

INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI

TERZO 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 TERZO TRIMESTRE 2023

- ⇒ I mesi estivi di luglio, agosto e settembre rappresentano un periodo di alta stagionalità per oltre due terzi delle imprese turistiche venete (68,1%), per il 28,5% sono mesi di bassa stagione e solo per il 3,4% l'attività è sospesa.
- ⇒ Nel periodo luglio-settembre 2023 i turisti che hanno soggiornato in Veneto sono più numerosi dello stesso periodo pre-covid (8,5 milioni gli arrivi, +5,1%), e rimangono stabili le presenze, che rappresentano il numero di pernottamenti effettuati (35,6 milioni, -0,5%). Naturalmente il 2023 sta mostrando un forte recupero anche rispetto allo stesso periodo 2022 (arrivi +8,3%, presenze +3%), grazie all'importante ritorno degli stranieri. Rilevante è stata l'attrattività esercitata nel mese di settembre, con temperature favorevoli al prolungamento della stagione estiva.
- ⇒ Il turismo del Veneto registra buone performance nel periodo estivo, turisticamente più promettente, pur con l'erosione del potere d'acquisto delle famiglie.
- ⇒ Dopo il marcato balzo del periodo primaverile, il comparto turistico regionale prosegue il 2023 con un bilancio positivo del fatturato estivo: buono il passo congiunturale +17% e il confronto su base tendenziale +9,5%.
- ⇒ Nell'estate 2023 il fatturato risulta in aumento per il 56,5% delle imprese turistiche rispetto a primavera, in particolar modo per la maggior parte degli albergatori (dove oltre due terzi delle imprese dichiara un fatturato in crescita).
- ⇒ Pur a livelli sempre alti, i prezzi di vendita sembrano essersi relativamente stabilizzati nel corso del 2023.
- ⇒ Prospettive positive ma decisamente più caute rispetto al primo semestre 2023: il 41% delle imprese turistiche prevede incrementi di fatturato per la stagione invernale, a cui si affianca però un 31% di pessimisti.
- ⇒ Un quarto delle imprese turistiche vende i propri prodotti attraverso internet e oltre la metà dichiara una certa stazionarietà del fatturato derivante dalle vendite online nel trimestre in esame.
- ⇒ La quasi totalità delle imprese riceve prenotazioni tramite contatto diretto con la struttura, modalità da cui deriva quasi il 74% del fatturato totale.
- ⇒ Il clima è da sempre considerato una variabile fondamentale per il turismo. Il 75% delle imprese turistiche venete ritiene che il cambiamento climatico avrà effetti sulla destinazione e sulla propria attività con un aumento dei costi di gestione (energia, generi alimentari, ecc.). Tuttavia, la maggior parte delle imprese, pur con l'acutizzarsi della problematica, nel 2023 non ha riscontrato variazioni nella



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
 VENETO

stagionalità dei clienti. Il 40% degli intervistati ha dichiarato che c'è stato un prolungamento della stagione estiva.

- ⇒ **Tra gli ospiti delle strutture turistiche venete nel trimestre in esame il 38% è relativo a una tipologia di turisti che si muove per feste di compleanno, lauree, anniversari e battesimi. Quasi un quarto delle imprese turistiche intervistate dichiara invece che i propri ospiti in struttura derivano da viaggi "leisure", il turismo dello svago è infatti considerata la tipologia di turismo più importante, sia dal punto di vista economico che di presenze. Il 21% invece per lavoro, affari e formazione; l'11% per esperienze e occasioni speciali e solo il 3% come partecipanti a congressi/fiere.**



La stagione turistica 2023 del Veneto registra dati incoraggianti. Nel trimestre luglio-settembre i ricavi aumentano del +9,5% rispetto all'estate 2022

L'economia italiana, dopo il calo del secondo trimestre 2023, nel periodo luglio-agosto ha registrato modestissimi segnali di crescita. I recenti dati di contabilità nazionale mostrano nel terzo trimestre 2023 una crescita del Pil del +0,1% sia rispetto al trimestre precedente, sia nei confronti del terzo trimestre del 2022. Questo risultato è la sintesi, dal lato della produzione, di un calo del valore aggiunto dell'agricoltura, di una crescita modesta dell'industria e di una sostanziale stabilità del settore dei servizi. In particolare, il fatturato nei servizi evidenzia nel terzo trimestre 2023 variazioni positive grazie soprattutto alle **buone performance dei settori legati alla filiera del turismo**.

Secondo gli ultimi dati sul turismo internazionale di Banca d'Italia, lo scorso settembre il saldo della **bilancia dei pagamenti turistica dell'Italia** ha registrato un **avanzo di 2,8 miliardi di euro**, in lieve aumento rispetto allo stesso mese del 2022. In particolare, la spesa dei viaggiatori stranieri in Italia (5,7 miliardi) è cresciuta del 6,5% rispetto allo stesso periodo del 2022 a fronte di un aumento di quella dei viaggiatori italiani all'estero (2,9 miliardi) del 2,6%. Nel terzo trimestre 2023 è proseguito l'incremento di entrambi i flussi nel confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente, grazie al **costante recupero dei viaggi per vacanze**. La spesa degli stranieri in Italia (+9,8%) ha continuato a beneficiare soprattutto dell'aumento del numero di viaggiatori; lo stesso fattore ha guidato la crescita della spesa dei viaggiatori italiani all'estero (+10,8%), che in precedenza era invece legata principalmente all'aumento di quella pro-capite. Il significativo incremento della spesa in Italia dei viaggiatori provenienti dai paesi extra-UE (+22,6%) si è accompagnato a un lieve aumento di quella degli stranieri europei (+1,6%). La spesa degli italiani all'estero è cresciuta sia nelle destinazioni europee (+7,6%) sia, in misura più sostenuta, in quelle extra-europee (+14,8%). Tuttavia, secondo il barometro del turismo di Federalberghi la stagione estiva 2023 è stata ancora in negativo rispetto al 2019: tra giugno e settembre le



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
 VENETO

presenze sono calate del 3,9% (-4,3% per gli italiani e -3,5% per gli stranieri). Questo porta la perdita dei primi nove mesi del 2023 ad un -3%.

La stagione turistica estiva 2023 del Veneto, nonostante l'aumento generalizzato dei prezzi, **ha registrato dati incoraggianti**. Gli ultimi dati provvisori disponibili, forniti dall'*Ufficio di Statistica della Regione del Veneto*, evidenziano nei primi nove mesi del 2023 una **ripresa per il turismo veneto**, così come le prospettive per la stagione invernale. I numeri fanno emergere anche il fatto che molte persone hanno scelto di fare le ferie estive a settembre, mese che garantisce un buon meteo e prezzi più contenuti rispetto a luglio e agosto. Il tema della capacità di spesa, soprattutto per gli italiani, ha anche portato a soggiorni di durata più breve. Nel periodo gennaio-settembre 2023 i turisti che hanno soggiornato in Veneto sono in crescita rispetto allo stesso periodo pre-covid con circa 17,4 milioni di arrivi (+3,6%), e 63,9 milioni di presenze (+0,4%). In generale, gli arrivi turistici complessivi nel periodo indicato risultano in crescita rispetto al 2019 in quasi tutte le destinazioni, con le città d'arte che pur non avendo ancora tutte raggiunto le cifre pre-pandemiche, registrano una veloce ripresa rispetto al 2022. Con riferimento invece alle presenze, alcune destinazioni registrano livelli ancora inferiori rispetto alla situazione pre-pandemica, ad eccezione di Dolomiti, Garda, Chioggia, Cavallino-Treporti e Caorle che vedono cifre in aumento. Nei primi nove mesi del 2023 si registra un aumento del numero di italiani rispetto al 2022 e rispetto al 2019 (+4,6%), ma non ancora nelle presenze (-5,1%), e ciò è dovuto alla scelta di soggiorni generalmente più brevi, probabilmente dettata da una **minore capacità di spesa**. Anche gli stranieri, nel 2023, sono più numerosi dello stesso periodo pre-covid tanto negli arrivi (+3,1%) che nei pernottamenti (+2,9%). Tali dati sottolineano quindi una permanenza media maggiore, una tendenza opposta ai turisti italiani. La forte attrattività esercitata sui clienti più affezionati è sottolineata dal +11,1% delle presenze tedesche, sempre rispetto al periodo pre-pandemia, +6,7% di quelle austriache, +4,6% di quelle olandesi, e si evidenzia anche un importante ritorno degli americani (+14,2% sempre rispetto al 2019).



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
 VENETO

Nonostante i recenti incrementi, mancano ancora all'appello diversi turisti inglesi, oltre ad asiatici e russi per i noti eventi internazionali.

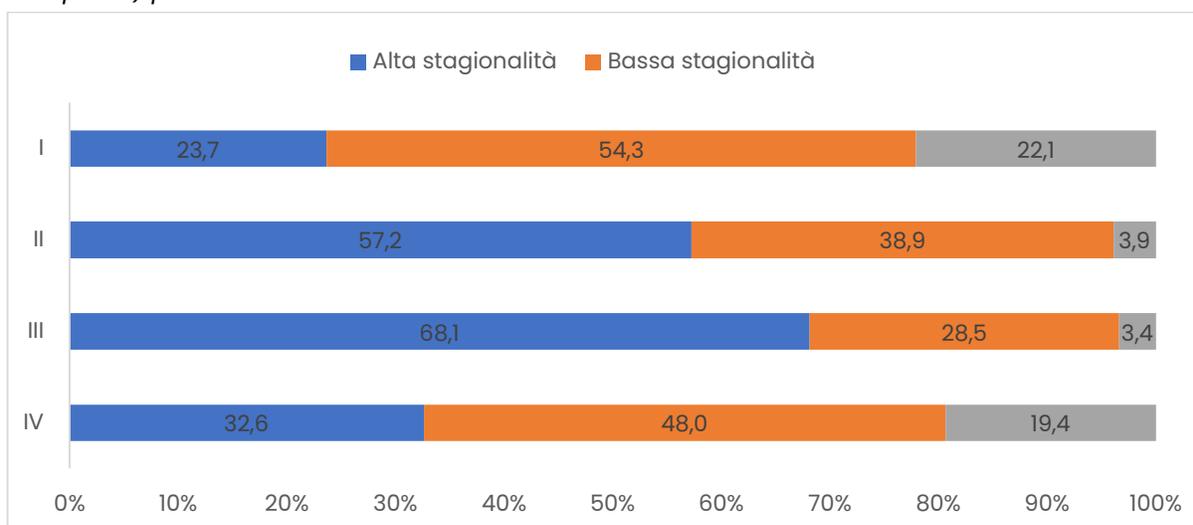
Le dinamiche del comparto turistico del Veneto continuano ad essere monitorate anche dall'**indagine trimestrale sulle imprese dei servizi turistici**, finalizzata a rilevare le variazioni economiche dei principali indicatori congiunturali del settore¹ Il campione regionale, stratificato per provincia e settore, è composto da **2.097 imprese rispondenti** (su oltre 34 mila contatti), a cui fanno riferimento oltre **29.700 addetti** ed un fatturato complessivo di quasi **1,7 miliardi di euro**, ed è statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese delle rispettive attività dei servizi turistici (con almeno 2 addetti) iscritte al Registro Imprese delle CCIAA del Veneto. La rilevazione è stata effettuata nel periodo 11 ottobre – 7 dicembre 2023 dalla società di rilevazione Demetra opinioni.net Srl mediante utilizzo del sistema CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) e CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

In Veneto i mesi estivi dell'anno sono caratterizzati normalmente da alta stagionalità turistica. La presente indagine ha riguardato l'analisi dell'andamento economico dei servizi turistici nei mesi luglio, agosto e settembre 2023, periodo nel quale, oltre il 68% delle quasi 2.100 imprese turistiche intervistate ha dichiarato di essere in un trimestre ad alta stagionalità. Per il 28,5% delle imprese turistiche invece il terzo trimestre dell'anno risulta a bassa stagionalità, mentre solo per il 3,4% l'attività è sospesa. I successivi tre mesi invernali (ottobre-dicembre 2023) risultano un periodo di alta stagionalità per un terzo delle imprese (32,6%), mentre per il 48% di bassa stagionalità e per il 19,4% l'attività è sospesa.

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



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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Secondo l'indagine congiunturale, in Veneto, fra luglio e settembre 2023, il **fatturato delle attività turistiche è aumentato del 17% rispetto al trimestre precedente**, dopo il forte aumento congiunturale della primavera (+32%), incremento tuttavia più tenue di quello registrato lo stesso trimestre del 2022 (+21%). L'analisi della variazione congiunturale del fatturato per settore (significativa con i dati regionali del campione) registra un marcato incremento per il comparto alberghiero (+32,5%), meno per le attività dei servizi turistici (+14,1%) e la ristorazione (+11,7%). Inoltre, si evidenzia la maggior crescita per le imprese di grandi dimensioni e in particolar modo per le province di Rovigo, Venezia e Verona.

Rispetto allo stesso trimestre 2022 il fatturato del comparto turistico riporta invece una **variazione tendenziale del +9,5%**, trainata principalmente dal comparto delle attività delle agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse (+18,5%). La dinamica tendenziale del fatturato, decisamente inferiore a quella registrata nel terzo trimestre del 2022 (+17%), sconta il confronto con un periodo (2022) condizionato dal forte rialzo dei prezzi



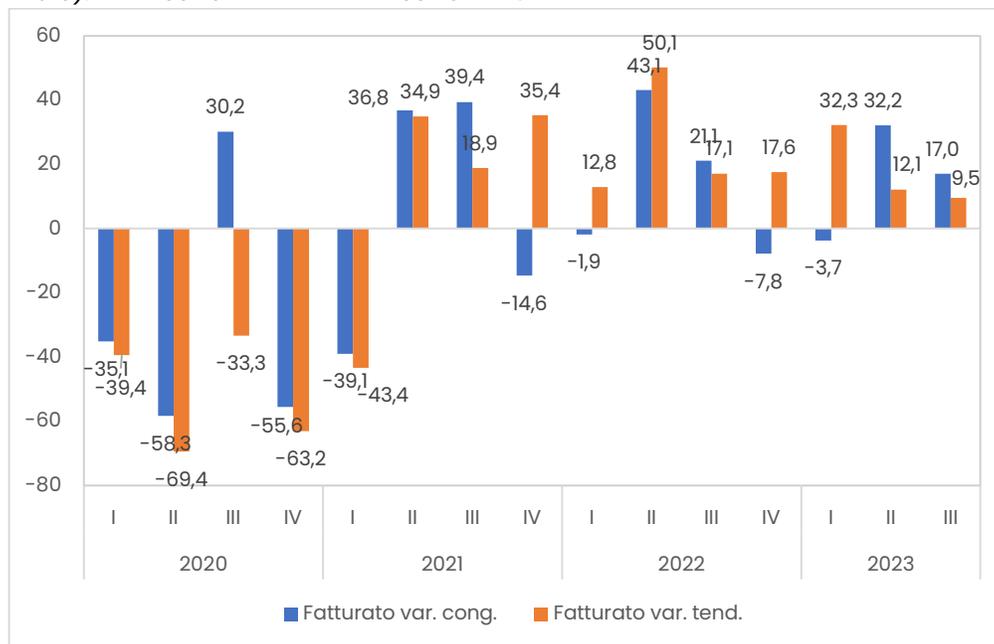
www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

e dalle speculazioni sul prezzo degli energetici per lo scoppio della guerra Russia-Ucraina.

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Prosegue il buon clima congiunturale: nel periodo luglio-settembre 2023 il fatturato risulta in aumento per oltre la metà delle imprese dei servizi turistici rispetto al trimestre primaverile, in particolar modo per il comparto alberghiero

Nonostante le diverse difficoltà economiche, il comparto turistico ha ottenuto buoni risultati nella stagione estiva. L'analisi della **distribuzione dei giudizi** rilasciati dalle imprese dei servizi turistici, sull'andamento di fatturato e prezzi di vendita rispetto al trimestre precedente, fornisce conferme ed ulteriori dettagli a questo quadro. In linea con il trimestre precedente, mediamente in Veneto **il 56,5% delle imprese intervistate è stato interessato da un aumento del**



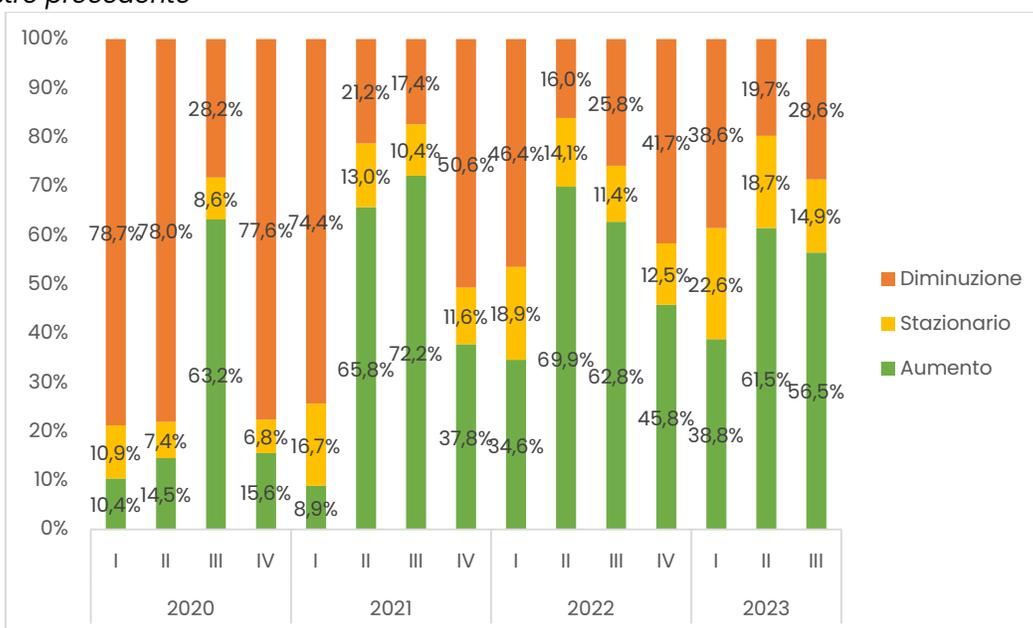
www.veneto.eu



UNIONCAMERE
 VENETO

fatturato nel terzo trimestre 2023 rispetto al secondo, il 14,9% dichiara una sostanziale stazionarietà e il 28,6%, invece, accusa una diminuzione. Tale andamento è in linea, ma in leggero peggioramento, rispetto al terzo trimestre dell'anno precedente (quando ben il 63% delle imprese dichiarava fatturato in aumento e il 26% in diminuzione).

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 2023, rispetto al trimestre precedente



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Il saldo dei giudizi ex post permane dunque positivo ma **ponderato**, sostenuto in particolare da variazioni congiunturali del fatturato che risultano sopra il dato medio regionale per le attività **alberghiere** (dove oltre due terzi delle imprese dichiara un fatturato in aumento). Nel terzo trimestre 2023, le quote di giudizi per la ristorazione mostrano un aumento del fatturato per il 53,7% delle imprese, a fronte di una quota del 15,5% di imprese che segnala fatturato stazionario e 30,9% in diminuzione. Per i servizi turistici (agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse) la quota di giudizi positivi è del 65,4%, mentre



www.veneto.eu



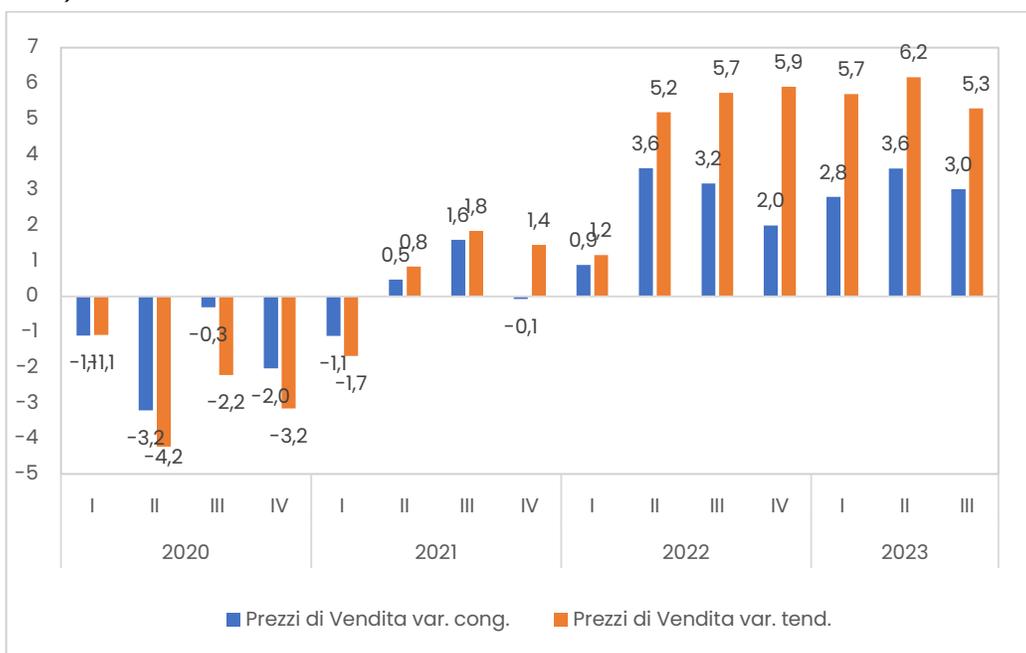
UNIONCAMERE
 VENETO

il 5,4% dichiara una situazione di stazionarietà e il 29,2% una flessione del fatturato. Guardando alla dimensione i giudizi sono allineati con una quota di positività che è maggiore per le grandi imprese (67,5%), rispetto alle medie (64%) e alle piccole (54,5%).

Pur su livelli sempre alti, i prezzi di vendita sembrano essersi relativamente stabilizzati nel corso del 2023

I **prezzi di vendita** del comparto turistico sono risultati in crescita anche nel terzo trimestre del 2023: +5,3% su base tendenziale, stabilizzandosi rispetto all'andamento dei trimestri precedenti. Anche su base congiunturale la variazione dell'indicatore risulta in aumento (+3%). L'incremento dei prezzi è evidente soprattutto nel comparto alberghiero.

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



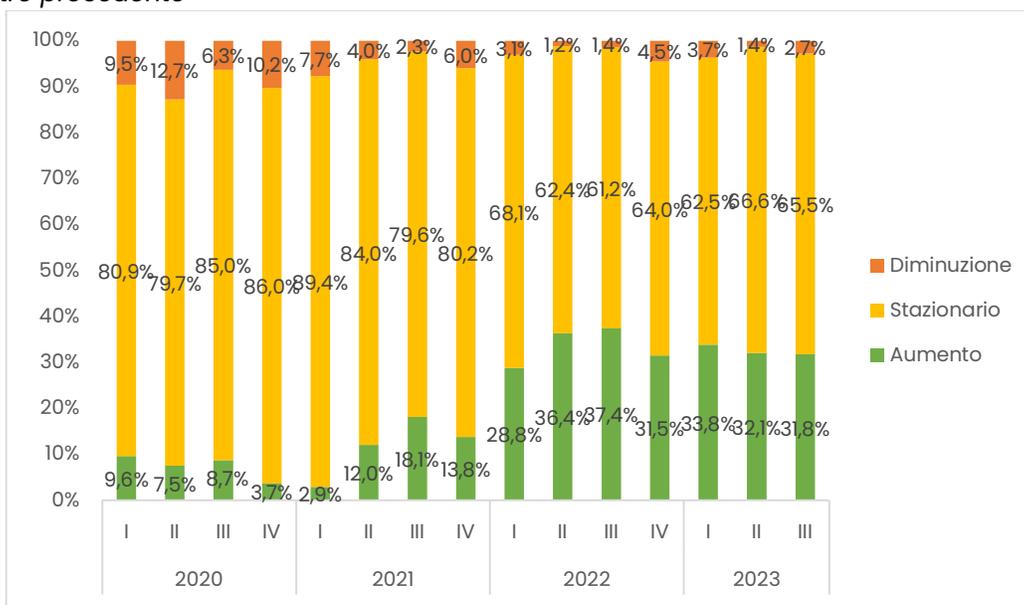
www.veneto.eu



UNIONCAMERE
 VENETO

In linea con l'andamento dei trimestri precedenti, nel terzo trimestre del 2023 **per due terzi delle imprese turistiche del Veneto (65,5%) si evidenzia una situazione di stazionarietà dei prezzi rispetto al secondo trimestre dell'anno.**

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 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. III trimestre 2023

	Fatturato		Prezzi di Vendita	
	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale
Alberghi	32,5	13,8	6,3	8,4
Ristoranti	11,7	7,4	2,2	4,2
Attività servizi turistici	14,1	18,5	1,0	3,6
Belluno	28,7	4,6	2,3	2,8
Padova	1,1	6,4	0,8	3,4
Rovigo	35,6	4,6	1,9	8,1
Treviso	5,1	5,5	3,5	4,7
Venezia	26,3	12,3	3,6	6,5
Verona	20,8	8,7	4,0	4,6
Vicenza	8,7	12,1	2,7	6,2
2-9 addetti	17,5	6,7	3,2	5,1
10-49 addetti	11,6	6,8	2,2	4,1
50 addetti e più	20,6	14,3	3,5	6,5
Totale	17,0	9,5	3,0	5,3

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

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

Giudizi Congiunturali	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	69,1%	13,8%	17,1%	50,2%	41,1%	8,7%
Ristoranti	53,7%	15,5%	30,9%	27,7%	70,7%	1,6%
Attività servizi turistici	65,4%	5,4%	29,2%	42,4%	55,5%	2,1%
Belluno	63,7%	15,1%	21,3%	26,6%	72,2%	1,2%
Padova	49,9%	17,4%	32,7%	28,9%	69,1%	2,0%
Rovigo	53,9%	16,2%	30,0%	22,8%	75,8%	1,4%
Treviso	46,7%	15,9%	37,4%	28,4%	69,3%	2,3%
Venezia	64,4%	12,7%	22,9%	37,7%	57,9%	4,4%
Verona	59,8%	12,6%	27,6%	32,5%	65,6%	1,9%
Vicenza	50,3%	18,7%	31,0%	29,7%	67,4%	3,0%
2-9 addetti	54,5%	16,4%	29,1%	29,3%	67,9%	2,7%
10-49 addetti	64,0%	9,0%	27,0%	39,5%	58,3%	2,2%
50 addetti e più	67,5%	9,7%	22,9%	52,3%	41,7%	6,0%
Totale	56,5%	14,9%	28,6%	31,8%	65,5%	2,7%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



www.veneto.eu



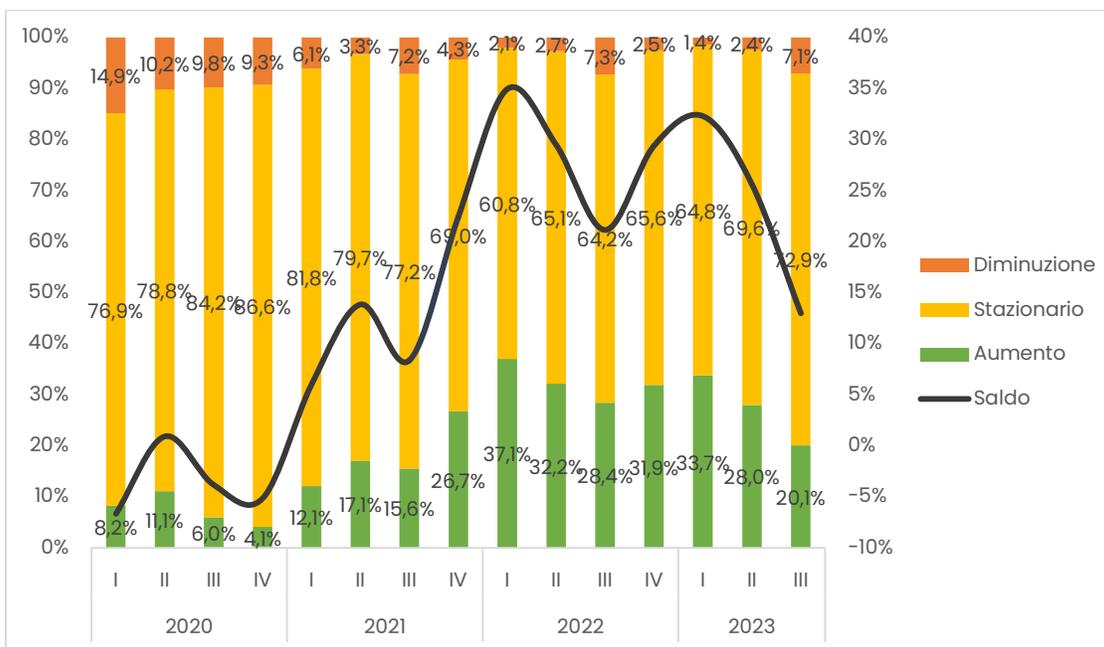
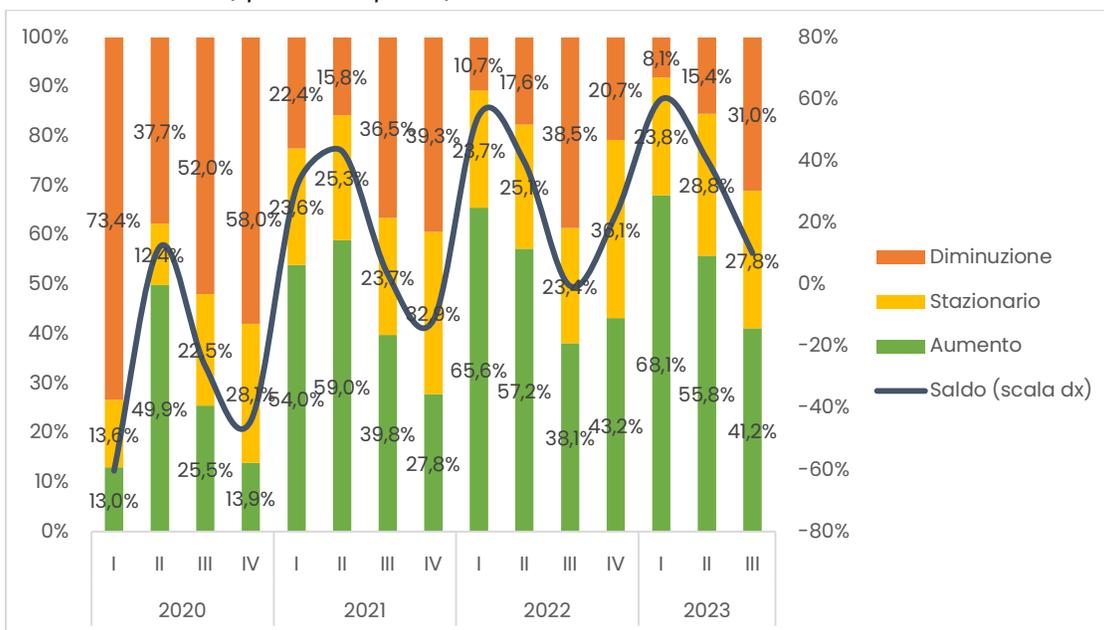
UNIONCAMERE
VENETO

Prospettive positive ma decisamente più caute rispetto al primo semestre 2023: il 41% delle imprese turistiche prevede incrementi di fatturato per la stagione invernale, a cui si affianca un 31% di pessimisti

Caute le prospettive per il turismo veneto per l'inverno 2023, **periodo di alta stagionalità per un terzo delle imprese dei servizi turistici del Veneto**. La tendenza generale mostra ancora una prevalenza di giudizi positivi per tutti gli indicatori monitorati, che tuttavia è meno estesa alla maggioranza degli intervistati rispetto alla precedente rilevazione. Aumenta infatti la quota di coloro che scontano possibili riduzioni delle performance nel prossimo trimestre. In Veneto, infatti, la quota degli imprenditori che ipotizza un aumento del fatturato per l'inverno 2023 è leggermente diminuita rispetto alle previsioni del primo semestre 2023 (41,2% vs 55,8% e 68,1%), i giudizi di stazionarietà interessano invece il 27,8% delle imprese, mentre sale al 31% la quota di chi prevede una diminuzione (era 15,4% nel trimestre precedente). Si assiste dunque ad un abbattimento del saldo tra giudizi positivi e negativi, con **livelli di ottimismo che rimangono un po' cauti** rispetto a quelli registrati ad inizio anno. Rispetto a queste attese, risultano ottimisti soprattutto i ristoratori e le attività dei servizi turistici, dove oltre il 40% degli intervistati prevede un aumento del fatturato in inverno, mentre oltre la metà degli albergatori prevede una pessimistica diminuzione.

Le **aspettative sui prezzi di vendita** per il quarto trimestre 2023 vedono aumentare la quota di imprese che ne dichiara una stazionarietà (quasi 73%), mentre il 20% delle imprese si attende un aumento e il 7% una diminuzione.

Veneto. Serie storica delle previsioni sul fatturato e sui prezzi delle imprese turistiche per il trimestre successivo (quota % imprese).



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



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

Previsioni	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	19,1%	28,2%	52,7%	16,9%	49,9%	33,2%
Ristoranti	45,6%	28,3%	26,2%	20,0%	78,2%	1,8%
Attività servizi turistici	42,7%	13,6%	43,7%	39,0%	54,1%	6,9%
Belluno	37,7%	26,7%	35,6%	23,7%	75,1%	1,2%
Padova	54,6%	26,1%	19,3%	25,1%	71,8%	3,1%
Rovigo	47,7%	29,6%	22,7%	16,9%	82,1%	1,0%
Treviso	50,9%	28,1%	21,1%	21,3%	76,1%	2,6%
Venezia	30,8%	25,6%	43,6%	17,3%	67,8%	14,9%
Verona	36,7%	29,8%	33,5%	16,2%	75,3%	8,5%
Vicenza	43,7%	31,2%	25,0%	24,2%	74,1%	1,7%
2-9 addetti	40,8%	28,7%	30,5%	19,2%	74,3%	6,5%
10-49 addetti	41,1%	25,3%	33,6%	21,8%	69,0%	9,2%
50 addetti e più	51,8%	17,7%	30,5%	34,0%	55,6%	10,4%
Totale	41,2%	27,8%	31,0%	20,1%	72,9%	7,1%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Un quarto delle imprese turistiche vende i propri prodotti attraverso internet e oltre la metà dichiara una certa stazionarietà del fatturato derivante dalle vendite online nel trimestre in esame

Come oramai è stato constatato dall'inizio di questa rilevazione, sono soprattutto le imprese del comparto **alberghiero** a risultare ben strutturate digitalmente con **l'88% delle imprese che vende anche online** (ad esempio sito web, Booking, Airbnb ecc.), mentre le attività dei servizi turistici e il comparto ristorazione risultano meno digitalizzati rispettivamente solo il 32% e il 12%.

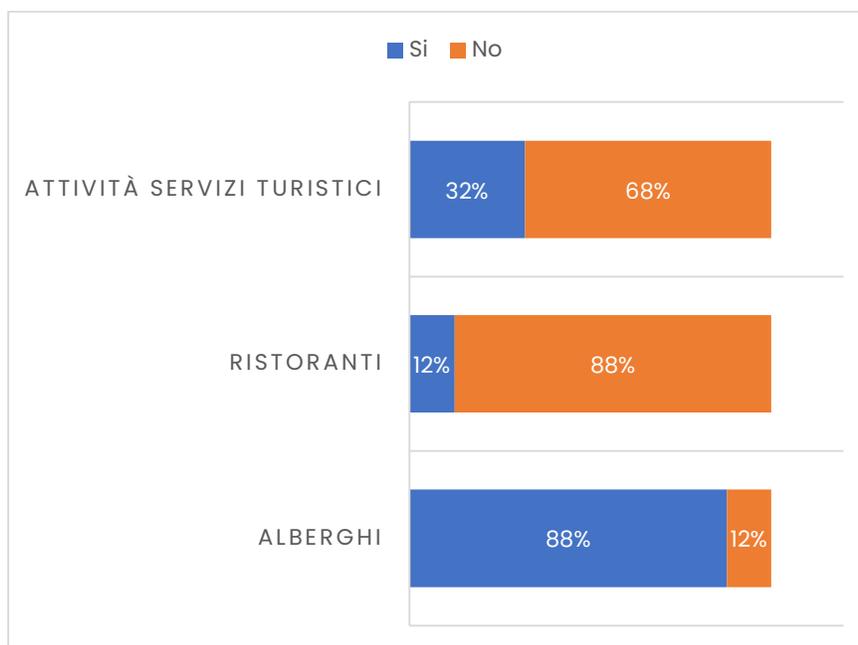
Nel trimestre luglio-settembre 2023 la **quota percentuale del fatturato che deriva dalla vendita attraverso internet** è mediamente pari al 35%, grazie all'alta stagionalità. Nel terzo trimestre 2023 la parte del fatturato realizzata tramite internet è di oltre la metà (52,4%) per gli albergatori, del 30,8% per i servizi turistici,



mentre rimane ancora molto bassa per la ristorazione (10,2%).

L'adozione del digitale risulta sempre più utile ma ancora non del tutto sfruttato: quasi il 56% delle imprese dichiara una stazionarietà del fatturato derivante dalle vendite online. Nel terzo trimestre 2023 si rileva una situazione di aumento del fatturato "digitale" per un quarto delle imprese, grazie in particolare alla maggior parte degli albergatori e delle attività dei servizi turistici che dichiarano un aumento del fatturato derivante dall'on line (circa 30%).

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

	E-Commerce		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	29,7%	51,0%	19,3%
Ristoranti	17,9%	63,1%	18,9%
Attività servizi turistici	30,8%	52,0%	17,3%
Belluno	40,1%	38,6%	21,3%
Padova	15,2%	67,1%	17,7%
Rovigo	17,0%	56,8%	26,2%
Treviso	21,6%	51,5%	26,9%
Venezia	25,5%	57,4%	17,1%
Verona	27,6%	54,8%	17,6%
Vicenza	26,7%	54,4%	18,9%
2-9 addetti	24,8%	55,5%	19,7%
10-49 addetti	27,6%	55,4%	17,0%
50 addetti e più	13,3%	63,5%	23,2%
Totale	25,1%	55,9%	19,1%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

FOCUS 1: le prenotazioni dei clienti

La quasi totalità delle imprese turistiche riceve prenotazioni tramite contatto diretto con la struttura, da cui deriva quasi il 74% del fatturato totale

Alle imprese turistiche del campione è stata nuovamente chiesta qual è la principale modalità di prenotazione utilizzata dai loro clienti. Quasi la totalità delle imprese intervistate (92,3%) ha dichiarato che i loro clienti prediligono come modalità di prenotazione il **contatto diretto con la struttura**, tanto che questo sistema pesa per quasi il 74% sul fatturato aziendale totale. In particolare, il contatto diretto è utilizzato soprattutto nel settore **ristorazione** (94% delle



www.veneto.eu

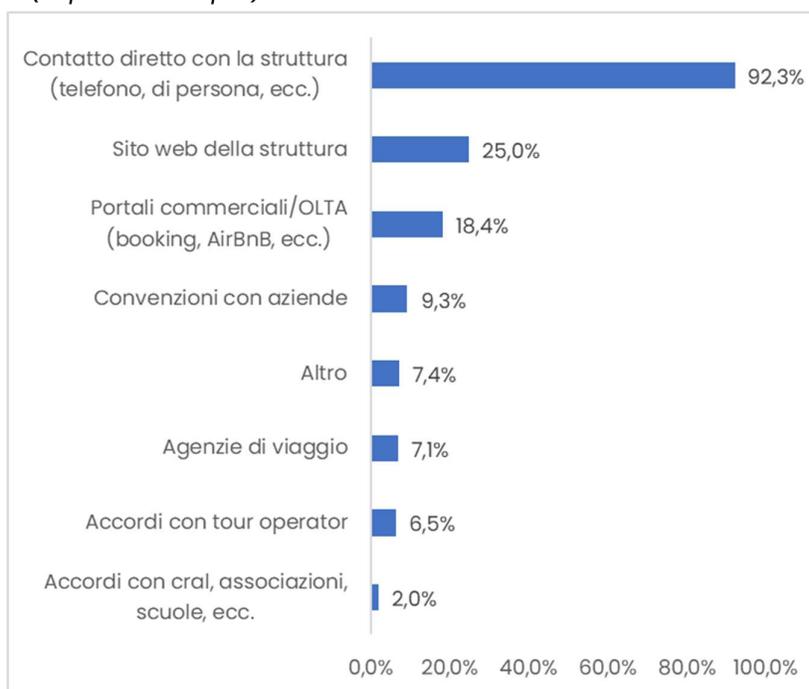


UNIONCAMERE
 VENETO

imprese lo dichiarano modalità principale di prenotazione utilizzata dei loro clienti) e mediamente pesa per oltre l'80% del fatturato complessivo.

Un quarto delle imprese inoltre ha affermato di vendere i propri servizi anche tramite il **sito web della struttura**, modalità che fa guadagnare il 5,6% del fatturato, e per il 18,4% anche tramite **portali commerciali/OLTA** (Booking, AirBnB, ecc.) (ma con un peso sul fatturato maggiore e pari mediamente al 7%). Queste ultime due vengono viste come modalità principali di prenotazione per il comparto alberghiero, tanto che riguarda oltre il 75% delle imprese. Le convenzioni con le aziende (modalità di prenotazione principale per l'9,3% delle imprese turistiche venete), le agenzie di viaggio (7,1%) e gli accordi con i tour operator (6,5%) sono fonte di reddito soprattutto per le attività delle agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse.

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Media dei pesi per i diversi canali di prenotazione sul fatturato e sul numero di prenotazioni. III trimestre 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.)	73,7	75,2
Sito web della struttura	5,6	5,7
Portali commerciali/OLTA (booking, AirBnB, ecc.)	7,0	7,1
Accordi con tour operator	1,3	1,3
Agenzie di viaggio	0,8	0,7
Accordi con cral, associazioni, scuole, ecc.	0,3	0,3
Convenzioni con aziende	2,0	1,9
Altro	3,4	3,6

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

FOCUS 2: Cambiamento climatico

Il 75% delle imprese del campione ritiene che il cambiamento climatico avrà effetti sulla destinazione e sulla propria attività con un aumento dei costi di gestione (energia, generi alimentari, ecc.)

Il clima è da sempre considerato una variabile fondamentale per il turismo. Temporalità, siccità, erosione delle coste, scioglimento dei ghiacciai, gli effetti del surriscaldamento globale sono ormai evidenti e visibili e **sono in grado di condizionare l'offerta turistica nazionale**. Dobbiamo cominciare a chiederci se questo non implicherà dei cambiamenti nella domanda turistica e nelle destinazioni nei prossimi anni. Le difficoltà determinate dal cambiamento climatico sono fortunatamente ancora ipotetiche e non stanno avendo una grossa incidenza sui flussi. Ma è uno scenario da non sottovalutare come destinazioni.

La maggior parte delle imprese dei servizi turistici del Veneto ritiene che il cambiamento climatico stia avendo effetti nella destinazione in cui opera e sulla

sua attività soprattutto per quanto riguarda l'**aumento dei costi di gestione (energia, generi alimentari, ecc.)**. Un effetto minore ma comunque impattante anche per quanto riguarda la **variazione della stagionalità turistica** (28,5% delle imprese) e il **maggior rischio di esposizione ad eventi estremi** (tempeste, siccità, incendi, ecc.) (19,4%). Significativo che il 17,1% non rilevi ancora nessun impatto sulla propria attività a seguito del cambiamento climatico, mentre percentuali più basse percepiscano già qualche problematica: il 7,5% ha difficoltà di approvvigionamento delle risorse (energia, acqua, ecc.) e il 6,3% sente un incremento della competizione tra destinazioni. Irrisorie le percentuali relative all'impoverimento della risorsa principale (eutrofizzazione delle acque, deforestazione, scarse nevicate ecc.) e al caos nella comunicazione (sugli impatti, sui rischi, sui servizi, ecc.).

Veneto. Effetti del cambiamento climatico rispetto all'operato dell'attività. III trimestre 2023

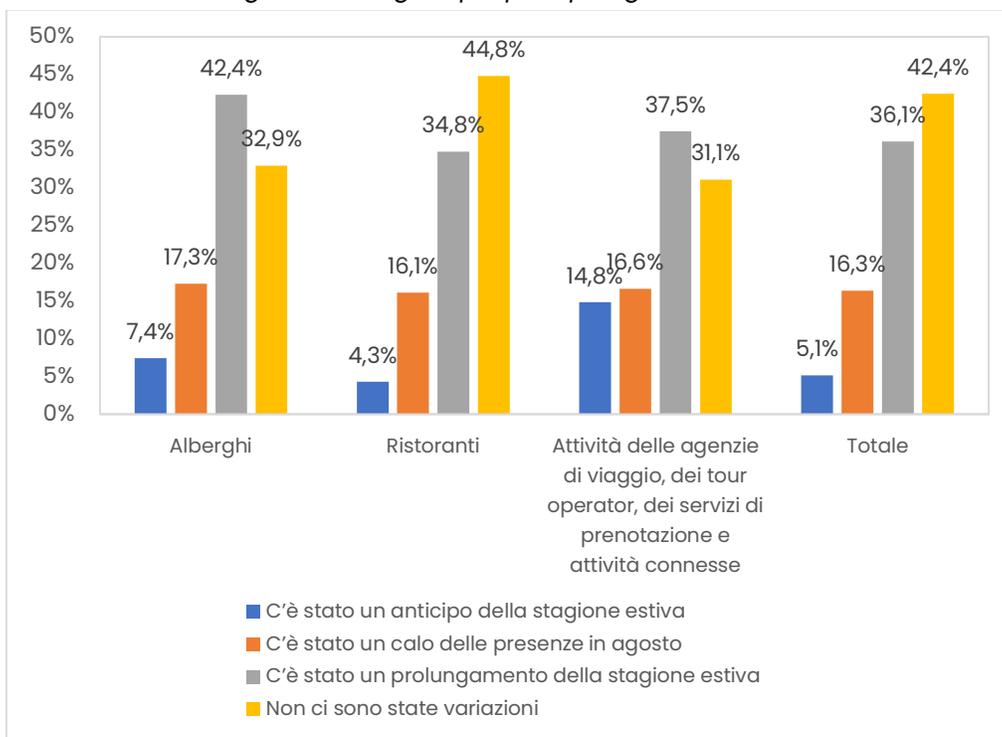


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Il clima sembra non aver ancora condizionato la stagionalità delle presenze turistiche. La maggior parte delle imprese intervistate infatti dichiara che **non ha riscontrato variazioni nella stagionalità turistica nel 2023**. Mentre il 40% ha dichiarato che c'è stato un prolungamento della stagione estiva. Poche le

imprese che riscontrano un anticipo della stagione estiva o un calo delle presenze in agosto.

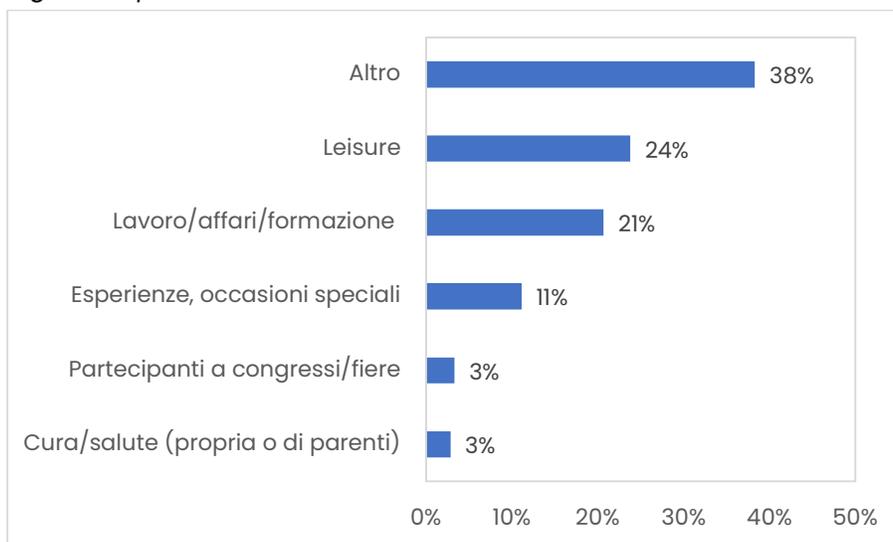
Veneto. Variazioni sulla stagionalità degli ospiti per tipologia di attività. III trimestre 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Tra gli **ospiti** delle imprese turistiche venete nel trimestre in esame il 38% è relativo a una tipologia di turisti che si muove per "altro": **feste di compleanno, lauree, anniversari e battesimi**. Quasi un quarto delle imprese turistiche intervistata dichiara invece che i propri ospiti in struttura derivano da viaggi "**leisure**", il turismo dello svago è infatti considerata la tipologia di turismo più importante, sia dal punto di vista economico che di presenze. Il 21% invece per lavoro, affari e formazione; l'11% per esperienze e occasioni speciali e solo il 3% come partecipanti a congressi/fiere.

Veneto. Tipologia di ospite in struttura. III trimestre 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato