

INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI

PRIMO TRIMESTRE 2023
Osservatorio del Turismo Regionale Federato
OTRF



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

www.osservatorioturismoveneto.it



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

www.osservatorioturismoveneto.it

HIGHLIGHTS: IL TURISMO IN VENETO NEL PRIMO TRIMESTRE 2023

- ⇒ I primi tre mesi dell'anno rappresentano un periodo di bassa stagionalità per oltre la metà (56%) delle imprese turistiche venete, per il 22% l'attività è sospesa e per un altrettanto 22% è alta stagione.
- ⇒ È in atto un forte recupero dei flussi turistici in Veneto: il primo trimestre 2023 si è chiuso con un +54,7% degli arrivi e un +43,1% delle presenze rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.
- ⇒ Buona ripresa del fatturato turistico del Veneto nei primi tre mesi del 2023 che si incrementa di un terzo su base annua (+32,3%), soprattutto grazie alla marcata crescita delle attività dei servizi turistici.
- ⇒ In leggera flessione la variazione congiunturale (-3,7%), condizionata dal normale periodo di bassa stagionalità e determinata dalla contrazione solo del comparto ristorazione.
- ⇒ Il clima congiunturale rimane tuttavia in stallo: nel periodo gennaio-marzo 2023 il fatturato risulta in aumento rispetto al trimestre precedente per il 38,8% delle imprese turistiche, in particolar modo per le attività dei servizi turistici, ma in diminuzione per il 38,6% delle imprese, soprattutto per la ristorazione, il saldo dei giudizi ex post permane dunque in pareggio.
- ⇒ Perdura la crescita dei prezzi di vendita del comparto turistico: dal secondo trimestre 2022 continuano a registrare aumenti superiori al +5% su base annua.
- ⇒ Ottimismo delle imprese sull'andamento della comparto turistico per i mesi primaverili, caratterizzati dall'alta stagionalità (per il 56,5% delle imprese): oltre due terzi delle imprese turistiche prevede incrementi di fatturato. Buone prospettive soprattutto per le attività dei servizi turistici (dove la quota favorevole cresce all'80%).
- ⇒ Il 27% delle imprese turistiche intervistate vende i propri prodotti attraverso internet e ne ricava un'altrettanta quota di fatturato, l'alberghiero risulta il comparto più digitalizzato.
- ⇒ La quasi totalità delle imprese riceve prenotazioni tramite contatto diretto con la struttura, da cui deriva il 75% del fatturato totale.
- ⇒ Nei primi mesi dell'anno il 40,3% degli ospiti nelle strutture turistiche venete era abitudinario (tornano tutti gli anni, anche più volte nell'anno), mentre il 30,7% c'era già stato altre volte e il 28,6% è la prima volta che andava.

-
- ⇒ **Tra gennaio e marzo 2023 il turismo veneto presenta un bilancio occupazionale positivo per +7.900 posizioni di lavoro.**
 - ⇒ **Quasi il 55% delle imprese del campione non prevede nuove assunzioni di personale in vista della stagione estiva. La restante parte delle imprese che invece dichiara di assumere per l'estate cercherà prevalentemente lavoratori stagionali. Il principale canale utilizzato per la ricerca di lavoratori è il passaparola (78% dei casi), ad evidente distacco gli annunci sui mezzi di comunicazione (30%) e i portali specializzati (18%).**

Buona ripresa del comparto turistico veneto nei primi mesi del 2023: pur in un periodo di bassa stagionalità per oltre la metà delle imprese, il fatturato del comparto cresce di un terzo su base annua (+32,3%)

Secondo una recente nota dell'Istat¹, l'emergenza sanitaria e le conseguenti limitazioni degli spostamenti hanno colpito il settore turistico in una fase di forte espansione, determinando un crollo verticale delle attività. Nonostante lo shock subìto, il comparto ha saputo dimostrare una **capacità di reazione straordinaria**: la ripresa dei flussi è iniziata nel 2021 e si è rafforzata ulteriormente nel 2022. Secondo i dati – ancora provvisori – relativi al 2022, l'incremento annuo delle presenze in Italia è stato pari a +39,3% rispetto al 2021; ad esso hanno contribuito soprattutto il recupero del turismo inbound (la clientela residente all'estero), componente della domanda che era stata maggiormente penalizzata dalla pandemia (le presenze dei clienti non residenti sono cresciute del +84,8% e quelle dei residenti del +12,9% rispetto al 2021), e l'eccezionale resilienza della stagione estiva. Il bilancio consuntivo del 2022 fa registrare, tuttavia, ancora un numero di presenze inferiore – di circa 34 milioni di unità – a quello osservato nel 2019 e un saldo pari a -7,8% (-11,1% le presenze della clientela estera e -4,4% quelle della clientela italiana). I primi dati provvisori del 2023, riferiti al bimestre gennaio-febbraio, sembrano confermare la **definitiva ripresa del settore** (+45,5% le presenze complessive rispetto allo stesso bimestre dell'anno 2022), con una crescita rilevante sia delle presenze straniere (+70,5%) sia di quelle domestiche (+28,8%). Se i dati relativi ai prossimi mesi confermeranno questa tendenza, **sarà possibile registrare nel 2023 il pieno recupero** – e persino il superamento – dei livelli pre-pandemici (nel bimestre gennaio-febbraio 2023 rispetto allo stesso periodo del 2019 le presenze degli italiani sono in aumento del +4,8%, mentre quelle straniere del +3,5%).

Anche il turismo in Veneto guarda avanti e si assiste a flussi turistici mai visti nell'ultimo periodo. Gli ultimi dati provvisori disponibili, forniti dall'Ufficio di

¹ <https://www.istat.it/it/files//2023/05/Audizione-Turismo-10-maggio-2023.pdf>



Statistica della Regione del Veneto, rilevano come il primo trimestre 2023 si sia chiuso con un +54,7% degli arrivi turistici e un +43,1% delle presenze rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il confronto con l'ultimo anno pre-covid evidenzia il forte recupero in atto, grazie a cifre che si avvicinano molto al record storico del 2019 (-1,8% arrivi e -3,8% presenze). Tutte le nazionalità mostrano un andamento positivo rispetto al primo trimestre 2022, riassunte da un +16,8% delle presenze italiane e un +79,3% di quelle straniere. I pernottamenti effettuati dai turisti italiani superano anche il 2019 (+0,1%), mentre il gap rispetto all'ultimo anno pre-covid degli stranieri si sta riducendo (-7,1%). L'attrattività esercitata sui clienti più affezionati è dimostrata dal +5,9% delle presenze tedesche, sempre rispetto al periodo pre-pandemia, +9,2% di quelle austriache, +11,6% di quelle spagnole, e si evidenzia anche un importante ritorno degli americani (+8,7% sempre rispetto al 2019). Nonostante i forti incrementi dall'anno precedente, mancano ancora all'appello diversi turisti inglesi e francesi, oltre che cinesi e russi per i noti eventi internazionali. Nel primo trimestre 2023 tutti i comprensori superano i risultati ottenuti nello stesso periodo del 2022.

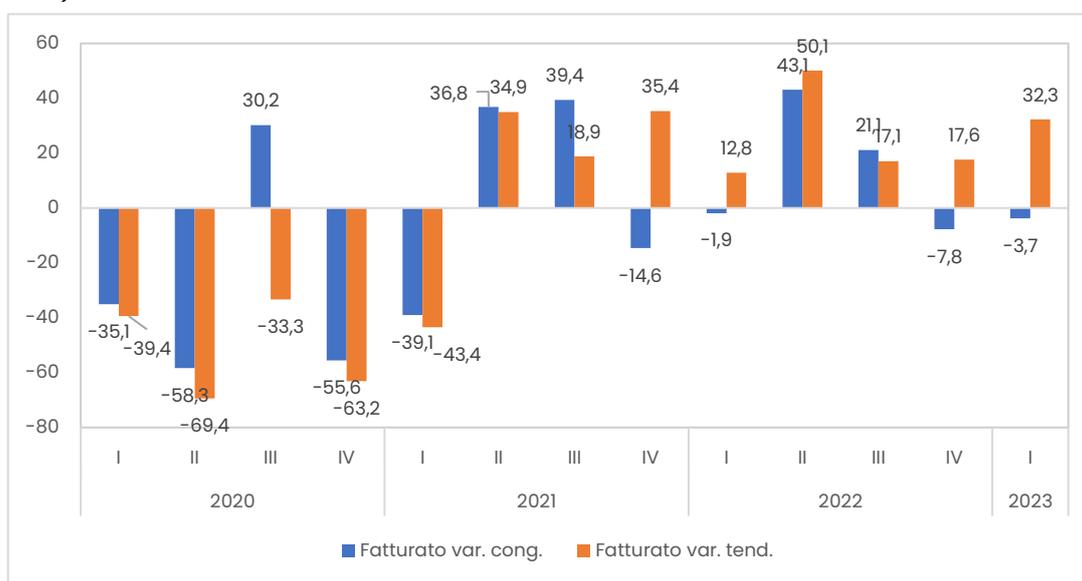
Le dinamiche del comparto turistico del Veneto continuano ad essere monitorate anche dall'**indagine trimestrale sulle imprese dei servizi turistici**, finalizzata a rilevare le variazioni economiche dei principali indicatori congiunturali del settore². Il campione regionale, stratificato per provincia e settore, è composto da quasi **2.200 imprese rispondenti** (su oltre 34 mila contatti), a cui fanno riferimento oltre **27.500 addetti** ed un fatturato complessivo di oltre **7 miliardi** di euro, ed è statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese delle rispettive attività dei servizi turistici (con almeno 2 addetti) iscritte al Registro

² L'indagine fa parte delle attività previste dall'Osservatorio turistico regionale federato (OTRF), avviato con il Protocollo d'intesa sottoscritto ad oggi da 44 soggetti territoriali, promosso dalla Regione del Veneto in collaborazione con Unioncamere del Veneto e rinnovato con un Accordo di collaborazione nell'ambito del Piano Turistico Annuale (P.T.A.) 2021. L'indagine, promossa e realizzata da Unioncamere del Veneto in collaborazione con la Direzione Turismo della Regione del Veneto, analizza l'andamento congiunturale dei seguenti comparti turistici: 1) alberghi e strutture simili, alloggi per vacanze, aree di campeggio e aree attrezzate; 2) ristoranti e attività di ristorazione anche mobile (inclusi asporto, gelaterie, pasticcerie); 3) attività delle agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse.

Imprese delle CCAA del Veneto. La rilevazione è stata effettuata nel periodo **11 aprile – 12 maggio 2023** dalla società di rilevazione Demetra opinioni.net Srl mediante utilizzo del sistema CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) e CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

Secondo l'indagine congiunturale, in Veneto, fra gennaio e marzo 2023, il **fatturato delle attività turistiche è diminuito del -3,7% rispetto al trimestre precedente**, flessione inferiore a quella registrata a fine 2022 (-7,8%), ma più alta di quella di inizio 2022 (-1,9%) e condizionata dalla normale bassa stagionalità del periodo. L'analisi della variazione congiunturale per **settori** (significativa con i dati regionali del campione) evidenzia tuttavia come tale contrazione sia imputabile alla decrescita del fatturato solo della **ristorazione** (-6,7%), mentre il comparto alberghiero e le attività dei servizi turistici registrano un aumento congiunturale (rispettivamente +4,1% e +1,2%).

Veneto. Andamento del fatturato nelle imprese del settore turistico (variazione % congiunturale e tendenziale). I trimestre 2020 – I trimestre 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Rispetto allo stesso trimestre 2022 il fatturato del comparto turistico aumenta di un terzo (+32,3%). La **variazione tendenziale** è trainata dalla crescita significativa



www.veneto.eu



www.osservatorioturismoveneto.it



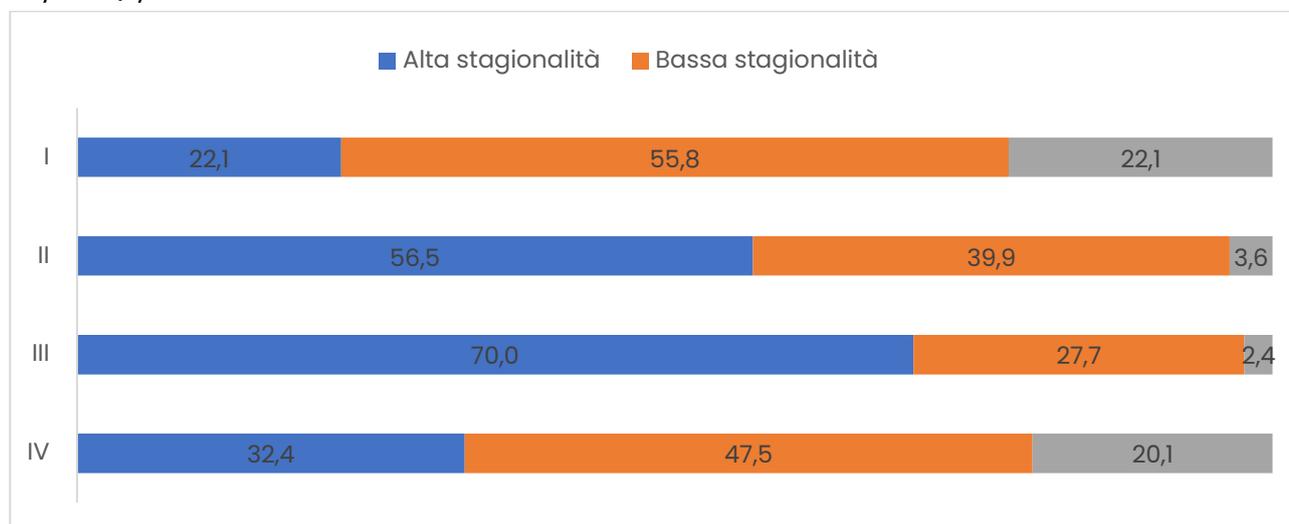
UNIONCAMERE
 VENETO

delle attività servizi turistici (+43,7%), meno dalla ristorazione (+36,2%) e dall'alberghiero (+21,8%).

Nell'analizzare questi trend è importante sottolineare che in Veneto i mesi iniziali dell'anno sono caratterizzati normalmente da **bassa stagionalità** turistica. La presente indagine ha riguardato l'analisi dell'andamento economico del turismo nei mesi di **gennaio, febbraio e marzo 2023**, periodo nel quale oltre la metà (55,8%) delle imprese turistiche intervistate ha dichiarato di essere in un trimestre a bassa stagionalità e per il 22,1% l'attività è addirittura sospesa. Per un altrettanto 22,1% delle imprese turistiche invece il primo trimestre dell'anno risulta ad alta stagionalità.

I successivi tre mesi primaverili (aprile-giugno 2023) risultano invece un periodo di alta stagionalità per oltre la metà delle imprese (56,5%) e per il 40% di bassa stagionalità.

Veneto. Imprese turistiche che in condizioni non Covid risentono di effetti di stagionalità (quota % imprese) per trimestre dell'anno. I trimestre 2023

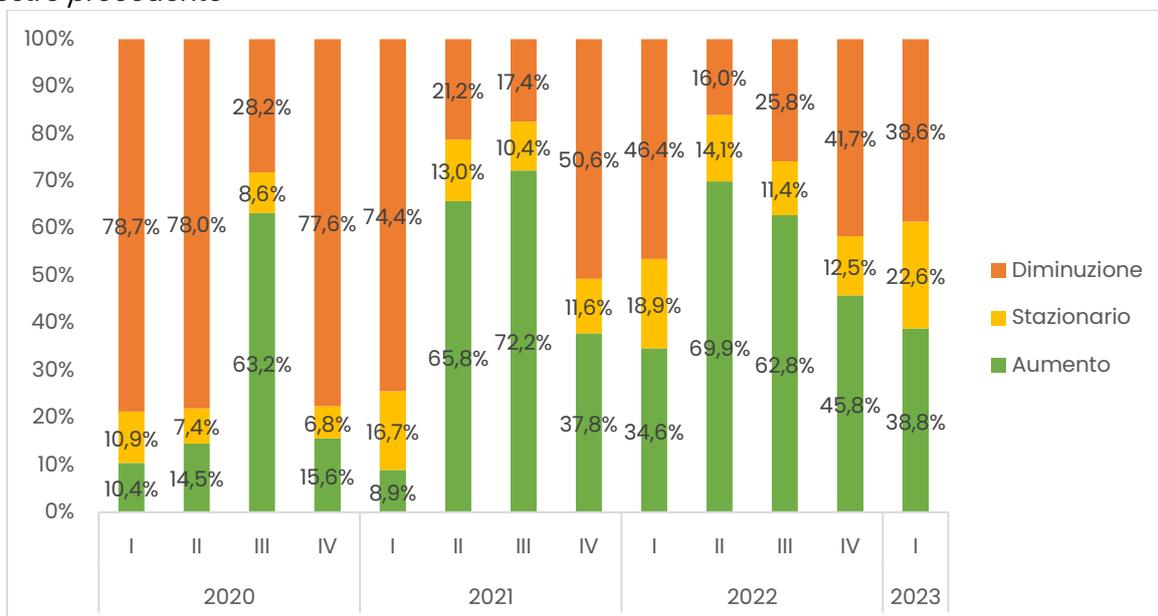


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Clima congiunturale in stallo: nei primi mesi del 2023 il fatturato risulta in aumento per il 38,8% delle imprese turistiche rispetto al trimestre precedente, in particolar modo per le attività dei servizi turistici, e in diminuzione per il 38,6% delle imprese, soprattutto per la ristorazione

L'analisi della **distribuzione dei giudizi** rilasciati dalle imprese turistiche, sull'andamento di fatturato e prezzi di vendita rispetto al trimestre precedente, fornisce ulteriori dettagli a questo scenario. Mediamente in Veneto il **38,8% delle imprese intervistate è interessato da un aumento del fatturato** nel primo trimestre 2023 rispetto alla fine dell'anno precedente, ma un altrettanto 38,6% ne accusa una sua diminuzione, mentre il 22,6% dichiara una sostanziale stazionarietà. Il saldo dei giudizi ex post permane dunque in pareggio.

Veneto. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese turistiche relativi all'andamento del fatturato dal I trimestre 2020 al I trimestre 2023, rispetto al trimestre precedente



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Tale andamento è in linea con il quarto trimestre del 2022, ma in netto miglioramento rispetto ad inizio 2022 (quando il 34,6% delle imprese aveva dichiarato il fatturato in aumento e il 46,4% in diminuzione).

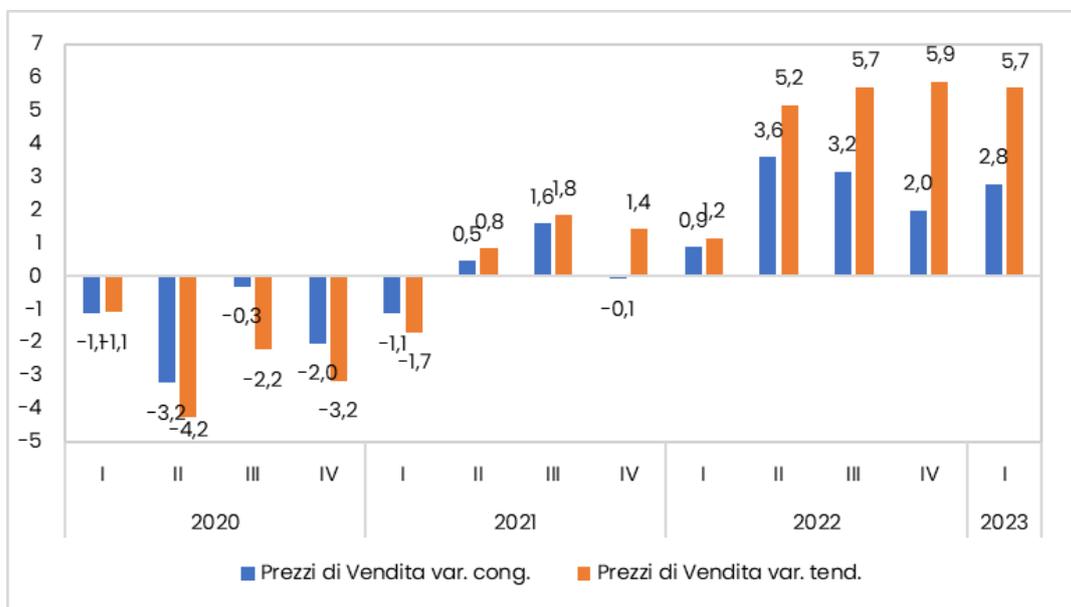
Il saldo dei giudizi positivi e negativi risulta dunque in stallo, ma sostenuto in particolare da variazioni congiunturali del fatturato che risultano decisamente sopra il dato medio regionale per le **attività dei servizi turistici** (agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse), dove la quota di giudizi positivi raggiunge il 62,4% delle imprese, a fronte di una quota del 11,4% che segnala fatturato stazionario e 26,2% in diminuzione.

Perdura la crescita dei prezzi di vendita

I **prezzi di vendita** del comparto turistico hanno continuato a registrare una crescita: nel primo trimestre del 2023 sono aumentati del +5,7% su base tendenziale, in linea con gli incrementi superiori al 5% segnalati a partire dal secondo trimestre 2022, e in particolar modo per le attività dei servizi turistici (+10%).

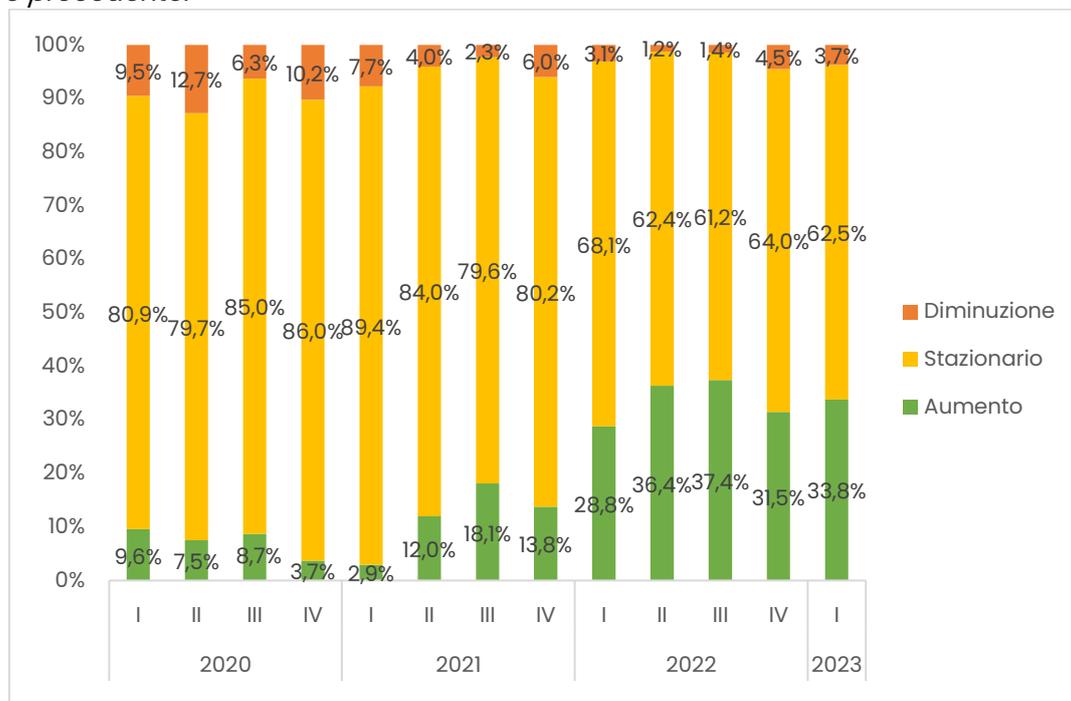
Anche su base congiunturale la variazione dell'indicatore risulta il aumento (+2,8%). In scia all'andamento dei trimestri precedenti, ad inizio 2023 **per la maggior parte delle imprese turistiche del Veneto** (62,5%) si evidenzia **una situazione di stazionarietà dei prezzi rispetto a fine 2022**.

Veneto. Andamento dei prezzi di vendita nei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale). I trimestre 2020 – I trimestre 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese relativi all'andamento dei prezzi di vendita dal I trimestre 2020 al I trimestre 2023, 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. I trimestre 2023

	Fatturato		Prezzi di Vendita	
	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale
Alberghi	4,1	21,8	1,8	5,9
Ristoranti	-6,7	36,2	3,0	5,5
Attività servizi turistici	1,2	43,7	7,7	10,0
Belluno	14,7	18,8	2,1	5,4
Padova	-7,8	24,9	2,7	5,2
Rovigo	3,7	17,7	3,7	4,0
Treviso	-2,3	22,3	2,6	4,0
Venezia	-6,6	44,9	3,0	7,3
Verona	-6,0	24,1	1,7	3,1
Vicenza	3,2	22,0	3,8	5,9
2-9 addetti	-2,9	22,7	2,5	5,0
10-49 addetti	-3,0	18,8	2,5	4,4
50 addetti e più	-4,5	43,8	3,1	6,7
Totale	-3,7	32,3	2,8	5,7

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese relativi all'andamento del fatturato e dei prezzi di vendita nel I trimestre 2023, rispetto al trimestre precedente, per settore, provincia e dimensione

Giudizi Congiunturali	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	34,0%	29,9%	36,1%	31,8%	51,9%	16,3%
Ristoranti	38,9%	21,6%	39,5%	33,6%	65,2%	1,2%
Attività servizi turistici	62,4%	11,4%	26,2%	52,2%	44,7%	3,1%
Belluno	45,6%	21,6%	32,8%	31,7%	66,3%	2,0%
Padova	45,0%	21,4%	33,6%	38,6%	59,6%	1,8%
Rovigo	42,0%	22,4%	35,6%	32,3%	67,3%	0,5%
Treviso	43,4%	15,9%	40,7%	38,4%	59,7%	1,9%
Venezia	34,8%	28,2%	37,0%	30,7%	62,7%	6,7%
Verona	31,1%	23,0%	45,9%	26,9%	68,9%	4,2%
Vicenza	43,3%	19,3%	37,4%	42,4%	55,2%	2,4%
2-9 addetti	38,6%	23,4%	38,0%	32,4%	64,5%	3,1%
10-49 addetti	41,7%	20,3%	38,0%	37,4%	56,6%	6,1%
50 addetti e più	25,1%	16,3%	58,6%	52,1%	41,1%	6,8%
Totale	38,8%	22,6%	38,6%	33,8%	62,5%	3,7%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Buone prospettive per i mesi primaverili: oltre due terzi delle imprese turistiche prevede incrementi di fatturato

Prospettive da record per il turismo italiano nel corso del 2023. Secondo le previsioni dell'istituto *Demoskopika*, saranno oltre 442 milioni le presenze con una crescita del 12,2% rispetto al 2022 ma soprattutto costituendo il valore più alto di sempre. Quanto agli arrivi, se ne potrebbero registrare quasi 127 milioni - terzo dato più elevato, il top fu nel 2019 con 131 milioni seguito dal 2018 con 128 - con un rialzo dell'11,2% sul 2022. Effetto traino sulla **spesa turistica** che, in valore assoluto, **sfiorerebbe la soglia degli 89 miliardi di euro** con una crescita stimata del 22,8% rispetto al 2022. Segnali quindi di forte ripresa nel 2023 per il turismo in Italia anche sul versante dell'incoming: a scegliere l'Italia per le vacanze sarebbero quasi 61 milioni di stranieri pari a poco meno della metà del dato complessivo degli arrivi previsti, generando ben 215 milioni di pernottamenti. Tutte le destinazioni regionali dovrebbero registrare un andamento positivo dei flussi turistici nel 2023. In particolare, al di sopra della media italiana, nel modello previsionale dell'istituto di ricerca, si collocherebbero, in ordine decrescente rispetto alla variazione percentuale dei pernottamenti ben nove sistemi turistici territoriali: Trentino Alto Adige con 52,6 milioni di presenze (+15,4%) e con 12,1 milioni di arrivi (+11,8%), **Veneto** con 73,3 milioni di presenze (+14,8%) e con 19,1 milioni di arrivi (+11,0%), Marche con 13 milioni di presenze (+13,4%) e con 2,7 milioni di arrivi (+13,8%), Molise con 584 mila presenze (+13,4%) e con 182 mila arrivi (+14,3%), Toscana con 49,8 milioni di presenze (+13,4%) e con 14 milioni di arrivi (+13,5%). E, ancora, Lazio con 33,8 milioni di presenze (+12,8%) e con 11,5 milioni di arrivi (+12,8%), Sicilia con 15,9 milioni di presenze (+12,7%) e con 4,9 milioni di arrivi (+8,9%), Campania con 20,8 milioni di presenze (+12,3%) e con 5,7 milioni di arrivi (+13,1%) ed Emilia-Romagna con 42,8 milioni di presenze (+12,2%) e con 11,4 milioni di arrivi (+7,4%).

Un inizio dell'anno, insomma, molto prolifico e che fa sperare che questa



www.veneto.eu

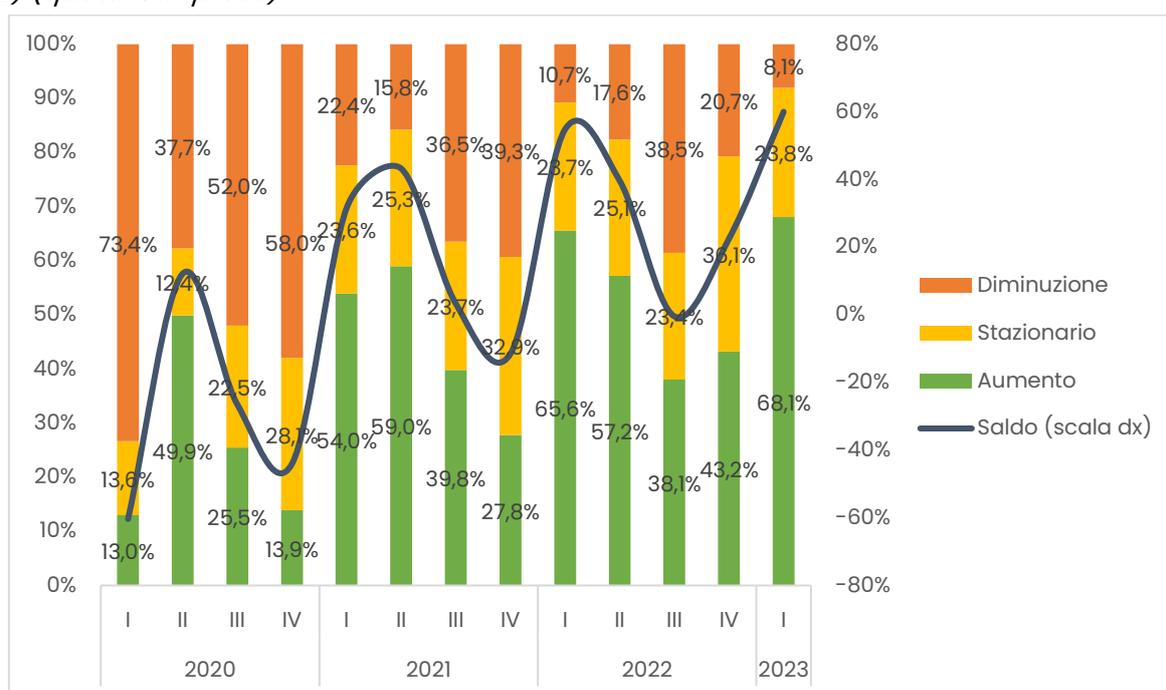


UNIONCAMERE
VENETO

tendenza positiva possa continuare anche nei mesi successivi. **Buone previsioni, infatti, per la stagione primaverile (aprile, maggio, giugno 2023) confermate anche dalle imprese turistiche venete:** oltre due terzi (68,1%) degli intervistati ipotizza un'ulteriore crescita del settore nel secondo trimestre 2023. Per il 23,8% le aspettative sono di una sostanziale stabilità del mercato e solo l'8,1% prevede una diminuzione del fatturato del comparto. Risultano ottimisti soprattutto coloro che svolgono attività dei servizi turistici, dove oltre l'80% degli intervistati prevede un aumento del fatturato, mentre il 4,9% ne prevede una diminuzione. Gli albergatori e i ristoratori risultano leggermente più cauti: le quote positive si attestano rispettivamente al 77,2% e 65,8%.

Le aspettative sui **prezzi di vendita** per il secondo trimestre 2023 vedono aumentare la quota di imprese che ne dichiara un aumento (33,7%, contro il 31,9% del quarto trimestre 2022), mentre il 64,8% delle imprese ne dichiara la stazionarietà (rispetto al 65,6% del trimestre precedente).

Veneto. Previsioni sul fatturato delle imprese turistiche per il trimestre successivo (aprile-giugno 2023) (quota % imprese).



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

www.osservatorioturismoveneto.it

Veneto. Previsioni sul fatturato e prezzi di vendita nelle imprese turistiche (quota % imprese) per settore, provincia e dimensione. I trimestre 2023

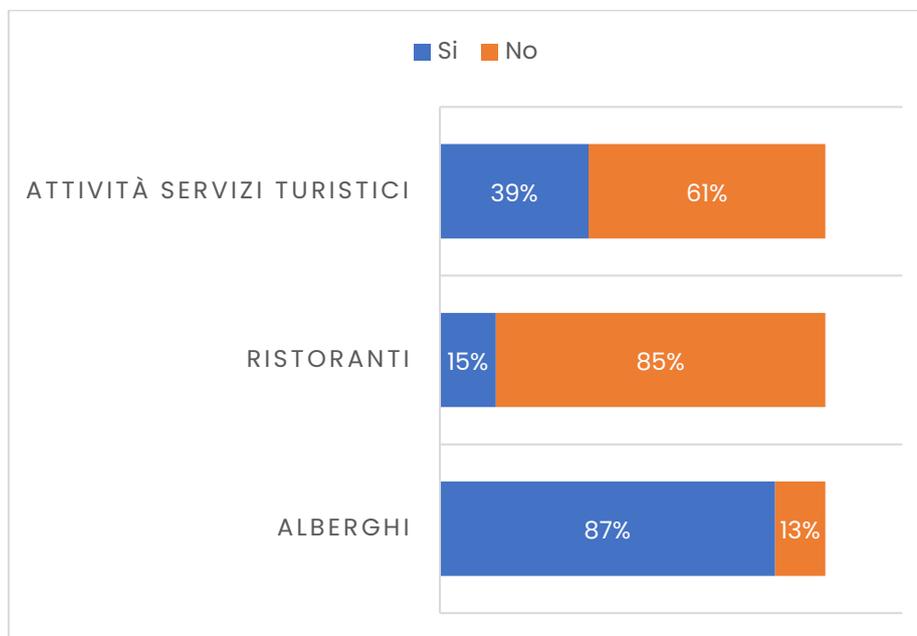
Previsioni	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	77,2%	15,9%	6,9%	57,3%	39,8%	3,0%
Ristoranti	65,8%	25,8%	8,4%	28,1%	70,7%	1,2%
Attività servizi turistici	80,4%	14,7%	4,9%	55,7%	44,3%	0,0%
Belluno	52,1%	30,2%	17,6%	22,1%	74,5%	3,5%
Padova	63,9%	25,7%	10,5%	29,8%	68,9%	1,3%
Rovigo	77,0%	21,4%	1,6%	25,0%	72,9%	2,1%
Treviso	56,4%	31,4%	12,3%	25,1%	72,7%	2,2%
Venezia	77,0%	18,2%	4,8%	43,6%	55,7%	0,7%
Verona	74,3%	20,4%	5,4%	35,5%	63,9%	0,6%
Vicenza	61,1%	29,1%	9,8%	31,2%	66,3%	2,5%
2-9 addetti	65,6%	26,3%	8,1%	31,4%	67,3%	1,3%
10-49 addetti	77,6%	15,1%	7,2%	41,3%	56,5%	2,2%
50 addetti e più	77,5%	9,4%	13,1%	51,1%	48,5%	0,4%
Totale	68,1%	23,8%	8,1%	33,7%	64,8%	1,4%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

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

Solo poco più di un quarto (27%) del campione intervistato afferma di vendere i propri servizi anche attraverso internet (ad esempio sito web, booking, Airbnb, deliveroo, just eat, ecc.), mentre il restante **73% non utilizza ancora questi strumenti**. Solo il comparto **alberghiero** risulta ben strutturato digitalmente con l'87% delle imprese che vende anche online, mentre le attività dei servizi turistici e il comparto ristorazione risultano meno digitalizzati (rispettivamente il 39% e il 15% vendono attraverso internet).

Veneto. Imprese turistiche che vendono o meno i propri servizi anche attraverso internet (quota % imprese) per settore. I trimestre 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Imprese turistiche che hanno aumentato, diminuito o lasciato invariata la quota di vendite attraverso internet per settore, provincia e dimensione. I trimestre 2023

	E-Commerce		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	23,5%	57,5%	19,0%
Ristoranti	14,1%	67,0%	18,9%
Attività servizi turistici	22,9%	61,2%	15,9%
Belluno	26,9%	47,5%	25,6%
Padova	22,9%	60,4%	16,7%
Rovigo	21,1%	73,7%	5,2%
Treviso	14,6%	61,4%	24,0%
Venezia	16,7%	67,4%	15,8%
Verona	19,0%	59,8%	21,2%
Vicenza	22,5%	60,0%	17,6%
2-9 addetti	18,8%	60,2%	21,0%
10-49 addetti	20,3%	64,1%	15,6%
50 addetti e più	21,1%	68,7%	10,2%
Totale	19,4%	61,8%	18,8%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Nel trimestre **gennaio-marzo 2023** la quota **percentuale del fatturato che deriva dalla vendita attraverso internet** è mediamente pari al 27,6%, in linea con il dato del trimestre precedente. Nel primo trimestre 2023 la parte del fatturato realizzata tramite internet è del 39% per gli albergatori, del 44% per le attività dei servizi turistici, mentre rimane ancora molto bassa per la ristorazione (12,3%). L'adozione del digitale risulta sempre più utile ma rimane in una fase di stallo: il 62% delle imprese dichiara una stazionarietà del fatturato derivante dalle vendite online.

FOCUS 1: le prenotazioni dei clienti

La quasi totalità delle imprese turistiche riceve prenotazioni tramite contatto diretto, da cui deriva il 75% del fatturato totale

Alle imprese turistiche del campione è stata chiesta qual è la principale modalità di prenotazione utilizzata dai loro clienti. Quasi la totalità delle imprese intervistate (92,2%) ha dichiarato che i loro clienti prediligono come modalità di prenotazione il **contatto diretto con la struttura**, tanto che questo sistema pesa per il 75% sul fatturato aziendale totale. In particolare, il contatto diretto è utilizzato soprattutto nel settore ristorazione (93,2% delle imprese lo dichiarano modalità principale di prenotazione utilizzata dei loro clienti) e mediamente pesa per l'84% del fatturato complessivo.

Oltre un quarto delle imprese invece ha affermato di vendere i propri servizi anche tramite il sito web della struttura, modalità che fa guadagnare il 5,5% del fatturato, e per il 19,4% anche tramite portali commerciali/OLTA (Booking, AirBnB, ecc.) (ma con un peso sul fatturato maggiore e pari mediamente al 6,7%). Queste ultime due vengono viste come modalità principali di prenotazione per il comparto alberghiero, tanto che riguarda oltre il 50% delle imprese. Le convenzioni con le aziende (modalità di prenotazione principale per l'8,3% delle imprese turistiche venete), le agenzie di viaggio (6,8%) e gli accordi con i tour operator (6,5%) sono fonte di reddito soprattutto per le attività delle agenzie di



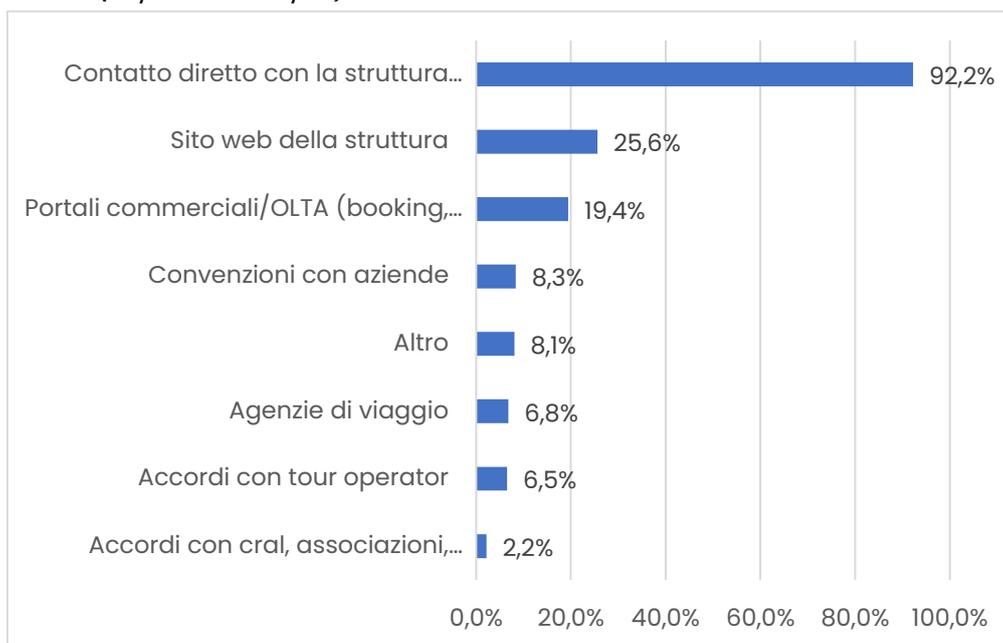
www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse.

Veneto. Quota di imprese turistiche che dichiara principali le seguenti modalità di prenotazione nella sua attività (risposta multipla). Marzo 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

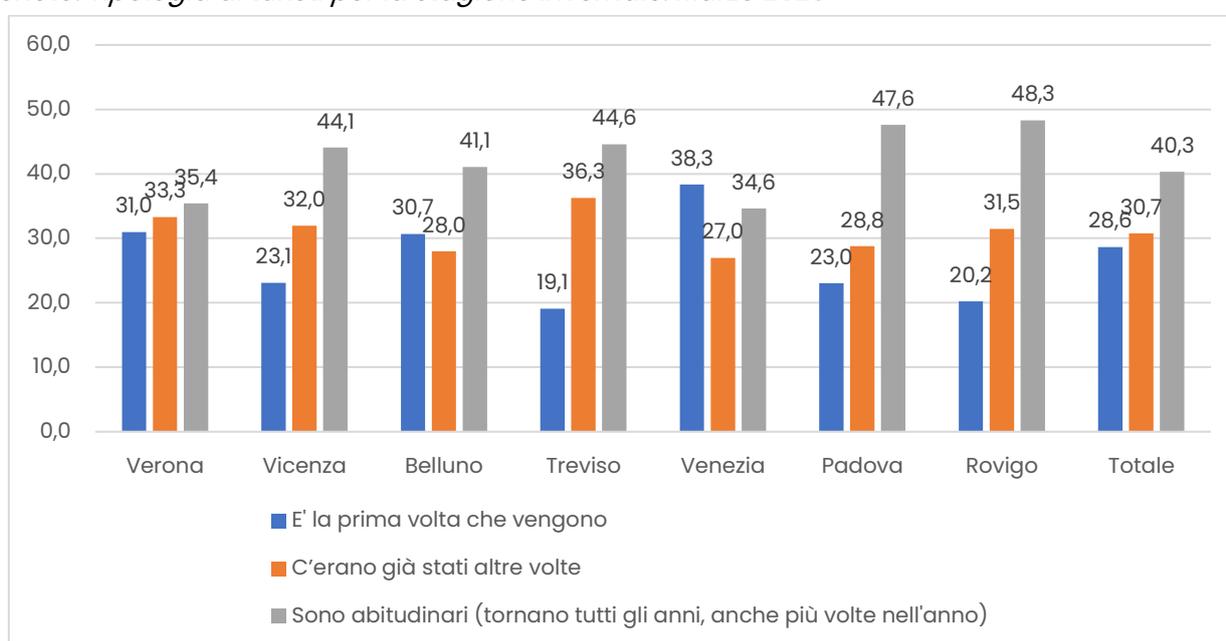
Veneto. Media dei pesi per i diversi canali di prenotazione sul fatturato e sul numero di prenotazioni. Marzo 2023

Canali di prenotazione	Quanto pesano queste modalità/canali di prenotazione sul fatturato	Quanto pesano queste modalità/canali di prenotazione sul totale delle prenotazioni
Contatto diretto con la struttura (telefono, di persona, ecc. web della struttura)	74,8	76,9
Portali commerciali/OLTA (booking, AirBnB, ecc.)	6,7	6,8
Accordi con tour operator	1,1	1,2
Agenzie di viaggio	0,8	0,8
Accordi con cral, associazioni, scuole, ecc.	0,3	0,3
Convenzioni con aziende	1,8	1,7
Altro	4,7	5,7

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Con riferimento al primo trimestre 2023 le imprese turistiche intervistate hanno dichiarato che il 40,3% degli ospiti nelle strutture era **abitudinario** (tornano tutti gli anni, anche più volte nell'anno), mentre il 30,7% c'era già stato altre volte e il 28,6% è la prima volta che andava, percentuale che sale a quasi il 53% per gli albergatori.

Veneto. Tipologia di turisti per la stagione invernale. Marzo 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

FOCUS 2: le nuove assunzioni delle imprese turistiche

Quasi il 55% delle imprese del campione non prevede nuove assunzioni per la stagione estiva. Chi vede la possibilità di assumere è prevalentemente per lavoratori stagionali. Il passaparola risulta il principale canale utilizzato per la ricerca di lavoratori

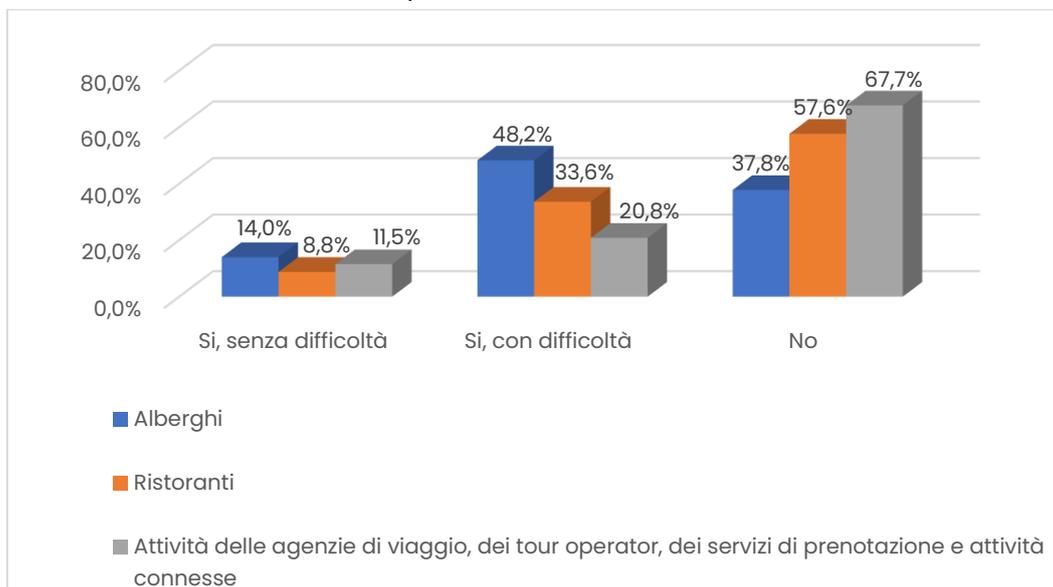
In Veneto nell'ultimo biennio il mercato del lavoro ha continuato a mostrare vigore anche nei momenti di indebolimento dell'attività economica e risulta

toccato il picco massimo degli ultimi otto mesi. Secondo *Veneto Lavoro*, il 2023 si è aperto mostrando segnali di crescita e il primo trimestre ha espresso un saldo positivo per +29.300 posti di lavoro, un bilancio migliore dell'analogo periodo di tutti i quattro anni precedenti compresa la situazione pre-crisi del 2019. La domanda di lavoro complessiva si attesta su livelli particolarmente elevati, al di sopra dei volumi registrati negli ultimi anni. Nel primo trimestre del 2023, le nuove assunzioni sono state 160.200, in crescita del +4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Le trasformazioni a tempo indeterminato sono state 23.400, con un incremento del +11% sul 2022; più contenuta invece la variazione registrata per le cessazioni contrattuali, 131.000 nel primo trimestre del 2023, in crescita del +1%. L'analisi settoriale mostra che **l'andamento della domanda di lavoro** nel primo trimestre è stato guidato anche dal turismo (**+15%** sul 2022) che **tra gennaio e marzo 2023 presenta un bilancio occupazionale positivo per +7.900 posizioni di lavoro.**

In vista della stagione estiva è stato chiesto alle imprese turistiche intervistate se stessero assumendo o stessero pensando di assumere nuovo personale e a quali condizioni. Oltre la metà delle imprese del campione (54,7%) ha dichiarato che non ha previsto nuove assunzioni per l'estate, in particolar modo il comparto delle attività dei servizi turistici e le imprese di piccole dimensioni, mentre oltre un terzo delle imprese (35,6%) dichiara che assumerà nuovo personale per l'estate ma con alcune difficoltà, soprattutto per quanto riguarda il comparto alberghiero, e un residuo 9,7% che ha in programma di assumere senza particolari difficoltà.

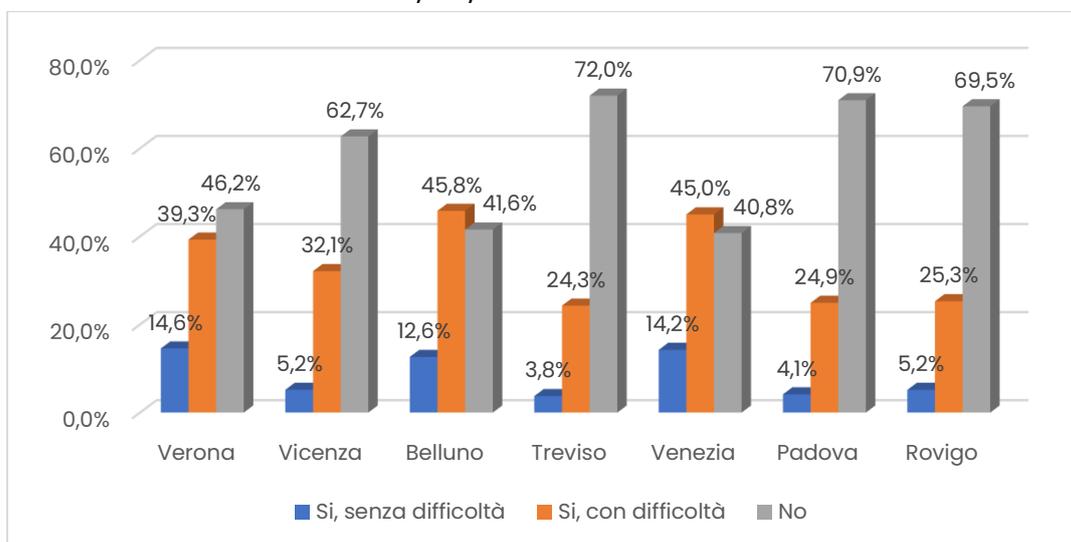
Tra le imprese turistiche che pensano di assumere nuovo personale in vista dell'estate, la principale tipologia di rapporto di lavoro sarà il **lavoro stagionale** (61,4% delle tipologie), soprattutto per il comparto alberghiero. Il 45,2% invece saranno contratti con part time, in particolar modo per la ristorazione, e il 42,7% con retribuzione contrattuale di categoria, tipologia più evidente per i servizi turistici.

Veneto. Possibilità di nuove assunzioni per settore. Marzo 2023



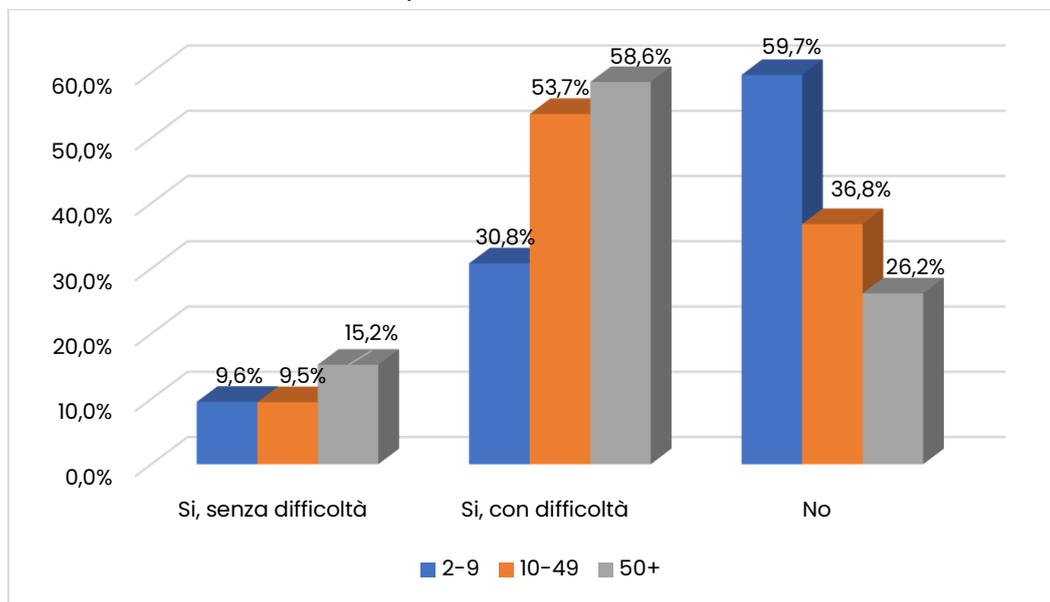
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Possibilità di nuove assunzioni per provincia. Marzo 2023



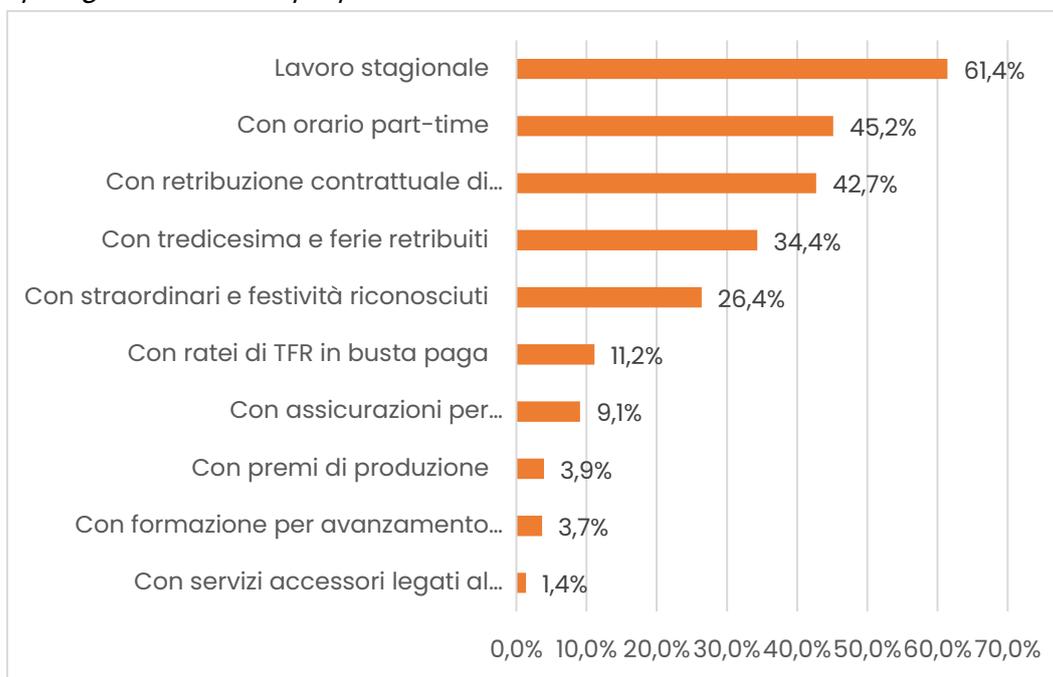
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Possibilità di nuove assunzioni per classe dimensionale. Marzo 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

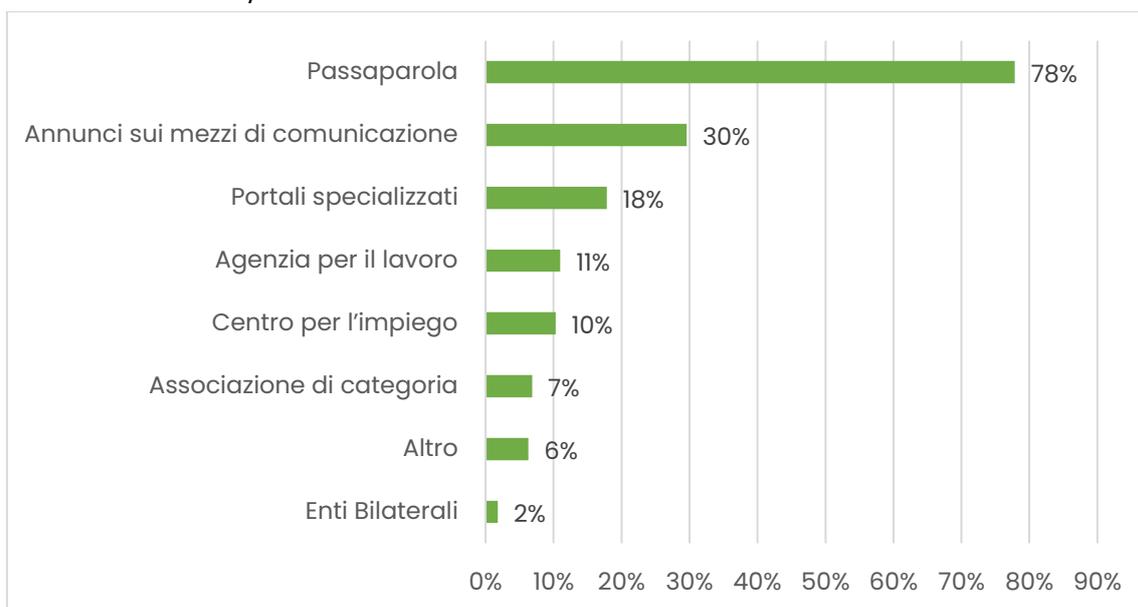
Veneto. Tipologie contrattuali proposte. Marzo 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Il principale canale utilizzato per la ricerca di lavoratori è il **passaparola** (78% dei casi), e ad evidente distacco gli annunci sui mezzi di comunicazione (30%) e i portali specializzati (18%). Prossimi al 10% il canale dell'agenzia per il lavoro e del centro per l'impiego.

Veneto. Canali utilizzati per la ricerca di nuove assunzioni. Marzo 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato