forniti da ETC (*European Travel Commission*) offrono ai lettori approfondimenti sullo status quo del turismo europeo e sul più ampio contesto macroeconomico, nonché sullo stato dei viaggi a breve e lungo raggio in Europa. I rapporti rappresentano una fonte di informazioni utili a monitorare lo sviluppo a breve termine del turismo europeo.

L'Europa ha registrato una forte ripresa del turismo durante i mesi estivi, grazie all'allentamento delle varianti Covid-19.

Tuttavia, la regione è stata colpita dalla crisi dovuta alla prolungata guerra in Ucraina, alla carenza di manodopera, ai prezzi elevati dei generi alimentari e dell'energia e allo stallo della crescita economica.

Nonostante le difficoltà, si prevede una ripresa dei viaggi in Europa nei restanti mesi del 2022, guidata da una maggiore attenzione ai costi e a scelte orientate al valore.

Fonte: EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q3/2022)-Infographic

Over half of reporting destinations have recovered to at least 77% of 2019 levels of foreign arrivals



1.2. IL TURISMO in Europa

I dati di Eurocontrol (Organizzazione civile-militare paneuropea a sostegno dell'aviazione europea) mostrano che il **volume dei voli è diminuito dell'11% ad agosto** rispetto allo stesso mese del 2019.

La **ripresa dei volumi dei voli si è stabilizzata a partire da aprile**, indicativo dei limiti di capacità che ostacolano il proseguimento della ripresa.



Industry Performance

Flight Volumes in European Network Area



Fonte: EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q3/2022)-Infographic



COOP
CULTURE

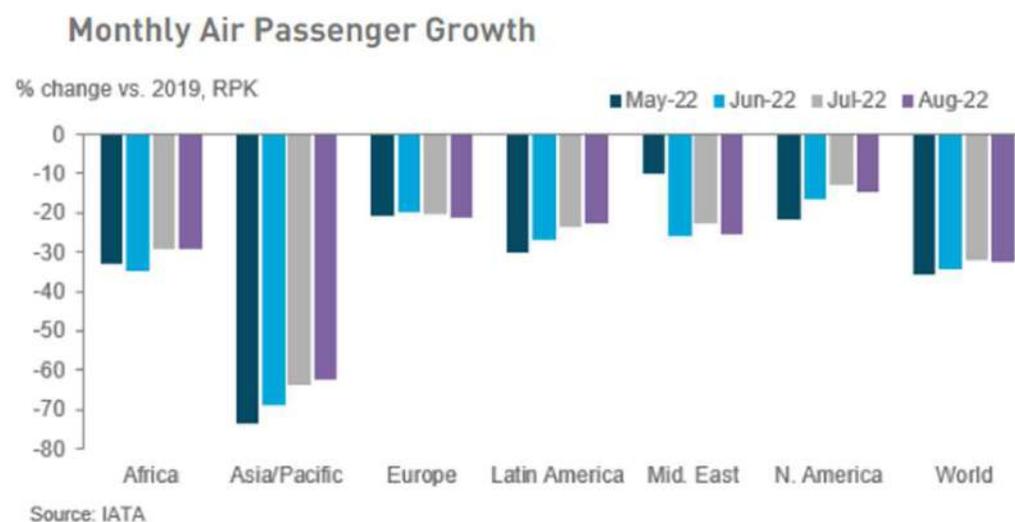


PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROSPERITÀ
MANAGEMENT
D'IDENTITÀ

1.2. IL TURISMO in Europa

L'Europa è stata la seconda regione con la migliore *performance* in termini di *Passeggeri per Chilometro* nel mese di agosto, raggiungendo il 78,6% dei livelli del 2019, solo dopo il Nord America, con l'85,4%.



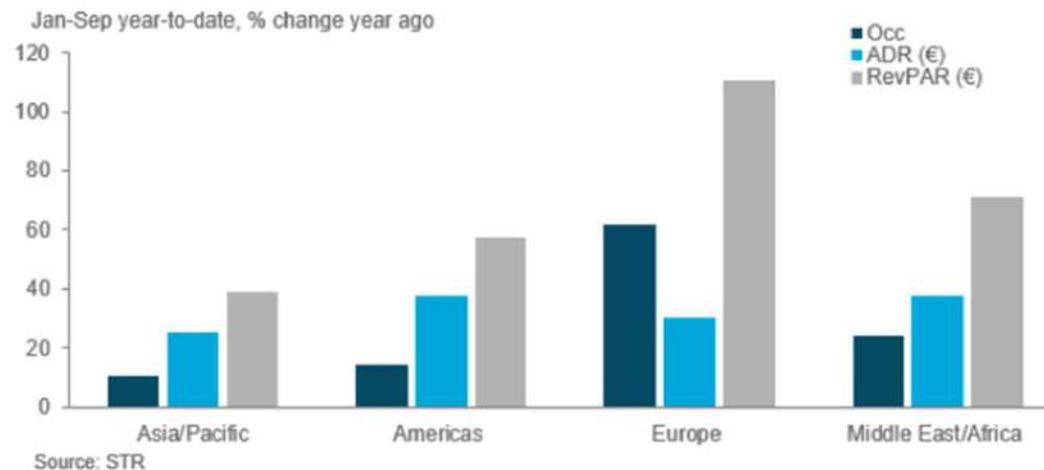
Fonte: EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q3/2022)-Infographic



1.2. IL TURISMO in Europa

I dati forniti da STR (fornitore *leader* di *benchmarking*, analisi e *marketplace* di dati globali per il settore alberghiero mondiale) mostrano che **l'Europa ha registrato la migliore *performance* in termini di crescita complessiva del *RevPAR* (+ 110%), con un aumento particolarmente importante dell'*occupazione* (+62%) rispetto agli stessi mesi del 2021.**

Global Hotel Performance



Fonte: EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q3/2022)-Infographic



CO
OP | CUL
TU
RE

PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU
PROSPERITÀ
MANAGEMENT
DIRETTORIO

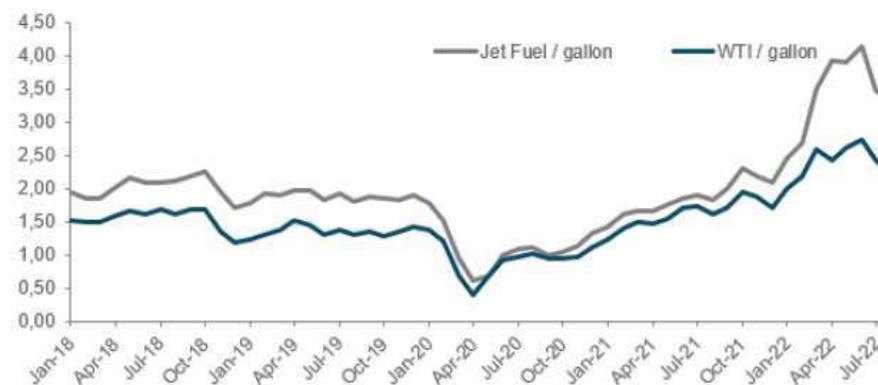
1.2. IL TURISMO in Europa

L'incombente **recessione** e l'aumento dell'**inflazione** in tutta Europa **peseranno sulla spesa per i consumi e la domanda turistica**, ritardando la ripresa senza ostacolarla.

Per le compagnie aeree, i prezzi del carburante per aerei, il costo del lavoro e la riduzione dell'offerta di voli di voli negli orari invernali esercitano una pressione al rialzo sulle tariffe aeree.



Jet Fuel and Crude Oil Price Per Gallon



Source: Oxford Economics / Haver Analytics

Fonte: EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q3/2022)-Infographic



1.2. IL TURISMO in Europa

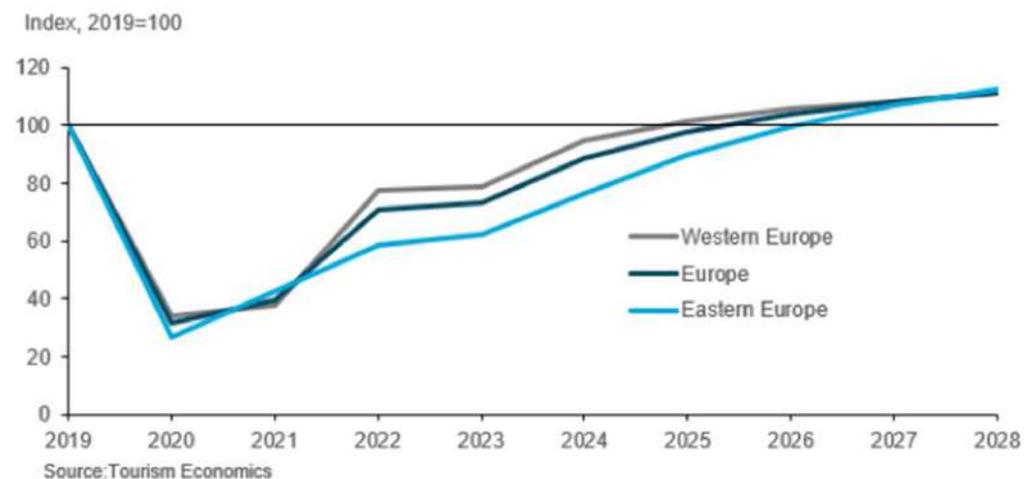
Un altro rischio chiave per l'economia e i viaggi nel loro complesso è il possibile razionamento del gas. Germania e Italia, i maggiori consumatori di gas dell'UE, dipendono dalla Russia; si prevede una riduzione delle forniture del 20% rispetto al 2021 durante l'inverno. L'impatto sui viaggi dovrebbe essere inferiore a quello sull'economia generale.

I viaggi a corto raggio rappresentano circa il 72% delle visite totali in Europa. La domanda si concentrerà su questi tragitti, che tendono a essere più economici e a rappresentare un miglior rapporto qualità-prezzo.

Il rafforzamento del dollaro USA rispetto all'euro favorirà gli arrivi dagli Stati Uniti, in quanto l'Europa diventerà una destinazione più economica, mentre renderà i viaggi a lungo raggio più costosi per gli europei.

La piena ripresa degli arrivi internazionali in Europa slitterà al 2025.

International arrivals to Europe under the downside scenario



Fonte: EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q3/2022)-Infographic



1.2. IL TURISMO in Europa

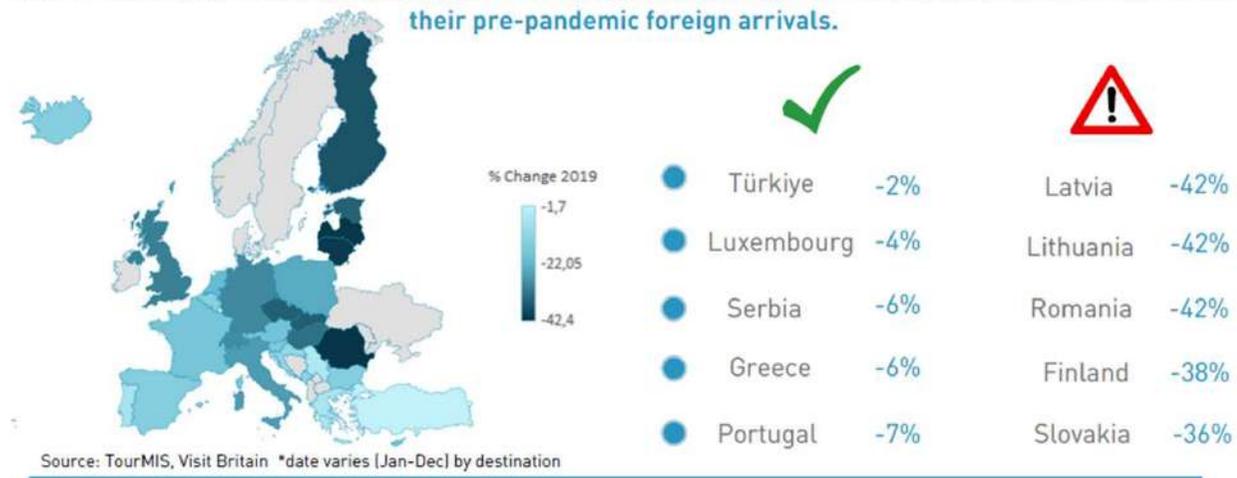
La ripresa dei viaggi in Europa è proseguita nel terzo trimestre del 2022, sostenuta da una forte domanda repressa, che avrebbe potuto prolungare la stagione estiva.

I dati più recenti indicano, in Europa, nel 2022, un recupero del 75% dei volumi di viaggio rispetto al 2019.

In prospettiva, si prevede che i viaggi internazionali verso l'Europa raggiungeranno i livelli pre-pandemia nel 2025, mentre i viaggi nazionali lo faranno nel 2024.

I dati relativi all'anno in corso mostrano che quasi una destinazione su due ha recuperato più dell'80% degli arrivi stranieri pre-pandemia.

Year-to-date data shows that almost one in two reporting destinations have recovered more than 80% of their pre-pandemic foreign arrivals.



Fonte: EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q4/2022)-Infographic

1.2. IL TURISMO in Europa

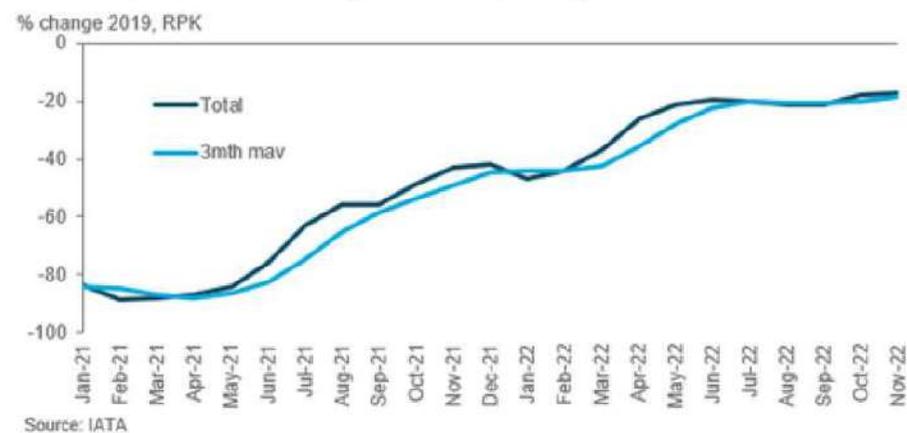
I dati sul trasporto aereo forniti da IATA (*International Air Transport Association*) mostrano che l'Europa ha continuato a registrare risultati sopra la media mondiale.

A novembre, i volumi RPK (*Revenue Passenger-Kilometer*) erano solo del 16,3% al di sotto dei livelli del 2019.



Industry Performance

International Air Passenger Growth, Europe



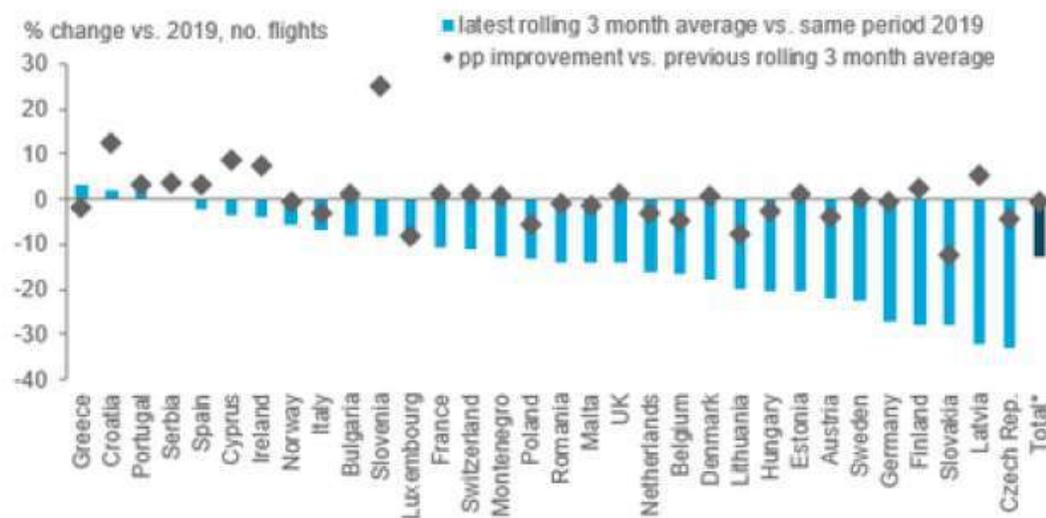
Fonte: EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q4/2022)-Infographic



1.2. IL TURISMO in Europa

Permane un notevole divario tra i Paesi europei in termini di ripresa. Su una media di tre mesi, Grecia, Croazia e Portogallo hanno superato i livelli raggiunti del 2019.

European Air Traffic by Country (Total Flights Arriving and Departing)



Source: Eurocontrol

based on data to December 2022

Fonte: EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q4/2022)-Infographic



COOP CULTURE

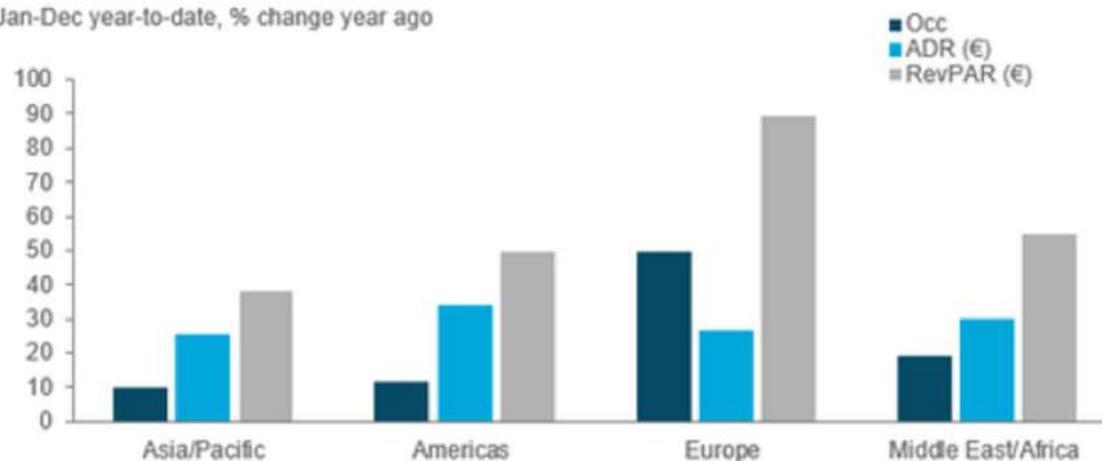
PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

1.2. IL TURISMO in Europa

I dati sulle prestazioni alberghiere raccolti da STR dimostrano che **l'Europa è stata la regione più performante per tutto il 2022**. In Europa il *RevPAR* è aumentato dell'**89,2%**, grazie soprattutto all'aumento dell'occupazione.

Global Hotel Performance

Jan-Dec year-to-date, % change year ago



Source: STR

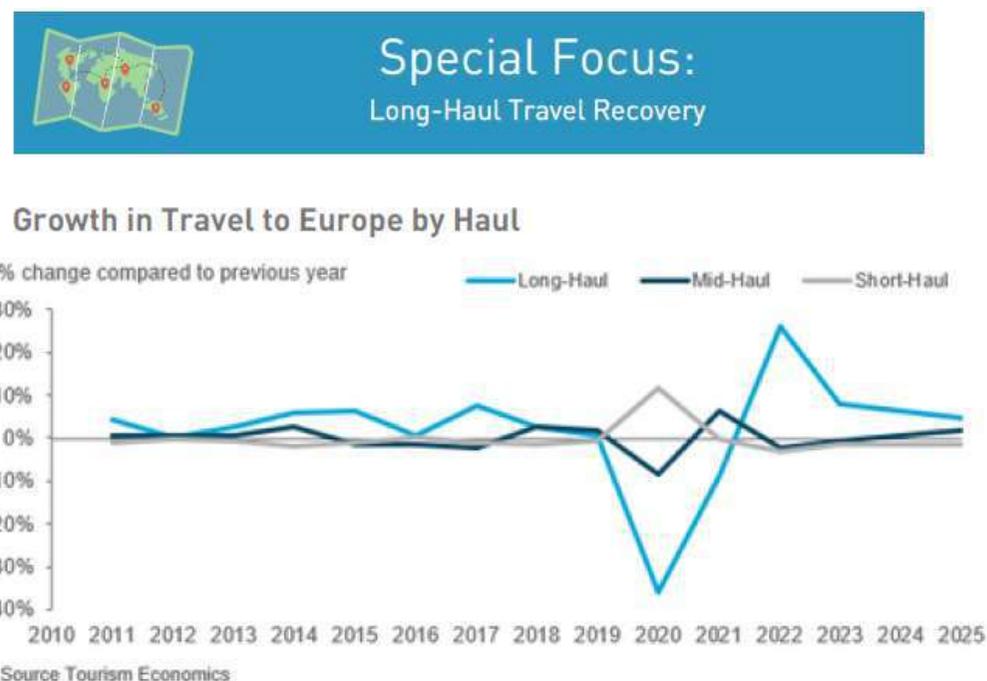
Fonte: EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q4/2022)-Infographic



1.2. IL TURISMO in Europa

Mentre i viaggi europei a corto raggio sono in via di ripresa, l'attenzione si è spostata sui viaggi a lungo raggio.

I viaggiatori di lungo raggio tendono a soggiornare più a lungo e quindi sono viaggiatori di maggior valore. Inoltre, è probabile che visitino più destinazioni, distribuendo la spesa tra le varie destinazioni.



Fonte: EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q4/2022)-Infographic



1.2. IL TURISMO in Europa

Il Nord America è in testa alla classifica della ripresa, con una **previsione**, per il 2023, di arrivi del 21% inferiore rispetto ai livelli del 2019.

Si prevede che i **viaggi tra le Americhe e l'Europa** rappresenteranno quasi un quarto della crescita dei viaggi internazionali nel periodo 2019-2030.

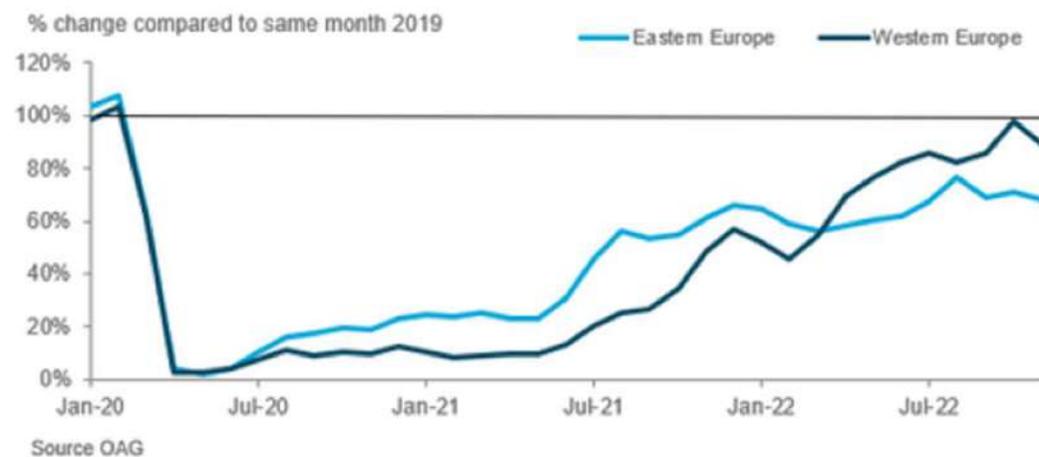
I maggiori mercati asiatici di provenienza per l'Europa (**Cina, Giappone, Corea del Sud e India**) hanno **aperto le loro frontiere per i viaggi abbastanza in ritardo**, anche se da allora si è assistito a una ripresa iniziale dei viaggi in Europa.

Con la riapertura della Cina, sarà probabilmente **nella seconda metà del 2023** che si avrà una **ripresa più significativa dei viaggiatori cinesi in uscita verso l'Europa**.

Nel 2023, i **viaggi in entrata in Europa dall'Oceania** sono destinati ad essere inferiori del 39% rispetto ai livelli del 2019. L'**Australia** è stata il 5° mercato di **origine per Europa**, con i volumi di viaggio più alti verso Regno Unito, Italia e Francia.

Fonte: EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q4/2022)-Infographic

Total Estimated Passengers from North America to Europe



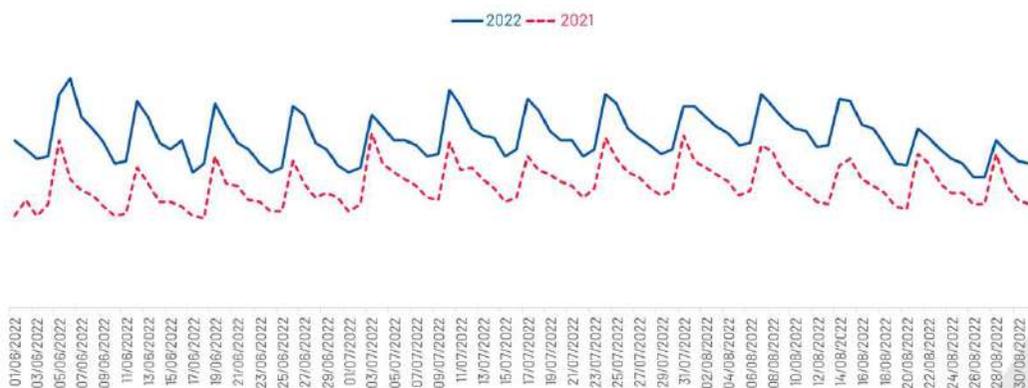
1.3. IL TURISMO in Italia

A seguire un **focus sull'andamento del turismo in Italia** con il bollettino realizzato dal Ministero del Turismo e da ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo. Dal tasso di saturazione delle strutture *online* all'andamento delle prenotazioni aeree e delle *OTA*, dal mercato delle abitazioni private al *focus* sulle tendenze di ricerca dal mondo per i viaggi nel nostro paese.

L'analisi offerta fa riferimento al periodo settembre-dicembre 2022.

Interesse dei turisti internazionali per il viaggio in Italia

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 3 mesi su Google per un viaggio in Italia

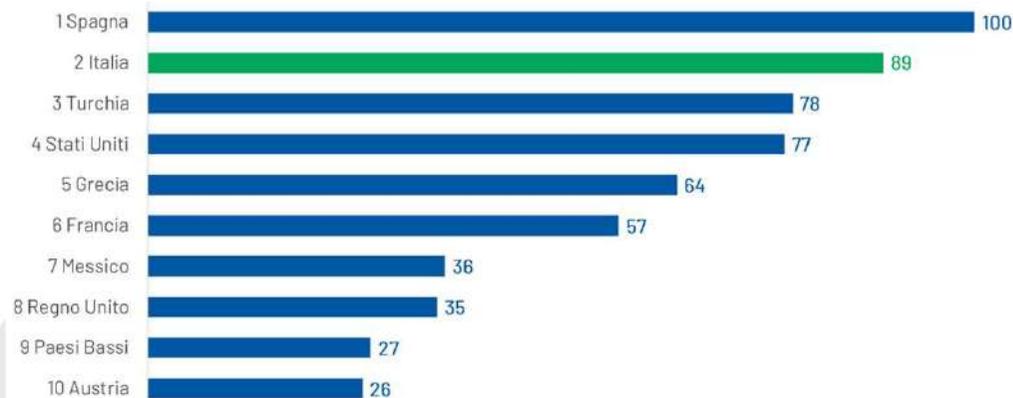


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 01/06/2022 al 31/08/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



Posizione dell'Italia nell'interesse dei viaggi all'estero

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 3 mesi su Google per un viaggio all'estero



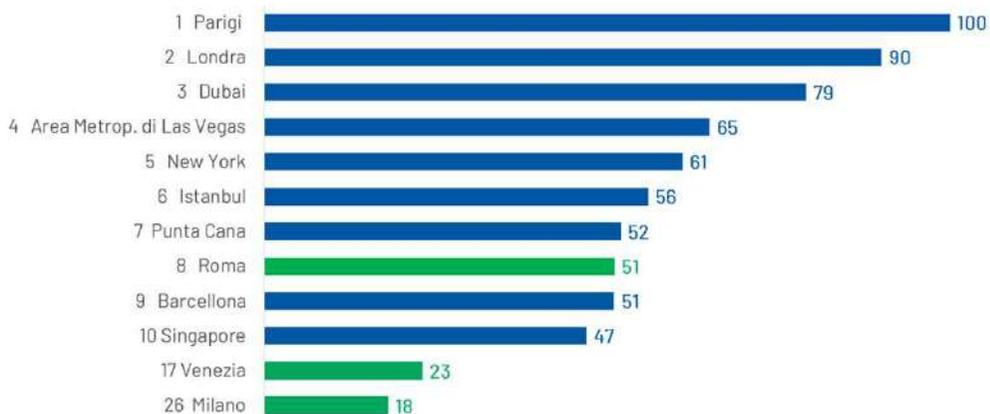
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 01/06/2022 al 31/08/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



1.3. IL TURISMO in Italia

Posizione delle città italiane nell'interesse dei viaggi all'estero

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 3 mesi su Google per un viaggio all'estero

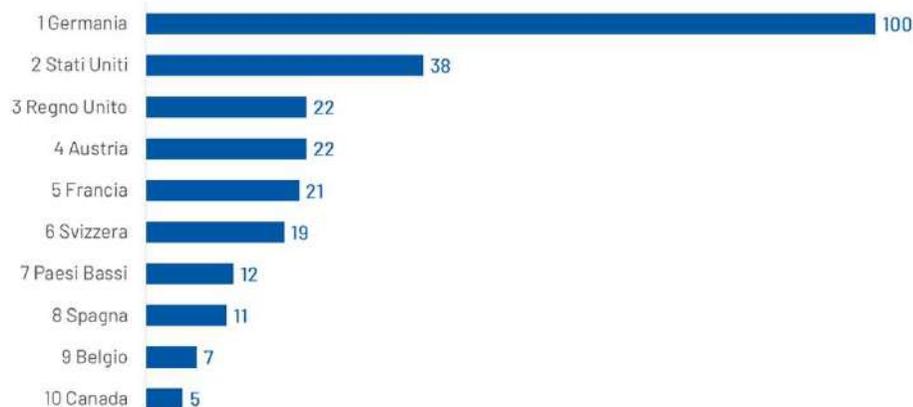


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 01/06/2022 al 31/08/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



I principali Paesi interessati all'Italia

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 3 mesi su Google per un viaggio in Italia



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 01/06/2022 al 31/08/2022) - Tutti i dati sono indicizzati

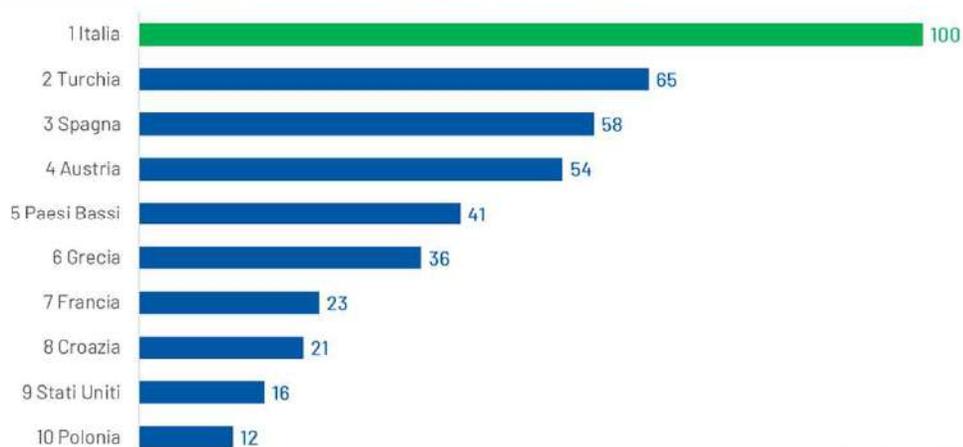


PROVAZIONE
MANAGEMENT
D DESTINAZIONE

1.3. IL TURISMO in Italia

Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato tedesco

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 3 mesi su Google per un viaggio all'estero

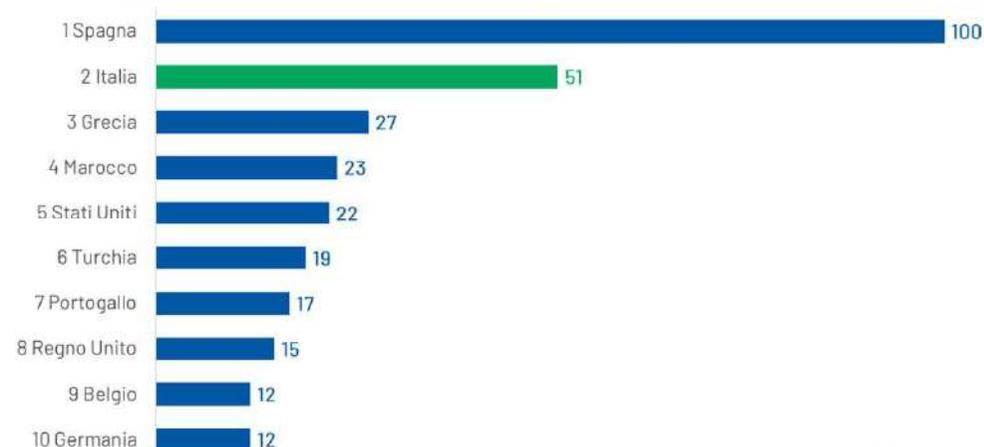


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 01/06/2022 al 31/09/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato francese

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 3 mesi su Google per un viaggio all'estero



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 01/06/2022 al 31/09/2022) - Tutti i dati sono indicizzati

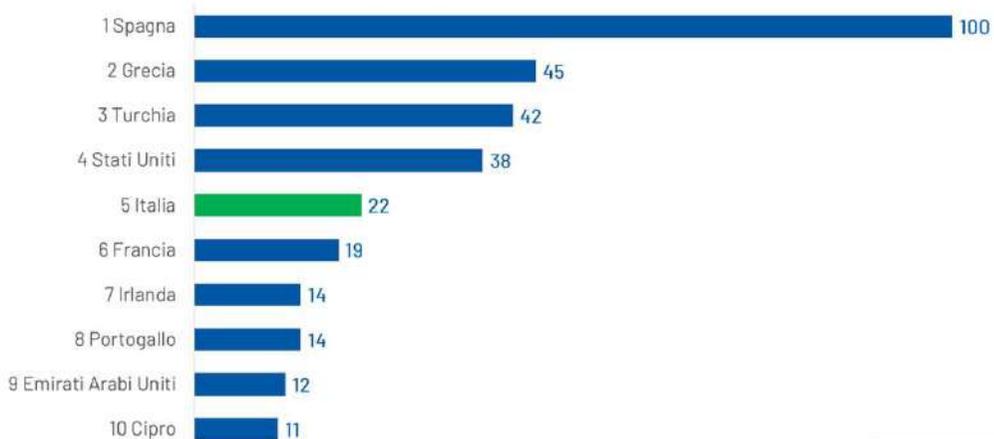


PROTEZIONE
MAGGIORATI
D'INTERESSE
D'ESTERNO

1.3. IL TURISMO in Italia

Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato britannico

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 3 mesi su Google per un viaggio all'estero

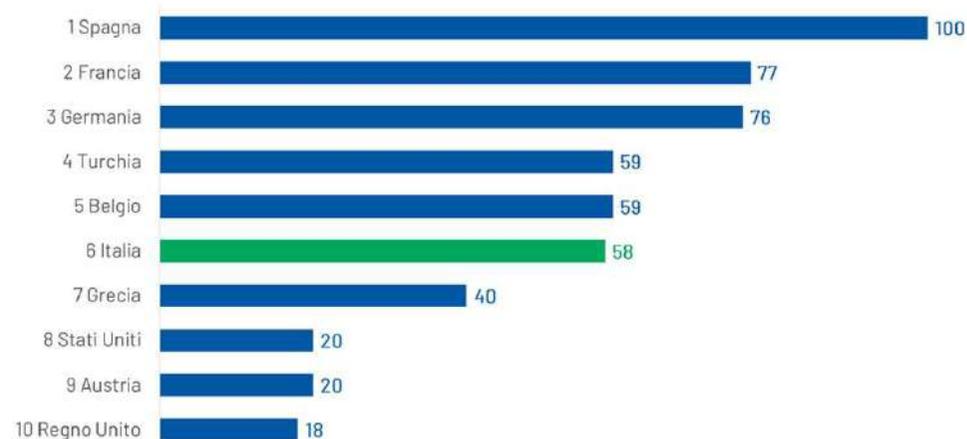


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (intervallo di date dal 01/08/2022 al 31/08/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato olandese

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 3 mesi su Google per un viaggio all'estero



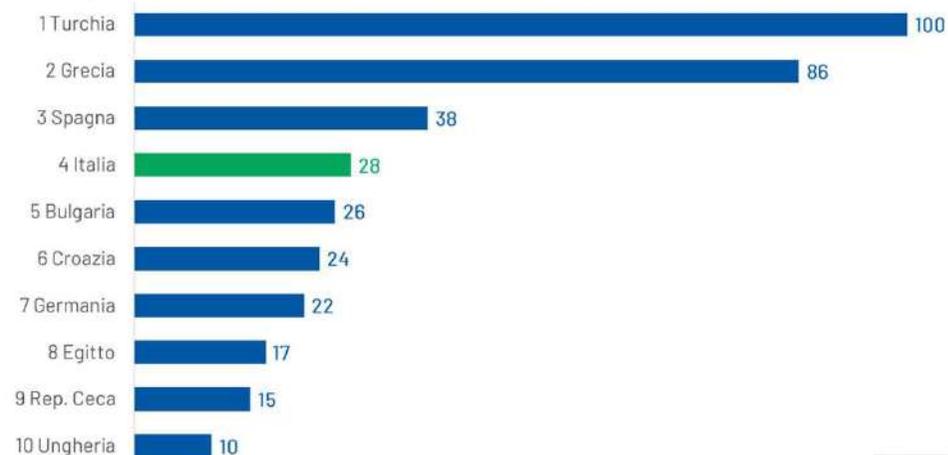
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (intervallo di date dal 01/08/2022 al 31/08/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



1.3. IL TURISMO in Italia

Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato polacco

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 3 mesi su Google per un viaggio all'estero

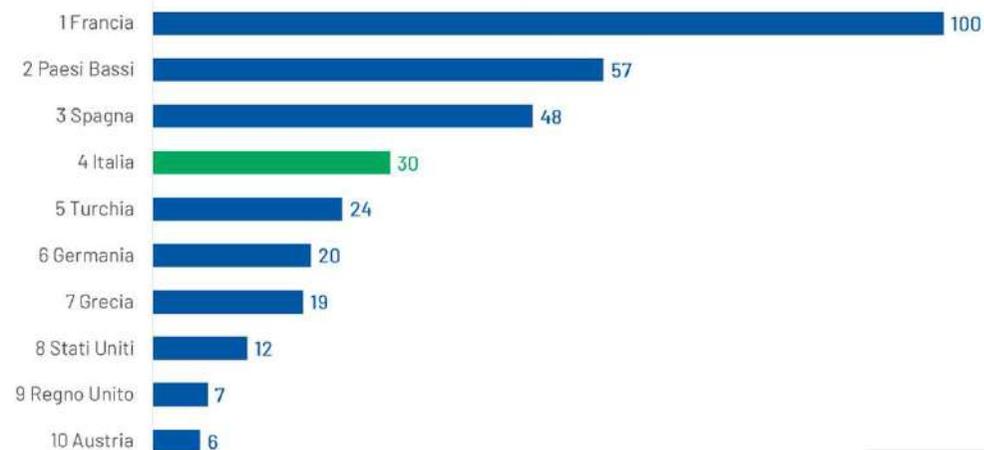


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 01/06/2022 al 31/09/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato belga

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 3 mesi su Google per un viaggio all'estero



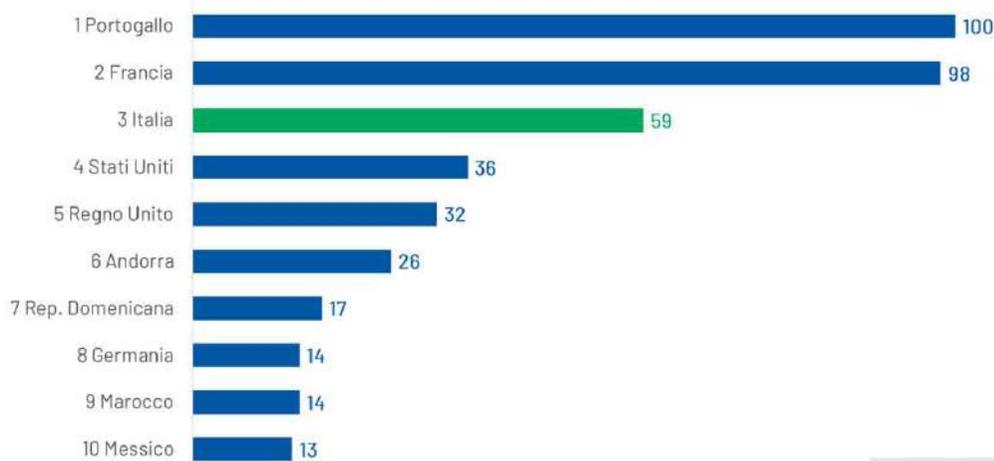
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 01/06/2022 al 31/09/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



1.3. IL TURISMO in Italia

Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato spagnolo

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 3 mesi su Google per un viaggio all'estero

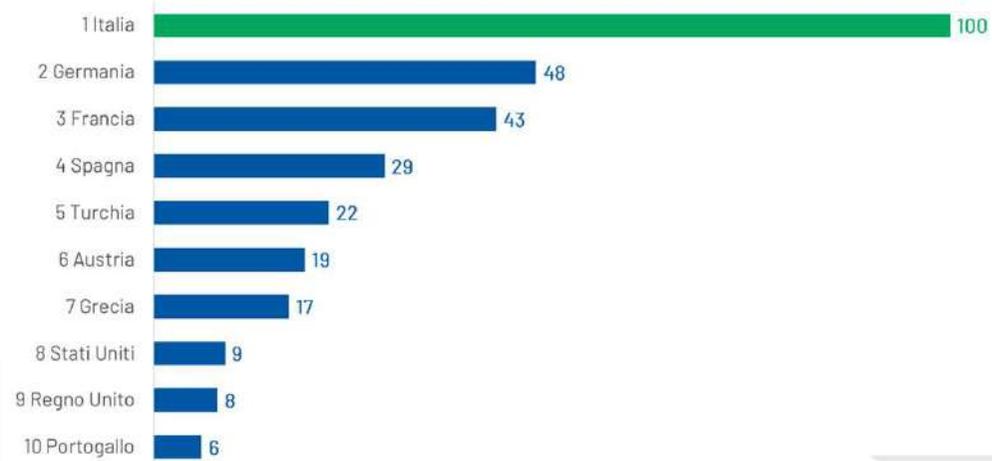


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (intervallo di date dal 01/06/2022 al 31/08/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato svizzero

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 3 mesi su Google per un viaggio all'estero



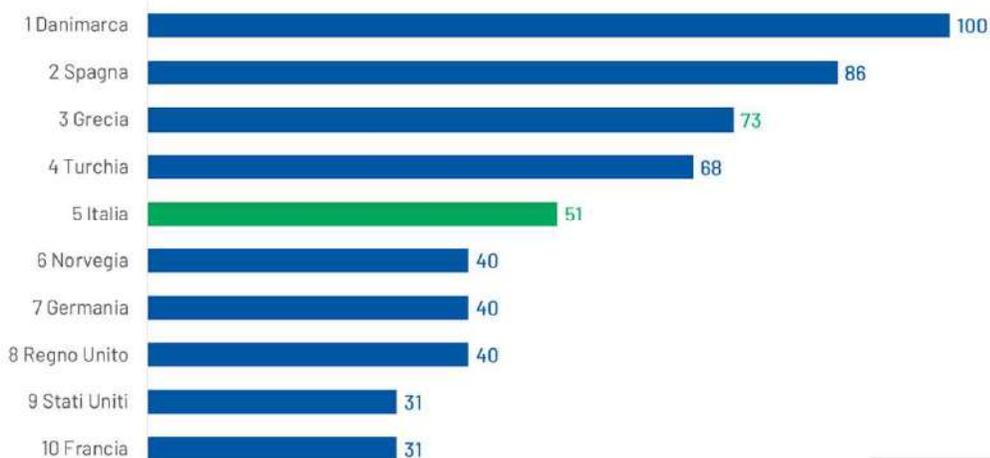
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (intervallo di date dal 01/06/2022 al 31/08/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



1.3. IL TURISMO in Italia

Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato svedese

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 3 mesi su Google per un viaggio all'estero

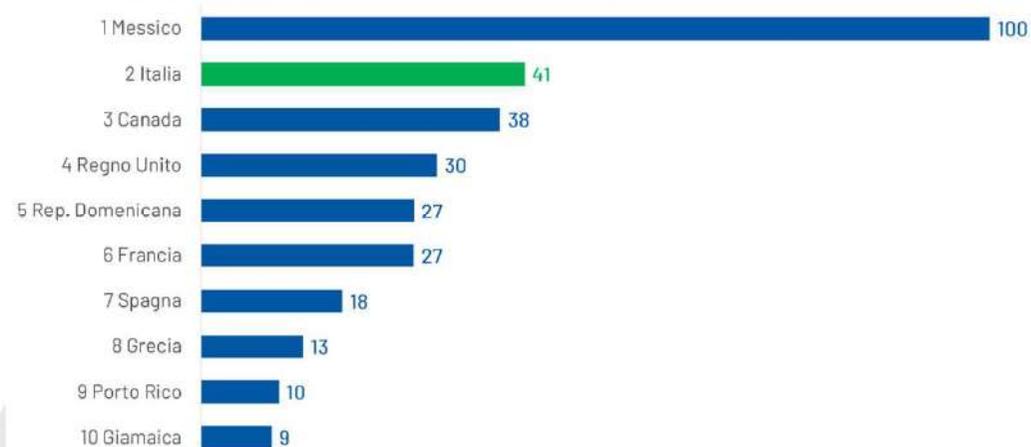


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (intervallo di date dal 01/06/2022 al 31/08/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato statunitense

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 3 mesi su Google per un viaggio all'estero



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (intervallo di date dal 01/06/2022 al 31/08/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



1.3. IL TURISMO in Italia

Variatione interesse dei mercati per viaggi verso le principali città italiane

Ricerche di Alloggio effettuate nell'ultima settimana su Google per un viaggio verso le destinazioni italiane

| % di var. | Germania | Francia | Regno Unito | Paesi Bassi | Polonia |
|------------------|---------------------------|--|--|--|---|
| +75% | | | | | Genova, Torino Cattolica |
| da 50% a 75% | | | Verona | | Verona, Scalea |
| da 25% a 50% | Brunico | Verona | Napoli | Verona | Capo Vaticano Giardini Naxos Cortina |
| da 10% a 25% | Milano Verona | Roma, Milano, Firenze, Napoli, Portofino, Aosta | Milano, Taormina, Bologna, Como, Genova, Siracusa | Napoli, Alghero | Bologna, Pisa, Sirmione |
| da -10% a 10% | Roma Venezia Merano | Venezia, Sanremo, Torino, Palermo, Genova, Bologna | Roma, Venezia, Sorrento, Firenze, Palermo | Roma, Milano, Venezia, Firenze, Bologna, Peschiera del Garda | Roma, Venezia, Milano, Rimini, Firenze, Bergamo |

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 31/08/2022 al 07/09/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



Variatione interesse dei mercati per viaggi verso le principali città italiane

Ricerche di Alloggio effettuate nell'ultima settimana su Google per un viaggio verso le destinazioni italiane

| % di var. | Belgio | Svizzera | Svezia | Spagna | Stati Uniti |
|------------------|---|--|--|---|--|
| +75% | Abano Terme | | Verona, Siracusa, Ostuni, Selva, Lacco Ameno, Torino | Verona, Lecce, Montecatini Terme | Verona |
| da 50% a 75% | Corvara in Badia | | Como, Lido di Jesolo | Padova, Trieste, | Porto Santo Stefano, |
| da 25% a 50% | Torino, Ostuni, Ragusa, | Verona, Torino | Milano, Portofino, Olbia Giardini Naxos, Sanremo | San Gimignano | Pisa |
| da 10% a 25% | Milano, Venezia, Verona, Genova, Pisa, Sirmione, Bergamo | Roma, Firenze, Merano, Sirmione, Palermo | Venezia, Bologna | Milano, Lacco Ameno, Bologna, Palermo, Catania, Bergamo, Amalfi, Matera, Sirmione | Torino, Riccione |
| da -10% a 10% | Roma Firenze, Napoli, Bologna, Palermo | Venezia, Como, Genova, Napoli, Castiglione della Pescaia, Bologna | Roma, Firenze, Napoli, Amalfi, Palermo, Porto Cervo, Canazei, Modena | Roma, Venezia, Firenze, Napoli, Sorrento, Torino, Pisa, Alghero | Roma, Firenze, Venezia, Milano, Positano, Sorrento, Amalfi, Napoli, Taormina |

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 31/08/2022 al 07/09/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



1.3. IL TURISMO in Italia

Monitoraggio arrivi e prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia

Arrivi passati e prenotazioni per i prossimi mesi negli aeroporti italiani - confronto 2022/2021 al 15/09/2022



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forwardkeys - aggiornati al 04/09/2022 - * Prenotazioni 2022 per settembre e ottobre



Monitoraggio arrivi e prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia

Arrivi passati e prenotazioni per i prossimi mesi negli aeroporti italiani - confronto 2022/2019 al 15/09/2022



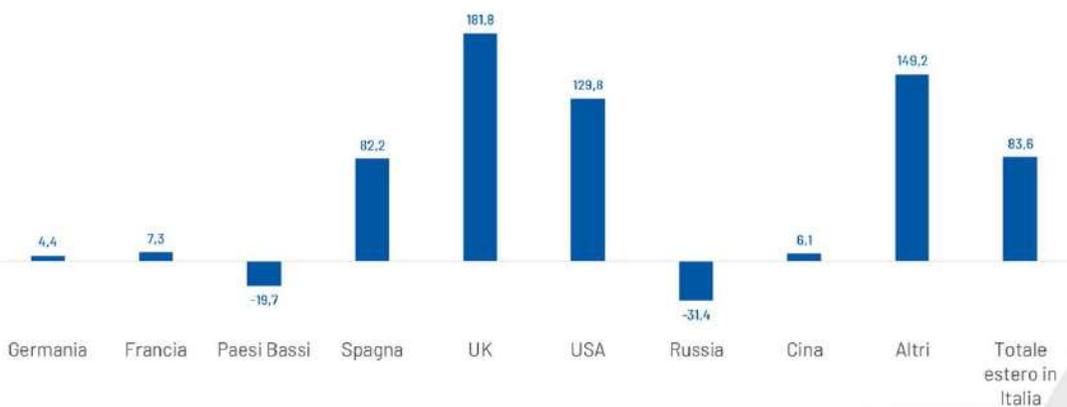
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data - aggiornati al 04/09/2022 * Prenotazioni 2022 per settembre e ottobre



1.3. IL TURISMO in Italia

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia - Agosto

Prenotazioni 2022 per Paese di origine - variazione % agosto 2022 sul 2021 al 15/09/2022

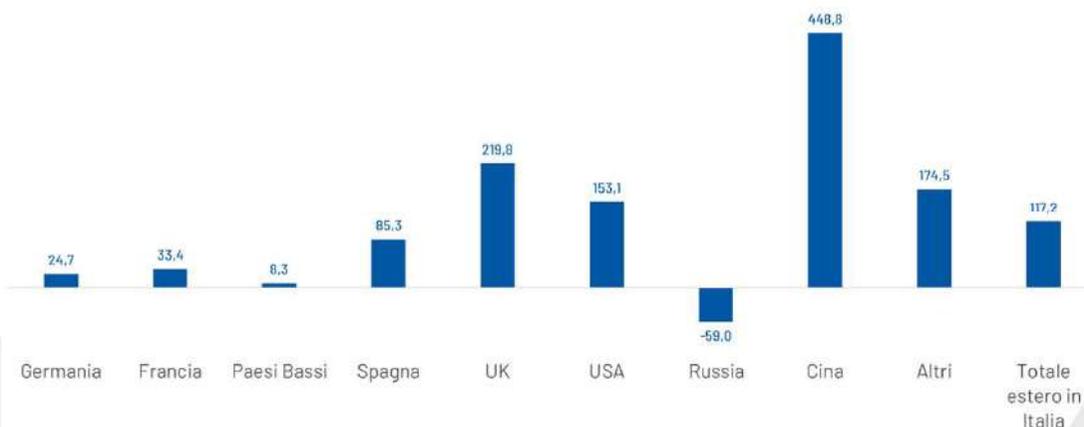


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data - aggiornati al 04/09/2022



Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia - Settembre

Prenotazioni 2022 per Paese di origine - variazione % settembre 2022 sul 2021 al 15/09/2022



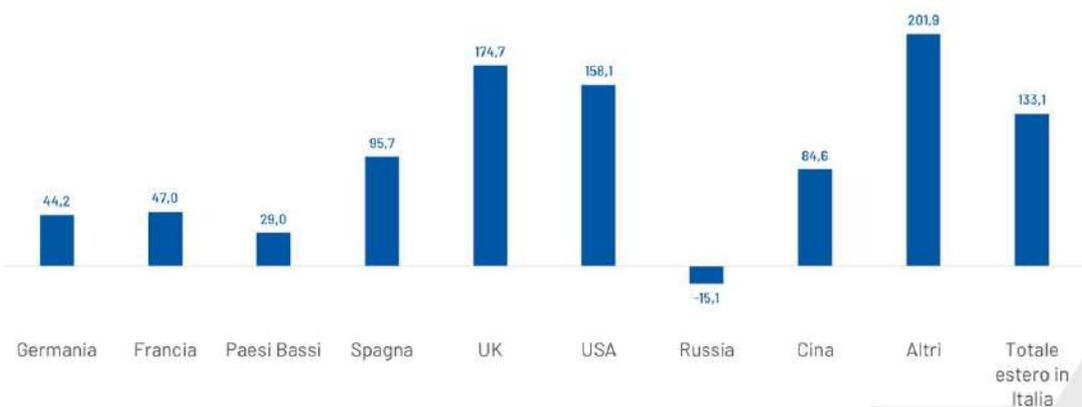
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data - aggiornati al 04/09/2022



1.3. IL TURISMO in Italia

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia - Ottobre

Prenotazioni per Paese di origine - variazione % ottobre 2022 sul 2021 al 15/09/2022

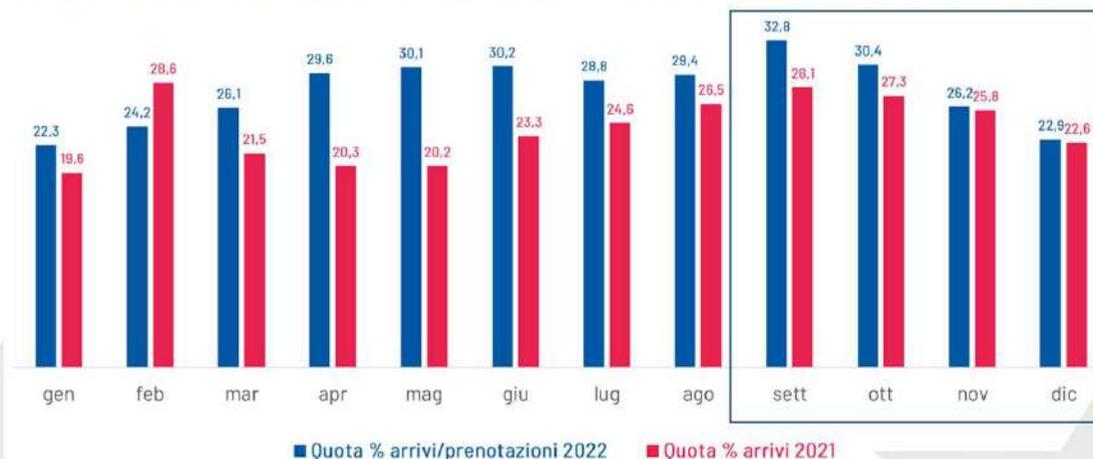


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data - aggiornati al 04/09/2022



Monitoraggio della quota di arrivi da voli internazionali prevista in Italia

Quota % su totale arrivi/prenotazioni* dall'estero negli aeroporti dei principali Paesi EU del Mediterraneo** - 2022/2021 al 15/09/2022



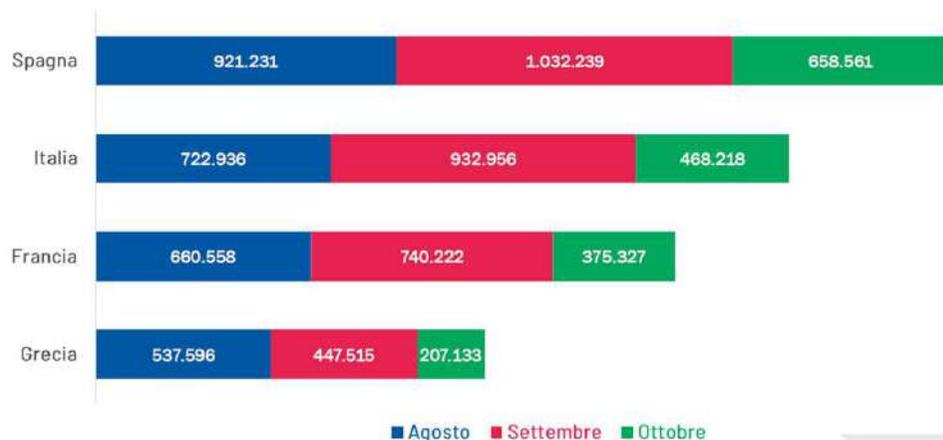
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forwardkeys - aggiornati al 04/09/2022 - * Prenotazioni settembre-dicembre, ** Italia, Spagna, Grecia e Francia



1.3. IL TURISMO in Italia

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero - Italia e competitor

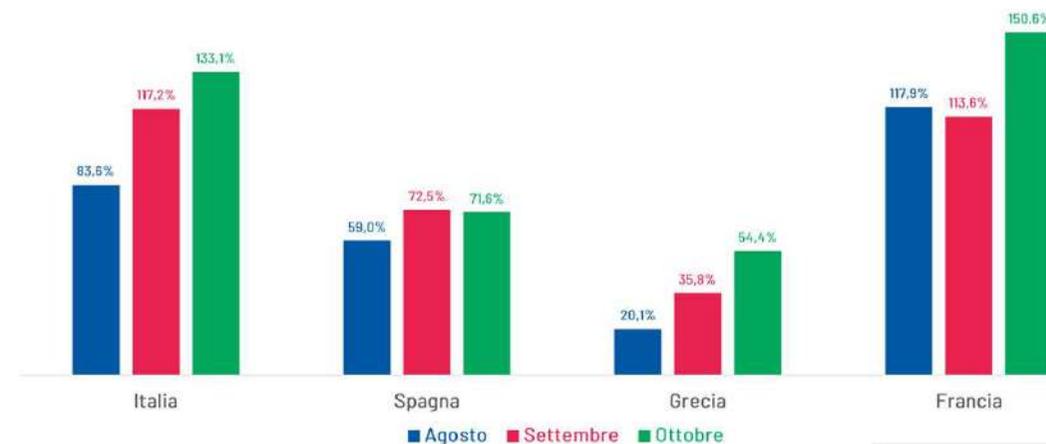
Prenotazioni Estate/Autunno 2022 al 15/09/2022



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data - aggiornato al 04/09/2022

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero - Italia e competitor

Prenotazioni Estate /Autunno 2022 - variazione % sul 2021 al 15/09/2022



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data - aggiornato al 04/09/2022

1.3. IL TURISMO in Italia

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero - Italia e competitor

Prenotazioni Estate/Autunno 2022 - variazione % sul 2019 al 15/09/2022



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data - aggiornato al 04/09/2022



Prenotazioni del ricettivo sulle Online Travel Agencies - Dati settimanali

Offerte sulle maggiori OTA - tasso saturazione disponibilità strutture ricettive confronto 2022/2021



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati The Data Appeal Company al 15/09/2022



1.3. IL TURISMO in Italia

Prenotazioni del ricettivo sulle Online Travel Agencies - Dati settimanali

Offerte sulle maggiori OTA - tasso saturazione disponibilità strutture ricettive confronto 2022/2019

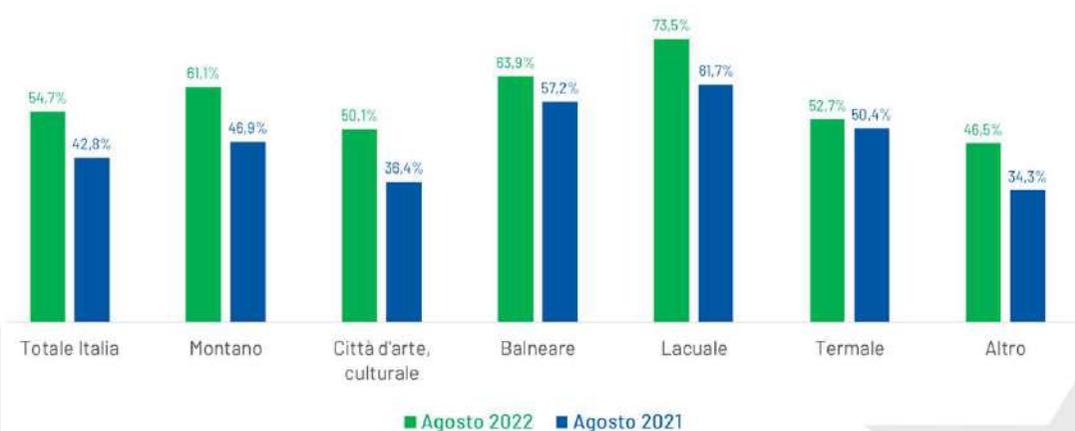


Fonte: Ufficio Studi di ENIT su dati The Data Appeal Company al 15/09/2022



Prenotazioni del ricettivo sulle Online Travel Agencies - Agosto 2022/2021

Offerte sulle maggiori OTA - tasso di saturazione per prodotto confronto con 2021



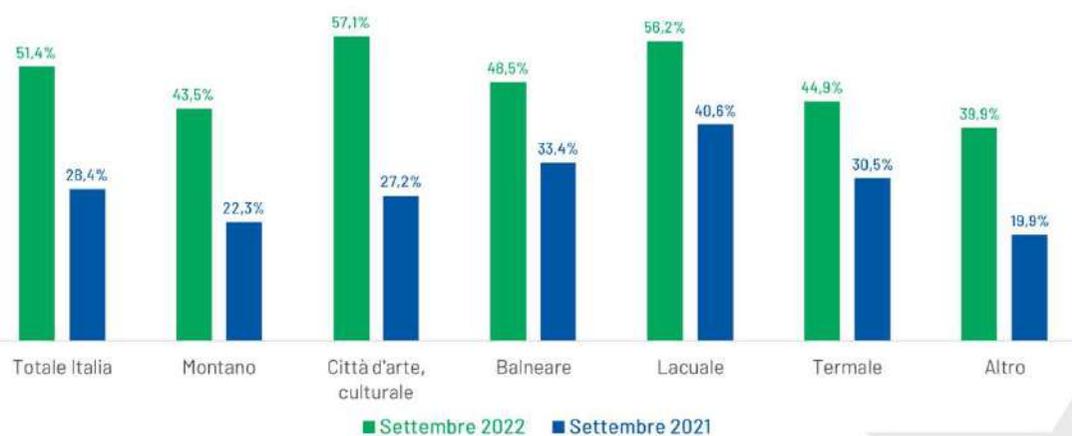
Fonte: Ufficio Studi di ENIT su dati The Data Appeal Company al 15/09/2022



1.3. IL TURISMO in Italia

Prenotazioni del ricettivo sulle Online Travel Agencies - Settembre 2022/2021

Offerte sulle maggiori OTA - tasso di saturazione per prodotto confronto con 2021

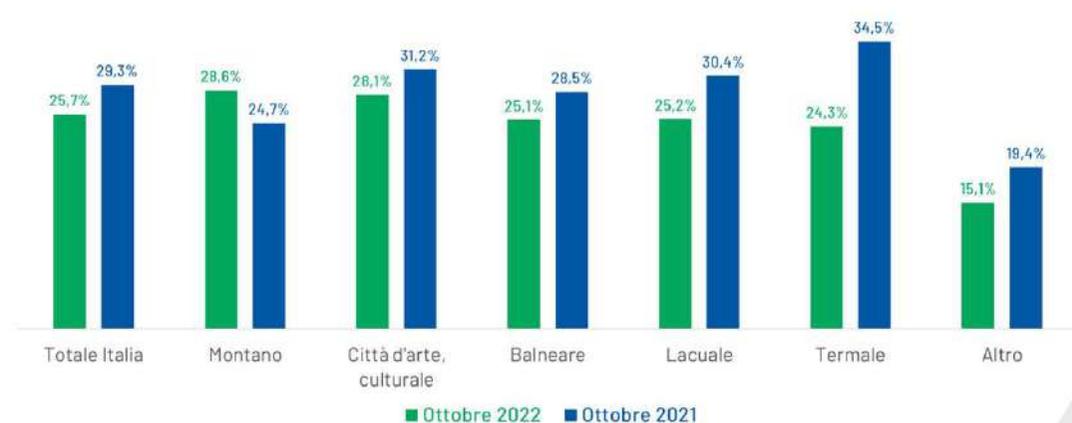


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati The Data Appeal Company al 15/09/2022



Prenotazioni del ricettivo sulle Online Travel Agencies - Ottobre 2022/2021

Offerte sulle maggiori OTA - tasso di saturazione per prodotto confronto con 2021

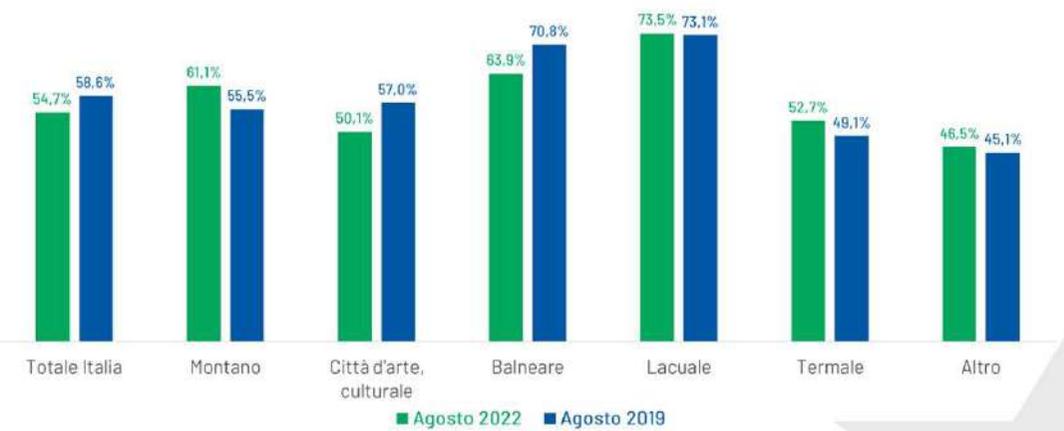


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati The Data Appeal Company al 15/09/2022

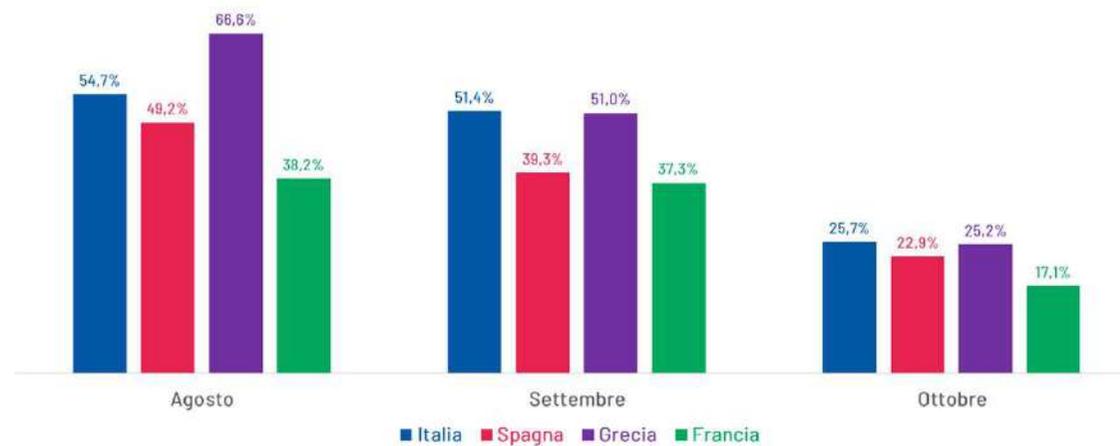


1.3. IL TURISMO in Italia

Prenotazioni del ricettivo sulle Online Travel Agencies - Agosto 2022/2019
 Offerte sulle maggiori OTA - tasso di saturazione per prodotto confronto con 2019



Prenotazioni del ricettivo sulle Online Travel Agencies - Italia e competitor
 Offerte sulle maggiori OTA - tasso di saturazione Estate/Autunno 2022



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati The Data Appeal Company al 15/09/2022



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati The Data Appeal Company al 15/09/2022



1.3. IL TURISMO in Italia

COME VA IL TURISMO IN ITALIA

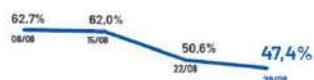
BOLLETTINO DELLA SECONDA SETTIMANA DI SETTEMBRE 2022

DATO SETTIMANALE, ITALIA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE



Prima settimana di settembre negli ultimi 3 anni, sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies).



Andamento della percentuale di saturazione OTA nelle ultime quattro settimane.

Fonte: The Data Appeal Company

DATO SETTIMANALE, ITALIA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI



Prima settimana di settembre negli ultimi 3 anni.



Andamento del numero di prenotazioni internazionali nelle ultime quattro settimane.

Fonte: Forwardkeys

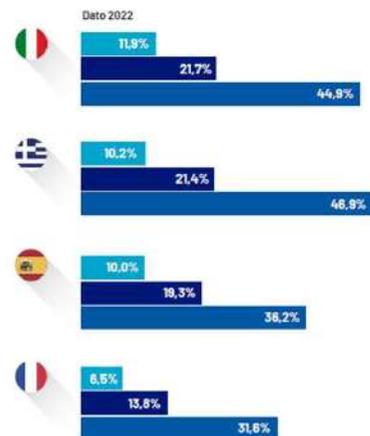
DATO MENSILE, EUROPA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE L'ITALIA E I COMPETITOR

Strutture prenotate sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies) - Dati al 07/09/2022

A settembre, l'Italia si posiziona al secondo posto per tasso di saturazione medio delle strutture ricettive OTA (45%), dietro solo alla Grecia (47%), con punte in Campania (54%), Lazio (54%) e Toscana (50%). I laghi (52%) e le città d'arte (50%) rappresentano le mete italiane preferite dai turisti. Ad ottobre, l'Italia si attesta come destinazione europea con il più alto tasso di saturazione medio (22% vs 18% dei Paesi competitor EU considerati).

LEGENDA: ● NOVEMBRE ● OTTOBRE ● SETTEMBRE



Fonte: The Data Appeal Company
* Tasso medio calcolato su base The Data Appeal Company delle ultime quattro settimane.

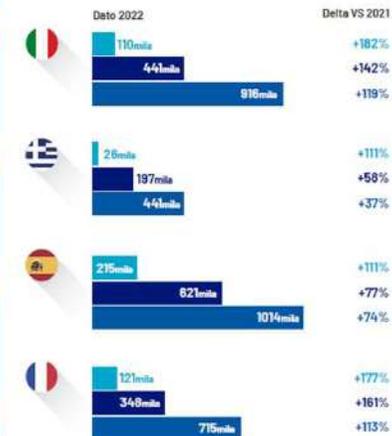
DATO MENSILE, EUROPA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI L'ITALIA E I COMPETITOR

Numero di prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia e verso i principali competitor europei - Dati al 07/09/2022

A settembre, le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia hanno superato 915k, di cui il 40% proveniente complessivamente dai turisti statunitensi, tedeschi ed inglesi. Con tali volumi, l'Italia si posiziona al secondo posto come destinazione europea preferita, dietro solo alla Spagna (1014k). Le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia ad ottobre (441k) seguono un netto incremento rispetto al 2021 (+142%) ed al 2020 (+232%) con un ritardo rispetto al 2019 (-24%) riconducibile in parte all'assenza della quasi totalità del turismo russo e cinese.

LEGENDA: ● NOVEMBRE ● OTTOBRE ● SETTEMBRE



Fonte: Forwardkeys
* Tasso medio calcolato su base Forwardkeys delle ultime quattro settimane.



COOP CULTURE

PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

RESEARCH & MANAGEMENT CONSULTING

1.3. IL TURISMO in Italia

PRENOTAZIONI OTA PER PRODOTTO ITALIA

Dato al 07/09/2022



| Prodotto | % Saturazione SETTEMBRE | |
|------------------------|-------------------------|-------|
| | 2021 | 2022 |
| LACUALE | 40,6% | 52,1% |
| CITTÀ D'ARTE/CULTURALE | 27,2% | 50,2% |
| BALNEARE | 33,4% | 44,2% |
| TERMALE | 30,5% | 40,8% |
| MONTANO | 22,3% | 39,2% |
| ALTRO | 19,9% | 33,3% |

Fonte: The Delta Appeal Company

VERSO L'ITALIA IN AUTUNNO

Numero di prenotazioni aeroportuali internazionali verso l'Italia a settembre, ottobre e novembre 2022.

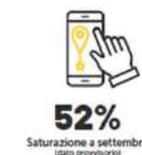


PASSEGGERI AEREI

Numero di passeggeri aerei tra gennaio e luglio 2022.



IL MERCATO DELLE ABITAZIONI PRIVATE A SETTEMBRE 2022



PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI PER SCOPO DEL VIAGGIO

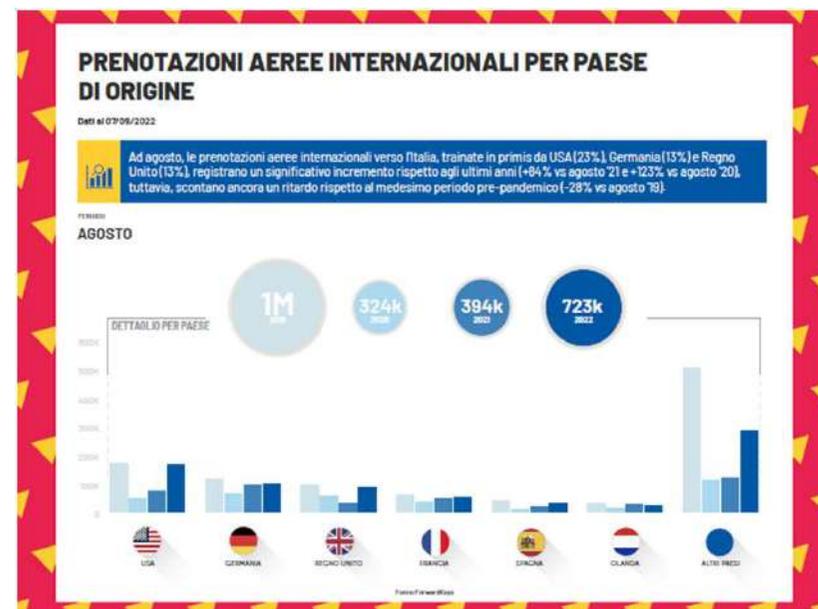
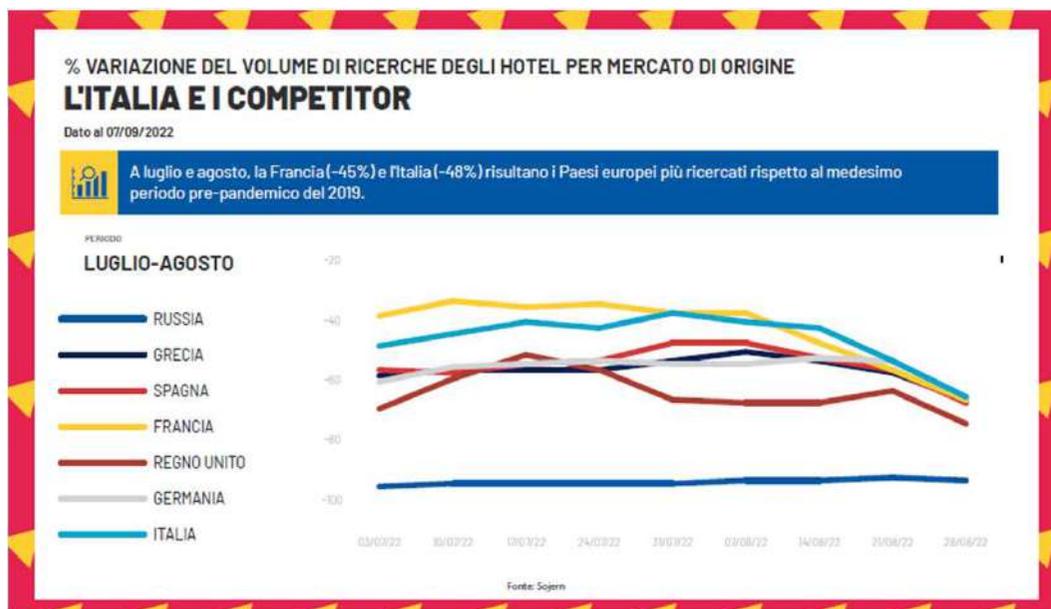
Dato al 07/09/2022

Ad agosto, lo scopo prevalente del viaggio è "svago" (82%) che con le quasi 600k prenotazioni aeree verso l'Italia evidenzia come gli spostamenti abbiano fini tipicamente vacanzieri.

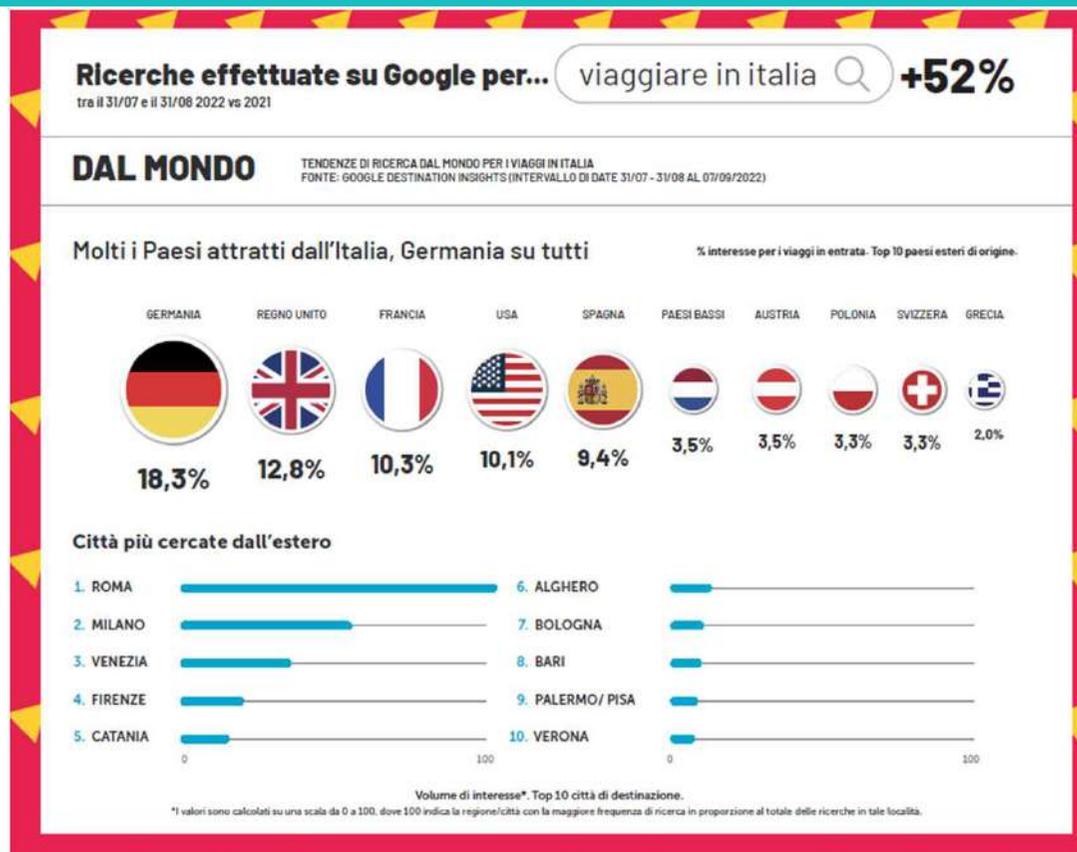


PROSECCO
DM
MANAGER
JRM
BENTON&BOWLES

1.3. IL TURISMO in Italia



1.3. IL TURISMO in Italia



ORGANISMO
MANAGEMENT
D'INTELLIGENZA

1.3. IL TURISMO in Italia



REDAZIONE
D.M. MANAGER
D.M. REDAZIONE

1.3. IL TURISMO in Italia

PRENOTAZIONI OTA PER PRODOTTO

ITALIA

Dato al 14/09/2022



| Prodotto | % Saturazione SETTEMBRE | |
|------------------------|-------------------------|-------|
| | 2020 | 2021 |
| CITTÀ D'ARTE/CULTURALE | 27,2% | 56,3% |
| LACUALE | 40,6% | 55,7% |
| BALNEARE | 33,4% | 47,9% |
| TERMALE | 30,5% | 44,0% |
| MONTANO | 22,3% | 43,1% |
| ALTRO | 19,9% | 38,1% |

Fonte: The Delta Appraisal Company

VERSO L'ITALIA IN AUTUNNO

Numero di prenotazioni aeroportuali internazionali verso l'Italia a settembre, ottobre e novembre 2022.



PASSEGGERI AEREI

Numero di passeggeri aerei tra gennaio e luglio 2022.



IL MERCATO DELLE ABITAZIONI PRIVATE A AGOSTO E SETTEMBRE 2022



53%

Saturazione a settembre (dato provvisorio)



672k

Abitazioni private immesse sul mercato a agosto



298mln €

Fatturato generato a settembre (dato provvisorio)

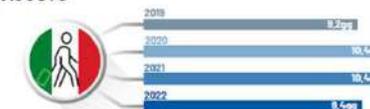
Fonte: Transparent

DURATA MEDIA DEL SOGGIORNO

Durata media dei soggiorni in Italia per gli arrivi aeroportuali dei turisti internazionali - Dati al 14/09/2022.

Ad agosto, la durata media del soggiorno in Italia dei turisti provenienti dai principali Paesi EU considerati e dagli USA è tornata ad attestarsi intorno ai valori del medesimo periodo pre-pandemico (9,4 gg a agosto '22 vs 9,2 gg a agosto '19).

PERIODO AGOSTO



DETTAGLIO MERCATO USA E DEI PRINCIPALI PAESI EUROPEI NEI QUATTRO ANNI ANALIZZATI

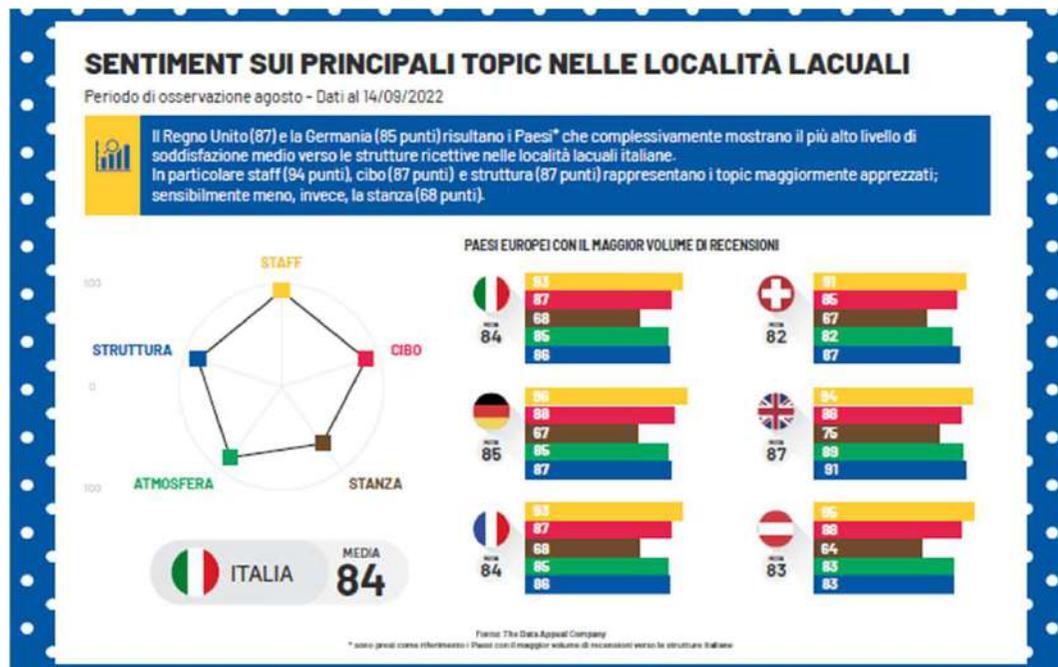
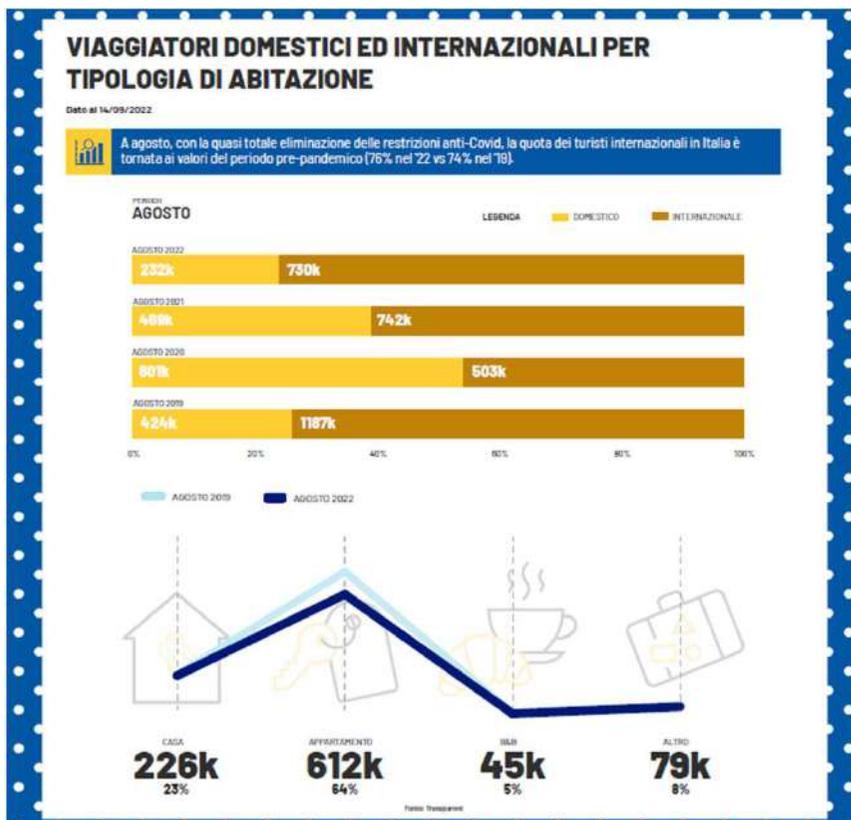


Fonte: Forwardkeys

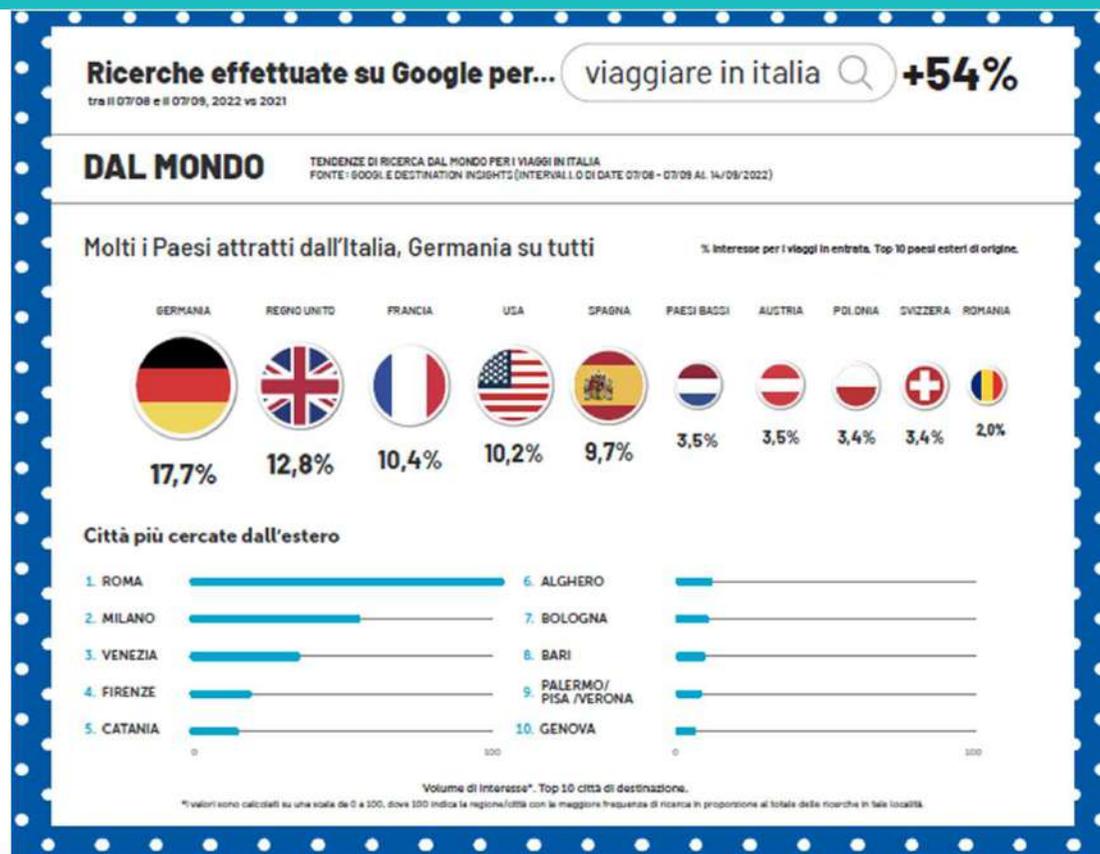


PROSECCO
 D.M. AMBITO
 D.M. DESTINAZIONE

1.3. IL TURISMO in Italia



1.3. IL TURISMO in Italia



PROSECCO
MANAGER
DESTINATIONS

1.3. IL TURISMO in Italia



ORGANISMO
D'AMMINISTRAZIONE
E GESTIONE

1.3. IL TURISMO in Italia

PRENOTAZIONI OTA PER PRODOTTO

ITALIA

Dato al 21/09/2022



| Prodotto | % Saturazione SETTEMBRE | |
|------------------------|-------------------------|-------|
| | 2021 | 2022 |
| CITTÀ D'ARTE/CULTURALE | 27,2% | 60,2% |
| LACUALE | 40,8% | 58,1% |
| BALNEARE | 33,4% | 50,4% |
| TERMALE | 30,5% | 47,5% |
| MONTANO | 22,3% | 45,7% |
| ALTRO | 19,9% | 43,2% |

Fonte: The Data Appeal Company

VERSO L'ITALIA IN AUTUNNO

Numero di prenotazioni aeroportuali internazionali verso l'Italia a settembre, ottobre e novembre 2022.

Dato al 21/09/2022



932mila
a settembre 2022 **+117%** VS 2021

526mila
a ottobre 2022 **+114%** VS 2021

136mila
a novembre 2022 **+169%** VS 2021

Fonte: ForwardKeys

IL MERCATO DELLE ABITAZIONI PRIVATE AD AGOSTO E SETTEMBRE 2022



52%

Saturazione a settembre
(dato provvisorio)



672k

Abitazioni private immesse
sul mercato ad agosto



437mln €

Fatturato generato a settembre
(dato provvisorio)

Fonte: Immobiliare.it

FINESTRA DELLE PRENOTAZIONI AEROPORTUALI

Dato al 21/09/2022



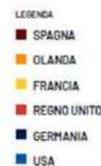
Ad agosto, si è registrata la tendenza a prenotare i voli aerei verso l'Italia con minore anticipo (110 gg nel '22 vs 120 gg nel '19), specialmente da parte dei turisti statunitensi (20 gg di anticipo rispetto al '19), francesi e spagnoli (17 gg di anticipo rispetto al '19).



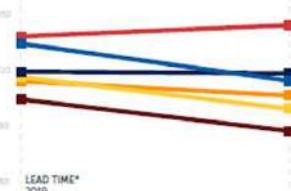
LEAD TIME*
MEDIO

MEDIA AGOSTO 2019 **120 GG**
MEDIA PAESI EU E USA

MEDIA AGOSTO 2022 **110 GG**
MEDIA PAESI EU E USA



LEGENDA
 ■ SPAGNA
 ■ OLANDA
 ■ FRANCIA
 ■ REGNO UNITO
 ■ GERMANIA
 ■ USA



LEAD TIME* 2019 LEAD TIME* 2022

Fonte: Elaborazione Miravia del ForwardKeys



COOP CULTURE

PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROTEZIONE
 D'AMBIENTE
 E
 SOSTENIBILITÀ

1.3. IL TURISMO in Italia

ABITAZIONI PRIVATE IMMESSE SUL MERCATO PER REGIONE

Dato al 21/08/2022

Ad agosto, la Toscana (518k) guida la classifica delle regioni per maggior numero di abitazioni private, seguita da Sicilia (306k) e Puglia (288k). Nella top 5 delle regioni si concentra oltre la metà (52,1%) delle abitazioni private distribuite sul territorio italiano (572k).



PRINCIPALI PUNTI DI INTERESSE (POI)

Per ciascuna tipologia di attrazione sono indicati i POI associati al maggior numero di contents a agosto - Dati al 21/09/2022

LEGENDA: SENTIMENT



Ricerche effettuate su Google per... viaggiare in Italia +56%

tra il 14/08 e il 14/09, 2022 vs 2021

DAL MONDO

TENDENZE DI RICERCA DAL MONDO PER I VIAGGI IN ITALIA
 FONTE: GOOGLE E DESTINATION INSIGHTS (INTERVALLO DI DATE 14/08 - 14/09 AL 21/09/2022)

Molti i Paesi attratti dall'Italia, Germania su tutti

% Interesse per i viaggi in entrata. Top 10 paesi esteri di origine.



Città più cercate dall'estero



Volume di Interesse*. Top 10 città di destinazione.

*I valori sono calcolati su una scala da 0 a 100, dove 100 indica la regione/città con la maggiore frequenza di ricerche in proporzione al totale delle ricerche in tale località.



1.3. IL TURISMO in Italia

COME VA IL TURISMO IN ITALIA

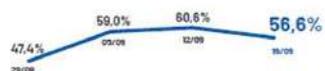
BOLLETTINO DELLA QUINTA SETTIMANA DI SETTEMBRE 2022

DATO SETTIMANALE, ITALIA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE



Quarta settimana di settembre negli ultimi 3 anni, sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies).



Andamento della percentuale di saturazione OTA nelle ultime quattro settimane.

Fonte: The Data Appeal Company

DATO SETTIMANALE, ITALIA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI



Quarta settimana di settembre negli ultimi 3 anni.



Andamento del numero di prenotazioni internazionali nelle ultime quattro settimane.

Fonte: Forwardkeys

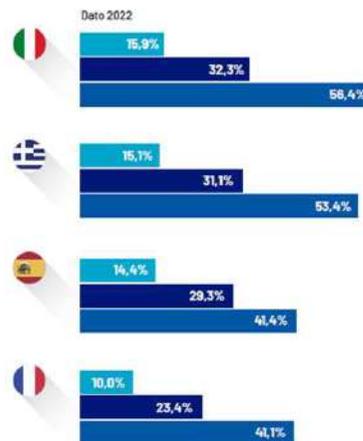
DATO MENSILE, EUROPA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE L'ITALIA E I COMPETITOR

Strutture prenotate sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies) - Dati al 28/09/2022

A settembre, l'Italia si posiziona al primo posto per tasso di saturazione medio delle strutture ricettive OTA (56%), un risultato di ben 11 p.p. superiore rispetto alla media dei Paesi competitor EU. Le città d'arte (63%) ed i laghi (60%) sono le mete italiane preferite dai turisti con punto in Lazio (89%), Campania (83%) e Toscana (61%). Anche ad ottobre, l'Italia si attesta come destinazione europea con il più alto tasso di saturazione medio (32%), davanti a Grecia (31%), Spagna (29%) e Francia (23%).

LEGENDA: ● NOVEMBRE ● OTTOBRE ● SETTEMBRE



Fonte: The Data Appeal Company
* Tasso medio calcolato su base The Data Appeal Company della quinta settimana.

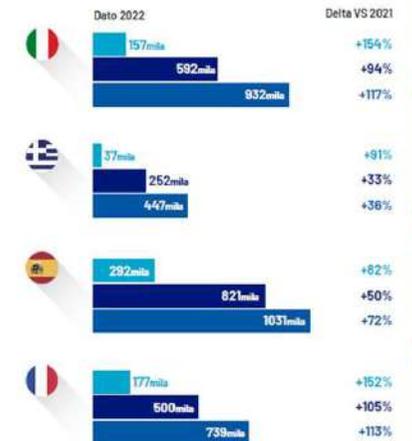
DATO MENSILE, EUROPA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI L'ITALIA E I COMPETITOR

Numero di prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia e verso i principali competitor europei - Dati al 28/09/2022

A settembre, le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia hanno superato 830k, un volume significativo secondo solo alla Spagna (103k). Le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia ad ottobre (592k), di cui quasi la metà proveniente complessivamente dai turisti statunitensi, tedeschi ed inglesi, segnano un netto incremento rispetto al 2021 (+94%) ed al 2020 (+233%) con un ritardo rispetto al 2019 (-24%) riconducibile in parte all'assenza della quasi totalità del turismo russo e cinese (-47k rispetto al 2019).

LEGENDA: ● NOVEMBRE ● OTTOBRE ● SETTEMBRE



Fonte: Forwardkeys
* Tasso medio calcolato su base Forwardkeys della quinta settimana.



COOP CULTURE

PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROSECCO IGT
D.M. 10/2011

1.3. IL TURISMO in Italia

PRENOTAZIONI OTA PER PRODOTTO ITALIA

ITALIA

Dato al 28/09/2022



| Prodotto | % Saturazione SETTEMBRE | |
|------------------------|-------------------------|-------|
| | 2021 | 2022 |
| CITTÀ D'ARTE/CULTURALE | 27,2% | 63,0% |
| LACUALE | 40,6% | 59,7% |
| BALNEARE | 33,4% | 52,0% |
| TERMALE | 30,5% | 48,7% |
| MONTANO | 22,3% | 47,6% |
| ALTRO | 18,9% | 46,5% |

Fonte: The Data Appeal Company

VERSO L'ITALIA IN AUTUNNO

Numero di prenotazioni aeroportuali internazionali verso l'Italia a settembre, ottobre e novembre 2022.

Dato al 28/09/2022



932mila +117% VS 2021
a settembre 2022

592mila +94% VS 2021
a ottobre 2022

157mila +154% VS 2021
a novembre 2022

Fonte: ForwardKeys

IL MERCATO DELLE ABITAZIONI PRIVATE A SETTEMBRE 2022



51%

Saturazione a settembre
(dato provvisorio)



569mln €

Fatturato generato a settembre
(dato provvisorio)

Fonte: Trapiant

PRENOTAZIONI DEGLI HOTEL PER PAESE DI ORIGINE

Dato al 28/09/2022



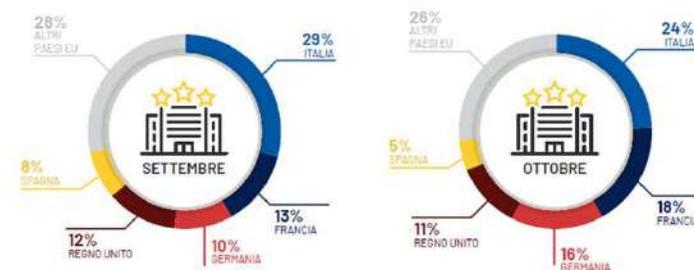
A settembre e ottobre, la quota percentuale complessiva delle prenotazioni degli hotel in Italia da parte dei turisti europei - con Francia, Germania e Regno Unito in primis - risulta nettamente maggiore rispetto a quella domestica.

PER PAESE

PRENOTAZIONE DEGLI HOTEL

PER PERIODO

SETTEMBRE - OTTOBRE



Fonte: The Data Appeal Company

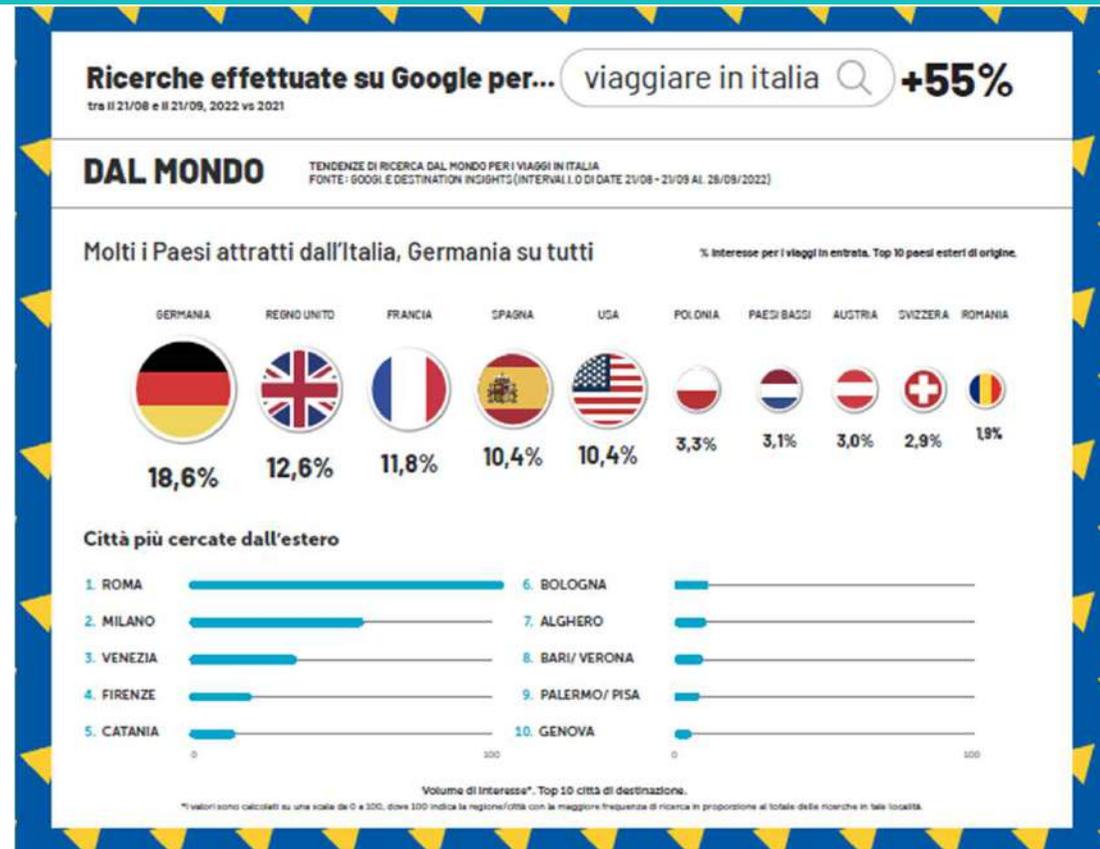
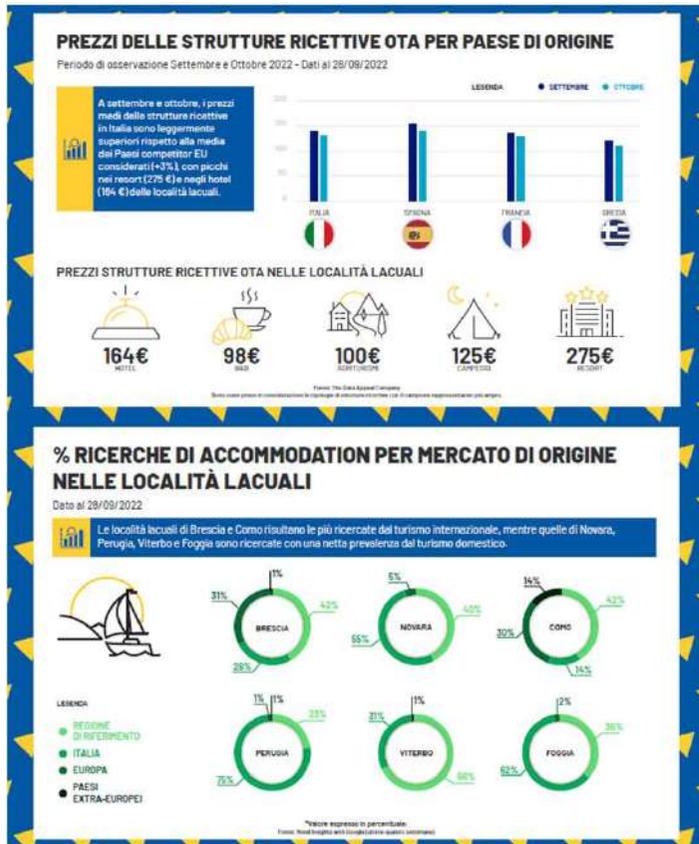


COOP CULTURE

PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

1.3. IL TURISMO in Italia



1.3. IL TURISMO in Italia

COME VA IL TURISMO IN ITALIA

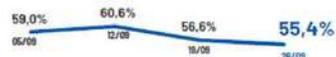
BOLLETTINO DELLA PRIMA SETTIMANA DI OTTOBRE 2022

DATO SETTIMANALE, ITALIA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE



Quinta settimana di settembre negli ultimi 3 anni, sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies).



Andamento della percentuale di saturazione OTA nelle ultime quattro settimane.

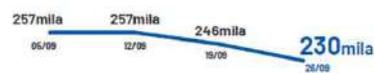
Fonte: The Data Appeal Company

DATO SETTIMANALE, ITALIA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI



Quinta settimana di settembre negli ultimi 3 anni.



Andamento del numero di prenotazioni internazionali nelle ultime quattro settimane.

Fonte: Forwardkey

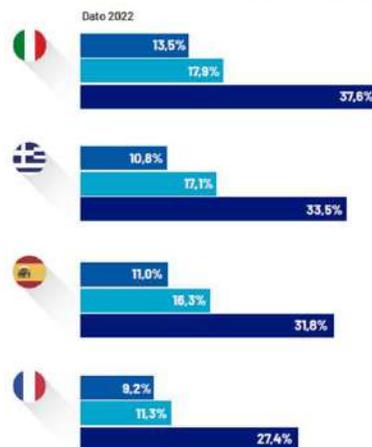
DATO MENSILE, EUROPA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE L'ITALIA E I COMPETITOR

Strutture prenotate sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies) - Dati al 05/10/2022

Ad ottobre, l'Italia si posiziona al primo posto per tasso di saturazione medio delle strutture ricettive OTA (36%), un risultato di 7 p.p. superiore rispetto alla media dei Paesi competitor EU. Le città d'arte (43%) e le località montane e termali (37%) sono le mete italiane preferite dai turisti con punte in Lazio (53%), Toscana (42%) e Campania (41%).
Anche a novembre, l'Italia si attesta come destinazione europea con il più alto tasso di saturazione medio (16%), davanti a Grecia (17%), Spagna (16%) e Francia (11%).

LEGENDA ● DICEMBRE ● NOVEMBRE ● OTTOBRE



Fonte: The Data Appeal Company

* Tasso medio calcolato su base The Data Appeal Company delle ultime quattro settimane.

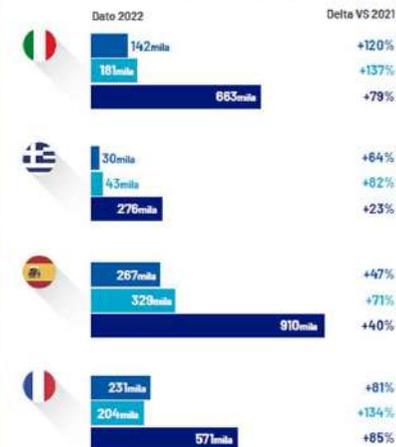
DATO MENSILE, EUROPA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI L'ITALIA E I COMPETITOR

Numero di prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia e verso i principali competitor europei - Dati al 05/10/2022

Ad ottobre, le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia hanno superato 880k, un volume significativo secondo solo alla Spagna (810k).
Le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia a novembre (181k) segnano un netto incremento rispetto al 2021 (+137%) ed al 2020 (+430%) con un ritardo rispetto al 2019 (-31%) di oltre 80k.

LEGENDA ● DICEMBRE ● NOVEMBRE ● OTTOBRE



Fonte: Forwardkey

* Tasso medio calcolato su base Forwardkey delle ultime quattro settimane.



COOP CULTURE

PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

DEPARTMENT OF MANAGEMENT AND ECONOMICS

1.3. IL TURISMO in Italia

PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI PER PAESE DI ORIGINE

Dati al 05/10/2022

A settembre, le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia, trainate in primis da USA (27%), Germania (13%) e Regno Unito (8%), registrano un significativo incremento rispetto agli ultimi anni (+117% vs settembre '21 e +184% vs settembre '20), tuttavia, scontano ancora un ritardo rispetto al medesimo periodo pre-pandemico (-19% vs settembre '19).

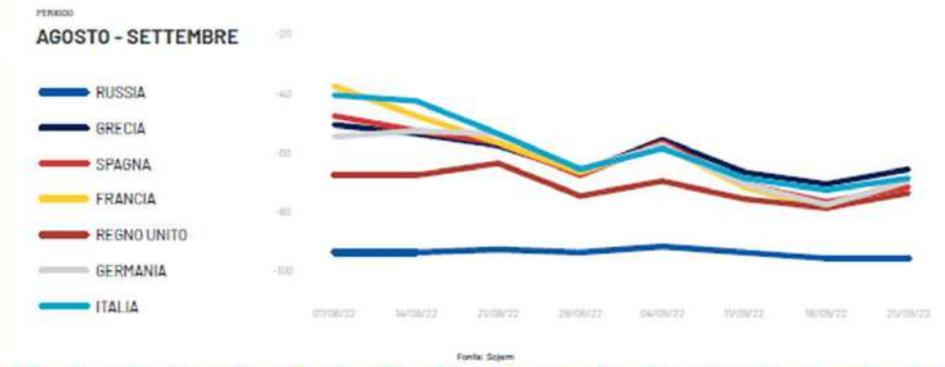
PERIODO
SETTEMBRE



% VARIAZIONE DEL VOLUME DI RICERCHE DEGLI HOTEL PER MERCATO DI ORIGINE L'ITALIA E I COMPETITOR

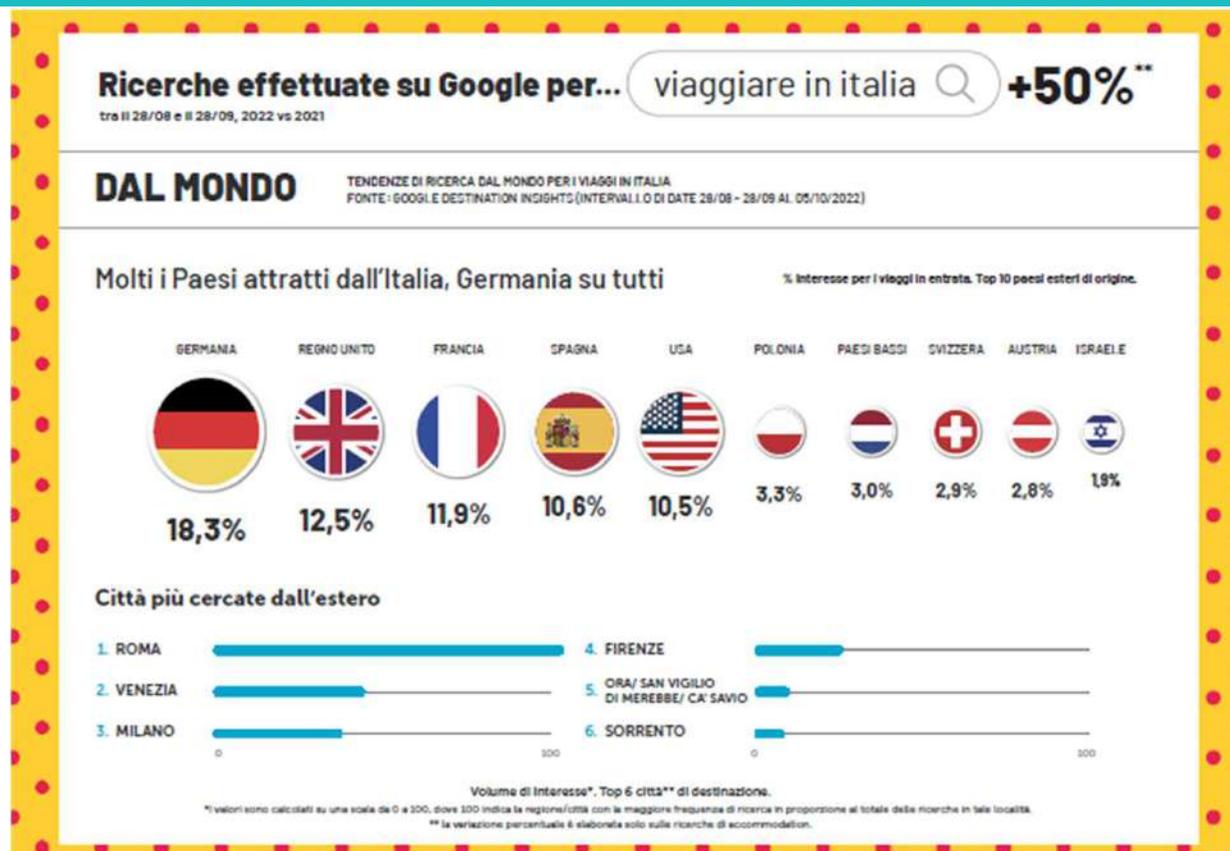
Dato al 05/10/2022

Ad agosto e settembre, l'Italia (-60%) risulta il Paese europeo più ricercato rispetto al medesimo periodo pre-pandemico del 2019.



PREVENZIONE
MANAGEMENT
DIREZIONE

1.3. IL TURISMO in Italia



PROGETTO
E MANAGER
DEI DESTINAZIONI

1.3. IL TURISMO in Italia

COME VA IL TURISMO IN ITALIA

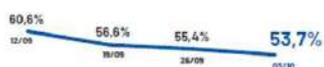
BOLLETTINO DELLA SECONDA SETTIMANA DI OTTOBRE 2022

DATO SETTIMANALE, ITALIA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE



Prima settimana di ottobre negli ultimi 3 anni, sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies).



Andamento della percentuale di saturazione OTA nelle ultime quattro settimane.

Fonte: The Data Appeal Company

DATO SETTIMANALE, ITALIA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI



Prima settimana di ottobre negli ultimi 3 anni.



Andamento del numero di prenotazioni internazionali nelle ultime quattro settimane.

Fonte: Forwardkeys

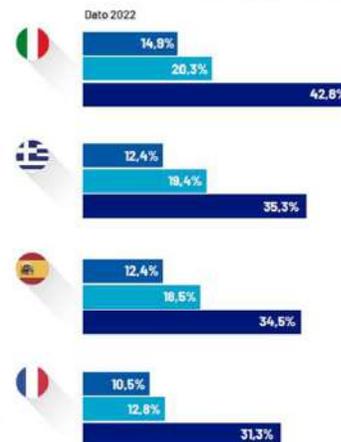
DATO MENSILE, EUROPA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE L'ITALIA E I COMPETITOR

Strutture prenotate sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies) - Dati al 12/10/2022

Ad ottobre, l'Italia si posiziona al primo posto per tasso di saturazione medio delle strutture ricettive OTA (43%), un risultato superiore di 9 p.p. rispetto alla media dei Paesi competitor EU considerati. Le città d'arte (50%) e le località termali (41%) sono le mete italiane preferite dai turisti con punte in Lazio (80%), Toscana (48%) e Veneto (46%).
Anche a novembre, l'Italia si attesta come destinazione europea con il più alto tasso di saturazione medio (20%), davanti a Grecia (19%), Spagna (19%) e Francia (13%).

LEGENDA ● DICEMBRE ● NOVEMBRE ● OTTOBRE



Fonte: The Data Appeal Company

*Tasso medio calcolato su base The Data Appeal Company delle ultime quattro settimane.

DATO MENSILE, EUROPA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI L'ITALIA E I COMPETITOR

Numero di prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia e verso i principali competitor europei - Dati al 12/10/2022

Ad ottobre, le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia hanno raggiunto 740k, di cui il 45% proveniente complessivamente dai turisti statunitensi, tedeschi ed inglesi. Con tali volumi, l'Italia si posiziona al secondo posto come destinazione europea preferita, dietro solo alla Spagna (1mln).
Le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia a novembre (209k) segnano un netto incremento rispetto al 2021 (+118%) ed al 2020 (+458%) con un ritardo rispetto al 2019 (-30%) di oltre 90k.

LEGENDA ● DICEMBRE ● NOVEMBRE ● OTTOBRE



Fonte: Forwardkeys

*Tasso medio calcolato su base Forwardkeys delle ultime quattro settimane.



COOP CULTURE

PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

RESEARCH & MANAGEMENT CONSULTING

1.3. IL TURISMO in Italia

PRENOTAZIONI OTA PER PRODOTTO ITALIA

Dato al 12/10/2022



| Prodotto | % Saturazione OTTOBRE | |
|------------------------|-----------------------|-------|
| CITTÀ D'ARTE/CULTURALE | 31,2% | 49,5% |
| TERMALE | 34,5% | 41,3% |
| MONTANO | 24,7% | 40,3% |
| LACUALE | 30,4% | 37,6% |
| BALNEARE | 28,5% | 37,2% |
| ALTRO | 19,4% | 31,6% |

Fonte: The Data Appeal Company

VERSO L'ITALIA IN AUTUNNO

Numero di prenotazioni aeroportuali internazionali verso l'Italia ad ottobre, novembre e dicembre 2022.

Dato al 12/10/2022



740mila
a ottobre 2022 **+69%** VS 2021

209mila
a novembre 2022 **+118%** VS 2021

161mila
a dicembre 2022 **+108%** VS 2021

Fonte: ForwardKeys

IL MERCATO DELLE ABITAZIONI PRIVATE A SETTEMBRE E OTTOBRE 2022



45%

Saturazione a ottobre
(dato provvisorio)



654k

Abitazioni private immesse
sul mercato a settembre

Fonte: Transparent



201mln €

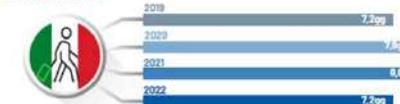
Fatturato generato a ottobre
(dato provvisorio)

DURATA MEDIA DEL SOGGIORNO

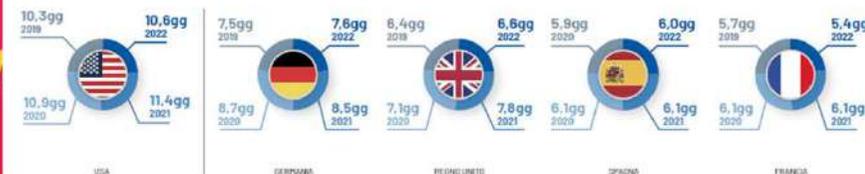
Durata media dei soggiorni in Italia per gli arrivi aeroportuali dei turisti internazionali - Dati al 12/10/2022

A settembre, la durata media del soggiorno in Italia dei turisti provenienti dai principali Paesi EU considerati e dagli USA è tornata ad attestarsi ai valori del medesimo periodo pre-pandemico (7,2 gg).

PERIODO SETTEMBRE



DETTAGLIO MERCATO USA E DEI PRINCIPALI PAESI EUROPEI NEI QUATTRO ANNI ANALIZZATI



Fonte: ForwardKeys



COOP CULTURE

PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

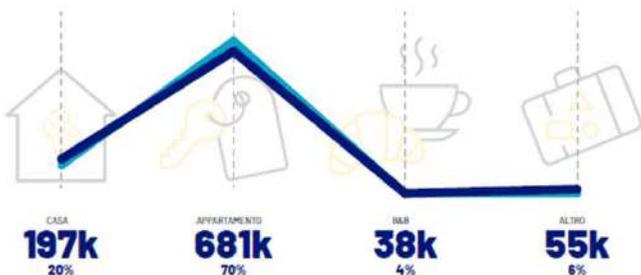
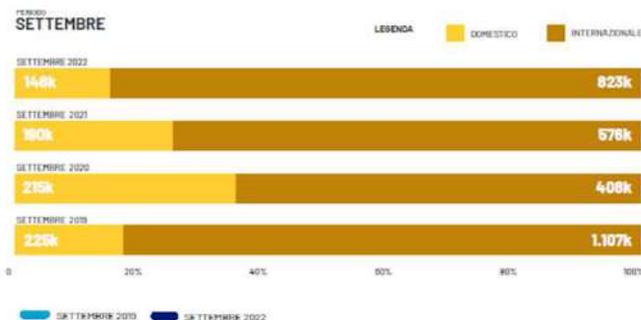
DM MANAGEMENT SYSTEMS

1.3. IL TURISMO in Italia

VIAGGIATORI DOMESTICI ED INTERNAZIONALI PER TIPOLOGIA DI ABITAZIONE

Dato al 12/10/2022

A settembre, con la quasi totale eliminazione delle restrizioni anti-Covid, la quota percentuale dei turisti internazionali in Italia è tornata ad attestarsi a valori simili al periodo pre-pandemico (85% nel '22 vs 83% nel '19).



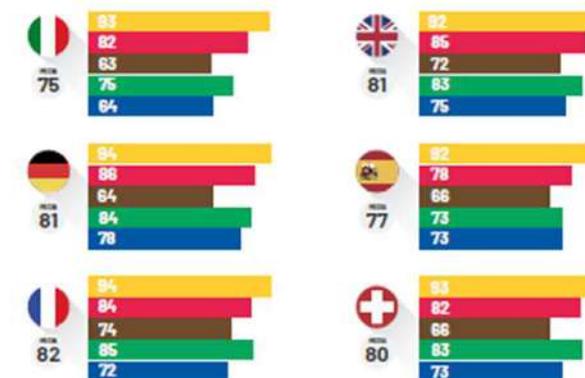
SENTIMENT SUI PRINCIPALI TOPIC NELLE CITTÀ D'ARTE

Periodo di osservazione settembre - Dati al 12/10/2022

A settembre, Francia (82 punti), Germania (81 punti) e Regno Unito (81) risultano i Paesi* che complessivamente mostrano il più alto livello di soddisfazione medio verso le strutture ricettive nelle città d'arte italiane. In particolare, staff (83 punti) e cibo (83 punti) rappresentano i topic maggiormente apprezzati, sensibilmente meno, invece, le stanze (68 punti) e i servizi (73 punti).

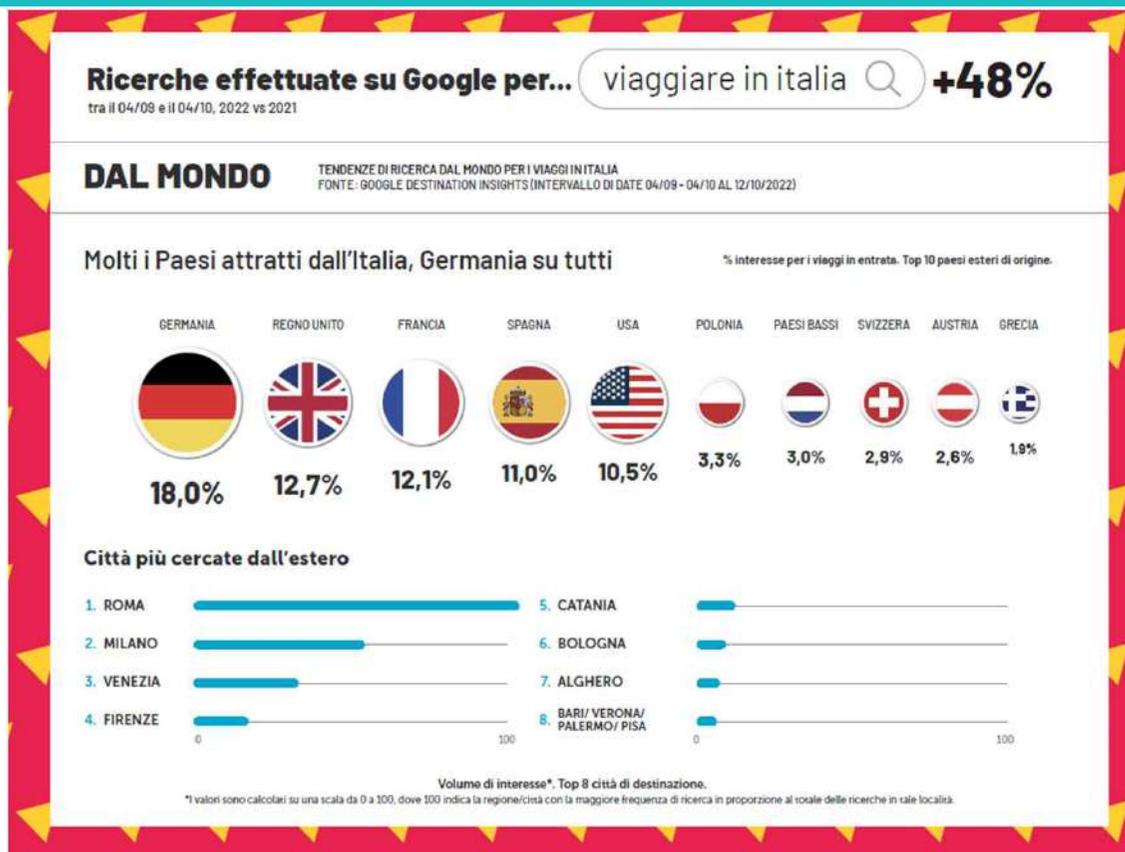


PAESI EUROPEI CON IL MAGGIOR VOLUME DI RECENSIONI



* sono presi come riferimento i Paesi con il maggior volume di recensioni verso le strutture ricettive OTA italiane

1.3. IL TURISMO in Italia



PROTEZIONE
MAGGIORI
DESTINAZIONI

1.3. IL TURISMO in Italia



COOP CULTURE

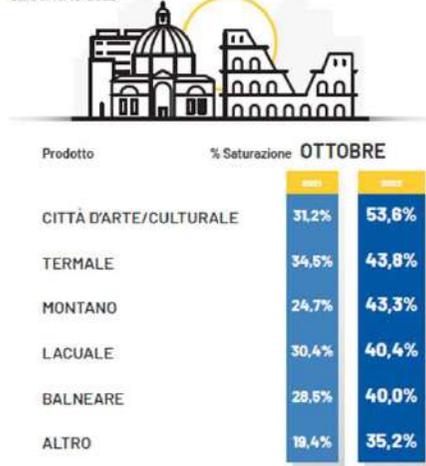
PADOVA CONVENTION & VISITORS' BUREAU

REGISTRATION MANAGER J.M. BERTINON

1.3. IL TURISMO in Italia

PRENOTAZIONI OTA PER PRODOTTO ITALIA

Dato al 19/10/2022



Fonte: The Data Appal Company

VERSO L'ITALIA IN AUTUNNO

Numero di prenotazioni aeroportuali internazionali verso l'Italia ad ottobre, novembre e dicembre 2022.

Dato al 19/10/2022



Fonte: ForwardKeys

IL MERCATO DELLE ABITAZIONI PRIVATE AD OTTOBRE 2022



44%

Saturazione ad ottobre (dato provvisorio)



311mln €

Fatturato generato ad ottobre (dato provvisorio)

Fonte: Transparent

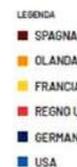
FINESTRA DELLE PRENOTAZIONI AEROPORTUALI

Dato al 19/10/2022

A settembre, si conferma la tendenza a prenotare i voli aerei verso l'Italia con minore anticipo rispetto al medesimo periodo pre-pandemico (11d gg nel '22 vs 123 gg nel '19), specialmente da parte dei turisti statunitensi (17 gg di anticipo rispetto al '19).



LEAD TIME MEDIO



Fonte: Elaborazione WU su dati ForwardKeys

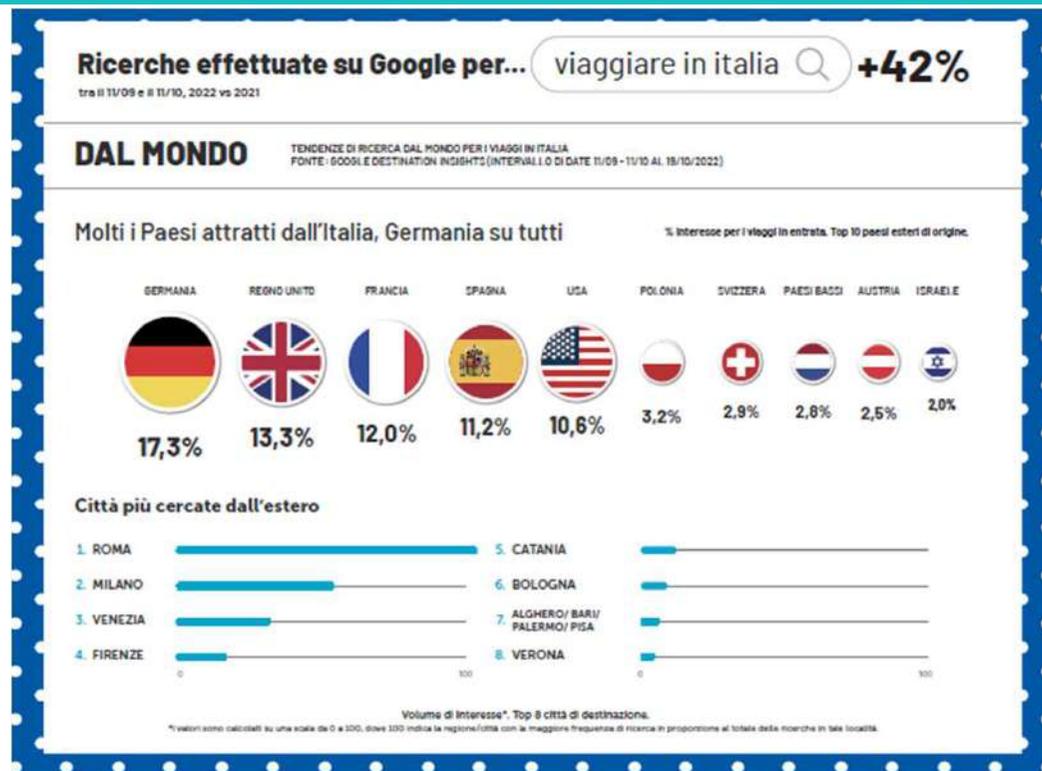
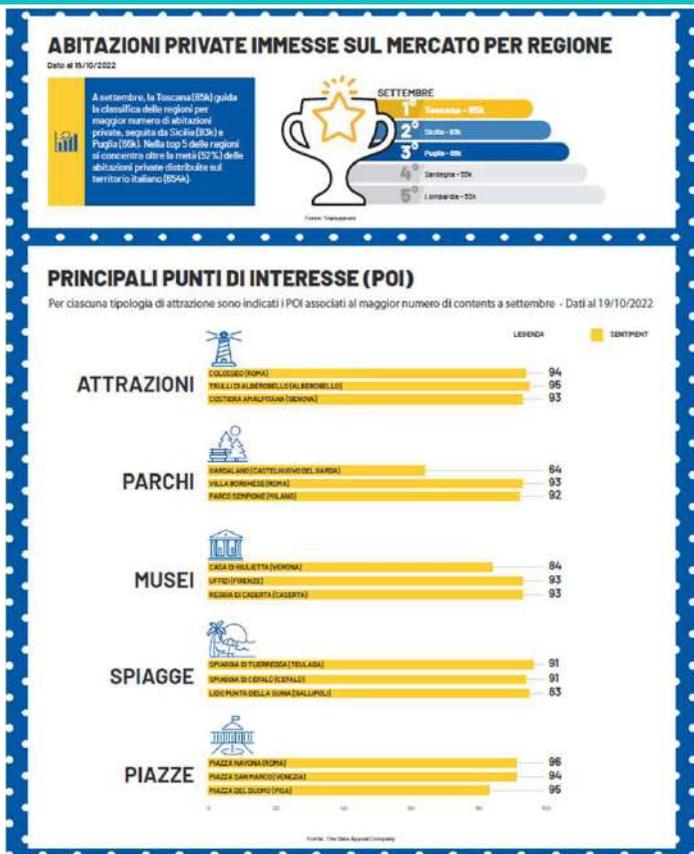


COOP CULTURE

PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

ORGANISMO
 D'AMMINISTRAZIONE
 DEL TURISMO

1.3. IL TURISMO in Italia



ORGANISMO
 DI
 MANAGEMENT
 DEL
 TERRITORIO

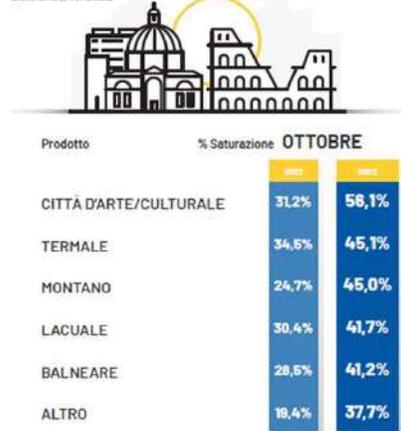
1.3. IL TURISMO in Italia



1.3. IL TURISMO in Italia

PRENOTAZIONI OTA PER PRODOTTO ITALIA

Dato al 28/10/2022



Fonte: The Data Appal Company

VERSO L'ITALIA IN AUTUNNO

Numero di prenotazioni aeroportuali internazionali verso l'Italia ad ottobre, novembre e dicembre 2022.

Dato al 28/10/2022



Fonte: ForwardKeys

IL MERCATO DELLE ABITAZIONI PRIVATE AD OTTOBRE 2022



44%

Saturazione ad ottobre (dato provvisorio)



420mln €

Fatturato generato ad ottobre (dato provvisorio)

Fonte: Trapiement

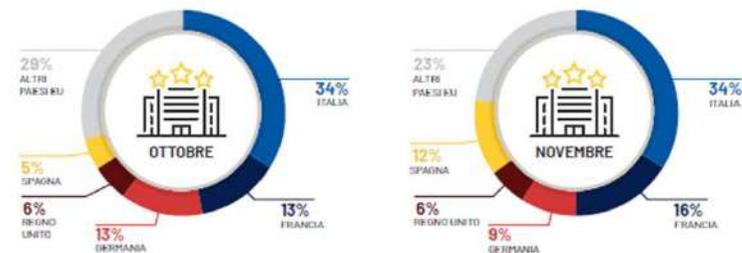
PRENOTAZIONI DEGLI HOTEL PER PAESE DI ORIGINE

Dato al 26/10/2022



Ad ottobre e novembre, la quota percentuale complessiva delle prenotazioni degli hotel in Italia da parte dei turisti europei - con Francia in primis - è quasi doppia rispetto a quella domestica.

TIPLOGIA: HOTEL PERIODO: OTTOBRE-NOVEMBRE



Fonte: The Data Appal Company

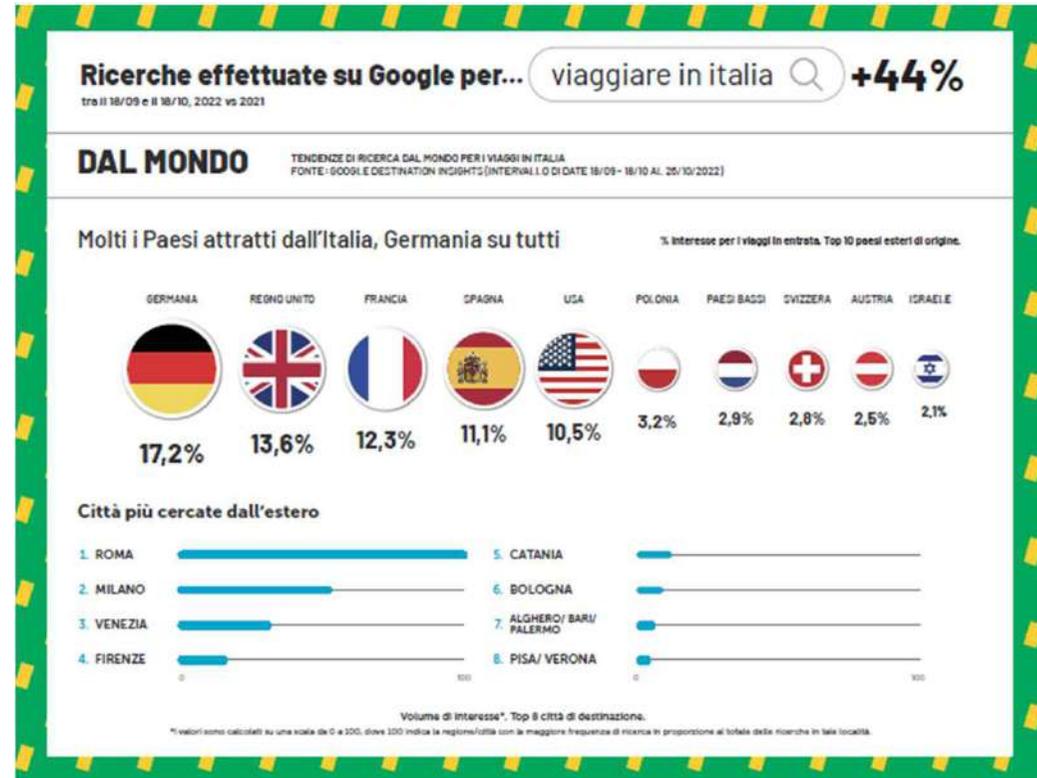
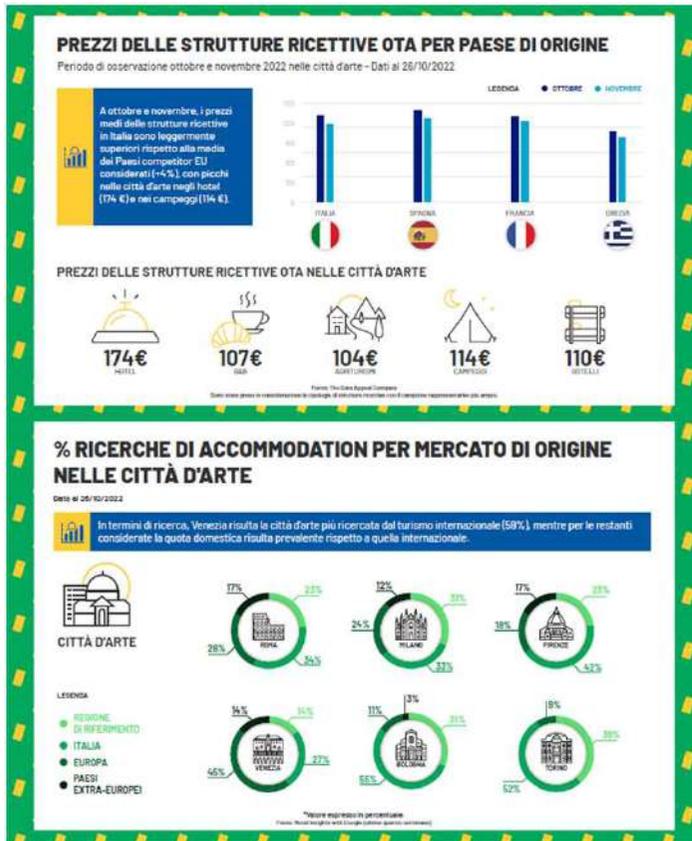


COOP CULTURE

PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

DM MANAGEMENT DESTINATIONS

1.3. IL TURISMO in Italia



1.3. IL TURISMO in Italia



1.3. IL TURISMO in Italia

PRENOTAZIONI OTA PER PRODOTTO ITALIA

Dato al 02/11/2022



| Prodotto | % Saturazione NOVEMBRE | |
|------------------------|------------------------|-------|
| | 2022 | 2021 |
| LACUALE | 20,8% | 37,1% |
| MONTANO | 21,8% | 35,6% |
| TERMALE | 26,2% | 32,0% |
| BALNEARE | 21,1% | 30,2% |
| CITTÀ D'ARTE/CULTURALE | 21,8% | 29,8% |
| ALTRO | 18,2% | 22,1% |

Fonte: The Data Appeal Company

VERSO L'ITALIA IN AUTUNNO/INVERNO

Numero di prenotazioni aeroportuali internazionali verso l'Italia ad novembre, dicembre e gennaio 2022 / 2023.



Fonte: Panworldkeys

PASSEGGERI AEREI

Numero di passeggeri aerei tra gennaio e settembre 2022.



Fonte: Assaniporti

IL MERCATO DELLE ABITAZIONI PRIVATE AD OTTOBRE 2022



45%

Saturazione ad ottobre



518mln €

Fatturato generato ad ottobre

Fonte: Transperari

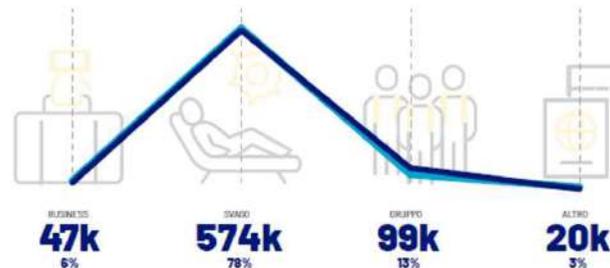
PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI PER SCOPO DEL VIAGGIO

Dato al 02/11/2022



A ottobre, lo scopo "svago" resta il motivo di viaggio principale grazie alle oltre 570k prenotazioni aeree verso l'Italia, tuttavia, si osserva un calo rispetto a settembre (-180k) riconducibile probabilmente alla diminuzione degli spostamenti con fini tipicamente vacanzieri.

LEGENDA: SETTEMBRE 2022 OTTOBRE 2022



Fonte: Panworldkeys



1.3. IL TURISMO in Italia

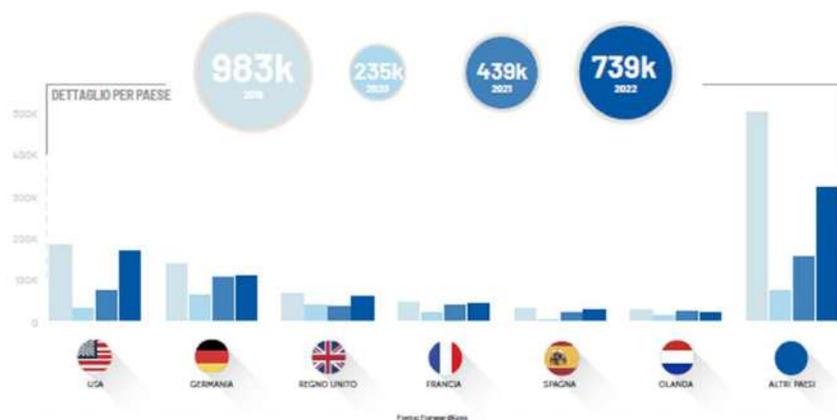
PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI PER PAESE DI ORIGINE

Dati al 02/11/2022



A ottobre, le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia, trainate in primis da USA (23%), Germania (15%) e Regno Unito (8%), registrano un significativo incremento rispetto agli ultimi anni (+68% vs ottobre 21 e +214% vs ottobre 20), ma in calo rispetto al medesimo periodo pre-pandemico (-25% vs ottobre 19).

PERIODO
OTTOBRE



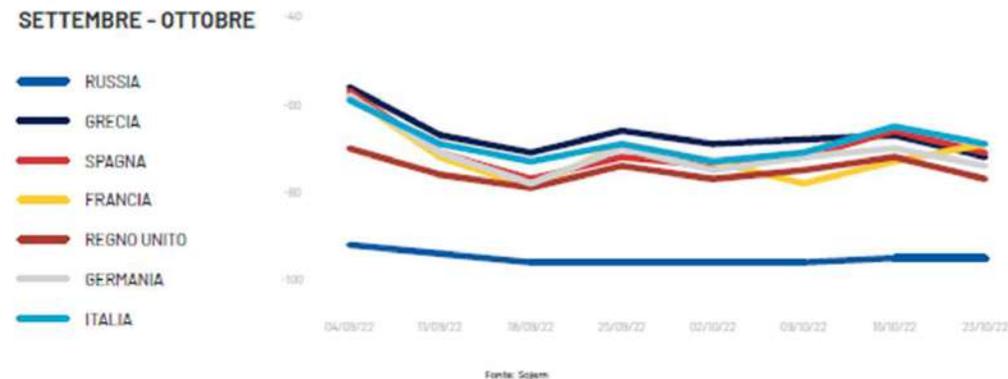
% VARIAZIONE DEL VOLUME DI RICERCHE DEGLI HOTEL PER MERCATO DI ORIGINE L'ITALIA E I COMPETITOR

Dato al 02/11/2022

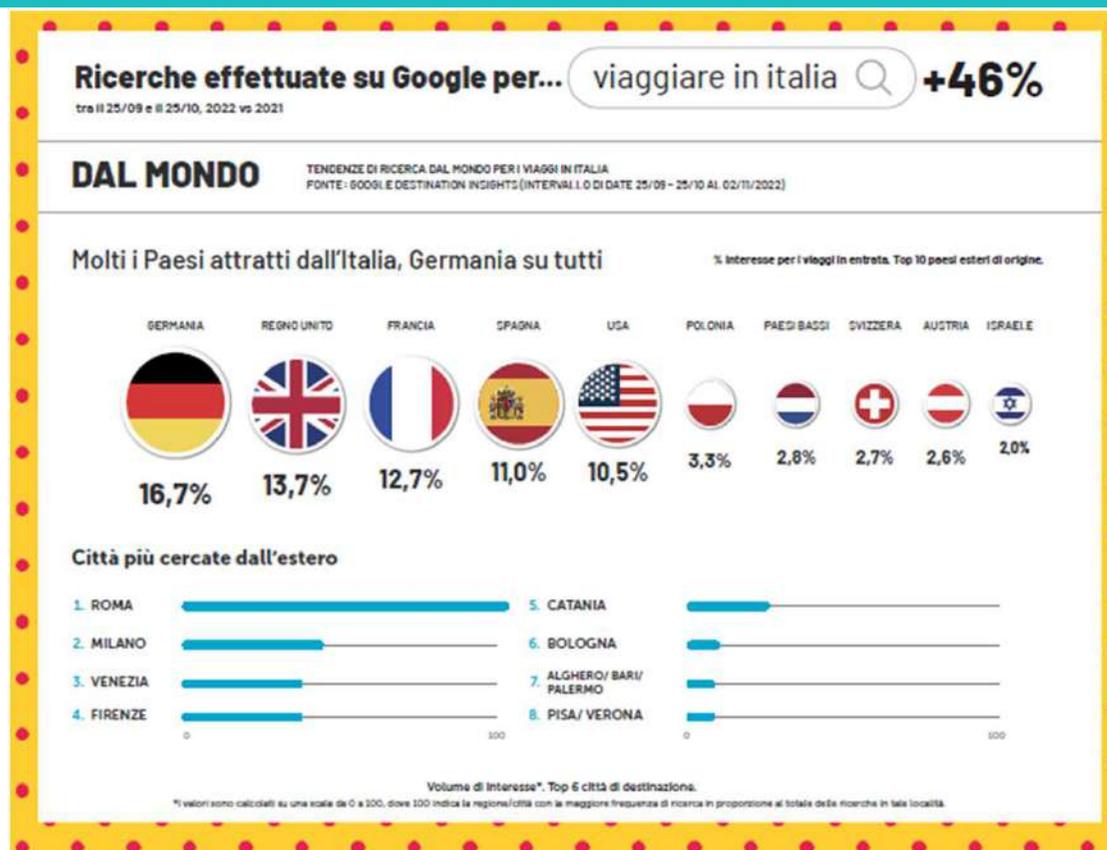


A settembre e ottobre, l'Italia (-69%) risulta il Paese europeo più ricercato, dopo la Grecia (-68%), rispetto al medesimo periodo pre-pandemico del 2019.

PERIODO
SETTEMBRE - OTTOBRE



1.3. IL TURISMO in Italia



PROSECCO
MANAGER
D'INTELLIGENZA

1.3. IL TURISMO in Italia

COME VA IL TURISMO IN ITALIA

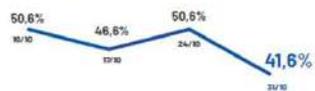
BOLLETTINO DELLA SECONDA SETTIMANA DI NOVEMBRE 2022

DATO SETTIMANALE, ITALIA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE



Prima settimana di novembre negli ultimi 3 anni, sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies).



Andamento della percentuale di saturazione OTA nelle ultime quattro settimane.

Fonte: The Data Appeal Company

DATO SETTIMANALE, ITALIA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI



Prima settimana di novembre negli ultimi 3 anni.



Andamento del numero di prenotazioni internazionali nelle ultime quattro settimane.

Fonte: Forwardkeys

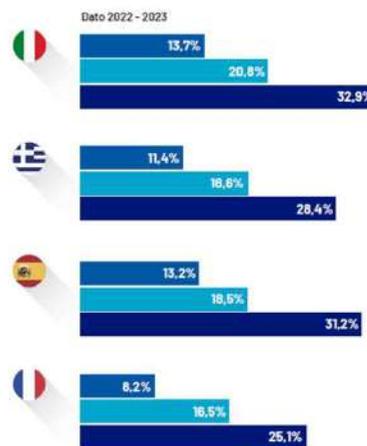
DATO MENSILE, EUROPA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE L'ITALIA E I COMPETITOR

Strutture prenotate sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies) - Dati al 09/11/2022

A novembre, l'Italia si posiziona al primo posto per tasso di saturazione medio delle strutture ricettive OTA (53%), un risultato superiore di 5 p.p. rispetto alla media dei Paesi competitor EU considerati. Le località lacuali (40%) e montane (39%) sono le mete italiane preferite dai turisti con punte in Veneto (58%) e Lombardia (52%).
Anche a dicembre, l'Italia si attesta come destinazione europea con il più alto tasso di saturazione medio (21%), davanti a Grecia (19%), Spagna (18%) e Francia (18%).

LEGENDA: ● GENNAIO ● DICEMBRE ● NOVEMBRE



Fonte: The Data Appeal Company

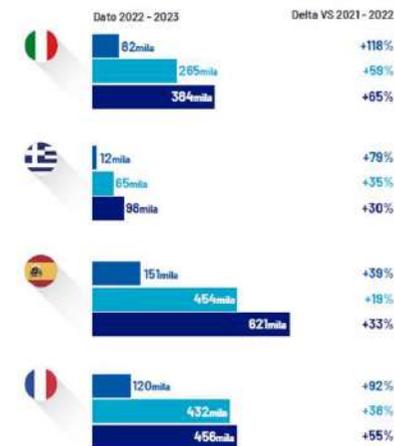
DATO MENSILE, EUROPA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI L'ITALIA E I COMPETITOR

Numero di prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia e verso i principali competitor europei - Dati al 09/11/2022

A novembre, le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia superano i 380k, di cui il 39% provenienti complessivamente dai turisti statunitensi, tedeschi ed inglesi. Con tali volumi, l'Italia si posiziona al terzo posto come destinazione europea preferita, dietro a Spagna (521k) e Francia (458k).
Le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia a dicembre (285k) segnano un netto incremento rispetto al 2021 (+59%), ed al 2020 (+441%) con un ritardo rispetto al 2019 (-22%) di oltre 70k.

LEGENDA: ● GENNAIO ● DICEMBRE ● NOVEMBRE



Fonte: Forwardkeys



ORGANISMO
D'AMMINISTRAZIONE
TURISTICA

1.3. IL TURISMO in Italia

PRENOTAZIONI OTA PER PRODOTTO ITALIA

Dato al 09/11/2022



| Prodotto | % Saturazione NOVEMBRE | |
|------------------------|------------------------|-------|
| | 2020 | 2022 |
| LACUALE | 20,9% | 38,9% |
| MONTANO | 21,6% | 38,9% |
| TERMALE | 26,2% | 36,2% |
| CITTÀ D'ARTE/CULTURALE | 21,8% | 34,4% |
| BALNEARE | 21,1% | 33,2% |
| ALTRO | 16,2% | 26,5% |

Fonte: The Data Appeal Company

VERSO L'ITALIA IN AUTUNNO

Numero di prenotazioni aeroportuali internazionali verso l'Italia ad novembre, dicembre e gennaio 2022 / 2023.

Dato al 09/11/2022



384mila
a novembre 2022 **+65%** VS 2021

265mila
a dicembre 2022 **+59%** VS 2021

82mila
a gennaio 2023 **+118%** VS 2022

Fonte: ForwardKeys

IL MERCATO DELLE ABITAZIONI PRIVATE A NOVEMBRE 2022



40%

Saturazione a novembre (dato provvisorio)



123mln €

Fatturato generato a novembre (dato provvisorio)

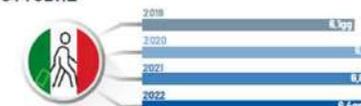
Fonte: Transport

DURATA MEDIA DEL SOGGIORNO

Durata media dei soggiorni in Italia per gli arrivi aeroportuali dei turisti internazionali - Dati al 09/11/2022

A ottobre, la durata media del soggiorno in Italia dei turisti provenienti dai principali Paesi EU considerati e dagli USA si attesta su valori simili al periodo pre-pandemico (6,4 gg).

PERIODO OTTOBRE



DETTAGLIO MERCATO USA E DEI PRINCIPALI PAESI EUROPEI NEI QUATTRO ANNI ANALIZZATI



Fonte: Elaborazione NITur su dati ForwardKeys



1.3. IL TURISMO in Italia

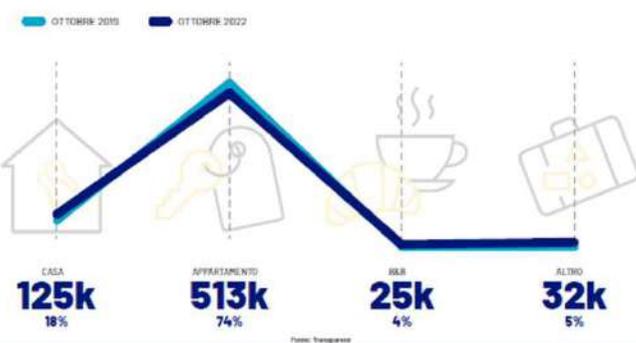
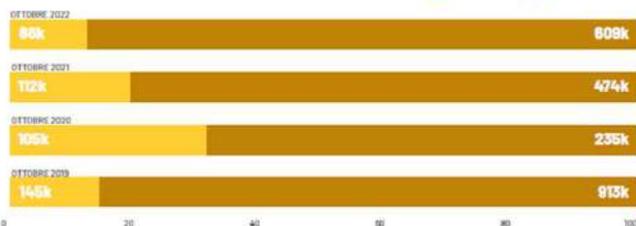
VIAGGIATORI DOMESTICI ED INTERNAZIONALI PER TIPOLOGIA DI ABITAZIONE

Dato al 09/11/2022

A ottobre, con la quasi totale eliminazione delle restrizioni anti-Covid, la quota percentuale dei turisti internazionali in Italia è tornata ad attestarsi a valori simili al periodo pre-pandemico (88% nel '22 vs 86% nel '19).

PERIODO
OTTOBRE

LEGENDA ■ DOMESTICO ■ INTERNAZIONALE



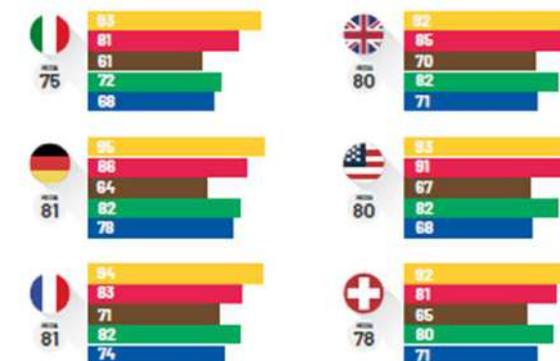
SENTIMENT SUI PRINCIPALI TOPIC NELLE CITTÀ D'ARTE

Periodo di osservazione ottobre - Dati al 09/11/2022

A ottobre, Germania (81 punti) e Francia (81 punti) risultano i Paesi che complessivamente mostrano il più alto livello di soddisfazione medio verso le strutture ricettive nelle città d'arte italiane. In particolare, staff (93 punti) e cibo (85 punti) rappresentano i topic maggiormente apprezzati, sensibilmente meno, invece, le stanze (66 punti) e i servizi (72 punti).



PAESI EUROPEI CON IL MAGGIOR VOLUME DI RECENSIONI

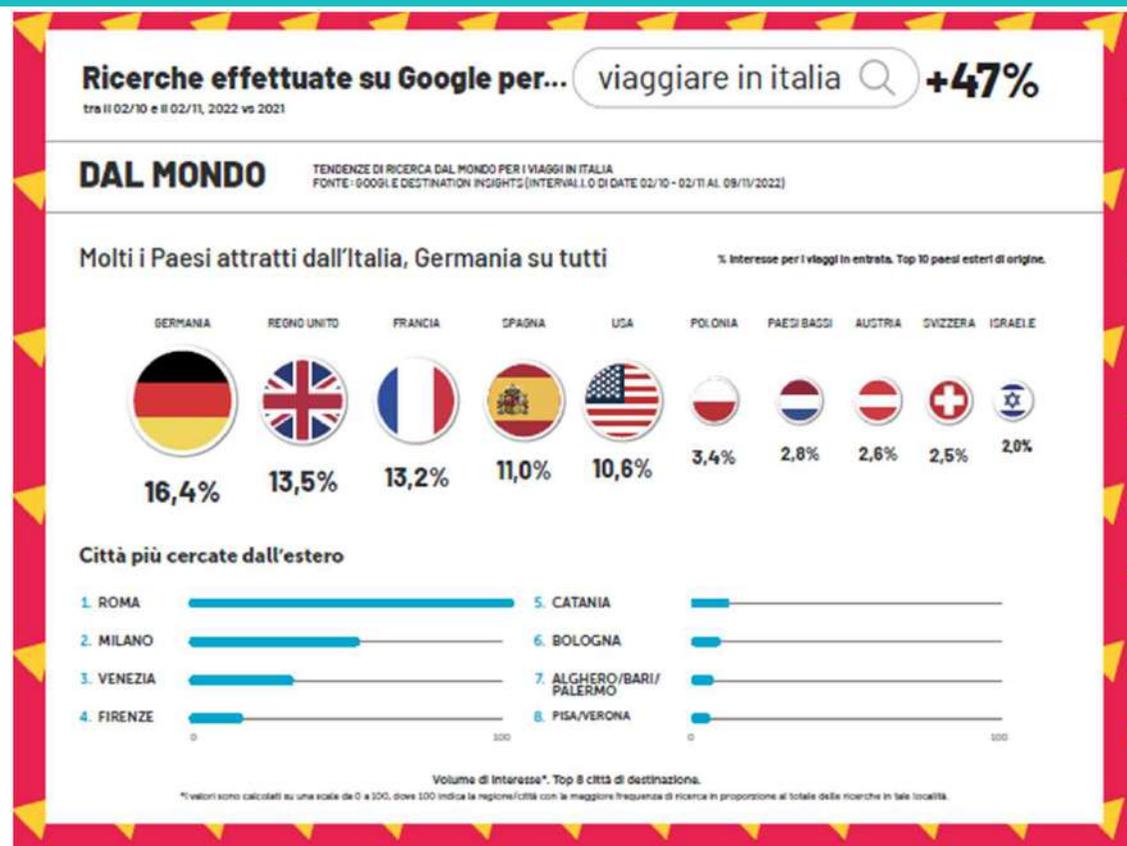


ITALIA MEDIA 75

* sono presi come riferimento i Paesi con il maggior volume di recensioni verso le strutture ricettive OTA italiane

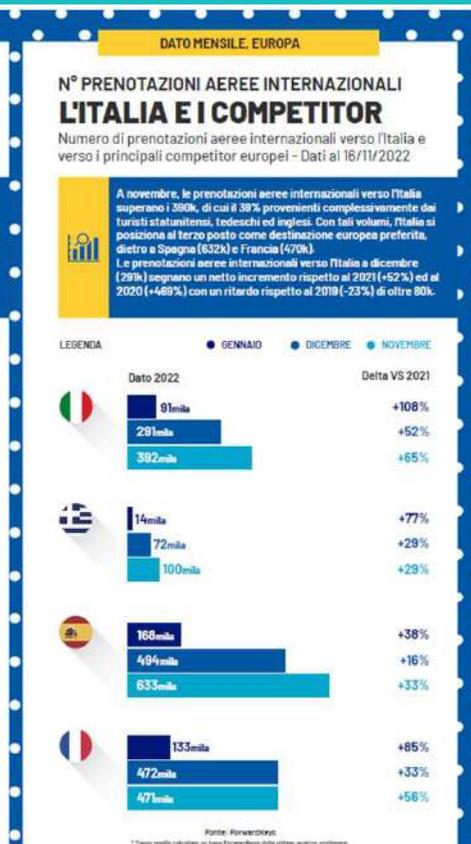
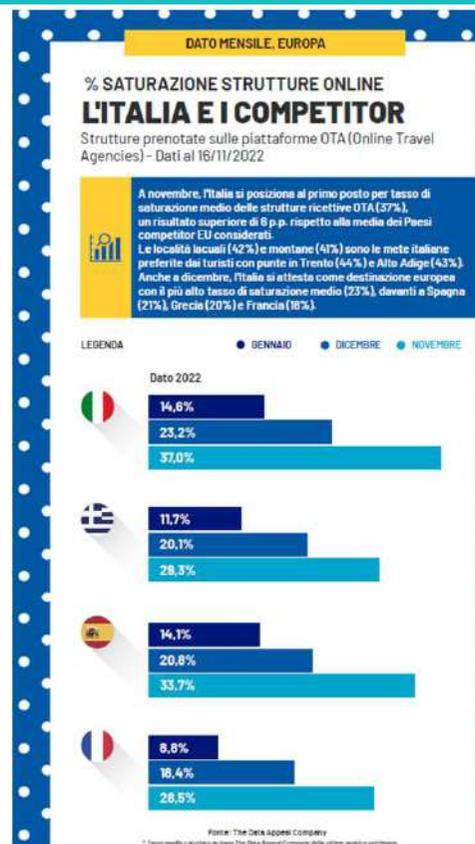


1.3. IL TURISMO in Italia



PROTEZIONE
MAGGIORI
DETERMINAZIONE

1.3. IL TURISMO in Italia



COOP CULTURE

PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

DMO MANAGEMENT DESTINATION

1.3. IL TURISMO in Italia

PRENOTAZIONI OTA PER PRODOTTO ITALIA

Dato al 16/11/2022



| Prodotto | % Saturazione NOVEMBRE | |
|------------------------|------------------------|-------|
| | 2022 | 2021 |
| LACUALE | 20,9% | 42,0% |
| MONTANO | 21,6% | 41,8% |
| TERMALE | 28,2% | 39,8% |
| CITTÀ D'ARTE/CULTURALE | 21,8% | 38,5% |
| BALNEARE | 21,1% | 35,8% |
| ALTRO | 16,2% | 29,9% |

Fonte: The Data Agency Company

VERSO L'ITALIA IN AUTUNNO

Numero di prenotazioni aeroportuali internazionali verso l'Italia ad novembre, dicembre e gennaio 2022/ 2023.

Dato al 16/11/2022



392mila a novembre 2022 **+65%** VS 2021

291mila a dicembre 2022 **+52%** VS 2021

91mila a gennaio 2022 **+108%** VS 2021

Fonte: ForwardKeys

IL MERCATO DELLE ABITAZIONI PRIVATE A NOVEMBRE 2022



39% Saturazione a novembre (dato previsionale)



217mln € Fatturato generato a novembre (dato previsionale)

Fonte: Trapiement

FINESTRA DELLE PRENOTAZIONI AEROPORTUALI

Dato al 16/11/2022



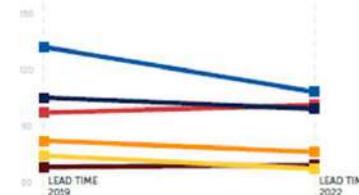
Ad ottobre, si conferma la tendenza media a prenotare i voli aerei verso l'Italia con minore anticipo rispetto al medesimo periodo pre-pandemico (96 gg nel '22 vs 107 gg nel '19), ad eccezione dei turisti inglesi (100 gg nel '22 vs 96 gg nel '19) e spagnoli (68 gg nel '22 vs 67 gg nel '19).



LEAD TIME MEDIO



- LEGENDA
- SPAGNA
 - OLANDA
 - FRANCIA
 - REGNO UNITO
 - GERMANIA
 - USA



Fonte: Elaborazione Nhar su dati ForwardKeys

ABITAZIONI PRIVATE IMMESSE SUL MERCATO PER REGIONE

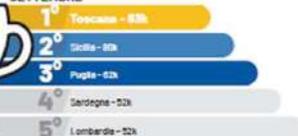
Dato al 16/11/2022



A ottobre, la Toscana (83k) guida la classifica delle regioni per maggior numero di abitazioni private, seguita da Sicilia (80k) e Puglia (62k). Nella top 5 delle regioni si concentra oltre la metà (52%) delle abitazioni private distribuite sul territorio italiano (633k).



SETTEMBRE



Fonte: Trapiement



1.3. IL TURISMO in Italia

PRINCIPALI PUNTI DI INTERESSE (POI)

Per ciascuna tipologia di attrazione sono indicati i POI associati al maggior numero di contents a settembre - Dati al 16/11/2022



Fonte: The Data Append Company

Ricerche effettuate su Google per... +51%

tra il 09/10 e il 09/11, 2022 vs 2021

DAL MONDO

TENDENZE DI RICERCA DAL MONDO PER I VIAGGI IN ITALIA
 FONTE: GOOGLE E DESTINATION INSIGHTS (INTERVALLO DI DATE 09/10 - 09/11 AL 16/11/2022)

Molti i Paesi attratti dall'Italia, Germania su tutti

% Interesse per i viaggi in entrata. Top 10 paesi esteri di origine.



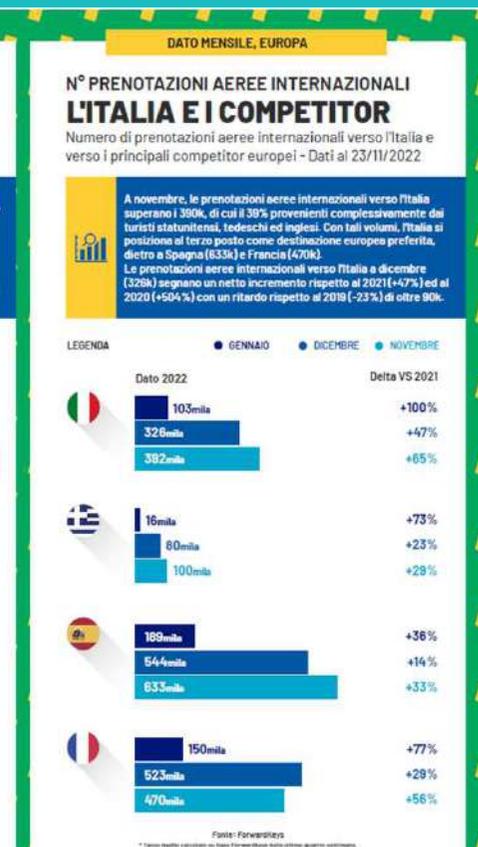
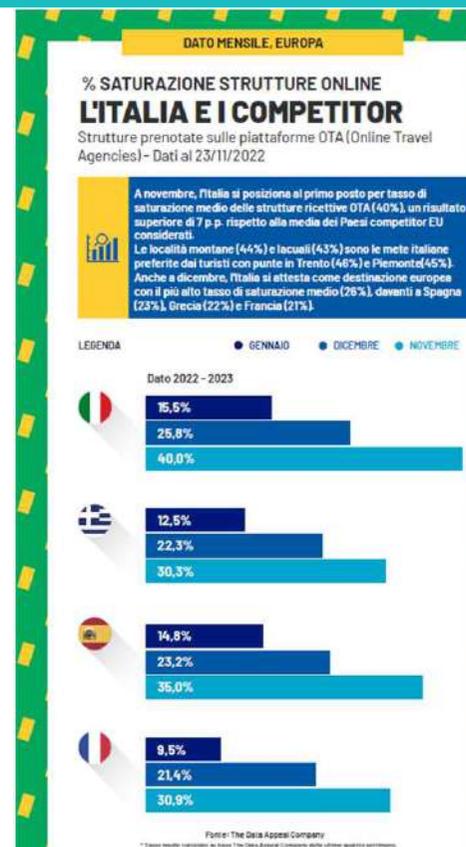
Città più cercate dall'estero



*I valori sono calcolati su una scala da 0 a 100, dove 100 indica la regione/città con la maggiore frequenza di ricerca in proporzione al totale delle ricerche in tale località.



1.3. IL TURISMO in Italia



COOP CULTURE

PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

DMO MANAGEMENT DESTINATION

1.3. IL TURISMO in Italia

PRENOTAZIONI OTA PER PRODOTTO ITALIA

Dato al 23/11/2022



| Prodotto | % Saturazione NOVEMBRE | |
|------------------------|------------------------|-------|
| | 2022 | 2021 |
| MONTANO | 21,8% | 44,0% |
| LACUALE | 20,9% | 43,5% |
| TERMALE | 26,2% | 42,1% |
| CITTÀ D'ARTE/CULTURALE | 21,8% | 41,8% |
| BALNEARE | 21,1% | 37,6% |
| ALTRO | 16,2% | 33,6% |

Fonte: The Data Appeal Company

VERSO L'ITALIA IN AUTUNNO/INVERNO

Numero di prenotazioni aeroportuali internazionali verso l'Italia ad novembre, dicembre e gennaio 2022/ 2023.

Dato al 23/11/2022



392mila
a novembre 2022 **+65%** VS 2021

326mila
a dicembre 2022 **+47%** VS 2021

103mila
a gennaio 2022 **+100%** VS 2021

Fonte: ForwardKeys

IL MERCATO DELLE ABITAZIONI PRIVATE A OTTOBRE E NOVEMBRE 2022



40%

Saturazione a novembre
(dato provvisorio)



633k

Abitazioni private immesse
sul mercato a ottobre



311mln €

Fatturato generato a novembre
(dato provvisorio)

Fonte: Transparens

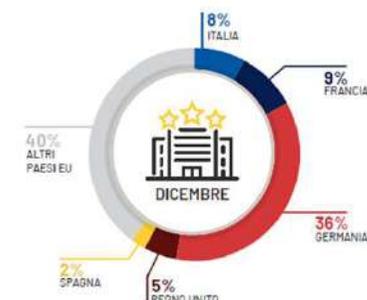
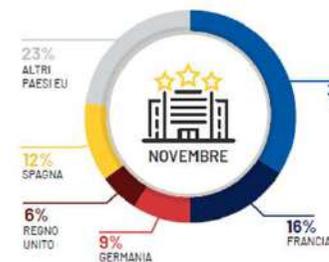
PRENOTAZIONI DEGLI HOTEL PER PAESE DI ORIGINE

Dato al 23/11/2022



Nell'ultimo bimestre '22, la quota percentuale complessiva delle prenotazioni degli hotel in Italia da parte dei turisti europei è sempre maggiore rispetto a quella domestica - con in primis Francia a novembre (16%) e Germania a dicembre (36%).

TIPOLOGIA HOTEL PERIODO NOVEMBRE-DICEMBRE



Fonte: The Data Appeal Company



COOP CULTURE



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

ORGANISMO
D'AMMINISTRAZIONE
DIRETTORIO

1.3. IL TURISMO in Italia

PREZZI DELLE STRUTTURE RICETTIVE OTA PER PAESE DI ORIGINE

Periodo di osservazione novembre e dicembre 2022 nelle città d'arte - Dati al 23/11/2022



A novembre e dicembre, i prezzi medi delle strutture ricettive in Italia sono leggermente superiori rispetto alla media dei Paesi competitor EU considerati (+2%), con picchi nelle città d'arte dei campeggi (195 €) e degli hotel (155 €).



PREZZI DELLE STRUTTURE RICETTIVE OTA NELLE CITTÀ D'ARTE



155€
HOTEL



103€
B&B



104€
AGRITURISMI



195€
CAMPEGGI



102€
OSTELLI

Fonte: The Data Appeal Company

Sono state prese in considerazione le tipologie di strutture ricettive con il campione rappresentativo più ampio.

% RICERCHE DI ACCOMMODATION PER MERCATO DI ORIGINE NELLE CITTÀ D'ARTE

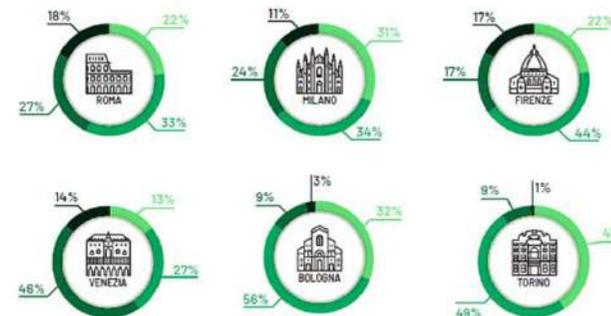
Dato al 23/11/2022



In termini di ricerca, Venezia risulta la città d'arte più ricercata dal turismo internazionale (60%), mentre per le restanti città d'arte considerate la quota domestica risulta prevalente rispetto a quella internazionale.



CITTÀ D'ARTE



LEGENDA

- REGIONE DI RIFERIMENTO
- ITALIA
- EUROPA
- PAESI EXTRA-EUROPEI

*Valore espresso in percentuale.

Fonte: Hotel Insights with Google (ultime quattro settimane)



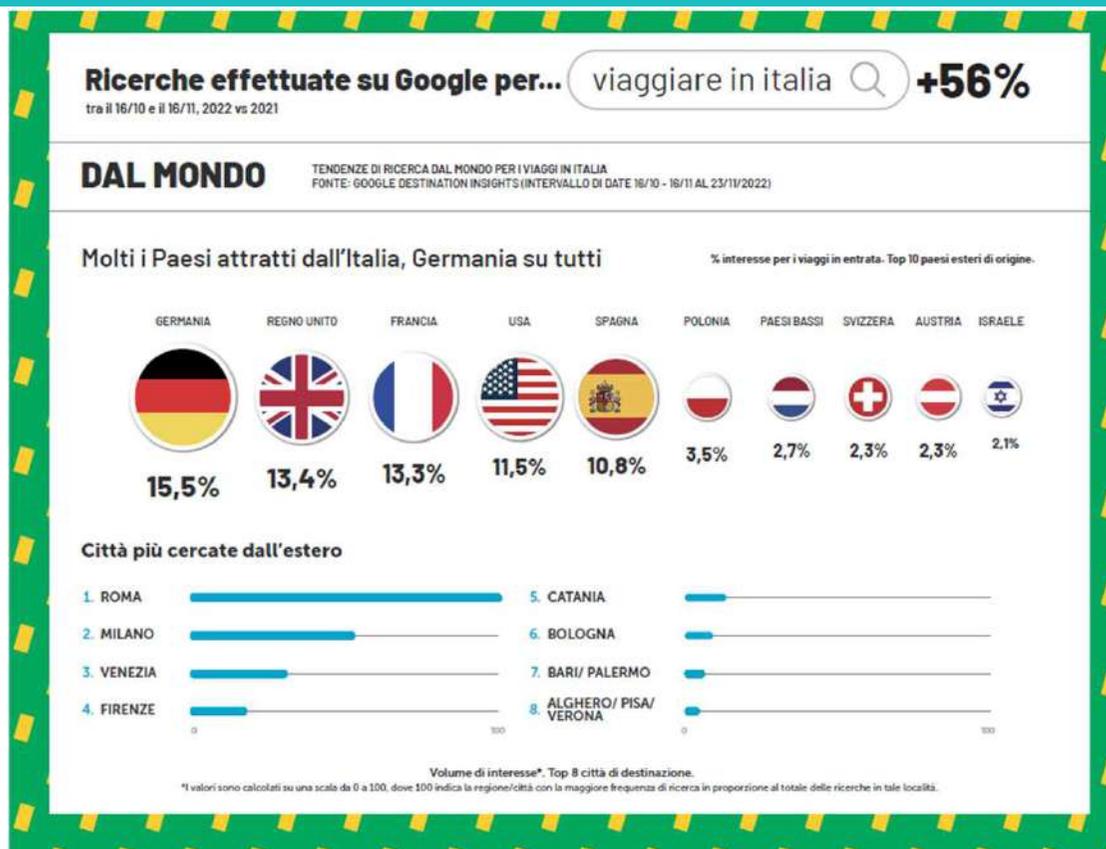
COOP CULTURE



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

DM
MANAGEMENT
DE
RENTINUM

1.3. IL TURISMO in Italia



ORGANISMO
D'AMMINISTRAZIONE
D'INTERESSE
REGIONALE

1.3. IL TURISMO in Italia

COME VA IL TURISMO IN ITALIA

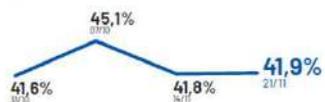
BOLLETTINO DELLA PRIMA SETTIMANA DI DICEMBRE 2022

DATO SETTIMANALE, ITALIA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE



Quarta settimana di novembre negli ultimi 3 anni, sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies).



Andamento della percentuale di saturazione OTA nelle ultime quattro settimane.

Fonte: The Data Appeal Company

DATO SETTIMANALE, ITALIA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI



Quarta settimana di novembre negli ultimi 3 anni.



Andamento del numero di prenotazioni internazionali nelle ultime quattro settimane.

Fonte: Forwardkeys

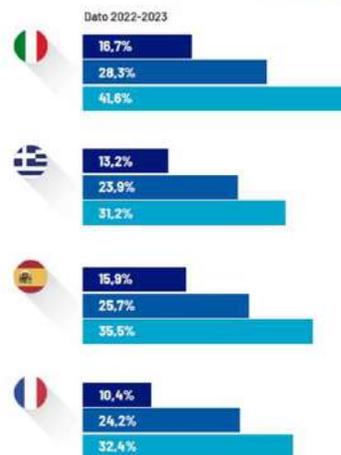
DATO MENSILE, EUROPA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE L'ITALIA E I COMPETITOR

Strutture prenotate sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies) - Dati al 30/11/2022

A novembre, l'Italia si posiziona al primo posto per tasso di saturazione medio delle strutture ricettive OTA (42%), un risultato superiore di 8 p.p. rispetto alla media dei Paesi competitor EU considerati. Le località montane (46%) e lacuali (45%) sono le mete italiane preferite dai turisti con punte nella provincia autonoma di Trento (48%) e in Piemonte (47%). Anche a dicembre, l'Italia si attesta come destinazione europea con il più alto tasso di saturazione medio (28%, davanti a Spagna (26%), Francia (24%) e Grecia (24%).

LEGENDA ● GENNAIO ● DICEMBRE ● NOVEMBRE



Fonte: The Data Appeal Company
*Tasso medio calcolato su base The Data Appeal Company delle ultime quattro settimane.

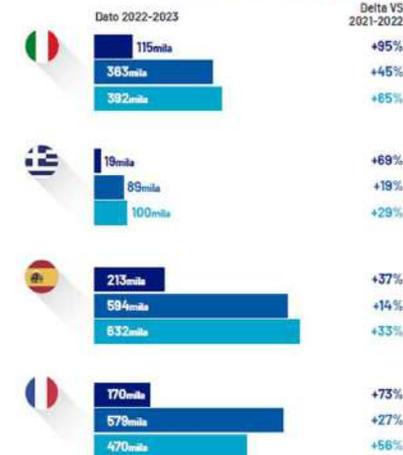
DATO MENSILE, EUROPA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI L'ITALIA E I COMPETITOR

Numero di prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia e verso i principali competitor europei - Dati al 30/11/2022

A novembre, le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia superano i 390k, di cui il 39% provenienti complessivamente dai turisti statunitensi, tedeschi ed inglesi. Con tali volumi, l'Italia si posiziona al terzo posto come destinazione europea preferita, dietro a Spagna (632k) e Francia (470k). Le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia a dicembre (360k) segnano un netto incremento rispetto al 2021 (+45%) ed al 2020 (+57%) con un ritardo rispetto al 2019 (-25%) di oltre 100k.

LEGENDA ● GENNAIO ● DICEMBRE ● NOVEMBRE



Fonte: Forwardkeys
*Tasso medio calcolato su base Forwardkeys delle ultime quattro settimane.



1.3. IL TURISMO in Italia

PRENOTAZIONI OTA PER PRODOTTO ITALIA

Dato al 30/11/2022



| Prodotto | % Saturazione | NOVEMBRE 2022 | NOVEMBRE 2021 |
|------------------------|---------------|---------------|---------------|
| MONTANO | | 21,8% | 45,7% |
| LACUALE | | 20,9% | 45,0% |
| CITTÀ D'ARTE/CULTURALE | | 21,8% | 43,6% |
| TERMALE | | 26,2% | 42,4% |
| BALNEARE | | 21,1% | 39,1% |
| ALTRO | | 18,2% | 35,7% |

Fonte: The Data Appeal Company

VERSO L'ITALIA IN AUTUNNO/INVERNO

Numero di prenotazioni aeroportuali internazionali verso l'Italia ad novembre, dicembre e gennaio 2022 / 2023.



PASSEGGERI AEREI

Numero di passeggeri aerei tra gennaio e ottobre 2022.



IL MERCATO DELLE ABITAZIONI PRIVATE A NOVEMBRE 2022



40%
Saturazione a novembre



403mln €
Fatturato generato a novembre

Fonte: TripAdvisor

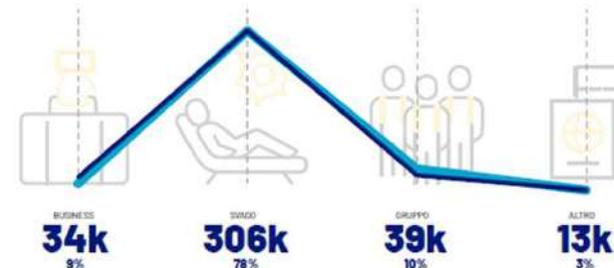
PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI PER SCOPO DEL VIAGGIO

Dato al 30/11/2022



A novembre, lo scopo "svago" resta il motivo di viaggio principale grazie alle oltre 300k prenotazioni aeree verso l'Italia. Nonostante il calo in termini assoluti rispetto a ottobre (-268k), la quota percentuale resta invariata (78%).

LEGENDA: OTTOBRE 2022 (light blue), NOVEMBRE 2022 (dark blue)



1.3. IL TURISMO in Italia

PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI PER PAESE DI ORIGINE

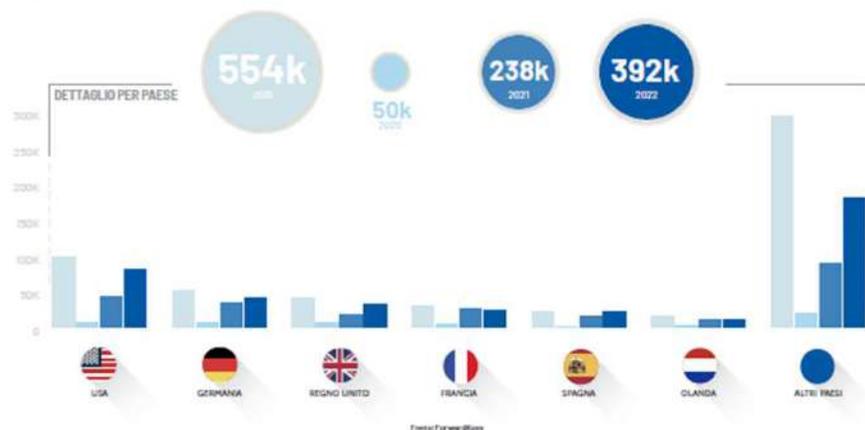
Deti al 30/11/2022



A novembre, le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia, trainate in primis da USA (21%), Germania (10%) e Regno Unito (8%), registrano un significativo incremento rispetto agli ultimi anni (+65% vs novembre 21 e +677% vs novembre 20), nonostante la flessione rispetto al medesimo periodo pre-pandemico (-28% vs novembre 19).

PERIODO

NOVEMBRE



% VARIAZIONE DEL VOLUME DI RICERCHE DEGLI HOTEL PER MERCATO DI ORIGINE L'ITALIA E I COMPETITOR

Deti al 30/11/2022

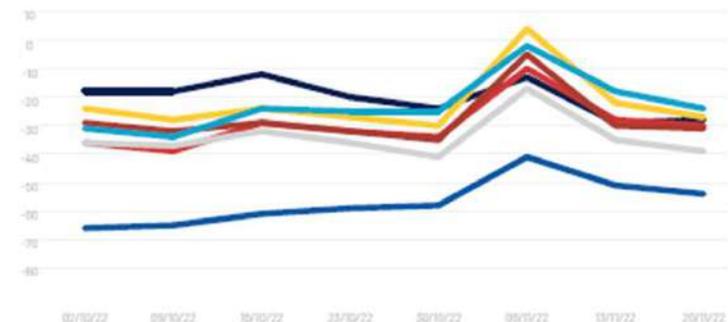


A ottobre e novembre, l'Italia (-23%) risulta il Paese europeo più ricercato, dopo la Grecia (-20%), rispetto al medesimo periodo pre-pandemico del 2019.

PERIODO

OTTOBRE-NOVEMBRE

- RUSSIA
- GRECIA
- SPAGNA
- FRANCIA
- REGNO UNITO
- GERMANIA
- ITALIA

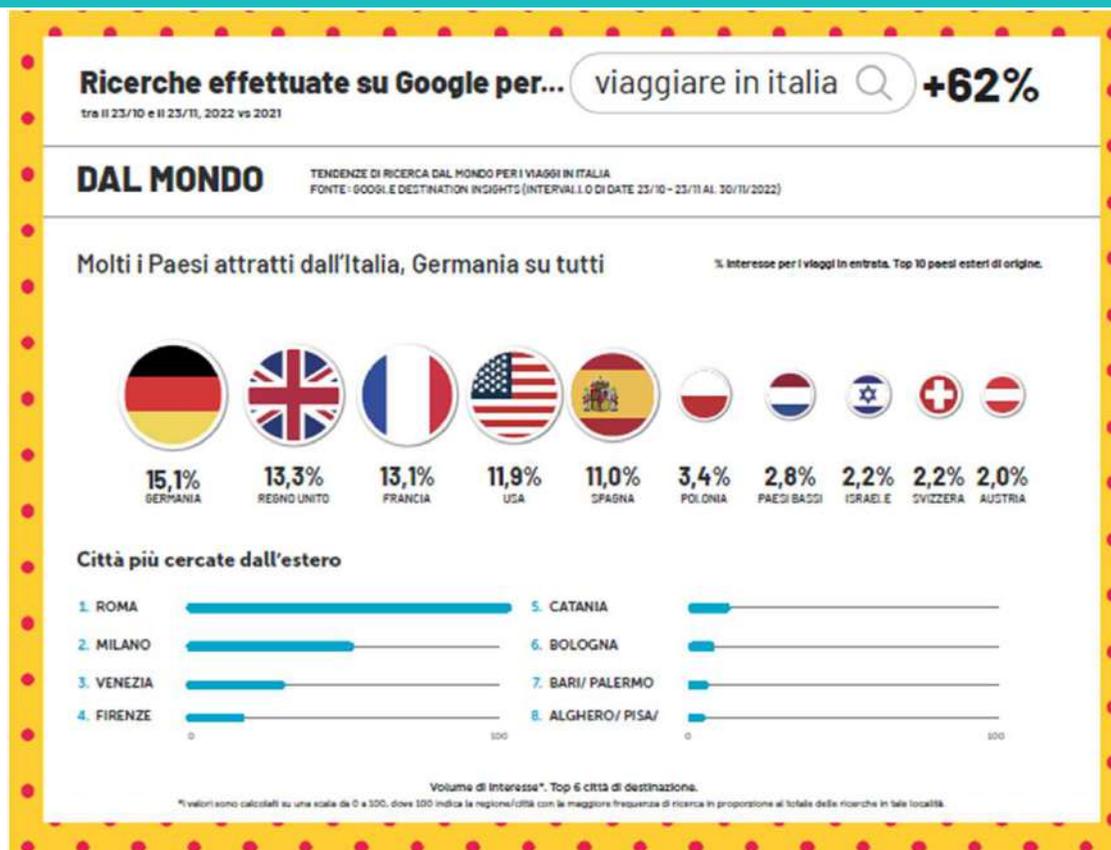


COOP CULTURE

PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROTEZIONE
MAGGIORATI
D'IDENTITÀ

1.3. IL TURISMO in Italia



ORGANISMO
MANAGEMENT
D'INTELLIGENZA

1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS PONTE IMMACOLATA

Interesse dei turisti internazionali per il viaggio in Italia

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 2 mesi su Google per un viaggio in Italia

Nel confronto con le stesse date 2021, i dati di ricerca dei viaggi in Italia mostrano una variazione % maggiore il primo novembre (+86%) e il primo dicembre (+120%). La media del bimestre è del +70,0%.



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (intervallo di date dal 01/10/2022 al 01/12/2022) - Tutti i dati sono indicizzati

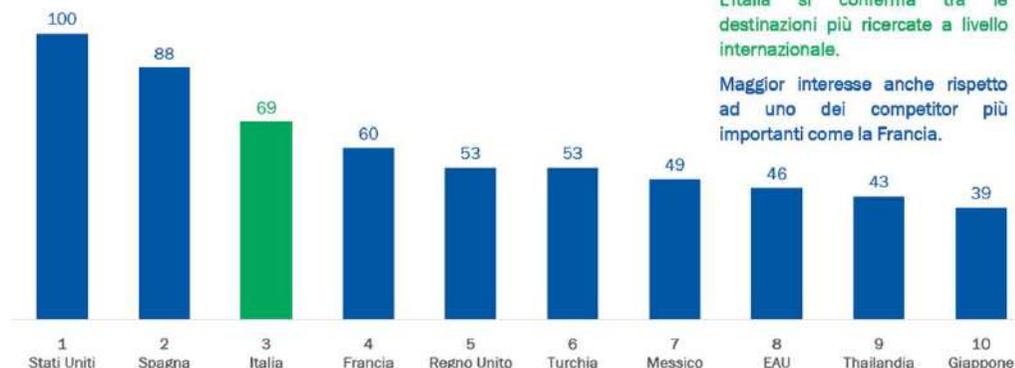


Posizione dell'Italia nell'interesse dei viaggi all'estero

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 2 mesi su Google per un viaggio all'estero

L'Italia si conferma tra le destinazioni più ricercate a livello internazionale.

Maggior interesse anche rispetto ad uno dei competitor più importanti come la Francia.



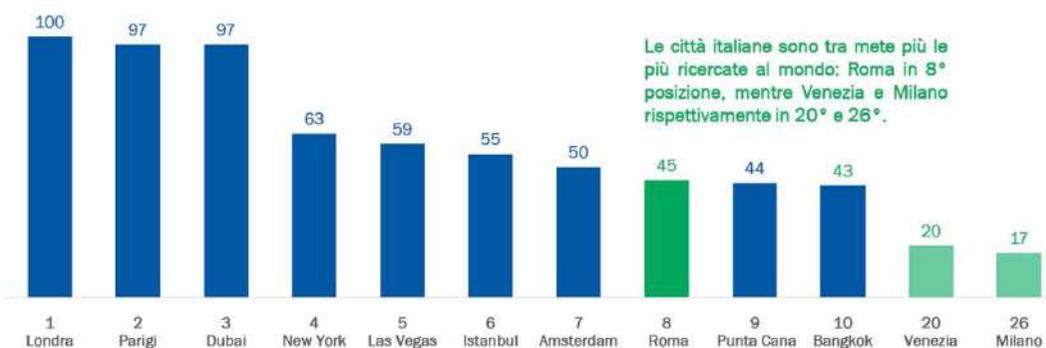
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (intervallo di date dal 01/10/2022 al 01/12/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS PONTE IMMACOLATA

Posizione dell'Italia nell'interesse dei viaggi all'estero

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 2 mesi su Google per un viaggio all'estero



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (intervallo di date dal 01/10/2022 al 01/12/2022) – Tutti i dati sono indicizzati



I principali Paesi interessati all'Italia

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 2 mesi su Google per un viaggio in Italia



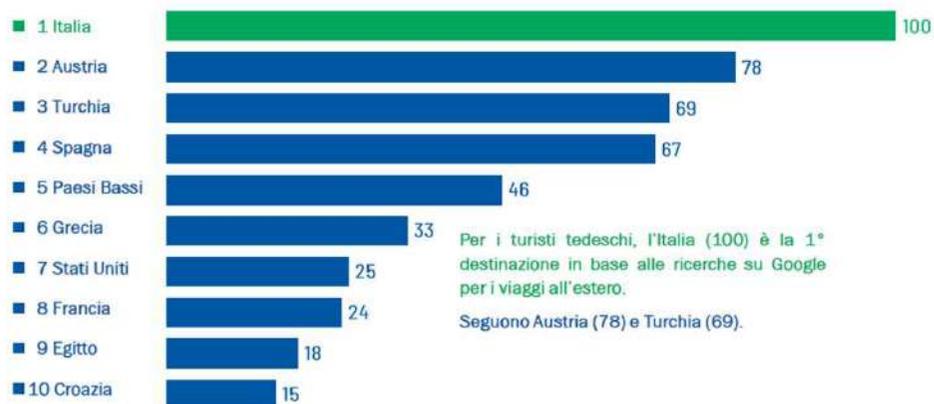
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (intervallo di date dal 01/10/2022 al 01/12/2022) – Tutti i dati sono indicizzati



1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS PONTE IMMACOLATA

Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato tedesco

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 2 mesi su Google per un viaggio all'estero

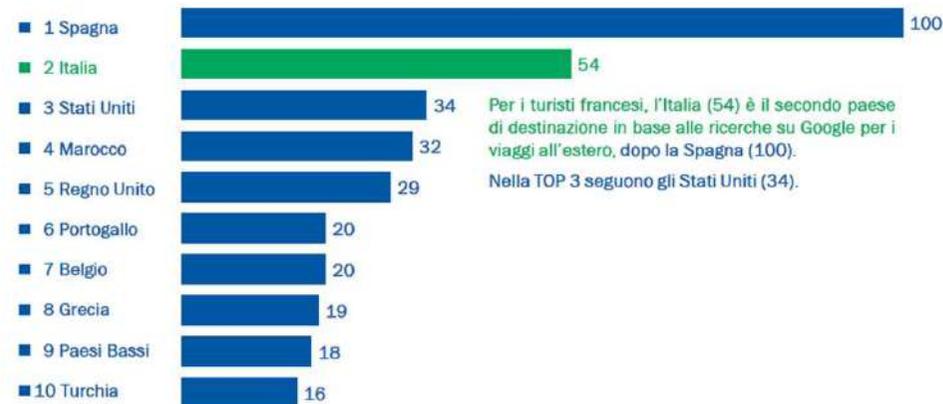


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 01/10/2022 al 01/12/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato francese

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 2 mesi su Google per un viaggio all'estero



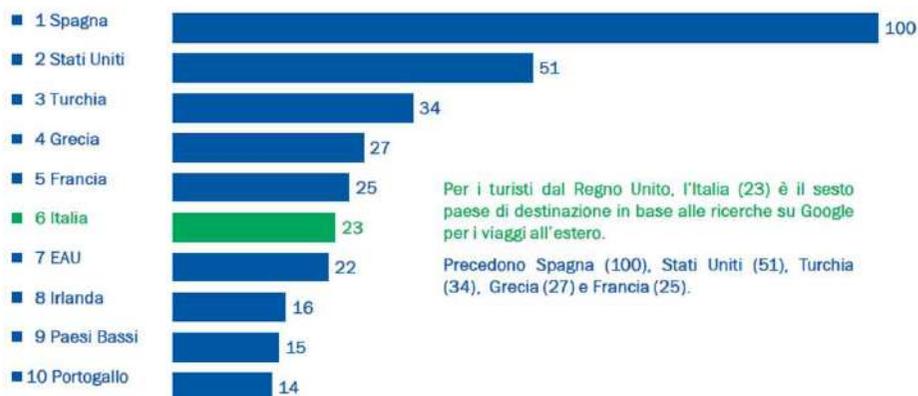
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 01/10/2022 al 01/12/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS PONTE IMMACOLATA

Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato britannico

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 2 mesi su Google per un viaggio all'estero

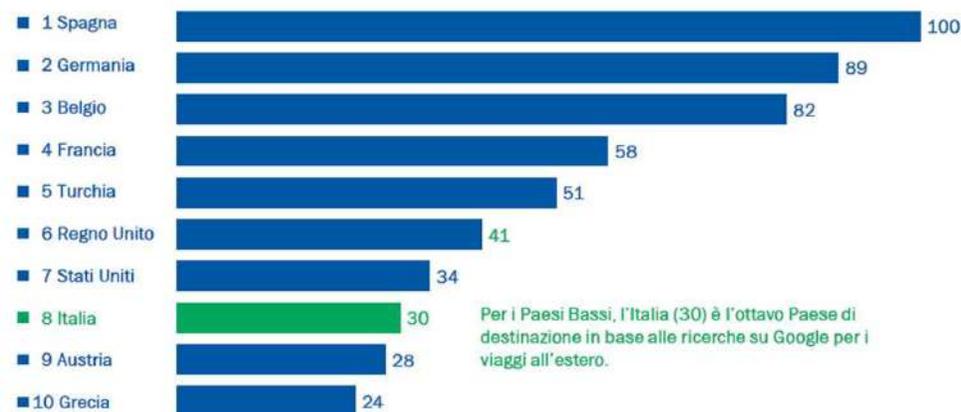


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 01/10/2022 al 01/12/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato olandese

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 2 mesi su Google per un viaggio all'estero



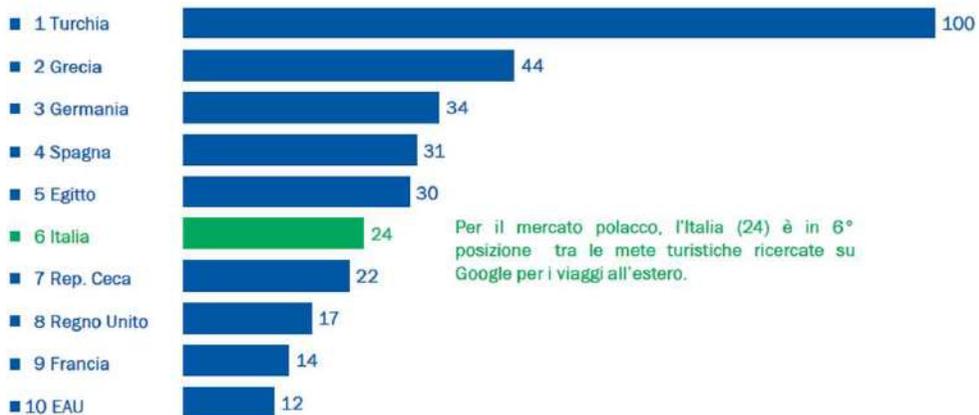
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 01/10/2022 al 01/12/2022) - Tutti i dati sono indicizzati



1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS PONTE IMMACOLATA

Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato polacco

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 2 mesi su Google per un viaggio all'estero



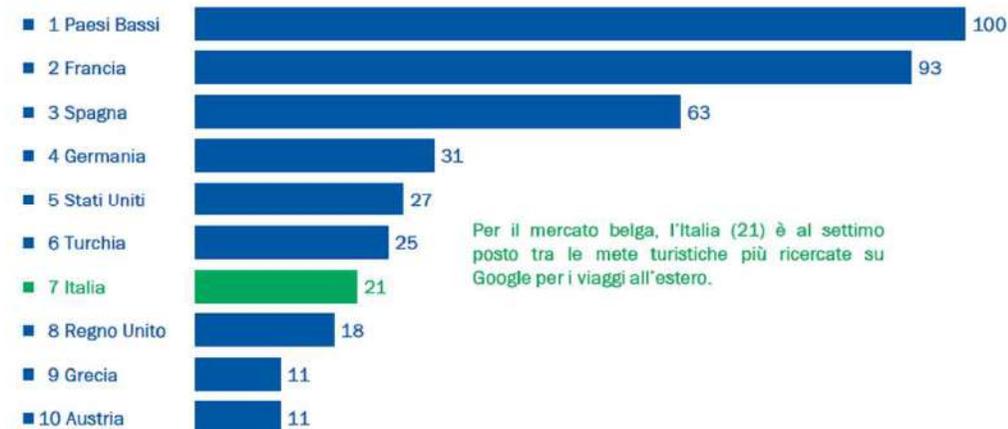
Per il mercato polacco, l'Italia (24) è in 6° posizione tra le mete turistiche ricercate su Google per i viaggi all'estero.

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (intervallo di date dal 01/10/2022 al 01/12/2022) – Tutti i dati sono indicizzati



Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato belga

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 2 mesi su Google per un viaggio all'estero



Per il mercato belga, l'Italia (21) è al settimo posto tra le mete turistiche più ricercate su Google per i viaggi all'estero.

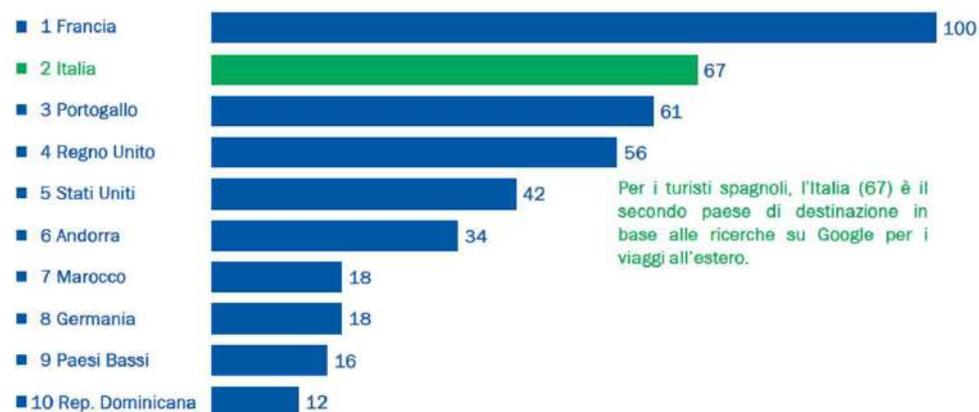
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (intervallo di date dal 01/10/2022 al 01/12/2022) – Tutti i dati sono indicizzati



1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS PONTE IMMACOLATA

Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato spagnolo

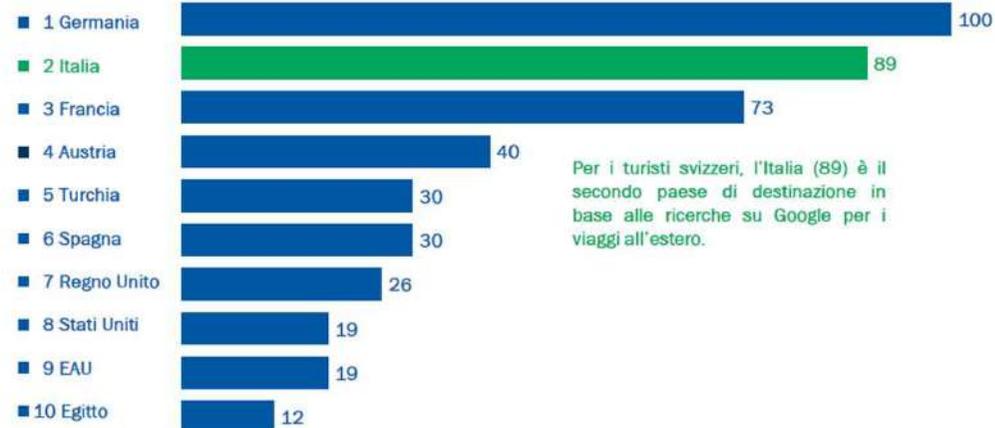
Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 2 mesi su Google per un viaggio all'estero



Per i turisti spagnoli, l'Italia (67) è il secondo paese di destinazione in base alle ricerche su Google per i viaggi all'estero.

Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato svizzero

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 2 mesi su Google per un viaggio all'estero



Per i turisti svizzeri, l'Italia (89) è il secondo paese di destinazione in base alle ricerche su Google per i viaggi all'estero.

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 01/10/2022 al 01/12/2022) – Tutti i dati sono indicizzati



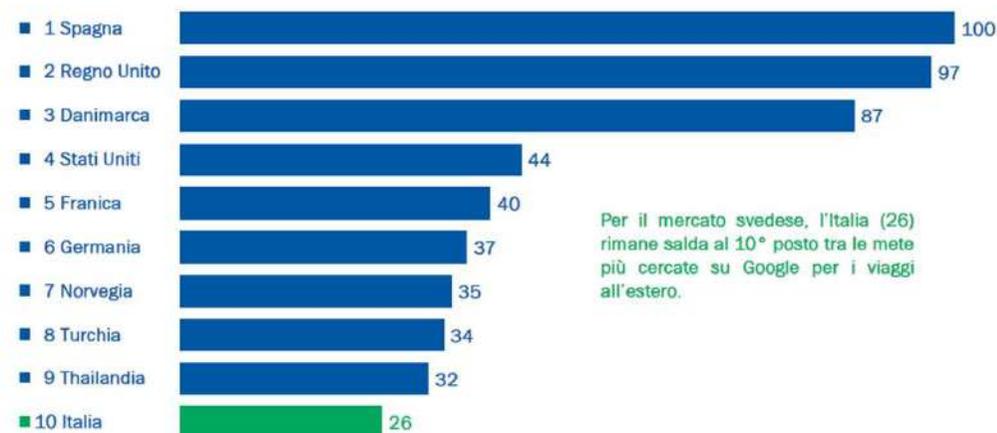
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 01/10/2022 al 01/12/2022) – Tutti i dati sono indicizzati



1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS PONTE IMMACOLATA

Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato svedese

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 2 mesi su Google per un viaggio all'estero



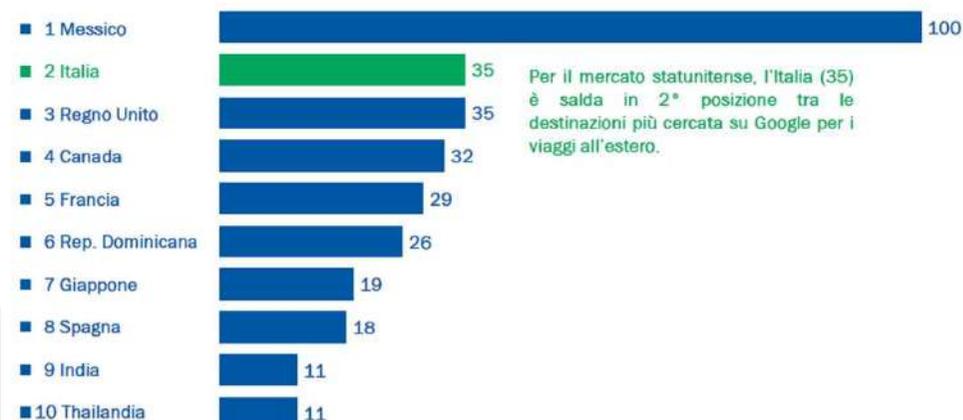
Per il mercato svedese, l'Italia (26) rimane salda al 10° posto tra le mete più cercate su Google per i viaggi all'estero.

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 01/10/2022 al 01/12/2022) – Tutti i dati sono indicizzati



Principali destinazioni turistiche di interesse per il mercato statunitense

Ricerche di Alloggio effettuate negli ultimi 2 mesi su Google per un viaggio all'estero



Per il mercato statunitense, l'Italia (35) è salda in 2° posizione tra le destinazioni più cercate su Google per i viaggi all'estero.

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Google Destination Insights (Intervallo di date dal 01/10/2022 al 01/12/2022) – Tutti i dati sono indicizzati



1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS PONTE IMMACOLATA

Recupero del turismo internazionale per aree geografiche rispetto al 2019

Arrivi internazionali nel mondo: % di recupero gennaio-settembre 2022 su gennaio-settembre 2019

| | |
|------------------|-------|
| Totale nel mondo | 63,0% |
| Europa | 81,0% |
| Medio Oriente | 77,0% |
| America | 66,0% |
| Africa | 63,0% |
| Asia e Pacifico | 17,0% |



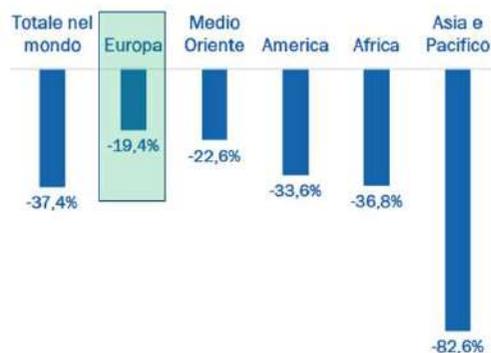
Tra gennaio e settembre 2022, il turismo internazionale nel mondo raggiunge il 63% dei volumi del 2019. L'Europa guida la ripresa toccando l'81% dei livelli pre-pandemia, grazie alla forte domanda interna e ai viaggi dagli USA. Nel 3° trimestre gli arrivi internazionali nell'area europea sfiorano il 90% dei livelli del 2019.

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati UNWTO - 2022 provvisori



Recupero del turismo internazionale per aree geografiche rispetto al 2019

Arrivi internazionali nel mondo: variazione % gennaio-settembre 2022 su gennaio-settembre 2019



Tra gennaio e settembre 2022, gli arrivi da turismo internazionale nel mondo sono ancora inferiori del -37,4% sul 2019. In Europa si rileva il calo più contenuto (-19,4%) rispetto alle altre aree geografiche e al risultato mondiale.

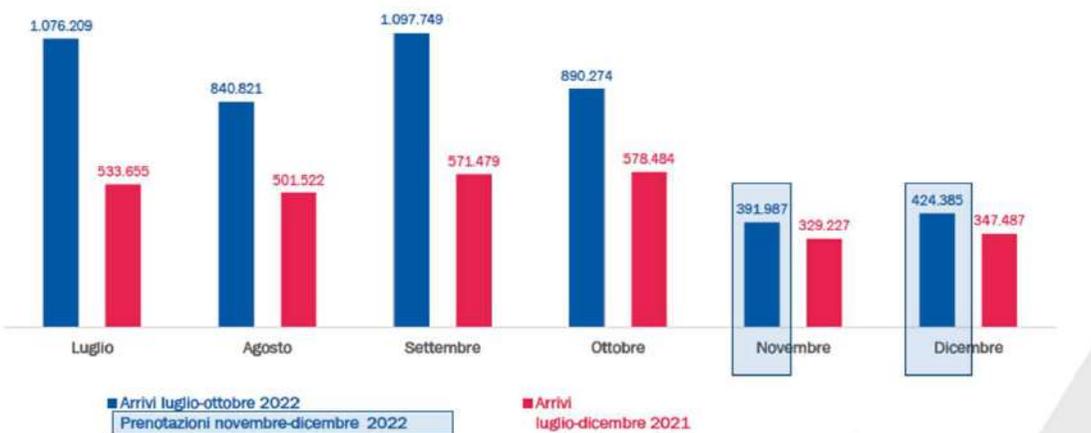
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati UNWTO - 2022 provvisori



1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS PONTE IMMACOLATA

Monitoraggio arrivi e prenotazioni voli aerei internazionali verso l'Italia

Arrivi passati e prenotazioni prossimi mesi negli aeroporti italiani – confronto 2022/2021 al 06/12/2022

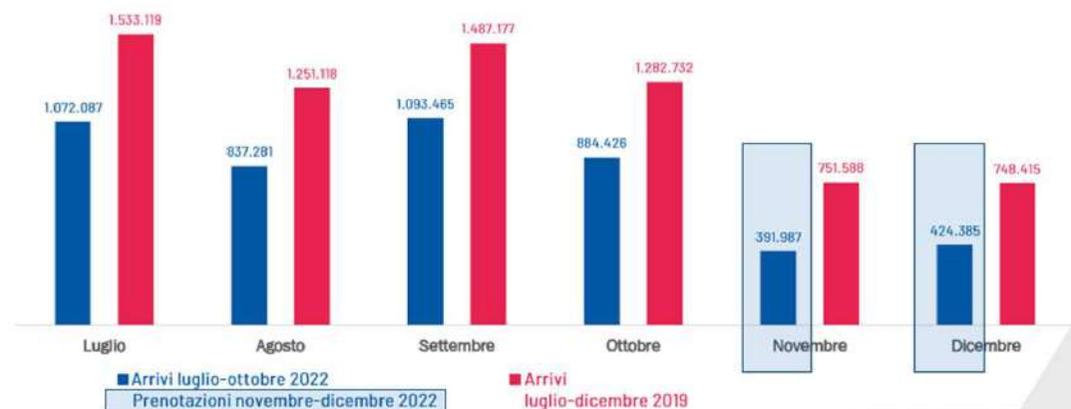


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data - aggiornati al 27/11/2022



Monitoraggio arrivi e prenotazioni voli aerei internazionali verso l'Italia

Arrivi passati e prenotazioni prossimi mesi negli aeroporti italiani – confronto 2022/2019 al 06/12/2022



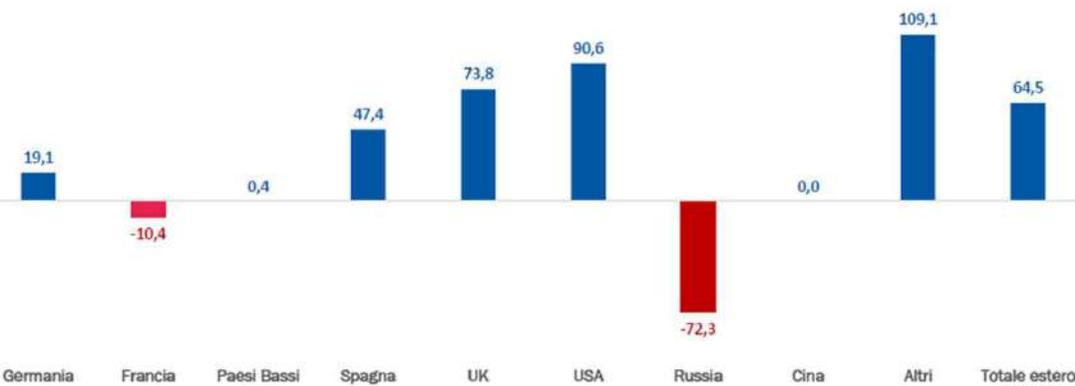
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forwardkeys - aggiornati al 27/11/2022



1.3. IL TURISMO in Italia - FOCUS PONTE IMMACOLATA

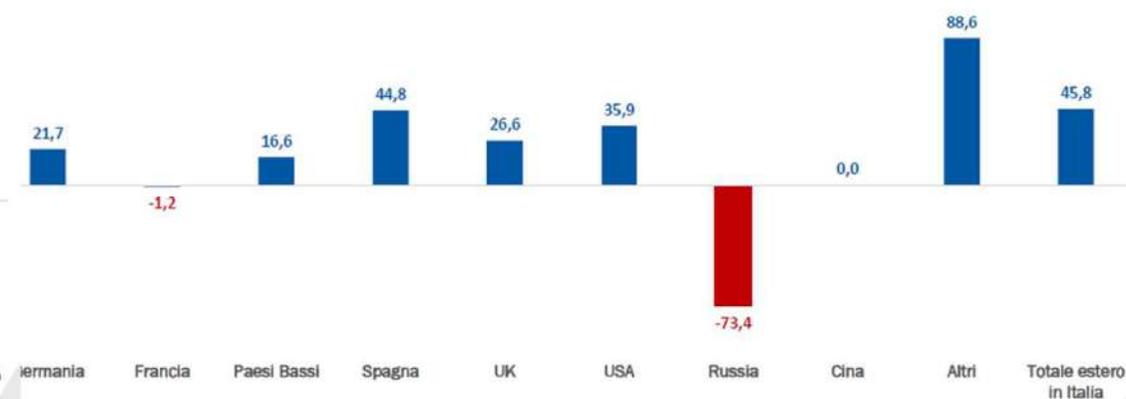
Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia - Novembre

Prenotazioni 2022 per Paese di origine - variazione % novembre 2022 sul 2021 al 06/12/2022



Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia - Dicembre

Prenotazioni 2022 per Paese di origine - variazione % dicembre 2022 sul 2021 al 06/12/2022



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data - aggiornati al 27/11/2022

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data - aggiornati al 27/11/2022



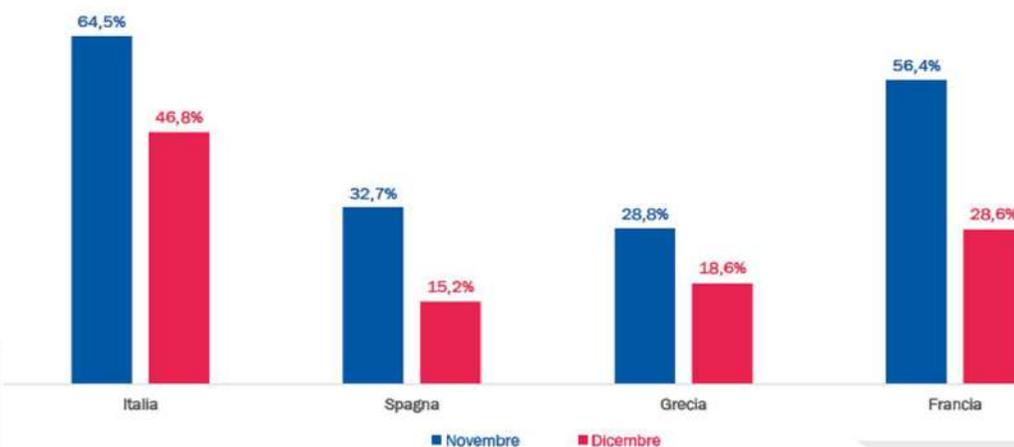
1.3. IL TURISMO in Italia - FOCUS PONTE IMMACOLATA

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero - Italia e competitor
Prenotazioni Novembre e Dicembre 2022 al 06/12/2022



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data - aggiornato al 27/11/2022

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero - Italia e competitor
Prenotazioni Novembre e Dicembre 2022 - variazione % sul 2021 al 06/12/2022

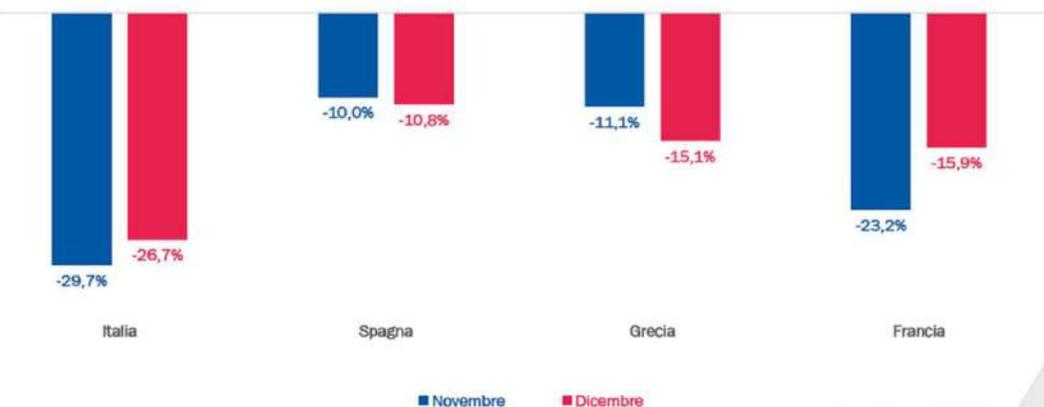


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data - aggiornato al 27/11/2022

1.3. IL TURISMO in Italia - FOCUS PONTE IMMACOLATA

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero - Italia e competitor

Prenotazioni Novembre e Dicembre 2022 - variazione % sul 2019 al 06/12/2022



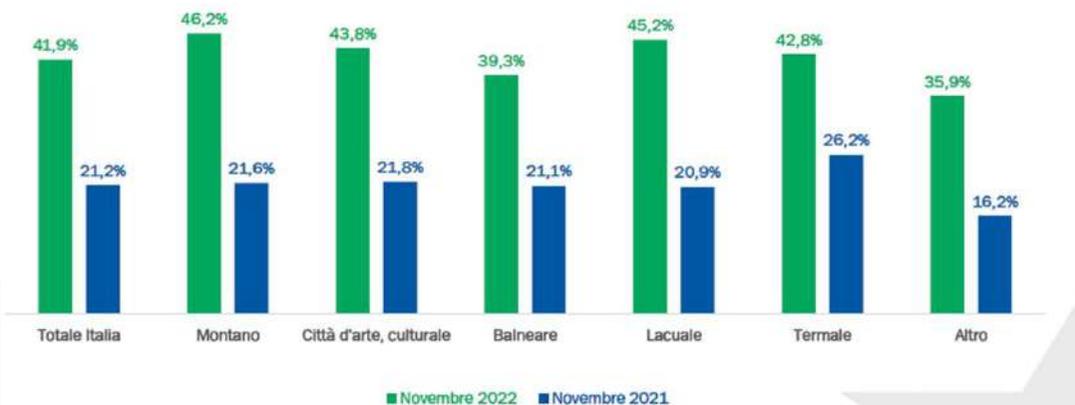
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data - aggiornato al 27/11/2022

24



Prenotazioni del ricettivo sulle Online Travel Agencies Novembre 2022/2021

Offerte sulle maggiori OTA - tasso di saturazione per prodotto confronto con 2021



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati The Data Appraisal Company al 06/12/2022

25

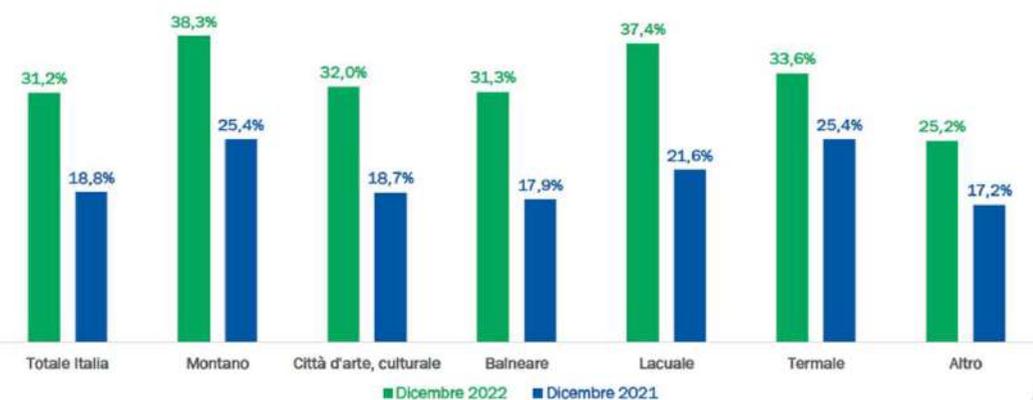


PROTEZIONE
MAGGIORATI
D'ESTERNO

1.3. IL TURISMO in Italia - FOCUS PONTE IMMACOLATA

Prenotazioni del ricettivo sulle Online Travel Agencies Dicembre 2022/2021

Offerte sulle maggiori OTA - tasso di saturazione per prodotto confronto con 2021



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati The Data Appeal Company al 06/12/2022



Prenotazioni del ricettivo sulle Online Travel Agencies 5-12 dicembre

Offerte sulle maggiori OTA - tasso saturazione disponibilità strutture ricettive confronto 2022/2021

| % saturazione disponibilità strutture ricettive su canali OTA per prodotto al 05/12/2022 dal 7 all'11 dicembre 2022-confronto con il 2021 | | | | | | | | | | |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Date Prodotto | 07/12/22 | 07/12/21 | 08/12/22 | 08/12/21 | 09/12/22 | 09/12/21 | 10/12/22 | 10/12/21 | 11/12/22 | 11/12/21 |
| Montano | 38,3% | 30,7% | 62,4% | 23,2% | 68,9% | 23,9% | 60,0% | 28,0% | 27,0% | 34,0% |
| Lacuale | 36,2% | 18,2% | 47,4% | 14,4% | 52,4% | 17,0% | 49,8% | 21,9% | 32,2% | 24,6% |
| Culturale | 30,1% | 16,6% | 48,3% | 14,0% | 56,1% | 16,1% | 47,8% | 20,1% | 23,0% | 24,2% |
| Termale | 36,4% | 23,0% | 51,6% | 19,5% | 53,1% | 22,6% | 46,4% | 26,3% | 29,2% | 39,1% |
| Balneare | 29,4% | 15,7% | 35,6% | 15,4% | 39,8% | 16,8% | 39,0% | 17,2% | 26,9% | 19,9% |
| Altro | 21,9% | 11,8% | 28,7% | 13,3% | 34,2% | 15,7% | 35,3% | 15,8% | 20,1% | 22,0% |
| Totale | 29,6% | 16,7% | 43,8% | 14,6% | 50,2% | 16,7% | 44,9% | 19,7% | 23,7% | 24,0% |

Per la settimana dal 5 al 12 dicembre, le prenotazioni delle camere disponibili nelle strutture ricettive sui canali delle Online Travel Agencies sono attualmente al 35,0%, contro il 19,6% dello stesso periodo del 2021.

Analizzando il dato giornaliero, il valore più alto si rileva per l'8 il 9 e il 10 dicembre quando il tasso di saturazione rispettivamente raggiunge il 43,8%, il 50,2% e 44,9% contro il 14,6%, 16,7% e 19,7% del 2021.

Il comparto montano è il più gettonato, nelle stesse tre giornate supera di gran lunga la media nazionale con il 62,4%, 68,9% e 60,0% della disponibilità prenotata.

Bene anche i prodotti lacuale (8 dicembre 47,4%; 9 dicembre 52,4%; 10 dicembre 49,8%), culturale (48,3%; 56,1%; 47,8%) e termale (51,6%; 53,1%; 46,4%).

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati The Data Appeal Company al 06/12/2022

28



1.3. IL TURISMO in Italia - FOCUS PONTE IMMACOLATA

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia 5-11 dicembre

Prenotazioni 2022 per Paese di origine - confronto 2022/2021 al 06/12/2022



Nel complesso, per la settimana dal 5 all'11 dicembre le prenotazioni aeree dall'estero verso l'Italia, pari a 74.035, aumentano del +57,3% sul medesimo periodo del 2021.

Nel dettaglio dei paesi di origine, gli arrivi aeroportuali dall'estero sono trainati dalle provenienze statunitensi (10.689; +37,9% sul 2021) e spagnole per le quali si rileva anche la crescita maggiore rispetto alla stessa settimana 2021 (7.168; +78,8%). In leggera flessione il dato dalla Francia che, al momento, vede un calo del -4,1%

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forwardkeys - aggiornati al 30/11



Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia 5-11 dicembre

Prenotazioni 2022 per Paese di origine - variazione % 2022 sul 2021 al 06/12/2022



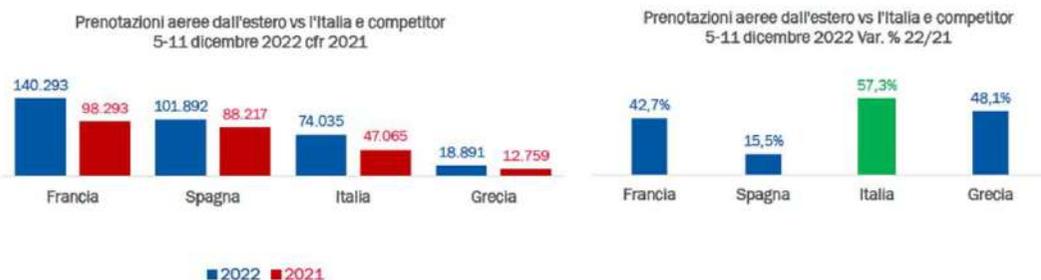
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forwardkeys - aggiornati al 30/11



1.3. IL TURISMO in Italia - FOCUS PONTE IMMACOLATA

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia 5-11 dicembre

Prenotazioni 2022 Italia e competitor- confronto e variazione % 2022/2021 al 06/12/2022



Le prenotazioni verso l'Italia non raggiungono per questo ponte quelle dei competitor Spagna e Francia nonostante, per tasso di crescita, le performance del Belpaese, +57,3% nella settimana 5-11 dicembre 2022 sul 2021, sono nettamente superiori rispetto a quelle della Spagna (+15,5%) e superano di almeno 10 punti percentuali quelle di Francia (+42,7%) e Grecia (+48,1%).

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forwardkeys - aggiornati al 30/11

31

ENIT AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia 5-11 dicembre

Prenotazioni 2022 verso l'Italia per destinazione - confronto e variazione % 2022/2021 al 06/12/2022

| Destinazione | Roma | Milano | Venezia | Bologna | Firenze | Napoli | Torino |
|--------------|--------|--------|---------|---------|---------|--------|--------|
| 2022 | 32.616 | 19.767 | 7.303 | 3.665 | 3.635 | 2.259 | 2.172 |
| 2021 | 17.239 | 13.848 | 5.867 | 2.388 | 2.944 | 1.965 | 939 |
| Var. % | 89,2 | 42,7 | 24,5 | 53,5 | 23,5 | 15,0 | 131,3 |

| Destinazione | Catania | Verona | Pisa | Palermo | Genova | Bari | Trieste | Ancona | Altri |
|--------------|---------|--------|------|---------|--------|-------|---------|--------|-------|
| 2022 | 598 | 498 | 288 | 283 | 283 | 239 | 201 | 147 | 81 |
| 2021 | 524 | 206 | 194 | 128 | 187 | 326 | 116 | 103 | 91 |
| Var. % | 14,1 | 141,7 | 48,5 | 121,1 | 51,3 | -26,7 | 73,3 | 42,7 | -11,0 |

Al netto dei volumi, le prenotazioni aumentano più del 100% verso Verona (+141,7%), Torino (+131,3%) e Palermo (+121,1%). Seguono Roma (+89,2%) e Trieste (+73,3%).

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forwardkeys - aggiornati al 30/11

32

ENIT AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

1.3. IL TURISMO in Italia - FOCUS PONTE IMMACOLATA

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia 5-11 dicembre

Prenotazioni 2022 per Paese di origine - confronto 2022/2021 al 06/12/2022



Nel confronto con il 2019, per la settimana che copre il ponte dell'Immacolata il risultato complessivo delle prenotazioni aeree verso l'Italia è ancora indietro del -31,7%. Tuttavia, si assottiglia il gap per le prenotazioni dagli USA: la diminuzione del -4,8% sulla settimana 5-11 dicembre 2019 è molto più contenuta rispetto agli altri mercati di origine e al totale internazionale in Italia.

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati ForwardKeys - aggiornati al 30/11

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia 5-11 dicembre

Prenotazioni 2022 per Paese di origine - variazione % 2022 sul 2019 al 06/12/2022



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati ForwardKeys - aggiornati al 30/11

1.3. IL TURISMO in Italia

COME VA IL TURISMO IN ITALIA

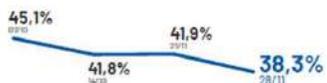
BOLLETTINO DELLA SECONDA SETTIMANA DI DICEMBRE 2022

DATO SETTIMANALE, ITALIA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE



Prima settimana di dicembre negli ultimi 3 anni, sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies).



Andamento della percentuale di saturazione OTA nelle ultime quattro settimane.

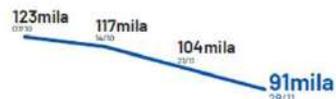
Fonte: The Data Appeal Company

DATO SETTIMANALE, ITALIA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI



Prima settimana di dicembre negli ultimi 3 anni.



Andamento del numero di prenotazioni internazionali nelle ultime quattro settimane.

Fonte: Forwardkeys

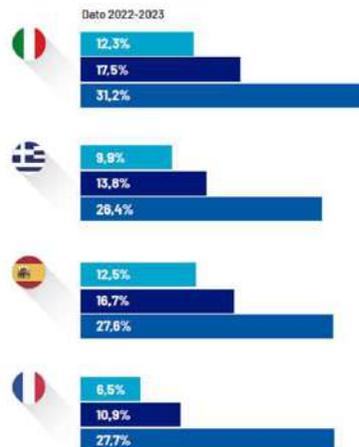
DATO MENSILE, EUROPA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE L'ITALIA E I COMPETITOR

Strutture prenotate sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies) - Dati al 05/12/2022

A dicembre, l'Italia si posiziona al primo posto per tasso di saturazione medio delle strutture ricettive OTA (37%), un risultato superiore di 4 p.p. rispetto alla media dei Paesi competitor EU considerati. Le località montane (38%) e lacuali (37%) sono le mete italiane preferite dai turisti con punte nella Provincia Autonoma di Bolzano (45%), Provincia Autonoma di Trento (40%) e Liguria (38%). Anche a gennaio, l'Italia si attesta come destinazione europea con il più alto tasso di saturazione medio (17%), davanti a Spagna (16%), Grecia (14%) e Francia (11%).

LEGENDA: FEBBRAIO, GENNAIO, DICEMBRE



Fonte: The Data Appeal Company
*Tasso medio calcolato su base The Data Appeal Company delle ultime quattro settimane.

DATO MENSILE, EUROPA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI L'ITALIA E I COMPETITOR

Numero di prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia e verso i principali competitor europei - Dati al 05/12/2022

A dicembre, le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia superano i 400k, di cui il 38% provenienti complessivamente dai turisti statunitensi, tedeschi ed inglesi. Con tali volumi, l'Italia si posiziona al terzo posto come destinazione europea preferita, dietro a Spagna (647k) e Francia (641k). Le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia a gennaio 2023 (130k) segnano un netto incremento rispetto al 2022 (+97%) ed al 2021 (+1.044%) con un ritardo di oltre 60k (-34%) rispetto al 2020.

LEGENDA: FEBBRAIO, GENNAIO, DICEMBRE



Fonte: Forwardkeys
*Tasso medio calcolato su base The Data Appeal Company delle ultime quattro settimane.



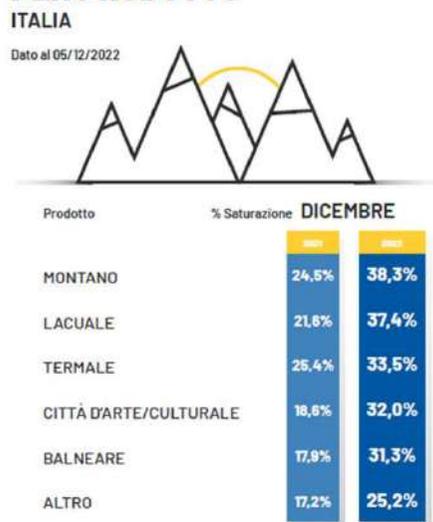
COOP CULTURE

PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

DMO MANAGEMENT DESTINATION

1.3. IL TURISMO in Italia

PRENOTAZIONI OTA PER PRODOTTO ITALIA



VERSO L'ITALIA IN AUTUNNO/INVERNO

Numero di prenotazioni aeroportuali internazionali verso l'Italia a dicembre, gennaio e febbraio 2022 / 2023.

Dato al 05/12/2022



IL MERCATO DELLE ABITAZIONI PRIVATE A DICEMBRE 2022



37%
Saturazione a dicembre
(dato provvisorio)



64mln €
Fatturato generato a dicembre
(dato provvisorio)

Fonte: Transparent

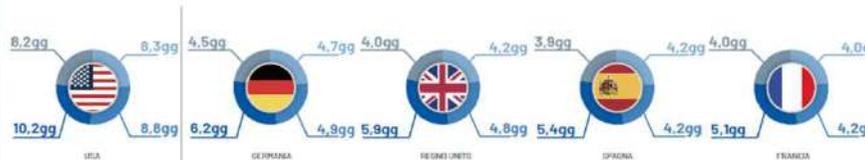
DURATA MEDIA DEL SOGGIORNO

Durata media dei soggiorni in Italia per gli arrivi aeroportuali dei turisti internazionali - Dati al 05/12/2022.

A novembre, la durata media del soggiorno in Italia dei turisti provenienti dai principali Paesi EU considerati e dagli USA è tornata ad assestarsi su valori simili al medesimo periodo pre-pandemico (5,1 gg).



DETTAGLIO MERCATO USA E DEI PRINCIPALI PAESI EUROPEI NEI QUATTRO ANNI ANALIZZATI



COOP CULTURE

PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

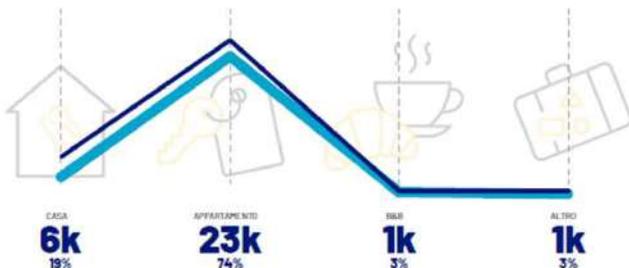
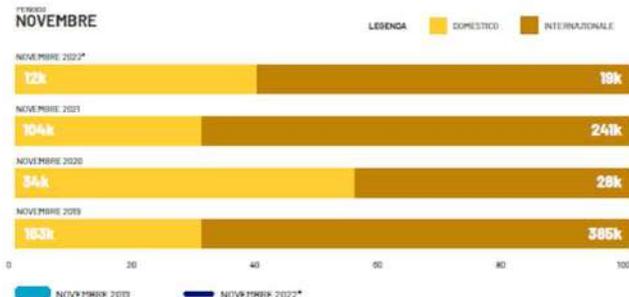
DM MANAGEMENT

1.3. IL TURISMO in Italia

FOCUS PER TIPOLOGIA DI TURISTA E DI STRUTTURA IL MERCATO DELLE ABITAZIONI PRIVATE

Dato al 05/12/2022

A novembre, la quota dei turisti internazionali in Italia supera il 60%, un dato incoraggiante rispetto al 2020 (45%), tuttavia lontano rispetto al medesimo periodo pre-pandemico (70%).



Fonte: TripAdvisor
*dati preliminari

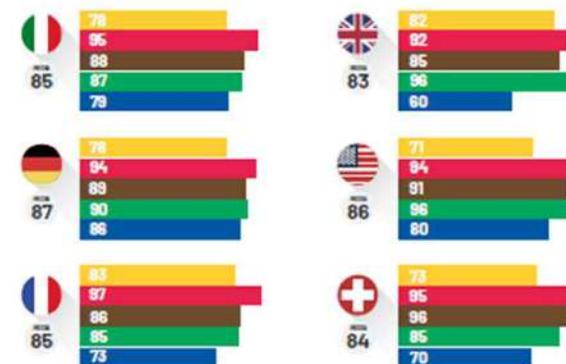
SENTIMENT SUI PRINCIPALI TOPIC NELLE CITTÀ MONTANE

Periodo di osservazione novembre - Dati al 05/12/2022

A novembre, i Paesi con più alto livello di soddisfazione medio verso le strutture ricettive in località montane sono Germania (87 punti) e Stati Uniti (86 punti). In particolare, staff (95 punti) e atmosfera (90 punti) rappresentano i topic maggiormente apprezzati, sensibilmente meno, invece, le stanze (77 punti) e i servizi (75 punti).



PAESI EUROPEI CON IL MAGGIOR VOLUME DI RECENSIONI

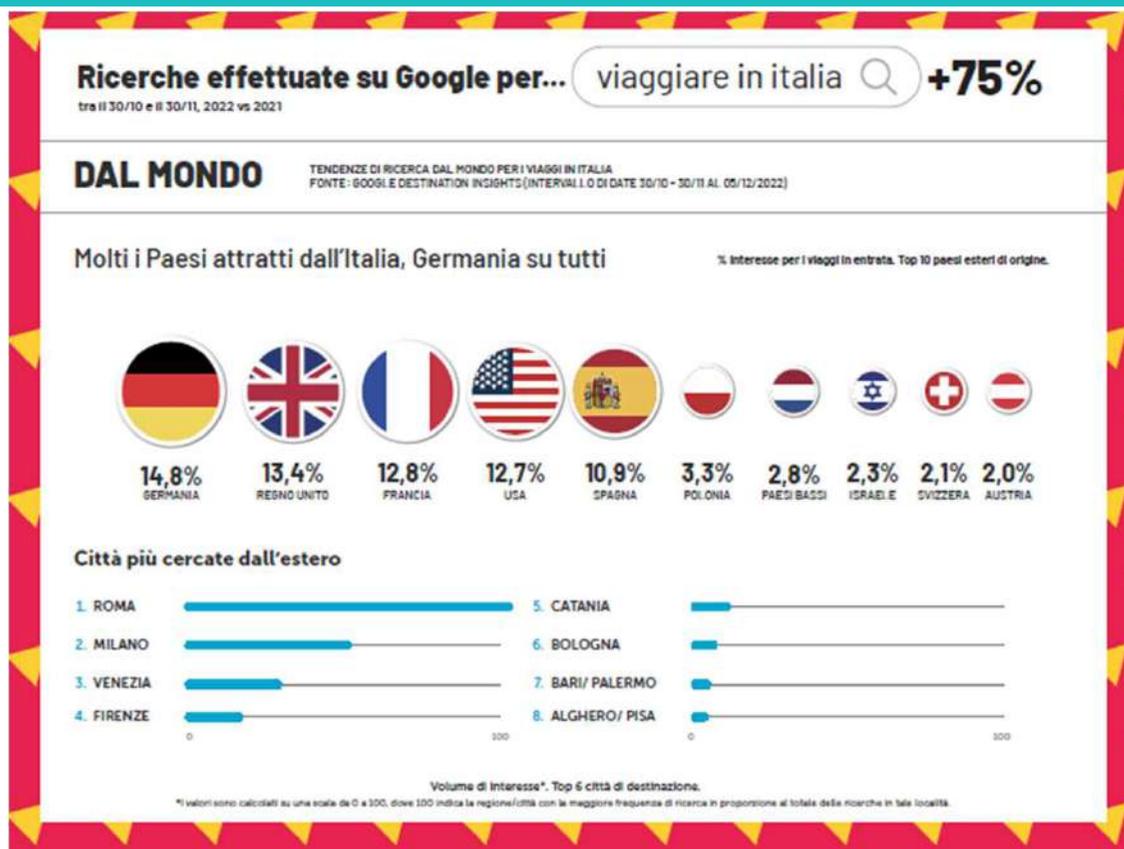


Fonte: The Data Group Company

* sono presi come riferimento i Paesi con il maggior volume di recensioni verso le strutture ricettive OTA italiane



1.3. IL TURISMO in Italia



1.3. IL TURISMO in Italia

COME VA IL TURISMO IN ITALIA

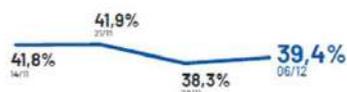
BOLLETTINO DELLA TERZA SETTIMANA DI DICEMBRE 2022

DATO SETTIMANALE, ITALIA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE



Seconda settimana di dicembre negli ultimi 3 anni, sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies).



Andamento della percentuale di saturazione OTA nelle ultime quattro settimane.

Fonte: The Data Appeal Company

DATO SETTIMANALE, ITALIA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI



Seconda settimana di dicembre negli ultimi 3 anni.



Andamento del numero di prenotazioni internazionali nelle ultime quattro settimane.

Fonte: Forwardkeys

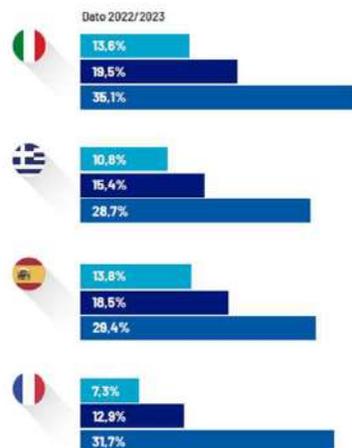
DATO MENSILE, EUROPA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE L'ITALIA E I COMPETITOR

Strutture prenotate sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies) - Dati al 14/12/2022

A dicembre, l'Italia si posiziona al primo posto per tasso di saturazione medio delle strutture ricettive OTA (35%), un risultato superiore di 5 p.p. rispetto alla media dei Paesi competitor EU considerati. Le località montane (42%) e locali (40%) sono le mete italiane preferite dai turisti con punte nella Provincia Autonoma di Bolzano (47%) e nella Provincia Autonoma di Trento (44%). Anche a gennaio, l'Italia si attesta come destinazione europea con il più alto tasso di saturazione medio (20%), davanti a Spagna (19%), Grecia (15%) e Francia (13%).

LEGENDA: FEBBRAIO, GENNAIO, DICEMBRE



Fonte: The Data Appeal Company

* I dati sono basati sulle prenotazioni OTA delle ultime quattro settimane.

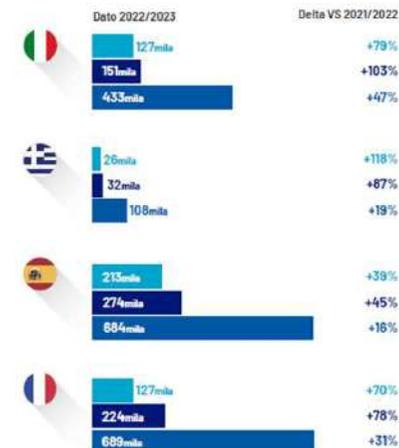
DATO MENSILE, EUROPA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI L'ITALIA E I COMPETITOR

Numero di prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia e verso i principali competitor europei - Dati al 14/12/2022

A dicembre, le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia superano i 430k, di cui il 37% provenienti complessivamente dai turisti statunitensi, tedeschi ed inglesi. Con tali volumi, l'Italia si posiziona al terzo posto come destinazione europea preferita, dietro a Francia (689k) e Spagna (684k). Le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia a gennaio 2023 (151k) segnano un netto incremento rispetto al 2022 (+103%) ed al 2021 (+112%) con un ritardo di oltre 80k (-34%) rispetto al 2020.

LEGENDA: FEBBRAIO, GENNAIO, DICEMBRE

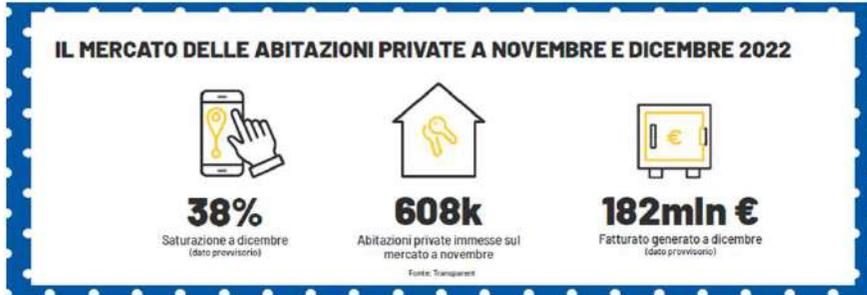
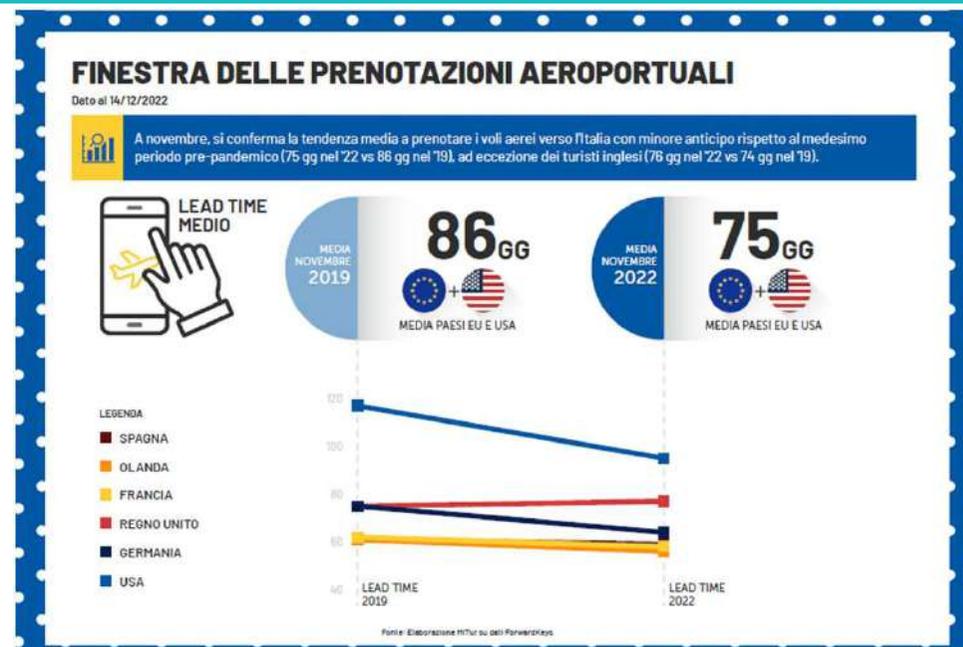
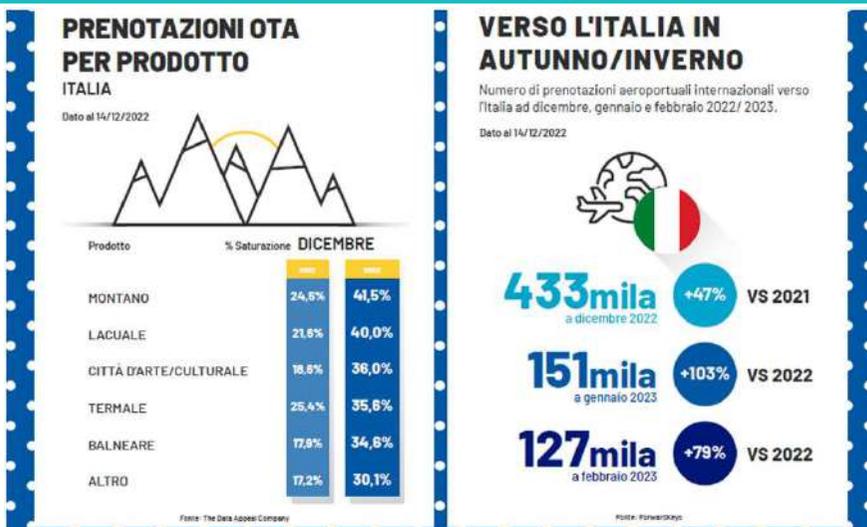


Fonte: Forwardkeys

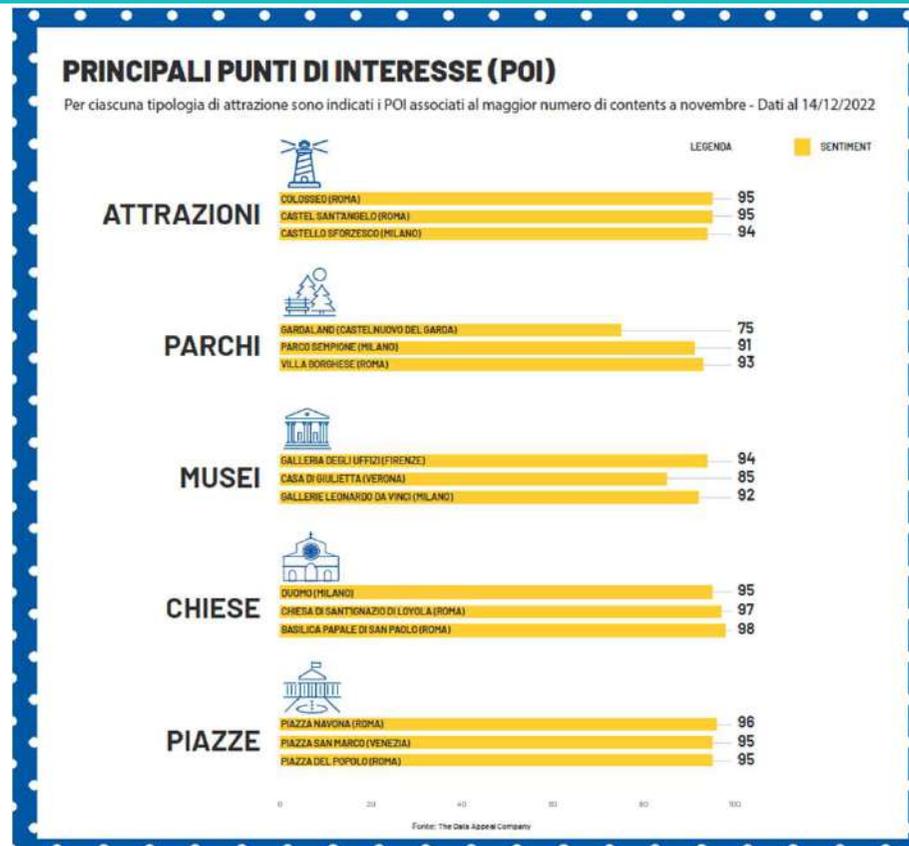
* I dati sono basati sulle prenotazioni OTA delle ultime quattro settimane.



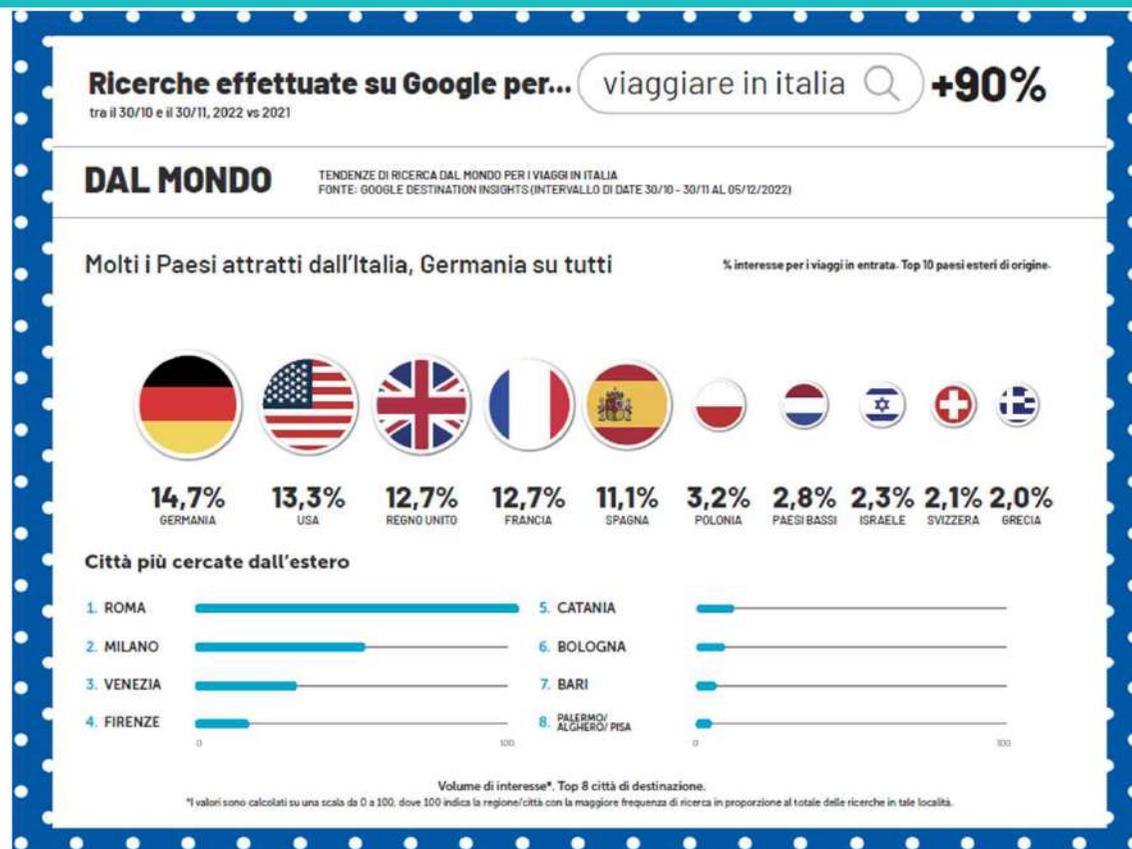
1.3. IL TURISMO in Italia



1.3. IL TURISMO in Italia



1.3. IL TURISMO in Italia

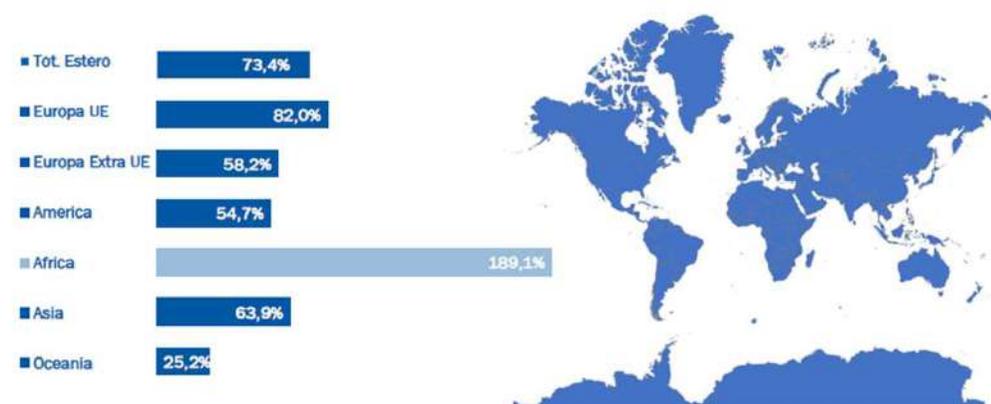


PROSPETTIVE
MANAGEMENT
DESTINAZIONI

1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS NATALE

Recupero dell'Italia nei mercati internazionali rispetto al 2019

Viaggiatori internazionali in Italia: % di recupero gen-set 2022 sul volume gen-set 2019



Tra gennaio e settembre 2022, il numero dei viaggiatori internazionali in Italia raggiunge il 73,4% dei volumi del 2019.

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Banca d'Italia 2022 provvisori



Recupero dell'Italia nei mercati internazionali rispetto al 2019

Viaggiatori internazionali in Italia: variazione % gennaio-settembre 2022 su gennaio-settembre 2019



Tra gennaio e settembre 2022, gli arrivi da turismo internazionale in Italia sono ancora inferiori del -26,6% sul 2019. Dall'UE si rileva il calo più contenuto (-18,0%) rispetto alle altre aree geografiche di provenienza e al totale.

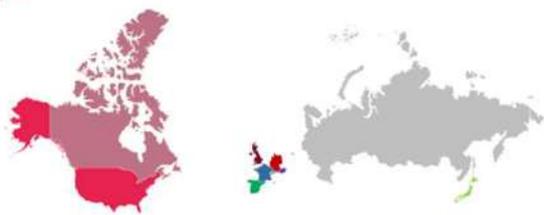
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Banca d'Italia 2022 provvisori



1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS NATALE

Recupero dell'Italia nei mercati internazionali rispetto al 2019

Viaggiatori internazionali in Italia: % di recupero gen-set 2022 sul volume gen-set 2019



Nei primi 9 mesi del 2022, i viaggiatori spagnoli in Italia sono circa il 3,0% in più sul 2019, a completo recupero del dato di 3 anni fa. Nello stesso periodo, l'Italia recupera il 62,6% dei flussi dagli USA e circa il 50,0% dal Canada rispetto al 2019.

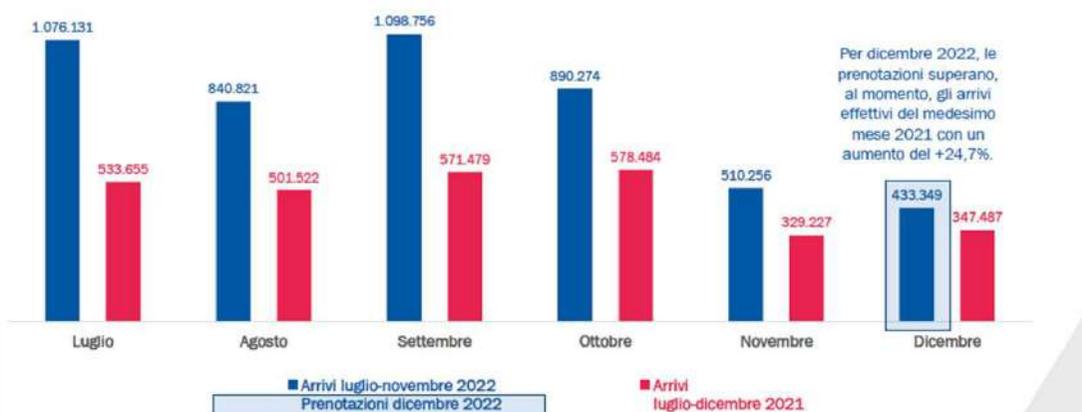
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Banca d'Italia 2022 provvisori

4



Monitoraggio arrivi e prenotazioni voli aerei internazionali verso l'Italia

Arrivi passati e prenotazioni prossimi mesi negli aeroporti italiani – confronto 2022/2021 al 23/12/22



Per dicembre 2022, le prenotazioni superano, al momento, gli arrivi effettivi del medesimo mese 2021 con un aumento del +24,7%.

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data - aggiornati l'11/12/2022

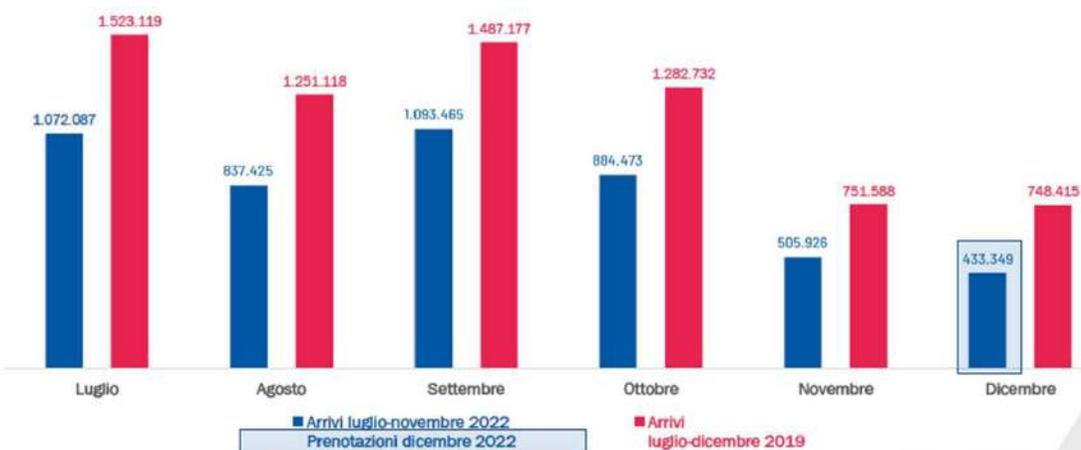
5



1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS NATALE

Monitoraggio arrivi e prenotazioni voli aerei internazionali verso l'Italia

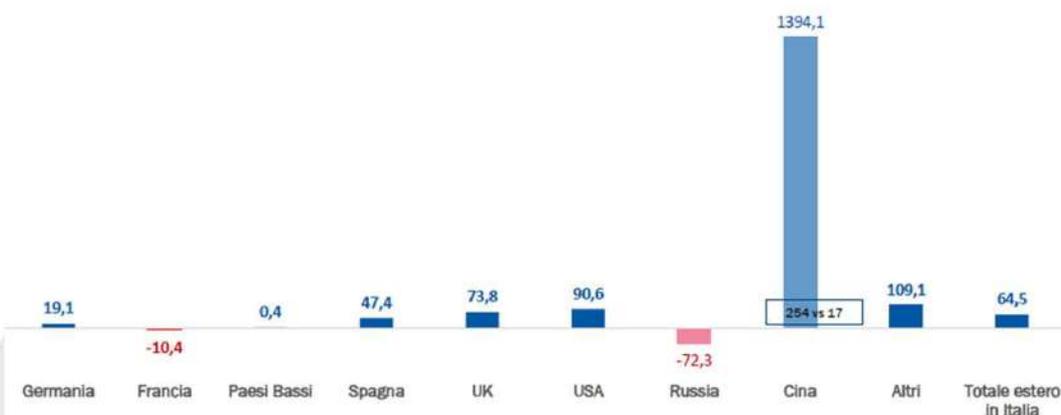
Arrivi passati e prenotazioni prossimi mesi negli aeroporti italiani – confronto 2022/2019 al 23/12/2022



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data – aggiornati l'11/12/2022

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia – Novembre

Prenotazioni 2022 per Paese di origine – variazione % novembre 2022 sul 2021 al 23/12/2022



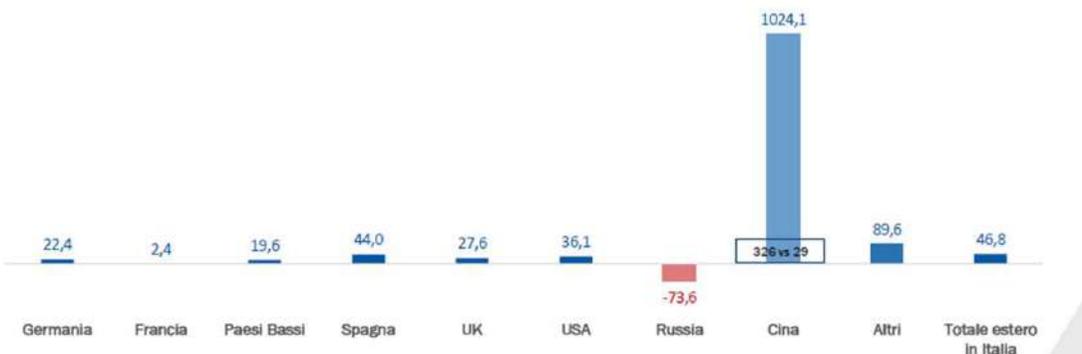
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data – aggiornati l'11/12/2022



1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS NATALE

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia - Dicembre

Prenotazioni 2022 per Paese di origine – variazione % dicembre 2022 sul 2021 al 23/12/2022

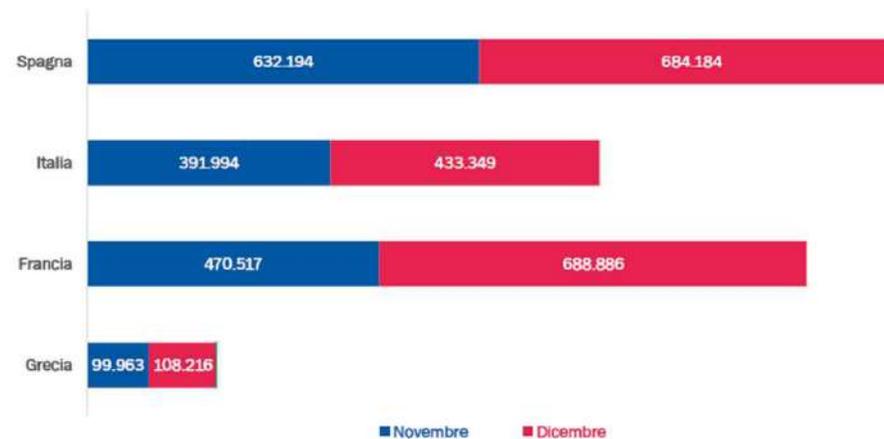


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data – aggiornati il 11/12/2022



Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero – Italia e competitor

Prenotazioni Novembre e Dicembre 2022 al 23/12/2022



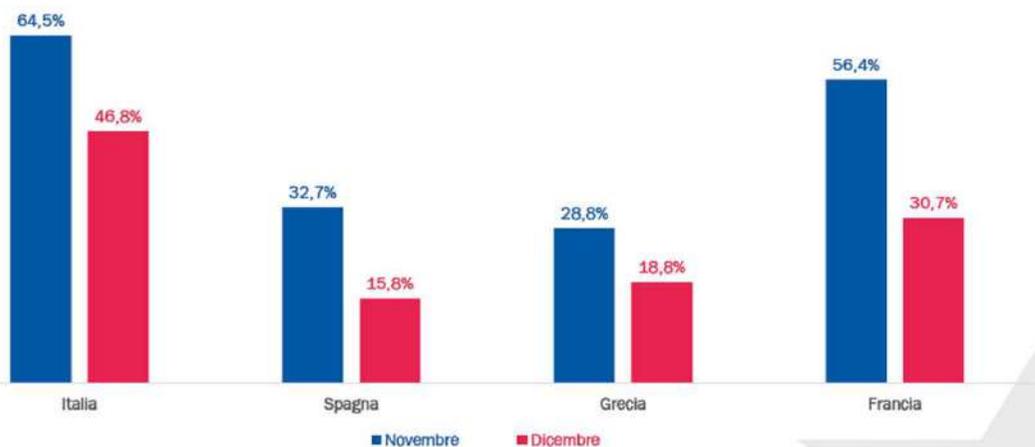
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data – aggiornati il 11/12/2022



PROTEZIONE
MAGGIORATI
D'IDENTITÀ

1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS NATALE

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero – Italia e competitor
Prenotazioni Novembre e Dicembre 2022 – variazione % sul 2021 al 23/12/2022



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data – aggiornati l'11/12/2022



Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero – Italia e competitor
Prenotazioni Novembre e Dicembre 2022 – variazione % sul 2019 al 23/12/2022



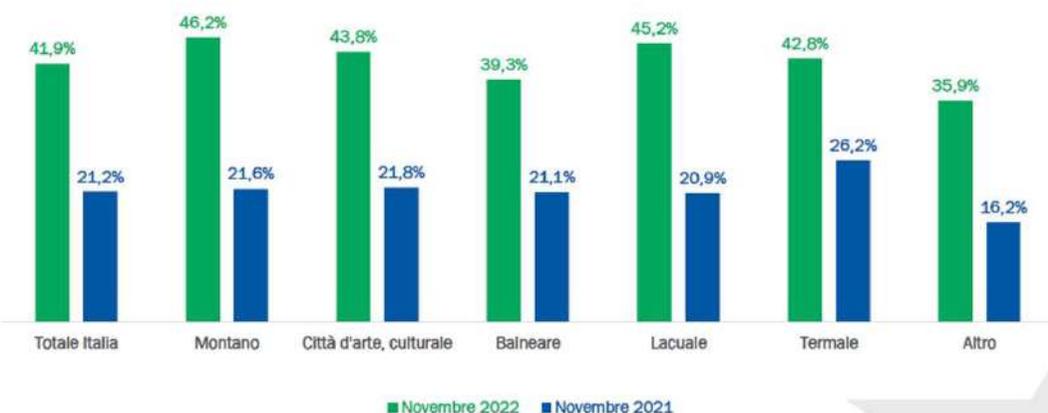
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data – aggiornati l'11/12/2022



1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS NATALE

Prenotazioni del ricettivo sulle Online Travel Agencies Novembre 2022/2021

Offerte sulle maggiori OTA – tasso di saturazione per prodotto confronto con 2021

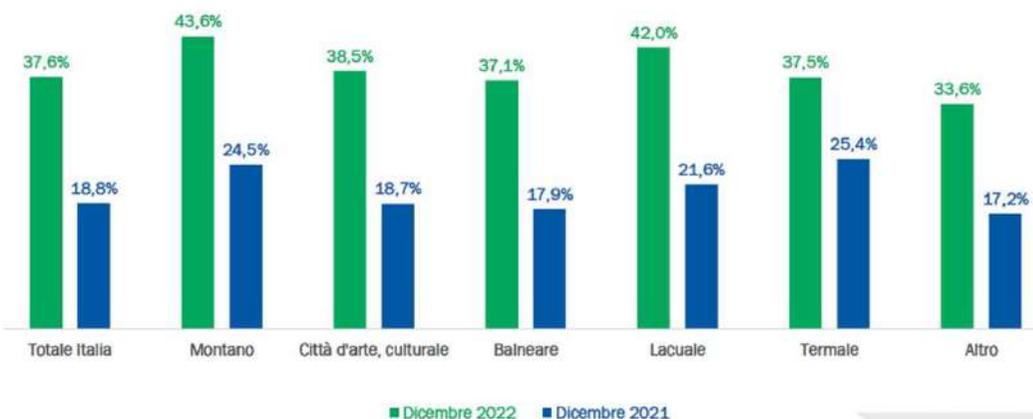


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati The Data Appeal Company al 23/12/2022



Prenotazioni del ricettivo sulle Online Travel Agencies Dicembre 2022/2021

Offerte sulle maggiori OTA – tasso di saturazione per prodotto confronto con 2021

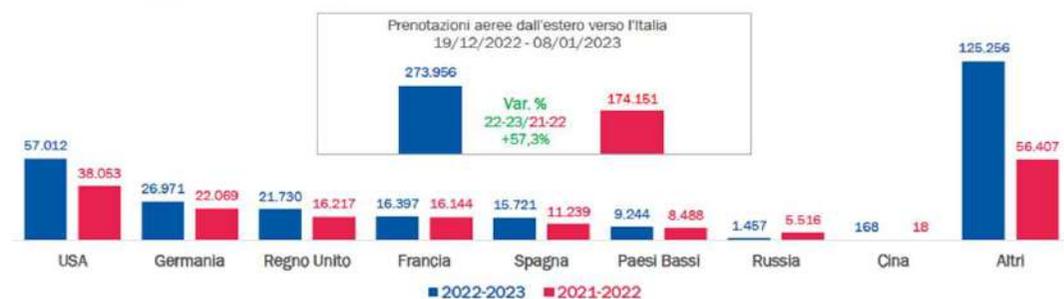


Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati The Data Appeal Company al 23/12/2022



1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS NATALE

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia Natale-Epifania
 Prenotazioni 2022-2023 per Paese di origine - confronto 2022/2021 al 23/12/2022



Le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia tra la settimana prenatalizia ed il week-end dell'Epifania sono attualmente 274.000 circa con un aumento del +57,3% sul medesimo periodo 2021/2022.

Continua la forte rappresentanza del mercato statunitense: le prenotazioni aeree per le vacanze di Natale dagli USA sono già 57.000, quasi raddoppiate rispetto al 2021/2022 (+49,8%) con una quota che sfiora il 21,0% sul totale arrivi esteri previsti.

Seguono le prenotazioni da Germania, 26.970 (+22,2%) e Regno Unito, 21.730 (+34,0%), con un'incidenza rispettiva del 9,8% e del 7,9% sul totale.

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data - aggiornati 01/12/2022



Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia Natale-Epifania
 Prenotazioni 2022-2023 per Paese di origine - Quota % sul totale prenotazioni e Var. % sul 2021/2022



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data - aggiornati 01/12/2022

15



1.3. IL TURISMO in Italia – FOCUS NATALE

Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero verso l'Italia Natale-Epifania

Prenotazioni 2022-2023 per destinazione – confronto, quota % e variazione % sul 2022/2021 al 23/12/2022

| Prenotazioni aeree dall'estero verso l'Italia 19/12/2022 - 08/01/2023 | | | | |
|---|-----------|-----------|-----------------------------|-----------------------------------|
| Destinazione | 2022-2023 | 2021-2022 | Quota % totale 2022-2023 | Var. % 2022-2023 sul 2022-2021 |
| Roma | 122.339 | 67.154 | 44,7 | 82,2 |
| Milano | 74.050 | 45.457 | 27,0 | 62,9 |
| Venezia | 24.721 | 18.984 | 9,0 | 30,2 |
| Firenze | 12.426 | 9.541 | 4,5 | 30,2 |
| Bologna | 11.074 | 7.715 | 4,0 | 43,5 |
| Napoli | 9.123 | 8.230 | 3,3 | 10,9 |
| Torino | 7.039 | 5.469 | 2,6 | 28,7 |
| Catania | 3.907 | 3.765 | 1,4 | 3,8 |
| Verona | 1.946 | 1.207 | 0,7 | 61,2 |
| Bari | 1.661 | 1.667 | 0,6 | -0,4 |
| Palermo | 1.238 | 1.281 | 0,5 | -3,4 |
| Genova | 1.109 | 893 | 0,4 | 24,2 |
| Pisa | 1.025 | 819 | 0,4 | 25,2 |
| Trieste | 698 | 373 | 0,3 | 87,1 |
| Ancona | 680 | 541 | 0,2 | 25,7 |
| Altri | 920 | 1.055 | 0,3 | -12,8 |
| Totale | 273.956 | 174.151 | 100,0 | 57,3 |

Tre le città di destinazione, le migliori performance sono per Roma che, secondo i dati predittivi, accoglierà circa il 45,0% dei visitatori internazionali totali (+82,2%).

Seguono nella TOP 3 Milano (+62,9%) con una quota di arrivi aeroportuali pari al 27,0% e Venezia, (+30,2%) con il 9,0% sul complessivo.

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forwardkeys - aggiornati 11/12/2022



Prenotazioni del ricettivo sulle Online Travel Agencies Natale-Epifania

Offerte sulle maggiori OTA – tasso saturazione disponibilità strutture ricettive confronto 2022/2021

Saturazione OTA
19 dicembre 2022 - 8 gennaio 2023 vs 2021-2022



| Prodotto | 2022/2023 | 2021/2022 |
|------------------------|-----------|-----------|
| Montano | 44,0% | 28,3% |
| Lacuale | 36,6% | 22,6% |
| Città d'arte/culturale | 32,8% | 18,4% |
| Termale | 35,1% | 26,8% |
| Balneare | 31,4% | 18,2% |
| Altro | 29,0% | 18,1% |
| Totale | 32,5% | 19,0% |

Dal 19 dicembre 2022 all'8 gennaio 2023, le prenotazioni delle camere disponibili nelle strutture ricettive sui canali delle Online Travel Agencies sono attualmente al 32,5%, contro il 19,0% dello stesso periodo del 2021-2022.

Per l'intero periodo, tutti i prodotti superano la media nazionale, tranne il balneare, vista la stagione, leggermente inferiore (31,4%). In primis il comparto montano con il 44,0% della disponibilità prenotata.

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati The Data Appeal Company al 23/12/2022



PRENOTAZIONI
MANAGERIALI
E DESTINAZIONI

2. LO SCENARIO VENETO



CO
OP

CUL
TU
RE



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROMOTION
MANAGEMENT
DESTINATION

2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

Il **Veneto** ha espresso **nell'anno trascorso indici di crescita molto importanti**, rendendolo **nel 2022 una delle realtà a maggior crescita d'Europa**. I dati offerti confermano un andamento positivo e migliore delle aspettative dell'autunno, nonostante una congiuntura delicata, una guerra in corso e l'incertezza legata all'approvvigionamento di materie prime e al rialzo dei prezzi.

Le stime relative all'andamento economico complessivo del 2022 vedono: **+ 4,2% del PIL, contro il +3,9% nazionale**. Una **crescita dei consumi delle famiglie del +6,2%** e degli **investimenti fissi lordi del +11,2% nel 2022**.

I dati congiunturali internazionali disponibili relativamente all'attività economica fino al terzo trimestre del 2022 hanno sorpreso in positivo sia negli Stati Uniti sia nella UEM (Unione economica e monetaria). La situazione del mercato energetico sembra meno problematica di qualche mese fa; prezzo del gas in calo e stoccaggi pieni suggeriscono un inverno meno difficile di quanto preventivato. **L'inflazione in Italia rimane elevata, ma a fine anno mostra una lieve decelerazione**.

Il **mercato del lavoro presenta significativi segnali di ripresa** assieme ai **flussi turistici**, con **l'estate 2022** che **segna cifre vicine ai record 2019** con le **destinazioni balneari e lacuale ritornate ai numeri pre-pandemici**.

L'export continua a crescere: nei primi nove mesi del 2022 mostra una dinamica positiva e molto sostenuta (**+17,5% rispetto allo stesso periodo del 2021**). Va rilevato, tuttavia, che il consistente incremento in termini di valore registrato dalle esportazioni regionali potrebbe riflettere, in parte, anche l'incremento dei prezzi generato dall'aumento dei costi dei trasporti internazionali e delle materie prime.

A fine dicembre, nel sistema produttivo veneto si contano **424.991 imprese attive**, che costituiscono **l'8,3% della base imprenditoriale nazionale**.

A seguire i dati dell'ultimo bollettino socio-economico regionale, che fotografa i principali indicatori di congiuntura più rappresentativi della situazione veneta.

Fonte: Bollettino socio-economico del Veneto – I principali dati congiunturali (gennaio 2023), Ufficio statistico del Veneto



2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

Bollettino socio-economico del Veneto I principali dati congiunturali

gennaio 2023



Contesto nazionale

Variazioni % rispetto al mese precedente

| | | dic-22 | nov-22 | ott-22 | set-22 | ago-22 | lug-22 | giu-22 | mag-22 | apr-22 | mar-22 | feb-22 | gen-22 | dic-21 |
|--|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Indice del fatturato delle imprese industriali | Totale | | | -0,8 | -1,2 | 3,4 | -0,3 | -0,4 | 1,3 | 2,6 | 2,3 | 3,0 | 2,3 | -1,9 |
| | Nazionale | | | -1,1 | -1,2 | 3,2 | -0,1 | -0,6 | 1,4 | 2,6 | 2,5 | 2,5 | 2,7 | -2,8 |
| | Estero | | | -0,3 | -1,2 | 3,9 | -0,6 | -0,1 | 1,1 | 2,8 | 1,7 | 3,9 | 1,5 | -0,2 |
| Clima di fiducia | Consumatori | 4,5 | 8,9 | -5,0 | -3,6 | 3,7 | -3,6 | -4,3 | 2,7 | -0,8 | -10,3 | -1,6 | -3,0 | 0,2 |
| | Imprese Totale | 1,2 | 1,6 | -0,6 | -3,6 | -1,1 | -2,4 | 2,4 | 2,1 | -0,4 | -2,0 | 1,7 | -5,7 | -0,5 |
| | Industria | -1,1 | 1,8 | -0,7 | -2,6 | -2,0 | -2,7 | 0,5 | -0,7 | -0,3 | -2,6 | -0,4 | -1,2 | -0,6 |
| | Costruzioni | 3,1 | -3,6 | -1,3 | 2,4 | -5,2 | 2,9 | 0,6 | -1,2 | 0,3 | 0,3 | 0,6 | -0,2 | 1,1 |
| | Servizi di mercato | 3,3 | 2,9 | 0,1 | -6,8 | -0,6 | -4,6 | 5,1 | 6,5 | -2,0 | -1,4 | 5,9 | -13,4 | -1,3 |
| | Commercio al dettaglio | 0,2 | 3,1 | -1,5 | -2,6 | 4,7 | 0,9 | 1,4 | 1,9 | 3,7 | -4,2 | -1,6 | -0,7 | 0,7 |
| Indice del valore delle vendite | Totale | | | 0,8 | -0,3 | 0,5 | -0,4 | 1,3 | -1,3 | 2,3 | 0,1 | -0,4 | 0,7 | -0,5 |
| | Alimentari | | | 0,6 | -0,1 | 0,7 | -0,4 | 1,3 | 0,3 | 1,6 | 0,8 | 0,1 | -0,5 | -0,1 |
| | Non alimentari | | | 1,0 | -0,5 | 0,4 | -0,2 | 1,1 | -2,4 | 3,0 | -0,5 | -0,8 | 1,6 | -0,7 |
| Prezzi | Al consumo | 0,3 | 0,5 | 3,4 | 0,3 | 0,8 | 0,4 | 1,2 | 0,8 | -0,1 | 1,0 | 0,9 | 1,6 | 0,4 |
| | Alla produzione dell'industria | | | 2,6 | -3,5 | 2,7 | 2,8 | 5,0 | 1,0 | 0,6 | 0,2 | 4,0 | 0,4 | 9,7 |
| Prezzo del petrolio Brent (\$/barile) (a) | | 80,92 | 91,42 | 93,33 | 89,76 | 100,45 | 111,93 | 122,71 | 113,34 | 104,58 | 117,25 | 97,13 | 86,51 | 74,17 |
| Cambio euro/dollaro (a) | | 1,0589 | 1,0201 | 0,9826 | 0,9904 | 1,0128 | 1,0179 | 1,0566 | 1,0579 | 1,0819 | 1,1019 | 1,1342 | 1,1314 | 1,1304 |

(a) Valori assoluti

Nonostante il prezzo del gas sui mercati internazionali sembri avere recentemente ridotto la sua corsa, persiste un'elevata inflazione e l'attuale orientamento restrittivo della politica monetaria europea lascia spazio a timori relativi ad una possibile stagnazione. Il prezzo del petrolio Brent si abbassa; sul mercato valutario, l'euro continua a recuperare terreno nei confronti del dollaro. L'inflazione in Italia a dicembre 2022 è in aumento dello 0,3% su base mensile e dell'11,6% su base annua; nel 2022 i prezzi al consumo registrano una crescita in media d'anno dell'8,1%, segnando l'aumento più ampio dal 1985. A novembre 2022 i prezzi alla produzione dell'industria aumentano del 2,6% su base mensile e del 29,4% su base annua. A novembre 2022 si stima un aumento congiunturale per le vendite al dettaglio (+0,8%), riguardante sia le vendite dei beni non alimentari, sia quelle dei beni alimentari. A dicembre 2022 si stima un aumento sia dell'indice del clima di fiducia dei consumatori, sia dell'indice composto del clima di fiducia delle imprese, dove la fiducia è in miglioramento in tutti i comparti ad eccezione della manifattura.

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat, EIA - U.S. Energy Information Administration, Banca d'Italia



ORGANIZZAZIONE
DEI
MAGGIORI
EVENTI
CULTURALI
E
CONFERENZE

2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

Bollettino socio-economico del Veneto I principali dati congiunturali

gennaio 2023



Prodotto interno lordo

LE PREVISIONI

Variazioni % rispetto all'anno precedente

| | 2022 | | 2023 | |
|---|--------|--------|--------|--------|
| | Veneto | Italia | Veneto | Italia |
| Prodotto interno lordo | 4,2 | 3,9 | 0,4 | 0,4 |
| Spesa per consumi finali delle famiglie | 6,2 | 5,7 | 0,6 | 0,5 |
| Investimenti fissi lordi | 11,2 | 9,4 | 1,0 | 0,4 |

| PIL PROCAPITE 2022 (migliaia di euro) | | PRODUTTIVITÀ 2022(*) (migliaia di euro) | |
|--|------|--|------|
| Veneto | 36,3 | Veneto | 73,1 |
| Italia | 32,2 | Italia | 70,1 |

(*) Valore aggiunto per unità di lavoro

LO STORICO - VENETO

| | 2021 (valori reali) Valori in milioni di euro | Ver. % 2021/2020 | 2021 (valori correnti) Valori in milioni di euro |
|--|--|---------------------|---|
| Prodotto interno lordo | 154.420,3 | 7,3 | 164.392,2 |
| Spesa per consumi finali delle famiglie | 86.731,3 | 5,8 | 90.758,5 |
| Investimenti fissi lordi | 33.003,1 | 15,9 | 35.003,1 |

IL CONFRONTO



I dati congiunturali internazionali disponibili relativamente all'attività economica fino al terzo trimestre del 2022 hanno sorpreso in positivo sia negli Stati Uniti sia nella UEM. Inoltre, la situazione del mercato energetico sembra meno problematica di qualche mese fa; prezzo del gas in calo e stoccaggi pieni potrebbero suggerire un inverno meno difficile di quanto precedentemente anticipato. L'inflazione in Italia rimane elevata, ma a fine anno mostra una lieve decelerazione. La fiducia di consumatori e imprese, a dicembre, è aumentata per il secondo mese consecutivo. Le famiglie hanno evidenziato attese positive sulla situazione economica del paese, inclusa la disoccupazione, mentre tra le imprese i giudizi e le aspettative sono migliorati nelle costruzioni e nei servizi di mercato.

In questo contesto, Prometeia fornisce una previsione tendenziale per il 2022 del + 3,9% del Prodotto Interno Lordo italiano e del +4,2% del PIL veneto. In Veneto è stimata una crescita per i consumi delle famiglie del +6,2% e per gli investimenti fissi lordi del +11,2% nel 2022.

Per il 2023 Prometeia prevede un sostanziale equilibrio sia per l'economia nazionale, che per quella veneta, entrambe con una previsione di crescita del PIL del +0,4%.

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati e previsioni Istat, Eurostat, FMI, Commissione europea e Prometeia (dati disponibili a gennaio 2023)



2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

Bollettino socio-economico del Veneto I principali dati congiunturali

gennaio 2023



Imprese: il contesto

LE TENDENZE



Variazioni %

| | IV Trim. 2022 / IV Trim. 2021 | | IV Trim. 2022 / III Trim. 2022 | |
|----------------------|-------------------------------|--------|--------------------------------|--------|
| | Veneto | Italia | Veneto | Italia |
| Imprese totali | -1,1 | -0,7 | -0,4 | -0,5 |
| Settori | | | | |
| Agricoltura | -1,9 | -1,6 | -0,5 | -0,8 |
| Industria | -1,8 | -2,1 | -0,5 | -0,7 |
| Costruzioni | -1,4 | 0,1 | -0,1 | -0,4 |
| Servizi | -0,7 | -0,4 | -0,5 | -0,4 |
| Le imprese artigiane | -1,7 | -1,1 | -0,3 | -0,6 |

Gennaio 2023 in Veneto

| | Numero | % su start up italiane |
|---------------------|--------|------------------------|
| Start up innovative | 937 | 6,6 |

Fallimenti 2021: +4,5% rispetto al 2020 e -25,5% rispetto al 2019

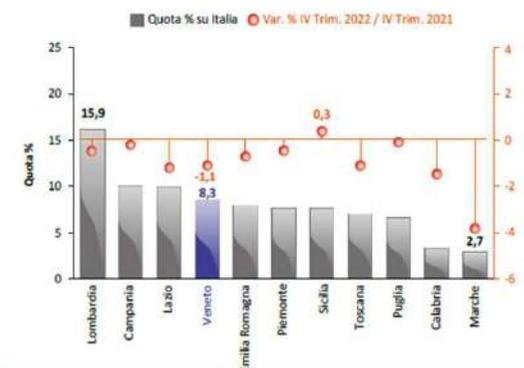
Il quarto trimestre 2022 si chiude con una riduzione del numero di imprese venete rispetto ai corrispettivi mesi del 2021: nel periodo ottobre-dicembre 2022 si registra un -1,1% rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente, in linea con quanto avvenuto nel terzo trimestre 2022, mentre per quanto riguarda l'andamento congiunturale si registra una leggera flessione (-0,4% rispetto al trimestre precedente). La dinamica imprenditoriale regionale è quasi in linea con quanto avvenuto in ambito nazionale (-0,7%). La riduzione di imprese attive con sede in Veneto riguarda tutti i macro settori economici e risulta più accentuata nel comparto agricolo e in quello industriale. Il settore regionale delle costruzioni sembra pagare con maggiore intensità il clima d'incertezza creato dalla modifica in corsa delle regole su bonus e superbonus edilizi (-1,4% a fronte del +0,1% a livello nazionale).

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati InfoCamere, Registro Imprese e Cerved

LO STORICO - VENETO

| | 2022 | | %Veneto su Italia |
|----------------------|---------|-----------|-------------------|
| | Veneto | Italia | |
| Imprese totali | 424.991 | 5.129.335 | 8,3 |
| Settori | | | |
| Agricoltura | 63.466 | 712.692 | 8,9 |
| Industria | 49.921 | 482.626 | 10,3 |
| Costruzioni | 62.094 | 755.315 | 8,2 |
| Servizi | 249.510 | 3.178.702 | 7,8 |
| Le imprese artigiane | 121.896 | 1.265.945 | 9,6 |

IL CONFRONTO



PROVA
MAGGIORI
DETERMINAZIONI

2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

Bollettino socio-economico del Veneto I principali dati congiunturali

gennaio 2023

Interscambio commerciale

| | Esportazioni | | | |
|--------|--------------------------------------|----------------|--------------|----------------|
| | Var. % gen-set 2022/ gen-set 2021 | 2021 mln. euro | Quota % 2021 | Var. % 2021/20 |
| Veneto | 17,5 | 70.807 | 13,6 | 17,7 |
| Italia | 21,2 | 520.771 | 100,0 | 19,2 |

| | Importazioni | | | |
|--------|--------------------------------------|----------------|--------------|----------------|
| | Var. % gen-set 2022/ gen-set 2021 | 2021 mln. euro | Quota % 2021 | Var. % 2021/20 |
| Veneto | 39,4 | 53.502 | 11,1 | 29,0 |
| Italia | 43,6 | 480.437 | 100,0 | 28,7 |

| | Saldo commerciale | Export/PIL (%) |
|--------|-------------------|----------------|
| | 2021 mln. euro | 2021 |
| Veneto | 17.306 | 43,1 |
| Italia | 40.334 | 29,2 |

L'export veneto prosegue il cammino sul sentiero di crescita avviato lo scorso anno: nei primi nove mesi del 2022 l'export regionale mostra una dinamica positiva e molto sostenuta (+17,5% rispetto allo stesso periodo del 2021). Va rilevato, tuttavia, che il consistente incremento in termini di valore sperimentato dalle esportazioni regionali potrebbe riflettere, in parte, anche l'incremento dei prezzi generato dall'aumento dei costi dei trasporti internazionali e delle materie prime. A trainare l'export veneto sono i settori delle lavorazioni metallurgiche, delle apparecchiature meccaniche e delle produzioni chimiche-farmaceutiche. Le performance risultano positive anche per tutti gli altri comparti del Made in Veneto. Quanto ai mercati di destinazione, si segnala il sensibile aumento delle vendite verso tutti i principali mercati di sbocco, ad eccezione di quello elvetico, con picchi negli USA, Germania e Francia.

2022 dati provvisori

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

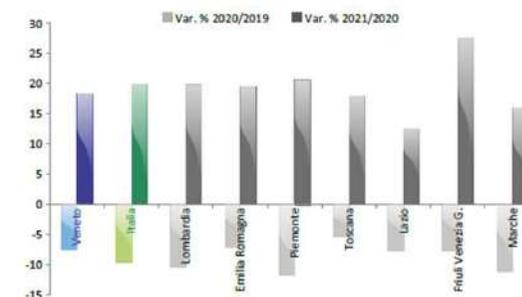
I mercati più dinamici nei primi 9 mesi del 2022



I settori più dinamici nei primi 9 mesi del 2022



Le principali regioni esportatrici



2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

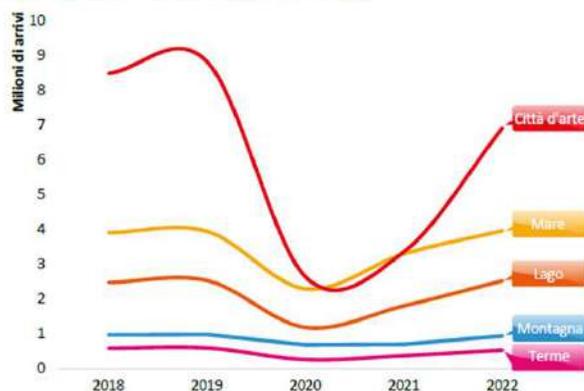
Bollettino socio-economico del Veneto
I principali dati congiunturali

gennaio 2023

 Turismo

IL RITORNO VERSO I RECORD DEI FLUSSI TURISTICI PRE PANDEMICI

Arrivi nei primi nove mesi dell'anno (DATI PROVVISORI)



Variazione % degli arrivi gen-set 2022/gen-set 2021

| | Italiani | Stranieri | Totale |
|--------------|----------|-----------|--------|
| Città d'arte | 40,7 | 177,3 | 105,7 |
| Mare | -5,0 | 41,7 | 20,1 |
| Lago | 22,2 | 47,6 | 39,8 |
| Montagna | 8,4 | 109,4 | 34,1 |
| Terme | 31,1 | 112,4 | 44,2 |
| Veneto | 19,3 | 91,2 | 55,9 |

Variazione % degli arrivi gen-set 2022/gen-set 2019

| | Italiani | Stranieri | Totale |
|--------------|----------|-----------|--------|
| Città d'arte | -1,8 | -29,4 | -21,5 |
| Mare | 1,1 | 0,2 | 0,5 |
| Lago | 4,2 | -1,7 | -0,2 |
| Montagna | 0,2 | -9,9 | -4,1 |
| Terme | 1,8 | -35,0 | -10,3 |
| Veneto | 0,1 | -17,6 | -11,8 |

Nei primi nove mesi del 2022 gli italiani tornano alle cifre del 2019 (+0,1%), mentre gli stranieri stanno tornando progressivamente a quelle cifre (-17,6%). Dopo un periodo in cui fondamentale è stato l'apporto del turismo domestico, ora tutti i mercati esteri aumentano la loro presenza in Veneto, e diversi mostrano un segno positivo anche rispetto ai tempi precedenti alla crisi sanitaria, a cominciare dai clienti più affezionati e prossimi: tedeschi, austriaci, svizzeri, olandesi, belgi, ecc. Nello scenario internazionale si evidenzia l'importante impatto della "strategia zero covid" adottata dal governo cinese, che ha provocato anche nel 2022 lunghi mesi di lockdown e il conseguente annullamento di arrivi di turisti cinesi, che va ad impattare prevalentemente sulle destinazioni culturali.

In sintesi, le statistiche provvisorie sui turisti registrati dalle strutture ricettive venete nei primi nove mesi del 2022 risultano il 55,9% superiori a quelli dello stesso periodo dell'anno precedente, quando le limitazioni agli spostamenti erano ancora stringenti (il passaggio alla zona bianca è avvenuto solo a giugno 2021). La destinazione balneare e quella lacuale sono praticamente ritornate ai flussi turistici pre-covid, con un'estate che riesce a battere anche i record del 2019. Mentre nel comprensorio montano, e in quello termale e soprattutto nelle città d'arte l'importante ripresa dei flussi turistici stranieri non ha permesso ancora di raggiungere le cifre pre-pandemiche.

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

B

COOP
CULTURE

PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

REGIONE
VENETO

2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

Bollettino socio-economico del Veneto
I principali dati congiunturali

gennaio 2023



IL RECUPERO NELLE REGIONI DOVE GLI STRANIERI SPENDEVANO DI PIÙ

La spesa degli stranieri nell'ultimo anno pre pandemia e l'andamento nei primi nove mesi del 2022 (DATI PROVVISORI)



La ripresa dei viaggi a medio-lunga percorrenza oggi in atto è importante soprattutto per le regioni che prima della pandemia vedevano ingenti somme provenienti dai viaggiatori stranieri. Tra queste spicca il Veneto che, grazie alla forte attrattività esercitata all'estero, sta tornando ai valori pre covid: i dati economici provvisori più recenti, che Banca d'Italia stima per i primi nove mesi del 2022, indicano una spesa di 4,7 miliardi di euro, raddoppiata rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e inferiore di circa il 7% rispetto ai corrispondenti mesi pre pandemici. Tali stime comprendono le spese sostenute per alloggio e ristorazione, ma anche acquisti e tutti i servizi usufruiti una volta giunti a destinazione, come la visita a musei, l'accesso a spettacoli, escursioni guidate, noleggio veicoli (al netto del viaggio a/r).

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Banca d'Italia



REGIONE
VENETA
PADOVA
CONVENTION &
VISITORS
BUREAU

2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

Bollettino socio-economico del Veneto
I principali dati congiunturali

gennaio 2023



Mercato del Lavoro

CRESCe L'OCCUPAZIONE...

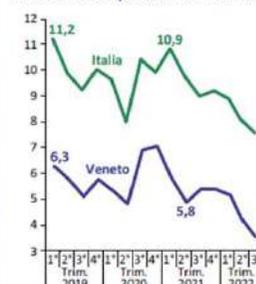
...CALANO I DISOCCUPATI, MA RILEVANTE IL NUMERO DEGLI INATTIVI

| | Veneto | | | Italia |
|-------------------------------------|-----------|---------|-----------|------------|
| | Maschi | Femmine | Totale | Totale |
| OCCUPATI | | | | |
| Numero | | | | |
| III trim. 2022 | 1.225.835 | 922.261 | 2.148.096 | 23.131.068 |
| Var % III trim 2022 / III trim 2021 | 3,2 | 4,0 | 3,5 | 1,1 |
| Var % 2021 / 2019 | -3,7 | -3,0 | -3,4 | -2,4 |
| Tasso di occupazione | | | | |
| Anno 2021 | 73,5 | 57,7 | 65,7 | 58,2 |
| Anno 2020 | 74,5 | 55,8 | 65,2 | 57,5 |
| Anno 2019 | 76,0 | 59,0 | 67,5 | 59,0 |
| DISOCCUPATI | | | | |
| Numero | | | | |
| III trim. 2022 | 36.522 | 40.346 | 76.867 | 1.926.794 |
| Var % III trim 2022 / III trim 2021 | -24,3 | -39,5 | -33,1 | -12,9 |
| Var % 2021 / 2019 | 1,8 | -18,2 | -9,5 | -6,8 |
| Tasso di disoccupazione | | | | |
| Anno 2021 | 4,6 | 6,2 | 5,3 | 9,5 |
| Anno 2020 | 4,7 | 7,6 | 5,9 | 9,3 |
| Anno 2019 | 4,3 | 7,3 | 5,6 | 9,9 |

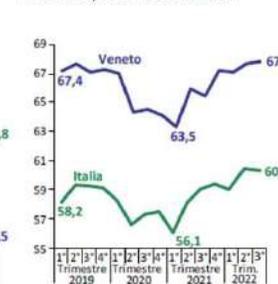
Nonostante la convivenza ancora con il Covid-19 e lo scoppio del conflitto bellico russo-ucraina, nel 2022 si registrano importanti segnali di ripresa nel mercato del lavoro veneto. Nel 2021 l'occupazione in Veneto torna a salire e nei primi nove mesi del 2022 la situazione migliora. Nel terzo trimestre del 2022 il tasso di occupazione cresce ancora e torna ai livelli pre pandemici, registrando il valore di 67,8% rispetto il 65,7% rilevato nel III trimestre 2021.

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

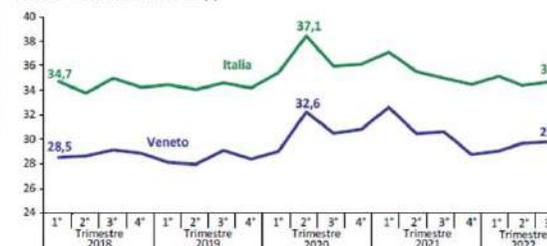
Tasso di disoccupazione 15-64 anni (*)



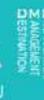
Tasso occupazione 15-64 anni (*)



Tasso di inattività 15-64 anni (*)



(*) Tasso di occupazione = (Occupati/Popolazione di riferimento)x100
Tasso di disoccupazione = (Persone in cerca di lavoro / Forze Lavoro)x100
Tasso di inattività = (Inattivi / Popolazione di riferimento) x100



2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

Bollettino socio-economico del Veneto I principali dati congiunturali

gennaio 2023



Mercato del Lavoro

Gli ultimi dati pubblicati da Veneto Lavoro, relativamente ai lavoratori dipendenti nelle imprese venete private, registrano la buona performance del nostro mercato del lavoro. Nell'intero anno 2022 il volume delle assunzioni è in crescita tendenziale del +14% (rispetto al 2021) e superiore del +4% anche a quello del 2019. Scendendo nel dettaglio territoriale si osserva che le province con la maggior concentrazione di assunti sono Venezia e Verona, le province più turistiche, che hanno totalizzato entrambe un quarto dei nuovi contratti in Veneto.

La migliore performance, rispetto all'anno scorso, si registra nel settore dei Servizi con un aumento delle assunzioni del 18,7%. Particolarmente vivace il settore turistico: rispetto all'anno precedente, nel 2022 si assume il 33% in più. L'Industria presenta una variazione tendenziale delle assunzioni del +11,6%, mentre l'agricoltura segna un -5,7% complessivo, frutto di un anno abbastanza povero sul versante dei reclutamenti.

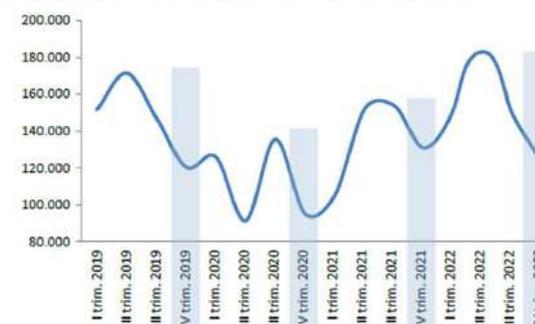
Assunzioni (*) per macrosettore e per alcuni settori. Confronto anni 2020-2022. Veneto

| | Agricoltura | Industria | Servizi | solo Commercio al dettaglio | solo Servizi turistici | Totale |
|------------------|-------------|-----------|---------|-----------------------------|------------------------|---------|
| 2020 | 78.534 | 113.819 | 255.731 | 26.381 | 81.056 | 448.084 |
| 2021 | 70.838 | 145.049 | 326.579 | 32.921 | 115.910 | 542.466 |
| 2022 | 66.815 | 161.856 | 387.501 | 39.457 | 153.584 | 616.172 |
| Var. % 2022/2020 | -14,9 | 42,2 | 51,5 | 49,6 | 89,5 | 37,5 |
| Var. % 2022/2021 | -5,7 | 11,6 | 18,7 | 19,9 | 32,5 | 13,6 |

(*) Rapporti di lavoro a tempo indeterminato, determinato e di apprendistato

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Veneto Lavoro

Assunzioni a tempo indeterminato, determinato e di apprendistato. Veneto



La richiesta di CIG diminuisce significativamente.

Da gennaio a novembre 2022 in Veneto vengono autorizzate meno di 38 milioni di ore, più del doppio delle ore dell'intero anno 2019, ma al di sotto del valore registrato nello stesso periodo del 2021 del 74,5%, infatti, nei primi 11 mesi del 2021 se ne contavano circa 155 milioni.



2.2. IL TURISMO in Veneto

I dati provvisori del periodo gennaio-novembre 2022 evidenziano il fatto che i turisti pernottanti in Veneto risultano il 51,8% superiori a quelli dello stesso periodo dell'anno precedente, quando le limitazioni agli spostamenti erano ancora serrate (il passaggio alla zona bianca è avvenuto a giugno 2021). Non sono stati ancora raggiunti gli arrivi del 2019 (-11,2%), ma si sta progressivamente tornando a quelle cifre.

Nei primi undici mesi del 2022 i turisti italiani in Veneto superano già le cifre del 2019 (+0,8% degli arrivi 2019 e +16,5% rispetto al 2021), mentre gli stranieri arrivano, ma non ancora a pieno regime (-17,2% rispetto al 2019 e +86,9% rispetto al 2021). Dopo un periodo in cui importante è stato l'apporto del turismo domestico, ora tutti i mercati esteri aumentano la loro presenza, e diversi mostrano un segno positivo rispetto ai tempi precedenti alla crisi sanitaria, a partire dai tedeschi (+6,2% degli arrivi rispetto al 2019), austriaci (+7,3%), svizzeri (+7,1%), olandesi (+9,7%), belgi (+6,1%), ecc.

Nello scenario internazionale si evidenzia l'importante impatto della "strategia zero-Covid" adottata dal governo cinese, che ha portato anche nel 2022 mesi di lockdown e l'annullamento di arrivi di turisti cinesi (-91,9% nei primi undici mesi 2022 rispetto allo stesso periodo del 2019).

La ripresa si rileva già con la Pasqua (ad aprile 2022 i turisti sono 8 volte quelli dell'anno precedente), e continua fino a luglio, mese in cui la destinazione Veneto si avvicina alle cifre pre-Covid (+1,3% degli arrivi rispetto al 2019). Da agosto a novembre 2022 si superano i rispettivi mesi del 2021.

La destinazione balneare e quella lacuale sono ritornate ai flussi turistici pre-Covid, con un'estate che supera i record del 2019. Nel comprensorio montano, in quello termale ed in particolar modo nelle città d'arte, la seppur forte ripresa dei flussi turistici stranieri non ha permesso di raggiungere le cifre pre-pandemiche.

A seguire, le tabelle sul movimento turistico nel periodo gennaio-novembre 2022, confrontato con lo stesso periodo degli anni precedenti:



2.3. IL TURISMO in Veneto nel periodo gennaio-novembre 2022

Movimento di turisti per mese

Periodo gen-nov 2022 e confronto con lo stesso periodo degli anni precedenti

DATI PROVVISORI

| | Arrivi | | | | | | Presenze | | | | | |
|-----------------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|--------------|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|--------------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 |
| Gennaio | 723.927 | 794.499 | 111.283 | 400.922 | 260,3 | -44,6 | 1.959.645 | 2.118.583 | 489.229 | 1.178.919 | 141,0 | -39,8 |
| Febbraio | 839.309 | 777.509 | 227.922 | 561.433 | 146,3 | -33,1 | 2.069.021 | 2.112.538 | 722.355 | 1.433.508 | 98,4 | -30,7 |
| Marzo | 1.096.623 | 73.746 | 153.876 | 714.017 | 364,0 | -34,9 | 2.686.842 | 436.737 | 615.788 | 1.901.355 | 208,8 | -29,2 |
| Aprile | 1.669.953 | 9.900 | 169.387 | 1.397.040 | 724,8 | -16,3 | 4.586.365 | 195.808 | 606.847 | 3.956.722 | 552,0 | -13,7 |
| Maggio | 1.811.491 | 78.331 | 703.165 | 1.591.063 | 126,3 | -12,2 | 5.310.091 | 352.004 | 2.197.816 | 4.961.467 | 125,7 | -6,6 |
| Giugno | 2.684.599 | 610.684 | 1.451.936 | 2.488.056 | 71,4 | -7,3 | 10.351.458 | 2.175.989 | 5.879.057 | 10.050.915 | 71,0 | -2,9 |
| Luglio | 2.852.858 | 1.369.071 | 2.322.421 | 2.889.765 | 24,4 | 1,3 | 13.168.258 | 6.284.409 | 11.025.260 | 12.706.061 | 15,2 | -3,5 |
| Agosto | 3.057.356 | 2.090.168 | 2.656.911 | 2.776.842 | 4,5 | -9,2 | 14.541.377 | 10.474.075 | 14.346.666 | 13.782.960 | -3,9 | -5,2 |
| Settembre | 2.136.881 | 1.258.015 | 1.752.076 | 2.071.183 | 18,2 | -3,1 | 8.062.444 | 5.488.211 | 8.082.930 | 7.915.535 | -2,1 | -1,8 |
| Ottobre | 1.556.459 | 526.540 | 1.163.629 | 1.476.544 | 26,9 | -5,1 | 4.158.188 | 1.717.865 | 3.580.717 | 3.988.313 | 11,4 | -4,1 |
| Novembre | 907.115 | 141.297 | 607.665 | 812.049 | 33,6 | -10,5 | 2.245.278 | 599.992 | 1.700.090 | 1.994.553 | 17,3 | -11,2 |
| Totale periodo | 19.336.571 | 7.729.760 | 11.320.271 | 17.178.914 | 51,8 | -11,2 | 69.138.967 | 31.956.211 | 49.246.755 | 63.870.308 | 29,7 | -7,6 |

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto



PROSPERITÀ
MANAGERIAL
DIRETTORIO

2.3. IL TURISMO in Veneto nel periodo gennaio-novembre 2022

TIPO DI STRUTTURA RICETTIVA

| | | Arrivi | | | | | | Presenze | | | | | |
|-----------------|-----------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|--------------|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|--------------|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 |
| Alberghieri | Gennaio | 576.264 | 624.057 | 86.062 | 308.011 | 257,9 | -46,6 | 1.340.707 | 1.413.818 | 215.579 | 765.455 | 255,1 | -42,9 |
| | Febbraio | 661.968 | 584.326 | 172.509 | 416.679 | 141,5 | -37,1 | 1.426.216 | 1.369.846 | 390.259 | 941.601 | 141,3 | -34,0 |
| | Marzo | 856.835 | 55.074 | 121.876 | 530.628 | 335,4 | -38,1 | 1.876.517 | 187.892 | 307.337 | 1.278.971 | 316,1 | -31,8 |
| | Aprile | 1.102.325 | 6.516 | 130.671 | 856.755 | 555,7 | -22,3 | 2.492.331 | 45.532 | 307.348 | 2.056.371 | 569,1 | -17,5 |
| | Maggio | 1.207.583 | 42.275 | 389.866 | 982.719 | 152,1 | -18,6 | 2.788.248 | 123.565 | 847.394 | 2.494.421 | 194,4 | -10,5 |
| | Giugno | 1.503.806 | 309.132 | 776.699 | 1.317.729 | 69,7 | -12,4 | 4.029.018 | 742.576 | 2.188.923 | 3.777.941 | 72,6 | -6,2 |
| | Luglio | 1.571.212 | 694.256 | 1.155.904 | 1.461.566 | 26,4 | -7,0 | 4.703.229 | 2.135.123 | 3.814.559 | 4.405.240 | 15,5 | -6,3 |
| | Agosto | 1.616.316 | 978.448 | 1.330.695 | 1.427.356 | 7,3 | -11,7 | 5.083.421 | 3.367.266 | 4.904.206 | 4.717.772 | -3,8 | -7,2 |
| | Settembre | 1.357.253 | 700.654 | 996.618 | 1.210.820 | 21,5 | -10,8 | 3.661.353 | 2.054.731 | 3.223.266 | 3.295.736 | 2,2 | -10,0 |
| | Ottobre | 1.107.433 | 361.464 | 773.220 | 983.305 | 27,2 | -11,2 | 2.504.016 | 896.400 | 1.989.688 | 2.298.294 | 15,5 | -8,2 |
| | Novembre | 712.980 | 109.196 | 463.516 | 601.621 | 29,8 | -15,6 | 1.548.652 | 295.060 | 1.125.559 | 1.326.081 | 17,8 | -14,4 |
| | Totale periodo | 12.273.975 | 4.465.398 | 6.397.636 | 10.097.189 | 57,8 | -17,7 | 31.453.708 | 12.631.809 | 19.314.118 | 27.357.883 | 41,6 | -13,0 |
| Extralberghieri | Gennaio | 147.663 | 170.442 | 25.221 | 92.911 | 268,4 | -37,1 | 618.938 | 704.765 | 273.650 | 413.464 | 51,1 | -33,2 |
| | Febbraio | 177.341 | 193.183 | 55.413 | 144.754 | 161,2 | -18,4 | 642.805 | 742.692 | 332.096 | 491.907 | 48,1 | -23,5 |
| | Marzo | 239.788 | 18.672 | 32.000 | 183.389 | 473,1 | -23,5 | 810.325 | 248.845 | 308.451 | 622.384 | 101,8 | -23,2 |
| | Aprile | 567.628 | 3.384 | 38.716 | 540.285 | 1.295,5 | -4,8 | 2.094.034 | 150.276 | 299.499 | 1.900.351 | 534,5 | -9,2 |
| | Maggio | 603.908 | 36.056 | 313.299 | 608.344 | 94,2 | 0,7 | 2.521.843 | 228.439 | 1.350.422 | 2.467.046 | 82,7 | -2,2 |
| | Giugno | 1.180.793 | 301.552 | 675.237 | 1.170.327 | 73,3 | -0,9 | 6.322.440 | 1.433.413 | 3.690.134 | 6.272.974 | 70,0 | -0,8 |
| | Luglio | 1.281.646 | 674.815 | 1.166.517 | 1.428.199 | 22,4 | 11,4 | 8.465.029 | 4.149.286 | 7.210.701 | 8.300.821 | 15,1 | -1,9 |
| | Agosto | 1.441.040 | 1.111.720 | 1.326.216 | 1.349.486 | 1,8 | -6,4 | 9.457.956 | 7.106.809 | 9.442.460 | 9.065.188 | -4,0 | -4,2 |
| | Settembre | 779.628 | 557.361 | 755.458 | 860.363 | 13,9 | 10,4 | 4.401.091 | 3.433.480 | 4.859.664 | 4.619.799 | -4,9 | 5,0 |
| | Ottobre | 449.026 | 165.076 | 390.409 | 493.239 | 26,3 | 9,8 | 1.654.172 | 821.465 | 1.591.029 | 1.690.019 | 6,2 | 2,2 |
| | Novembre | 194.135 | 32.101 | 144.149 | 210.428 | 46,0 | 8,4 | 696.626 | 304.932 | 574.531 | 668.472 | 16,4 | -4,0 |
| | Totale periodo | 7.062.596 | 3.264.362 | 4.922.635 | 7.081.725 | 43,9 | 0,3 | 37.685.259 | 19.324.402 | 29.932.637 | 36.512.425 | 22,0 | -3,1 |

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto



2.3. IL TURISMO in Veneto nel periodo gennaio-novembre 2022

PROVENIENZA

| | | Arrivi | | | | | | Presenze | | | | | |
|-----------|-----------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|--------------|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|--------------|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 |
| Italiani | Gennaio | 358.539 | 404.433 | 98.909 | 291.070 | 194,3 | -18,8 | 995.313 | 1.100.706 | 417.513 | 823.795 | 97,3 | -17,2 |
| | Febbraio | 383.202 | 379.178 | 201.671 | 348.974 | 73,0 | -8,9 | 923.766 | 979.899 | 606.698 | 822.070 | 35,5 | -11,0 |
| | Marzo | 477.155 | 54.117 | 133.640 | 394.873 | 195,5 | -17,2 | 1.130.786 | 312.527 | 515.246 | 972.176 | 88,7 | -14,0 |
| | Aprile | 609.140 | 8.924 | 148.590 | 610.631 | 311,0 | 0,2 | 1.569.529 | 156.971 | 509.936 | 1.449.057 | 184,2 | -7,7 |
| | Maggio | 527.408 | 74.323 | 452.240 | 595.506 | 31,7 | 12,9 | 1.394.009 | 304.871 | 1.187.265 | 1.498.184 | 26,2 | 7,5 |
| | Giugno | 826.573 | 472.119 | 850.185 | 890.369 | 4,7 | 7,7 | 2.905.973 | 1.626.303 | 3.022.366 | 3.054.022 | 1,0 | 5,1 |
| | Luglio | 769.655 | 794.602 | 978.624 | 877.526 | -10,3 | 14,0 | 3.616.694 | 3.443.251 | 4.446.066 | 3.573.091 | -19,6 | -1,2 |
| | Agosto | 1.018.479 | 1.128.162 | 1.100.465 | 936.074 | -14,9 | -8,1 | 5.011.151 | 5.442.903 | 5.701.167 | 4.413.764 | -22,6 | -11,9 |
| | Settembre | 615.947 | 602.599 | 720.977 | 646.624 | -10,3 | 5,0 | 2.037.117 | 2.047.830 | 2.556.347 | 1.907.479 | -25,4 | -6,4 |
| | Ottobre | 490.784 | 316.045 | 580.741 | 572.208 | -1,5 | 16,6 | 1.211.875 | 882.450 | 1.478.255 | 1.280.125 | -13,4 | 5,6 |
| | Novembre | 455.957 | 120.449 | 383.802 | 419.838 | 9,4 | -7,9 | 1.127.973 | 480.547 | 991.718 | 963.886 | -2,8 | -14,5 |
| | Totale periodo | 6.532.839 | 4.354.951 | 5.649.844 | 6.583.693 | 16,5 | 0,8 | 21.924.186 | 16.778.258 | 21.432.577 | 20.757.649 | -3,1 | -5,3 |
| Stranieri | Gennaio | 365.388 | 390.066 | 12.374 | 109.852 | 787,8 | -69,9 | 964.332 | 1.017.877 | 71.716 | 355.124 | 395,2 | -63,2 |
| | Febbraio | 456.107 | 398.331 | 26.251 | 212.459 | 709,3 | -53,4 | 1.145.255 | 1.132.639 | 115.657 | 611.438 | 428,7 | -46,6 |
| | Marzo | 619.468 | 19.629 | 20.236 | 319.144 | 1.477,1 | -48,5 | 1.556.056 | 124.210 | 100.542 | 929.179 | 824,2 | -40,3 |
| | Aprile | 1.060.813 | 976 | 20.797 | 786.409 | 3.681,4 | -25,9 | 3.016.836 | 38.837 | 96.911 | 2.507.665 | 2.487,6 | -16,9 |
| | Maggio | 1.284.083 | 4.008 | 250.925 | 995.557 | 296,8 | -22,5 | 3.916.082 | 47.133 | 1.010.551 | 3.463.283 | 242,7 | -11,6 |
| | Giugno | 1.858.026 | 138.565 | 601.751 | 1.597.687 | 165,5 | -14,0 | 7.445.485 | 549.686 | 2.856.691 | 6.996.893 | 144,9 | -6,0 |
| | Luglio | 2.083.203 | 574.469 | 1.343.797 | 2.012.239 | 49,7 | -3,4 | 9.551.564 | 2.841.158 | 6.579.194 | 9.132.970 | 38,8 | -4,4 |
| | Agosto | 2.038.877 | 962.006 | 1.556.446 | 1.840.768 | 18,3 | -9,7 | 9.530.226 | 5.031.172 | 8.645.499 | 9.369.196 | 8,4 | -1,7 |
| | Settembre | 1.520.934 | 655.416 | 1.031.099 | 1.424.559 | 38,2 | -6,3 | 6.025.327 | 3.440.381 | 5.526.583 | 6.008.056 | 8,7 | -0,3 |
| | Ottobre | 1.065.675 | 210.495 | 582.888 | 904.336 | 55,1 | -15,1 | 2.946.313 | 835.415 | 2.102.462 | 2.708.188 | 28,8 | -8,1 |
| | Novembre | 451.158 | 20.848 | 223.863 | 392.211 | 75,2 | -13,1 | 1.117.305 | 119.445 | 708.372 | 1.030.667 | 45,5 | -7,8 |
| | Totale periodo | 12.803.732 | 3.374.809 | 5.670.427 | 10.595.221 | 86,9 | -17,2 | 47.214.781 | 15.177.953 | 27.814.178 | 43.112.659 | 55,0 | -8,7 |

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto



REGIONE DEL VENETO
PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

2.3. IL TURISMO in Veneto nel periodo gennaio-novembre 2022

Movimento di turisti per provincia di destinazione
Periodo gen-nov 2022 e confronto con lo stesso periodo degli anni precedenti
DATI PROVVISORI

| | Arrivi | | | | | | Presenze | | | | | |
|----------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 |
| Belluno | 945.424 | 645.730 | 670.354 | 895.692 | 33,6 | -5,3 | 3.451.706 | 2.741.870 | 2.638.603 | 3.135.680 | 18,8 | -9,2 |
| Padova | 1.752.219 | 642.839 | 1.004.114 | 1.485.381 | 47,9 | -15,2 | 5.180.379 | 2.027.864 | 3.177.268 | 4.536.114 | 42,8 | -12,4 |
| Rovigo | 301.100 | 175.229 | 225.407 | 270.119 | 19,8 | -10,3 | 1.542.792 | 986.900 | 1.340.696 | 1.419.360 | 5,9 | -8,0 |
| Treviso | 947.254 | 305.445 | 444.425 | 681.622 | 53,4 | -28,0 | 2.081.760 | 897.391 | 1.297.991 | 1.515.338 | 16,7 | -27,2 |
| Venezia | 9.663.440 | 3.676.450 | 5.378.558 | 8.576.709 | 59,5 | -11,2 | 37.231.504 | 16.761.339 | 26.633.953 | 34.676.006 | 30,2 | -6,9 |
| Verona | 4.931.924 | 1.940.933 | 3.122.588 | 4.606.373 | 47,5 | -6,6 | 17.593.079 | 7.380.089 | 12.648.014 | 16.720.324 | 32,2 | -5,0 |
| Vicenza | 795.210 | 343.134 | 474.825 | 663.018 | 39,6 | -16,6 | 2.057.747 | 1.160.758 | 1.510.230 | 1.867.486 | 23,7 | -9,2 |
| Totale | 19.336.571 | 7.729.760 | 11.320.271 | 17.178.914 | 51,8 | -11,2 | 69.138.967 | 31.956.211 | 49.246.755 | 63.870.308 | 29,7 | -7,6 |

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto



2.3. IL TURISMO in Veneto nel periodo gennaio-novembre 2022

TIPO DI STRUTTURA RICETTIVA

| | | Arrivi | | | | | | Presenze | | | | | |
|-----------------|---------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 |
| Alberghieri | Belluno | 587.176 | 392.577 | 386.656 | 546.454 | 41,3 | -6,9 | 1.870.419 | 1.391.762 | 1.235.365 | 1.678.542 | 35,9 | -10,3 |
| | Padova | 1.564.650 | 557.417 | 879.395 | 1.307.241 | 48,7 | -16,5 | 4.261.890 | 1.445.104 | 2.449.921 | 3.752.428 | 53,2 | -12,0 |
| | Rovigo | 137.027 | 57.438 | 76.810 | 105.826 | 37,8 | -22,8 | 298.146 | 151.824 | 219.965 | 234.691 | 6,7 | -21,3 |
| | Treviso | 735.639 | 210.305 | 297.776 | 485.243 | 63,0 | -34,0 | 1.328.413 | 434.363 | 653.239 | 932.002 | 42,7 | -29,8 |
| | Venezia | 5.844.701 | 1.993.654 | 2.794.030 | 4.702.157 | 68,3 | -19,5 | 15.130.434 | 5.920.245 | 9.268.235 | 13.115.976 | 41,5 | -13,3 |
| | Verona | 2.751.737 | 988.584 | 1.595.184 | 2.427.274 | 52,2 | -11,8 | 7.169.741 | 2.607.412 | 4.609.200 | 6.486.153 | 40,7 | -9,5 |
| | Vicenza | 653.045 | 265.423 | 367.785 | 522.994 | 42,2 | -19,9 | 1.394.665 | 681.099 | 878.193 | 1.158.091 | 31,9 | -17,0 |
| | Totale | 12.273.975 | 4.465.398 | 6.397.636 | 10.097.189 | 57,8 | -17,7 | 31.453.708 | 12.631.809 | 19.314.118 | 27.357.883 | 41,6 | -13,0 |
| Extralberghieri | Belluno | 358.248 | 253.153 | 283.698 | 349.238 | 23,1 | -2,5 | 1.581.287 | 1.350.108 | 1.403.238 | 1.457.138 | 3,8 | -7,9 |
| | Padova | 187.569 | 85.422 | 124.719 | 178.140 | 42,8 | -5,0 | 918.489 | 582.760 | 727.347 | 783.686 | 7,7 | -14,7 |
| | Rovigo | 164.073 | 117.791 | 148.597 | 164.293 | 10,6 | 0,1 | 1.244.646 | 835.076 | 1.120.731 | 1.184.669 | 5,7 | -4,8 |
| | Treviso | 211.615 | 95.140 | 146.649 | 196.379 | 33,9 | -7,2 | 753.347 | 463.028 | 644.752 | 583.336 | -9,5 | -22,6 |
| | Venezia | 3.818.739 | 1.682.796 | 2.584.528 | 3.874.552 | 49,9 | 1,5 | 22.101.070 | 10.841.094 | 17.365.718 | 21.560.030 | 24,2 | -2,4 |
| | Verona | 2.180.187 | 952.349 | 1.527.404 | 2.179.099 | 42,7 | 0,0 | 10.423.338 | 4.772.677 | 8.038.814 | 10.234.171 | 27,3 | -1,8 |
| | Vicenza | 142.165 | 77.711 | 107.040 | 140.024 | 30,8 | -1,5 | 663.082 | 479.659 | 632.037 | 709.395 | 12,2 | 7,0 |
| | Totale | 7.062.596 | 3.264.362 | 4.922.635 | 7.081.725 | 43,9 | 0,3 | 37.685.259 | 19.324.402 | 29.932.637 | 36.512.425 | 22,0 | -3,1 |

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto



PROSPERITÀ
MANAGEMENT
DIRETTORIO

2.3. IL TURISMO in Veneto nel periodo gennaio-novembre 2022

PROVENIENZA

| | | Arrivi | | | | | | Presenze | | | | | |
|-----------|---------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 |
| Italiani | Belluno | 514.546 | 458.766 | 482.632 | 507.111 | 5,1 | -1,4 | 2.124.774 | 2.025.427 | 2.130.576 | 2.019.653 | -5,2 | -4,9 |
| | Padova | 1.024.285 | 518.866 | 780.213 | 1.013.250 | 29,9 | -1,1 | 2.985.382 | 1.551.830 | 2.283.807 | 2.872.771 | 25,8 | -3,8 |
| | Rovigo | 168.656 | 137.417 | 163.418 | 176.944 | 8,3 | 4,9 | 796.766 | 720.778 | 890.124 | 795.034 | -10,7 | -0,2 |
| | Treviso | 425.345 | 213.893 | 295.636 | 374.572 | 26,7 | -11,9 | 1.001.863 | 634.577 | 872.681 | 810.474 | -7,1 | -19,1 |
| | Venezia | 2.250.385 | 1.816.329 | 2.252.146 | 2.348.919 | 4,3 | 4,4 | 9.725.550 | 8.219.550 | 10.437.265 | 9.098.711 | -12,8 | -6,4 |
| | Verona | 1.687.043 | 935.777 | 1.309.009 | 1.712.870 | 30,9 | 1,5 | 3.992.493 | 2.696.742 | 3.646.606 | 3.870.254 | 6,1 | -3,1 |
| | Vicenza | 462.579 | 273.903 | 366.790 | 450.027 | 22,7 | -2,7 | 1.297.358 | 929.354 | 1.171.518 | 1.290.752 | 10,2 | -0,5 |
| | Totale | 6.532.839 | 4.354.951 | 5.649.844 | 6.583.693 | 16,5 | 0,8 | 21.924.186 | 16.778.258 | 21.432.577 | 20.757.649 | -3,1 | -5,3 |
| Stranieri | Belluno | 430.878 | 186.964 | 187.722 | 388.581 | 107,0 | -9,8 | 1.326.932 | 716.443 | 508.027 | 1.116.027 | 119,7 | -15,9 |
| | Padova | 727.934 | 123.973 | 223.901 | 472.131 | 110,9 | -35,1 | 2.194.997 | 476.034 | 893.461 | 1.663.343 | 86,2 | -24,2 |
| | Rovigo | 132.444 | 37.812 | 61.989 | 93.175 | 50,3 | -29,6 | 746.026 | 266.122 | 450.572 | 624.326 | 38,6 | -16,3 |
| | Treviso | 521.909 | 91.552 | 148.789 | 307.050 | 106,4 | -41,2 | 1.079.897 | 262.814 | 425.310 | 704.864 | 65,7 | -34,7 |
| | Venezia | 7.413.055 | 1.860.121 | 3.126.412 | 6.227.790 | 99,2 | -16,0 | 27.505.954 | 8.541.789 | 16.196.688 | 25.577.295 | 57,9 | -7,0 |
| | Verona | 3.244.881 | 1.005.156 | 1.813.579 | 2.893.503 | 59,5 | -10,8 | 13.600.586 | 4.683.347 | 9.001.408 | 12.850.070 | 42,8 | -5,5 |
| | Vicenza | 332.631 | 69.231 | 108.035 | 212.991 | 97,1 | -36,0 | 760.389 | 231.404 | 338.712 | 576.734 | 70,3 | -24,2 |
| | Totale | 12.803.732 | 3.374.809 | 5.670.427 | 10.595.221 | 86,9 | -17,2 | 47.214.781 | 15.177.953 | 27.814.178 | 43.112.659 | 55,0 | -8,7 |

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto



2.3. IL TURISMO in Veneto nel periodo gennaio-novembre 2022

Movimento di turisti italiani per regione di provenienza
Periodo gen-nov 2022 e confronto con lo stesso periodo degli anni precedenti
DATI PROVVISORI

| | Arrivi | | | | | | Presenze | | | | | |
|------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 |
| Abruzzo | 76.509 | 31.159 | 52.952 | 72.404 | 36,7 | -5,4 | 212.133 | 105.540 | 173.181 | 189.950 | 9,7 | -10,5 |
| Basilicata | 24.946 | 11.395 | 17.170 | 23.372 | 36,1 | -6,3 | 85.447 | 56.243 | 73.754 | 71.841 | -2,6 | -15,9 |
| Calabria | 67.320 | 30.876 | 47.086 | 69.956 | 48,6 | 3,9 | 227.334 | 152.064 | 211.968 | 217.187 | 2,5 | -4,5 |
| Campania | 243.778 | 107.441 | 159.103 | 227.614 | 43,1 | -6,6 | 747.450 | 438.431 | 638.906 | 673.537 | 5,4 | -9,9 |
| Emilia-Romagna | 557.319 | 342.134 | 432.720 | 546.573 | 26,3 | -1,9 | 1.364.386 | 934.191 | 1.165.163 | 1.277.582 | 9,6 | -6,4 |
| Friuli-Venezia Giulia | 251.400 | 177.729 | 223.229 | 256.815 | 15,0 | 2,2 | 864.619 | 675.864 | 812.478 | 781.865 | -3,8 | -9,6 |
| Lazio | 412.144 | 179.975 | 268.726 | 387.145 | 44,1 | -6,1 | 1.144.911 | 613.090 | 858.188 | 1.059.862 | 23,5 | -7,4 |
| Liguria | 134.722 | 61.993 | 97.579 | 127.433 | 30,6 | -5,4 | 340.703 | 171.750 | 270.604 | 301.713 | 11,5 | -11,4 |
| Lombardia | 1.386.723 | 966.572 | 1.215.436 | 1.420.475 | 16,9 | 2,4 | 4.375.952 | 3.430.905 | 4.264.840 | 4.193.544 | -1,7 | -4,2 |
| Marche | 130.137 | 61.970 | 94.518 | 128.739 | 36,2 | -1,1 | 327.595 | 177.407 | 255.154 | 297.485 | 16,6 | -9,2 |
| Molise | 15.079 | 6.006 | 10.441 | 14.501 | 38,9 | -3,8 | 43.964 | 21.263 | 38.271 | 43.592 | 13,9 | -0,8 |
| Piemonte | 409.042 | 223.915 | 313.570 | 398.532 | 27,1 | -2,6 | 1.148.500 | 731.916 | 1.003.504 | 1.052.377 | 4,9 | -8,4 |
| Puglia | 185.090 | 80.638 | 150.842 | 184.225 | 22,1 | -0,5 | 623.757 | 331.306 | 547.842 | 570.432 | 4,1 | -8,5 |
| Sardegna | 67.486 | 24.469 | 45.218 | 78.056 | 72,6 | 15,7 | 218.996 | 92.842 | 161.294 | 216.499 | 34,2 | -1,1 |
| Sicilia | 181.078 | 76.019 | 124.448 | 186.459 | 49,8 | 3,0 | 634.548 | 367.482 | 572.964 | 612.910 | 7,0 | -3,4 |
| Toscana | 303.977 | 143.534 | 216.468 | 299.014 | 38,1 | -1,6 | 739.312 | 403.124 | 591.123 | 685.084 | 15,9 | -7,3 |
| Trentino-Alto Adige | 353.748 | 278.600 | 367.855 | 371.668 | 1,0 | 5,1 | 1.275.984 | 1.023.216 | 1.383.528 | 1.283.243 | -7,2 | 0,6 |
| Umbria | 64.722 | 30.671 | 45.572 | 63.131 | 38,5 | -2,5 | 173.520 | 92.313 | 137.313 | 159.667 | 16,3 | -8,0 |
| Valle d'Aosta | 12.693 | 6.416 | 9.798 | 12.128 | 23,8 | -4,5 | 39.112 | 22.323 | 34.840 | 34.544 | -0,8 | -11,7 |
| Veneto | 1.654.926 | 1.513.439 | 1.757.113 | 1.715.453 | -2,4 | 3,7 | 7.335.963 | 6.936.988 | 8.237.662 | 7.034.735 | -14,6 | -4,1 |
| Totale italiani | 6.532.839 | 4.354.951 | 5.649.844 | 6.583.693 | 16,5 | 0,8 | 21.924.186 | 16.778.258 | 21.432.577 | 20.757.649 | -3,1 | -5,3 |

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto



2.3. IL TURISMO in Veneto nel periodo gennaio-novembre 2022

Movimento di turisti stranieri per stato di provenienza
 Periodo gen-nov 2022 e confronto con lo stesso periodo degli anni precedenti
 DATI PROVVISORI

| | Arrivi | | | | | | Presenze | | | | | |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------------|-----------------|------------|-----------|------------|------------|-----------------|-----------------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 |
| Argentina | 92.830 | 11.294 | 5.877 | 56.341 | 858,7 | -39,3 | 198.155 | 28.087 | 19.360 | 118.823 | 513,8 | -40,0 |
| Australia | 180.843 | 16.014 | 4.735 | 74.943 | 1.482,7 | -58,6 | 453.447 | 47.697 | 16.240 | 185.192 | 1.040,3 | -59,2 |
| Austria | 909.501 | 350.597 | 777.254 | 976.103 | 25,6 | 7,3 | 3.803.442 | 1.460.255 | 3.398.514 | 4.055.916 | 19,3 | 6,6 |
| Belgio | 162.411 | 57.523 | 113.797 | 172.335 | 51,4 | 6,1 | 673.470 | 251.504 | 492.599 | 683.957 | 38,8 | 1,6 |
| Brasile | 202.940 | 31.413 | 12.396 | 107.066 | 763,7 | -47,2 | 446.382 | 86.477 | 47.307 | 243.848 | 415,5 | -45,4 |
| Bulgaria | 47.330 | 8.648 | 13.618 | 36.696 | 169,5 | -22,5 | 119.295 | 27.723 | 42.849 | 93.441 | 118,1 | -21,7 |
| Canada | 182.802 | 7.130 | 14.570 | 133.725 | 817,8 | -26,8 | 431.448 | 23.465 | 41.757 | 310.970 | 644,7 | -27,9 |
| Cina | 698.657 | 56.871 | 13.098 | 56.528 | 331,6 | -91,9 | 972.247 | 104.501 | 46.398 | 114.123 | 146,0 | -88,3 |
| Cipro | 4.629 | 766 | 2.997 | 6.775 | 126,1 | 46,4 | 12.546 | 2.552 | 8.412 | 16.691 | 98,4 | 33,0 |
| Corea del Sud | 258.191 | 38.838 | 4.486 | 64.799 | 1.344,5 | -74,9 | 382.416 | 65.245 | 13.574 | 105.829 | 679,6 | -72,3 |
| Croazia | 91.575 | 17.266 | 27.132 | 75.956 | 179,9 | -17,1 | 189.288 | 52.859 | 66.573 | 149.300 | 124,3 | -21,1 |
| Danimarca | 161.103 | 30.466 | 107.697 | 172.289 | 60,0 | 6,9 | 1.106.678 | 189.175 | 743.894 | 1.097.577 | 47,5 | -0,8 |
| Egitto | 10.078 | 2.445 | 3.036 | 8.068 | 165,7 | -19,9 | 33.537 | 11.793 | 16.029 | 28.278 | 76,4 | -15,7 |
| Estonia | 12.824 | 3.098 | 8.486 | 20.796 | 145,1 | 62,2 | 38.370 | 9.178 | 24.110 | 53.372 | 121,4 | 39,1 |
| Finlandia | 39.936 | 3.674 | 6.510 | 44.033 | 576,4 | 10,3 | 128.642 | 14.201 | 23.830 | 125.642 | 427,2 | -2,3 |
| Francia | 637.473 | 174.344 | 328.483 | 607.605 | 85,0 | -4,7 | 1.915.279 | 549.088 | 1.016.741 | 1.794.484 | 76,5 | -6,3 |
| Germania | 2.782.639 | 1.323.822 | 2.329.818 | 2.955.476 | 26,9 | 6,2 | 16.008.173 | 7.357.999 | 13.881.805 | 17.340.309 | 24,9 | 8,3 |
| Giappone | 210.382 | 41.077 | 4.941 | 24.005 | 385,8 | -88,6 | 340.423 | 68.552 | 13.775 | 51.930 | 277,0 | -84,7 |
| Grecia | 50.440 | 8.140 | 19.448 | 44.526 | 128,9 | -11,7 | 126.389 | 23.603 | 56.289 | 110.974 | 97,2 | -12,2 |
| India | 154.752 | 7.680 | 7.347 | 55.439 | 654,6 | -64,2 | 254.652 | 24.297 | 21.768 | 104.450 | 379,8 | -59,0 |
| Irlanda | 97.842 | 11.779 | 17.623 | 114.508 | 549,8 | 17,0 | 518.727 | 45.006 | 67.930 | 558.112 | 721,6 | 7,6 |
| Islanda | 5.932 | 385 | 1.647 | 9.881 | 499,9 | 66,6 | 23.676 | 1.645 | 6.810 | 31.240 | 358,7 | 31,9 |
| Israele | 111.723 | 7.396 | 25.722 | 110.932 | 331,3 | -0,7 | 372.782 | 22.552 | 63.062 | 329.032 | 421,8 | -11,7 |
| Lettonia | 14.105 | 2.882 | 12.010 | 23.398 | 94,8 | 65,9 | 43.668 | 9.012 | 30.928 | 60.742 | 96,4 | 39,1 |

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto



PROVA
 MANAGEMENT
 DETERMINATION

2.3. IL TURISMO in Veneto nel periodo gennaio-novembre 2022

| | Arrivi | | | | | | Presenze | | | | | |
|---------------------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 |
| Lituania | 31.545 | 5.627 | 16.458 | 35.244 | 114,1 | 11,7 | 81.730 | 18.396 | 43.347 | 89.407 | 106,3 | 9,4 |
| Lussemburgo | 10.272 | 4.314 | 8.654 | 11.744 | 35,7 | 14,3 | 48.030 | 19.503 | 40.741 | 47.350 | 16,2 | -1,4 |
| Malta | 11.340 | 1.877 | 4.485 | 12.527 | 179,3 | 10,5 | 38.040 | 6.037 | 13.542 | 40.754 | 200,9 | 7,1 |
| Messico | 103.938 | 8.676 | 7.588 | 85.796 | 1.030,7 | -17,5 | 185.744 | 19.285 | 19.055 | 141.980 | 645,1 | -23,6 |
| Norvegia | 61.754 | 3.737 | 8.653 | 54.146 | 525,7 | -12,3 | 209.219 | 13.360 | 30.698 | 169.616 | 452,5 | -18,9 |
| Nuova Zelanda | 27.345 | 2.494 | 1.103 | 10.523 | 854,0 | -61,5 | 69.056 | 9.656 | 4.106 | 24.894 | 506,3 | -64,0 |
| Paesi Bassi | 327.379 | 153.036 | 281.799 | 359.225 | 27,5 | 9,7 | 2.132.690 | 908.161 | 1.768.908 | 2.160.247 | 22,1 | 1,3 |
| Polonia | 314.736 | 76.343 | 156.484 | 315.463 | 101,6 | 0,2 | 1.303.170 | 337.148 | 641.350 | 1.143.484 | 78,3 | -12,3 |
| Portogallo | 68.672 | 12.499 | 22.924 | 66.500 | 190,1 | -3,2 | 168.902 | 41.145 | 71.136 | 158.407 | 122,7 | -6,2 |
| Regno Unito | 691.823 | 130.346 | 58.182 | 519.613 | 793,1 | -24,9 | 2.528.094 | 463.974 | 194.868 | 1.828.965 | 838,6 | -27,7 |
| Repubblica Ceca | 231.822 | 59.644 | 129.293 | 230.519 | 78,3 | -0,6 | 1.201.357 | 260.144 | 626.587 | 1.043.529 | 66,5 | -13,1 |
| Romania | 154.715 | 51.737 | 88.510 | 174.139 | 96,7 | 12,6 | 546.513 | 245.577 | 359.356 | 554.099 | 54,2 | 1,4 |
| Russia | 313.610 | 51.223 | 32.951 | 55.272 | 67,7 | -82,4 | 974.402 | 164.157 | 115.994 | 160.768 | 38,6 | -83,5 |
| Slovacchia | 67.533 | 10.822 | 33.198 | 75.532 | 127,5 | 11,8 | 355.018 | 47.453 | 174.088 | 350.049 | 101,1 | -1,4 |
| Slovenia | 71.333 | 27.161 | 35.796 | 79.131 | 121,1 | 10,9 | 205.292 | 86.819 | 95.726 | 194.428 | 103,1 | -5,3 |
| Spagna | 367.177 | 58.208 | 117.825 | 314.778 | 167,2 | -14,3 | 827.773 | 160.583 | 309.601 | 708.653 | 128,9 | -14,4 |
| Sud africa | 23.896 | 1.943 | 1.726 | 11.685 | 577,0 | -51,1 | 59.593 | 8.645 | 7.373 | 29.095 | 294,6 | -51,2 |
| Svezia | 99.566 | 12.515 | 22.257 | 84.033 | 277,6 | -15,6 | 344.196 | 46.001 | 72.958 | 254.498 | 248,8 | -26,1 |
| Svizzera-Liecht. | 399.085 | 192.707 | 298.209 | 427.589 | 43,4 | 7,1 | 1.818.328 | 825.849 | 1.482.319 | 1.924.774 | 29,8 | 5,9 |
| Turchia | 76.658 | 13.364 | 10.954 | 48.333 | 341,2 | -36,9 | 154.814 | 39.232 | 39.338 | 101.760 | 158,7 | -34,3 |
| Ucraina | 128.447 | 19.157 | 23.591 | 99.178 | 320,4 | -22,8 | 294.612 | 60.109 | 74.048 | 275.022 | 271,4 | -6,6 |
| Ungheria | 188.492 | 32.433 | 68.978 | 160.689 | 133,0 | -14,8 | 773.754 | 122.732 | 275.968 | 602.536 | 118,3 | -22,1 |
| U.s.a. | 1.059.495 | 70.149 | 195.462 | 892.034 | 356,4 | -15,8 | 2.380.092 | 226.187 | 517.543 | 2.080.345 | 302,0 | -12,6 |
| Venezuela | 6.113 | 1.365 | 2.069 | 6.310 | 205,0 | 3,2 | 17.904 | 5.122 | 7.014 | 15.029 | 114,3 | -16,1 |
| Altri America | 167.272 | 25.814 | 28.931 | 132.443 | 357,8 | -20,8 | 334.942 | 70.415 | 88.950 | 257.242 | 189,2 | -23,2 |
| Altri paesi | 82.824 | 14.046 | 9.938 | 1.864 | -81,2 | -97,7 | 152.692 | 35.768 | 30.916 | 4.911 | -84,1 | -96,8 |
| Altri paesi Africa | 27.625 | 8.643 | 11.505 | 19.383 | 68,5 | -29,8 | 109.081 | 52.013 | 55.254 | 58.218 | 5,4 | -46,6 |
| Altri Paesi Africa Mediterranea | 28.532 | 9.712 | 10.672 | 24.489 | 129,5 | -14,2 | 90.331 | 45.896 | 49.484 | 70.015 | 41,5 | -22,5 |
| Altri Paesi Asia Occidentale | 78.709 | 10.449 | 16.158 | 59.073 | 265,6 | -24,9 | 201.776 | 34.792 | 55.990 | 162.162 | 189,6 | -19,6 |
| Altri paesi asiatici | 248.300 | 30.950 | 22.401 | 116.150 | 418,5 | -53,2 | 454.828 | 86.011 | 89.080 | 256.793 | 188,3 | -43,5 |
| Altri paesi europei | 212.786 | 60.270 | 80.945 | 159.593 | 97,2 | -25,0 | 559.676 | 241.317 | 298.286 | 439.397 | 47,3 | -21,5 |
| Totale stranieri | 12.803.732 | 3.374.809 | 5.670.427 | 10.595.221 | 86,9 | -17,2 | 47.214.781 | 15.177.953 | 27.814.178 | 43.112.659 | 55,0 | -8,7 |



PROVINCIA
D'AMBITO
D'INTERCOMUNICAZIONE

2.3. IL TURISMO in Veneto nel periodo gennaio-novembre 2022

Movimento di turisti per tipologia di struttura ricettiva
 Periodo gen-nov 2022 e confronto con lo stesso periodo degli anni precedenti
 DATI PROVVISORI

| | | Arrivi | | | | | | Presenze | | | | | |
|------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 |
| Alberghieri | Alberghi 2 e 1 stella | 855.908 | 370.763 | 518.624 | 762.053 | 46,9 | -11,0 | 2.500.988 | 1.190.155 | 1.664.748 | 2.134.818 | 28,2 | -14,6 |
| | Alberghi 3 stelle e res.tur.alb. | 4.723.924 | 2.026.362 | 2.802.040 | 4.132.427 | 47,5 | -12,5 | 13.327.323 | 6.104.730 | 8.925.602 | 11.854.957 | 32,8 | -11,0 |
| | Alberghi 4 stelle | 6.136.859 | 1.884.312 | 2.753.818 | 4.644.813 | 68,7 | -24,3 | 14.080.567 | 4.791.714 | 7.737.387 | 11.804.867 | 52,6 | -16,2 |
| | Alberghi 5 stelle | 557.284 | 183.961 | 323.154 | 557.896 | 72,6 | 0,1 | 1.544.830 | 545.210 | 986.381 | 1.563.241 | 58,5 | 1,2 |
| | Totale | 12.273.975 | 4.465.398 | 6.397.636 | 10.097.189 | 57,8 | -17,7 | 31.453.708 | 12.631.809 | 19.314.118 | 27.357.883 | 41,6 | -13,0 |
| Extralberghieri | Agriturismi | 322.754 | 170.844 | 271.618 | 369.235 | 35,9 | 14,4 | 1.017.814 | 670.001 | 989.606 | 1.083.482 | 9,5 | 6,5 |
| | Campeggi e villaggi turistici | 2.698.315 | 1.474.312 | 2.242.864 | 2.792.669 | 24,5 | 3,5 | 18.401.536 | 9.316.090 | 15.634.799 | 19.045.697 | 21,8 | 3,5 |
| | Altri esercizi | 4.041.527 | 1.619.206 | 2.408.153 | 3.919.821 | 62,8 | -3,0 | 18.265.909 | 9.338.311 | 13.308.232 | 16.383.246 | 23,1 | -10,3 |
| | Totale | 7.062.596 | 3.264.362 | 4.922.635 | 7.081.725 | 43,9 | 0,3 | 37.685.259 | 19.324.402 | 29.932.637 | 36.512.425 | 22,0 | -3,1 |
| Totale generale | | 19.336.571 | 7.729.760 | 11.320.271 | 17.178.914 | 51,8 | -11,2 | 69.138.967 | 31.956.211 | 49.246.755 | 63.870.308 | 29,7 | -7,6 |

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto



PROTEZIONE
 AMBIENTALE
 DETERMINAZIONE

2.4. IL TURISMO nell'OGD Padova nel periodo gennaio-novembre 2022

Movimento di turisti per STL di destinazione

Periodo gen-nov 2022 e confronto con lo stesso periodo degli anni precedenti

DATI PROVVISORI

| | Arrivi | | | | | | Presenze | | | | | |
|---------------------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 |
| Dolomiti | 797.296 | 560.078 | 549.484 | 757.759 | 37,9 | -5,0 | 2.988.822 | 2.418.878 | 2.191.790 | 2.746.865 | 25,3 | -8,1 |
| Belluno - Feltre - Alpago | 148.128 | 85.652 | 120.870 | 137.933 | 14,1 | -6,9 | 462.884 | 322.992 | 446.813 | 388.815 | -13,0 | -16,0 |
| Treviso | 947.254 | 305.445 | 444.425 | 681.622 | 53,4 | -28,0 | 2.081.760 | 897.391 | 1.297.991 | 1.515.338 | 16,7 | -27,2 |
| Bibione | 809.878 | 429.032 | 663.709 | 810.265 | 22,1 | 0,0 | 5.847.642 | 2.943.083 | 4.633.532 | 5.447.295 | 17,6 | -6,8 |
| Jesolo - Eraclea | 1.404.380 | 752.648 | 1.042.116 | 1.265.149 | 21,4 | -9,9 | 6.216.539 | 3.471.960 | 5.369.146 | 5.854.809 | 9,0 | -5,8 |
| Venezia | 5.725.508 | 1.434.426 | 2.108.979 | 4.632.266 | 119,6 | -19,1 | 13.141.796 | 3.777.800 | 5.735.344 | 10.851.676 | 89,2 | -17,4 |
| Chioqgia | 272.353 | 213.289 | 261.160 | 306.098 | 17,2 | 12,4 | 1.386.785 | 1.040.855 | 1.425.290 | 1.490.652 | 4,6 | 7,5 |
| Padova | 947.684 | 307.965 | 459.815 | 761.662 | 65,6 | -19,6 | 2.132.319 | 949.009 | 1.295.989 | 1.799.798 | 38,9 | -15,6 |
| Terme Euganee | 804.535 | 334.874 | 544.299 | 723.719 | 33,0 | -10,0 | 3.048.060 | 1.078.855 | 1.881.279 | 2.736.316 | 45,4 | -10,2 |
| Vicenza | 715.431 | 278.730 | 399.973 | 569.177 | 42,3 | -20,4 | 1.687.599 | 832.728 | 1.126.342 | 1.373.150 | 21,9 | -18,6 |
| Altipiano di Asiago | 79.779 | 64.404 | 74.852 | 93.841 | 25,4 | 17,6 | 370.148 | 328.030 | 383.888 | 494.336 | 28,8 | 33,6 |
| Garda | 2.958.987 | 1.328.050 | 2.137.886 | 2.912.258 | 36,2 | -1,6 | 13.347.174 | 5.823.228 | 10.244.511 | 13.192.911 | 28,8 | -1,2 |
| Verona | 1.972.937 | 612.883 | 984.702 | 1.694.115 | 72,0 | -14,1 | 4.245.905 | 1.556.861 | 2.403.503 | 3.527.413 | 46,8 | -16,9 |
| Rovigo | 301.100 | 175.229 | 225.407 | 270.119 | 19,8 | -10,3 | 1.542.792 | 986.900 | 1.340.696 | 1.419.360 | 5,9 | -8,0 |
| Cavallino-Treporti | 780.146 | 434.944 | 689.563 | 839.585 | 21,8 | 7,6 | 6.265.288 | 3.191.242 | 5.517.138 | 6.675.225 | 21,0 | 6,5 |
| Caorle | 671.175 | 412.111 | 613.031 | 723.346 | 18,0 | 7,8 | 4.373.454 | 2.336.399 | 3.953.503 | 4.356.349 | 10,2 | -0,4 |
| Totale | 19.336.571 | 7.729.760 | 11.320.271 | 17.178.914 | 51,8 | -11,2 | 69.138.967 | 31.956.211 | 49.246.755 | 63.870.308 | 29,7 | -7,6 |



2.4. IL TURISMO nell'OGD Padova nel periodo gennaio-novembre 2022

PROVENIENZA

| | | Arrivi | | | | | | Presenze | | | | | |
|----------|-------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 |
| Italiani | Dolomiti | 419.749 | 391.050 | 394.448 | 418.462 | 6,1 | -0,3 | 1.811.327 | 1.762.705 | 1.787.440 | 1.761.413 | -1,5 | -2,8 |
| | Belluno - Feltre - Alpi | 94.797 | 67.716 | 88.184 | 88.649 | 0,5 | -6,5 | 313.447 | 262.722 | 343.136 | 258.240 | -24,7 | -17,6 |
| | Treviso | 425.345 | 213.893 | 295.636 | 374.572 | 26,7 | -11,9 | 1.001.863 | 634.577 | 872.681 | 810.474 | -7,1 | -19,1 |
| | Bibione | 246.817 | 207.016 | 229.861 | 228.594 | -0,6 | -7,4 | 1.701.127 | 1.351.399 | 1.543.249 | 1.391.721 | -9,8 | -18,2 |
| | Jesolo - Eraclea | 568.533 | 514.664 | 590.599 | 562.372 | -4,8 | -1,1 | 2.558.126 | 2.307.256 | 2.970.206 | 2.473.274 | -16,7 | -3,3 |
| | Venezia | 835.643 | 475.507 | 761.386 | 920.266 | 20,9 | 10,1 | 2.091.377 | 1.289.334 | 2.021.969 | 1.940.010 | -4,1 | -7,2 |
| | Chioggia | 177.070 | 174.205 | 185.730 | 190.709 | 2,7 | 7,7 | 882.514 | 834.204 | 976.043 | 843.368 | -13,6 | -4,4 |
| | Padova | 481.158 | 231.516 | 335.016 | 465.890 | 39,1 | -3,2 | 1.216.800 | 723.675 | 957.270 | 1.114.952 | 16,5 | -8,4 |
| | Terme Euganee | 543.127 | 287.350 | 445.197 | 547.360 | 22,9 | 0,8 | 1.768.582 | 828.155 | 1.326.537 | 1.757.819 | 32,5 | -0,6 |
| | Vicenza | 388.739 | 211.859 | 295.043 | 362.108 | 22,7 | -6,9 | 949.569 | 610.490 | 798.956 | 816.401 | 2,2 | -14,0 |
| | Altipiano di Asiago | 73.840 | 62.044 | 71.747 | 87.919 | 22,5 | 19,1 | 347.789 | 318.864 | 372.562 | 474.351 | 27,3 | 36,4 |
| | Garda | 820.886 | 549.400 | 715.284 | 848.613 | 18,6 | 3,4 | 2.136.021 | 1.667.827 | 2.175.344 | 2.157.499 | -0,8 | 1,0 |
| | Verona | 866.157 | 386.377 | 593.725 | 864.257 | 45,6 | -0,2 | 1.856.472 | 1.028.915 | 1.471.262 | 1.712.755 | 16,4 | -7,7 |
| | Rovigo | 168.656 | 137.417 | 163.418 | 176.944 | 8,3 | 4,9 | 796.766 | 720.778 | 890.124 | 795.034 | -10,7 | -0,2 |
| | Cavallino-Treporti | 176.278 | 183.313 | 203.631 | 184.225 | -9,5 | 4,5 | 1.076.396 | 1.080.008 | 1.245.976 | 1.064.012 | -14,6 | -1,2 |
| | Caorle | 246.044 | 261.624 | 280.939 | 262.753 | -6,5 | 6,8 | 1.416.010 | 1.357.349 | 1.679.822 | 1.386.326 | -17,5 | -2,1 |
| | Totale | 6.532.839 | 4.354.951 | 5.649.844 | 6.583.693 | 16,5 | 0,8 | 21.924.186 | 16.778.258 | 21.432.577 | 20.757.649 | -3,1 | -5,3 |

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto



2.4. IL TURISMO nell'OGD Padova nel periodo gennaio-novembre 2022

PROVENIENZA

| | | Arrivi | | | | | | Presenze | | | | | |
|---------------|-------------------------|------------------|------------------|-------------------|----------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------|-----------------|-----------------|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 |
| Stranieri | Dolomiti | 377.547 | 169.028 | 155.036 | 339.297 | 118,9 | -10,1 | 1.177.495 | 656.173 | 404.350 | 985.452 | 143,7 | -16,3 |
| | Belluno - Feltre - Alpi | 53.331 | 17.936 | 32.686 | 49.284 | 50,8 | -7,6 | 149.437 | 60.270 | 103.677 | 130.575 | 25,9 | -12,6 |
| | Treviso | 521.909 | 91.552 | 148.789 | 307.050 | 106,4 | -41,2 | 1.079.897 | 262.814 | 425.310 | 704.864 | 65,7 | -34,7 |
| | Bibione | 563.061 | 222.016 | 433.848 | 581.671 | 34,1 | 3,3 | 4.146.515 | 1.591.684 | 3.090.283 | 4.055.574 | 31,2 | -2,2 |
| | Jesolo - Eraclea | 835.847 | 237.984 | 451.517 | 702.777 | 55,6 | -15,9 | 3.658.413 | 1.164.704 | 2.398.940 | 3.381.535 | 41,0 | -7,6 |
| | Venezia | 4.889.865 | 958.919 | 1.347.593 | 3.712.000 | 175,5 | -24,1 | 11.050.419 | 2.488.466 | 3.713.375 | 8.911.666 | 140,0 | -19,4 |
| | Chioqgia | 95.283 | 39.084 | 75.430 | 115.389 | 53,0 | 21,1 | 504.271 | 206.651 | 449.247 | 647.284 | 44,1 | 28,4 |
| | Padova | 466.526 | 76.449 | 124.799 | 295.772 | -137,0 | -36,6 | 915.519 | 225.334 | 338.719 | 684.846 | 102,2 | -25,2 |
| | Terme Euganee | 261.408 | 47.524 | 99.102 | 176.359 | 78,0 | -32,5 | 1.279.478 | 250.700 | 554.742 | 978.497 | 76,4 | -23,5 |
| | Vicenza | 326.692 | 66.871 | 104.930 | 207.069 | 97,3 | -36,6 | 738.030 | 222.238 | 327.386 | 556.749 | 70,1 | -24,6 |
| | Altipiano di Asiago | 5.939 | 2.360 | 3.105 | 5.922 | 90,7 | -0,3 | 22.359 | 9.166 | 11.326 | 19.985 | 76,5 | -10,6 |
| | Garda | 2.138.101 | 778.650 | 1.422.602 | 2.063.645 | 45,1 | -3,5 | 11.211.153 | 4.155.401 | 8.069.167 | 11.035.412 | 36,8 | -1,6 |
| | Verona | 1.106.780 | 226.506 | 390.977 | 829.858 | 112,3 | -25,0 | 2.389.433 | 527.946 | 932.241 | 1.814.658 | 94,7 | -24,1 |
| | Rovigo | 132.444 | 37.812 | 61.989 | 93.175 | 50,3 | -29,6 | 746.026 | 266.122 | 450.572 | 624.326 | 38,6 | -16,3 |
| | Cavallino-Treporti | 603.868 | 251.631 | 485.932 | 655.360 | 34,9 | 8,5 | 5.188.892 | 2.111.234 | 4.271.162 | 5.611.213 | 31,4 | 8,1 |
| Caorle | 425.131 | 150.487 | 332.092 | 460.593 | 38,7 | 8,3 | 2.957.444 | 979.050 | 2.273.681 | 2.970.023 | 30,6 | 0,4 | |
| Totale | 12.803.732 | 3.374.809 | 5.670.427 | 10.595.221 | 86,9 | -17,2 | 47.214.781 | 15.177.953 | 27.814.178 | 43.112.659 | 55,0 | -8,7 | |

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto



2.4. IL TURISMO nell'OGD Padova nel periodo gennaio-novembre 2022

TIPO DI STRUTTURA RICETTIVA

| | | Arrivi | | | | | | Presenze | | | | | |
|---------------|---------------------------|------------------|------------------|-------------------|----------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|-----------------|-----------------|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 |
| Alberghieri | Dolomiti | 512.977 | 353.296 | 330.397 | 480.764 | 45,5 | -6,3 | 1.702.363 | 1.283.883 | 1.078.142 | 1.545.053 | 43,3 | -9,2 |
| | Belluno - Feltre - Alpago | 74.199 | 39.281 | 56.259 | 65.690 | 16,8 | -11,5 | 168.056 | 107.879 | 157.223 | 133.489 | -15,1 | -20,6 |
| | Treviso | 735.639 | 210.305 | 297.776 | 485.243 | 63,0 | -34,0 | 1.328.413 | 434.363 | 653.239 | 932.002 | 42,7 | -29,8 |
| | Bibione | 260.016 | 145.469 | 238.085 | 276.830 | 16,3 | 6,5 | 1.258.338 | 677.436 | 1.135.439 | 1.296.410 | 14,2 | 3,0 |
| | Jesolo - Eraclea | 1.124.056 | 579.140 | 801.456 | 976.770 | 21,9 | -13,1 | 3.946.711 | 2.050.008 | 3.144.477 | 3.589.736 | 14,2 | -9,0 |
| | Venezia | 3.998.814 | 973.896 | 1.339.836 | 2.961.609 | 121,0 | -25,9 | 8.074.520 | 2.125.595 | 3.180.691 | 6.375.802 | 100,5 | -21,0 |
| | Chiozza | 117.539 | 80.258 | 103.285 | 118.900 | 15,1 | 1,2 | 391.933 | 248.646 | 349.067 | 359.340 | 2,9 | -8,3 |
| | Padova | 800.640 | 239.720 | 361.671 | 617.798 | 70,8 | -22,8 | 1.389.643 | 467.307 | 705.768 | 1.154.484 | 63,6 | -16,9 |
| | Terme Euganee | 764.010 | 317.697 | 517.724 | 689.443 | 33,2 | -9,8 | 2.872.247 | 977.797 | 1.744.153 | 2.597.944 | 49,0 | -9,6 |
| | Vicenza | 595.941 | 220.878 | 315.682 | 458.517 | 45,2 | -23,1 | 1.212.268 | 534.430 | 725.635 | 965.649 | 33,1 | -20,3 |
| | Altipiano di Asiago | 57.104 | 44.545 | 52.103 | 64.477 | 23,7 | 12,9 | 182.397 | 146.669 | 152.558 | 192.442 | 26,1 | 5,5 |
| | Garda | 1.450.511 | 589.781 | 970.659 | 1.368.983 | 41,0 | -5,6 | 4.711.625 | 1.825.138 | 3.331.011 | 4.484.670 | 34,6 | -4,8 |
| | Verona | 1.301.226 | 398.803 | 624.525 | 1.058.291 | 69,5 | -18,7 | 2.458.116 | 782.274 | 1.278.189 | 2.001.483 | 56,6 | -18,6 |
| | Rovigo | 137.027 | 57.438 | 76.810 | 105.826 | 37,8 | -22,8 | 298.146 | 151.824 | 219.965 | 234.691 | 6,7 | -21,3 |
| | Cavallino-Treporti | 55.928 | 32.332 | 40.795 | 53.705 | 31,6 | -4,0 | 254.432 | 149.047 | 199.301 | 244.081 | 22,5 | -4,1 |
| Caorle | 288.348 | 182.559 | 270.573 | 314.343 | 16,2 | 9,0 | 1.204.500 | 669.513 | 1.259.260 | 1.250.607 | -0,7 | 3,8 | |
| Totale | 12.273.975 | 4.465.398 | 6.397.636 | 10.097.189 | 57,8 | -17,7 | 31.453.708 | 12.631.809 | 19.314.118 | 27.357.883 | 41,6 | -13,0 | |

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto



2.4. IL TURISMO nell'OGD Padova nel periodo gennaio-novembre 2022

TIPO DI STRUTTURA RICETTIVA

| | | Arrivi | | | | | | Presenze | | | | | |
|-----------------|---------------------------|------------------|------------------|------------------|----------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------|-----------------|-----------------|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var% 2022/21 | Var% 2022/19 |
| Extralberghieri | Dolomiti | 284.319 | 206.782 | 219.087 | 276.995 | 26,4 | -2,6 | 1.286.459 | 1.134.995 | 1.113.648 | 1.201.812 | 7,9 | -6,6 |
| | Belluno - Feltre - Alpago | 73.929 | 46.371 | 64.611 | 72.243 | 11,8 | -2,3 | 294.828 | 215.113 | 289.590 | 255.326 | -11,8 | -13,4 |
| | Treviso | 211.615 | 95.140 | 146.649 | 196.379 | 33,9 | -7,2 | 753.347 | 463.028 | 644.752 | 583.336 | -9,5 | -22,6 |
| | Bibione | 549.862 | 283.563 | 425.624 | 533.435 | 25,3 | -3,0 | 4.589.304 | 2.265.647 | 3.498.093 | 4.150.885 | 18,7 | -9,6 |
| | Jesolo - Eraclea | 280.324 | 173.508 | 240.660 | 288.379 | 19,8 | 2,9 | 2.269.828 | 1.421.952 | 2.224.669 | 2.265.073 | 1,8 | -0,2 |
| | Venezia | 1.726.694 | 460.530 | 769.143 | 1.670.657 | 117,2 | -3,2 | 5.067.276 | 1.652.205 | 2.554.653 | 4.475.874 | 75,2 | -11,7 |
| | Chioqgia | 154.814 | 133.031 | 157.875 | 187.198 | 18,6 | 20,9 | 994.852 | 792.209 | 1.076.223 | 1.131.312 | 5,1 | 13,7 |
| | Padova | 147.044 | 68.245 | 98.144 | 143.864 | 46,6 | -2,2 | 742.676 | 481.702 | 590.221 | 645.314 | 9,3 | -13,1 |
| | Terme Euganee | 40.525 | 17.177 | 26.575 | 34.276 | 29,0 | -15,4 | 175.813 | 101.058 | 137.126 | 138.372 | 0,9 | -21,3 |
| | Vicenza | 119.490 | 57.852 | 84.291 | 110.660 | 31,3 | -7,4 | 475.331 | 298.298 | 400.707 | 407.501 | 1,7 | -14,3 |
| | Altipiano di Asiago | 22.675 | 19.859 | 22.749 | 29.364 | 29,1 | 29,5 | 187.751 | 181.361 | 231.330 | 301.894 | 30,5 | 60,8 |
| | Garda | 1.508.476 | 738.269 | 1.167.227 | 1.543.275 | 32,2 | 2,3 | 8.635.549 | 3.998.090 | 6.913.500 | 8.708.241 | 26,0 | 0,8 |
| | Verona | 671.711 | 214.080 | 360.177 | 635.824 | 76,5 | -5,3 | 1.787.789 | 774.587 | 1.125.314 | 1.525.930 | 35,6 | -14,6 |
| | Rovigo | 164.073 | 117.791 | 148.597 | 164.293 | 10,6 | 0,1 | 1.244.646 | 835.076 | 1.120.731 | 1.184.669 | 5,7 | -4,8 |
| | Cavallino-Treporti | 724.218 | 402.612 | 648.768 | 785.880 | 21,1 | 8,5 | 6.010.856 | 3.042.195 | 5.317.837 | 6.431.144 | 20,9 | 7,0 |
| | Caorle | 382.827 | 229.552 | 342.458 | 409.003 | 19,4 | 6,8 | 3.168.954 | 1.666.886 | 2.694.243 | 3.105.742 | 15,3 | -2,0 |
| Totale | 7.062.596 | 3.264.362 | 4.922.635 | 7.081.725 | 43,9 | 0,3 | 37.685.259 | 19.324.402 | 29.932.637 | 36.512.425 | 22,0 | -3,1 | |

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto



2.4. IL TURISMO nell'OGD Padova nel periodo gennaio-novembre 2022

Elaborazione per STL [08 Padova]

Movimento turistico per mese. *Periodo gennaio - novembre, anno 2022. Dati provvisori*

| | ARRIVI | | PRESENZE | | TOTALE | |
|---------------|----------------|----------------|------------------|----------------|----------------|------------------|
| | Italiani | Stranieri | Italiani | Stranieri | Arrivi | Presenze |
| Gennaio | 24.550 | 4.918 | 71.033 | 15.719 | 29.468 | 86.752 |
| Febbraio | 32.694 | 8.581 | 83.630 | 23.329 | 41.275 | 106.959 |
| Marzo | 41.034 | 13.204 | 102.660 | 37.832 | 54.238 | 140.492 |
| Aprile | 49.472 | 26.327 | 117.547 | 62.779 | 75.799 | 180.326 |
| Maggio | 49.543 | 28.955 | 120.158 | 68.714 | 78.498 | 188.872 |
| Giugno | 46.383 | 33.429 | 118.785 | 76.226 | 79.812 | 195.011 |
| Luglio | 36.856 | 44.651 | 87.820 | 96.868 | 81.507 | 184.688 |
| Agosto | 32.665 | 44.448 | 74.794 | 89.644 | 77.113 | 164.438 |
| Settembre | 47.312 | 39.405 | 100.759 | 87.262 | 86.717 | 188.021 |
| Ottobre | 56.661 | 33.413 | 126.247 | 79.256 | 90.074 | 205.503 |
| Novembre | 48.720 | 18.441 | 111.519 | 47.217 | 67.161 | 158.736 |
| Dicembre | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTALE | 465.890 | 295.772 | 1.114.952 | 684.846 | 761.662 | 1.799.798 |

Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat - Regione Veneto

Si ringraziano Regione Veneto - U.O. Sistema Statistico Regionale e Direzione Turismo



REPORTISTICA

SETTEMBRE – DICEMBRE 2022

3. PERFORMANCE DEL COMPARTO ALBERGHIERO



PROMOTION
MANAGEMENT
DESTINATION

3.1. Piattaforma on-line di Hospitality Data Intelligence

Il **Padova Convention & Visitors Bureau**, in collaborazione con la Camera di Commercio di Padova, le associazioni di categoria, i consorzi di promozione e la Fiera di Padova, ed in qualità di soggetto attuatore dell'azione dell'Osservatorio turistico regionale federato del Veneto, **ha in essere il servizio di fornitura della piattaforma online di Hospitality Data Intelligence**, che ha la **funzione di raccolta** (elaborazione, aggregazione, anonimizzazione) e **rilascio di dati** finalizzati alla creazione dell'Osservatorio turistico dinamico alberghiero di Padova e Provincia.

A disposizione delle strutture alberghiere di Padova e provincia, la piattaforma raccoglie, visualizza e offre supporto nell'interpretazione dei dati relativi all'andamento delle prenotazioni passate e future.

Si tratta di un **importante strumento di analisi** che punta ad ottimizzare le risorse, identificare e utilizzare strategie di comunicazione e promozione turistica mirate **per valorizzare al meglio la destinazione turistica e tutto il territorio**.

Permette di **costruire un vero e proprio osservatorio dinamico della Destinazione turistica** che unifica le fonti dei dati, pubblica con autorevolezza i *trend* del settore e fornisce strumenti utili alla definizione di strategie atte alla promozione della destinazione.

Sarà possibile inoltre **conoscere in anticipo e in tempo reale il tasso di occupazione** (segmentato in base al canale di vendita, tanto in chiave storica quanto in chiave previsionale) e **il valore economico della presenza turistica sulla destinazione**, evidenziando dinamiche positive e negative e orientando i *policy maker* nella direzione più efficace ed efficiente.

Le risposte della piattaforma permettono di verificare i *trend* di destinazione in ambito alberghiero, suggerire azioni agli operatori e migliorare le azioni di *marketing*.

La piattaforma permette di **misurare la crescita economica di una destinazione** correlando i dati delle presenze e le metriche qualitative della redditività.



3.2. Analisi dei flussi turistici

Tramite la piattaforma è inoltre possibile:

- *analizzare il tasso di disintermediazione per monitorare la qualità delle prenotazioni di una destinazione;*
- *confrontare l'andamento storico di tale tasso e quello previsionale;*
- *monitorare ed analizzare la performance delle prenotazioni provenienti dal proprio portale di destinazione in relazione agli altri canali.*

Gli **indicatori** permettono di **analizzare i flussi di occupazione in base alla nazionalità** mettendoli in relazione con la *total revenue* per nazionalità o il prezzo medio per nazionalità, permettendo di:

- *cogliere anticipatamente le dinamiche dei flussi turistici analizzandole assieme a parametri qualitativi come redditività e prezzo medio per le singole nazionalità;*
- *fornire linee guida per le strategie di promozione verso i mercati esteri;*
- *misurare il ritorno degli investimenti in promozione della destinazione verso i mercati esteri attraverso i dati aggregati. La segmentazione dell'affluenza in base a tipologia, mercato e nazione è utile per analizzare i comportamenti e le propensioni degli ospiti in tema di partenze, arrivi e cancellazioni.*



3.2. Analisi dei flussi turistici

A seguire verrà fornita l'**analisi completa dei flussi turistici sul territorio OGD Padova** per il periodo **settembre-dicembre 2022**.

Sono state analizzate tutte le possibili segmentazioni con i dati ad oggi in possesso.

In dettaglio, gli indicatori misurati sono i seguenti:

- KPI (*Key performance indicator*) principali;
- trattamenti (*BB, HB, FB, Room Only*);
- canali di vendita (diretto, *OTA*, sito *web*, *GDS*, portale di destinazione, ecc.);
- mercati: *retail* (persone singole, coppie, famiglie, amici che soggiornano per motivi di svago) gruppi *business* (gruppi/aziende che soggiornano per motivi di lavoro), gruppi *leisure* (gruppi organizzati che soggiornano per motivi di svago), negoziati (persone singole che soggiornano per motivi di lavoro);
- nazionalità;
- cancellazioni;
- *Booking Curve*.

Il campione di riferimento è di 23 strutture (di cui 1 in 2*, 7 in 3*, 14 in 4*, 1 in 4*S), per un totale di 1521 camere disponibili.



3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022

Di seguito le principali evidenze riscontrate:

- si rileva un **aumento dell'occupazione del +10,2%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente che, in termini di **camere vendute**, corrisponde ad un aumento di oltre 9.000 unità (90.400 nel 2021 vs. 99.600 nel 2022), con un **ADR in aumento di 17,2 €** (*Average Daily Rate*-ricavo medio camera al netto di IVA, trattamenti ed extra), che nello stesso periodo del 2021 era di 71,80 € vs. i 89,00 € del 2022.

- il **RevPAR** (*Revenue Per Available Room*-ricavo medio camera sulle camere disponibili) segna **+14,6 €** (39,80 € nel 2021 vs. 54,40 € nel 2022) che corrisponde ad un **aumento percentuale del 36,7%**;

- il **trattamento BB** indica un **aumento del peso di +10,6 punti percentuali** (63,5% nel 2021 vs. 74,1% nel 2022) con un ricavo medio camera di +13,2 € (84,4 € nel 2021 vs. 97,6 € nel 2022) che bilancia il **calo del peso del trattamento Room only**, -8,6 punti percentuali (33,9% nel 2021 vs. 25,4% nel 2022) con un ricavo medio camera in aumento di 23,3 € (63,5% nel 2021 vs. 86,8% nel 2022). In calo anche la mezza pensione, mentre non è stata venduta la pensione completa.

- in merito ai **canali di vendita**, si nota un aumento del peso delle vendite dirette di +2,8 punti percentuali (47,6% nel 2021 vs. 50,4% nel 2022), e dei GDS. In calo le prenotazioni in entrata da *Tour Operator* e *OTA*.

- si registra una **calo del mercato retail**, che durante lo stesso periodo 2021 era in piena ripresa: -9,8 punti percentuali (51,1% nel 2021 vs. 41,3% nel 2022) a favore di un **aumento di Gruppi Leisure** (+2,8 punti percentuali) e dei **Negoziati** (+3,7 punti percentuali).

- in riferimento alle **presenze per nazionalità**, si rileva sempre un **notevole peso della clientela italiana** con un'incidenza del 62,9%, in diminuzione di 9,7 punti percentuali rispetto allo stesso periodo 2021. Con l'allontanarsi delle restrizioni relative alla pandemia, in aumento le presenze straniere, soprattutto quelle extra Europa (USA +1,2 punti percentuali);

- il **numero di camere cancellate** nel periodo settembre-dicembre 2022 è di circa 8.000 unità in più rispetto alle 16.300 unità dello stesso periodo 2021: anche questo è un segnale di una ripresa del mercato verso flussi più abituali (più prenotazioni-più cancellazioni).



3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022



Padova Città
Report Bando IAT

Periodo settembre-dicembre 2022



3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022



COOP
CULTURE

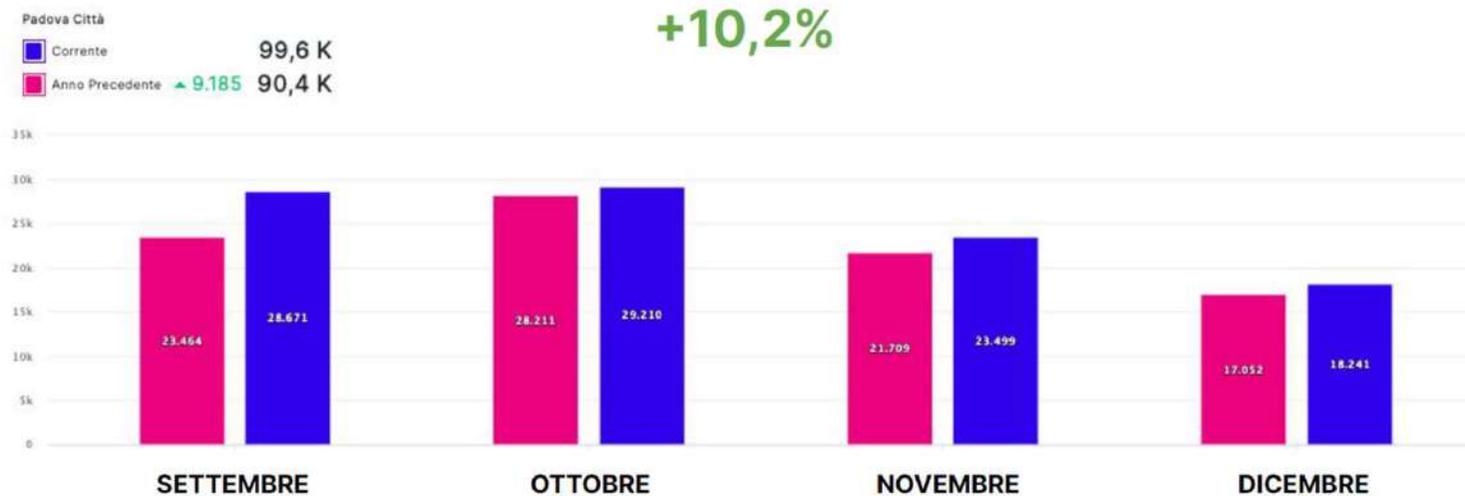


PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

ORGANISMO
MANAGEMENT
D'IDENTITÀ
E DESTINAZIONE

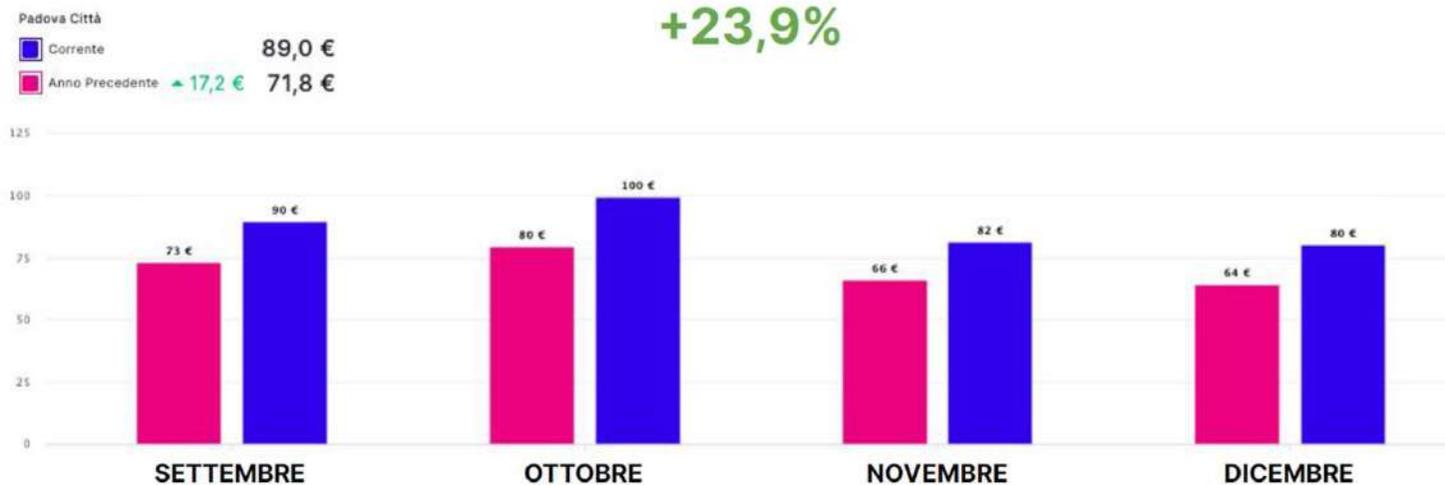
3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022

Camere vendute Padova Città settembre - dicembre 2022 vs. Anno Scorso (2021)



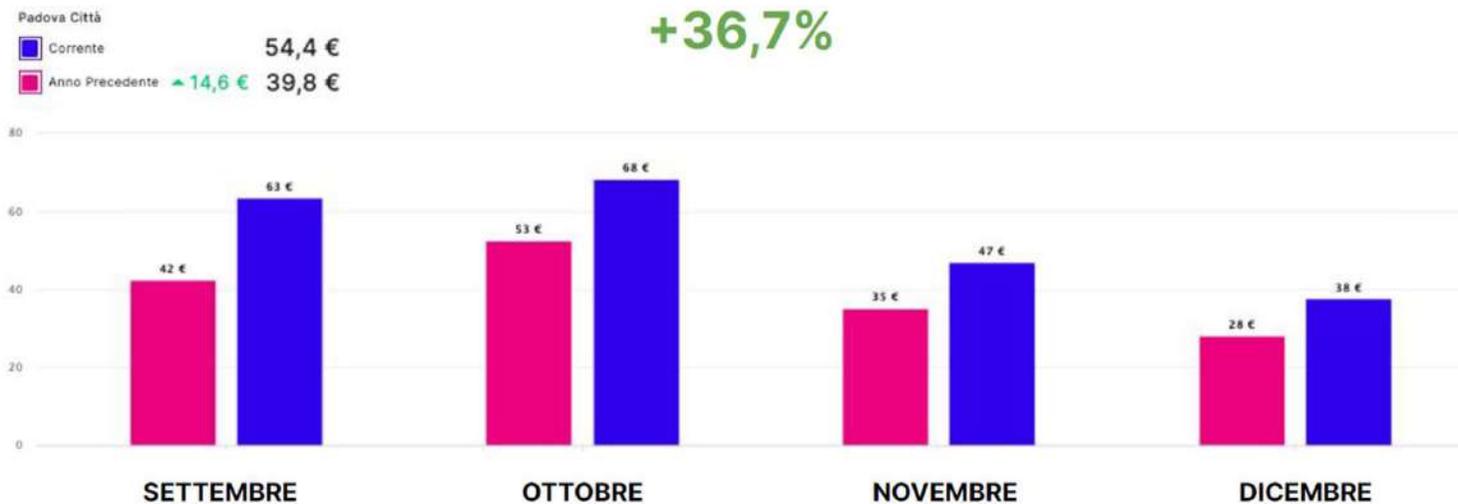
3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022

ADR Padova Città settembre - dicembre 2022 vs. Anno Scorso (2021)



3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022

RevPAR Padova Città settembre - dicembre 2022 vs. Anno Scorso (2021)



3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022



3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022

Composizione Percentualizzata Trattamenti settembre - dicembre 2022

1 BED & BREAKFAST

Padova Città

- Corrente
- Anno Precedente

74,1 %
▲ 10,6 pp 63,5 %

2 MEZZA PENSIONE

Padova Città

- Corrente
- Anno Precedente

0,5 %
▼ - 1,5 pp 2,0 %

3 PENSIONE COMPLETA

Padova Città

- Corrente
- Anno Precedente

- %
▼ - 0,5 pp 0,5 %

4 SOLO CAMERA

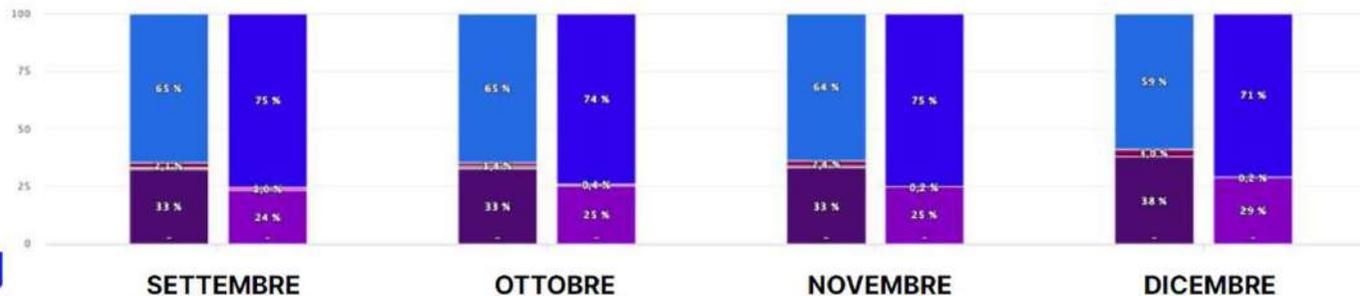
Padova Città

- Corrente
- Anno Precedente

25,4 %
▼ - 8,6 pp 33,9 %

NASCONDI

125

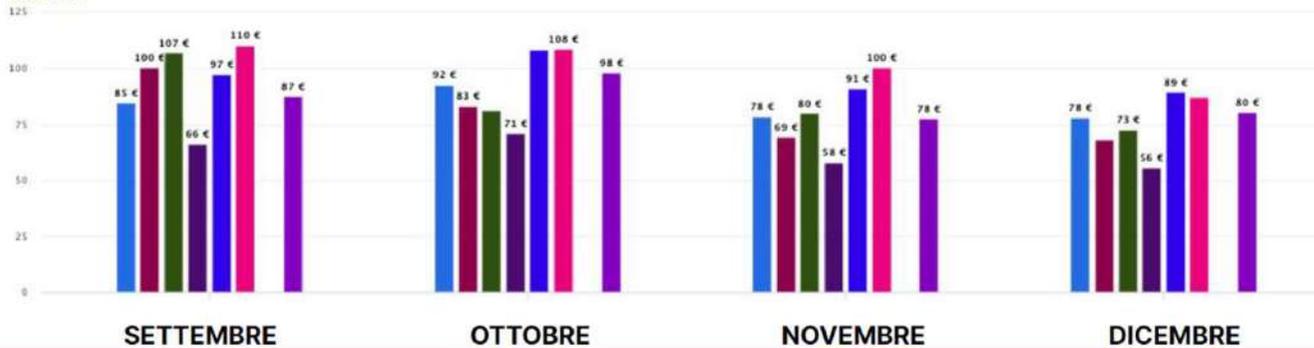


3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022

Ricavo Medio Camera per Trattamento settembre - dicembre 2022

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|----------------------------|----------|------------------------------|--------|
| # 1 BED & BREAKFAST | | # 2. MEZZA PENSIONE | | # 3 PENSIONE COMPLETA | |
| Padova Città | | Padova Città | | Padova Città | |
| Corrente | 97,6 € | Corrente | 107,1 € | Corrente | - |
| Anno Precedente | 84,4 € | Anno Precedente | 79,8 € | Anno Precedente | 87,3 € |
| | ▲ 13,2 € | | ▲ 27,3 € | | |
| # 4 SOLO CAMERA | | | | | |
| Padova Città | | | | | |
| Corrente | 86,8 € | | | | |
| Anno Precedente | 63,5 € | | | | |
| | ▲ 23,3 € | | | | |

NASCONDI



3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022

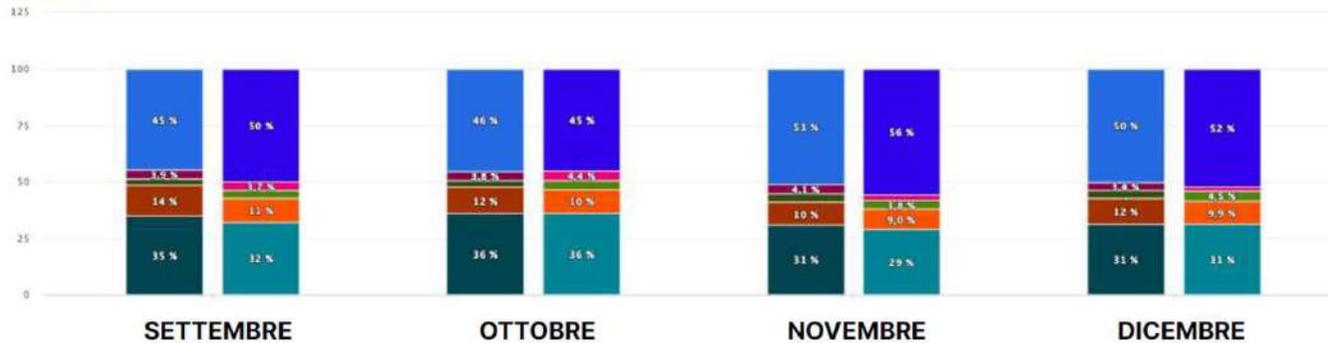


3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022

Composizione Percentualizzata Canali

| Canale | Corrente | Anno Precedente | Variazione |
|------------------------------------|----------|-----------------|------------|
| # 1 DIRETTO - OFFLINE | 50,4 % | 47,6 % | + 2,8 pp |
| # 2 DIRETTO - SITO WEB | 3,3 % | 3,9 % | - 0,6 pp |
| # 3 GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEM | 3,9 % | 3,0 % | + 0,9 pp |
| # 4 AGENZIE - PORTALE DESTINAZIONE | - % | - % | = 0,0 pp |
| # 5 ALTRI / TOUR OPERATOR | 10,0 % | 11,9 % | - 1,8 pp |
| # 6 TOTALE AGENZIE OTA | 32,4 % | 33,7 % | - 1,3 pp |

NASCONDI

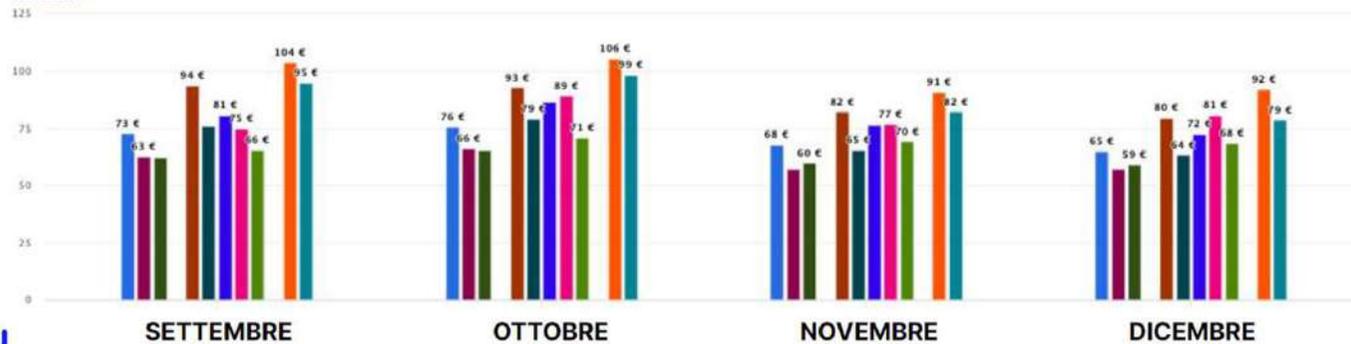


3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022

Ricavo Medio Camera per Canale

| Canale | Corrente | Anno Precedente | Variazione |
|---|----------|-----------------|------------|
| # 1 DIRETTO - OFFLINE Padova Città | 79,4 € | 70,8 € | + 8,6 € |
| # 2 DIRETTO - SITO WEB Padova Città | 81,3 € | 61,4 € | + 19,9 € |
| # 3 GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEM Padova Città | 68,6 € | 61,9 € | + 6,7 € |
| # 4 AGENZIE - PORTALE DESTINAZIONE Padova Città | - | - | - |
| # 5 ALTRI / TOUR OPERATOR Padova Città | 99,4 € | 88,4 € | + 11,0 € |
| # 6 TOTALE AGENZIE OTA Padova Città | 90,4 € | 72,6 € | + 17,8 € |

NASCONDI



3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022

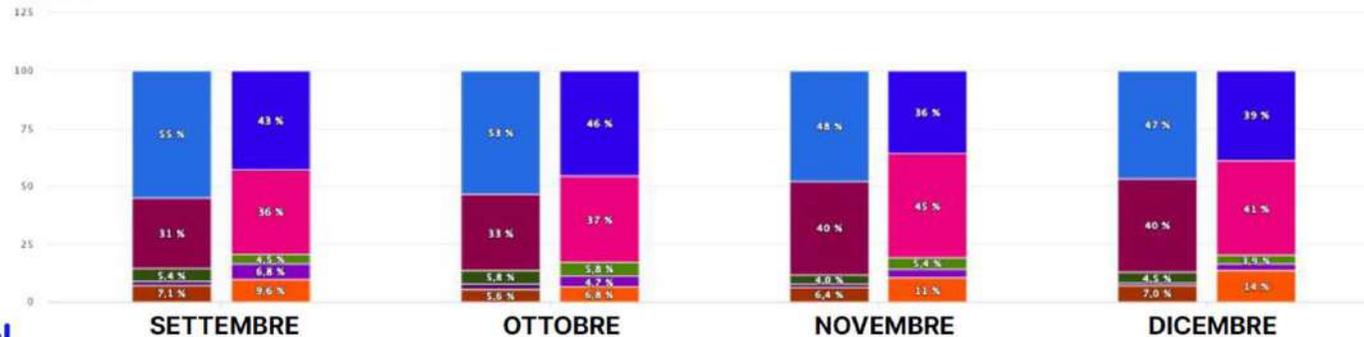


3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022

Composizione Percentualizzata Mercati



NASCONDI

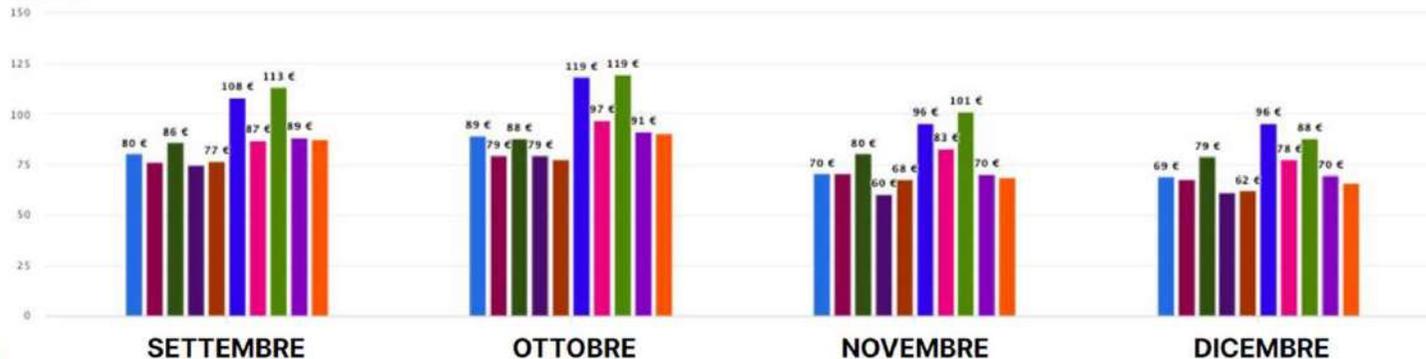


3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022

Ricavo Medio Camera per Mercato



NASCONDI



3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022

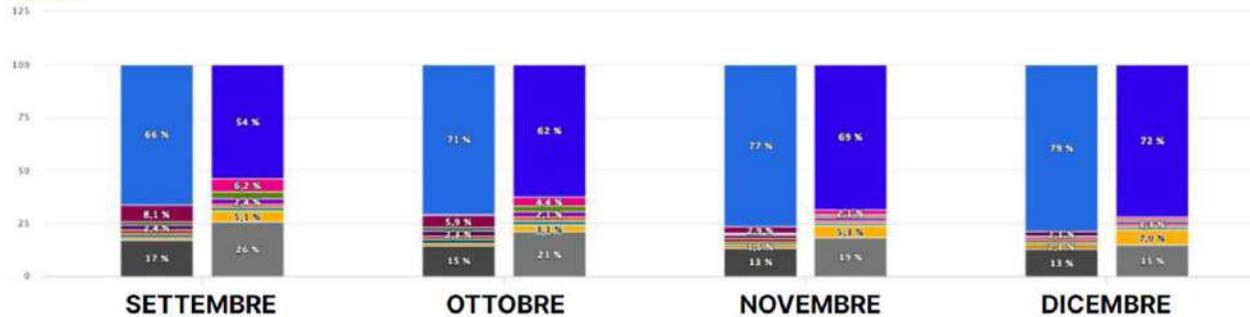


3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022

Composizione Percentualizzata Nazionalità

| Nazionalità | Corrente | Anno Precedente | Variazione |
|-----------------------|----------|-----------------|------------|
| # 1 ITALIA | 62,9 % | 72,6 % | - 9,7 pp |
| # 2 GERMANIA | 3,8 % | 5,1 % | - 1,3 pp |
| # 3 STATI UNITI | 2,3 % | 1,1 % | + 1,2 pp |
| # 4 FRANCIA | 2,0 % | 2,0 % | - 0,0 pp |
| # 5 ROMANIA | 1,8 % | 1,6 % | + 0,2 pp |
| # 6 SVIZZERA | 1,5 % | 1,5 % | + 0,0 pp |
| # 7 - NON SPECIFICATA | 5,0 % | 1,5 % | + 3,5 pp |
| # 8 ALTRE | 20,7 % | 14,7 % | + 6,0 pp |

NASCONDI



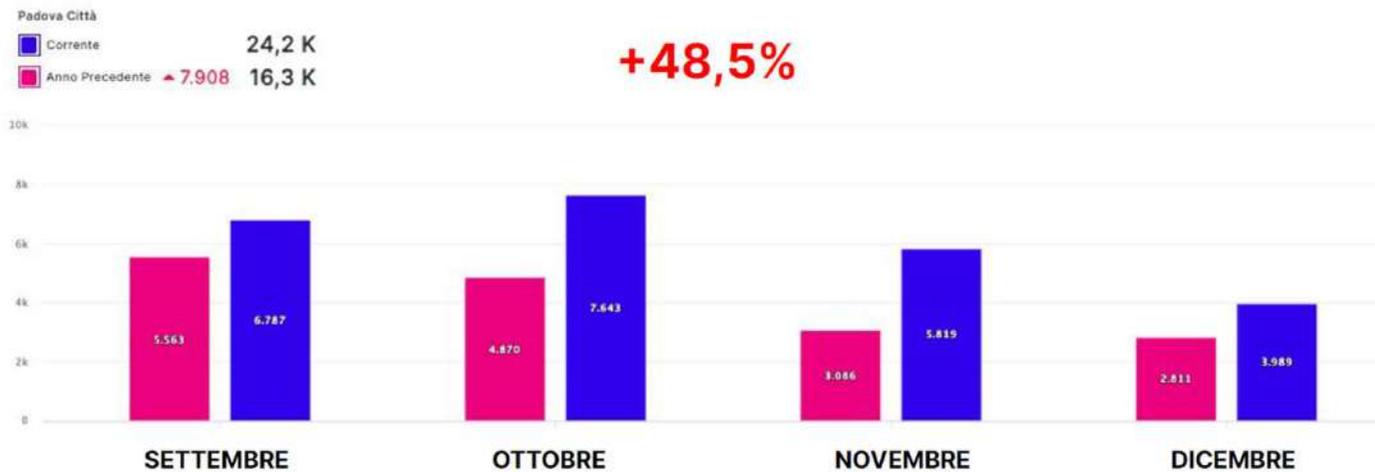
ORGANIZZAZIONE
D'INIZIATIVE
PER IL TURISMO

3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022



3.2.1. Analisi dei flussi turistici settembre-dicembre 2021 vs. 2022

Camere Cancellate



4. ATTIVITÀ DI MONITOR E REPORTISTICA DELLA DESTINAZIONE TURISTICA SULLA STAMPA ITALIANA GENERALISTA E DI SETTORE E SU TESTATE GIORNALISTICHE WEB



CO
OP | CUL
TU
RE



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROMOTION
MANAGEMENT
DESTINATION

Attività di monitor e reportistica della destinazione turistica sulla stampa italiana generalista e di settore e su testate giornalistiche web

Il Padova Convention & Visitors Bureau ha attivato un **servizio di Media monitoring** su stampa e *web* a livello nazionale.

Attraverso l'utilizzo di una **piattaforma crossmediale**, è possibile **consultare e analizzare tutti i media** Stampa, *Web* da un unico **tool**, che permette di **gestire, esaminare e condividere la copertura mediatica** di una destinazione.

Ci si avvale di questo servizio allo scopo di **monitorare e studiare l'impatto della reputazione nei media locali e nazionali**, per quantificare il valore delle proprie attività di comunicazione e condividerle con la stazione appaltante, l'*OGD manager*, e su richiesta dell'amministrazione a tutti i soggetti dell'*OGD*.

Grazie alla ricerca testuale, è possibile **monitorare tutte le parole chiave di interesse**; offre inoltre **rassegne stampa tematiche selezionate** dalle testate di maggior rilievo per ciascun settore produttivo.

E' inoltre possibile **misurare in tempo reale l'impatto della comunicazione su tutti i media** in termini di: **VOLUME** (numero di articoli prodotti), **OTS** (*Opportunities to see*-impatto della copertura media in base all'esposizione dell'articolo) e **AVE** (*Advertising Value Equivalent*-valore attribuito alla copertura media in termini economici).

A seguire il *report* relativo al monitoraggio stampa/web relativo alla destinazione Padova per il periodo 1/09-31/12/2022.



4.1. REPORT-analisi e monitoraggio della produzione su stampa e web

VOLUME:

numero di articoli prodotti nel periodo 1/09-31/12/2022

La rassegna stampa è prevalentemente di tipo locale e include temi quali: novità ed eventi proposti sul territorio, aperture di nuove attività strettamente connesse al settore turistico, iniziative promosse dalla destinazione a favore degli operatori del settore, progetti a supporto della promozione turistica del territorio sostenuti dagli enti territoriali, e altre tematiche legate all'ambito turistico.

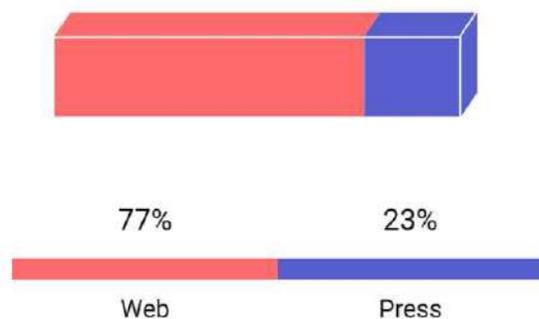


4.1. REPORT-analisi e monitoraggio della produzione su stampa e web

VOLUME - Split per media

PERIODO

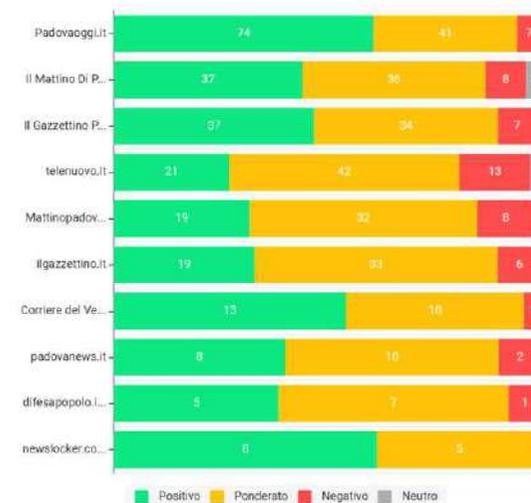
Da
2022-09-01 00:00:00
A
2022-12-31 23:59:00



VOLUME - Split per fonte

PERIODO

Da
2022-09-01 00:00:00
A
2022-12-31 23:59:00



4.1. REPORT-analisi e monitoraggio della produzione su stampa e web

AVE (Advertising Value Equivalent): assegna un valore alla copertura media in termini economici, basandosi sul costo pubblicitario dell'equivalente spazio occupato da ciascun articolo.



Onclusive

Creato da Onclusive



4.1. REPORT-analisi e monitoraggio della produzione su stampa e web

AVE - Split per media

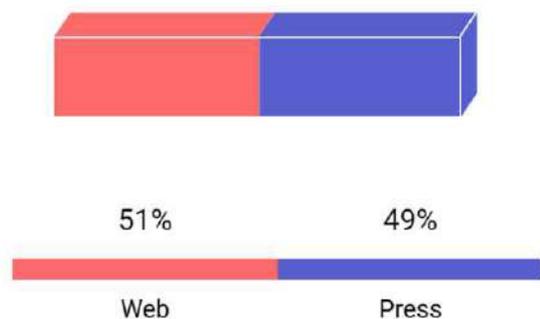
PERIODO

Da

2022-09-01 00:00:00

A

2022-12-31 23:59:00



AVE - Split per fonte

PERIODO

Da

2022-09-01 00:00:00

A

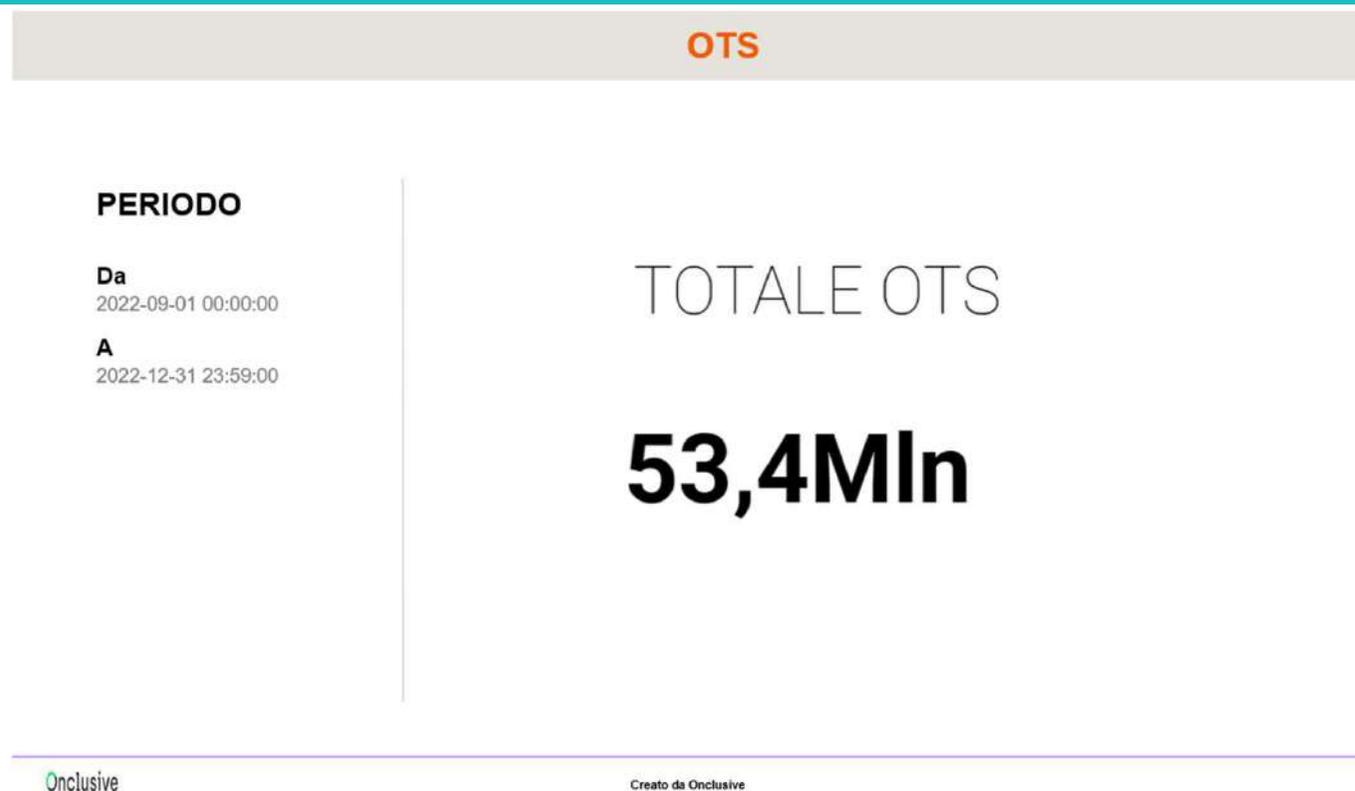
2022-12-31 23:59:00



4.1. REPORT-analisi e monitoraggio della produzione su stampa e web

OTS (*Opportunities To See*):

indica l'impatto della copertura media quantificando l'esposizione dell'articolo-quante persone hanno potenzialmente visto l'articolo. Questo indicatore prende in considerazione la dimensione della copertura mediatica e il pubblico /lettore di riferimento per le principali testate stampa e *web*.



CO
OP | CUL
TU
RE



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROGETTO
MANAGEMENT
DISTRIBUZIONE

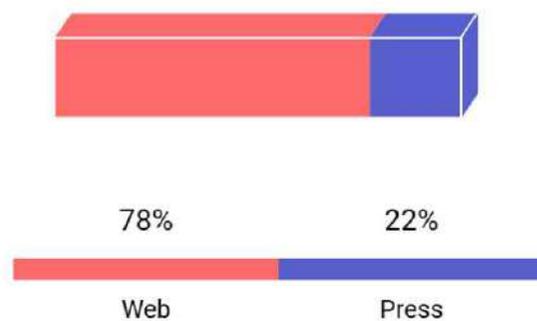
4.1. REPORT-analisi e monitoraggio della produzione su stampa e web

OTS - Split per media

PERIODO

Da
2022-09-01 00:00:00

A
2022-12-31 23:59:00

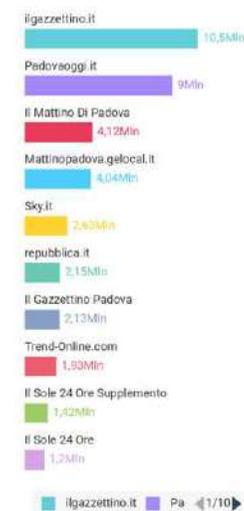


OTS - Split per fonte

PERIODO

Da
2022-09-01 00:00:00

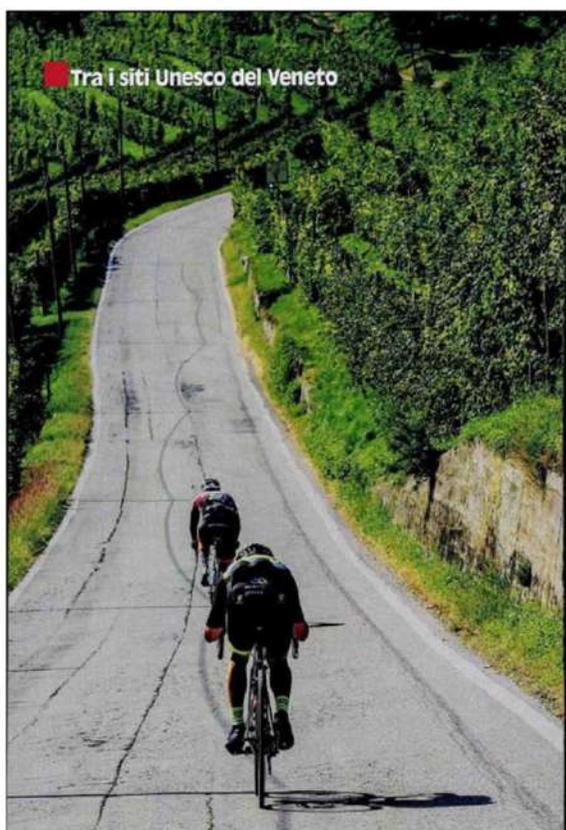
A
2022-12-31 23:59:00



4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Ciclo Turismo

1 settembre 2022



Un patrimonio per gli occhi (ma anche per le bici)

L'Italia conta ben 55 siti dichiarati Patrimonio dell'Umanità dall'Unesco e nove di questi sono in Veneto. Una Regione che ha saputo sfruttare la bellezza del suo territorio come volano per il turismo, strizzando l'occhio al ciclismo a 360 gradi, dai professionisti del Giro agli appassionati in cerca di cultura ed eccellenze gastronomiche

Giorgio Bruni

Gocciando Veneto Patrimonio dell'Unesco escono fuori sul motore di ricerca ben 994.000 risultati in appena 0,44 secondi quasi un milione di possibilità in meno di mezzo secondo, con tempi di reazione che ricordano il miglior Jacobs in pista.

E quando si parla di eccellenze italiane il Veneto è da incollare d'oro. Nove siti Unesco da Venezia alla sua laguna, da Vicenza e le ville un intento nobile, premiare e valorizzare i turisti di qualsiasi estrazione, sia essa più prettamente sportiva o di vacanzieri di prossimità. Per questo l'Associazione per il Patrimonio delle Colline di Conegliano e Valdobbiadene della presidenza Maria Mastrodoro, insieme alla Regione Veneto, ci ha coinvolto nel Press Tour "Veneto Unesco". La Grande Bellezza del Veneto al Giro d'Italia: un evento di carattere internazionale che ha puntato a far conoscere, a una platea più vasta ed



Il Molinetto della Croda è tra Rolle e Refrontolo

Massima libertà grazie alle e-Bike

Il Veneto si sta facendo promozione non soltanto grazie all'impatto del ciclismo professionistico, con grandi eventi come il Giro d'Italia, ma anche facendo nuove iniziative dedicate prettamente agli amatori. Si stanno diventando sempre di più anche grazie alle e-Bike, che permettono anche ai meno allenati di arrivare ovunque.

estrogenza possibile, le meraviglie del Patrimonio dell'Umanità. Perché lo sport può farsi bello di tutti, ma premia chi con ardore e passione lavora e ha idee originali apprezzate dal pubblico dopo due anni di completa stasi.

Ci sono decine di migliaia di luoghi dove poter andare in bicicletta, ma nessuno è come loro. Le Colline del Prosecco, patrimonio dell'Unesco, tesoro dell'Umanità che negli ultimi anni sono diventate il regno

110



COOP CULTURE

PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

DM
MANAGER
DE
ESTRATTON

4.2. Pubblicazioni su testate di settore



preferito dei ciclisti. Oggi il ciclonarismo è un'esperienza multisensoriale e in un contesto unico e incavagliato come quello del verde tutto naturale delle Colline di Conegliano e Valdobbiadene. Marina Montedoro, presidente dell'Associazione per il Patrimonio delle Colline di Conegliano e Valdobbiadene, ci fa entrare nei segreti di un Veneto sempre più "bike-friendly", a misura di bici e di cicloturista.

Un anno che si è aperto alla grande, con il ritorno degli appassionati dall'estero. Il 2022 sembra essere l'anno della ripartenza, ma in realtà già lo scorso anno le Colline hanno registrato un trend in crescita rispetto agli anni della pandemia. È chiaro che, soprattutto a partire dalla primavera, abbiamo visto un'impennata dovuta sicuramente alla ripresa di tante attività sul territorio che attraggono da un lato il turista di prossimità e dall'altro gli stranieri, in particolare quelli europei.

L'Associazione per il Patrimonio delle Colline di Conegliano e Valdobbiadene è una realtà molto giovane e con tante idee fresche. «Siamo stati fondati all'inizio della pandemia, per cui abbiamo vissuto appieno il primo anno e mezzo di blocco proprio delle attività e quindi per noi è un po' un inizio. Il 7 luglio di tre anni fa le Colline sono state inserite tra i patrimoni

111



Stradine verdi e poco traffico Qui si pedala in sicurezza!

dell'umanità nella riunione dell'Unesco a Baku. Le attività che promuoviamo servono a dare visibilità internazionale al nostro territorio. Dobbiamo fare in modo che le Colline diventino una meta turistica mondiale, quindi quando abbiamo iniziato a parlare di questo con la regione Veneto, abbiamo parlato su elementi che per noi possono essere strategici. Quindi la presenza, su guide e testate di risonanza internazionale, con un numero di utenti elevato.



Marina Montedoro ci racconta come il Veneto stia sfruttando la forza del cicloturismo.

«Con la Regione Veneto abbiamo puntato anche sul ciclismo, non soltanto quello professionistico ma coinvolgendo anche la sfida turistica di questo bellissimo sport. Sappiamo benissimo come il Veneto sia la prima regione in Italia nel porre l'attenzione sul ciclismo, sport e turismo devono integrarsi. Oggi il turismo lento si fa a piedi e in bicicletta. Quindi questi sono i due

112

elementi sui quali puntare sulle nostre colline. Non siamo diventati patrimonio dell'Unesco per il vino, per il prosciutto, ma grazie all'unicità del nostro paesaggio rurale. Sicuramente dobbiamo tanto ai viticoltori, altrimenti non avremmo mai avuto questo paesaggio, ma il nostro grande valore aggiunto è che qui si viaggia in bici o a piedi.

Un turismo lento e sostenibile, che rappresenta il presente e il futuro per l'Associazione per il Patrimonio

Il Veneto? Una regione ricca di sorprese e di tesori...

Da Venezia a Verona, scopriamo le 9 perle che dovete conoscere

I siti Patrimonio dell'Unesco in Italia sono 55, e nove di questi si trovano in Veneto. Ecco quali sono: Venezia e la sua laguna, Vicenza e le ville palladiane, Verona, gli affreschi del XIV secolo di Padova (tra i quali la Cappella degli Scrovegni di Giotto) e sempre a Padova il Torlo botanico che risale al 1545, le colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene, le opere di difesa veneziane, le Dolomiti e i siti paleolitici databili tra il 9000 e il 5000 a.C. Scenari unici e meravigliosi che rendono il Veneto una delle regioni più appetibili dal punto di vista turistico.

Verso un turismo lento e sostenibile

Marina Montedoro, presidente dell'Associazione Patrimonio delle Colline di Conegliano e Valdobbiadene, spiega come ormai sia il turismo lento e sostenibile quello più richiesto dai viaggiatori. Nella foto in alto, uno scorcio di Asolo. Sotto, Bassano del Grappa. In alto a sinistra, Conegliano Veneto. Sotto, la chiesa di San Lorenzo.

libertà, diventa così un modo per stare tutti insieme. Le nostre colline non sono facili e le e-Bike le rendono accessibili a tutti. Questo rappresenta un volano per la nostra economia, per i luxury hotel dedicati alle bici e molto altro ancora.

La scelta degli eventi, in questo senso, è mirata proprio al mondo del ciclismo.

«Il Giro d'Italia da noi non mancherà mai e noi non mancheremo come associazione: la cronometro

delle Colline di Conegliano e Valdobbiadene di Marina Montedoro. «Noi puntiamo per l'80 per cento sul turismo lento ed è quello che i turisti ci chiedono. Un modo di intendere il turismo di concerto con la sostenibilità: il primo impegno che la nostra associazione ha con l'Unesco è quello di mantenere la sostenibilità del sito e la sostenibilità non può non passare dal rispetto dall'ambiente, andando in bici, a piedi o con mezzi elettrici. Ora con le e-Bike tutti possono pedalare in

vinta da Filippo Ganna nel 2020, il passaggio da Ca' del Poggio e poi il Giro-E che ha avuto il suo ruolo e ancora il Cycling Stars Criterium che ha aperto quest'anno alle donne. Abbiamo creduto molto anche nella Nova Erika: oggi c'è sempre più attenzione verso quelli che vanno in bici per il piacere della scoperta del territorio. Nova Erika Prosecco Hills quindi ci ha dato grande soddisfazione.

Giorgio Brunì
Gestione del territorio

113



4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Il Sole 24 ORE

26 settembre 2022

Gaming, a Padova nascerà la prima E-Sports Arena d'Italia

Riquilificazione
Comparto fieristico
Maria Chiara Vod

Il rilancio del comparto fieristico post-Covid passa anche (e non solo) dalla riqualificazione delle strutture. Che, gioco forza, hanno la necessità di diversificare e ampliare la propria offerta. Così in Veneto, dove da pochi giorni l'assemblea dei soci di Padova Hall, la Spa proprietaria del marchio di Fiera di Padova che cura lo sviluppo del quartiere fieristico, ha approvato un piano strategico di sviluppo da 48,5 milioni fino al 2027 per ridisegnare l'intero polo con una nuova e forte vocazione verso l'innovazione.

Fra le prime novità ad atterrare, spicca la prima E-Sports Arena d'Italia, tempio di pratica per tornei e competizioni di gaming professionistico, rivolti principalmente alla vivace comunità di giovani presenti nel territorio.

Il format, sulla scorta dei successi in America ed Europa, sarà la sede di tornei di giochi online ed eventi collegati al mondo dei giochi multiplayer.

L'esperienza, già testata in via sperimentale e temporanea a Milano con grande successo di pubblico, nella città veneta si prepara a diventare realtà permanente, nel giro di pochi mesi.

Accanto all'E-Sports Arena, atterreranno diversi nuovi servizi per l'accoglienza, fra cui uno spazio food nel padiglione 15 aperto al pubblico tutto l'anno, con tavoli per consumare e per discutere di innovazione, ricerca e business; un hotel con un target di 350 ca-

mere, spa e spazi espositivi, che sarà costruito e affittato a un gestore esterno entro il 2026 con un investimento di 22,5 milioni. Fra gli spazi già presenti, sarà recuperata la Sala Carraresi, l'edificio che sorge di fianco al centro congressi, e che ospiterà un business center e gli uffici di Padova Hall (altri 4,5 milioni di euro di investimento). Il nuovo quartiere sarà completamente inserito nella città, con tanto di nuovi nomi di vie private e numeri civici.

La riqualificazione riguarderà anche tecnologiche e investimenti in It e digitale. Saranno posati 17 mila metri quadri di pannelli fotovoltaici e sarà ammodernata l'infrastruttura tecnologica del quartiere: un'app di quartiere per rendere l'esperienza dei visitatori indimenticabile.

Il restyling sarà, infine, anche comunicativo. Per accompagnare il logo di Padova Hall nasce il nuovo brand Padova Exhibition che si affiancherà a quello di Padova Congress. Il logo riprende l'ala stilizzata di Mercurio (Dio del commercio), e riporta come *pay-off* «A trade hub since 1019», frase che lega la storicità della società con la sua mission.

Padova Hall diventerà il brand principale del quartiere, al di sotto del quale ci saranno i diversi busi-

Nel complesso da 48,5 milioni anche un hotel, un centro congressi e un business center

ness che verranno creati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Primo esperimento. Un evento della Milano Games Week tenutosi a ottobre 2019



COOP CULTURE

PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROGETTO
MANAGEMENT
DIRETTORE

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Meeting & Congressi

1 ottobre 2022

Perché un evento in... Veneto

scelti per voi

Padova Convention & Visitors Bureau

Il sito web della destinazione arricchito di servizi e l'apertura del nuovo centro congressi sono tra le novità di una meta in cui gli eventi respirano cultura

Padova, dove la vita è arte. Tra le tante sue bellezze si apre la porta al meglio anche agli organizzatori di eventi in cerca di una destinazione di grande fascino ed efficienza nei servizi. L'arte è protagonista in questa città che, dopo il riconoscimento dell'Orto Botanico nel 1997, ha ottenuto nel 2021 il secondo sigillo Unesco L'arte, la città, il diploma per i suoi pittoreschi affreschi del Toponno. Il Palazzo è anche luogo di studio e ricerca, con la sua Università tra le più antiche al mondo, che celebra ogni anno gli obitetti della ricerca, caratteristica che rende la destinazione ideale per "congressi" associati a meeting scientifico e universitari.

Incentivi ad hoc
Tra le novità della destinazione un ulteriore utile strumento di lavoro anche per gli organizzatori di eventi, sotto il marchio della destinazione, che li arricchisce di servizi, tra cui la primo-commercializzazione di esperienze e il booking operativo, www.turismopadova.it.

Padova Convention & Visitors Bureau, attivo da oltre dieci anni in ambito internazionale turistico e congressuale, fa da regia a numerosi progetti in ambito MICE, tra i quali il programma di sviluppo congressuale che, per eventi business con sostenimento, garantisce che mette a disposizione ben 1000 posti letto in strutture alberghiere, e in servizi - agli organizzatori per candidature ancora in corso o finalizzate al congresso - per i viaggiatori del territorio.

New entry e fare a richiesta a Padova Congressi, il centro congressi di recente apertura, con cui il convention bureau collabora costantemente sullo sviluppo progetti e attività, inoltre è in corso lo sviluppo di alcuni servizi, tra cui accordi con pubblici esercizi, ristoranti e strutture ricettive, proposte per servizi di trasporto personalizzati, corsi turistici e la creazione di offerte specifiche per il settore.

Padova la città offre ai congressi e meeting corporate un ampio numero di strutture alberghiere dedicate di alta qualità. Sono circa duecento gli hotel, tra i quali, quattro a tre stelle, per un totale di circa 10.000 camere. Il centro storico, allineato, è dalla zona della "Torre" ai "Colli", suggerisce vari usi di relax.

L'estate del 2022 è stata particolarmente "calda", grazie a numerose manifestazioni internazionali, tra cui Fopiac, il congresso europeo di pallacanestro, che con un'entusiasmo partecipativo, ha coinvolto diverse location nel centro cittadino, e il congresso mondiale di intelligenza artificiale presso Padova Congressi, con 1.000 partecipanti da 27 Paesi. E in autunno si preannunciano grandi eventi congressuali, tra cui quelli associati di Sapac, Summit e S2, per una nuova grande stagione di appuntamenti business.

1000 | settembre-ottobre 2022

Informazioni pubblicazione



COOP
CULTURE



4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Meeting & Congressi

1 ottobre 2022

Perché un evento in... Veneto



Rinnovato FERMENTO

Come la regione si reinventa per incontrare le nuove tendenze dello smart working, del nomadismo digitale e del turismo bleisure. Ce ne parla Federico Caner, assessore a Fondi Ue, Turismo, Agricoltura e Commercio della Regione Veneto

di SABIA LICCHIOLO

Le pandemie non è finita ma questo è stato il primo estate senza restrizioni come è cominciato il turismo in questi ultimi anni rispetto al Covid?

«Sicuramente oscillano tra due tendenze, la voglia di muoversi e di tornare a viaggiare e superare le restrizioni, da una dicono i dati dell'Osservatorio del Turismo Regionale Federato che sin dall'inizio dell'estate riportano «soprattutto al mare e al lago - fasce di occupazione dei posti letto molto elevate, e volte superiori a quelle pre-pandemia del 2019. D'altra canto troviamo anche la conferma di un turismo più sostenibile nella proposta di più responsabilità della fruizione: si stanno ac-

contando tendenze già presenti prima del Covid soprattutto nei mercati del nord Europa che per noi rimangono quelli di riferimento, e che guardano con attenzione ai temi della sostenibilità e alle consegne e dei cambiamenti climatici. Tutto questo sta rafforzando, anche nel nostro Paese e in Veneto, un'attenzione verso il turismo lento, verso i cosiddetti slow tourism, mountain road, gravel, i cammini e verso nuovi prodotti turistici, tra cui il turismo dei luoghi letterari, il turismo musicale e il film-tourism tourism».

Qual'è uno dei principali sfide del post-pandemia per il turismo nella regione Veneto con par-

XVI | settembre-ottobre 2022

meeting@ congressi

Scelte rivoluzionarie? «Il segmento del Mice è tra quelli che più hanno subito l'impatto e le conseguenze della pandemia, ma è anche un settore costituito da imprese e professionisti molto dinamici e reattivi ai cambiamenti: probabilmente alcune delle modalità di lavoro e di relazioni al business che abbiamo acquisito e appreso durante il Covid sono entrate a fare parte della nostra quotidianità e quindi questo comporta anche un necessario cambiamento nell'offerta Mice che porterà a incentivare forme "ibride" di partecipazione a eventi, congressi, meeting, ma questa potrebbe anche amplificare la portata di alcuni eventi, che poi tutta la nuova frontiera legata al benessere (wellness&retreat), al nomadismo digitale e al lavoro in luoghi insoliti, borghi, siti UNESCO dove bellezza e sostenibilità vanno a braccetto o la trasformazione di alcuni spazi in sedi di co-working, etc. La Regione del Veneto intende supportare questa fase di transizione, appoggiando le iniziative del network dei convention bureau del Veneto sia nelle candidature di eventi, ma anche in percorsi formativi e di orientamento all'innovazione del segmento Mice. Siamo una Regione in grado di mettere in campo candidature diffuse che fanno perno sulla varietà di destinazioni ed eccellenze, arricchita oggi anche da vignetti infrastrutturali di grande rilievo per tutti il nordovest. Certo i Congressi di Padova progettati dall'architetto giapponese Hengo Numa, inaugurato lo scorso 7 aprile alla presenza del Presidente Zaiu, è il palazzo dei congressi più grande del Veneto (3,5a posto al mondo, suddiviso tra i 1.565 metri della Gioiello, 1.605 della sala Mantegna e i restanti 780 della sala sei

salotti modulari), ciascuna fino a 500 poltroncini e con il più grande schermo digitale d'Europa e tecnologie all'avanguardia. Con queste punte di diamante riusciamo sicuramente a rilanciare il segmento Mice del Veneto».

Questi strumenti avete messo in campo per far fronte alle difficoltà del segmento?

«La Giunta e il Consiglio regionale hanno approvato lo scorso aprile il nuovo Programma Regionale per l'utilizzo dei fondi delle Politiche di Coesione 2023-2027, quasi raddoppiando le risorse della precedente programmazione, e per il turismo in particolare sono stati stanziati quasi novanta milioni di euro, sia il negoziato con la Commissione Europea, attualmente in corso si concluderà positivamente, ci saranno a disposizione delle destinazioni del Veneto cinque milioni di euro per la loro trasformazione in rete e proposte Smart Tourism Destination, ovvero l'utilizzo delle tecnologie per rendere più friendly la visita delle nostre città e di questo ovviamente beneficeranno anche le iniziative e gli eventi collegati alla meeting industry, quasi quaranta milioni di euro saranno indirizzati alla segnalazione delle nostre imprese ricettive, anche in vista delle olimpiadi invernali del 2026, per favorire la loro piena accessibilità e in ottica di transizione digitale e green. Il resto sarà rivolto a cura di prodotto e ad aggregazioni di imprese per lo sviluppo di nuovi prodotti turistici e per rafforzare la domanda nei mercati internazionali».

Il turismo, insieme allo cultura è uno delle sei "missioni" del Pnr. Ci può ricordare in concreto

Federico Caner, assessore a Fondi Ue, Turismo, Agricoltura e Commercio della Regione Veneto

Sotto: Palazzo San Marco, il salotto di Venezia mentre anche il villaggio più invernale



XVIII | settembre-ottobre 2022

Perché un evento in... Veneto



Scopri Punta San Vigilio, sul versante orientale del Lago di Garda

Sotto: Lido di Jimoli, vicino località balneare d'alta turistica spiaggia sabbiosa

questi sono i principali obiettivi per il turismo congegnato nella Regione che beneficiano dei fondi del Next Generation EU?

«In realtà, come sapete quasi tutto lo sforzo del Pnr per il turismo sono a gestione statale ovvero del Ministero del Turismo, del Ministero per lo Sviluppo Economico e delle rispettive agenzie per il sostegno al credito delle imprese attraverso strumenti finanziari (fondi di rotazione, fondi di garanzia, tax credit), noi siamo coinvolti direttamente nella strutturazione del Tourism Digital Hub - lo strumento per implementare l'offerta turistica su Italia - e andiamo ad alimentare attraverso il Destination Management System regionale che è a disposizione gratuitamente di

tutte le destinazioni del Veneto, delle reti di imprese e anche del network dei convention bureau. Sul versante della cultura siamo stati invece coinvolti nella selezione del progetto pilota per una delle due mura sui borghi e la nostra struttura ha selezionato Riccione in ottica di rigenerazione e rilancio di quella cittadina turistica».

Veneto è la prima città italiana a poter disporre di strumenti di gestione del flusso turistico come le iniziative sulla sostenibilità (green tourism) come pensa di questa innovazione? Dobbiamo passare avere che si avvia anche sul settore degli eventi orientati?

«Il "porto" di Venezia, la festività del primo maggio della Partecipazione e del Corriere Danese hanno dimostrato che le criticità che avevamo vissuto pre-pandemia sono ormai attualizzate il problema per Venezia non sono i flussi standard, ma le migliaia di escursionisti giornalieri. E chiaro che questo tipo di flussi vanno per lo meno governati e programmati e le misure che si stanno adottando (spinta relativa alla "prenotazioni") dell'ingresso ma anche la riduzione delle locazioni vanno in questa direzione, ma non di farci un limite all'ingresso, chi verrà venire a Venezia nel giorno più "caldo", quelli da barile non, dovrà però deciderlo per tempo e gli costerà un po' di più. Questo dovrebbe ridurre la congestione dei flussi, ma tutti potranno continuare a venire a Venezia godersi della sua bellezza ma anche tenendo conto della sua fragilità».

XVIII | settembre-ottobre 2022



COOP CULTURE



PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

DMA MANAGEMENT DESTINAZIONI

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Meeting & Congressi

1 ottobre 2022

Perché un evento in **Veneto**



Dettagli unici

Una regione completa e bellissima, ma al contempo al passo con i tempi e pronta a interpretare le mutevoli richieste del mercato, da visitare seguendo ritmi slow e circuiti fuori dalle rotte comuni

di **MARA SCORNIOLDI**

Sopra: il vigna di Prosecco di Valdobbiadene

XX | settembre-ottobre 2022

meeting@congressi

L'Unesco ha scelto anche le opere murarie di difesa veneziana che attraversano gli Stai fra Italia, Croazia e Montenegro e che per il Veneto includono la città di Peschiera del Garda, la città fortificata a forma di pentagono. Ecco quindi qualche proposta, necessariamente non esclusiva, per scoprire questo territorio in itinerari tematici e per aree geografiche e che toccano località note e altre meno conosciute ma accumulate da grande fascino e dettagli unici, per un soggiorno indimenticabile.

Strade del vino e percorsi enogastronomici

Ben 14 Doc e 33 Doc: questo il patrimonio viticolo del Veneto, una regione dove la cultura dei buoni vini assume dimensioni da record: i dati del report regionale 2020 parlano di 1,24 mila ettari prodotti e di un export pari quasi al 35% delle esportazioni nazionali, per un valore di 3,8 miliardi di euro, principalmente verso i mercati di Usa, Germania e Regno Unito, seguiti da Canada e Svizzera. Un vero e proprio tesoro quello della produzione vitivinicola, che si riflette in itinerari ad hoc in grado di valorizzare questo inestimabile patrimonio. È veneto la più antica Scuola enologica d'Italia, l'Istituto Cerletti, fondato nel 1876 a Conegliano, nel cuore della Strada del Prosecco e vini dei Colli Conegliano e Valdobbiadene, che si snoda in un susseguirsi di scorci collinari dai delicati panorami, passando per vari borghi ed osterie e arrivando in quello che è



Il "cu" per eccellenza dell'area Doge Conegliano Valdobbiadene, la collina del Cortice, da cui si ricava l'omonimo pregiato spumante. Il percorso si conclude a Valdobbiadene, con edifici dal sapore neoclassico come il Municipio, il maestoso campanile settecentesco e il Duomo, il percorso enogastronomico delle Strade del vino permet-

Sopra: Prosecco dello Stai, uno degli scorci più scenografici di Prosecco

Sotto: il Lago di Gardo è punteggiato da borghi e osterie abitate dove il tempo sembra essersi fermato



settembre-ottobre 2022 | XXI



COOP CULTURE

PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROSECCO MANAGEMENT INTERNATIONAL

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

meeting
congressi

L'Unesco ha scelto anche le opere murarie di difesa veneziana che attraversano più Stati: Italia, Croazia e Montenegro e che per il Veneto includono la città di Peschiera del Garda, la città fortificata a forma di pentagono. Ecco quindi qualche proposta, necessariamente non esclusiva, per scoprire questo territorio in itinerari tematici o per aree geografiche e che toccano località note e altre meno conosciute, ma accomunate da grande fascino e dettagli unici, per un soggiorno indimenticabile.

Strade del vino e percorsi enogastronomici
 Dal 14 Doge a 33 Doge, quando il patrimonio vinicolo del Veneto, una regione dove la cultura del buon vino assume dimensioni da record. I dati del report regionale 2021 parlano di 174 mila ettari prodotti e di un export pari quasi al 30% delle esportazioni nazionali, per un valore di 1,8 miliardi di euro, principalmente verso i mercati di Usa, Germania e Regno Unito, seguiti da Canada e Svizzera. Un vero e proprio tesoro quello della produzione vitivinicola, che si riflette in itinerari ad hoc in grado di valorizzare questo inestimabile patrimonio. È veneta la più antica Società enologica d'Italia, Istituto Cavinelli, fondato nel 1876 a Conegliano, nel cuore della Strada del Prosecco, nel cuore della Strada del Prosecco, e vini dai Colli Conegliano e Valdobbiadene, che si snoda in un susseguirsi di accenti collinari dai deliziosi panorami, passando per vari borghi ed osterie e arrivando in quello che è



Il "cuore" per eccellenza dell'area Doge Conegliano Valdobbiadene, la collina del Carizze, da cui si ricava l'omonimo pregiato (spumante) il percorso si conclude a Valdobbiadene, con edifici dal sapore neoclassico come il Municipio, il maestoso campanile settecentesco e il Duomo. I percorsi enogastronomici della Strada del vino permet-

Sopra: Foto aerea vista una degli scenici paesaggi di Portofino

Sotto: Il Lago di Garda è punteggiato dai borghi e cittadine storiche dove il tempo sembra essersi fermato.



settembre-ottobre 2022 | 100

Perché un evento in... Veneto



Lo storico Parco Pinco attraverso l'Alga a Venezia

tono di scoprire piccoli tesori che rendono magico il viaggio, come quello che è considerato il più antico reperto pittorico di tutta Europa, datato 70 mila anni fa "Lo Scaiano", dipinto con ocra rossa. Tutta l'area del Parco Nazionale della Lessinia tutta provincia di Verona contiene luoghi di interesse archeologico che testimoniano la presenza dell'uomo di Homo-Sapiens (cortinella anni fa) e Sapiens Sapiens (70 mila anni fa). Il Parco fa parte della Strada del Vino Valpolicella, che parte dal borgo di San Giorgio ir che tocca luoghi di interesse naturalistico come il Parco delle Cascate di Molina, con rocce a picco, laghetti, grotte e un interessante Museo Botanico. Non solo vino, ma anche la cucina gastronomica come il radicchio negli itinerari a terra: la Strada del Radicchio di Treviso è il centro storico di Treviso per passare all'Orto naturalistico del Mulino Cervina e tornare a Castelfranco, cittadina dalle mura merlate e dal castello del XII secolo, il cui Duomo ospita una celebre Pala del Giorgione. Per essere autentici, il Radicchio Rosso di Treviso Igo deve provenire dall'area compresa tra le province di Treviso, Padova e Venezia, deve essere ottenuto secondo la tradizionale tecnica di "foratura e imbottimento"

e presentarsi con la tipica forma lanceolata. L'importanza della produzione vitivinicola si esprime anche attraverso gli eventi che caratterizzano il periodo della vendemmia, come la festa dell'uva e del vino a Bardolino, che si tiene ogni anno a fine estate, con concerti e degustazioni nella celebre località sulla sponda orientale del lago di Garda. Il Bardolino è caratterizzato da un colore rosso brillante: ha invece il vino vitificato in rosso si ha il Charetto e può essere chiamato Bardolino Classico solo se prodotto nei comuni di A.S. Bardolino, Cavusin, Veronese, Costermano, Garda e Lasio.

Un tuffo dove le bandiere sono blu
 Sono nove le Bandiere Blu assegnate alle località balneari della regione nel 2022: da nord Bibione, Caorle, Eraclea Mare, Jesolo, Cavallotti, Treporti, Lido di Venezia, Scarmansera, Rosolina e Porto Tolle. È molto amata dalle famiglie per le lunghe spiagge dorate dai fondali bassi, che ricoprono gli otto chilometri di arenile e per il mare più pulito di quanto ci si aspetti. Bibione è una delle destinazioni turistiche più gettonate della regione perché offre relax, svago e divertimento. La sua conformazione peculiare - una penisola legata alla terraferma da due valli

settembre-ottobre 2022 | 100

Perché un evento in... Veneto



strivo di terra - ne accentuano il fascino ancora un po' sottile, con una pineta di Casello e Casello tutte da esplorare anche a cavallo e in kayak. Località business vivaci e moderne, l'isola è apprezzata per le spiagge attrezzate, le tante opportunità di divertimento, le varie attività sportive e le piste ciclabili che partono dalla cittadina per diramarsi in percorsi naturalistici che collegano il Sole e il Mare. Qui ci sono diverse strutture per le Mice, tra alberghi, locazioni e centri congressi - come quello presso il Kamaid, con tre sale ben dotate, con capienza variabile da 24 a quasi trecento posti - E l'area dei campi e dei villaggi vacanziari, per una sosta tra mare e pineta e senza barriere architettoniche per favorire l'inclusività. Il Villaggio San Paolo ne è stato protagonista. Cavallo ha da poco inaugurato l'ultimo tratto della pista ciclabile sospesa sulla laguna, per favorire un turismo sempre più "slow", che vive il viaggio e la vacanza in modo più consapevole e responsabile, rispettoso del silenzio, della natura lagunare, con oltre 200 specie di uccelli. Ed è immersa in un bosco naturale Eraclea Mare, chiamata "pena verde dell'Adriatico" proprio per questa sua peculiarità green. Circondata dalla pineta e con un lungo litorale di sabbia bianca e apprezzata da famiglie, sportivi e amanti del relax. Ben più moderna è invece la spiaggia dorate

settembre-ottobre 2022



COOP
CULTURE



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

DM
MANAGEMENT
JUR
ESTRINTE

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Perché un evento in... **Veneto**



Villa Barbaro: uno dei più grandi capolavori architettonici di Andrea Palladio

Al 1886 è raggiungibile via terra e via mare e offre uno scenario incantevole. Da non perdere: le barche di Santa Giuliana, il borgo Riva di Porto Levante, amato dai turisti perché sembra un tipico villaggio di pescatori. Poco lo sanno ma qui c'è anche un campo di lavanda che offre un piccolo assaggio di Provenza. Il campo di lavanda polesana, vicino a Porto Tolle (Scaudella Cu' Medol). La zona offre anche vari musei, come il Museo Regionale della Bonifica, museo di archeologia industriale che racconta il lavoro svolto per rendere vivibile queste terre, e il Museo Tracina del Rio, dedicato a questo strumento che qui è realizzato artigianalmente.

Venezia, un patrimonio da preservare

Soprattutto amata, raccontata con ogni forma possibile di espressione artistica, che tuttavia non può rendere giustizia a uno dei Siti UNESCO più straordinari del mondo. Dal prossimo anno Venezia sarà un dei più profeta grazie agli accordi su promozione, ma questo non ha frenato un calendario foltoissimo di appuntamenti per il 2023. Abbiamo già visto che sarà l'anno della Biennale di architettura e del Salone nautico, che si aggiungono agli imperdibili, e consueti, appuntamenti con il Carnevale, la di febbraio, con la Festa del Redentore (26-27 luglio), la Regatta Storica (la settembre), la Festival del Cinema (21 agosto-20 settembre), il 15 e 16 ottobre si terrà la Venice Hospitality & Challenge (Gran premio della città di Venezia, regala tra oltre 10 mega yacht rappresentativi di altrettanti hotel di lusso della città, patrocinata dal Comune di Venezia). Anche la Venice Marathon (23 ottobre) è sempre un'occasione per vivere la città in una visita inedita insieme ad altri concorrenti maratonisti.

Le città d'arte

Non c'è che l'imbarazzo della scelta. Partiamo da Padova, la città dei "tre sensi" (il santo senza nome, Sant'Antonio, per tutti "il santo", il "brabo" senza erba, cioè il Prato della Valle, una piazza dove non c'è l'erba e infine il caffè senza porri, cioè la storico caffè Padovani, un tempo

XXVIII | settembre-ottobre 2022

Perché un evento in... **Veneto**



Piurendo da Cortina d'Isopzzo: il privilegio di vivere in un luogo dove la natura è protagonista

Piurendo da Cortina d'Isopzzo è un luogo dove la natura è protagonista. Il paese è un gioiello di architettura e di saloni nautico, che si aggiungono agli imperdibili, e consueti, appuntamenti con il Carnevale, la di febbraio, con la Festa del Redentore (26-27 luglio), la Regatta Storica (la settembre), la Festival del Cinema (21 agosto-20 settembre), il 15 e 16 ottobre si terrà la Venice Hospitality & Challenge (Gran premio della città di Venezia, regala tra oltre 10 mega yacht rappresentativi di altrettanti hotel di lusso della città, patrocinata dal Comune di Venezia). Anche la Venice Marathon (23 ottobre) è sempre un'occasione per vivere la città in una visita inedita insieme ad altri concorrenti maratonisti.

Piccoli tesori di arte e cultura

Non solo i capoluoghi di provincia, ma un intero territorio disseminato di borghi e cittadine che sono vere e proprie sorgenti preziose di storia e cultura. Non parlano di Vicenza, Mantova è nota per la partita a scacchi viventi che si tiene ogni secondo venerdì di settembre degli anni pari. Lo spettacolo, con oltre 500 figuranti, dura circa due ore. È circondata di coltini e caratterizzata da un centro storico medioevale vivace e

XXX | settembre-ottobre 2022

meeting@ congressi



Capri e tra le località balneari più note del Veneto, dove il mare viene scoperto dai ritmi lentissimi e dalla buona cucina di base di prodotti locali

Capri e tra le località balneari più note del Veneto, dove il mare viene scoperto dai ritmi lentissimi e dalla buona cucina di base di prodotti locali.

XXVIII | settembre-ottobre 2022



COOP CULTURE



PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

DM ASSOCIATI

CONVESSIONI

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Meeting & Congressi

1 ottobre 2022

Perché un evento in... Veneto meeting congressi



Una destinazione sempre più smart

Il Veneto sa richiamare i visitatori con un'offerta turistica tra le più complete e all'avanguardia, sia per il turismo leisure, sia per quello business: città d'arte uniche al mondo, mare punteggiato da bandiere blu, montagne protette dall'Unesco, eleganti località termali e un'entroterra all'insegna della natura, arricchito da ville storiche e fiumi navigabili

DI cici Veneto si pensi a una delle regioni con il Pil più alto d'Italia (31.651 euro nel 2019, superiore del 13,5% alla media nazionale). Grazie alla produttività delle imprese, ai distretti industriali e a un'agricoltura fiorente, grazie a un territorio fertile e pianeggiante, ma anche ricco di pendii ideali per la ricca produzione vinicola. Pensa a una regione sportiva, adatta al lavoro e sempre pronta a rimboccarsi le maniche, ma, se non ci si sofferma al primo sguardo, si scopre una regione perfettamente in grado di cogliere e valorizzare il lato più gioioso di questa opportunità, e capace di creare infinite occasioni per non negarsi i piaceri dell'arte e della musica, del divertimento e del relax, del buon cibo e degli eccellenti vini. Una regione che sa richiamare i visitatori con un'offerta turistica tra le più complete e all'avanguardia, sia per il turismo leisure, sia per quello business. Prima regione italiana per presenze turistiche, e la regione di Veneto - seconda città più visitata d'Italia, con quasi 13 milioni di ospiti registrati nelle strutture ricettive pre-pandemia (dati Istat 2019) - è questo già basterebbe per spiegarne l'attrattiva per i visitatori. Ma se parliamo di città non possiamo non ricordare Verona tra le prime venti città più visitate del Belpaese, che è ospitata alla grande con la stagione dei concerti all'Arena e che si è posta l'obiettivo del mezzo milione di spettatori nel 2022. A Padova, tra le poche città al mondo ad avere due Siti Unesco (l'Orto Botanico, anche gli affreschi del XV secolo) e tra le prime trenta località italiane per numero di visitatori accolti nelle strutture ricettive. Ma è anche la regione delle ville palladiane, sempre più apprezzate per gusto e privacy da un turismo raffinato e alla ricerca di alternative di qualità alle mete più battute. Con oltre duecento impianti termali, è la regione del benessere, propizia verso un ecosistema sempre più evoluto di wellness - e del turismo benessere - vero turismo turistico dopo lo stop per la pandemia, che ha permesso di tornare ai numeri pre-Covid, con offerte per ogni tipo di vacanza, dal divertimento di Jesolo ai lotti raffinati di Caorle, fino a un soggiorno a misura di famiglia a Bibione. Difficile immaginare una regione più completa dal punto di vista delle varietà del territorio e delle potenzialità turistiche: ai 120 chilometri

settembre-ottobre 2022

Perché un evento in... Veneto



Le abissistiche

Te Cane di Luvonzo

ta d'Italia, con quasi 13 milioni di ospiti registrati nelle strutture ricettive pre-pandemia (dati Istat 2019) - è questo già basterebbe per spiegarne l'attrattiva per i visitatori. Ma se parliamo di città non possiamo non ricordare Verona tra le prime venti città più visitate del Belpaese, che è ospitata alla grande con la stagione dei concerti all'Arena e che si è posta l'obiettivo del mezzo milione di spettatori nel 2022. A Padova, tra le poche città al mondo ad avere due Siti Unesco (l'Orto Botanico, anche gli affreschi del XV secolo) e tra le prime trenta località italiane per numero di visitatori accolti nelle strutture ricettive. Ma è anche la regione delle ville palladiane, sempre più apprezzate per gusto e privacy da un turismo raffinato e alla ricerca di alternative di qualità alle mete più battute. Con oltre duecento impianti termali, è la regione del benessere, propizia verso un ecosistema sempre più evoluto di wellness - e del turismo benessere - vero turismo turistico dopo lo stop per la pandemia, che ha permesso di tornare ai numeri pre-Covid, con offerte per ogni tipo di vacanza, dal divertimento di Jesolo ai lotti raffinati di Caorle, fino a un soggiorno a misura di famiglia a Bibione. Difficile immaginare una regione più completa dal punto di vista delle varietà del territorio e delle potenzialità turistiche: ai 120 chilometri

IV | settembre-ottobre 2022



COOP CULTURE

PADOVA CONVENTION & VISITORS BUREAU

DMG MANAGEMENT DESTINATIONS

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

meeting@congressi



Crati Serici e delle Piccole Dolomiti. La città del Palladio è la destinazione perfetta per chi vuole progettare un evento che coniughi storia e modernità. Location storiche e centri congressivi con elevati standard tecnologici sono a disposizione per eventi di ogni tipo, come il Teatro Olimpico – il primo teatro coperto al mondo – e la Basilica Palladiana, maestoso palazzo con ampio salone, loggiate e terrazza panoramica. E poi le ville cinque- e seicentesche sono la sede ideale per eventi "su misura", dal seminario aziendale alla cena di gala, immersi nel verde della campagna vicentina ma a soli pochi chilometri dai più importanti snodi autostradali. Per i congressi e per i grandi numeri c'è il nuovo centro congressi di Italian Exhibition Group struttura multifunzionale con 18 sale, un auditorium da 700 posti a sedere, spazi modulari fino a novemila persone e 5 mila metri quadrati di spazi espositivi. E poi il Teatro comunale, dotato di tecnologia all'avanguardia, il centro congressi Coda e numerosi hotel, con sale e ante meeting moderne e attrezzate. E poi, naturalmente, c'è Venezia, con il suo universo di opportunità. Per organizzare un evento qui il riferimento è Vira, società pubblica che gestisce il marchio Venezia Unica, il marketing della città di Venezia e la valorizzazione degli asset e delle location, anche con altri soggetti che operano a Venezia e nel territorio metropo-

litano come in particolare La Sava Servizio. L'offerta di Venezia per chi organizza eventi e congressi non ha uguali per scolarità e prestigio: il centro congressi del Palazzo del Cinema, il Casinò di Lido, l'isola di San Servolo, Palazzo Ducale, Arsenal e gli spazi pubblici, con un occhio alla sostenibilità. Eventi card dedicati ai congressisti, infatti, favorisce la mobilità su trasporto pubblico. E poi gli eventi, a cui poter partecipare anche da protagonisti, con copilote o con interventi personalizzati: il dinner-show ufficiale del Carnevale, cena di gala a Palazzo Ducale per la festa del Redentore, parco delle autorità alla Regata Storica, le attività di pre/post congressi in collaborazione con istituzioni culturali quali il Casinò di Venezia, La Fenice, i Musei Civici e infine, La Biennale.

Da segnare in calendario
La Biennale di Architettura torna con la stessa intensità dal 20 maggio al 26 novembre 2022 (con pre-apertura il 18 e il 19 maggio) dopo che l'edizione 2021 ha totalizzato trentacinquemila presenze e che come sempre potrà contare su una nutrita serie di eventi collaterali, installazioni, convegni e simposi che tradizionalmente accompagnano la Mostra Internazionale di Architettura. A maggio e parla anche la quarta edizione del Salone nautico di Venezia dal 31 maggio al 4

Il mondo di Lido di Jesolo: chilometri di ampie spiagge di sabbia dorata

Perché un evento in Veneto



Un dettaglio della Basilica del Palladio nel cuore di Venezia

giugno), che nel 2022, con duecento espositori, duemila operatori e più di cinquanta eventi correlati ha attirato oltre trentamila visitatori. L'edizione 2022 si è svolta secondo un salutare di gestione sostenibile che ha ricevuto la certificazione Iso 20121:2013 e il trend proseguirà anche nelle prossime edizioni. Ma il 2023 sarà caratterizzato anche da eventi di grande importanza culturale, con l'obiettivo dichiarato di "innalzare i livelli qualitativi dell'offerta culturale nel territorio, promuovendo il tessuto culturale del Veneto, attraverso una proposta coordinata e diffusa, che valorizzi tutte le espressioni artistiche, volta anche alla razionalizzazione delle risorse finanziarie e strumentali". Così sancisce l'Accordo di collaborazione tra Regione, amministrazioni provinciali del Veneto e la Città Metropolitana di Venezia per il progetto "NetEventi Cultura Veneto 2022". L'accordo prevede un'azione coordinata per promuovere e qualificare l'offerta culturale, coordinare le iniziative sul territorio al fine di razionalizzare le proposte, creando reti e sinergie e valorizzando il patrimonio di interesse storico, architettonico e ambientale. La Regione assisterà il progetto con un impegno finanziario di ladolla euro suddivisa in ventimila euro per ciascuna Provincia e per la Città Metropolitana di Venezia. Non poteva quindi che puntare sulla cultura il ricco calendario di appuntamenti dell'autunno e dell'inizio 2023. Fino al 6 gennaio, per esempio, si potrà visitare la Cappella degli Scrovegni di sera, nell'ambito dell'iniziativa "Gotto sotto le stelle" (gottoestetista.it) un'esperienza suggestiva e coinvolgente, con l'opportunità unica, attraverso il doppio binario di vista, di trascorrere ben quaranta minuti sotto il cielo striato di Gotto.

Sempre il gennaio, al Teatro Accademia di Conegliano, arriva "Omaggio a Marinone – Musiche da Oca", spettacolo dedicato al genere musicale e alla carriera di Ennio Morricone. C'è tempo fino al 29 gennaio per non perdersi la mostra "Andy Warhol, icona Pop" al Centro Abitare di Padova. Ecco aprire tra disegni, incisioni, serigrafie, stampe, sculture e cartoline dell'artista pop per eccellenza. Sempre Padova, a Palazzo Zabarella, ospiterà, fino al 26 febbraio, la mostra "Futurismo: la nascita dell'avanguardia", con cento opere di cui alcune esposte raramente o persino mai esposte prima. Fino al 26 febbraio, invece, ci si potrà immergere nell'arte neoclassica al Museo civico di Bassano del Grappa, che rende omaggio ad Antonio Canova a duecento anni della sua scomparsa. La mostra "Io Canova, genio europeo", che conta su importanti prestiti nazionali e internazionali, indaga su alcuni aspetti anche meno noti della vita e dell'opera del grande scultore. Cultura non solo come arti figurative e musicali, ma anche come riscoperta del valore della scienza: si è inaugurato a maggio di quest'anno e proseguirà fino a marzo 2023 il Grand Tour delle scienze che l'Università di Padova, in occasione dell'ottocentesimo dalla sua fondazione (1332-2022), propone aprendo alla cittadinanza i suoi più prestigiosi luoghi della scienza (tutti i sabati e le domeniche).

I numeri del turismo 2022

I dati del Bollettino socio-economico del Veneto pubblicato a cura dell'Ufficio Statistica della Regione del Veneto e realizzato a partire dai dati Istat premiano il turismo, anche se si tratta ancora prevalentemente di un turismo domestico. Le presenze turistiche nel primo quadrimestre del 2022 sono più che triplicate rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente anche se non si sono ancora raggiunti i livelli del 2019 (-19,9%). Tra le destinazioni vola il Lago di Garda. Recuperano montagna e terme, mentre le città d'arte sono ancora penalizzate. Le presenze degli italiani risultano allineate a quelle di gennaio-aprile 2019, ma gli stranieri sono ancora un terzo in meno rispetto allo stesso periodo. Significativa la presenza dei turisti tedeschi (sono solo il 6,6% in meno nel primo quadrimestre 2022 rispetto agli stessi mesi del 2019). Guardando ai dati del 2021, lo scenario indica che la ripresa è stata per lo più merito del turismo domestico: nel 2021 i veneti hanno trascorso oltre otto milioni di notti nella propria regione (+11,2% rispetto al 2019), -8,5% nel primo quadrimestre 2022 rispetto allo stesso periodo del 2019).

settembre-ottobre 2022 | 08



PROSECCO
MANAGER
E
DESTINAZIONI

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Il Sole 24 ORE

4 ottobre 2022

Interporto di Padova apre un nuovo terminal per i traffici con l'Europa

Logistica

Già attivati due collegamenti internazionali: con Geleen (Olanda) e Colonia (Germania)

Marco Morino

Interporto di Padova, piattaforma logistica strategica per le imprese esportatrici del Nord Est, inaugura il nuovo terminal intermodale per semirimorchi con l'obiettivo di potenziare i traffici merci tra il Veneto e l'Europa. La presentazione ufficiale della nuova struttura avverrà domani, in occasione dell'apertura di Green Logistics Expo, il salone della logistica sostenibile in programma alla Fiera di Padova fino al 7 ottobre. Il nuovo terminal costituisce l'avamposto strategico dell'interporto di Padova

per nuove importanti collegamenti internazionali, rispondendo a una domanda in costante aumento, che solo nel 2021 ha visto +10% tra container e semirimorchi movimentati (in totale 396.802), +13% di treni merci caricati e scaricati nel terminal intermodale padovano (8.040 in tutto) e un valore della produzione di circa 40 milioni di euro (+8,4%).

Il nuovo piazzale, di 40mila metri quadrati, con ben 200 stalli per la sosta, è strategicamente realizzata a fianco del primo dei binari da 750 metri serviti dalle gru a portale elettriche, in modo che i semirimorchi possano essere caricati/scaricati attraverso di esse con un guadagno in termini di tempo ed efficienza. Al momento, sono attive due relazioni di treni intermodali completi di semirimorchi, una con Geleen in Olan-

da e l'altra con Colonia in Germania, ma grazie al nuovo terminal dedicato il numero dei collegamenti è destinato a crescere.

Dice Franco Pasqualetti, presidente di Interporto Padova: «C'è una grande richiesta di treni intermodali di semirimorchi per i collegamenti da e per l'Europa e con questa struttura potenziamo il nostro terminal intermodale. Accanto al container marittimo possiamo così movimentare con le gru elettriche a portale anche i semirimorchi, aumentando il numero di treni che l'interporto può gestire».

Interporto di Padova (i principali azionisti sono Comune di Padova, Camera di Commercio di Padova, Provincia di Padova) sta attraversando una fase di grande sviluppo. Continua Pasqualetti: «La nostra struttura cresce, continua a investire (25 milioni negli ultimi 3 anni, ndr) e genera utili, perché facciamo logistica in prima persona: i 280mila metri quadrati di magazzini sono di nostra proprietà e sono costantemente tutti affittati. E anche il terminal intermodale è di nostra proprietà e gestito direttamente da noi. Questo ci permette di essere vicini alle necessità delle imprese e di essere sempre aderenti alle richieste del mercato. Direi di più, in molti casi ci permette di cogliere in anticipo i trend futuri: è stato così con la scelta di dotare il terminal delle 5 gru elettriche a portale (una sesta si aggiungerà entro il 2023) e lo stesso accade oggi con la realizzazione di questo grande piazzale dedicato ai semirimorchi».

Il prossimo passo sarà la totale automazione delle attività di carico e scarico merci del terminal padovano. Tutto sarà gestito da software, grazie ai quali le gru, in una prima fase, sa-

ranno guidate da remoto in una sala controllo da gruisti che non siederanno più nell'usuale cabina sospesa. In un secondo momento, ogni operazione sarà gestita completamente dal computer e l'uomo avrà solo un ruolo di supervisione e verifica. Già oggi, solo con la digitalizzazione dei dati e l'automazione dei gate, la permanenza media nel terminal di un camion per il carico e lo scarico di un container è attorno ai 30 minuti anziché due ore come accadeva quando le operazioni erano tutte manuali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Interporto di Padova. Vista aerea del nuovo piazzale dedicato ai semirimorchi

B

COOP CULTURE

PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

ORGANIZZAZIONE
MANAGEMENT
DIRETTORIO

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

La Stampa

8 ottobre 2022

Fare sistema per valorizzare il bello e tesori dell'Italia per battere la crisi

A Padova la quinta tappa del tour di Gnn "Alfabeto del Futuro", dedicato alla capacità di fare innovazione

Laura Berlinghieri

Alzando lo sguardo, c'è l'abbraccio della carena di una nave. Il gigantesco cavallo in legno, copia rinascimentale di quello del monumento al Gattamelata di Donatello, posa lo sguardo sul palco in fondo alla sala, protetto da un pannello con una promessa: «Futuro». Tutto intorno, il grandioso ciclo di affreschi quattrocenteschi, che ha contribuito a progettare "Padova Urbe Pietra" tra i patrimoni Unesco. Quale scenario migliore per raccontare «le nuove rotte della bellezza», tema della tappa padovana dell'Alfabeto del futuro, progetto editoriale che consegna alle città dei quotidiani del gruppo Gnn nuove chiavi per leggere il divenire. Dopo gli appuntamenti di Mantova, Trieste, Genova e Udine (e avvicinandosi a Pavia, il 13 ottobre, e a Torino, il 27 ottobre) ieri pomeriggio il ciclo di incontri ha trovato casa a Padova, a palazzo della Ragione, nella centralissima piazza delle Erbe. Una delle tante tessere che, unite alle altre, compongono il mosaico di "bellezza" di questa città. «Si può pensare che parlare di bellezza, in un momento come questo, sia

inopportuno. Non è così». Le parole di Massimo Giannini, direttore di La Stampa e direttore editoriale dei quotidiani Gnn, a conclusione dell'evento, ne racchiudono il senso. Franco Bernabè veste anche i

suoi vecchi panni di amministratore delegato dell'Eni, tracciando i contorni per nulla rassicuranti dell'immediato futuro. Prospettive simili si colgono dalle parole di Cristina Balbo, direttrice regionale Veneto Ovest e Trentino-Alto Adige di Intesa Sanpaolo: «Ci sono imprese energivore che hanno bloccato le produzioni. E molte famiglie andranno incontro a un periodo di enormi difficoltà, accompagnato dal rischio del crollo del potere d'acquisto». Eppure, in mezzo a tutto questo, si riesce ancora a parlare di bellezza. Lo chiedono i cittadini padovani, ad esempio. Che, rispondendo a un sondaggio redatto dal Mattino di Padova, pretendono più valorizzazione del sistema delle Mura della loro città. Vogliono un turismo più verde e più slow. Chiedono un sistema unico di prenotazione online per monumenti, musei ed eventi. Ecco allora che la parola "bellezza" ne chiama immediatamente un'altra: innovazione. La seconda leva per parlare di futuro. Per questo, tra gli ospiti di ieri c'era una delle figure che più di ogni altra più impersona l'idea di "divenire", Daniela Mapelli, direttrice dell'Università di Padova: un ruolo che, da solo, fornisce l'idea del domani. Un domani che è concepito intrinseco allo stesso ateneo veneto, il primo che vede una donna laureata. Era il 1678 ed Elena Cornaro Piscopia conseguiva la Laurea in Filosofia. «Nel suo verbale di Laurea, per

la prima volta è stata declinata al femminile la parola "dottoressa", ha raccontato la direttrice, intervistata dal direttore dei quotidiani veneti Gnn Fabrizio Brambilla. È il passato che scommette sul futuro, vincendo. È quello di cui si è parlato nel panel condotto dal condirettore dei quotidiani veneti Gnn Paolo Cagnan. Il tema: l'innovazione. Anticipare, intercettare e presentarsi al futuro, già pronti. Lo sta facendo Pier Mattia Avesani, ceo di Ugi-do, lavorando a un videogioco per bambini con disturbi alimentari. «Entreranno e si muoveranno nel gioco, con il loro corpo» racconta. Lo sta facendo Monica Bortolami, responsabile comunicazione di Ez Lab, ceo e founder di Noima. La sua professione? Difendere la reputazione delle persone. E lo sta facendo Carlo Silvestrin, curatore di Super Walls, Biennale di Street Art. Nel suo caso, l'arte va a braccetto con la sostenibilità, l'altra sfida del futuro. Che è qui e ora, si può persino toccare. Lo si è fatto anche ieri, con l'evento che si è svolto su due piani paralleli: nel mondo "reale" e nel metaverso. Con un'incursione persino nella Cappella degli Scrovegni. È il genio che si intreccia alla bellezza, nella città dell'arte, della scienza e dello studio, che su questo connubio ha fondato la sua fortuna. —

Nelle sfide del domani il genio si intreccia alla bellezza e alla capacità di innovare



Durante l'evento di Padova il tema dell'innovazione nel campo artistico e culturale è stato affrontato in diversi panel, che hanno visto protagonisti esperti e innovatori che hanno raccontato le loro esperienze

B

COOP
CULTURE

PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

ORGANIZZAZIONE
E MANAGEMENT
DEI DESTINATORI

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Panorama

19 ottobre 2022

PIACERI_OLTRE IL TEMPO

ROMA - CAFFÈ GRECO
Fondato nel 1760 riccamente decorato, con tavoli di marmo su cui John Keats e Lord George Gordon Byron scrivevano caffè.




PADOVA - CAFFÈ PEDROCCHI
Fondato nel 1831, è stato un prestigioso punto d'incontro frequentato da intellettuali, accademici e uomini politici.

CORTINA - HOTEL DE LA POSTE
Nasce nel 1804 come stazione di posta e locanda. Con le Olimpiadi del 1956 diventa una meta prestigiosa e poi luxury hotel.

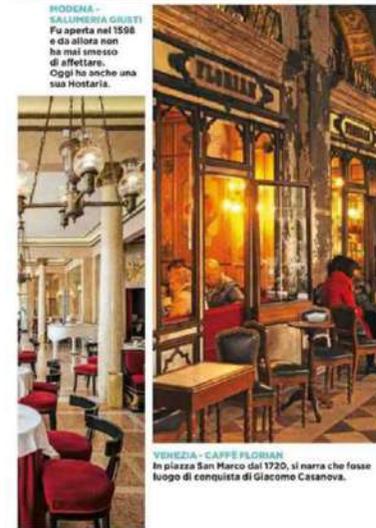


BOTTEGHE storiche d'Italia

70 | Panorama | 19 ottobre 2022



MODENA - SALUMERIA GIUSTI
Fu aperta nel 1598 e da allora non ha mai smesso di affettare. Oggi ha anche una sua Hostaria.



VENEZIA - CAFFÈ FLORIAN
In piazza San Marco dal 1720, si narra che fosse luogo di conquista di Giacomo Casanova.

Dalla Salumeria Giusti che a Modena è aperta dal 1598, ai secolari Caffè Florian di Venezia o Pedrocchi di Padova, o alla Fiaschetteria dov'è nato il Brunello di Montalcino nel 1888. Un'affascinante mappa ragionata dei **luoghi del buon vivere** nel nostro Paese.

di Carlo Cambi

Bisogna dar ragione al filosofo Karl Popper, almeno in questa occasione. Non c'è una storia, c'è «soltanto» un numero illimitato di storie. Sono quelle ci vengono incontro quando ci si siede a prendere il cappuccino là dove faceva colazione Giosuè Carducci o Giuseppe Mazzini, a sorseggiare un aperitivo nei luoghi in cui Giacomo Casanova scrutava le sue «prede», quando si ordinano i carciofi alla Cavour seduti esattamente al tavolino dove il conte Camillo padre dell'Italia unita era solito consumare il suo piatto preferito.

Sono i pezzi di vita e di fama racchiusi e tutelati nei cento e cento locali storici d'Italia. Un itinerario che aggiunge la leggenda dei secoli alla bellezza degli arredi, all'impeccabile qualità dei cibi offerti, alla raffinatezza delle boiserie, dei bronzi dorati, dei mobili liberty, dei quadri e delle tele o delle biancherie profumate, alle abilità artigiane di maestri cioccolatieri e pasticceri.

È nel centenario proiettato una meravigliosa, attraente e raffinata ricerca

19 ottobre 2022 | Panorama | 71

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

MONTALCINO - FIASCHETTERIA ITALIANA
Creato da Ferruccio Biondi Santi «inventore»
del Brunello nel 1865.



da temp che si può condurre da Bressanone a Palermo, da Venezia a Napoli, da Firenze a Portofino, da Roma a Cortina senza mai interrompere il romanzo dell'Italia del bello.

Anzi, è una delle tendenze del momento. Si può compiere un itinerario a tema per fare un viaggio nel passato godendo attualissime comodità decidendo di dormire in un albergo di duecento anni fa, di fare colazione in un caffè degli artisti, di pranzare a una tavola antica e di fare shopping in una bottega plurisecolare. È l'invito che a ogni inizio ottobre rivolge l'Associazione locali storici d'Italia (www.localistorici.it) con una manifestazione ad hoc che si prolunga per tutto il mese e scendrà anche a novembre. Quelli riuniti dall'Associazione - da 45 anni pubblica una guida dedicata che si può richiedere - sono 200 con un'età media di 150 anni, ma in Italia sono molti di più e l'elenco, nonostante le enormi difficoltà che il turismo e il commercio stanno incontrando in questi anni, si perpetua allungandosi.

Sarebbe anche il caso di rammentarsi

- con l'antico proverbio milanese - che se è vero che quando muore un vecchio è come se bruciasse una biblioteca, quando s'estingue un'antica bottega è come se evaporasse l'anima di una comunità.

Le norme che proteggono i locali storici funzionano a corrente alternata, perché la legge che tutto sovrasta è quella del canone d'affitto. Capita così che il censitore resti quello di un tempo, ma il contenuto cambi radicalmente. Lì dove si servivano le gozzaniane dolcemente alle «golose» - immortale fino alla votata delle cioccolaterie - oggi sovente si vendono mutande. Tuttavia c'è un'Italia d'antan che resiste e prospera.

Si può fare un tour dei caffè letterari: dal **Pedrocchi di Padova** che è il più grande di tutti, al più piccolo il **Bicerin** e il **Mulassano di Torino**. Uno dei più famosi al mondo è il **Caffè Greco a Roma**, che è anche la galleria d'arte più ampia esistente in un locale pubblico: è emozionante sedersi a quei tavoli di serpente levigati dal tempo e dalle consumazioni.

PALERMO - GRAND HOTEL DES PALMES
Nel 1874 diventa l'albergo di città più
alla moda. Un'eleganza che diviene
simbolo della cultura e dell'arte Liberty.



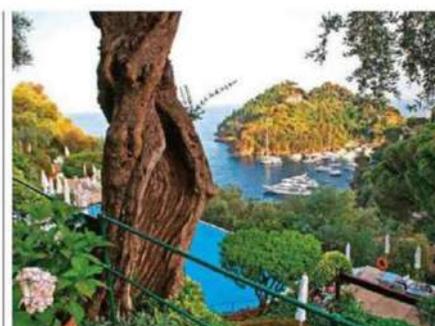
MILANO - ANTICA TRATTORIA DELLA
PESA Si trova dove, nel 1880, le merci
che giungevano da fuori città venivano
pesate per il pagamento del dazio.

Poi c'è il **Caffè dell'Ussaro** di Pisa dove Giuseppe Mazzini incendiava gli animi degli studenti. La teoria del Caffè è infinita: a Trieste in piazza Unità d'Italia c'è il **Caffè Specchi**. Qui si può avere l'illusione di convivere con Zeno e i suoi travagli di coscienza così mirabilmente narrati da Italo Svevo. A **Venezia al Florian** ci si aspetta di condividere un divanetto in velluto rosso con Giacomo Casanova (è questo il caffè più elegante al mondo, seicentesco tutto sticchi e specchi). A **Firenze** da **Paszowski** (per i fiorentini è il Pazzi in riferimento agli eccentrici che nell'Ottocento erano clienti fissi) si sentono arie risorgimentali. Al **Caffè Meletti di Ascoli Piceno** si sentono nostalgie alchemiche e idee eretiche con Cecco d'Ascoli, al **Cova di Milano** si respira aria di successi borghesi.

Ci sono luoghi apparentemente minori, ma da dove è passata una grande storia. Così la **Fiaschetteria Italiana** a Montalcino oltre ad offrire il meglio in fatto di Brunello ci ricorda che fu fondata da un giovane gariboldino in cerca di una nuova pace, poi c'è il **Caffè del Tasso a Bergamo** dove il Generale reclutava i suoi Mille e l'antica **Focacceria San Francesco a Palermo** dove Garibaldi e i suoi si rifocillarono con pane e panelle.

In fatto di gastronomia un bevido assoluto è varcare la soglia della **Salumeria Giusti**, con **annessa Osteria**, a **Modena**. Fu aperta nel 1598 da signor Giovanni Francesco Zusti iscritto nell'elenco dei «lardaruoli e saliscicciar» e da allora non ha mai smesso di affettare.

Così come dalla fine del Settecento a **Napoli** si può comprare cioccolata da **Gay-odin** o a **Bassano del Grappa** i distillati alla **Bottega Nardini**. Ci sono le pasticcerie eterne come **Sandri a Perugia** e luoghi del mito come la **Locanda del Cerriglio**, nel capoluogo campano, che sta lì dalla fine del Duecento. E poi ci sono i posti imperdibili. Due legati a



PORTOFINO - SPLENDIDO HOTEL
Nel Medioevo era un monastero.
È diventato un luxury hotel agli inizi
del Novecento. Oggi è del gruppo Lvmh.



VERONA - ANTICA BOTTEGA DEL VINO
Alfonda le sue radici nel XVI secolo, ma
si chiamava Osteria lo Scudo di Francia.
Dal 1890 porta il nome di oggi.

Ernest Hemingway: il mitico **Harry's Bar** a Venezia, l'**Hotel de La Poste** a Cortina. Raffinatisimo lo **Splendido di Portofino**, antichissimo e unico a Bressanone l'**Elephant Hotel** - è stato aperto nel 1490. Sempre nel centro altoatesino c'è un locale ancora più antico dove si mangia: l'**Ostie Securo** risale al 1200.

La teoria dei ristoranti è infinita. Si va dalla **Trattoria della Pesa**, a Milano, a un luogo leggendario per gli appassionati di Bacco: l'**Antica Bottega del Vino** a Verona. Una tavola che dice tutto nel nome è **La Matriciana** a Roma davanti all'Opera, aprì i battenti per sfamare l'alta borghesia del Regno appena riunito. Ha molto a che fare con l'Unità d'Italia **Suban** a Trieste, ha moltissimo a che fare con la storia di Napoleone l'**Antica Locanda Mincio** a Valeggio. Ma forse il locale storico che tutto racchiude narrando la forza evocativa di queste alcove del buono e del bello sta in piazza di Spagna a Roma: è **Babingtons** la prima sala da tè aperta fuori dall'Inghilterra.

© IMMAGILOCATOR RISERVATA
19 ottobre 2012 | L'Espresso | 73

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Repubblica.it

21 ottobre 2022

Padova, sono italiani i creativi del più grande video mapping realizzato in un sito Unesco



Dal 3 novembre al 18 dicembre, oltre un mese di proiezioni e animazioni 3d nel salone di Palazzo della Ragione, tra i siti inseriti nel percorso che valorizza i cicli affrescati del XIV secolo della città veneta

Se il nuovo racconto dei beni culturali passa anche per l'hi-tech, il nuovo "Umanesimo Digitale" oggi sembra farla da protagonista. E tra le eccellenze, c'è anche l'Italia. Sono originari della Sicilia, i creativi che stanno dietro la grande macchina del più grande video mapping mai realizzato all'interno di un bene Unesco: si tratta del salone pensile di Palazzo della Ragione di Padova, al mondo, 62 metri di lunghezza, 27 di larghezza e un'altezza di quasi 40 metri, che ospita dal 3 novembre al 18 dicembre 2022 lo spettacolo "Sidera Aurea", ideato e realizzato da Odd Agency in collaborazione con il Comune di Padova e in partnership con CoopCulture.

Una macchina del tempo irreal tra proiezioni e luci in 3d. "Sidera Aurea" è un progetto artistico di valorizzazione di Palazzo della Ragione, uno dei luoghi-simbolo della città inserito nel 2021 nella Lista del Patrimonio Mondiale UNESCO con "I Cicli affrescati del XIV secolo di Padova". L'installazione offre ai visitatori la sensazione di trovarsi in un

sistema fisico e astronomico, come all'interno di una gigantesca macchina del tempo, in un viaggio fra il presente e un magnifico passato.



"Sidera aurea" è un percorso storico ed emotivo che traccia la parabola che la sala picta

ha vissuto attraverso i secoli

dalla fondazione dell'edificio fino al terribile incendio che distrusse il ciclo pittorico di Giotto avvenuto nel 1420. Il Salone di Palazzo della Ragione di Padova diventerà così, per la prima volta, la maestosa tela virtuale di uno spettacolo *crossmediale*:

luci, effetti visivi, musiche e colori, attraverso la proiezione di un percorso immaginifico, trasformeranno le cornici e gli affreschi in 333 finestre aprendo a una nuova visione.

In "Sidera aurea" l'esperienza di videomapping immersivo, si sviluppa attorno all'elemento architettonico e pittorico del Salone, in una proiezione su due livelli tra soffitto e superfici affrescate. Nel pieno rispetto dello straordinario patrimonio artistico della sala il videomapping utilizza proiezioni, colori e suoni conducendo lo spettatore attraverso la danza cadenzata dei mesi e delle stagioni, dei cieli e delle costellazioni che infuse sulla vita terrestre, segnando inevitabilmente i destini di ognuno.

"Per secoli il Salone di Palazzo della Ragione è stato un luogo in cui l'arte, il pensiero, il diritto si sono misurati con alcune delle domande centrali dell'esistenza umana.

Rispettando il valore del patrimonio storico e artistico di questo luogo, con *Sidera Aurea* abbiamo l'ambizione di ricostruire il dialogo fra le idee di Pietro d'Abano e le forme d'arte che da esse sono scaturite, attraverso l'uso contemporaneo della luce. Attraverso l'emozione generata da un'esperienza, l'installazione cercherà di restituire l'immenso patrimonio di storie e d'interrogativi che il Salone di Palazzo della Ragione non smette mai di suscitare in ogni nuovo visitatore", dicono i creativi di Odd Agency.

"Proprio pochi giorni fa il Palazzo della Ragione ha ospitato un interessante evento nel quale si è ragionato sulle potenzialità delle nuove tecnologie per la fruizione dei beni culturali. La realtà aumentata, l'immersività, ma anche i metaversi sono tecnologie che ci permettono di esplorare nuove modalità di conoscenza del nostro patrimonio artistico. - dichiara Sergio Giordani, sindaco di Padova - Padova città di grande storia e cultura è anche da sempre un laboratorio di ricerca in ogni campo dell'arte, della scienza e della tecnologia, e questo spettacolo, a suo modo, si inserisce bene in questa tradizione".



"Questo progetto moltiplica la magnificenza degli affreschi dell'Urbs picta

del Palazzo della Ragione di Padova. - dice l'assessore alla Cultura del Comune di Padova, Andrea Colasio - Il Salone affrescato Patrimonio Mondiale UNESCO continuerà ad essere visitabile durante il giorno con i consueti orari d'apertura e di sera diventerà una macchina del tempo e delle meraviglie grazie all'esperienza di videomapping "Sidera aurea".

Il video mapping che inaugura il prossimo 3 novembre è in programma dalle 18.30 alle 20.30, con uno spettacolo ogni mezz'ora per un totale di 5 spettacoli al giorno. Costo biglietto: 12 euro intero, 8 euro ridotto. Per maggiori informazioni visitare il sito dell'evento: www.sideraurea.it.

B

COOP
CULTURE

PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

ORGANIZZAZIONE
E
MANAGEMENT
DEI
DESTINARI

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Il Giornale

23 ottobre 2022

www.ilgiornale.it/news/over/padova-i-segreti-citt-tre-senza-2077617.html

Padova, i segreti della città dei tre senza

Teresa Barone | 23/10/2022



Nota soprattutto per la splendida **Cappella degli Scrovegni** decorata con i trecenteschi affreschi di Giotto e per la maestosa **Basilica di Sant'Antonio**, la città di **Padova** è in realtà particolarmente ricca di siti e angoli circondati da un alone di mistero.

Non tutti sanno, ad esempio, che Padova viene anche chiamata "**la città dei tre senza**", un appellativo noto agli abitanti e legato ad alcune delle architetture più note, ma non solo. Un curioso gioco di parole che illustra tre particolarità di altrettanti luoghi: il Santo senza nome, il prato senza erba e il caffè senza porte.

Padova e il Santo senza nome



Il primo "senza" di Padova si riferisce alla Basilica di Sant'Antonio, vero simbolo della città veneta che attira ogni anno **folte schiere di fedeli**. La chiesa, sovrastata da imponenti cupole e caratterizzata da una struttura che unisce più stili architettonici, come romanico e gotico, ospita le reliquie di Sant'Antonio ed è **meta di pellegrinaggio** per milioni di pellegrini.

Tra le chiese più grandi del mondo, la Basilica di Sant'Antonio viene chiamata semplicemente la **Basilica del Santo** o più semplicemente il Santo, senza dover specificare il nome.

Padova e il prato senza erba



Oltre ad essere la città del Santo senza nome, Padova è anche sede del **prato senza erba**. Questa dicitura fa riferimento a **Prato della Valle**, la celebre piazza situata a pochi passi dalla Basilica di Sant'Antonio e annoverata tra le piazze più vaste di tutta l'Europa, grazie alla sua superficie di 88.620 metri quadrati.

Il nome **Prato della Valle**, in particolare, ha derivazione latina e fa riferimento alla parola "praturni" che indicava proprio uno spazio molto ampio utilizzato per scopi commerciali, spesso non lastricato e quindi sovente ricoperto di erba. La valle, invece, si riferisce alle origini paludose di questo luogo.

Particolarità della piazza è la forma ellittica delle numerose statue, dedicate ai personaggi che hanno dato lustro a Padova, ma anche l'isola centrale chiamata Memmia circondata da un anello d'acqua. Il nome rappresenta una dedica ad **Andrea Memmo**, nobile veneziano che decise di riconfigurare la piazza in qualità di Provveditore della Serenissima a Padova, bonificando il territorio e realizzando una canalizzazione sotterranea dotata di un sistema di deflusso centrale.

Padova e il caffè senza porte

Il terzo "senza" di Padova, infine, è legato al più antico e famoso caffè storico padovano, il **Caffè Pedrocchi** realizzato dall'architetto **Giuseppe Japelli** e inaugurato nel 1831 e diventato successivamente un luogo di ritrovo per artisti e letterati, come Ippolito Nievo, Gabriele D'Annunzio, Eleonora Duse e Filippo Tommaso Marinetti.

Il locale veniva chiamato "**il caffè senza porte**", perché rimaneva aperto sia di giorno che di notte senza interruzione, almeno fino al 1916 quando la chiusura serale era diventata una strategia per evitare l'arrivo dei soldati austriaci, attirati dalle luci del locale.

Protagonista dei moti studenteschi del 1848, l'edificio porta ancora oggi i segni degli scontri tra i giovani patrioti e gli austriaci nella Sala Bianca. Diventato proprietà del Comune di Padova dal 1891, oggi il Caffè Pedrocchi ospita il "**Museo del Risorgimento e dell'Età Contemporanea**".

B

COOP CULTURE

PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU
ORGANIZZAZIONE
MANAGERIALE
DEI
RISORSE

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

ELLE

25 ottobre 2022

Orto Botanico di Padova, come organizzare una visita ai giardini



1. Lifestyle
2. Viaggi
3. Orto Botanico di Padova, come organizzare una visita ai giardini

Tante utili informazioni, consigli, orari e prezzi su uno dei giardini botanici in assoluto più belli di tutto lo stivale
Di Redazione Digital 25/10/2022

I **giardini botanici italiani** sono luoghi incantevoli dove è possibile andare alla scoperta di molte diverse specie di piante e passeggiare immersi nella natura. Questi sono luoghi di scienza e di scoperta, ma anche luoghi rilassanti dove dimenticare almeno per un po' lo stress. Tra i giardini più belli, senza dubbio anche l'Orto Botanico di Padova. Andiamo a scoprire insieme tutte le informazioni utili per organizzare una visita in questo luogo incantevole.



Orto Botanico Padova
LYSVIK PHOTOS/Getty Images
Le piante dell'Orto Botanico di Padova

L'Orto Botanico a Padova è un vero e proprio collettore di molte diverse specie di

piante, tra cui anche alberi secolari e storici. Tutte le piante sono ovviamente in possesso di etichette identificative, in modo da poter scoprire l'orto anche in totale autonomia, senza la necessità di una visita guidata. La visita guidata a quello che è senza dubbio uno tra i **giardini d'Italia più belli** però resta il modo migliore per scoprire tutti i segreti dell'Orto. Quanto tempo ci vuole per visitare l'Orto Botanico di Padova? La durata della visita guidata è di 90 minuti, ma ovviamente questo è un luogo rilassante dove è possibile sostare anche più a lungo, anche per una giornata intera.

Tra gli alberi storici più interessanti, ricordiamo una Palma di S. Pietro, un Ginkgo, una Magnolia, un Platano orientale, un Cedro dell'Himalaya, i Cipressi calvi, una Metasequoia e un Agnocasto. Sono poi presenti piante insetticide, piante medicinali e velenose, piante dei Colli Euganei e molte specie rare, piante tipiche della macchia mediterranea, della zona alpina e degli ambienti di acqua dolce, nonché piante succulente e piante tropicali, queste ultime ovviamente coltivate in serra. Interessante visitare anche il **Giardino della Biodiversità**, un progetto espositivo composto da circa 1300 specie dove è possibile scoprire le diverse condizioni climatiche dei biomi del pianeta e comprendere al meglio il mondo in cui viviamo.
Orto Botanico di Padova, modalità di visita

Quando visitare l'Orto Botanico di Padova? Non c'è un periodo dell'anno migliore rispetto agli altri, anche se ovviamente le **fioriture primaverili** sono ricche di fascino e di suggestione. In ogni periodo dell'anno l'orto resta aperto tutti i giorni dal martedì alla domenica, compresi anche i giorni festivi. A seconda del periodo dell'anno in cui deciderete di raggiungere l'orto però, cambiano gli orari di accesso. Gli orari dell'Orto Botanico di Padova infatti sono:

- Da aprile a settembre dalle ore 10.00 alle 19.00.
- In ottobre dalle ore 10.00 alle 18.00.
- Da novembre a marzo dalle ore 10.00 alle 17.00.

Come prenotare per l'Orto Botanico di Padova? La prenotazione non è obbligatoria, ma fortemente consigliata ed è possibile farla telefonicamente. Ma quanto costa l'ingresso all'Orto Botanico di Padova? I prezzi dei biglietti per l'Orto Botanico di Padova sono 10 euro per il biglietto intero e 8 euro per il biglietto ridotto per gli over 65, gli insegnanti, i possessori Arte Terme Card, i soci dell'Associazione degli Amici dell'Università di Padova e gli studenti dell'Università di Padova. Il prezzo per l'Orto Botanico di Padova è ridotto ulteriormente, 5 euro appena infatti, per i bambini tra i 6 e i 12 anni, i giovani dai 13 ai 25 anni, i volontari del Servizio Civile. Sono previsti anche altri sconti, specie per le famiglie, e abbonamenti. Per avere maggiori informazioni vi consigliamo di consultare il **sito internet ufficiale dell'Orto Botanico di Padova** e consultare le tabelle aggiornate disponibili.



Orto Botanico Padova
DE AGOSTINI PICTURE LIBRARY/Getty Images
Orto botanico di Padova, le curiosità da sapere

Ci sono alcune piccole (ma importanti) **curiosità sull'orto botanico di Padova** che meritano senza alcun dubbio di essere scoperte. La storia dell'Orto Botanico di Padova lo vede nascere come un semplice orto medicinale. Solo in seguito questi giardini diventano sempre più lussureggianti e ricchi, così da far diventare l'Orto **Patrimonio dell'umanità Unesco**. Alcune delle piante medicinali presenti nell'orto erano molto rare, talmente tanto che erano molto frequenti i **furti notturni**. Nulla fermava i malintenzionati, nemmeno le pene molto gravi che erano previste a quel tempo. È proprio per questo motivo che oggi il giardino dispone di un muro di cinta.

Inoltre è il più antico al mondo ed è stato preso da esempio per la realizzazione di

molto altri orti botanici. Senza dimenticare che da qui sono passati scrittori e poeti tra i più famosi di tutti i tempi, letterati che hanno tratto ispirazione proprio dalle piante e dagli alberi qui presenti per la creazione di molte loro opere. Non è certo un caso se la Palma di San Pietro è conosciuta come la Palma di Goethe.

B

COOP
CULTURE

PADOVA
CONVENTION & VISITORS' BUREAU

ORGANIZZAZIONE
MAGGIORATI
DEI DESTINATARI

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Arte Magazine

27 ottobre 2022

Al Salone di Palazzo della Ragione a Padova il più grande progetto di video mapping immersivo



Tu sei qui:

1. Home
2. Uncategorized
3. Al Salone di Palazzo della...

PADOVA – “Sidera Aurea” è il titolo del progetto artistico di valorizzazione, ideato e realizzato da Odd Agency per Palazzo della Ragione, uno dei luoghi-simbolo di Padova, inserito nel 2021 nella Lista del Patrimonio Mondiale UNESCO con “I Cicli affrescati del XIV secolo di Padova”.

Si tratta del più grande salone storico pensile al mondo, 92 metri di lunghezza, 27 di larghezza e un'altezza di quasi 40 metri, caratterizzato da un soffitto ligneo a carena di nave rovesciata. Grazie al video mapping immersivo di Odd Agency, tra proiezioni di luci e animazioni in 3D diventerà, dal 3 novembre al 18 dicembre 2022, una macchina del tempo.

Al-Aziz Castello della Zisa Palermo – Earth Diving into Magic Basilica Di San Francesco Palermo

Un percorso storico ed emotivo

“Sidera aurea” traccia, infatti, la parabola che lasala picta del Salone di Palazzo della Ragione ha vissuto attraverso i secoli, dalla fondazione dell'edificio fino al terribile incendio che distrusse il ciclo pittorico di Giotto avvenuto nel 1420. Il Salone si trasforma così in una tela virtuale di uno spettacolo crossmediale che aprirà a una nuova visione.

Il titolo del progetto richiama agli astri che caratterizzano l'opera giottesca. Grazie alle sollecitazioni di Pietro d'Abano, filosofo, medico e astrologo italiano, ma anche professore alla Sorbona di Parigi e all'Università di Padova dal 1306, i cicli pittorici di Giotto ritornano spesso agli astri, richiamati e rappresentati nella narrazione pittorica

perché, secondo le dottrine dello stesso d'Abano, dotati di proprietà di influsso sugli esseri umani.



Odd Agency

«Per secoli il Salone di Palazzo della Ragione è stato un luogo in cui l'arte, il pensiero, il diritto si sono misurati con alcune delle domande centrali dell'esistenza umana. – Raccontano i creativi di Odd Agency – Rispettando il valore del patrimonio storico e artistico di questo luogo, con Sidera Aurea abbiamo l'ambizione di ricostruire il dialogo fra le idee di Pietro d'Abano e le forme d'arte che da esse sono scaturite, attraverso l'uso contemporaneo della luce. Attraverso l'emozione generata da un'esperienza, l'installazione cercherà di restituire l'immenso patrimonio di storie e d'interrogativi che il Salone di Palazzo della Ragione non ammette mai di suscitare in ogni nuovo visitatore».

«La realtà aumentata, l'immersività, ma anche i metaversi – sottolinea Sergio Giordani, Sindaco di Padova – sono tecnologie che ci permettono di esplorare nuove modalità di conoscenza del nostro patrimonio artistico. Padova, città di grande storia e cultura, è anche da sempre un laboratorio di ricerca in ogni campo dell'arte, della scienza e della tecnologia, e questo spettacolo, a suo modo, si inserisce bene in questa tradizione».

Exstasis Chiesa Santa Caterina – Inlumina Museo Salinas Palermo

Come ricordato dall'assessore alla Cultura del Comune di Padova, Andrea Colasio, il Salone affresco Patrimonio Mondiale UNESCO continuerà ad essere visitabile durante il giorno con i consueti orari d'apertura e di sera diventerà una macchina del tempo grazie a “Sidera aurea”.

Vademecum

Orari e data: dal 3 novembre al 18 dicembre 2022, dalle ore 18.30 alle ore 20.30, uno spettacolo ogni mezz'ora, per un totale di 5 spettacoli al giorno.

Costo biglietto: 12€ intero, 8€ ridotto ed è riservato a studenti, ragazze/e dai 6 ai 18 anni, disabili; l'accesso è gratuito per i bambini fino ai 5 anni di età e l'accompagnatore del disabile.

Opzioni biglietti:

-Il biglietto Famiglia è valido per 2 ragazzi tra i 6 e i 18 anni accompagnati da 2 adulti e avrà un costo di 34€.

- Il biglietto Gruppi è valido per i gruppi composti da almeno 15 persone e avrà un costo di 10€ ciascuno. È consigliata la prenotazione.

Dove acquistare: online, tramite il sito web ufficiale dell'evento sideraurea.it oppure direttamente in Palazzo della Ragione presso la biglietteria di Sidera Aurea gestita da CoopCulture a partire dalle 18 (mezz'ora prima del primo spettacolo). I biglietti saranno acquistabili online dal 19 ottobre.

Di persona, dal lunedì alla domenica, nei seguenti punti vendita:

- Biglietteria di Coop Culture nel Palazzo della Ragione, in Piazza delle Erbe dalle 18.00 alle 20.30 (orario ultimo ingresso).

- Uffici IAT Padova di: Stazione Ferroviaria in Piazza della Stazione e Vicolo Pedrocchi n.9. Giorni e orari di apertura: dal lunedì al sabato, dalle 9.00 alle 19.00; la domenica e nei giorni festivi dalle 10.00 alle 16.00.

Sito dell'evento: sideraurea.it

Per informazioni: è possibile inviare una mail a info@sideraurea.it, scrivere alle pagine ufficiali dell'evento “Sidera Aurea” su Facebook e Instagram. Oppure chiamare lo 04.18627167 attivo dal lunedì al venerdì dalle 9 alle 13 o scrivere una mail prenotazioni.padova@coopculture.it.

** Il servizio di accoglienza e biglietteria, preventida on line e contact center è a cura di CoopCulture, partner dell'iniziativa **



COOP
CULTURE

PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

ORGANIZZAZIONE
MANAGEMENT
DISTRIBUTIONE

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

ANSA

31 ottobre 2022

Una mappa digitale immersiva racconta il '300 di Padova



Redazione ANSAVENEZIA

31 ottobre 2022 14:54 News

(ANSA) - VENEZIA, 31 OTT - La tecnologia delle animazioni in 3D utilizzata per aprire la porta al pubblico sulla stagione d'oro dell'arte a Padova, il '300, con il ciclo pittorico valeso l'iscrizione nel patrimonio Unesco. La 'tela' che accoglie le proiezioni e le luci del videomapping immersivo intitolato 'Sidera Aurea' sono le pareti del Salone del Palazzo della Ragione, lo spazio pensile più grande al mondo, 82 metri di lunghezza, 27 di larghezza e un'altezza di quasi 40 metri, caratterizzato dal soffitto ligneo a carena di nave rovesciata.

Il progetto, ideato e realizzato da Odd Agency in collaborazione con il Comune di Padova e in partnership con CoopCulture, vuole offrire agli spettatori la sensazione di immergersi in un sistema fisico e astronomico, un viaggio fra il presente e un magnifico passato, quello di Padova Urbs Picta, nel XVI secolo.

"Sidera aurea" è un percorso storico che traccia la parabola che il Salone ha vissuto nei secoli, dalla fondazione dell'edificio fino al terribile incendio che distrusse il ciclo pittorico di Giotto nel 1420. Il risultato è uno spettacolo crossmediale: luci, effetti visivi, musiche e colori, che trasformeranno le cornici e gli affreschi del Salone in 333 finestre, nelle quali andrà in scena una danza cadenzata dei mesi e delle stagioni, dei cieli e delle costellazioni, in una proiezione su due livelli, tra soffitto e superfici affrescate, della durata di 20 minuti. Il titolo "Sidera aurea" richiama infatti agli astri che caratterizzano l'opera giottesca, stimolata dalle teorie e gli studi di Pietro d'Abano, filosofo, medico e astrologo italiano, nonché professore alla Sorbona di Parigi e all'Università di Padova dal 1306. Nei cicli pittorici di Giotto ritornano spesso gli astri, che si riteneva avessero proprietà di infusso sugli esseri umani.

Lo spettacolo sarà visibile dal 3 novembre al 18 dicembre 2022, dalle 18.30 alle 20.30; una proiezione ogni mezz'ora, per un totale di 5 spettacoli al giorno. (ANSA).

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA



COOP
CULTURE

PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROGETTO
MANAGEMENT
DIRETTORE

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

ELLE

13 novembre 2022

Villa Molin, come organizzare una gita



Cosa vedere e tante utili informazioni per visitare questa incantevole dimora storica di Padova e i suoi giardini
Di Redazione Digital 13/11/2022

Sono innumerevoli le dimore storiche d'Italia, tra cui dobbiamo senza dubbio ricordare anche le ville venete, ville che si caratterizzano per una geometria estrema, rigorose come poche altre ville riescono ad essere. Tra le ville venete più interessanti, Villa Molin, una dimora storica che merita senza dubbio di essere visitata (almeno) una volta nella vita. Andiamo insieme a scoprire tutte le informazioni di cui avete bisogno per organizzare al meglio questa visita.
Villa Molin, un po' di storia

Siamo nel 1597. L'ambasciatore della Repubblica Veneta Nicolò Molin chiede al famoso architetto Vincenzo Scamozzi di progettare la sua villa di campagna. Nasce così Villa Molin, che deve il suo nome proprio all'ambasciatore, una dimora storica che si trova tra Padova e i colli Euganei, e che sorge sul canale Battaglia. Arte, natura e storia si fondono tra loro in questo luogo incantevole che lo Scamozzi ha progettato affinché fosse in grado di stupire, di lasciare mozzafiato, e di essere in totale armonia con il verde circostante.



A ReyGetty Images
Una visita a Villa Molin, cosa vedere

Sono semplicemente incantevoli le sale affrescate di Villa Molin, una dimora storica

dove il tempo sembra come essersi fermato, una dimora storica che è un vero e proprio viaggio nel Cinquecento e nelle architetture dell'epoca. Questa villa è rigorosa, geometrica, proprio come il gusto dell'epoca pretendeva, ed è senza dubbio una tra le ville venete meglio conservate che è oggi possibile visitare. La sala centrale è davvero maestosa, illuminata dall'alto grazie alla presenza di grandi finestre. È presente anche una loggia sul fiume, una vera e propria sala all'aperto che consente di ammirare il panorama esterno. Non dovete credere che questa loggia abbia delle scale che permettono di scendere nel parco. Le scale non sono presenti, un belvedere insomma a tutti gli effetti. È bellissimo osservare le facciate della villa che si specchiano sulle acque e la natura silenziosa, verdeggianti, lussureggianti della zona. Penserete almeno per un momento di essere in un luogo sospeso nello spazio, sospeso nel tempo.

Bellissimo anche il giardino all'italiana in cui questa dimora storica si trova immersa, considerato come uno tra i giardini storici più belli d'Italia, costellato da laghetti e ruscelli. Sono presenti nel giardino anche molti ponti, senza dimenticare le bellissime statue che proprio qui è possibile incontrare sul proprio cammino. Si tratta di un parco di ben 33.000 metri quadri di superficie, un luogo dove la natura è lussureggiante e ricca di bellezze, un luogo dove è semplicemente bello perdersi e passeggiare. Il parco di Villa Molin a Padova, giusto ricordarlo, è visitabile solo su appuntamento. Chi è il proprietario di Villa Molin?

Attualmente Villa Molin è una casa comunale. Proprio per questo motivo si tratta di una villa che può essere scelta anche per la celebrazione del proprio matrimonio. Il rito civile può avere luogo sia nel boschetto che tra gli archi cinquecenteschi della barchessa, luoghi entrambi romantici e ricchi di suggestione. Quali sono i prezzi per un matrimonio a Villa Molin a Padova? Per avere un preventivo e maggiori informazioni, vi consigliamo di mettervi in contatto direttamente con la villa attraverso il form che trovate sul sito internet ufficiale.



Aldo Pavan/Getty Images
Villa Molin, orari e prezzi

Il sito internet ufficiale della Villa vi consente anche di andare alla scoperta di quali sono le giornate di apertura. Purtroppo infatti la villa non è sempre aperta e sono poche le occasioni che i visitatori hanno per scoprirla. Vi ricordiamo che si trova in località Mandria, vicino a Padova, e che è facilmente raggiungibile in auto ed è presente un parcheggio interno.

I prezzi di Villa Molin sono 11 euro per il biglietto intero e 8 euro invece per il biglietto ridotto per bambini e ragazzi dagli 8 ai 15 anni di età. È possibile accedere in

totale autonomia alla Villa, oppure scegliere la visita guidata. In questo caso il costo è di 15 euro. La visita guidata è senza dubbio una validissima scelta per tutti coloro che vogliono portare alla luce ogni più piccolo segreto della villa, dei giardini, dell'architetto che ha realizzato questa meravigliosa opera d'arte, degli affreschi e della storia che dietro a questa villa si cela. Non tutti però amano le visite guidate. Se solente scoprire i segreti della villa in autonomia, potete sempre scegliere l'audioguida. La villa ha deciso di offrire ai visitatori un'audioguida gratuita, scaricabile direttamente tramite QRCode alla biglietteria sul proprio smartphone.

Dopo la visita a Villa Molin non possiamo che consigliarvi di visitare Padova, con le sue cinte murarie medievali, i musei ricchi di fascino e i centri espositivi con le loro mostre, il suggestivo centro storico costellato gli edifici storici e religiosi, i molti siti Patrimonio dell'Umanità UNESCO. Una passeggiata qui è d'obbligo, così come è d'obbligo fermarsi a mangiare in uno dei molti ristoranti presenti che offrono la possibilità di andare alla scoperta dei piatti tipici del Veneto, prelibatezze che vi faranno leccare i baffi.

B

COOP
CULTURE

PADOVA
CONVENTION & VISITORS' BUREAU

ORGANIZZAZIONE
MANAGEMENT
DEI DESTINATORI

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Panorama

23 novembre 2022

ITINERARI d'Italia
TUTTO IL MEGLIO VISTO DA VICINO



Benvenuti a PADOVA

Una città d'arte, terme, natura e sapori

Deserti artistici e architettonici che impreziosiscono il centro storico ai bacini termali rinomati a livello internazionale, Padova vi attende nel cuore del Veneto per offrirvi cultura, benessere e buon cibo.

Ostaria dai Garbo



Accogliente, vi attende tra calde atmosfere per farvi vivere l'esperienza di una cucina autentica, ispirata alle tradizioni del territorio. Nel menu specialità come musso con polenta, trippe e baccalà.

Carcari (PD)
Via Gorne, 38
Tel. +39 0429 2052

Società Agricola Malachin



A conduzione familiare, estesa su circa 100 ettari coltivati a prati stabili e cereali, è specializzata nell'allevamento di bovini razza Fassona Piemontese e nella produzione di farine macinate a pietra.

Vigonza (PD)
Via Biscia, 22 - Tel. 049 5222987
www.malachin.it

Barduca Bio



Produttrice di ortaggi per il mercato di IV e I Gamma, l'azienda pratica un'agricoltura biologica rispettosa della terra, che vede l'uomo collaborare con la natura per garantire cibo sano per tutti.

Borghetto (PD)
Via Piavego, 41/C
Tel. 049 9238070
www.barduca.it

Società Agricola La Favorita s.s.



La Favorita: una lunga storia di esperienza e artigianalità dal 1979. L'azienda coltiva in modo naturale Funghi diversi per struttura, gusto e modalità di preparazione: Pleurotus, Pioppini e Shitake.

Borghetto (PD)
Via Omo, 8 - Tel. 049 5798545
www.lafavoritas.s.

Val Pomaro Lab



Situato nel borgo di Arquà Petrarca, il ristorante Val Pomaro nasce nel 1957 come osteria. Oggi come allora, propone prodotti del territorio sapientemente trasformati dallo chef e patron Andrea Cesarone che assieme alla moglie Lazzarina, alle figlie Ilaria e Camilla continuano la tradizione di famiglia proponendo salumi fatti in casa, pasta, pane, dessert, grandi lievitati e la pluri premiata pizza gourmet. La cucina coniuga territorio ed innovazione, abbinando un'ottima selezione di vini. Dispone di ampi spazi esterni per le calde serate estive e romantici spazi interni.

Arquà Petrarca (PD)
Via Scalzette, 19 - Tel. 0429 718229
www.ristorantevalpomaro.it

Hotel Mioni Pezzato



Semplicemente rigenerante: ambienti di design moderni e rilassanti, 1000 metri quadri d'acqua termale sempre caldissima, 6 piscine, 16 vasche e 110 postazioni di idromassaggio, il tutto immerso in un parco di 14.000 mq nel centro di Abano Terme. Un luogo dove potrete prendervi cura di voi stessi e divertirvi cari grazie a un centro termale all'avanguardia con trattamenti curativi, beauty e wellness altamente professionali ed appaganti. Il rifugio ideale per concedervi una pausa di vero benessere!

Abano Terme (PD)
Via Marzia, 34 - Tel. 049 8668377
www.hotelmionipezzato.com

B

COOP CULTURE



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

DM
MANAGER
JULIA
BENTON/TON

5. INFORMAZIONI QUALI-QUANTITATIVE



CO
OP | CUL
TU
RE



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROMOTION
MANAGEMENT
DESTINATION

Informazioni quali-quantitative

Il *report* prevede la condivisione di **informazioni quali-quantitative** che consentiranno di **analizzare i comportamenti dei turisti e potenziali tali** nella fase di pre-visita, comportamento durante il soggiorno e post-visita.

In questo *report* quadrimestrale sarà nostra cura condividere:

- accessi al sito *web* di destinazione
- uso dei *social media*

Il periodo di riferimento delle statistiche è relativo al 1 settembre 2022- 31 dicembre 2022.



CO
OP | CUL
TU
RE



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROMOTION
MANAGEMENT
DESTINATION

Informazioni quali-quantitative

Nel sistema di reportistica proposto, verranno inoltre integrate le seguenti informazioni quali-quantitative che permetteranno di analizzare i comportamenti dei turisti e potenziali tali in una fase di pre-visita, comportamento durante il soggiorno e post-visita:

- **accessi al sito *web* di destinazione**

Attraverso lo strumento degli *analytics* sarà monitorata una serie di metriche quali, a titolo esemplificativo: numero di utenti/nuovi utenti, numero di sessioni (gruppo di interazioni di un utente registrate in un determinato periodo di tempo, che includono la visualizzazione di una pagina, un evento, una transazione o altre azioni che inviano dati al server di *Google Analytics*), numero di sessioni per utente, visualizzazioni di pagina e numero di pagine visitate per sessione, durata media della sessione e frequenza di rimbalzo, nazionalità e provenienza dei visitatori, comportamento dell'utente, interazione con la *chat* del sito, pagine più visitate. Questo permetterà di verificare il comportamento dell'utente, le sue preferenze e di conseguenza le attività e attrattori di maggiore interesse; risulterà così possibile, attraverso la realizzazione di un *report* ed un'analisi approfondita degli accessi al sito *web*, individuare l'efficacia della comunicazione e della proposta promo-commerciale.

- **uso dei *social media***

I *social network* rappresentano un canale indispensabile per poter realizzare una strategia di comunicazione efficace: attraverso i *social* è possibile attirare traffico al sito e migliorare il posizionamento dello stesso, veicolando il traffico dai profili al sito *web*. Per misurare il comportamento degli utenti sui canali *social* ufficiali e per misurare l'efficacia di alcune attività si procederà con l'analisi di alcuni indicatori chiave (*Key Performance Indicator*): il numero totale di *fan* e *follower* sui *social media*, la *Reach* (numero di persone raggiunte da un contenuto *social*) delle pubblicazioni su ciascuna piattaforma *social*, numero di *click* sui *link* condivisi (per identificare i contenuti più popolari e più efficienti), *community engagement* basato su Mi piace, commenti, condivisioni, *retweet*, salvataggi, traffico *web* generato dai *social media*.

Questa funzione aggiunge ai dati degli utenti del sito di destinazione, importanti informazioni sugli utenti del *web* interessati alla destinazione e sui loro comportamenti *online*.



Informazioni quali-quantitative

- accessi agli Uffici IAT

Negli uffici di informazione turistica è prevista la **profilazione dei visitatori** e la **registrazione del numero degli stessi** in modo da raccogliere dati quali provenienza, età, genere dell'utenza e tipologia di richiesta. In collaborazione con l'azienda Microlog di Modena e lo studio di informatica personalizzata "STUDIO NICOLI" di MODENA CoopCulture propone **moderni sistemi di rilevazione del flusso degli utenti**:

il sistema contapersone a raggi infrarossi SMARTCHECK CMR, costituito da un apparecchio proiettore e da uno ricevitore, da montare a muro in corrispondenza del varco di accesso all'ambiente da monitorare. Questo strumento sfrutta l'interruzione di un doppio raggio infrarosso, può effettuare il conteggio bidirezionale, sia in entrata sia in uscita; ha un orologio interno, e si azzerava automaticamente ad un'ora impostata per il cambio giorno. Per monitorare i flussi di visitatori nel tempo il modello CMR consente il prelievo periodico dei dati mediante una memoria estraibile SD: si inserisce la memoria nel sensore - i dati passano automaticamente a bordo della memoria - si trasferisce al PC, che li scarica mediante apposito lettore. Sul PC il ricco e completo *software CHECKIN* permette di ottenere tutti i prospetti *standard* su base oraria o su base giornaliera, relativi ai flussi di visitatori nel periodo prescelto. Tale strumentazione è già predisposta all'ingresso/uscita dello IAT alla Stazione e del Pedrocchi. Per lo IAT del Santo la procedura utilizzata per "profilare" i turisti è stata usata anche per rendicontare i contatti giornalieri essendo lo IAT al Santo uno sportello con 1 operatore che parla ad 1 persona alla volta.

Viene utilizzato il *software* della Microlog *CHECK UP*, che CoopCulture ha acquistato per effettuare la "profilazione" del turista, seguendo la traccia del QUESTIONARIO concordata con il Comune di Padova e individuate le categorie di riferimento (sesso, età, provenienza, tipologia di domanda/interesse, ecc.). Il questionario viene compilato dall'operatore appena terminata la conversazione di persona in ufficio, al telefono o via *e-mail*, attraverso l'uso di un lettore *laser* che scansiona il *bar code*. Questa lettura mensile riportata dal Coordinatore del servizio nella relazione del lavoro svolto nel mese dà diverse possibilità e spunti di analisi oltre che di rendicontazione all'amministrazione e agli operatori interessati.



Informazioni quali-quantitative

- valutazione della qualità dell'esperienza attraverso questionari di gradimento ai visitatori

Negli sportelli di informazione turistica si provvede a raccogliere reclami, osservazioni e indicazioni che permetteranno di verificare e monitorare eventuali effetti di squilibrio comportati dallo sviluppo turistico e dalla concentrazione dei flussi. Queste informazioni generano dati di analisi qualitativa e quantitativa ogni volta che un interlocutore entra in comunicazione con uno qualsiasi dei "punti di contatto" (sia fisici che digitali). Oltre alla tracciabilità e alla rilevazione degli accessi, il sistema proposto garantisce l'**elaborazione di un sistema di profilazione dei visitatori** attraverso una procedura che consente di raccogliere ed elaborare le valutazioni dei visitatori in merito al servizio erogato a sportello:

Software CHECK UP – questionari informatizzati: un *software* permette di definire le domande e le possibili risposte per realizzare facilmente qualunque tipo di questionario, rielaborare e stampare il questionario con le risposte nel formato codice a barre o caselle da annerire, o in formato adatto alla somministrazione con *tablet*. Raccolte le risposte, si possono elaborare le statistiche, anche in formato grafico, dei dati raccolti, per avere, in qualunque momento (anche durante lo svolgimento dell'indagine) tutti i risultati che si desiderano, senza dipendere da alcun servizio esterno o agenzia specializzata. In maniera immediata avviene l'esportazione dei dati verso *file* EXCEL e SPSS. Significative le informazioni che si estraggono dagli incroci, ossia dalle relazioni fra le risposte ad una domanda e le risposte ad un'altra qualunque (es. le opinioni del pubblico su un dato argomento in funzione dell'età).



Informazioni quali-quantitative

Le risposte possono essere raccolte con operatori (mediante l'utilizzo di penne ottiche, mini-scanner, tablet) o compilati direttamente dagli intervistati e caricati in seguito da formato cartaceo – con penne ottiche o mini-scanner (da codici a barre), o con scanner per i questionari a caselle da annerire. Un metodo più pratico e veloce per caricare interviste dirette prevede l'uso di tablet. L'esigenza di pilotare la sequenza di domande, da presentare secondo percorsi logici variabili in base alle risposte date in precedenza, e la necessità di caricare stringhe alfanumeriche per le risposte aperte o specifiche di risposte 'altro', obbliga ad effettuare un caricamento dati guidato, da eseguire con uno strumento in grado di utilizzare un software specifico, quindi un tablet con un software data entry specifico. Il modulo apposito da utilizzare su tablet consente con facilità ed immediatezza la somministrazione guidata di questionari, in precedenza definiti nel software generale.

Il software CHECK UP, mediante apposite istruzioni associate alle risposte in fase di definizione del questionario, consente di seguire i salti logici impostati. Può essere eliminata la necessità di elaborare risultati, producendo un file tipo EXCEL esportabile anche nell'ambiente di elaborazioni statistiche SPSS. Esiste anche la possibilità di utilizzare un modulo ridotto del programma per il solo inserimento dati (DATA ENTRY) da penna ottica: le risposte confluiscono in un database unico, dal quale si elaborano i risultati complessivi. Molto interessante la possibilità di utilizzare questionari a caselle da annerire, per sfruttare la velocità di carico dati e l'automatismo di uno SCANNER: è necessario avere in dotazione uno scanner veloce con alimentatore di fogli. E' possibile anche utilizzare questionari auto-erogati da punti informativi 'touch screen'.

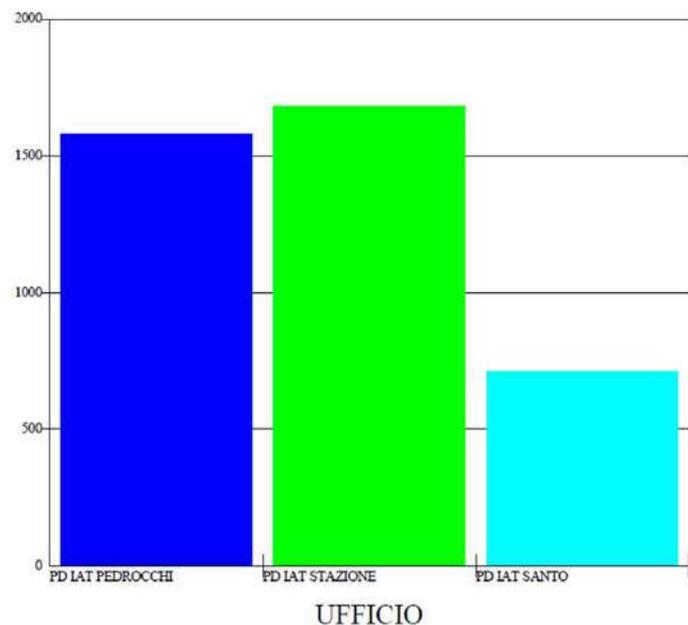


5.1. REPORT informazioni quali-quantitative

A seguire il report relativo al numero di accessi agli uffici IAT Pedrocchi, IAT Stazione di Padova e IAT Santo:

totale ingressi IAT Pedrocchi/IAT stazione/IAT Santo: 3.974 persone.

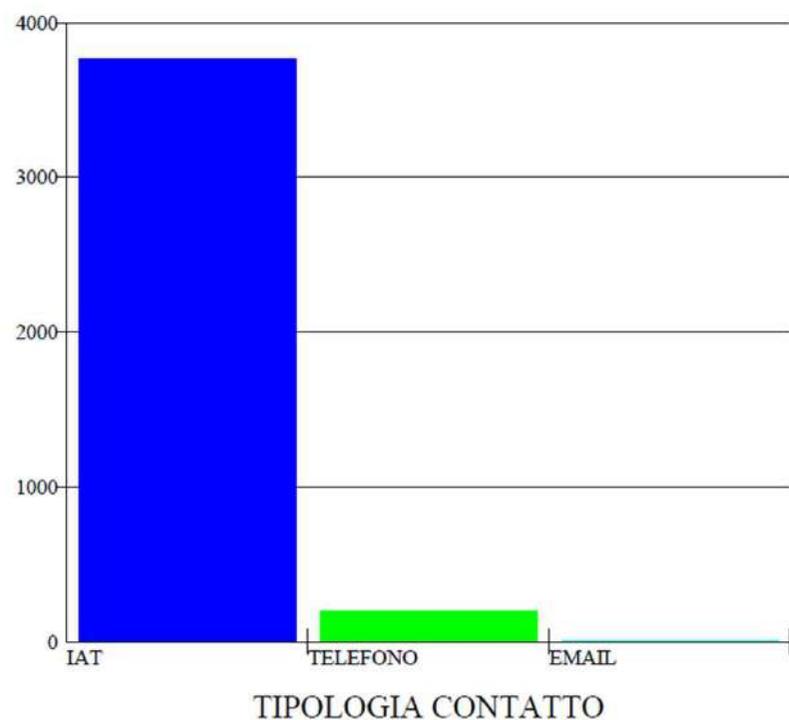
I dati relativi al seguente report fanno riferimento al periodo 01/09-31/12/2022.



| UFFICIO Giorni: 01/09/2022 - 31/12/2022 | TOTALI |
|--|--------|
| <u>Valori assoluti</u> | |
| TOTALE | 3974 |
| PD IAT PEDROCCHI | 1579 |
| PD IAT STAZIONE | 1683 |
| PD IAT SANTO | 712 |
| <u>Percentuali verticali</u> | |
| TOTALE | 100,0% |
| PD IAT PEDROCCHI | 39,7% |
| PD IAT STAZIONE | 42,4% |
| PD IAT SANTO | 17,9% |

5.1. REPORT informazioni quali-quantitative

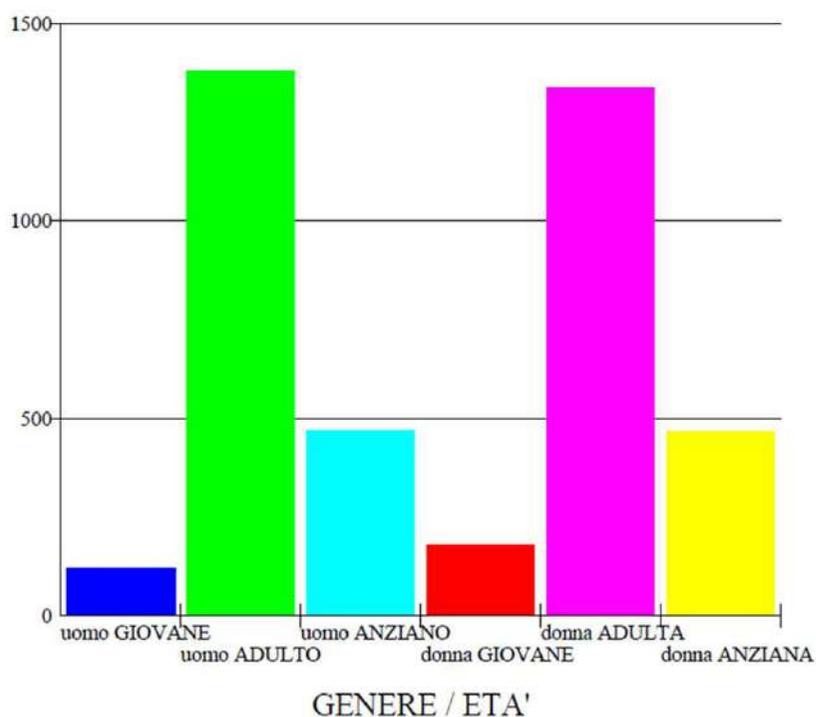
In basso il dettaglio relativo alle tipologie di contatto all'interno degli uffici IAT.



| TIPOLOGIA CONTATTO Giorni: 01/09/2022 - 31/12/2022 | TOTALI |
|---|--------|
| <u>Valori assoluti</u> | |
| TOTALE | 3962 |
| IAT | 3762 |
| TELEFONO | 196 |
| EMAIL | 4 |
| <u>Percentuali verticali</u> | |
| TOTALE | 100,0% |
| IAT | 95,0% |
| TELEFONO | 4,9% |
| EMAIL | 0,1% |

5.1. REPORT informazioni quali-quantitative

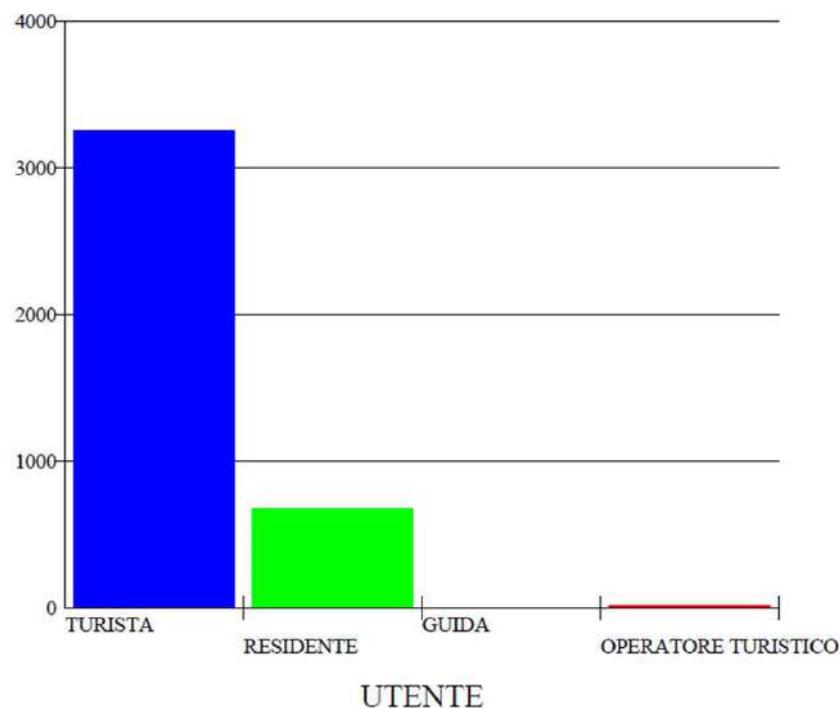
A seguire le tipologie di turisti (distinti per genere ed età) che sono entrati in contatto con gli uffici IAT.



| GENERE / ETA' | TOTALI |
|--|--------|
| Giorni: 01/09/2022 - 31/12/2022 | |
| <u>Valori assoluti</u> | |
| TOTALE | 3950 |
| uomo GIOVANE | 120 |
| uomo ADULTO | 1379 |
| uomo ANZIANO | 469 |
| donna GIOVANE | 178 |
| donna ADULTA | 1337 |
| donna ANZIANA | 467 |
| <u>Percentuali verticali</u> | |
| TOTALE | 100,0% |
| uomo GIOVANE | 3,0% |
| uomo ADULTO | 34,9% |
| uomo ANZIANO | 11,9% |
| donna GIOVANE | 4,5% |
| donna ADULTA | 33,8% |
| donna ANZIANA | 11,8% |

5.1. REPORT informazioni quali-quantitative

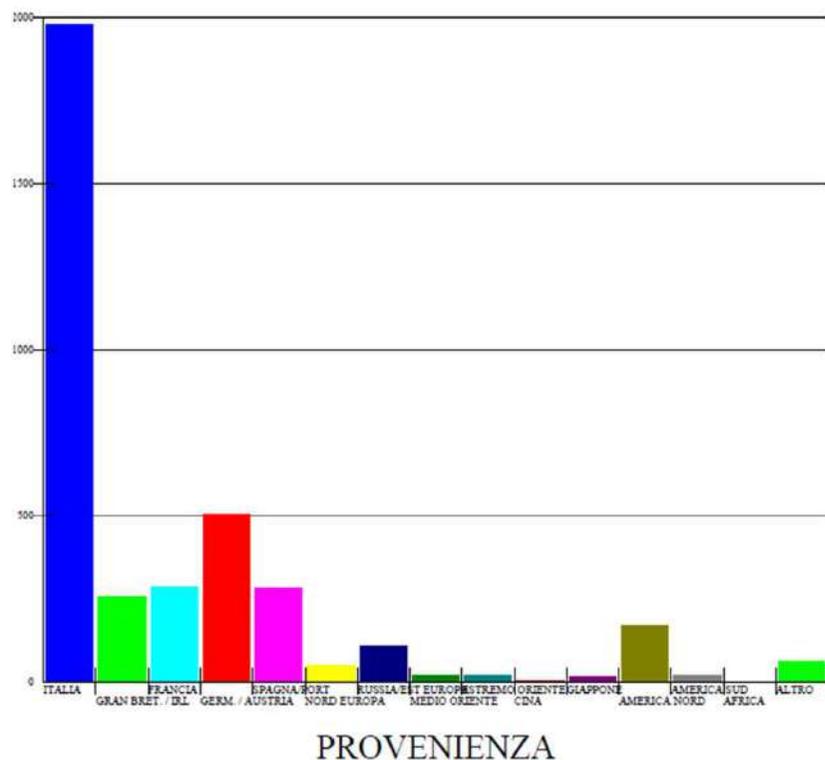
In basso il dettaglio relativo alle tipologie di utente degli uffici IAT.



| UTENTE Giorni: 01/09/2022 - 31/12/2022 | TOTALI |
|---|--------|
| <u>Valori assoluti</u> | |
| TOTALE | 3953 |
| TURISTA | 3254 |
| RESIDENTE | 677 |
| GUIDA | 5 |
| OPERATORE TURISTICO | 17 |
| <u>Percentuali verticali</u> | |
| TOTALE | 100,0% |
| TURISTA | 82,3% |
| RESIDENTE | 17,1% |
| GUIDA | 0,1% |
| OPERATORE TURISTICO | 0,4% |

5.1. REPORT informazioni quali-quantitative

A seguire il dettaglio relativo alla provenienza dei turisti suddiviso per nazionalità.



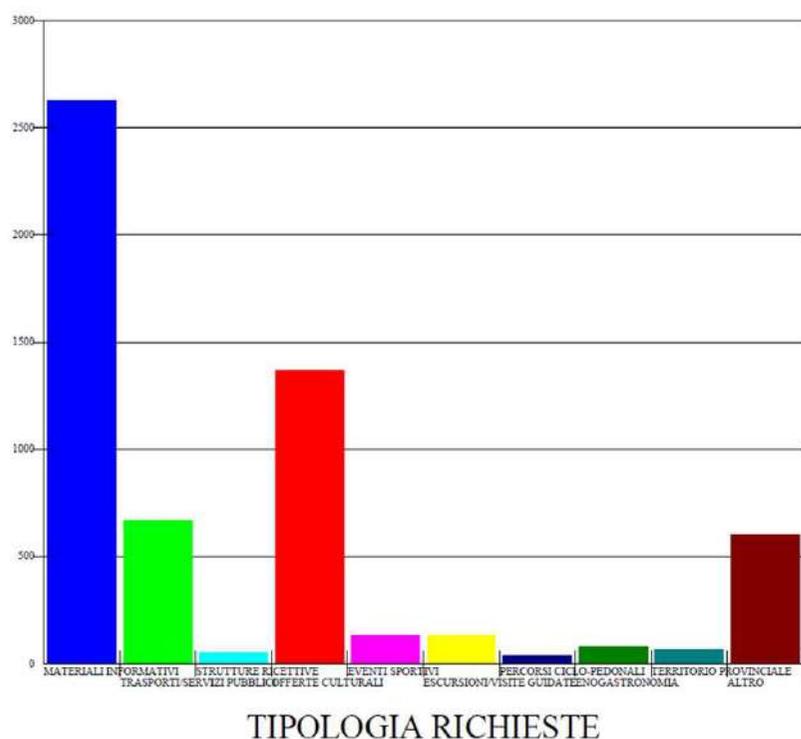
| RICHIESTA | |
|---------------------------------|-------------|
| Giorni: 01/09/2022 - 31/12/2022 | |
| | TOTALI |
| <u>Valori assoluti</u> | |
| TOTALE | 3775 |
| ITALIA | 1979 |
| GRAN BRET / IRL | 255 |
| FRANCIA | 287 |
| GERM / AUSTRIA | 507 |
| SPAGNA/PORT | 282 |
| NORD EUROPA | 47 |
| RUSSIA/EST EUROPA | 106 |
| MEDIO ORIENTE | 21 |
| ESTREMO ORIENTE | 22 |
| CINA | 3 |
| GIAPPONE | 15 |
| AMERICA NORD | 169 |
| AMERICA SUD | 20 |
| AFRICA | 1 |
| ALTRO | 61 |

| <u>Percentuali verticali</u> | |
|------------------------------|----------------|
| TOTALE | 100,00% |
| ITALIA | 52,40% |
| GRAN BRET / IRL | 6,80% |
| FRANCIA | 7,60% |
| GERM / AUSTRIA | 13,40% |
| SPAGNA/PORT | 7,50% |
| NORD EUROPA | 1,20% |
| RUSSIA/EST EUROPA | 2,80% |
| MEDIO ORIENTE | 0,60% |
| ESTREMO ORIENTE | 0,60% |
| CINA | 0,10% |
| GIAPPONE | 0,40% |
| AMERICA NORD | 4,50% |
| AMERICA SUD | 0,50% |
| AFRICA | 0,00% |
| ALTRO | 1,60% |



5.1. REPORT informazioni quali-quantitative

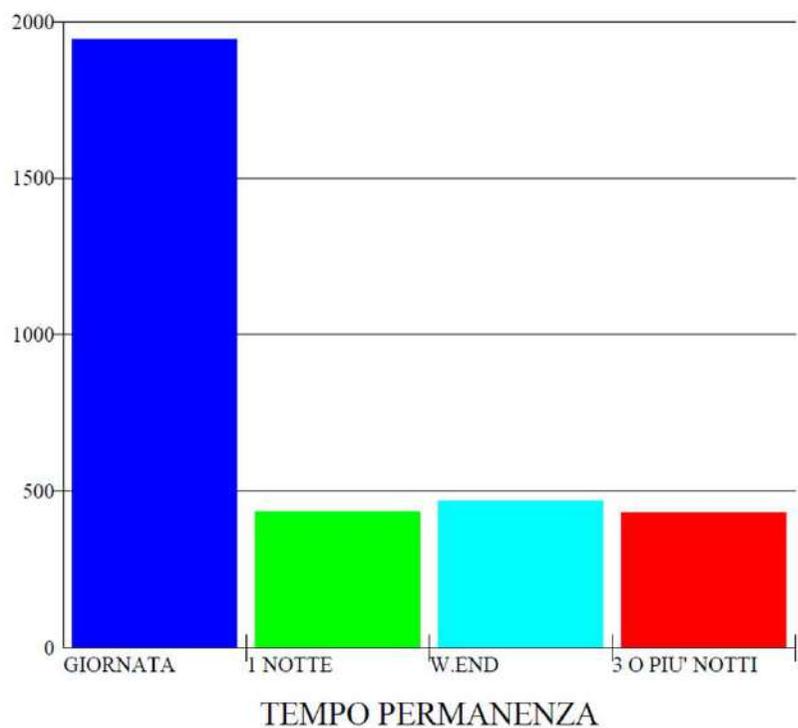
In dettaglio, viene specificata la tipologia di richieste ricevute dagli operatori degli uffici IAT.



| TIPOLOGIA RICHIESTE | TOTALI |
|--|--------|
| Giorni: 01/09/2022 - 31/12/2022 | |
| <u>Valori assoluti</u> | |
| TOTALE | 3945 |
| MATERIALI INFORMATIVI | 2627 |
| TRASPORTI/SERVIZI PUBBLICI | 668 |
| STRUTTURE RICETTIVE | 52 |
| OFFERTE CULTURALI | 1367 |
| EVENTI SPORTIVI | 132 |
| ESCURSIONI/VISITE GUIDATE | 129 |
| PERCORSI CICLO-PEDONALI | 36 |
| ENOGASTRONOMIA | 77 |
| TERRITORIO PROVINCIALE | 65 |
| ALTRO | 601 |
| <u>Percentuali verticali</u> | |
| TOTALE | 100,0% |
| MATERIALI INFORMATIVI | 66,6% |
| TRASPORTI/SERVIZI PUBBLICI | 16,9% |
| STRUTTURE RICETTIVE | 1,3% |
| OFFERTE CULTURALI | 34,7% |
| EVENTI SPORTIVI | 3,3% |
| ESCURSIONI/VISITE GUIDATE | 3,3% |
| PERCORSI CICLO-PEDONALI | 0,9% |
| ENOGASTRONOMIA | 2,0% |
| TERRITORIO PROVINCIALE | 1,6% |
| ALTRO | 15,2% |

5.1. REPORT informazioni quali-quantitative

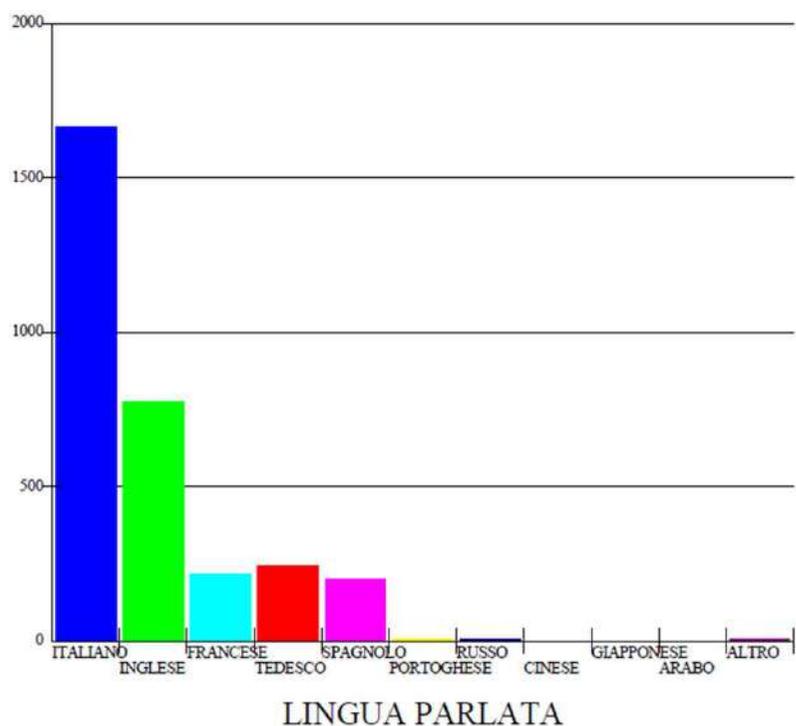
Nella tabella/grafico a seguire viene indicato il tempo di permanenza dei turisti nel territorio.



| TEMPO PERMANENZA Giorni: 01/09/2022 - 31/12/2022 | TOTALI |
|---|--------|
| <u>Valori assoluti</u> | |
| TOTALE | 3279 |
| GIORNATA | 1944 |
| 1 NOTTE | 433 |
| W.END | 470 |
| 3 O PIU' NOTTI | 432 |
| <u>Percentuali verticali</u> | |
| TOTALE | 100,0% |
| GIORNATA | 59,3% |
| 1 NOTTE | 13,2% |
| W.END | 14,3% |
| 3 O PIU' NOTTI | 13,2% |

5.1. REPORT informazioni quali-quantitative

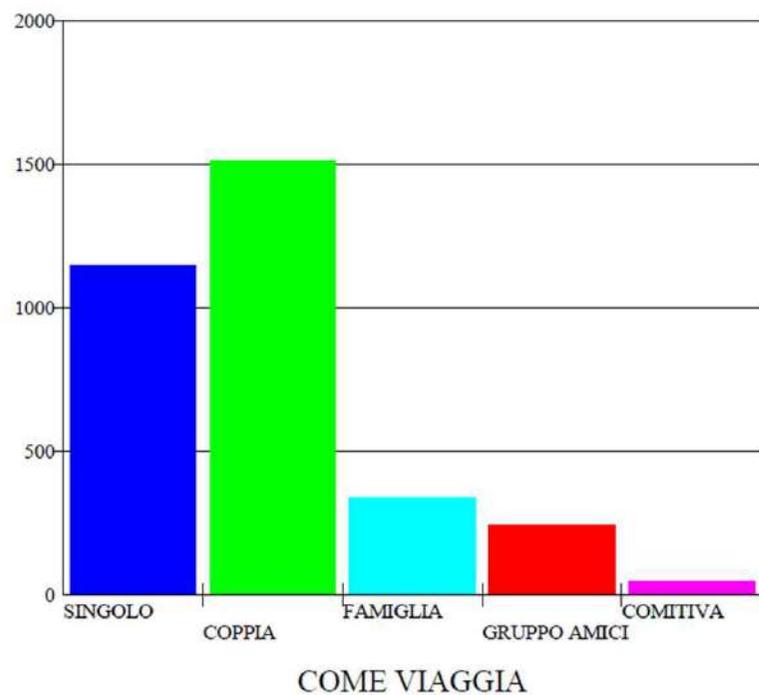
In basso il dettaglio relativo alla tipologia di turista suddiviso in base alla lingua parlata.



| LINGUA PARLATA | TOTALI |
|---------------------------------|--------|
| Giorni: 01/09/2022 - 31/12/2022 | |
| <u>Valori assoluti</u> | |
| TOTALE | 3124 |
| ITALIANO | 1667 |
| INGLESE | 777 |
| FRANCESE | 219 |
| TEDESCO | 243 |
| SPAGNOLO | 200 |
| PORTOGHESE | 5 |
| RUSSO | 7 |
| CINESE | 0 |
| GIAPPONESE | 0 |
| ARABO | 0 |
| ALTRO | 6 |
| <u>Percentuali verticali</u> | |
| TOTALE | 100.0% |
| ITALIANO | 53.4% |
| INGLESE | 24.9% |
| FRANCESE | 7.0% |
| TEDESCO | 7.8% |
| SPAGNOLO | 6.4% |
| PORTOGHESE | 0.2% |
| RUSSO | 0.2% |
| CINESE | 0.0% |
| GIAPPONESE | 0.0% |
| ARABO | 0.0% |
| ALTRO | 0.2% |

5.1. REPORT informazioni quali-quantitative

A seguire la classificazione effettuata in base alla tipologia di viaggiatore che è entrato in contatto con gli uffici IAT.



| COME VIAGGIA Giorni: 01/09/2022 - 31/12/2022 | TOTALI |
|---|--------|
| <u>Valori assoluti</u> | |
| TOTALE | 3293 |
| SINGOLO | 1147 |
| COPPIA | 1514 |
| FAMIGLIA | 338 |
| GRUPPO AMICI | 245 |
| COMITIVA | 49 |
| <u>Percentuali verticali</u> | |
| TOTALE | 100,0% |
| SINGOLO | 34,8% |
| COPPIA | 46,0% |
| FAMIGLIA | 10,3% |
| GRUPPO AMICI | 7,4% |
| COMITIVA | 1,5% |

5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Il sito www.turismopadova.it viene **utilizzato** ultimamente **in gran parte da utenti presenti sul territorio di Padova**, quindi come **guida e utility** per il soggiorno/visita alla città.

Da rilevare lo **stop del traffico social**, che ha portato anche ad un abbassamento fisiologico del traffico organico sul sito.

Importante, invece, il **costante l'aumento del fattore di conversione**, sia di **obiettivi** che di **eventi**, che indicano un **pubblico** sempre più **proattivo e interessato**, che effettua azioni sul sito e recepisce attivamente le proposte che trova sui *social* e in ricerca organica.

A seguire il *report* relativo al sito *web* e ai canali *social* di Turismo Padova per il periodo 1/9/2022-31/12/2022.



5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Dati analytics (1 settembre - 31 dicembre)



5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Dati demografici degli utenti

Dati demografici

- Lingua
- Paese
- Città

Lingua

| | Utenti | % Utenti |
|-----------|--------|----------|
| 1. it-it | 81.985 | 67,23% |
| 2. it | 20.247 | 16,60% |
| 3. en-us | 5.352 | 4,39% |
| 4. en-gb | 3.725 | 3,05% |
| 5. de-de | 1.558 | 1,28% |
| 6. es-es | 914 | 0,75% |
| 7. fr-fr | 730 | 0,60% |
| 8. de | 620 | 0,51% |
| 9. pt-br | 465 | 0,38% |
| 10. nl-nl | 357 | 0,29% |



5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Dati demografici degli utenti

| Dati demografici | |
|------------------|---|
| Lingua | |
| Paese | ▶ |
| Città | |

| Paese | Utenti | % Utenti |
|---|---------|----------|
| 1.  Italy | 108.358 | 89,19% |
| 2.  Germany | 1.876 | 1,54% |
| 3.  United States | 1.415 | 1,16% |
| 4.  Spain | 921 | 0,76% |
| 5.  France | 900 | 0,74% |
| 6.  United Kingdom | 751 | 0,62% |
| 7.  Switzerland | 681 | 0,56% |
| 8.  Austria | 495 | 0,41% |
| 9.  Croatia | 460 | 0,38% |
| 10.  Netherlands | 410 | 0,34% |



PROSPERITÀ
MANAGEMENT
DESTINATIONS

5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Dati demografici degli utenti

Dati demografici

Lingua

Paese

Città

Città

Utenti % Utenti

| | | |
|--------------|--------|--------|
| 1. Milan | 29.193 | 22,71% |
| 2. (not set) | 13.972 | 10,87% |
| 3. Padua | 10.938 | 8,51% |
| 4. Rome | 7.133 | 5,55% |
| 5. Bologna | 5.438 | 4,23% |
| 6. Venice | 5.396 | 4,20% |
| 7. Florence | 2.571 | 2,00% |
| 8. Turin | 2.462 | 1,92% |
| 9. Naples | 2.426 | 1,89% |
| 10. Catania | 2.048 | 1,59% |



COOP CULTURE

PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU
ORGANIZATION
MANAGEMENT
D. DESTINATION

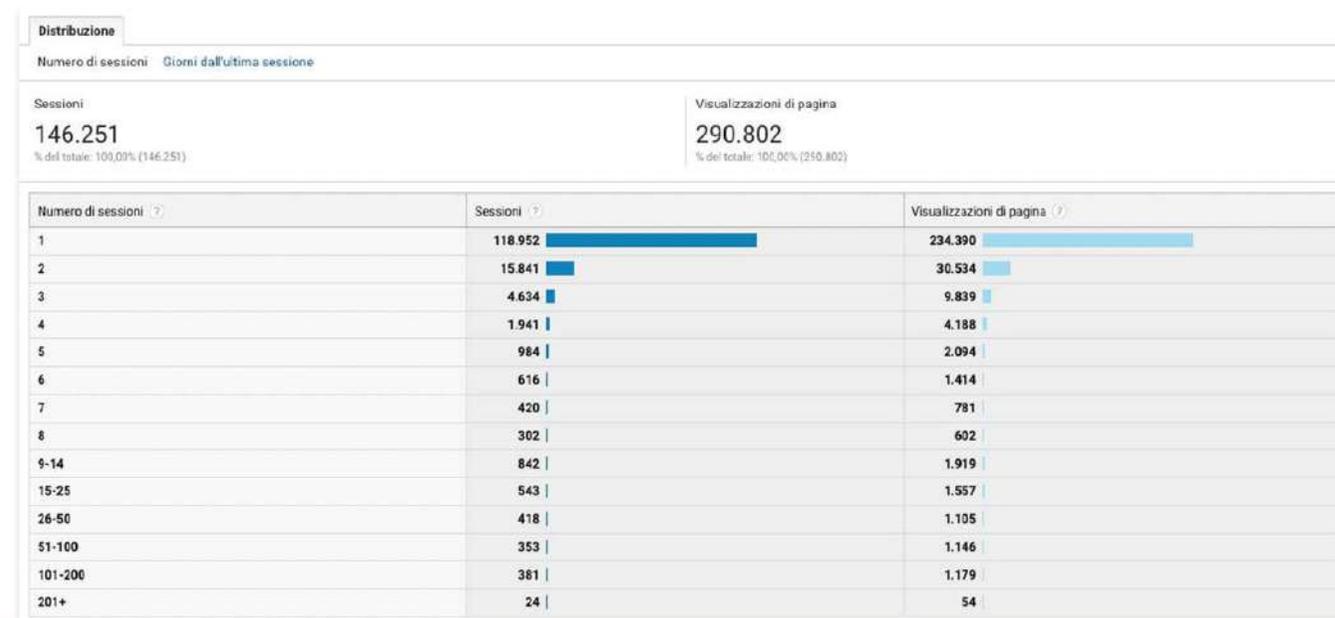
5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Comportamento utente - Nuovi e di ritorno



5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Comportamento utente - Frequenza e recency



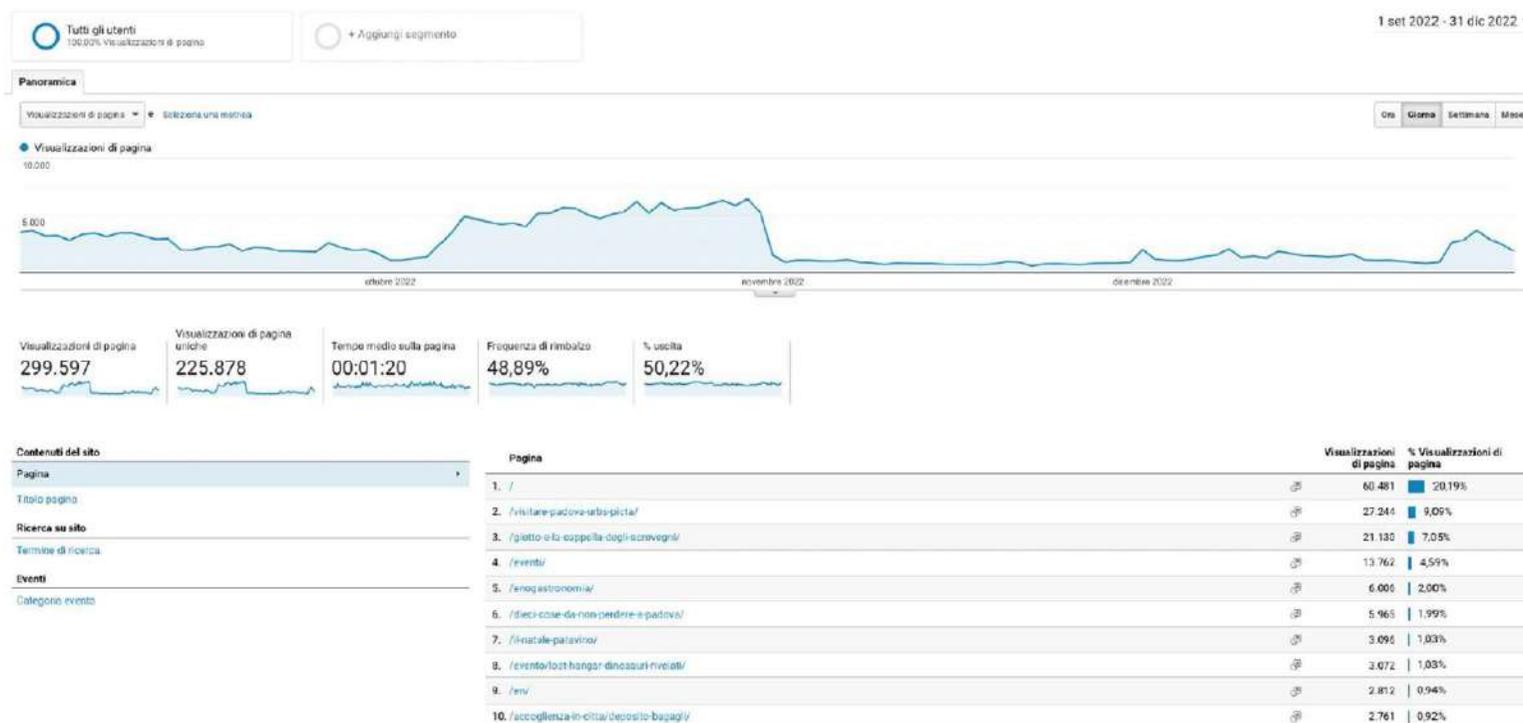
5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Comportamento utente - Coinvolgimento



5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Comportamento utente - Pagine più visitate



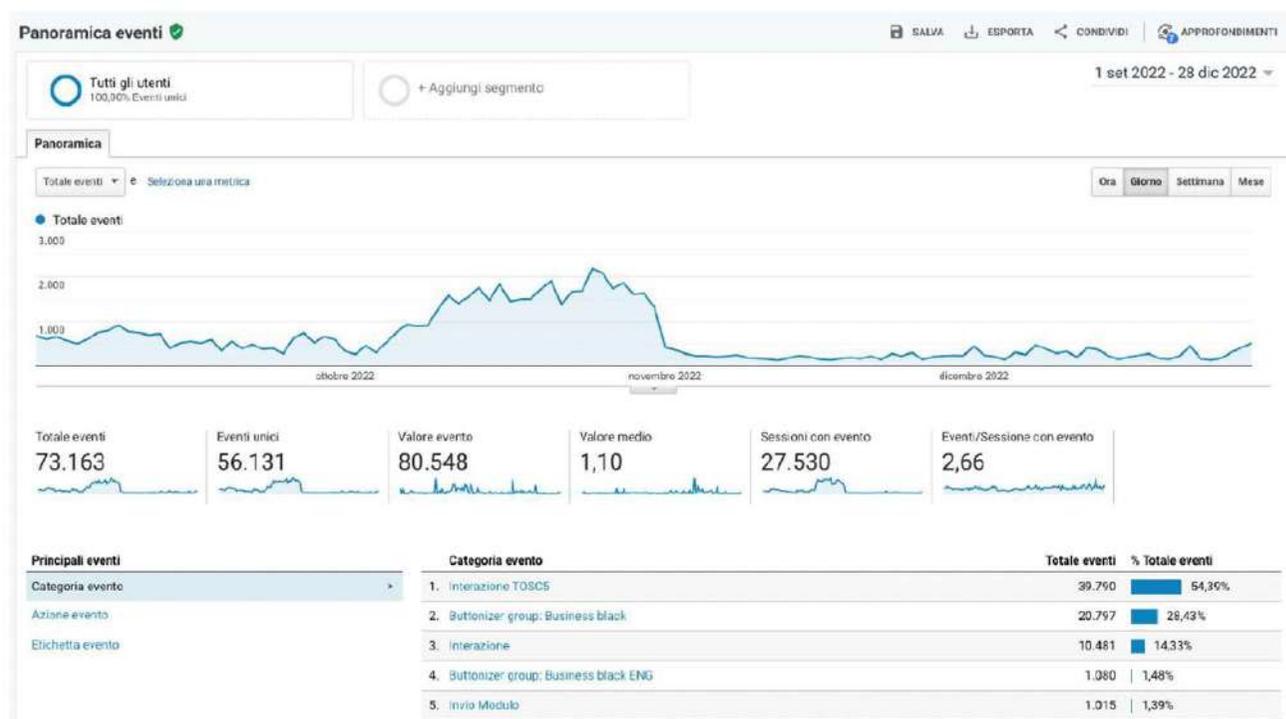
5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Completamento obiettivi



5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Sessioni con eventi



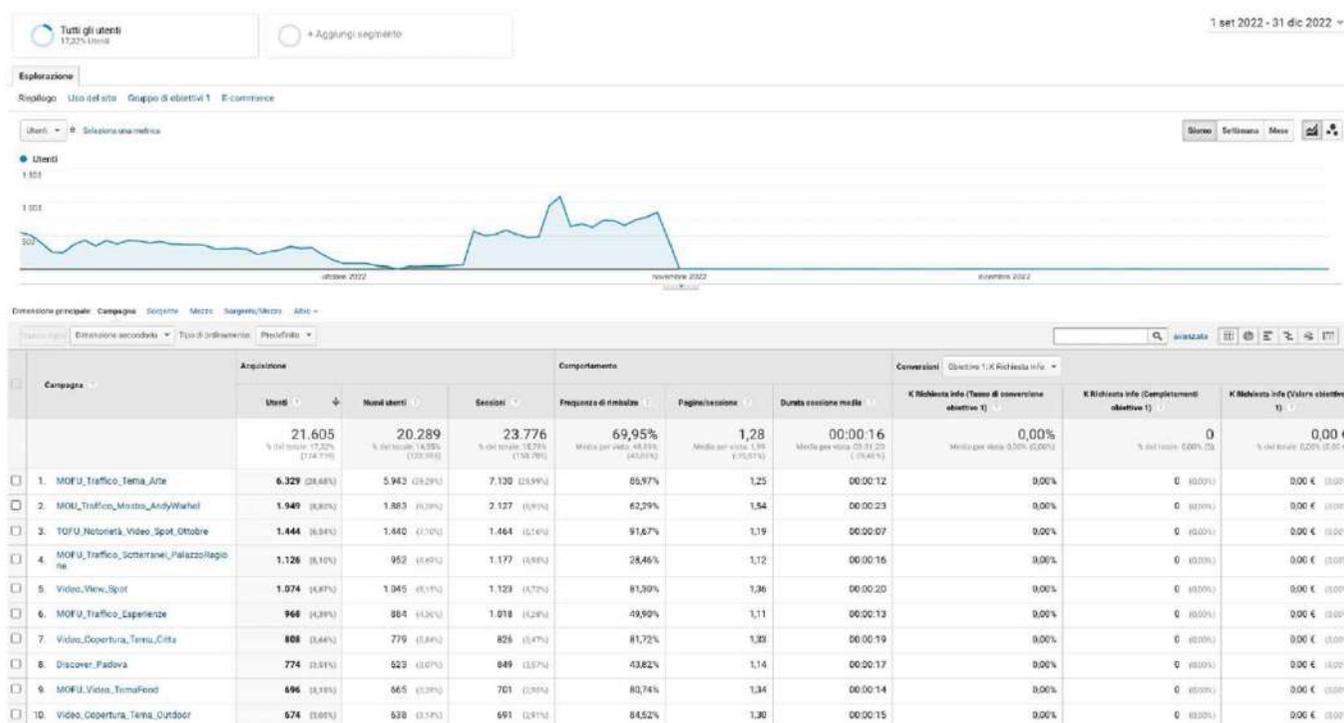
5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Solo ricerca organica



5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Solo campagne



5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

DATI UTENTI SOCIAL

Dal 01.09.2022 al 31.12.2022

Risultati

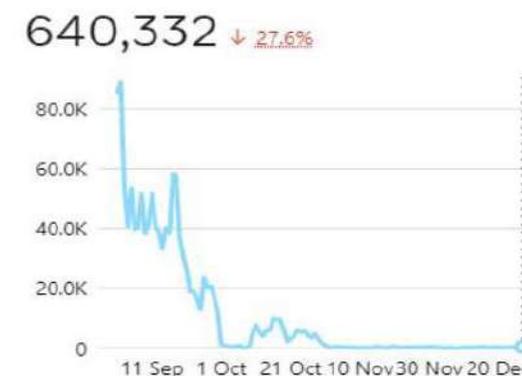
Copertura a pagamento ⓘ



Copertura della Pagina Facebook ⓘ



Copertura di Instagram ⓘ



5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

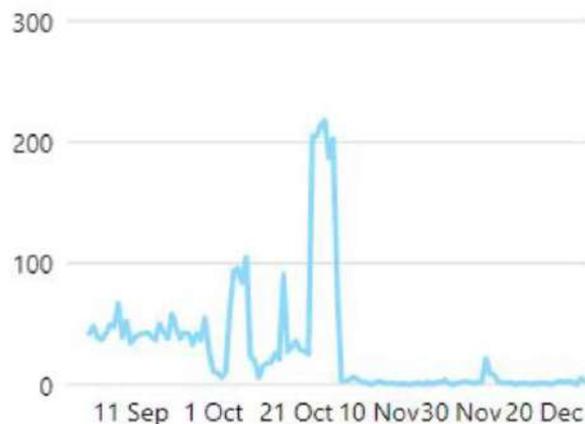
DATI UTENTI SOCIAL

Dal 01.09.2022 al 31.12.2022

Nuovi "Mi piace" e follower

Nuovi "Mi piace" sulla Pagina Facebook ⓘ

3,612 ↓ 33.9%



Nuovi follower di Instagram ⓘ

580 ↓ 23.3%



COOP CULTURE



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROSPERITÀ
MANAGERIAL
DESTINAZIONE

5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

I MIGLIORI 6 POST

Dal 01.09.2022 al 31.12.2022

| | Copertura | MI piace e reazioni | Click sul link | Commenti | Condivisori |
|---|-----------|---------------------|----------------|----------|-------------|
|  In barca lungo la Riviera del Brenta, per ammirar... Turismo Padova | 370.500 | 850 | 4.700 | 63 | 116 |
|  Sei a Padova e vuoi visitare gli otto siti patrimoni... Turismo Padova | 347.400 | 1.100 | 2.100 | 59 | 119 |
|  Un quadrilatero nel centro storico di Padova racc... Turismo Padova | 198.300 | 4.000 | 319 | 107 | 199 |
|  Le antiche piazze del centro storico, come nei te... Turismo Padova | 176.000 | 61 | 2.500 | 2 | 5 |
|  Arte, storia, scienza ed enogastronomia. Padova ... Turismo Padova | 175.800 | 179 | 2.000 | 4 | 4 |
|  Un'avventura culinaria tra i banchi del Mercato S... Turismo Padova | 173.200 | 383 | 2.300 | 23 | 33 |



ORGANISMO
MANAGERIALE
DIREZIONE

5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

PUBBLICO

al 31.08.22

Follower della Pagina Facebook
21.023

Età e genere



Follower di Instagram
1711

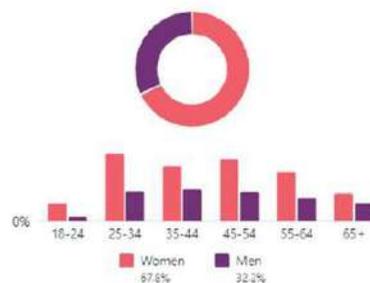
Età e genere



al 31.12.22

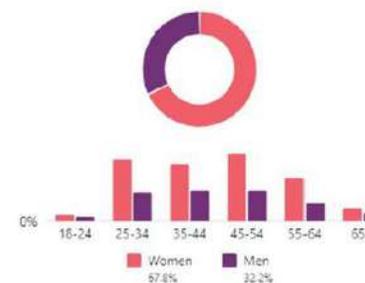
Facebook Page followers
24,434

Age & gender



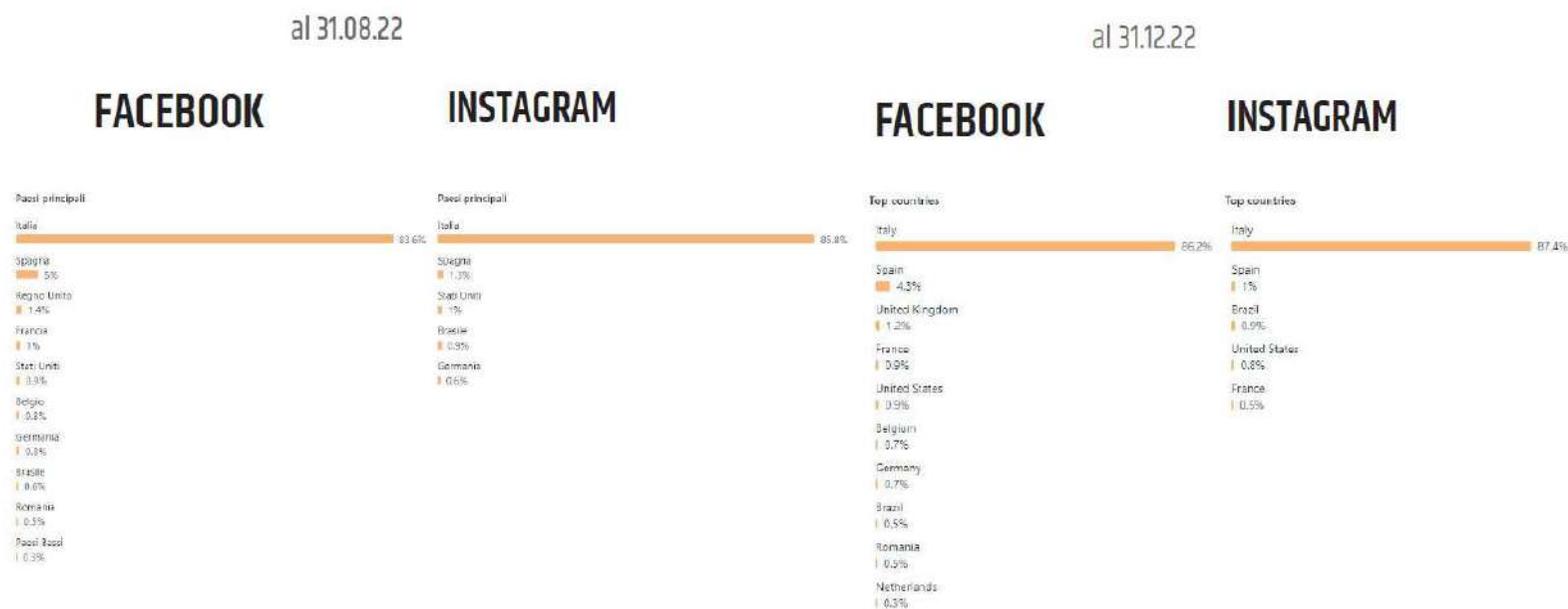
Instagram followers
2,200

Age & gender



5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

DATI UTENTI SOCIAL PUBBLICO



6. ANDAMENTO TURISTICO



CO
OP | CUL
TU
RE



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROSPERITÀ
E
SOSTENIBILITÀ
DEL
TURISMO

Andamento turistico

Si tratta di un **indicatore annuale** che consiste nei **dati forniti a posteriori dal Sistema Statistico Regionale del Veneto** sulla base delle dichiarazioni degli operatori alberghieri in merito al movimento dei clienti negli esercizi ricettivi.

I dati riguardano **Arrivi e Presenze** (pernottamenti) suddivisi per: periodo di soggiorno; regione/paese di provenienza; tipologia di alloggio.

Tramite questi valori è possibile ottenere una **serie di indicatori** relativi a:

- durata media del soggiorno (notti);
- indici di destagionalizzazione (quota di specifici mesi di "bassa stagione" sul totale);
- indici di internazionalizzazione (quota di specifici paesi strategici sul totale).

Gli ultimi dati forniti dal Sistema Statistico Regionale del Veneto, in merito agli indicatori sopracitati, sono relativi al terzo trimestre 2022.



6.1. Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

L'Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto è il **sistema condiviso di informazioni e monitoraggio**, regolato da un organismo di *governance*, che permette di **approfondire la conoscenza di fenomeni turistici sulla base dell'analisi di dati e informazioni attendibili e selezionate**.

Nel dicembre 2019 è stato firmato un Protocollo d'Intesa da parte dei soggetti operanti nel settore turistico, chiamati a concorrere al funzionamento di un innovativo strumento di monitoraggio e analisi di quello che rappresenta il principale settore economico del Veneto. Questo nuovo organismo, denominato "Osservatorio Turistico Regionale Federato" (OTRF), ad oggi **conta più di 40 soggetti aderenti**, che include le Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni (O.G.D.), le Università del Veneto, il Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica (CISET), Assoturismo Confesercenti, Confturismo Confcommercio, Confindustria Turismo Veneto, Confartigianato, la Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media impresa (CNA), Federcongressi, Agriturist (Confagricoltura), Terranostra (Coldiretti), Turismo Verde (CIA) e potrà essere esteso a tutti i soggetti potenzialmente interessati a fornire e fruire di dati e analisi utili alla comprensione del fenomeno turistico veneto (Centri Studi, Camere di Commercio, Enti locali, Fondazioni, altre associazioni di categoria, ecc.).

Funzione dell'OTRF è quella di **svolgere attività di analisi, ricerca e raccolta di dati e indicatori**, allo scopo di **diffondere informazioni** mediante l'accesso ad una piattaforma digitale unica. L'Osservatorio svolge **un'analisi predittiva sui dati statistici**, esegue **indagini continuative** e, su richiesta, su temi rilevanti e attuali per gli operatori del settore turistico. Il sistema consente quindi di **approfondire flussi, domande di scenario, analisi economiche, scenari di mercato, costi e benefici** legati agli interventi promozionali sui nuovi mercati e sui mercati tradizionali, oltre ad analisi *ad hoc*.

Rappresenta quindi uno strumento fondamentale per poter disporre di **informazioni continue e attendibili**, di **analisi tempestive dei dati**, di **conoscenze dell'evoluzione dei fenomeni turistici**, allo scopo di prendere decisioni mirate, acquistando la competenza utile ad affrontare la sfida della competitività nei mercati turistici partendo da solide basi, in particolare nel momento di rilancio post-Covid dell'industria turistica veneta.

L'Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto, ideato nell'ambito del Piano Strategico del Turismo Veneto, **mira a conoscere trend, volumi, andamenti del mercato, stimola e coinvolge il territorio all'analisi coordinata, raccoglie le informazioni e le ricerche** promosse dalle destinazioni o dagli altri soggetti aderenti.



6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

I mesi di luglio, agosto e settembre rappresentano un periodo di **alta stagionalità per oltre due terzi delle imprese turistiche della Regione (68,4%)**, per il 28,5% è di bassa stagione e per solo il 3,1% l'attività è sospesa.

Il turismo evidenzia uno slancio durante la stagione estiva, seppur in un contesto di crollo del potere d'acquisto delle famiglie a causa della crescita dell'inflazione e dell'attuazione di politiche monetarie più restrittive.

Si rileva un **promettente bilancio positivo del fatturato estivo**: buono il passo congiunturale +21% e il confronto su base tendenziale +17%.

Nell'estate 2022 il fatturato è 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 evidenzia una diminuzione.

I prezzi di vendita proseguono l'aumento rilevato sia su base congiunturale che tendenziale. Molto più prudenti le prospettive 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% prevede una tendenza stazionaria.

Solo un quarto la quota di imprese turistiche che vende i propri prodotti anche attraverso il web (27%), da cui proviene un terzo del fatturato, anche se il 61% delle imprese dichiara un blocco dei ricavi a causa delle vendite *online* nel trimestre in esame. La quasi totalità delle imprese riceve prenotazioni tramite contatto diretto (68% del fatturato totale).

Il 31% delle imprese turistiche punta sull'utilizzo di prodotti a chilometro zero come investimento per migliorare le *performance* ambientali dell'impresa, il 24% sul miglioramento dell'efficientamento energetico.

Le imprese dichiarano che nella stagione estiva **il 43,5% degli ospiti nelle strutture è formato da turisti abitudinari**, 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.

Fonte: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2022 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto



6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Si è trattato di **un'estate di netta ripresa**, seppure l'aumento dei costi energetici abbia ridotto i margini delle attività turistiche. L'ondata di contagi di fine giugno, il caro carburanti, il caos negli aeroporti e l'impennata dell'inflazione hanno indebolito la domanda.

Nel **terzo trimestre 2022** il quadro economico internazionale evidenzia un **forte rallentamento della domanda**, a causa sia dell'erosione del potere d'acquisto delle famiglie e dell'impennata dell'inflazione, dall'altro delle politiche monetarie più restrittive al fine di contrastarla.

In base alle ultime stime 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 il 2022 pari al 3,9%. **Forte la domanda interna**, in particolar modo i **consumi delle famiglie** e la **crescita dei servizi**, che registra **+0,9%**, in special modo **nel settore del turismo**: commercio, trasporto, alloggio e ristorazione, contro il -0,6% dell'industria e il -2% delle costruzioni.

Crescono dell'1,8% i consumi, oltre il doppio degli investimenti fissi lordi (+0,8%). Il contributo della domanda estera risulta negativo di 1,3 punti percentuali.

In base ai dati forniti da Federalberghi, l'andamento del terzo trimestre 2022 infonde fiducia. **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%) si sono mantenuti più bassi rispetto allo stesso periodo del 2019.**

Nel terzo trimestre **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%.**

Dal punto di vista occupazionale, il 2022 è stato 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, seppure il settore turistico abbia approfittato di flussi crescenti provenienti anche dall'estero e di una stagione estiva prolungata. In base ai dati sull'occupazione di Veneto Lavoro, **il terzo trimestre è stato un periodo ancora trainato da andamenti positivi**, con un **mercato del lavoro attivo** e una certa **stabilizzazione dei rapporti di lavoro**, nonostante il saldo negativo delle posizioni di lavoro; nel terziario, nel terzo trimestre del 2022 si registrano -19.800 posti di lavoro (-20.300 nel 2019); un saldo per tre quarti imputabile al turismo e tempo libero (-14.600).

Il **trimestre estivo** ha segnato il ritorno alla normalità delle vacanze estive ed il **consolidamento della crescita dei flussi turistici**. Gli ultimi dati disponibili, forniti dall'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto, relativi ai primi otto mesi del 2022 indicano una buona ripresa del comparto rispetto allo stesso periodo 2021.

Fonte: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2022 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto



6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

La **percentuale di turisti italiani è quasi tornata ai valori del 2019 (-0,5%)**, quella degli **stranieri** sta recuperando più lentamente, attestandosi a fine agosto a **-19,4%**. Tutti i mercati esteri dimostrano interesse per la nostra destinazione e diversi mostrano un segno positivo, 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 è paragonabile allo stesso periodo del 2019, con la **costa** che fa da **traino con oltre 19 milioni di presenze, pari al 52,4% del totale**. Si registrano un **-5,1% negli arrivi e un -4% nelle presenze**. I primi segnali rassicuranti ad aprile, con una tendenza di crescita confermata nei mesi estivi, con punte massime in luglio, quando la destinazione ha 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 monitorate anche dall'**indagine trimestrale sulle imprese dei servizi turistici**, al fine di rilevare le variazioni economiche dei principali indicatori congiunturali del settore. 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, in Veneto, **fra luglio e settembre 2022, il fatturato delle attività turistiche**, dopo la forte crescita del trimestre primaverile (+43,1%), **è aumentato del +21,1% rispetto al trimestre precedente**.

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 (asporto, gelaterie, pasticcerie); 3) attività delle agenzie di viaggio, tour operator, servizi di prenotazione e attività connesse.

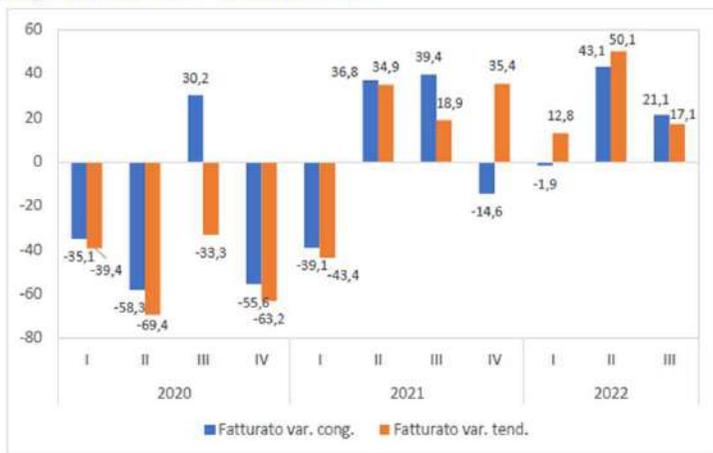
Fonte: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2022 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto



6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

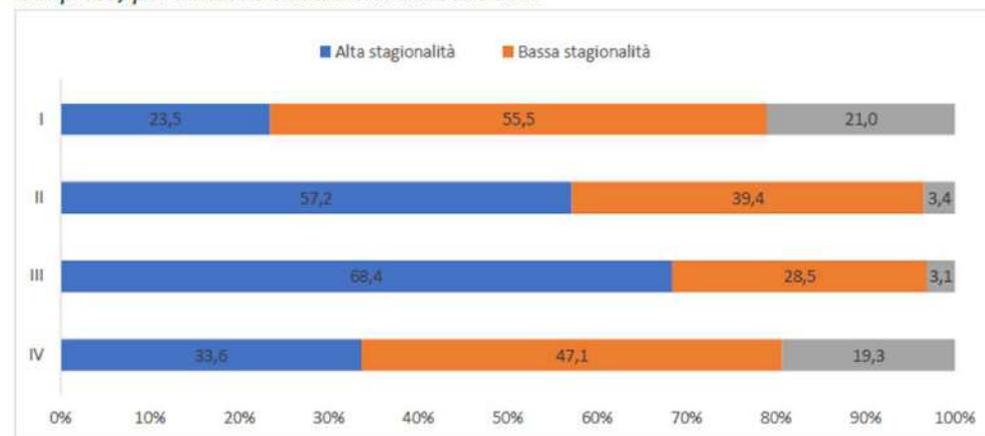
L'analisi della variazione congiunturale del fatturato per settore registra un incremento maggiore per il comparto alberghiero (+33,6%) e dei servizi turistici (+20,5%), meno per la ristorazione (+13,1%). Rispetto allo stesso trimestre 2021, il fatturato del comparto turistico riporta una variazione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

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



L'indagine fa riferimento all'analisi dell'andamento economico dei servizi turistici a luglio, agosto e settembre 2022, quando il 68,4% delle imprese turistiche intervistate ha dichiarato di essere in un trimestre ad alta stagionalità. Per il 28,5% delle imprese 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: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2022 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Il comparto turistico è riuscito a mantenersi ad un buon regime anche nella stagione estiva. In linea con il trimestre precedente, **in Veneto il 63% delle imprese intervistate è interessato da un aumento del fatturato nel terzo trimestre 2022 rispetto al secondo**, l'11,4% dichiara una sostanziale **stazionarietà** e il 25,8%, invece, ne indica una sua **diminuzione**.

Questo andamento è in leggero calo, rispetto al terzo trimestre dell'anno precedente (quando il 72,2% delle imprese dichiarava fatturato in aumento e il 17,4% in diminuzione). Il saldo dei giudizi a posteriori si mantiene positivo ma ponderato, sostenuto 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** rivelano 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, *tour operator*, servizi di prenotazione e attività connesse) la **quota di giudizi positivi** è del **71,4%**, mentre il **19%** evidenzia una situazione di **stazionarietà** e il **9,6%** una **flessione del fatturato**. La **quota di positività** 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: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2022 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

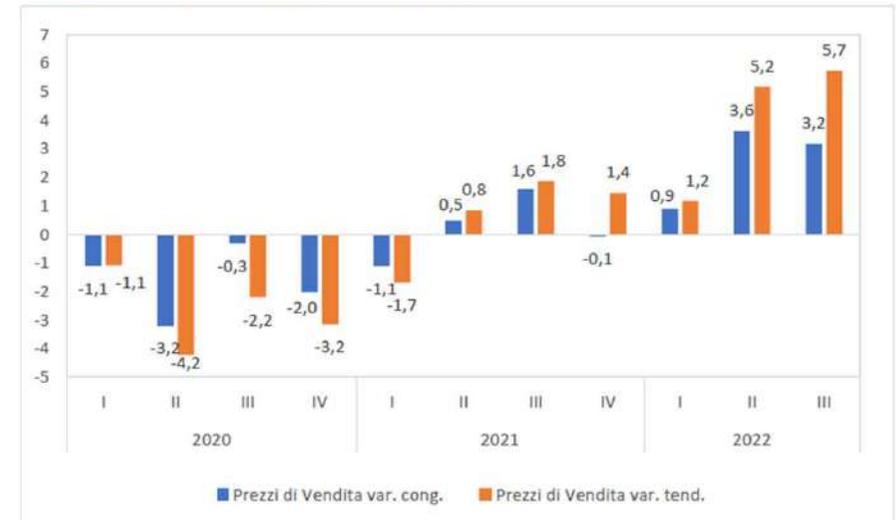
I **prezzi di vendita del comparto turistico** sono risultati in **crescita anche nel terzo trimestre del 2022: +5,7%**, in linea con il netto rialzo registrato nel secondo trimestre (+5,2%).

Stesso andamento anche la variazione su base congiunturale: **l'indicatore risulta in aumento (+3,2%)**, come la **crescita marcata del trimestre primaverile (+3,6%)**.

Nel **terzo trimestre 2022** per la maggior parte delle **imprese turistiche venete (61,2%)** 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 evidenzia un aumento** e diminuisce la quota che ne dichiara una **diminuzione (1,4%)**.

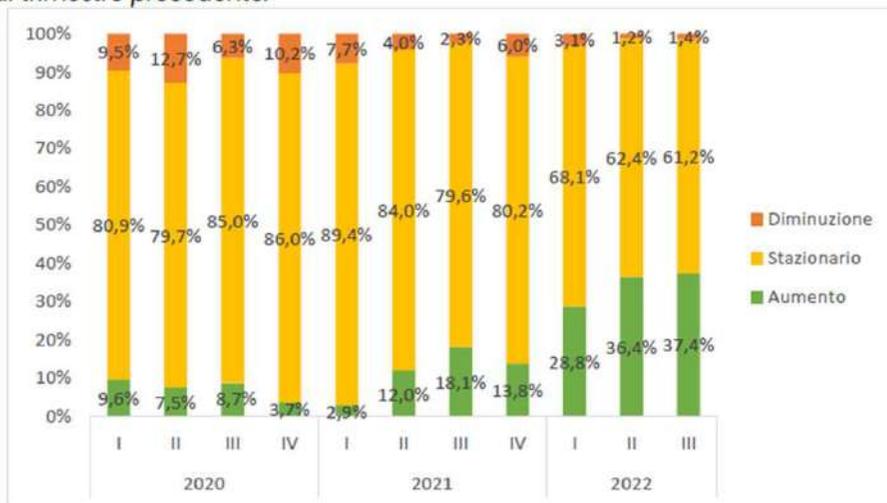
Veneto. Andamento dei prezzi di vendita nei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale). I trimestre 2020 – III trimestre 2022



Fonte: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2022 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

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: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2022 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

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: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2022 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

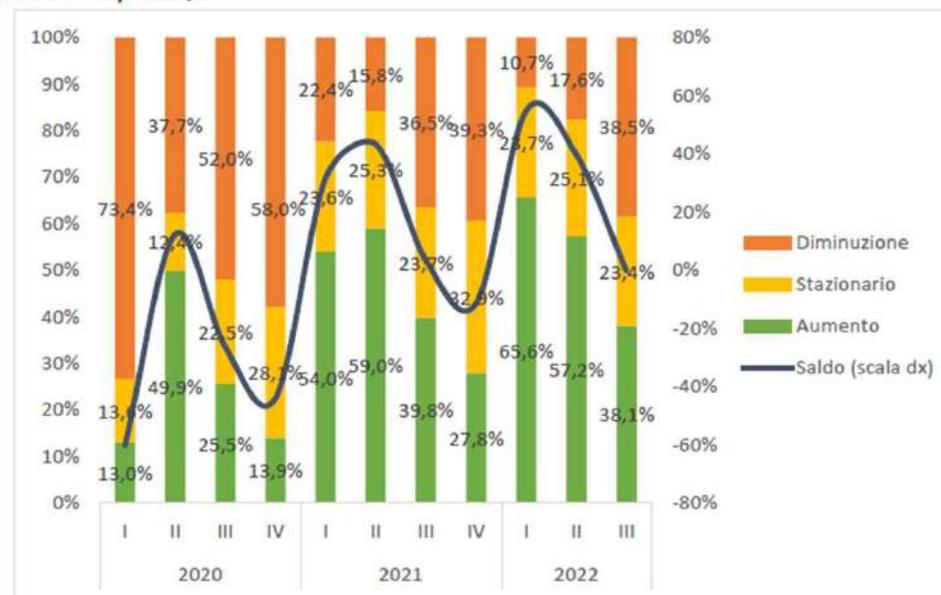


6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Alla quota di imprenditori veneti (38,1%) che conta in un trimestre invernale di crescita si affianca un 38,5% di imprenditori che evidenzia una diminuzione e il 23,4% 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.

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



Fonte: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2022 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Sono particolarmente ottimisti coloro che svolgono **attività di ristorazione**: ben il **42,4%** degli intervistati pronostica un aumento del fatturato, mentre il **33,9%** una diminuzione. Gli **albergatori e i servizi turistici** sono 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 si **mantiene stabile la quota delle imprese che prevede una certa stazionarietà (64,2%** rispetto al 65,1% del trimestre precedente).

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: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2022 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto



6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Oltre un quarto delle imprese turistiche venete del campione (27%) conferma di vendere i propri servizi anche attraverso internet (sito web, *booking.com*, *Airbnb*, *deliveroo*, *Just Eat*, ecc.), mentre il restante 73% non utilizza ancora questi strumenti.

Anche nel terzo trimestre 2022, il comparto alberghiero risulta ben organizzato digitalmente, con l'85% delle imprese che vende anche *online*, mentre le attività dei servizi turistici e il comparto ristorazione sono 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: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2022 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Anche nel trimestre luglio-settembre 2022 oltre un terzo del fatturato deriva in media dalla vendita attraverso *internet* (33,5%) connessa alla ripresa della stagione estiva. Nel terzo trimestre 2022 la parte di fatturato realizzata tramite il *web* 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 rimane in una fase di stallo: quasi il 61% delle imprese dichiara una stazionarietà del fatturato derivante dalle vendite *online*. Questa quota è pari al 68,8% per i ristoranti, al 61,9% per i servizi turistici e al 53,9% per gli alberghi.

Nel terzo trimestre 2022, si rileva una situazione di aumento del fatturato "*digital*" per quasi un quarto delle imprese (23,8%). Solamente gli albergatori dichiarano che il fatturato derivante dall'*online* 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: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2022 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto



6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

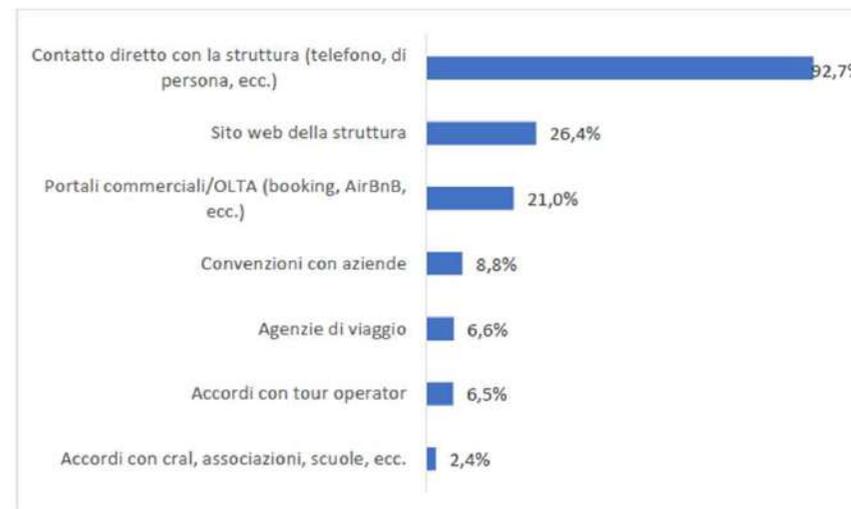
Alle imprese turistiche del campione è stata chiesta qual è la principale **modalità di prenotazione** utilizzata dai loro clienti. La quasi totalità delle imprese intervistate (**92,7%**) nei mesi estivi 2022 conferma che i loro clienti prediligono come modalità di prenotazione il **contatto diretto con la struttura**, (70% sul fatturato aziendale totale).

Il contatto diretto è utilizzato in special modo **nel settore ristorazione** (il **94% delle imprese lo indica come modalità principale di prenotazione**) e in media pesa per oltre il **77% del fatturato complessivo**.

Il **26,4%** delle imprese vende 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 pari al 7,6%**. Quest'ultima rappresenta la modalità principale 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 in particolare per le attività delle agenzie di viaggio, dei *tour operator*, dei servizi di prenotazione e attività connesse.

Fonte: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2022 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

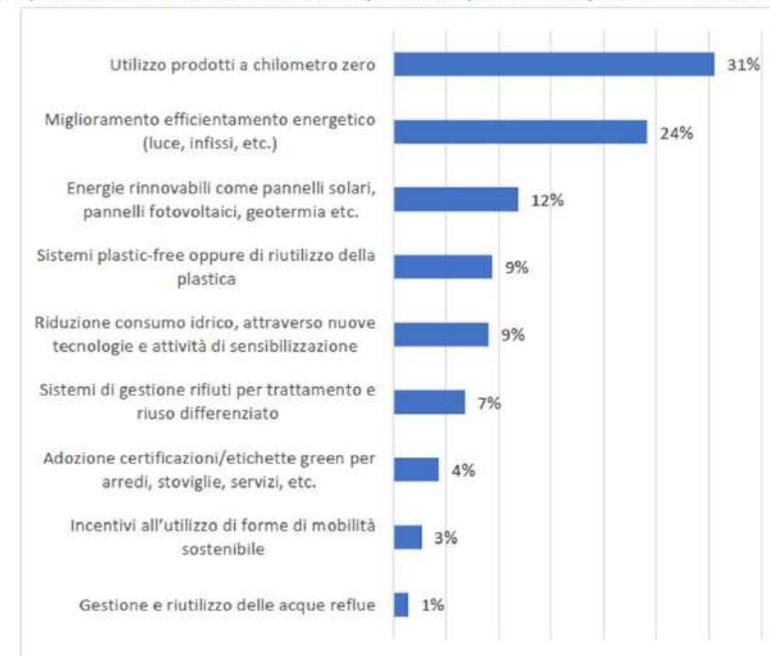
Veneto. Quota di imprese turistiche che dichiara principali le seguenti modalità di prenotazione nella sua attività (risposta multipla). III trimestre 2022



6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

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 Km Zero, il 24% sul miglioramento dell'efficienza energetica (luce, infissi, ecc.), il 12% sulle energie rinnovabili come pannelli solari, pannelli fotovoltaici, geotermia, ecc., 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

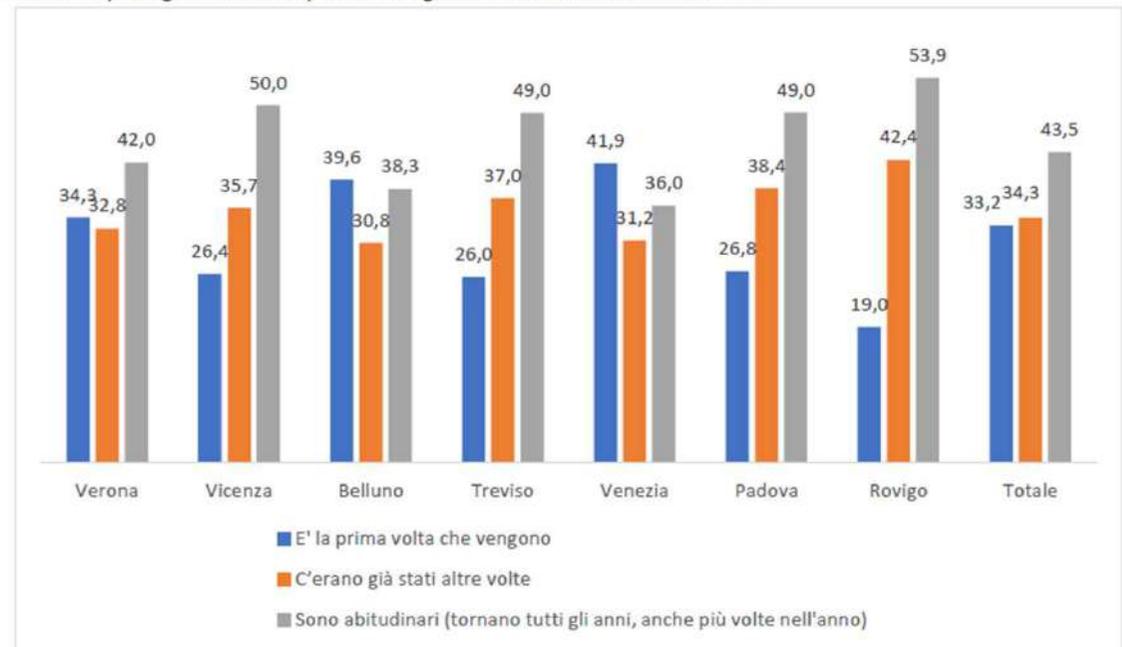


Fonte: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2022 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Con riferimento alla stagione estiva, le imprese turistiche intervistate hanno dichiarato che il **43,5%** degli ospiti nelle strutture è costituito da *repeater* (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

Fonte: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2022 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto



6.3. Analisi del “Sentiment” e Opinion mining

L'Osservatorio del Turismo Regionale Federato si è impegnato inoltre a comprendere l'andamento degli operatori del settore turistico con **indagini congiunturali trimestrali** su un campione rappresentativo di imprese del comparto ricettivo, *Food & beverage* e dei servizi turistici per **monitorare fatturato, investimenti ed occupazione**.

Si tratta di uno **strumento che analizza la rete e misura in tempo reale tutti gli indici di *appeal* digitale di una destinazione, monitora l'andamento dei prezzi del comparto ricettivo**, dettagliato per tutte le tipologie di strutture, **sulle OTA**.

Nello specifico, viene evidenziato il *sentiment* del turista (indicatore che misura la percezione che gli utenti hanno rispetto ad un soggetto specifico: una camera, un servizio, una persona, un luogo, uno spazio, e nel complesso, la soddisfazione generale degli ospiti).

L'analisi del *sentiment* (nota anche come *opinion mining*) è un campo dell'elaborazione del linguaggio naturale che si occupa di costruire sistemi per l'identificazione e la raccolta di opinioni ottenute tramite le recensioni degli ospiti.

L'obiettivo è quello di **disporre di un sistema capace di fornire continui aggiornamenti sull'andamento dei mercati turistici, sui flussi, sulle tendenze dei consumatori**, sull'affermarsi di **nuove domande e orientamenti**, sui **mutamenti degli scenari nazionali e internazionali** e dei comportamenti dei viaggiatori e turisti.

Ogni dimensione è analizzabile in base ai seguenti parametri :

- sub-aree di interesse, tempo, mercati (italiani/stranieri con dettaglio nazionalità);
- tipologia di viaggio (di coppia, in famiglia, di gruppo, individuale, per lavoro);
- *cluster* semantici (generali e specifici per comparto).

A seguire il *report* relativo alla destinazione Padova in base agli indicatori sopracitati; si tratta di valori relativi al periodo 1 ottobre – 31 dicembre 2022.



6.3. Analisi del "Sentiment" e Opinion mining

Tipologia di offerta

Filtra per destinazione (OGD o MdA):

Padova

Dettaglio della tipologia di offerta, il livello di sentiment e il numero totale di contenuti, negli ultimi 3 mesi.

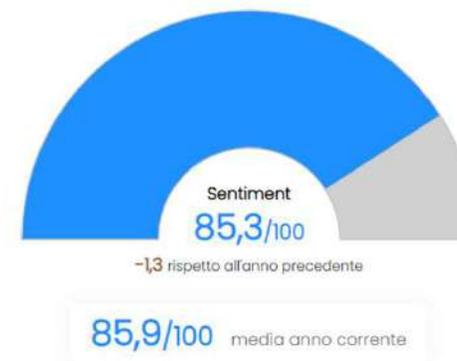


Sentiment complessivo

Filtra per destinazione (OGD o MdA):

Padova

Il sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online. Il dato è riferito alla media degli ultimi 3 mesi, come media dei 3 comparti (ristorazione, ricettività, attrazioni).



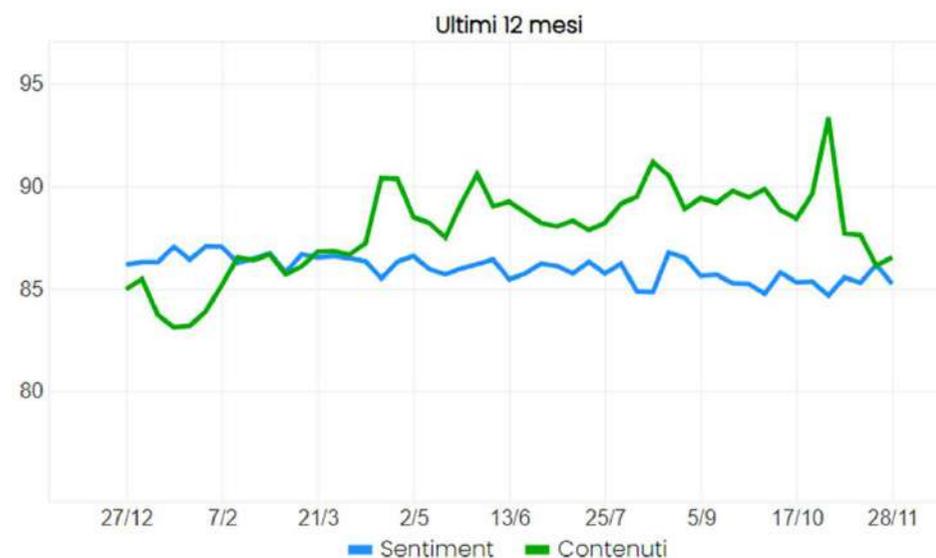
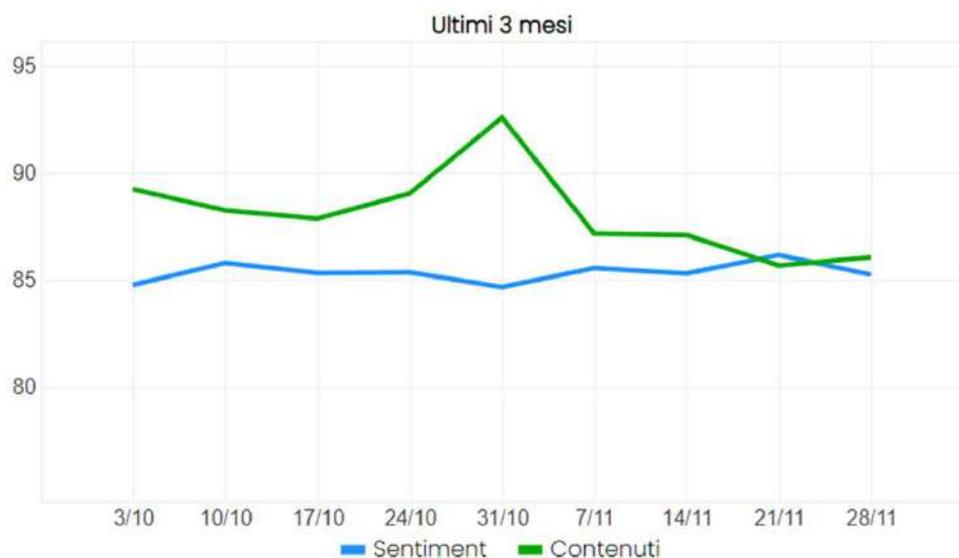
6.3. Analisi del "Sentiment" e Opinion mining

Andamento

Filtra per destinazione (OGD o MdA):

Padova

Andamento del volume dei contenuti online e del sentiment nel tempo.
Scorri lungo il grafico per vedere i valori del trend.



6.3. Analisi del "Sentiment" e Opinion mining

Visitatori Filtra per destinazione (OGD o MdA):
Padova ▼

Dettaglio di provenienza dei visitatori dell'area selezionata, il livello di sentiment e la quota percentuale di quel mercato sul totale, negli ultimi 3 mesi. Muovi il mouse sulle frecce per visualizzare la variazione rispetto all'anno precedente.

Cerca:

| Nazione | Nazione | | % sul totale ▼ | Sentiment ⬆ |
|---|-----------------|--|----------------|-------------|
|  | Italia | | 19,2% ▼ | 81,2/100 ▼ |
|  | Germania | | 5,5% ▼ | 80,4/100 ▼ |
|  | Spagna | | 4,4% ▼ | 80,4/100 ▼ |
|  | Francia | | 4,3% ▼ | 82,2/100 ▼ |
|  | Austria | | 3,5% ▼ | 82,1/100 ▼ |
|  | Svizzera | | 3,3% ▼ | 80,4/100 ▼ |
|  | Regno Unito | | 3,2% ▲ | 80,1/100 ▼ |
|  | Polonia | | 2,6% ▼ | 82,1/100 ▼ |
|  | Belgio | | 2,5% ▼ | 76,1/100 ▼ |
|  | Croazia | | 2,3% ▲ | 82,6/100 ▼ |
|  | Stati Uniti | | 2,3% ▲ | 86,5/100 ▼ |
|  | Paesi Bassi | | 2,2% ▼ | 81,4/100 ▼ |
|  | Ungheria | | 2,1% ▲ | 85,1/100 ▲ |
|  | Romania | | 1,9% ▲ | 85,6/100 ▲ |
|  | Brasile | | 1,8% ▲ | 81,8/100 ▼ |
|  | Israele | | 1,8% ▲ | 87,1/100 ▲ |
|  | Repubblica Ceca | | 1,8% ▼ | 84,7/100 ▼ |

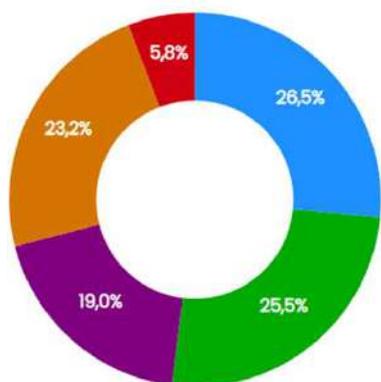
6.3. Analisi del "Sentiment" e Opinion mining

Tipologie di visitatori

Filtra per destinazione (OGD o MdA):

Padova

Dettaglio della tipologia dei visitatori, in percentuale sul totale, negli ultimi 3 mesi.



- Coppie
- Famiglie
- Singolo
- Amici/Gruppo
- Viaggio di lavoro

Tipologie di visitatori

Filtra per destinazione (OGD o MdA):

Padova

Dettaglio della tipologia dei visitatori, il livello di sentiment e la quota percentuale di quella tipologia sul totale, negli ultimi 3 mesi. Muovi il mouse sulle frecce per visualizzare la variazione rispetto all'anno precedente.

| Tipologia | % sul totale | Sentiment |
|-------------------|--------------|------------|
| Coppie | 26,5% ▲ | 81,9/100 ▼ |
| Famiglie | 25,5% ▲ | 81,8/100 ▼ |
| Amici/Gruppo | 23,2% ▲ | 82,2/100 ▲ |
| Singolo | 19,0% ▼ | 81,1/100 ▼ |
| Viaggio di lavoro | 5,8% ▼ | 81,2/100 ▲ |

6.3. Analisi del "Sentiment" e Opinion mining

Argomenti di discussione

Filtra per destinazione (OGD o MdA):

Padova



Argomenti di discussione e sentiment per i due topic di ricettività e attrazioni, negli ultimi 3 mesi.
Muovi il mouse sulle aree per visualizzare la variazione del sentiment rispetto all'anno precedente.

Topic: **Ricettività**



■ Sentiment 50/100

■ Sentiment 100/100



CO
OP
CUL
TU
RE

PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

PROVAZIONE
MANAGEMENT
D'ESTERNO

6.3. Analisi del "Sentiment" e Opinion mining

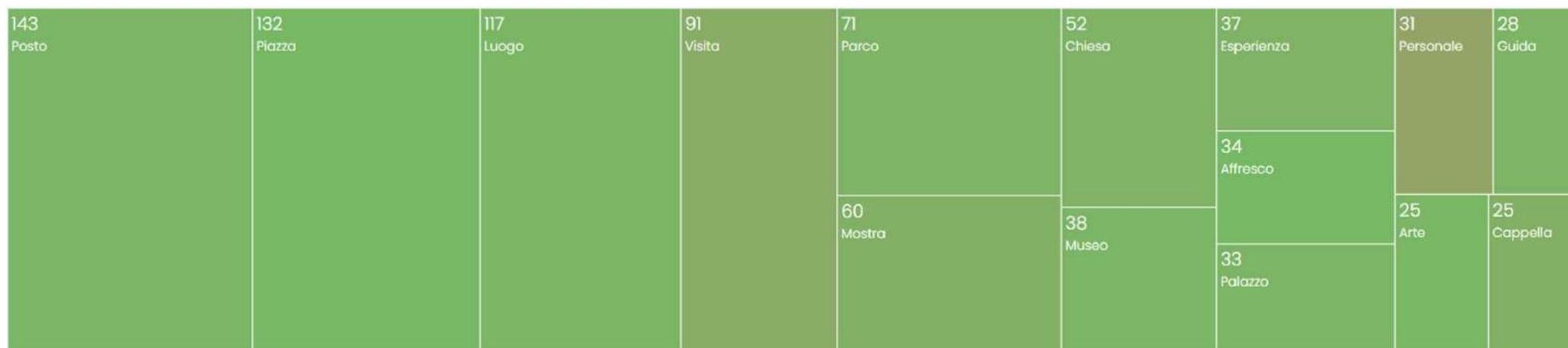
Argomenti di discussione

Filtra per destinazione (OGD o MdA):

Padova

Argomenti di discussione e sentiment per i due topic di ricettività e attrazioni, negli ultimi 3 mesi.
Muovi il mouse sulle aree per visualizzare la variazione del sentiment rispetto all'anno precedente.

Topic: **Attrazioni**



■ Sentiment 50/100

■ Sentiment 100/100

Documento prodotto da:
Destination Padova



PROMOTION
MANAGEMENT
DESTINATION