

Documento prodotto da RTI Destination Padova

BUSINESS INTELLIGENCE

8° REPORT PRODOTTO PER ATTIVITÀ DI ANALISI,
CONTROLLO, VERIFICA E MONITORAGGIO
QUADRIMESTRE MAGGIO-AGOSTO 2023



INDICE

LO SCENARIO TURISTICO

- 1. IL TURISMO NEL 2° QUADRIMESTRE 2023
 - 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 NELL'OGD PADOVA NEL PERIODO GENNAIO-SETTEMBRE 2023

REPORTISTICA MAGGIO-AGOSTO 2023

- 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 MAGGIO-AGOSTO 2023 VS. MAGGIO-AGOSTO 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

1.1. IL TURISMO nel mondo

Nel periodo gennaio-luglio 2023, il turismo internazionale ha recuperato l'84% dei livelli pre-Covid (-16% rispetto al 2019).

La **domanda di viaggi** evidenzia una ripresa sostenuta; dopo aver raggiunto l'80% nel 1° trimestre dell'anno, **gli arrivi turistici internazionali hanno toccato l'85% dei livelli pre-pandemia nel secondo trimestre e il 90% a luglio**, sostenuti da una continua domanda.

Si stima che **700 milioni di turisti internazionali** abbiano viaggiato **tra gennaio e luglio 2023**, circa il **43% in più rispetto agli stessi mesi del 2022**, anche se il 16% in meno rispetto al 2019. **L'Europa ha accolto 375 milioni di viaggiatori, il 54% del totale mondiale.**

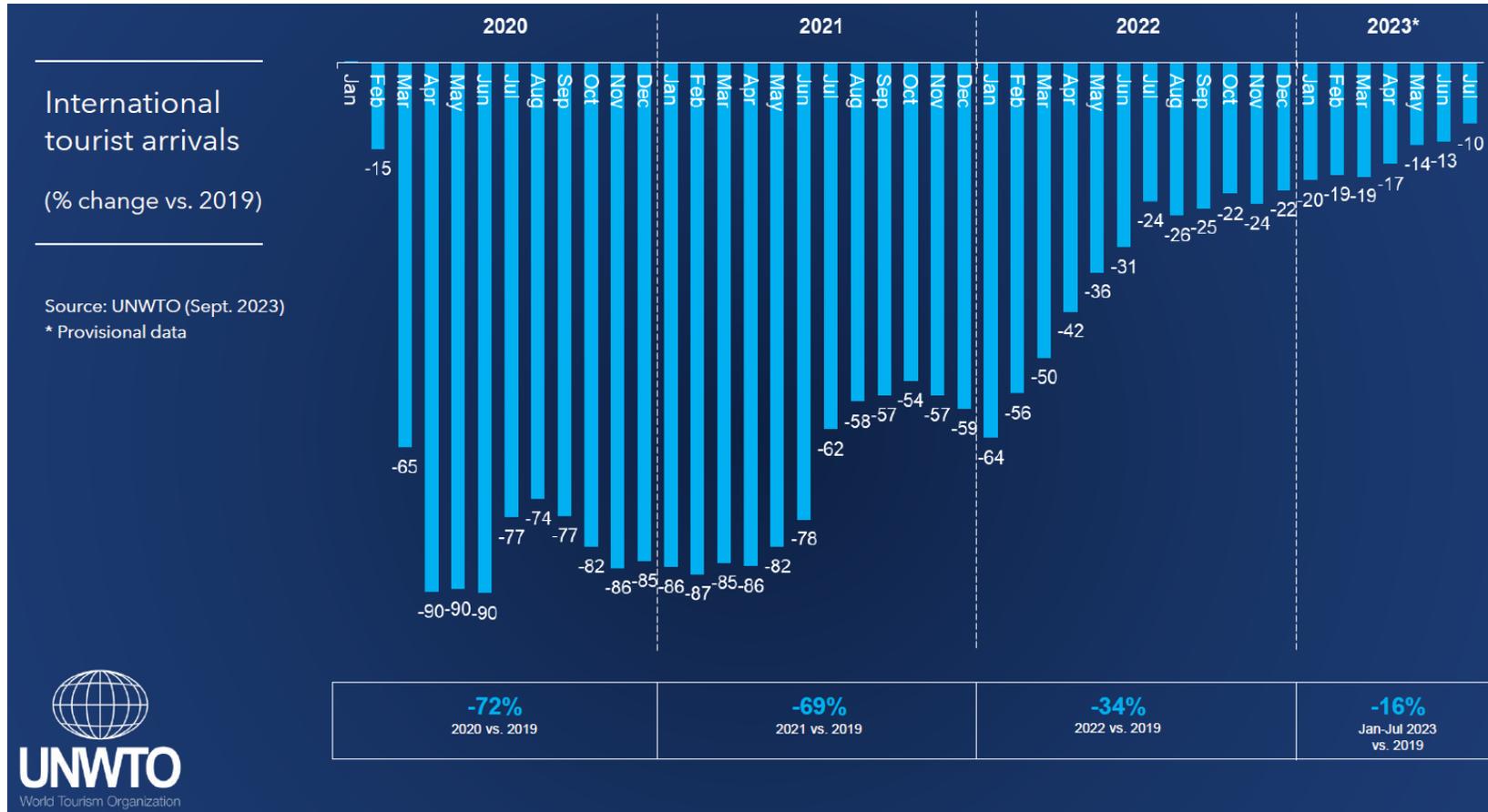
Per quanto riguarda le Regioni, il **Medio Oriente** ha registrato i risultati migliori nel periodo gennaio-luglio, con **arrivi che hanno superato del 20% i livelli pre-Covid.**

L'Europa ha raggiunto il **91% dei livelli pre-pandemia**, sostenuta da una robusta domanda intraregionale e dai viaggi dagli USA. Secondo il *National Travel and Tourism Office* (NTTO), i viaggi USA verso l'Europa sono cresciuti del 43% fino a giugno (rispetto al 2022), rappresentando il 20% del totale dei viaggi all'estero degli Stati Uniti d'America.

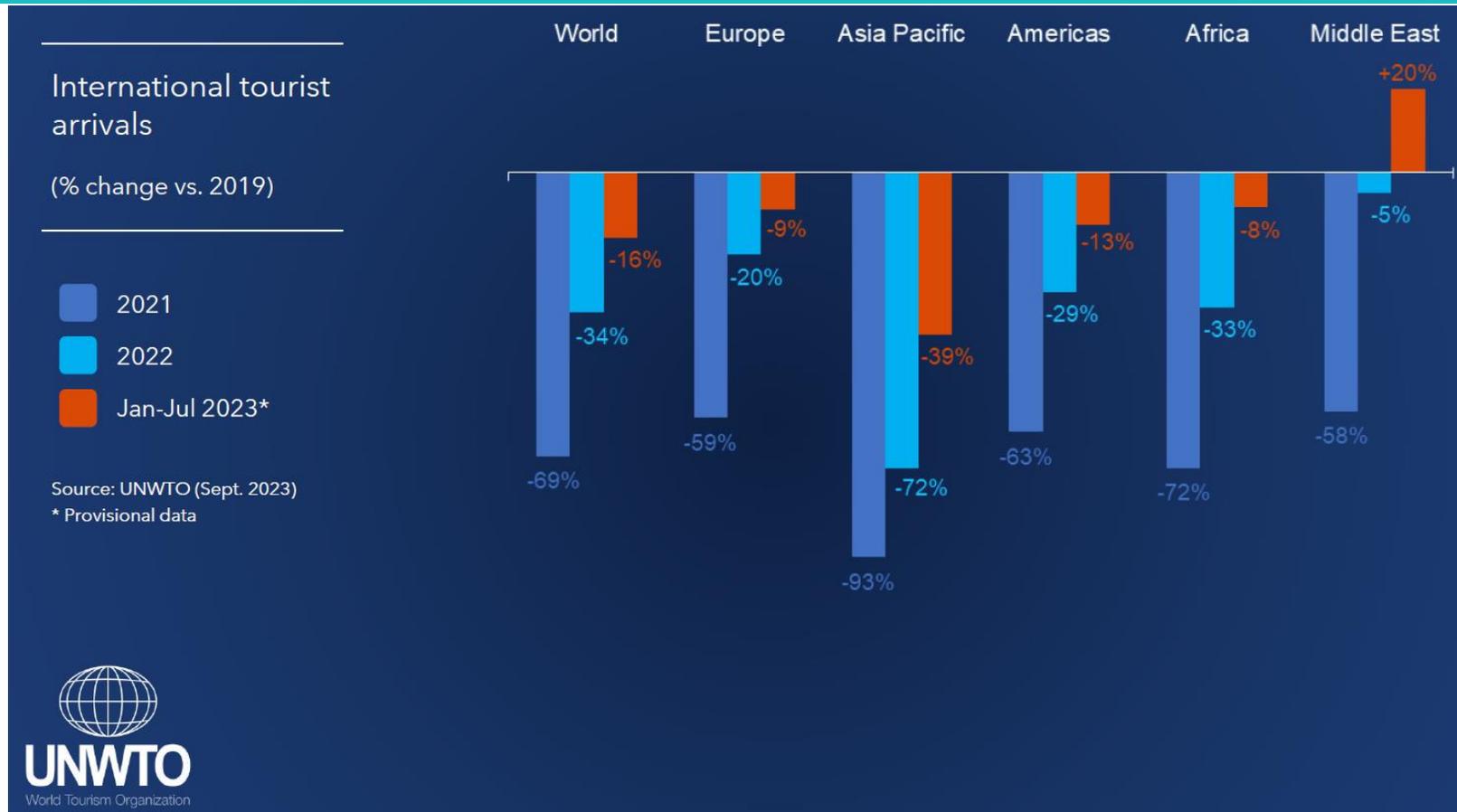
L'Africa ha recuperato il 92% dei visitatori pre-crisi e le Americhe l'87%. In Asia e Pacifico gli arrivi sono saliti al 61% dei livelli pre-Covid.

Il Nord Africa (+8%), l'America centrale (+2%) e l'Europa mediterranea meridionale (+1%), hanno superato i livelli pre-pandemici nel periodo gennaio-luglio.

1.1. IL TURISMO nel mondo



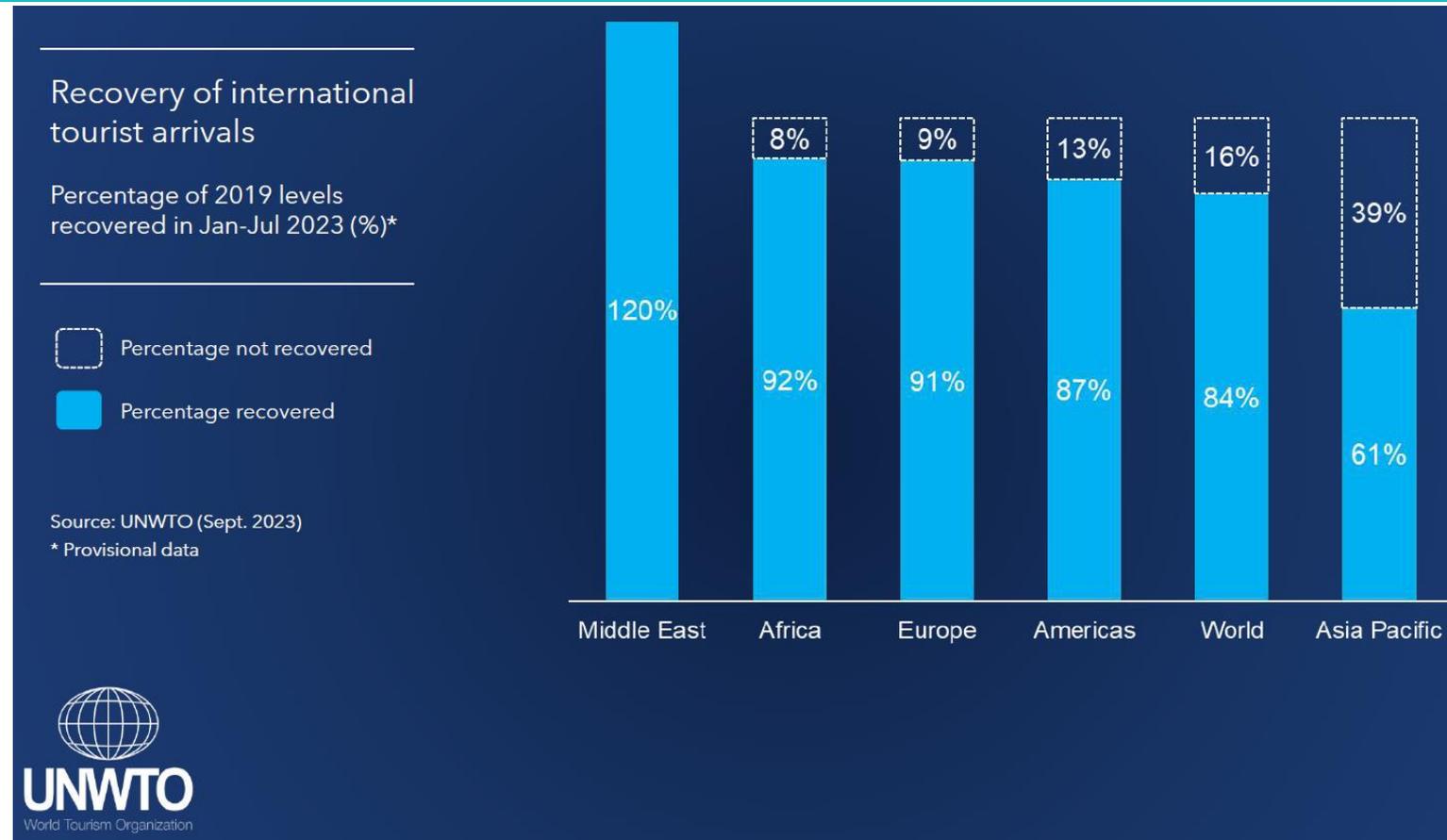
1.1. IL TURISMO nel mondo



UNWTO-World Tourism Barometer Volume 21 • Issue 3 • September 2023



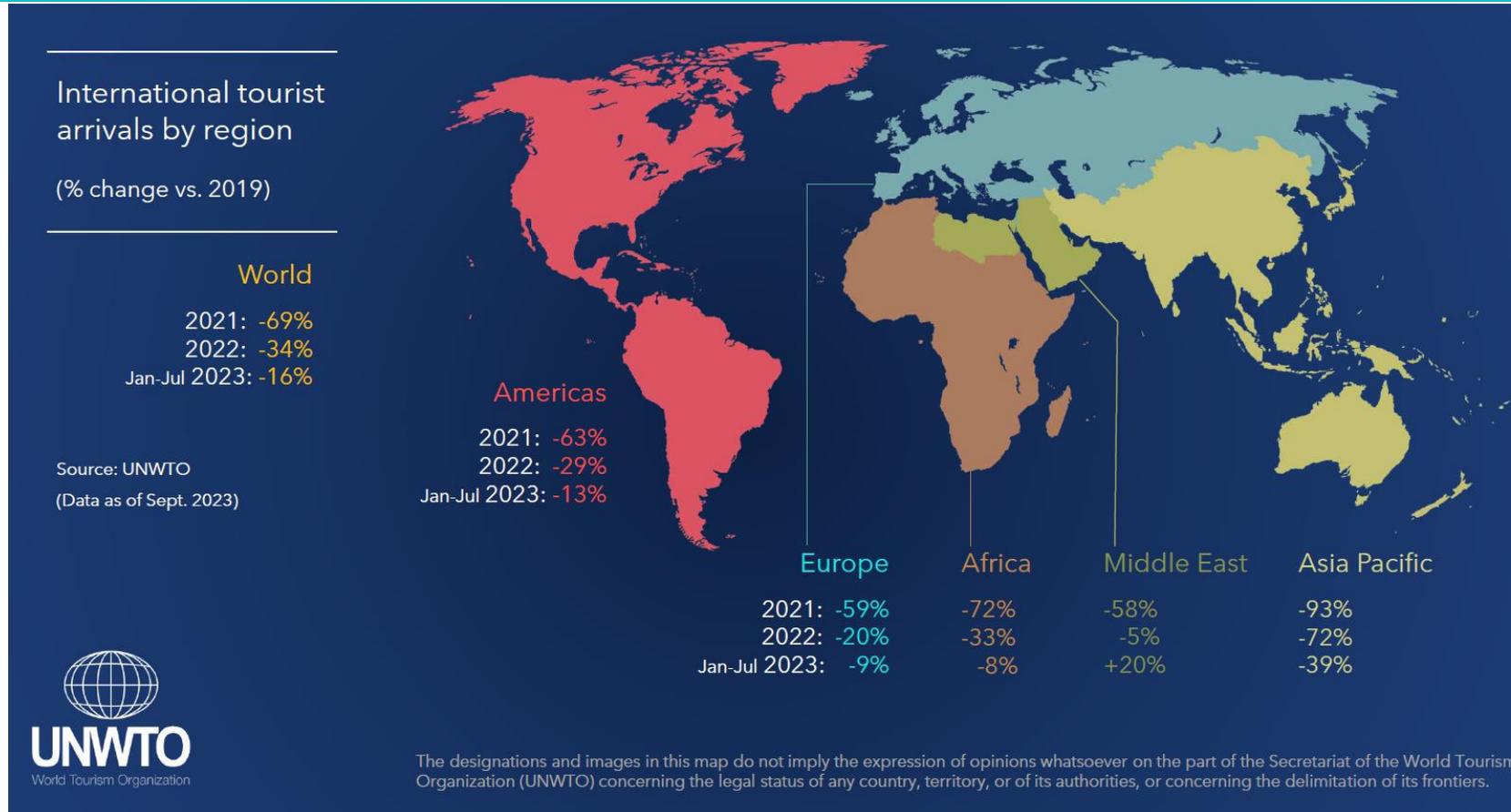
1.1. IL TURISMO nel mondo



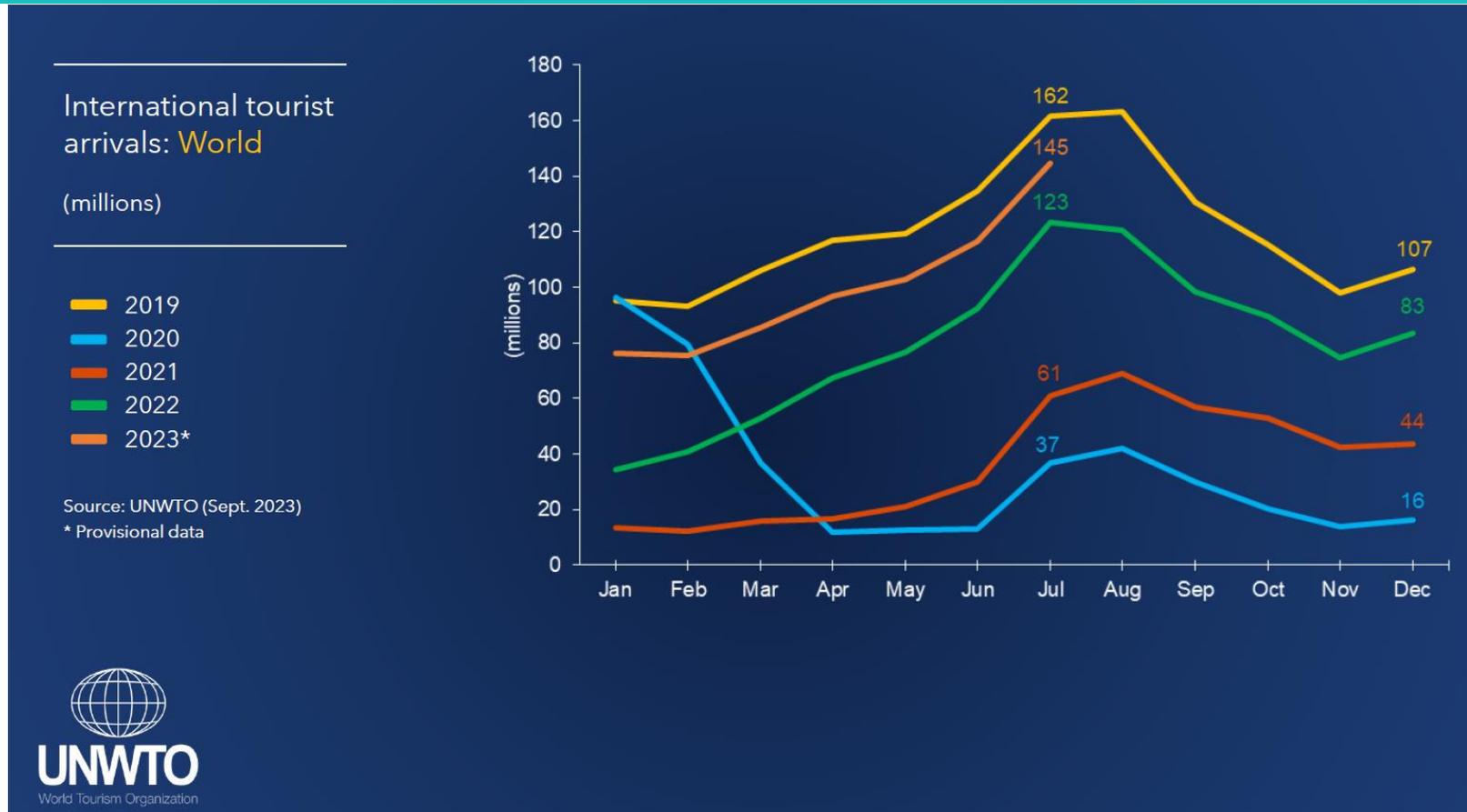
UNWTO-World Tourism Barometer Volume 21 • Issue 3 • September 2023



1.1. IL TURISMO nel mondo



1.1. IL TURISMO nel mondo



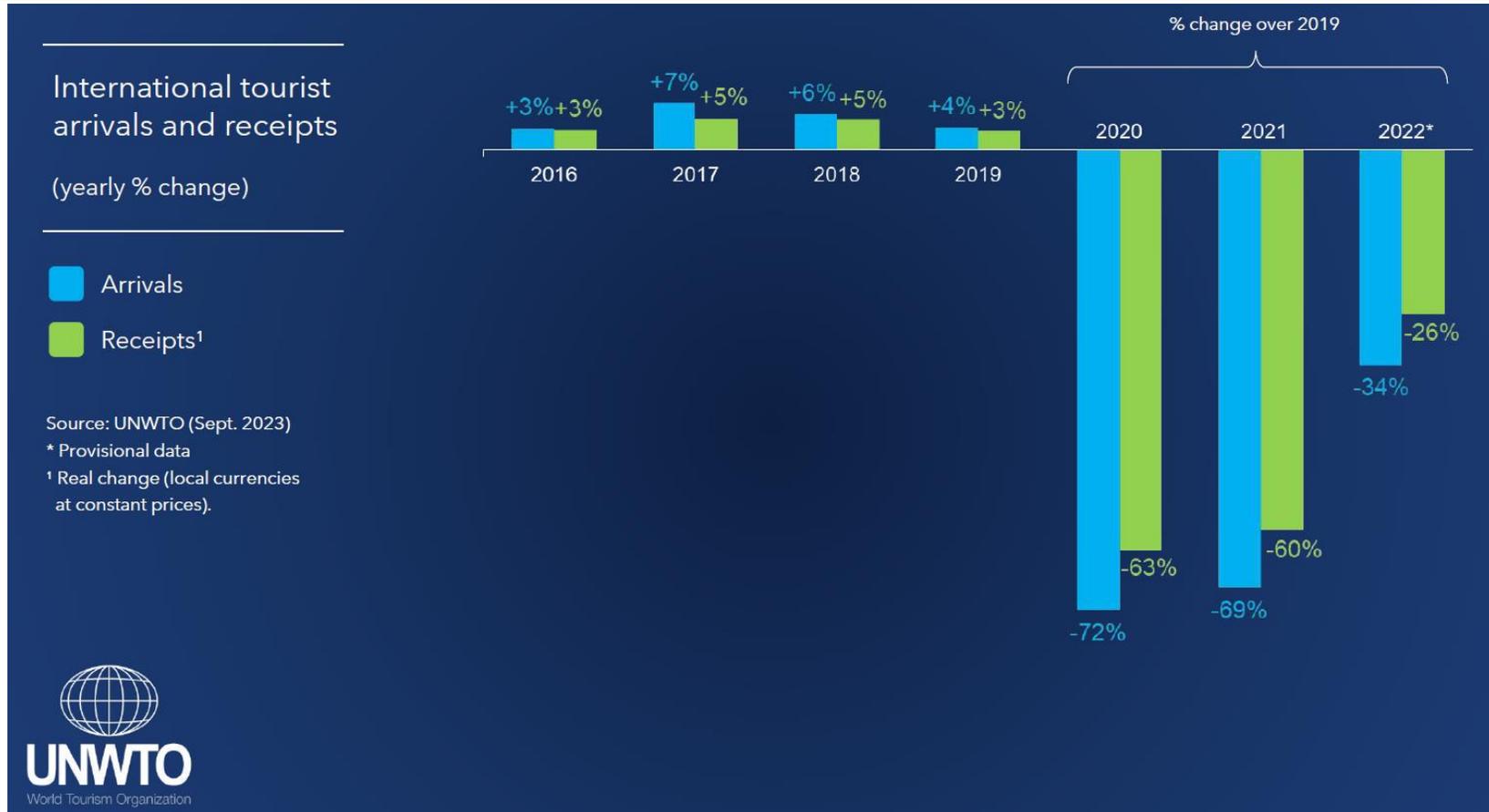
UNWTO-World Tourism Barometer Volume 21 • Issue 3 • September 2023



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU



1.1. IL TURISMO nel mondo



1.1. IL TURISMO nel mondo



1.1. IL TURISMO nel mondo



1.1. IL TURISMO nel mondo



UNWTO-World Tourism Barometer Volume 21 • Issue 3 • September 2023



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU



ORGANIZATION
MANAGEMENT
ESTABLISHMENT

1.1. IL TURISMO nel mondo

Questi risultati mostrano che il turismo internazionale, nel 2023, è sulla buona strada per raggiungere l'80-95% dei livelli pre-pandemia.

In base all'ultimo indice di fiducia UNWTO, le prospettive per il periodo settembre-dicembre 2023 indicano una ripresa continua, anche se ad un ritmo più moderato dopo l'alta stagione dei viaggi (giugno-agosto).

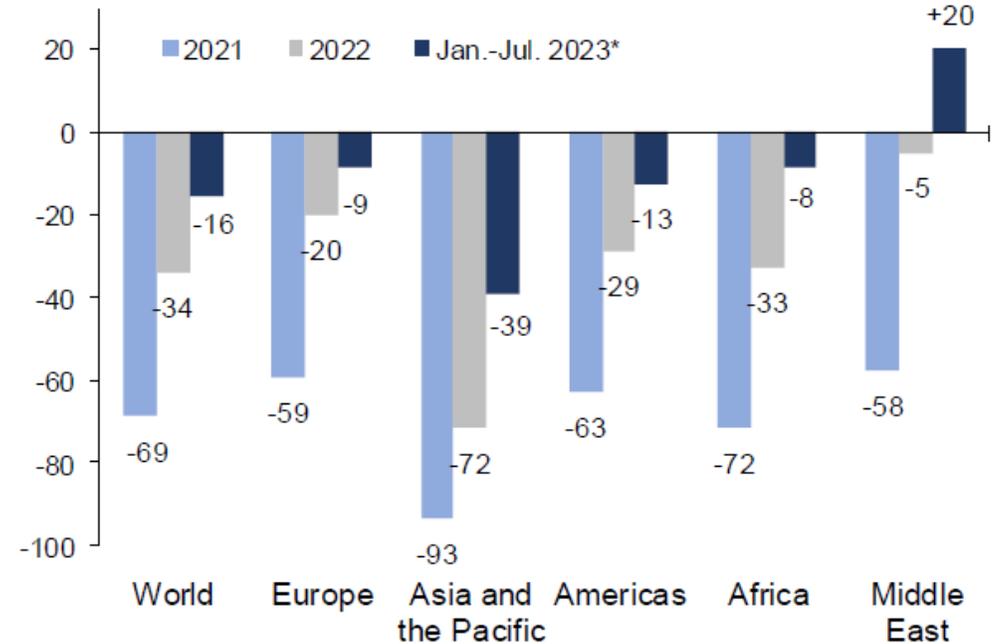
Si è registrata una forte domanda di viaggi internazionali; gli USA e la Germania hanno speso entrambi l'11% in più per i viaggi *outbound* rispetto agli stessi mesi del 2019, mentre l'Italia ha speso il 15% in più. La spesa turistica internazionale ha superato i livelli pre-pandemia anche nei Paesi scandinavi, Norvegia (+28%), Svezia (+9%) e Danimarca (+7%).

Secondo il *Tourism Recovery Tracker* UNWTO, sia la capacità aerea internazionale che la domanda di passeggeri hanno recuperato circa l'84% dei livelli pre-pandemia fino a giugno 2023 (dati IATA).

Le prenotazioni alberghiere sono raddoppiate nel periodo gennaio-agosto 2023, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (dati Sojern).

Il tasso di occupazione globale delle strutture ricettive ha raggiunto il 70% in agosto, leggermente superiore al 66% dell'agosto 2022 (dati STR).

International Tourist Arrivals (% change over 2019)



Source: UNWTO

* Provisional data

1.1. IL TURISMO nel mondo

L'ultimo indice di fiducia UNWTO evidenzia prospettive positive per il periodo settembre-dicembre 2023, con un punteggio di 126 su una scala da 0 a 200.

Si prevede che il turismo internazionale continuerà a riprendersi fino a dicembre 2023, grazie alla domanda ancora latente e all'aumento della connettività aerea, anche se ad un ritmo più moderato rispetto alla stagione estiva.

I dati disponibili indicano che un totale di 40 destinazioni mondiali ha recuperato i visitatori pre-Covid nel periodo gennaio-luglio 2023. Questi Paesi rappresentano il 16% degli arrivi internazionali nel mondo (dati relativi al 2019).

La riapertura della Cina e di altri mercati asiatici dovrebbe continuare a stimolare i viaggi nella regione e in altre parti del mondo. Il 10 agosto 2023, la Cina ha annunciato la ripresa dei servizi turistici in uscita; tuttavia, la riapertura dei viaggi internazionali da e per la Cina è stata ostacolata da una connettività di voli ancora limitata e dal ritardo nella concessione dei visti.

Secondo l'NTTO (*National Travel and Tourism Office*) americano, i viaggi dagli USA verso l'Asia sono più che triplicati fino a giugno 2023 (rispetto al 2022). Il persistere dell'inflazione e l'aumento dei prezzi del petrolio si sono tradotti in un aumento dei costi di trasporto e di alloggio; inoltre, l'aumento dei tassi di interesse continua a mettere sotto pressione i bilanci delle famiglie e i livelli di fiducia, aumentando il costo della vita.

L'ultimo *World Economic Outlook* del Fondo Monetario Internazionale (luglio 2023) indica che la ripresa globale dovrebbe scendere dal 3,5% stimato per il 2022 al 3,0% nel 2023. Anche l'incertezza derivante dall'aggressione russa all'Ucraina e da altre crescenti tensioni geopolitiche, nonché la recrudescenza dei casi di Covid-19, costituiscono rischi al ribasso.

1.1. IL TURISMO nel mondo

Il turismo internazionale ha recuperato l'87% dei livelli pre-pandemia fino a settembre 2023 (-13% rispetto al 2019), grazie al perdurare della domanda latente nel terzo trimestre dell'anno.

Per i primi nove mesi, si calcola che 975 milioni di turisti abbiano viaggiato a livello internazionale, con un aumento del 38% rispetto allo stesso periodo del 2022, anche se si tratta di un -13% rispetto al 2019.

Gli incassi del turismo internazionale potrebbero raggiungere 1.400 miliardi di dollari nel 2023, circa il 93% dei 1.500 miliardi di dollari guadagnati dalle destinazioni nel 2019.

In dettaglio, il Medio Oriente ha continuato a guidare la ripresa, con arrivi del 20% superiori ai livelli pre-pandemia nei primi nove mesi dell'anno. L'Europa ha raggiunto il 94% dei livelli pre-Covid, sostenuta da una robusta domanda intraregionale. L'Africa ha recuperato il 92% dei visitatori pre-crisi durante i primi nove mesi, mentre le Americhe l'88%. In Asia e nel Pacifico gli arrivi sono saliti al 62% dei livelli pre-pandemia. Per quanto riguarda il Nord Africa (+5%), l'America centrale (+4%) e l'Europa mediterranea meridionale (+1%), hanno continuato a superare i livelli Covid nel periodo gennaio-settembre 2023.

Si prevede che gli arrivi internazionali raggiungeranno in totale 1,3 miliardi nel 2023, con un aumento del 33% rispetto al 2022 e circa del 90% rispetto al periodo pre-pandemia. In questo contesto, il turismo internazionale è sulla buona strada per recuperare completamente il ritmo del 2019 il prossimo anno.

1.2. IL TURISMO in Europa

Nel primo trimestre dell'anno, l'Europa ha recuperato circa il 95% dei livelli di arrivi turistici internazionali del 2019. Il forte entusiasmo per i viaggi ha sostenuto la ripresa, nonostante l'inflazione e l'aumento del costo della vita abbiano messo a dura prova i portafogli dei consumatori.

L'attenzione ai prezzi continuerà a favorire le destinazioni che offriranno un miglior rapporto qualità-prezzo.

Il turismo europeo si trova ad affrontare le interruzioni dei viaggi verificatesi la scorsa estate, a causa della situazione di aeroporti e strutture ricettive a corto di personale e dell'aumento dei costi di viaggio. Nonostante ciò, **l'Unione Europea ha dimostrato finora una certa resistenza economica**, con **prezzi dell'energia più bassi, tassi di occupazione incoraggianti e un'inflazione in graduale diminuzione**.

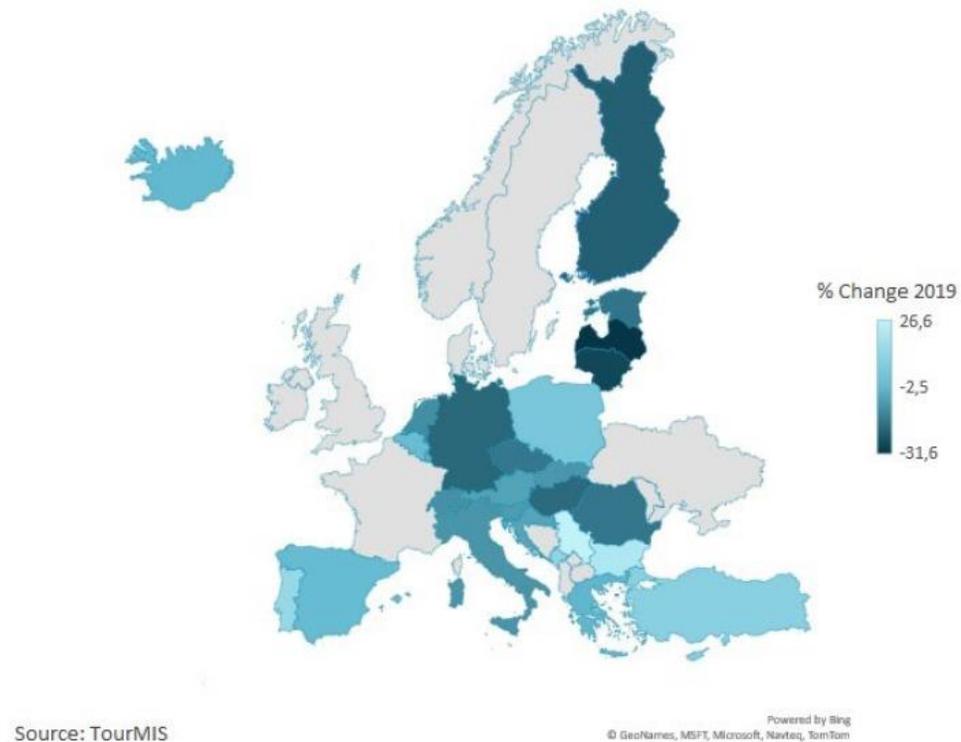
Tuttavia, i rischi per le prospettive del turismo permangono e derivano in special modo dall'incertezza sull'impatto della guerra della Russia in Ucraina.

Una destinazione su quattro ha superato i livelli pre-pandemici di arrivi di turisti stranieri, comprese le destinazioni a basso costo come Serbia (+27%), Bulgaria (+21%), Montenegro (+12%) e Turchia (+9%). In base ai dati di Marzo, anche la Polonia ha superato i livelli pre-Covid del 4%.

Solo 5 destinazioni su 27 hanno registrato un calo degli arrivi stranieri inferiore al 20% rispetto al 2019. Si tratta di Ungheria (-20%), Germania (-21%), Finlandia (-22%), Lituania (-28%) e Lettonia (-32%).

1.2. IL TURISMO in Europa

Foreign Visits Growth to European Destinations 2023 Year-to-Date



EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q2/2023)-ETC Market Intelligence Report July 2023



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

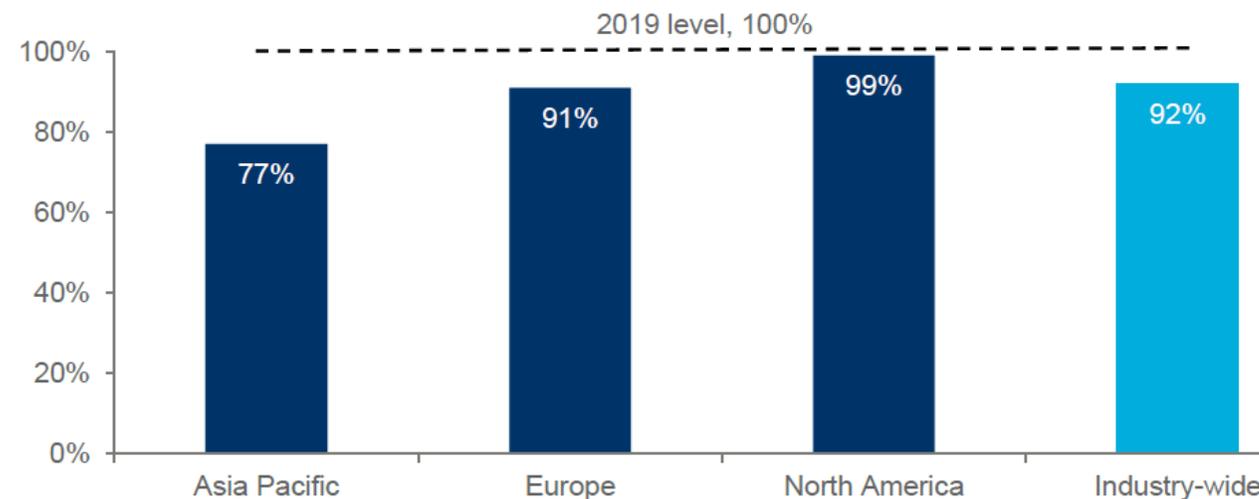


1.2. IL TURISMO in Europa

Gli RPK internazionali europei (*Revenue passenger kilometer*-numero di passeggeri trasportato per ogni chilometro volato) hanno continuato la loro costante ripresa, raggiungendo ad aprile il 90,8% dei livelli del 2019.

La forte domanda di viaggi durante l'alta stagione estiva riflette una ripresa sostenuta delle vendite di biglietti aerei in Europa nel periodo maggio-settembre 2023, raggiungendo il 91% dei livelli pre-Covid.

Recovery of summer air travel ticket sales, 2023



Source: IATA S&E Economics, using data from DDS for tickets purchased in Q1 of 2023 and 2019

1.2. IL TURISMO in Europa

Grazie ai tassi di cambio favorevoli, durante l'estate i viaggiatori statunitensi dovrebbero guidare la ripresa di molte destinazioni europee.

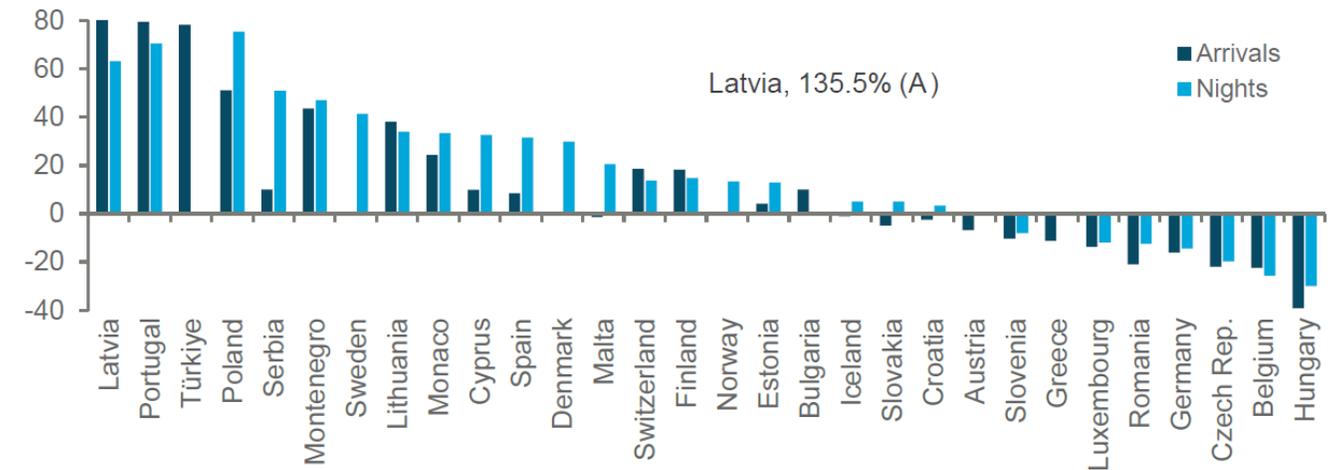
Ben il 52% delle destinazioni segnalate ha superato i livelli pre-pandemici di arrivi di turisti statunitensi. Le destinazioni del Mediterraneo meridionale, come il Portogallo (+79%), la Turchia (+78%) e il Montenegro (+43%) hanno registrato una crescita sostanziale di arrivi provenienti da questo mercato.

Nell'Europa orientale, anche la Lettonia (+135%) e la Polonia (+51%) hanno registrato una crescita significativa degli arrivi dagli USA, entrambi sulla base dei dati di marzo.

Un recente sondaggio di *Forbes Advisor* ha evidenziato che l'87% degli americani intervistati prevede di viaggiare almeno quanto nel 2022, con un intervistato su due che prevede di viaggiare ancora di più nel 2023.

US Visits and Overnights to Select Destinations

2023 year-to-date*, % change relative to 2019 levels



Source: TourMIS* *date varies (Jan-May) by destination

1.2. IL TURISMO in Europa

Nel 2023, le destinazioni europee continuano a beneficiare dell'aumento dei viaggi internazionali.

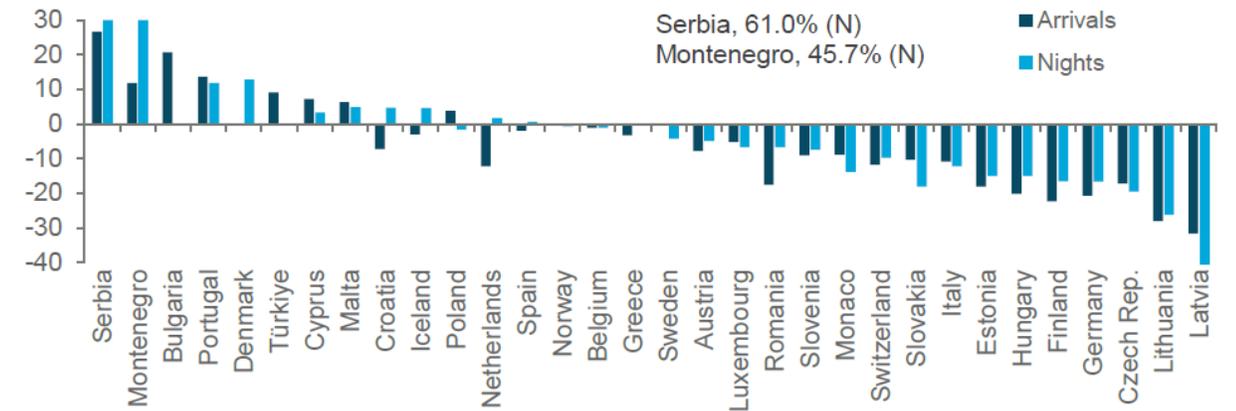
L'UE ha recuperato la maggior parte dei suoi viaggi lo scorso anno, forte di una rapida ripresa dei viaggi intraregionali.

Dopo un buon inizio d'anno, i dati recenti delle destinazioni si attestano in media del 3% al di sotto dei livelli del 2019, mentre i dati sugli arrivi sono rimasti stabili, appena il 5,8% dello scorso anno. Le destinazioni vedranno una **domanda più forte** per quanto concerne i **viaggi transatlantici durante l'estate**, ma anche un **aumento dei viaggi da altri mercati a lungo raggio nella regione Asia-Pacifico**. Nel trimestre in analisi, il **36% delle destinazioni ha visto i pernottamenti superare i livelli del 2019**, rispetto al 33% dello scorso trimestre.

I mercati che dipendono maggiormente dai viaggi in Russia continuano a sentire l'impatto delle restrizioni di viaggio in corso tra molti Paesi dell'UE e la Russia. I voli in partenza dalla Russia sono diretti solo verso alcune destinazioni. Il rapporto dello scorso trimestre ha rilevato che i **turisti russi hanno svolto un ruolo significativo nell'elevato numero di arrivi in Serbia**.

Foreign Visits and Overnights to Select Destinations

2023 year-to-date*, % change relative to 2019 levels



Source: TourMIS* *date varies (Jan-May) by destination

La Turchia è diventata una delle principali destinazioni per molti mercati di origine europei ed extraeuropei.

Più della metà delle destinazioni più deboli si trovano nell'Europa orientale (come Lituania, Cechia, Ungheria e Slovacchia). Il *sentiment* di viaggio per quest'area potrebbe ancora essere influenzato dalla guerra in Ucraina.

1.2. IL TURISMO in Europa

Nel **secondo trimestre 2023** è forte la ripresa dei volumi di traffico, che si avvicina ai livelli pre-pandemici, grazie anche all'aumento della capacità delle compagnie aeree europee e straniere.

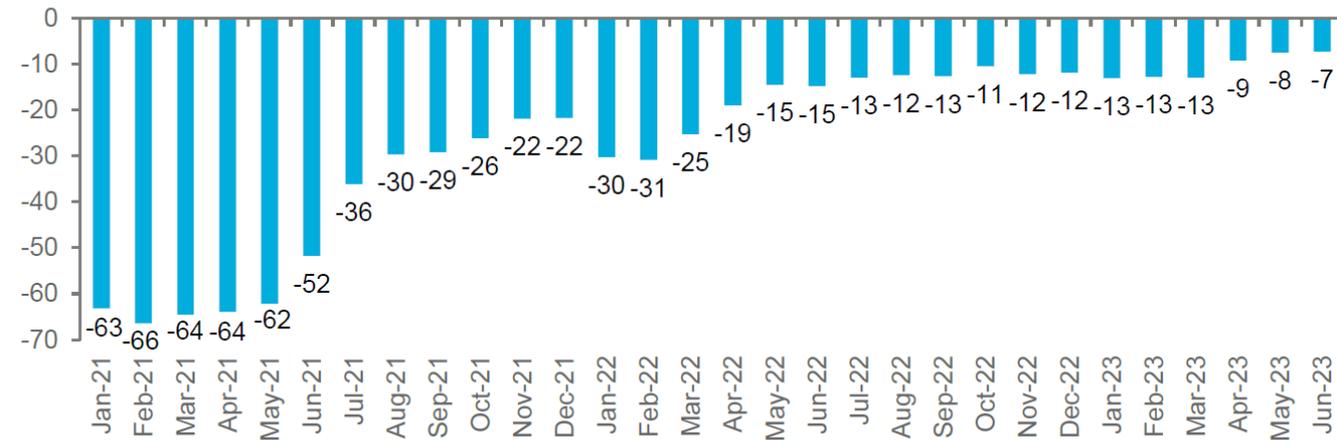
In dettaglio, **Croazia, Portogallo e Serbia** superano i livelli Covid nel 2023.

La **Germania**, invece, si unisce al gruppo di Paesi dell'Europa orientale che stanno registrando una **scarsa ripresa del traffico aereo**.

Le possibili ragioni sono da ricercare nel **passaggio a forme di trasporto alternative per gli spostamenti interni**, come l'utilizzo dell'auto e dei treni. Inoltre, la compagnia aerea *low-cost* Ryanair ha ridotto significativamente la capacità della propria flotta in Germania, a favore di altri mercati europei come l'Austria.

European air traffic, total network manager area

% vs 2019, 7-day moving average



Source: Eurocontrol

1.2. IL TURISMO in Europa

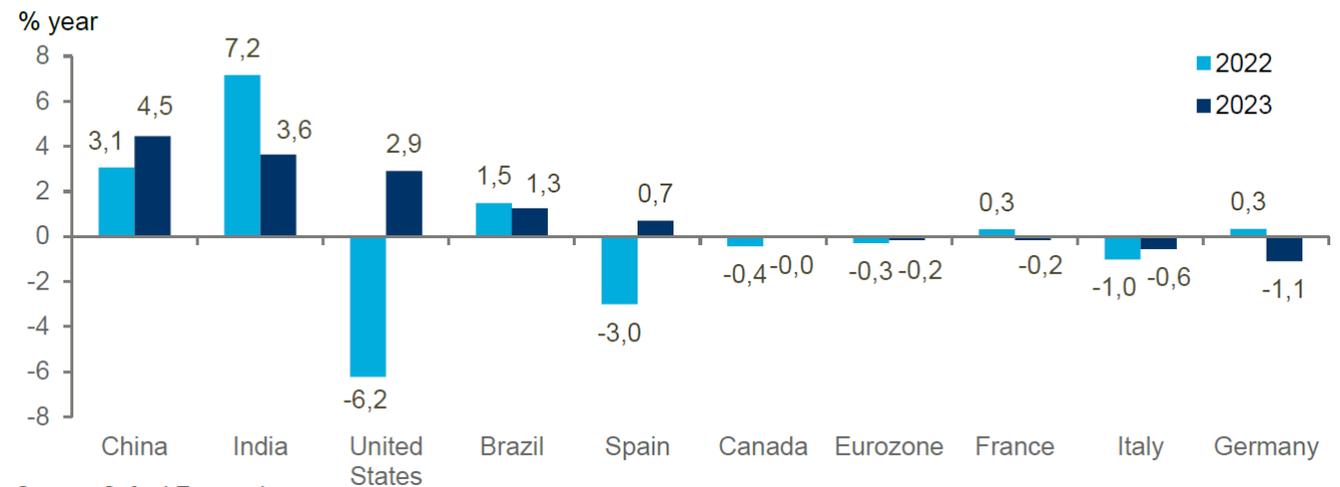
L'inflazione continuerà a incidere sulla capacità di spesa per le vacanze per tutto il 2023, influenzando la domanda di viaggi e la spesa, a causa della minore liquidità. I prezzi continueranno a salire, poiché la domanda di voli risulterà superiore all'offerta, nonostante i vettori abbiano aggiunto ulteriori rotte per l'estate.

Anche l'alloggio, le attrazioni e il cibo e le bevande hanno visto un aumento dei prezzi, in linea con l'inflazione e la crescita della domanda.

I dati recenti, fino a maggio, hanno mostrato che le destinazioni più convenienti stanno ottenendo risultati migliori, come la Bulgaria e il Portogallo.

I prezzi aumenteranno ulteriormente durante l'alta stagione e ciò potrebbe portare ad un'accelerazione di questa tendenza, con i turisti sempre più attenti ai prezzi.

Real household disposable income across key source markets for Europe



1.2. IL TURISMO in Europa

Summary Performance, 2023 YTD vs. 2019

Country	International Arrivals		International Nights	
	% YTD	to month	% YTD	to month
Austria	-7.8%	Jan-Apr	-4.9%	Jan-Apr
Belgium	-1.1%	Jan-Feb	-1.1%	Jan-Feb
Bulgaria	20.7%	Jan-Apr		
Croatia	-7.3%	Jan-May	4.7%	Jan-May
Cyprus	7.3%	Jan-Apr	3.4%	
Czech Rep.	-17.2%	Jan-Mar	-19.5%	Jan-Mar
Denmark			12.8%	Jan-Apr
Estonia	-18.1%	Jan-Apr	-15.0%	Jan-Apr
Finland	-22.4%	Jan-Apr	-16.5%	Jan-Apr
Germany	-20.7%	Jan-Mar	-16.6%	Jan-Mar
Greece	-3.3%	Jan-Mar	-	-
Hungary	-20.2%	Jan-May	-15.0%	Jan-May
Iceland	-3.0%	Jan-Apr	4.6%	Jan-Apr
Italy	-10.9%	Jan-Feb	-12.2%	Jan-Feb
Latvia	-31.6%	Jan-Mar	-41.7%	Jan-Jan
Lithuania	-28.1%	Jan-Apr	-26.3%	Jan-Apr
Luxembourg	-5.2%	Jan-Apr	-6.7%	Jan-Apr
Malta	6.3%	Jan-Apr	4.9%	Jan-Apr
Monaco	-8.9%	Jan-Apr	-13.8%	Jan-Apr
Montenegro	11.8%	Jan-Apr	45.7%	Jan-Apr
Netherlands	-12.2%	Jan-Mar	1.7%	Jan-Mar
Norway			-0.6%	Jan-Apr
Poland	3.8%	Jan-Mar	-1.6%	Jan-Mar
Portugal	13.6%	Jan-Mar	11.8%	Jan-Mar
Romania	-17.5%	Jan-Apr	-6.7%	Jan-Apr
Serbia	26.6%	Jan-Apr	61.0%	Jan-Apr
Slovakia	-10.4%	Jan-Apr	-18.1%	Jan-Apr
Slovenia	-9.1%	Jan-Apr	-7.5%	Jan-Apr
Spain	-1.9%	Jan-Apr	0.6%	Jan-Apr
Sweden			-4.3%	Jan-Apr
Switzerland	-11.7%	Jan-Mar	-9.8%	Jan-Mar
Türkiye	9.1%	Jan-Apr		

Source: TourMIS (<http://www.tourmis.info>)

1.2. IL TURISMO in Europa

Secondo i dati dei primi quattro mesi dell'anno, **la ripresa del traffico aereo mondiale nel 2023 è proseguita**. Gli RPK sono cresciuti ad aprile rispetto al mese precedente in tutte le aree geografiche e si sono avvicinati ai livelli del 2019. **Il traffico nazionale ha superato i livelli del 2019**, indicando una piena ripresa, mentre la tendenza alla crescita internazionale è continuata in tutte le regioni. In particolare, il traffico domestico in Cina ha registrato progressi significativi, superando i livelli pre-pandemia.

Gli RPK in Europa sono stati inferiori del 7,8% ai livelli del 2019, mentre i viaggi aerei nazionali in Europa sono stati superiori ai livelli del 2019 per tutto l'anno fino ad oggi.

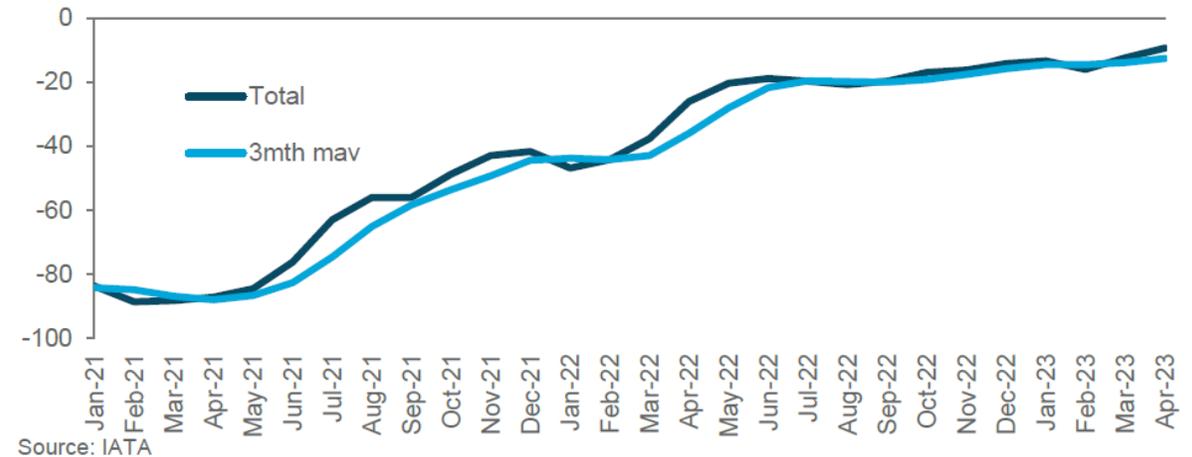
In base ai dati forniti dall'associazione degli aeroporti, *ACI Europe*, ad **Aprile il traffico passeggeri negli aeroporti europei è tornato entro l'8% dei livelli del 2019**. Quasi la metà degli aeroporti europei è tornata ai volumi precedenti alla pandemia, soprattutto quelli che servono i vettori *low-cost*.

Le vendite di biglietti per il periodo maggio-settembre in Europa sono al **91% del livello del 2019**, in base ai dati di IATA S&E relativi ai biglietti acquistati nel primo trimestre del 2023 e del 2019.

EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q2/2023)-ETC Market Intelligence Report July 2023

International air passenger growth, Europe

% change on 2019, RPK



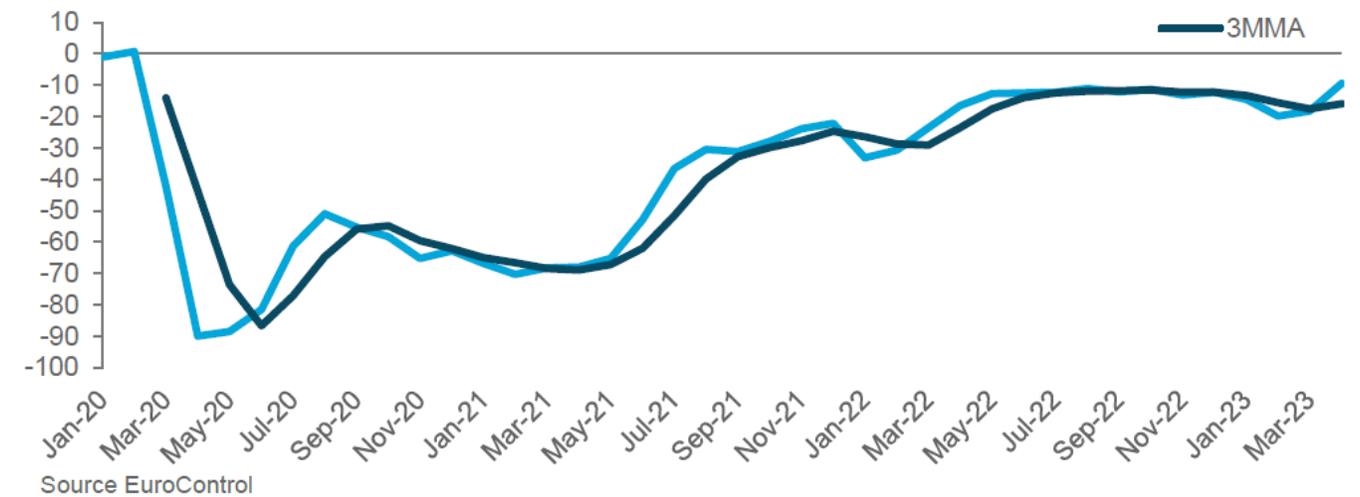
1.2. IL TURISMO in Europa

I dati di Eurocontrol mostrano che, rispetto al 2019, i volumi di volo europei sono diminuiti solo del 9,5% ad aprile 2023. L'ultima relazione trimestrale suggeriva che il *plateau* di questa misura di capacità era indicativo di vincoli di offerta che ostacolavano il proseguimento della ripresa.

A marzo, i volumi di volo in Europa sono stati influenzati anche da alcuni fattori, tra cui l'azione sindacale dei controllori del traffico aereo ATC in Francia e scioperi della rete di trasporto in Germania.

Flight Volumes in European Network Area

% change compared to same month 2019



1.2. IL TURISMO in Europa

I dati sulle prestazioni alberghiere raccolti da STR (fornitore *leader* di *benchmarking*, analisi e *marketplace* di dati globali per il settore alberghiero mondiale) riflettono un **persistente rallentamento della crescita del RevPAR in tutta Europa** rispetto allo stesso periodo 2022. Si evidenzia una **crescita annuale del RevPAR in Europa del 34,9%**, una crescita dell'occupazione del 17,7% e un ADR del 14,6%.

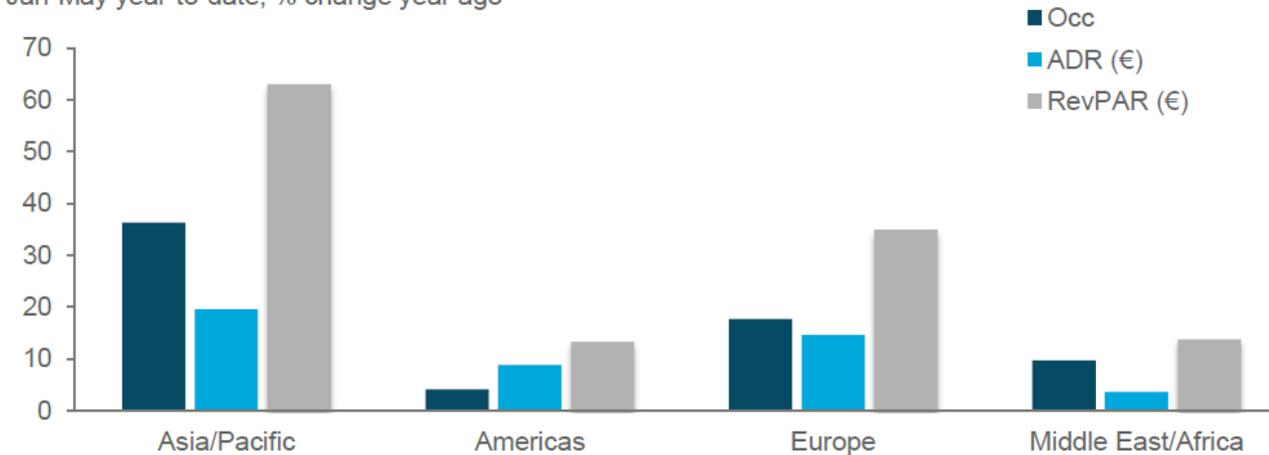
Rispetto al trimestre precedente, i tassi di crescita di RevPAR, ADR ed occupazione (a confronto con lo stesso periodo del 2022) si sono attenuati, ad eccezione dell'occupazione in Medio Oriente e Africa, che è cresciuta dal 9% al 9,7%.

La regione Asia-Pacifico continua ad essere in testa in termini di crescita. Ciò è dovuto, in parte, al fatto che i viaggi nella Regione partono da una base più bassa rispetto ad altri Paesi, a causa di restrizioni di viaggio più prolungate.

La crescita del RevPAR nelle Americhe (13,3%) e in Medio Oriente/Africa (13,8%) è molto simile.

Global hotel performance

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



Source: STR

1.2. IL TURISMO in Europa

La forte crescita del RevPAR registrata in Europa è evidente in tutte le Regioni. L'incremento dell'occupazione risulta il fattore chiave nella maggior parte delle Regioni, ad eccezione di Europa orientale e meridionale. L'Europa occidentale continua, invece, ad essere la Regione con l'incremento più rapido, in particolare per quanto riguarda i valori del RevPAR (44,8%), dell'occupazione (25,3%) e dell'ADR (15,6%).

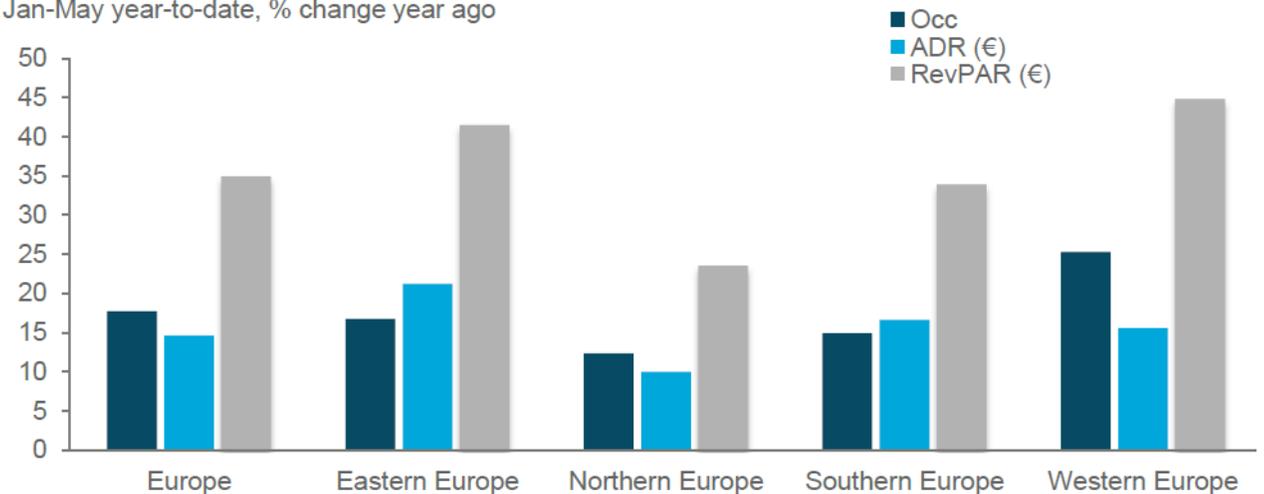
In Europa orientale, il RevPAR si è rafforzato negli ultimi mesi, con una crescita del 6,6% superiore a quella dell'Europa nel suo complesso e appena inferiore a quella dell'Europa occidentale.

L'Europa settentrionale rimane la regione più debole in termini di RevPAR, ADR e occupazione. Tuttavia, i dati recenti si sono leggermente rafforzati rispetto allo scorso anno, soprattutto per quanto riguarda i tassi di occupazione (12,3%) e il RevPAR (23,5%). Per quanto riguarda l'ADR, la crescita è rimasta abbastanza simile a quella del precedente trimestre.

EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q2/2023)-ETC Market Intelligence Report July 2023

European hotel performance

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



Source: STR

Alcuni Paesi dell'Europa orientale stanno superando la Regione sia in termini di occupazione che di RevPAR, come ad esempio la Repubblica Ceca e la Slovacchia. Questi dati risultano anche tra i più alti in Europa in termini di crescita rispetto all'anno scorso. Altrove, i tassi di occupazione ed il RevPAR sono in forte crescita in Austria (40,8% e 64,4%) e nei Paesi Bassi (34,8% e 61,6%). La Turchia si distingue in termini di ADR con una crescita del 33%, probabilmente trainata dal boom del mercato del lusso.

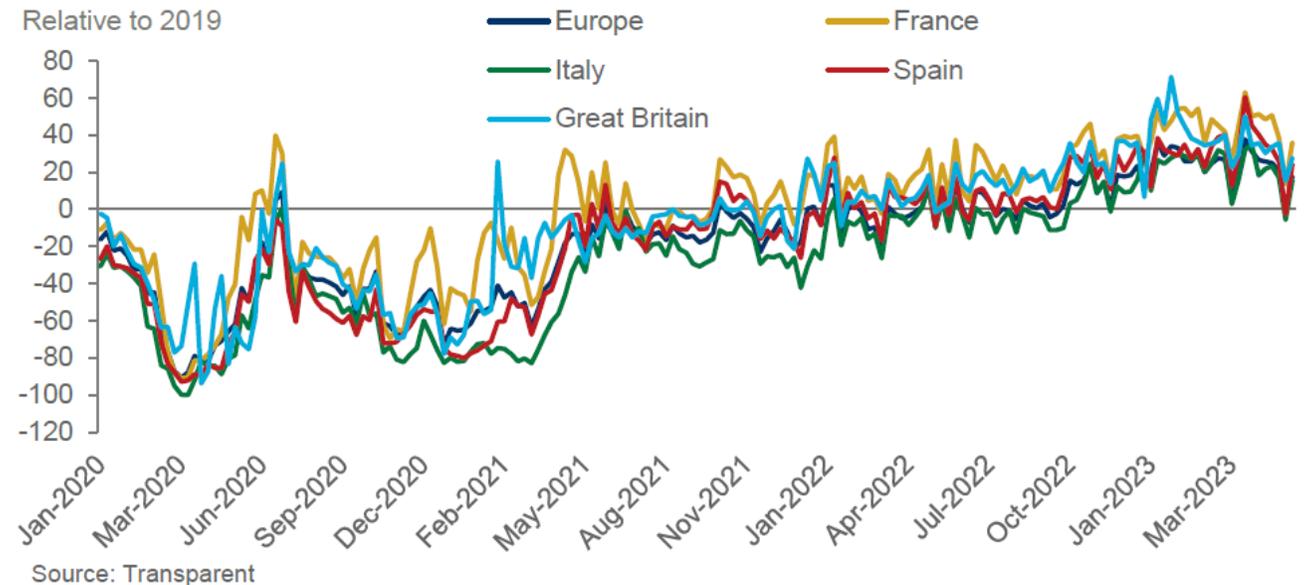
1.2. IL TURISMO in Europa

Diversi grandi Paesi mostrano un costante aumento dei viaggi internazionali. A giugno 2023, la Francia ha registrato una quota di ospiti domestici del 52%, valore inferiore rispetto allo stesso mese del 2019. La diminuzione del numero di ospiti domestici è rappresentativa della ripresa dei viaggi internazionali durante l'alta stagione estiva, considerando il fatto che la quota di ospiti domestici in Francia era ancora del 69% a febbraio.

A giugno 2023, Francia e Spagna registrano una crescita del 3% e 4% rispettivamente nei viaggi internazionali, posta a confronto con lo stesso periodo 2022.

In termini di variazioni delle prenotazioni europee nel 2° trimestre dell'anno, Francia, Italia, Spagna e Gran Bretagna evidenziano tendenze positive, superando i livelli del 2019. Il 10 maggio 2020 la media europea era pari a -71%, l'8 maggio 2022 il tasso era pari all'1%, mentre più recentemente, il 7 maggio 2023, la media europea era pari al 25%, a dimostrazione della continua crescita.

Variation in European reservations vs 2019



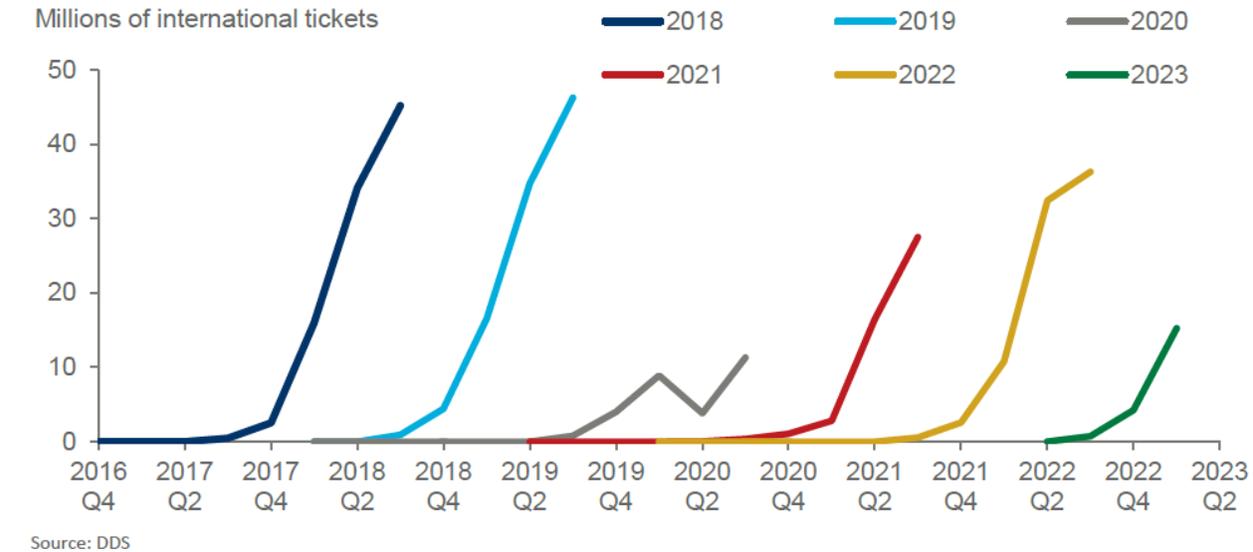
1.2. IL TURISMO in Europa

Secondo i dati relativi alle prenotazioni, le vendite di biglietti aerei internazionali verso o all'interno dell'Europa hanno raggiunto il 90% dei livelli pre-pandemia, mentre i viaggi nazionali sono lievemente inferiori (82%). Anche i percorsi di viaggio si stanno evolvendo, con Germania e Spagna che diventano destinazioni popolari per i viaggiatori latino-americani.

Le compagnie aeree hanno programmato oltre 50.000 voli transatlantici in Europa da giugno ad agosto, raggiungendo i livelli più alti dal 2018. Tuttavia, l'aumento della programmazione ha fatto poco per abbassare le tariffe, con viaggi di andata e ritorno in aumento del 35% rispetto allo scorso anno e del 24% rispetto ai livelli pre-pandemia.

Le destinazioni preferite dagli europei nel periodo pre-Covid erano Spagna, Italia e Francia. Secondo i dati di Trip.com, queste destinazioni rimarranno popolari, nonostante gli aumenti dei prezzi. Anche le destinazioni insulari e costiere si sono dimostrate le più gettonate, con le Isole Canarie e le Isole greche in rapida crescita. Nell'Europa dell'Est, Turchia e Cipro hanno registrato un boom di prenotazioni estive, così come destinazioni più emergenti, come Albania e Montenegro.

European air ticket sales

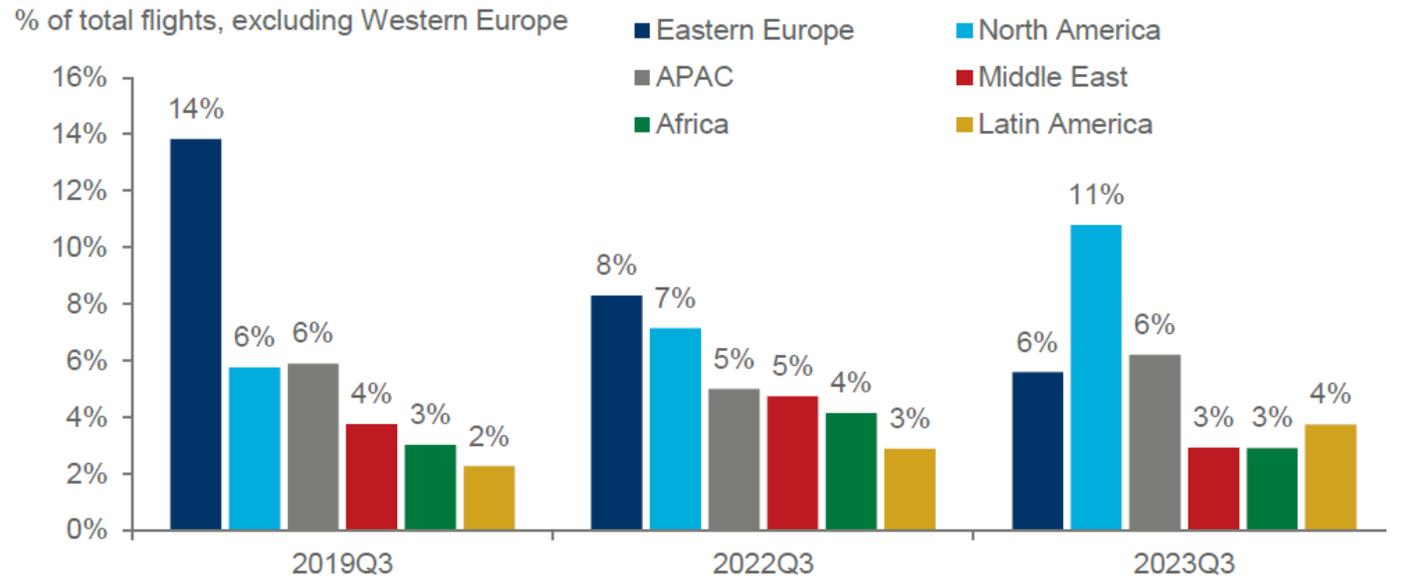


1.2. IL TURISMO in Europa

I viaggi transatlantici sono in ripresa, in anticipo rispetto alle aspettative, in parte grazie ad un dollaro forte e alla rapida crescita dei vettori *ultra-low-cost* negli USA, che hanno reso i viaggi europei maggiormente accessibili. Si prevede che durante l'estate i viaggiatori transatlantici rafforzeranno la percentuale di viaggi europei.

Mentre la Cina entra nella seconda fase della ripresa economica post-riapertura e la spesa dei consumatori rallenta, l'ultimo sondaggio della PBOC-Banca Popolare Cinese (1° trimestre 2023) mostra buone prospettive per la spesa turistica, con un numero crescente di residenti delle grandi città che dichiarano l'intenzione di spendere di più per i viaggi.

European inbound regional source market mix



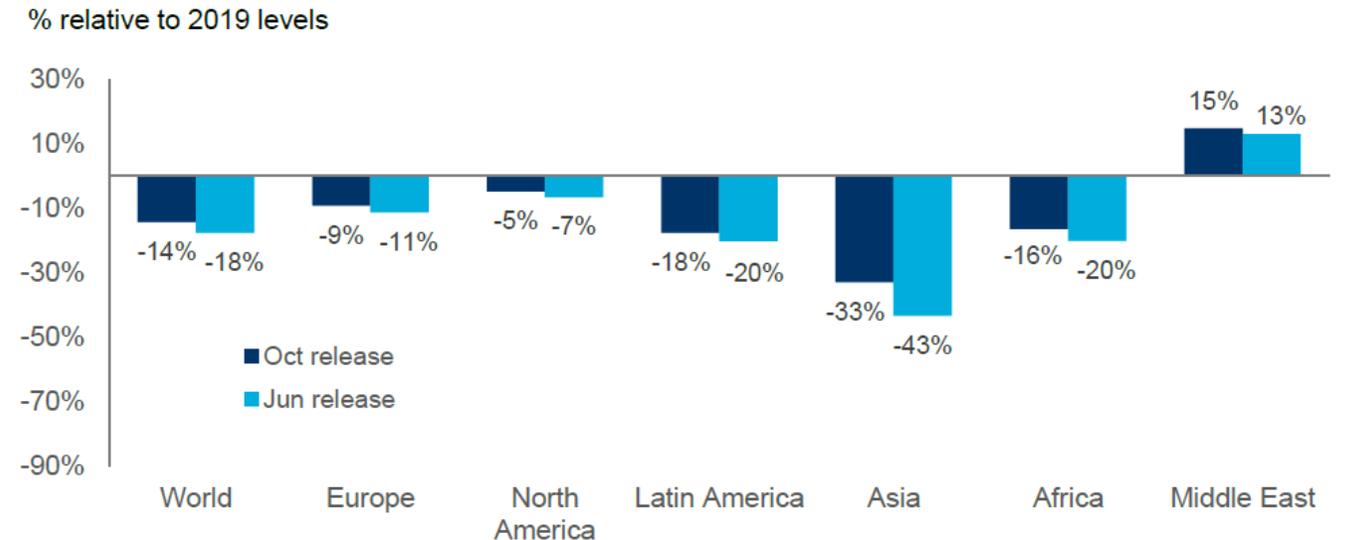
Source: OAG

1.2. IL TURISMO in Europa

In base ai dati forniti da TourMIS (sistema informativo di *marketing* per i manager del turismo), relativi al periodo gennaio-settembre 2023, la **domanda di viaggi in Europa ha continuato a riavvicinarsi ai livelli pre-pandemia**, con **gli arrivi stranieri che hanno raggiunto quota -3,2% rispetto al 2019** ed i **pernottamenti l'1,3%**. Ciò riflette un miglioramento di entrambe le metriche rispetto al picco della stagione estiva, ossia al -5,8% e al -3% dell'ultimo rapporto trimestrale.

Nonostante le pressioni finanziarie, i **turisti continuano a dare priorità alle spese di viaggio** rispetto ad altre spese discrezionali. Questa **tendenza al rialzo** è stata **trainata** in particolar modo dai **viaggi intraeuropei e dall'afflusso di viaggiatori statunitensi**, che hanno goduto dei tassi di cambio favorevoli.

International arrivals by region, 2023 revision



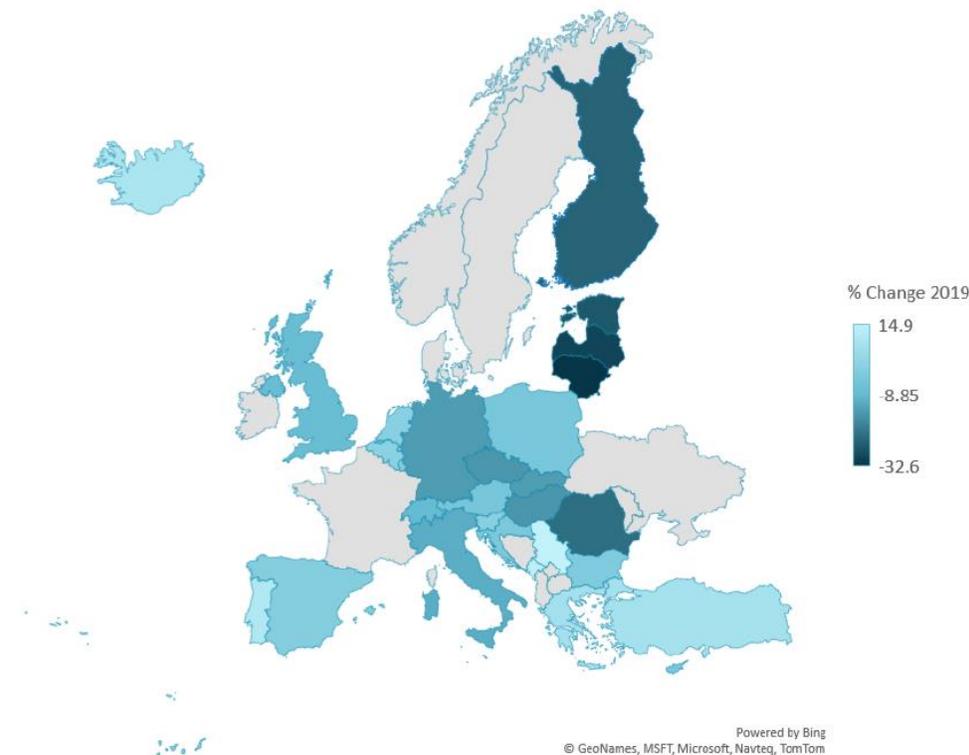
1.2. IL TURISMO in Europa

L'estate 2023 in Europa è stata caratterizzata da una **complessità climatica senza precedenti**: ondate di calore, incendi e inondazioni hanno colpito le località turistiche (in particolar modo le isole greche di Rodi e Corfù, alcune destinazioni quali Italia e Portogallo).

Altri rischi per le prospettive del turismo europeo sono legati alla **lotta all'inflazione**, alla **guerra in Ucraina** e una **crescita più debole del previsto nell'Eurozona**, nonostante il calo dei prezzi dell'energia ed il buono stato di salute del mercato del lavoro. Ciononostante, si prevede che **gli arrivi stranieri in Europa riprenderanno entro la fine del 2023**, anche se ad un ritmo più lento, raggiungendo il 91% dei livelli pre-Covid.

Le proiezioni indicano che **gli arrivi turistici internazionali in Europa raggiungeranno i livelli del 2019 entro il 2024**.

Foreign Visits to European Destinations 2023 Year-to-Date



Source: TourMIS

EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q3/2023)-ETC Market Intelligence Report November 2023

1.2. IL TURISMO in Europa

I dati dell'anno mostrano che **circa una destinazione su tre ha superato i livelli di arrivi stranieri del 2019.**

La ripresa dell'Europa è stata guidata soprattutto dall'Europa meridionale e dal Mediterraneo, in particolare Serbia (+15%), Montenegro (+14%), Portogallo (+11%), Turchia (+8%), Malta e Grecia (entrambe +7%). Tuttavia, **circa il 65% delle destinazioni segnalate non ha ancora raggiunto i livelli di arrivi precedenti alla pandemia.**

Le mete vicine alla Russia e all'Ucraina sono tra quelle che stanno soffrendo maggiormente, a causa della prossimità alle zone di conflitto o all'assenza dei visitatori russi. Tra queste, **i Paesi Baltici hanno registrato i cali più marcati: Estonia (-27%), Lettonia (-30%) e Lituania (-33%).**

Secondo il rapporto sul traffico di agosto di *ACI Europe*, **il traffico passeggeri nella rete aeroportuale europea è diminuito solo del 3,4% rispetto allo stesso periodo 2019.**

Le destinazioni che hanno registrato la ripresa più forte sono rappresentate dai tradizionali *hotspot* estivi, quali Portogallo, Malta e Grecia.

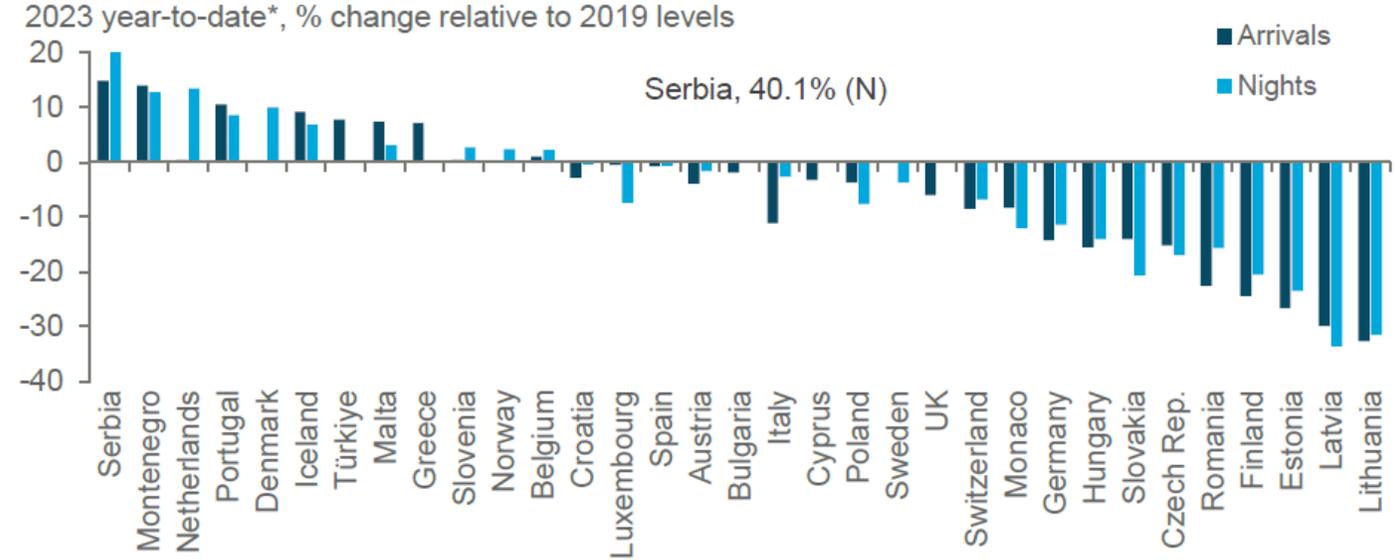
Le ultime previsioni di *Tourism Economics* indicano che **gli arrivi totali di stranieri in Europa si riprenderanno entro il 2024, dopo una performance estiva più forte del previsto.** Si prevede che alcuni Paesi, come Portogallo, Malta e Montenegro, avranno ripreso completamente nel 2023, sulla base dei recuperi registrati ad agosto e settembre. Sebbene vi siano alcuni rischi per la crescita, finora la ripresa dei viaggi ha continuato a sfidare le tendenze economiche e **i consumatori hanno continuato a dare priorità ai viaggi.**

Nel complesso, i volumi del traffico aereo europeo hanno registrato un miglioramento rispetto agli ultimi tre mesi, ma solo poche destinazioni hanno visto i volumi superare i livelli pre-pandemia fino a quest'anno, come Serbia, Grecia, Portogallo, Cipro e Malta.

Il conflitto in Israele costituisce un rischio per i mesi a venire, soprattutto per le destinazioni più popolari per questi turisti, come la Francia e la Turchia.

1.2. IL TURISMO in Europa

Foreign Visits and Overnights to Select Destinations



Source: TourMIS* *date varies (Jan-Sep) by destination

1.2. IL TURISMO in Europa

A seguire i dati offerti da TourMIS (sistema informativo di *marketing* per i manager del turismo), per il periodo gennaio-settembre 2023, nei quali vengono analizzati i *trend* europei relativi ad arrivi e presenze.

Trends in Total Europe January - September 2023						
Market: Total foreign						
Destination	Def	Arrivals		Def	Bednights	
		absolute	% p.y.		absolute	% p.y.
Austria	AA	25,157,287	19.8	NA	93,604,008	15.0
Belgium	AA	7,152,449	16.9	NA	16,809,608	14.1
Croatia	AA	16,362,301	8.4	NA	90,118,761	2.1
Czech Rep.	AA	6,825,265	27.7	NA	16,650,460	26.1
Estonia	AA	1,301,184	17.2	NA	2,616,937	19.7
Finland	AA	1,911,224	24.0	NA	4,255,990	19.3
Flanders and Brussels	AA	5,845,059	16.5	NA	13,431,275	14.1
Germany	AA	26,656,729	27.3	NA	62,219,166	23.6
Hungary	AA	3,974,232	22.2	NA	10,453,003	18.0
Italy	AA	52,410,676	14.7	NA	188,672,719	10.2
Malta	AT	2,285,450	32.8	NA	15,735,689	23.6
Monaco	AG	261,197	6.6	NG	411,417	4.7
Netherlands	AA	16,061,000	29.2	NA	47,729,000	29.0
Norway				NA	9,770,282	12.7
Poland	AA	5,413,989	27.2	NA	13,086,325	19.0
Portugal	AA	14,338,610	20.7	NA	42,526,964	16.1
Serbia	AA	1,603,441	24.0	NA	4,227,903	17.0
Slovakia	AA	1,670,674	38.7	NA	4,018,422	37.5
Slovenia	AA	3,992,045	19.4	NA	9,985,206	15.8
Sweden				NA	14,609,431	11.9
Switzerland	AG	7,815,402	31.7	NG	16,469,467	23.6
Turkiye	AV	39,212,967	12.6			
Total (3)		240,251,181	21.9		677,402,033	17.8

Trends in Total Europe January - September 2023						
Market: Total domestic						
Destination	Def	Arrivals		Def	Bednights	
		absolute	% p.y.		absolute	% p.y.
Austria	AA	11,251,343	5.8	NA	32,319,572	2.6
Belgium	AA	7,232,302	-0.1	NA	18,643,632	-1.6
Croatia	AA	2,267,137	6.0	NA	11,893,392	3.6
Czech Rep.	AA	8,126,767	-17.0	NA	20,356,989	-25.0
Flanders and Brussels	AA	5,384,886	1.1	NA	14,404,799	-0.5
Germany	AA	115,131,849	12.1	NA	320,076,951	7.1
Hungary	AA	4,840,133	-2.7	NA	11,759,972	-2.8
Italy	AA	50,559,701	-1.3	NA	178,507,775	-1.3
Monaco	AG	2,691	-30.1	NG	5,703	5.5
Netherlands	AA	22,824,000	0.7	NA	68,089,000	-0.8
Norway				NA	21,052,575	-1.3
Poland	AA	22,842,791	4.0	NA	61,210,071	1.1
Portugal	AA	9,129,333	5.7	NA	18,616,555	1.7
Serbia	AA	1,593,404	-0.7			
Slovakia	AA	2,821,973	13.3	NA	7,904,700	12.3
Slovenia	AA	1,188,216	-25.0	NA	3,640,148	-20.5
Sweden				NA	42,519,315	-1.9
Switzerland	AG	8,393,786	2.2	NG	16,402,198	-1.1
Total (3)		273,590,312	-1.6		847,403,347	-1.3

Trends in Total Europe January - September 2023						
Market: Total foreign and domestic						
Destination	Def	Arrivals		Def	Bednights	
		absolute	% p.y.		absolute	% p.y.
Austria	AA	36,408,630	15.1	NA	125,923,580	11.5
Belgium	AA	14,384,751	7.7	NA	35,453,240	5.3
Croatia	AA	18,629,438	8.1	NA	102,012,153	2.3
Czech Rep.	AA	14,952,032	-1.2	NA	37,007,449	-8.3
Estonia	AA	2,680,670	7.2	NA	5,003,223	9.4
Flanders and Brussels	AA	11,229,945	8.6	NA	27,836,074	6.0
Germany	AA	141,788,578	14.7	NA	382,296,117	9.5
Hungary	AA	8,814,365	7.2	NA	22,212,975	6.0
Italy	AA	102,970,377	6.3	NA	367,180,494	4.3
Monaco	AG	263,888	6.1	NG	417,120	4.7
Netherlands	AA	38,885,000	10.8	NA	115,818,000	9.7
Norway				NA	30,822,857	2.7
Portugal	AA	28,256,780	7.7	NA	74,296,396	3.8
Portugal	AA	23,467,943	14.3	NA	61,143,519	11.3
Serbia	AA	3,196,845	10.3			
Slovakia	AA	4,492,647	21.5	NA	11,923,122	19.7
Slovenia	AA	5,180,261	5.1	NA	13,625,354	3.2
Sweden				NA	57,128,746	1.3
Switzerland	AG	16,209,188	14.6	NG	32,871,665	9.9
Total (3)		471,811,338	9.7		1,502,972,084	6.3

Notes

- (1) Mean value of latest reported change rates
- (2) Arrivals/Bednights = Number of destinations TourMIS could calculate a change rate
- (3) Change in market volume (based on absolute values)

Definition(s)

- AA = Arrivals in all forms of paid accommodation
- AG = Arrivals in hotels and similar establishments
- AT = Arrivals of tourists at frontiers
- AV = Arrivals of visitors at frontiers
- NA = Bednights in all forms of paid accommodation
- NG = Bednights in hotels and similar establishments

TourMIS - <https://www.tourmis.info/> - November 2023



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU



ORGANIZATION
MANAGEMENT
ESTABLISHMENT

1.2. IL TURISMO in Europa

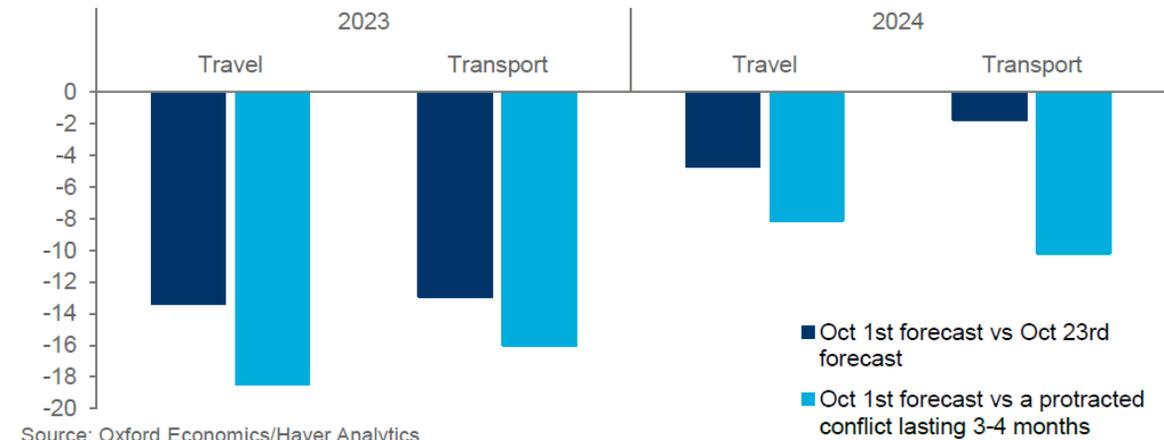
Il conflitto in Israele è un rischio emergente in termini di ripresa dei livelli turistici pre-Covid. Diverse compagnie aeree internazionali hanno sospeso i voli da e per Tel Aviv. Gli USA e la Francia rappresentano il principale mercato di provenienza per i viaggi in Israele. Dall'altra parte, le destinazioni europee vedranno senza dubbio un calo degli arrivi da Israele per motivi turistici, in particolare destinazioni come Francia, Turchia e Romania.

Il rallentamento dell'attività economica si trasmetterà attraverso tre canali: l'impatto sul settore turistico attraverso le esportazioni di servizi, i consumi privati e gli investimenti delle imprese. Oltre all'aumento dell'entità dei danni già esistenti, un conflitto regionale avrà implicazioni più profonde per i mercati finanziari.

Si prevede che lo shekel inizierà una traiettoria discendente più ripida, in qualche modo mitigata dall'intervento valutario della Banca d'Israele. Anche se l'offerta di petrolio non subirà un impatto sostanziale, l'aumento del rischio geopolitico farà salire i prezzi, incrementando le pressioni interne su carburante ed inflazione.

Israel exports of services pre- and post-Israel and Gaza war

% below baseline forecast (provisional numbers)



1.2. IL TURISMO in Europa

Summary Performance, 2023 YTD vs. 2019 and same period a year ago

Country	International Arrivals			International Nights		
	YTD % rel 2019	YTD % year	to month	YTD % rel 2019	YTD % year	to month
Austria	-3.9%	20.3%	Jan-Aug	-1.6%	15.9%	Jan-Aug
Belgium	1.0%	26.6%	Jan-Jun	2.3%	22.5%	Jan-Jun
Bulgaria	-1.9%	20.7%	Jan-Aug			
Croatia	-2.8%	8.4%	Jan-Sep	-0.4%	2.1%	Jan-Sep
Cyprus	-3.2%	24.5%	Jan-Aug			
Czech Rep.	-15.2%	48.5%	Jan-Jun	-16.9%	47.8%	Jan-Jun
Denmark				10.0%	5.0%	Jan-Aug
Estonia	-26.6%	18.6%	Jan-Aug	-23.5%	21.3%	Jan-Aug
Finland	-24.4%	28.0%	Jan-Aug	-20.5%	21.9%	Jan-Aug
Germany	-14.2%	35.5%	Jan-Jul	-11.4%	30.9%	Jan-Jul
Greece	7.2%	22.0%	Jan-Jul			
Hungary	-15.5%	22.5%	Jan-Aug	-14.0%	19.1%	Jan-Aug
Iceland	9.2%	36.2%	Jan-Aug	6.9%	20.2%	Jan-Aug
Italy	-11.1%	30.8%	Jan-Jun	-2.6%	12.9%	Jan-Jun
Latvia	-29.9%	34.1%	Jan-Jul	-33.6%	33.9%	Jan-Jul
Lithuania	-32.6%	20.8%	Jan-Aug	-31.5%	14.3%	Jan-Aug
Luxembourg	-0.5%	9.3%	Jan-Jul	-7.4%	0.7%	Jan-Jul
Malta	7.4%	34.7%	Jan-Aug	3.2%	26.3%	Jan-Aug
Monaco	-8.3%	6.6%	Jan-Sep	-12.0%	4.7%	Jan-Sep
Montenegro	14.0%	32.0%	Jan-Jul	12.8%	25.8%	Jan-Jul
Netherlands	0.4%	32.8%	Jan-Aug	13.5%	33.1%	Jan-Aug
Norway				2.4%	12.4%	Jan-Aug
Poland	-3.7%	35.7%	Jan-Jun	-7.6%	25.4%	Jan-Jun
Portugal	10.6%	24.6%	Jan-Jul	8.6%	19.4%	Jan-Jul
Romania	-22.5%	35.0%	Jan-Aug	-15.6%	32.6%	Jan-Aug
Serbia	14.9%	24.8%	Jan-Aug	40.1%	17.6%	Jan-Aug
Slovakia	-14.0%	47.7%	Jan-Jul	-20.6%	45.3%	Jan-Jul
Slovenia	0.4%	20.3%	Jan-Aug	2.7%	16.8%	Jan-Aug
Spain	-0.7%	19.6%	Jan-Aug	-0.6%	11.2%	Jan-Aug
Sweden				-3.7%	11.9%	Jan-Aug
Switzerland	-8.5%	37.5%	Jan-Jul	-6.8%	28.7%	Jan-Jul
Türkiye	7.8%	14.0%	Jan-Aug			
UK	-6.0%	50.0%	Jan-Jun			

EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q3/2023)-ETC Market Intelligence Report November 2023



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU



INTERNATIONAL
ASSOCIATION
OF CONVENTION
& VISITORS
BUREAUS

1.2. IL TURISMO in Europa

Le previsioni di *Tourism Economics* sui viaggi globali sono riportate nella tabella seguente, sia in entrata che in uscita.

Si tratta dei risultati del modello *Global Travel Service* (GTS), che viene aggiornato tre volte all'anno.

Le previsioni sono coerenti con le prospettive macroeconomiche di *Oxford Economics*, in base alle relazioni stimate tra il turismo e l'economia in generale.

GTS Visitor Growth Forecasts, % change year

data/estimate/forecast	Inbound*					Outbound**				
	2021	2022	2023	2024	2025	2021	2022	2023	2024	2025
	d	e	f	f	f	d	e	f	f	f
World	10.8%	106.0%	35.8%	17.1%	12.0%	9.4%	108.2%	35.3%	17.5%	12.1%
Americas	22.2%	81.7%	25.8%	14.8%	8.5%	23.4%	88.4%	30.2%	12.6%	8.2%
North America	21.3%	78.8%	25.5%	15.0%	8.9%	27.3%	85.0%	30.7%	11.9%	8.2%
Caribbean	80.3%	49.2%	15.3%	10.5%	7.6%	33.3%	64.2%	21.9%	16.3%	11.8%
Central & South America	-8.6%	131.1%	34.9%	16.7%	7.6%	5.0%	110.1%	28.5%	15.8%	7.8%
Europe	23.9%	95.4%	16.3%	11.6%	9.9%	19.8%	100.8%	17.8%	12.3%	9.8%
ETC +2	19.9%	105.0%	15.7%	10.7%	8.8%	17.5%	109.3%	16.7%	11.2%	8.6%
EU 27	14.0%	110.9%	15.5%	10.5%	8.6%	16.2%	114.2%	16.5%	11.3%	8.4%
Non-EU	70.3%	46.8%	20.0%	16.3%	15.1%	36.5%	49.2%	25.2%	17.6%	16.5%
Northern	-3.4%	184.2%	14.6%	10.6%	7.8%	6.1%	200.4%	18.6%	12.1%	7.6%
Western	-5.0%	105.2%	13.2%	12.2%	7.8%	16.4%	91.1%	13.3%	11.7%	8.4%
Southern/Mediterranean	58.8%	91.8%	16.5%	8.4%	7.4%	23.0%	112.4%	21.9%	8.0%	7.9%
Central/Eastern	30.3%	39.6%	23.2%	22.1%	23.2%	35.5%	52.6%	22.8%	15.0%	15.3%
- Central & Baltic	11.6%	103.4%	19.9%	12.3%	13.4%	25.7%	76.7%	18.2%	10.4%	10.3%
Asia & the Pacific	-65.9%	309.4%	182.5%	36.1%	19.3%	-58.9%	265.2%	157.6%	40.5%	21.1%
North East	-46.8%	97.9%	361.6%	52.1%	22.7%	-55.9%	108.9%	288.3%	59.2%	27.2%
South East	-88.1%	1247.2%	144.1%	27.6%	18.2%	-76.8%	756.6%	121.0%	23.5%	14.1%
South	-30.2%	232.1%	64.1%	16.9%	9.5%	-24.2%	209.0%	58.4%	13.4%	8.6%
Oceania	-72.9%	571.5%	97.8%	16.3%	13.5%	-67.8%	802.0%	48.3%	23.5%	14.5%
Africa	16.7%	87.8%	46.4%	19.8%	13.8%	8.0%	81.1%	46.6%	14.1%	11.6%
Middle East	18.8%	159.3%	39.1%	11.5%	11.2%	49.4%	140.0%	28.1%	8.5%	10.2%

1.2. IL TURISMO in Europa

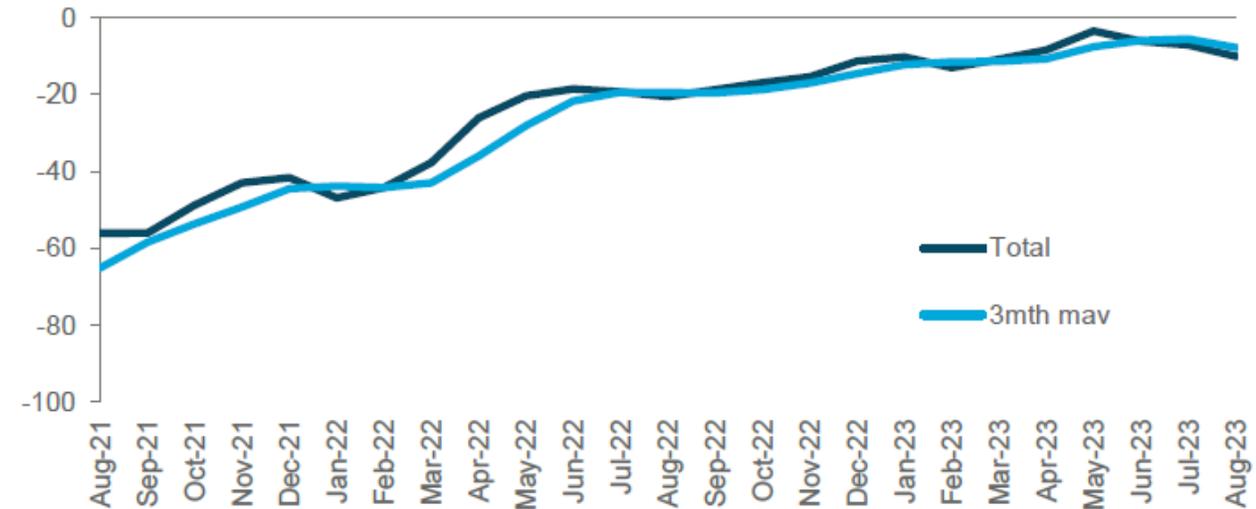
La ripresa del traffico aereo europeo è risultata contenuta nei mesi estivi, ma comunque più vicina ai livelli pre-pandemia rispetto ad inizio anno. Dopo un miglioramento degli RPK a luglio, ad agosto si è registrato un calo a livello globale.

Il traffico domestico rileva un miglioramento più marcato nello stesso periodo e continua a guidare la ripresa, con una domanda già superiore ai livelli del 2019. Tuttavia, gran parte di questo risultato è dovuta più alla ripresa dei viaggi nazionali che a quelli internazionali in Cina. Solo il traffico domestico in Australia e Giappone continua a essere inferiore al traffico internazionale.

I dati di agosto di ACI Europe evidenziano che il traffico passeggeri negli aeroporti europei è di appena il 3,4% al di sotto dei livelli del 2019.

International air passenger growth, Europe

% change on 2019, RPK



Source: IATA

1.2. IL TURISMO in Europa

In termini di traffico aereo internazionale, il Nord America si mantiene al di sopra dei livelli pre-pandemia, in quanto il dollaro sta spingendo i viaggi verso l'Europa. Tuttavia, la ripresa, rispetto al 2019, è rallentata leggermente nei mesi più recenti rispetto ai dati di maggio-luglio, che hanno registrato una media dell'1,9% superiore ai livelli del 2019.

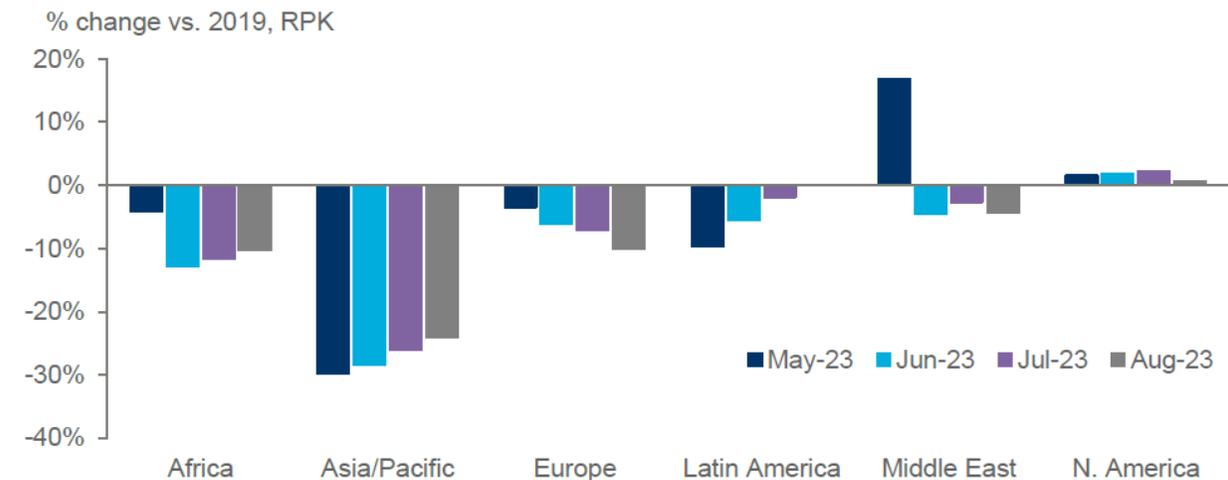
Ad agosto, l'America Latina ha recuperato rapidamente i livelli del 2019; il ritmo della ripresa degli RPK dell'Asia-Pacifico è leggermente aumentato, ma ad agosto la domanda è rimasta del 24% al di sotto dei livelli pre-Covid.

Dopo un miglioramento nel secondo trimestre, le RPK europee calano e raggiungono il 10,1% al di sotto dei valori del 2019.

Dopo un inizio più forte a maggio, la ripresa del traffico aereo passeggeri in Africa e in Medio Oriente ha perso slancio.

Negli ultimi due mesi analizzati, gli RPK in Africa sono rimasti al di sotto dei livelli del 2019 di oltre il 10%, mentre il Medio Oriente è sceso al 4,3%.

International Monthly Air Passenger Growth



Source: IATA

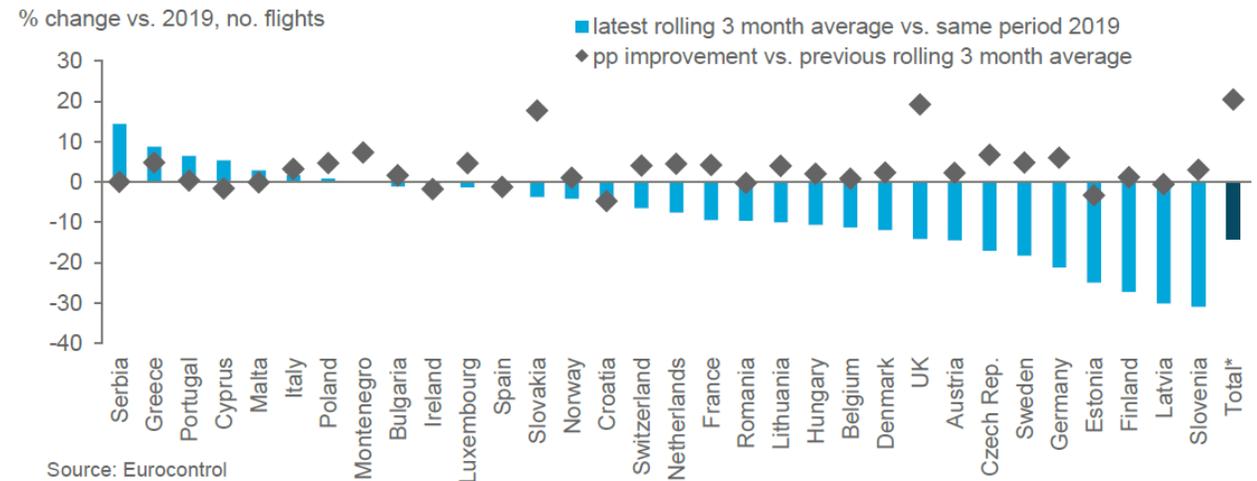
1.2. IL TURISMO in Europa

La Serbia è in testa alla ripresa dei volumi di volo davanti alla Grecia, nonostante un progresso più lento rispetto ai tre mesi precedenti. I Paesi con i risultati più deboli rimangono invariati (tra cui Slovenia, Lettonia, Finlandia, Germania) insieme all'Estonia.

Gli scioperi del trasporto aereo sono stati piuttosto diffusi e si sono verificati in grandi destinazioni europee come Francia, Spagna e Regno Unito, causando un impatto negativo sui volumi del traffico aereo europeo sia per i voli in arrivo che per quelli in partenza durante l'alta stagione estiva, anche se la maggior parte delle destinazioni ha registrato un miglioramento rispetto alla media dei tre mesi precedenti.

Le destinazioni estive più gettonate, come Grecia, Portogallo e Cipro, vedono un numero di voli superiore a quello del 2019, ma restano una minoranza, con tre quarti dei Paesi ancora in ritardo rispetto ai livelli pre-pandemia.

European air traffic by country, total flights arriving and departing



1.2. IL TURISMO in Europa

I dati sulle prestazioni alberghiere raccolti da STR mostrano che la crescita del RevPAR in tutta Europa si mantiene stabile rispetto allo stesso periodo 2022.

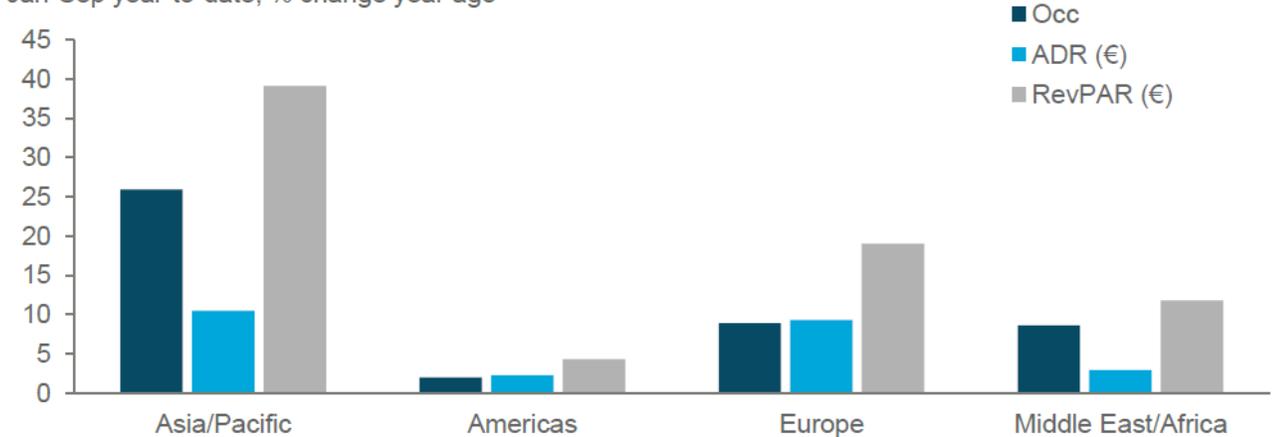
La crescita dell'ADR ha continuato a recuperare terreno rispetto all'occupazione nel periodo giugno-settembre, con un incremento della stessa del 9,3% e dell'occupazione dell'8,9%.

L'Asia/Pacifico ha registrato il maggior rallentamento in tutte le metriche rispetto all'ultimo trimestre, in particolare per quanto riguarda la crescita del RevPAR, che è scesa dal 63% al 39,1%. Nonostante ciò, la regione continua a guidare la crescita sia del RevPAR che dei tassi di occupazione.

Gli ultimi dati mostrano che la crescita nella Regione dell'Asia/Pacifico e in Europa si sta avvicinando, con valori che raggiungono rispettivamente il 10,5% e il 9,3%.

Global hotel performance

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



Source: STR

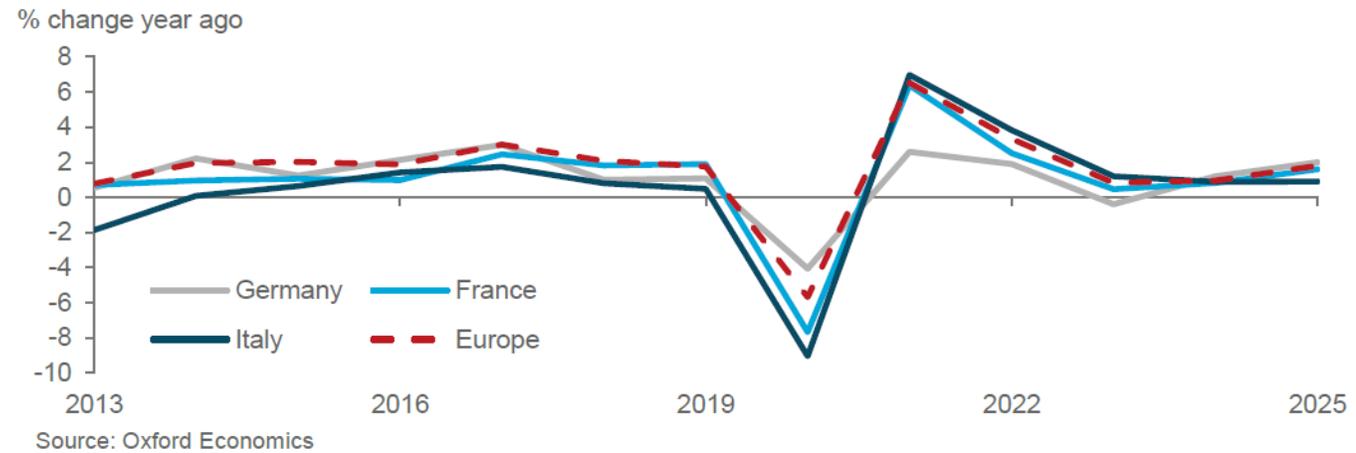
1.2. IL TURISMO in Europa

Le prospettive economiche in Europa appaiono modeste, con una crescita del PIL dello 0,5% per il 2023 e un aumento previsto per il 2024 dello 0,9%.

L'inflazione globale è rimasta invariata ad agosto (5,3%) e, sebbene l'inflazione di base e dei servizi sia diminuita rispetto al mese precedente, l'aumento dei prezzi del petrolio ha compensato il calo. L'inflazione dovrebbe scendere al 2% nel 2024 e rimarrà al di sotto dell'obiettivo della banca centrale del 2% nel 2025.

In termini reali, i consumatori sono ancora più poveri e la spesa delle famiglie si è stabilizzata, con una crescita nulla negli ultimi due trimestri consecutivi. Tuttavia, la spesa per i viaggi è cresciuta in maniera rilevante.

Economic performance in key eurozone economies, real GDP



1.2. IL TURISMO in Europa

Si prevede che nel 3° trimestre l'economia mondiale continuerà a crescere ad un ritmo stabile, grazie alla tenuta dell'economia statunitense e alla crescita del PIL cinese.

Una serie di fattori sfavorevoli negli USA, come gli effetti del passato inasprimento della politica monetaria sull'economia reale e gli scioperi dei lavoratori del settore automobilistico, indicano la possibilità di una contrazione dell'attività verso la fine dell'anno.

La fase di debolezza prevista a cavallo dell'anno sarà seguita da una ripresa lenta, facendo sì che la crescita del PIL mondiale nel 2024 risulterà la più debole dalla crisi finanziaria globale.

Summary of economic outlook, % change*

Country	2022					2023				
	GDP	Consumer expenditure	Unemployment**	Exchange rate***	Inflation	GDP	Consumer expenditure	Unemployment**	Exchange rate***	Inflation
UK	4.3%	4.9%	4.1%	0.9%	9.1%	0.7%	0.8%	4.0%	-1.9%	7.4%
France	2.5%	2.2%	7.1%	0.0%	5.2%	0.8%	-0.1%	6.9%	0.0%	5.0%
Germany	1.9%	3.9%	5.3%	0.0%	6.9%	-0.5%	-0.5%	5.7%	0.0%	6.0%
Netherlands	4.4%	6.5%	3.5%	0.0%	10.0%	0.5%	0.4%	3.7%	0.0%	4.1%
Italy	3.9%	5.0%	8.1%	0.0%	8.2%	0.6%	1.1%	7.7%	0.0%	5.9%
Spain	5.8%	4.7%	12.9%	0.0%	8.4%	2.4%	1.6%	12.0%	0.0%	3.7%
Russia	-2.1%	-1.4%	3.9%	20.1%	13.7%	2.3%	5.3%	3.3%	-21.6%	5.8%
US	1.9%	2.5%	3.6%	12.3%	8.0%	2.0%	2.1%	3.7%	-2.1%	4.2%
Canada	3.4%	4.8%	5.3%	8.3%	6.8%	0.8%	1.8%	5.4%	-5.5%	3.8%
Brazil	3.0%	4.3%	9.3%	17.5%	9.3%	3.0%	2.4%	8.2%	0.7%	4.6%
China	3.0%	0.3%	3.6%	7.8%	2.0%	5.1%	9.2%	3.5%	-7.2%	0.5%
Japan	1.0%	2.1%	2.6%	-5.9%	2.5%	1.6%	1.1%	2.6%	-9.1%	3.1%
India	6.7%	8.1%	7.6%	5.7%	6.7%	6.6%	6.1%	7.6%	-7.0%	5.8%

Source: Tourism Economics based on GEM as of 16.10.2023

* Unless otherwise specified

** Percentage point change

*** Exchange rates measured against the euro. A positive change indicates stronger local currency against the euro and therefore a positive impact on outbound tourism demand. A negative change indicates weaker local currency against the euro and therefore a negative impact on outbound tourism demand.

1.2. IL TURISMO in Europa

I recenti dati hanno confermato che il PIL dell'Eurozona è cresciuto solo dello 0,1% nel secondo trimestre 2023. Inoltre, i valori mensili sono rimasti deludenti e suggeriscono che la zona Euro rimarrà stagnante per il resto dell'anno. Sebbene il PMI* abbia interrotto una sequenza di quattro cali mensili consecutivi, la lettura di 47,2 a settembre risulta ancora in contrazione.

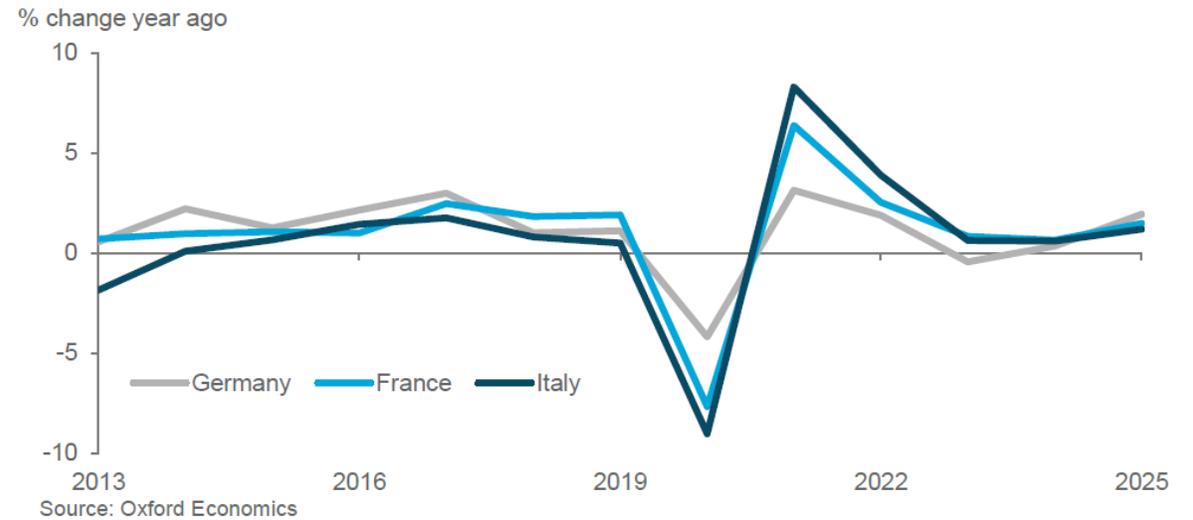
Si prevede che il PIL dell'Eurozona subirà una contrazione marginale nel terzo trimestre e una sostanziale stagnazione nel quarto, a causa del fatto che il settore industriale si trova in piena recessione e l'attività dei servizi non risulti abbastanza forte da compensare questa debolezza.

La spesa dei consumatori è destinata a migliorare solo gradualmente quest'anno, poiché il rapporto di risparmio è rimasto al di sopra della media storica pre-Covid. Ma il mercato del lavoro è destinato a rimanere resistente e se l'inflazione continuerà a moderarsi nel prossimo anno, ciò dovrebbe contribuire a favorire le condizioni di spesa future.

L'effetto ritardato dell'aumento dei tassi d'interesse limita sempre più la disponibilità di credito e incide sui tassi dei prestiti, pesando sull'attività e sull'accessibilità degli acquisti trainati dal credito nell'economia.

Nel complesso, si prevede una lieve crescita del PIL nel 2024, ma ancora debole, prima di una netta ripresa nel 2025.

Economic performance in key eurozone economies, real GDP



*PMI (Purchasing Managers Index) è il principale indicatore economico mondiale e si basa su indagini condotte mensilmente su un gruppo di aziende selezionate che rappresentano le economie mondiali principali e quelle in via di sviluppo. Il PMI fornisce in anticipo indicazioni di quanto sta accadendo nei settori economici privati, monitorando i cambiamenti di variabili come produzione, nuovi ordini, livelli occupazionali e prezzi. Gli indici forniscono una visione precisa delle condizioni economiche dei settori manifatturiero, terziario ed edile.

1.2. IL TURISMO in Europa

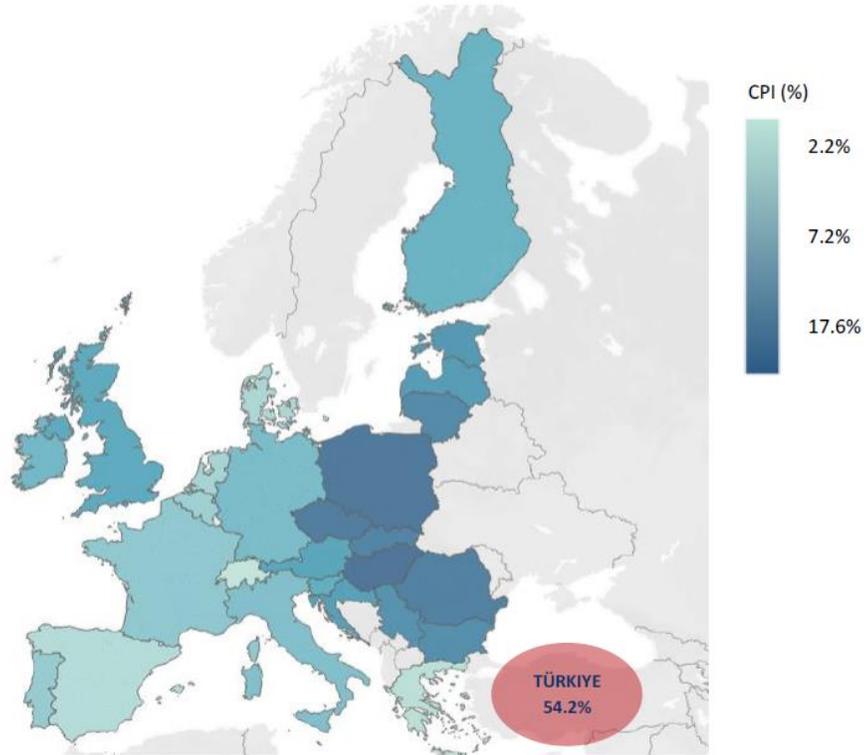
L'indice dei prezzi al consumo è sceso di 0,9 punti percentuali a settembre, al 4,3% su base annua. L'inflazione è calata al 4,5%.

In Italia, l'indice dei prezzi al consumo è invece salito di 0,2 punti percentuali, al 5,7%, mentre l'inflazione ha parzialmente annullato il forte calo registrato ad agosto.

L'eterogeneità dei tassi di inflazione tra i paesi europei rimane elevata e continua a rappresentare un problema per la politica monetaria, che va da un tasso annuo del -0,3% nei Paesi Bassi al 17,6% in Ungheria.

I paesi dell'Europa orientale continuano a registrare alcuni dei tassi di inflazione più elevati.

CPI growth, 2023



INFLATION OUTLOOK SUMMARY

Country (Region)	CPI % year		Currency % change vs euro (Q3 2023)
	2023	Q3 2023	
Austria	7.7%	6.8%	-
Belgium	4.3%	3.5%	-
Bulgaria	9.4%	7.7%	7.7%
Croatia	8.0%	7.5%	-
Czech Rep	10.5%	8.3%	10.3%
Denmark	3.8%	2.4%	2.2%
Estonia	8.9%	4.8%	-
Finland	6.2%	5.8%	-
France	5.0%	4.7%	-
Germany	6.0%	5.6%	-
Greece	3.6%	2.4%	-
Hungary	17.6%	15.8%	21.8%
Ireland	6.0%	6.2%	-
Italy	5.9%	5.6%	-
Latvia	8.6%	5.0%	-
Lithuania	9.9%	5.7%	-
Malta	5.6%	5.2%	-
Netherlands	4.1%	2.6%	-
Poland	12.1%	9.4%	15.5%
Portugal	4.5%	3.4%	-
Romania	10.4%	9.0%	8.1%
Serbia	9.2%	11.4%	-
Slovakia	10.0%	8.5%	-
Slovenia	7.2%	6.5%	-
Spain	3.7%	2.8%	-
Switzerland	2.2%	1.6%	2.9%
Türkiye	54.2%	56.2%	-3.3%
UK	7.4%	6.7%	6.3%
US	4.2%	3.6%	-4.2%
Canada	3.8%	3.4%	-6.8%
Brazil	4.6%	4.6%	3.9%
China	0.5%	-0.1%	-12.6%
Japan	3.1%	3.0%	-8.8%
India	5.8%	6.5%	-4.9%

Source: Oxford Economics

Notes: currency % change vs the euro is CPI inflation adjusted for the euro, making it comparable to inflation across euro-denominated countries

1.3. IL TURISMO in Italia

In attesa dei dati ufficiali Istat, si rileva che l'andamento delle presenze totali tra gennaio e agosto, rispetto al 2022, registra un +4%, ma con differenze sostanziali in base alle provenienze: i flussi stranieri segnano un +10%, quelli domestici un -2%. Il confronto con lo stesso periodo 2019 indica che non c'è stato ancora un pieno recupero delle presenze totali (-4%).

La ripresa sul 2022 evidenzia un +49% a gennaio 2023 su gennaio 2022, un+31% a febbraio sullo stesso mese dell'anno prima, un+20% a marzo, un+14% ad aprile, un+12% a maggio. Il dato risulta, invece, negativo per giugno (-1%) e luglio (-13%) mentre torna a crescere in agosto (+2%). L'andamento del turismo domestico si conferma peggiore nella prima parte della stagione estiva: -10% a maggio, -8% a giugno e -14% a luglio per poi salire ad agosto (+2%).

A questi dati, si aggiungono il buon andamento dei mercati *incoming* europei e il ritorno dei turisti USA, oltre alla difficoltà del turismo domestico, che nel 2023 è stato condizionato dall'incremento del costo della vita e dalla ripresa dell'*outgoing* nel periodo post-Covid.

In base alla tabella qui a fianco, la Germania, con circa 61 milioni di presenze, è il primo mercato di provenienza per importanza, seguito dalla Lombardia (47 milioni circa) che vale da sola più della somma di presenze generate in Italia dai residenti nel Lazio e nel Veneto (rispettivamente al terzo e quarto posto). Il secondo mercato *incoming* in senso stretto – gli USA, con 15 milioni di presenze – corrisponde in termini di flussi a quello dei residenti in Piemonte, mentre il terzo – la Francia con quasi 13 milioni – a quello generato dalla Toscana.

Con la sola eccezione degli USA, il nostro turismo si conferma in prevalenza di prossimità e dipendente dalle regioni italiane centro-settentrionali e dai Paesi dall'Europa centrale.

Fonte: Centro Studi Tci (Touring Club Italiano) - 26 Ottobre 2023

1	Germania	61.332.898
2	Lombardia	46.834.300
3	Lazio	20.745.927
4	Veneto	20.082.238
5	Emilia-Romagna	18.926.494
6	Campania	17.754.294
7	Piemonte	15.828.932
8	Usa	15.300.811
9	Toscana	13.958.073
10	Francia	12.826.309
11	Svizzera	11.760.367
12	Regno Unito	11.534.352
13	Paesi Bassi	10.806.767
14	Puglia	10.765.699
15	Austria	9.979.582
16	Sicilia	9.608.694
17	Polonia	5.733.275
18	Marche	5.111.162
19	Spagna	5.058.943
20	Belgio	4.896.552

Primi 20 mercati di provenienza dei turisti in Italia (presenze, 2022)
Fonte: elaborazione Centro Studi TCI su dati Istat

1.3. IL TURISMO in Italia

In base alla nota previsionale *"Tourism Forecast Summer 2023"* realizzata dall'Istituto Demoskopika, **per l'estate 2023 si prevede di raggiungere quota 68 milioni di turisti, quasi 267 milioni di pernottamenti**, portando la **spesa turistica a circa 46 miliardi di euro**, con una crescita rispettivamente pari al 4,3% e al 3,2% rispetto allo stesso periodo 2022, anno in cui gli arrivi hanno raggiunto quota 65,2 milioni, con oltre 258 milioni di pernottamenti.

Gli stranieri che scelgono in Bel Paese sarebbero 35,3 milioni, ossia poco più della metà (51,7%) del dato complessivo degli arrivi previsti, **generando ben 131,5 milioni di pernottamenti**. Le previsioni indicano una tendenza al "sorpasso", non per tutti i sistemi turistici regionali, anche rispetto al 2019, con una crescita sia degli arrivi (+3,7%) che dei pernottamenti (+2,6%).

Ad incidere maggiormente sulla crescita dei flussi turistici la **componente estera: 35,3 milioni di arrivi**, con un balzo in avanti del 6,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, **a fronte di 32,7 milioni di turisti italiani**, con un incremento dell'1,9%; lato presenze, invece, il contributo al rialzo è quasi identico, con **131,5 milioni di pernottamenti dall'estero**, pari ad un 3,2% in più rispetto al 3,3% della quota del **mercato locale** generato da **135,4 milioni di pernottamenti**.

Fonte: Demoskopika, 30 maggio 2023



1.3. IL TURISMO in Italia

L'analisi storica dei flussi turistici evidenzia che il periodo giugno-settembre del 2023 si dovrebbe caratterizzare per il maggior numero di arrivi rispetto al periodo pre-Covid del 2019 (+3,7% di arrivi e + 2,6% di presenze).

A livello territoriale, **tutte le destinazioni regionali dovrebbero registrare un andamento positivo dei flussi turistici**; nel modello previsionale si collocherebbero i seguenti dieci sistemi turistici territoriali: Molise con 76 mila arrivi (+7,3%) e 300 mila presenze (+12,4%), Campania con 3,1 milioni di arrivi (+6,6%) e 11,9 milioni di presenze (+4,1%), Trentino Alto Adige con 6 milioni di arrivi (+6,3%) e 26,5 milioni di presenze (+6,7%), Valle d'Aosta con 643 mila arrivi (+6,0%) e 1,7 milioni di presenze (+4,8%), Lazio con 5,1 milioni di arrivi (+5,9%) e 16,3 milioni di presenze (+3,8%). E, ancora, Basilicata con 467 mila arrivi (+5,3%) e 1,7 milioni di presenze (+3,1%), **Veneto con 10,8 milioni di arrivi (+4,7%) e 46,1 milioni di presenze (+3,1%)**, Lombardia con 7,4 milioni di arrivi (+4,4%) e 22,3 milioni di presenze (+4,0%), Emilia-Romagna con 6,3 milioni di arrivi (+4,0%) e 27,4 milioni di presenze (+1,8%) e, infine Toscana con 7,4 milioni di arrivi (+3,9%) e 29,1 milioni di presenze (+3,2%).

Per il periodo giugno-settembre 2023, i flussi in Italia potrebbero originare una spesa turistica pari a 45,9 miliardi di euro, con una variazione in crescita del 5,4% rispetto all'anno precedente. L'analisi per livello regionale colloca la Basilicata con 293 milioni di euro (+22,2% rispetto al 2022), le Marche con 1.085 milioni di euro (+11,9%), la Valle d'Aosta con 285 milioni di euro (+11,7%), il Trentino Alto Adige con 2.677 milioni di euro (+9,2%), il Lazio con 4.118 milioni di euro (+8,0%), la Lombardia con 4.538 milioni di euro (+7,8%), la Campania con 2.773 milioni di euro (+6,9%), l'Abruzzo con 642 milioni di euro (+6,7%), la Liguria con 1.636 milioni di euro (+6,6%), l'Emilia Romagna con 3.668 milioni di euro (+6,2%), il Friuli Venezia Giulia con 642 milioni di euro (+5,9%). E, ancora, la Calabria con 1.065 milioni di euro (+5,6%), **il Veneto con 6.661 milioni di euro (+4,6%)**, il Piemonte con 1.318 milioni di euro (+3,6%), l'Umbria con 978 milioni di euro (+3,2%), il Molise con 54 milioni di euro (+3,2%), la Puglia con 1.773 milioni di euro (+2,8%), la Toscana con 6.721 milioni di euro (+2,5%), la Sicilia con 2.133 milioni di euro (+1,3%) e, infine, la Sardegna con 2.833 milioni di euro (+1,2%).

Fonte: Demoskopika, 30 maggio 2023



1.3. IL TURISMO in Italia

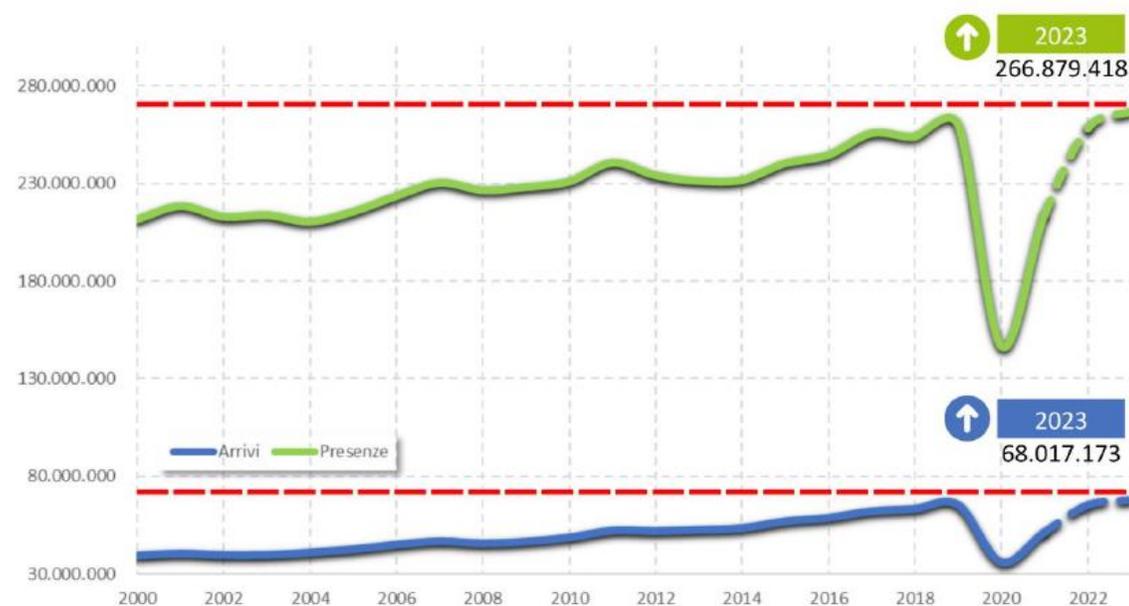
Estate 2023. Trend degli arrivi e delle presenze - Prospetto tabellare

Valori assoluti, indice a base mobile, variazione % su anno precedente
Periodo 2000-2023 (giugno-settembre)

Anno	Arrivi	Presenze	Var. % Arrivi	Var. % Presenze
2000	39.568.015	211.398.246	-	-
2001	40.601.654	218.206.142	2,6	3,2
2002	39.829.678	212.715.886	-1,9	-2,5
2003	39.891.697	213.613.495	0,2	0,4
2004	41.097.342	210.299.357	3,0	-1,6
2005	42.750.075	215.378.247	4,0	2,4
2006	45.156.799	223.384.066	5,6	3,7
2007	46.869.820	230.172.526	3,8	3,0
2008	45.851.981	226.365.266	-2,2	-1,7
2009	46.729.504	227.967.520	1,9	0,7
2010	48.793.428	230.801.546	4,4	1,2
2011	52.334.509	240.475.774	7,3	4,2
2012	52.080.802	234.011.324	-0,5	-2,7
2013	52.730.334	231.146.516	1,2	-1,2
2014	53.588.412	231.615.008	1,6	0,2
2015	57.030.654	240.199.289	6,4	3,7
2016	58.897.043	244.401.367	3,3	1,7
2017	62.181.944	255.569.539	5,6	4,6
2018	63.466.004	253.792.672	2,1	-0,7
2019	65.573.814	260.025.670	3,3	2,5
2020	36.152.861	146.532.382	-44,9	-43,6
2021	51.473.963	213.656.478	42,4	45,8
2022	65.233.089	258.491.812	26,7	21,0
2023	68.017.173	266.879.418	4,3	3,2

Estate 2023. Trend degli arrivi e delle presenze - Grafico

Valori assoluti. Periodo 2000-2023 (giugno-settembre)*



Fonte: elaborazione Demoskopika su dati Istat, Banca d'Italia e osservatori turistici regionali.

Fonte: elaborazione Demoskopika su dati Istat, Banca d'Italia e osservatori turistici regionali.

1.3. IL TURISMO in Italia

Estate 2023. Trend degli arrivi e delle presenze - Prospetto tabellare

Valori assoluti, variazione % su 2019 e 2022
Periodo 2000-2023 (giugno-settembre)*

Indicatori	Previsione	Scenario MIN	Scenario MAX
ESTERO			
Arrivi	35.325.878	34.183.767	36.479.265
Var.% rispetto al 2022	6,5	3,1	10,0
Var.% rispetto al 2019	4,0	0,7	7,4
Presenze	131.477.403	127.935.970	134.813.266
Var.% rispetto al 2022	3,2	0,4	5,8
Var.% rispetto al 2019	2,7	-	0,1
ITALIANO			
Arrivi	32.691.295	31.634.361	33.758.661
Var.% rispetto al 2022	1,9	-	1,4
Var.% rispetto al 2019	3,4	0,1	6,8
Presenze	135.402.015	131.754.870	138.837.454
Var.% rispetto al 2022	3,3	0,5	5,9
Var.% rispetto al 2019	2,6	-	0,2
TOTALE			
Arrivi	68.017.173	65.818.128	70.237.926
Var.% rispetto al 2022	4,3	0,9	7,7
Var.% rispetto al 2019	3,7	0,4	7,1
Presenze	266.879.418	259.690.840	273.650.720
Var.% rispetto al 2022	3,2	0,5	5,9
Var.% rispetto al 2019	2,6	-0,1	5,2

Fonte: elaborazione Demoskopika su dati Istat, Banca d'Italia e osservatori turistici regionali.

Estate 2023. Previsione dei flussi turistici (arrivi e presenze) per regione

Valori assoluti e variazioni %. Confronto 2023-2022 (giugno-settembre)

Regione	2023		var.% rispetto al 2022	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Abruzzo	978.781	4.884.360	0,2	3,4
Basilicata	466.738	1.677.282	5,3	3,1
Calabria	1.201.721	6.588.472	3,6	2,5
Campania	3.073.952	11.870.018	6,6	4,1
Emilia Romagna	6.336.260	27.382.110	4,0	1,8
Friuli Venezia Giulia	1.637.122	6.735.203	3,0	2,8
Lazio	5.077.537	16.341.495	5,9	3,8
Liguria	2.813.629	9.817.928	3,2	1,0
Lombardia	7.403.898	22.283.573	4,4	4,0
Marche	1.694.086	8.760.407	2,7	3,4
Molise	75.689	300.244	7,3	12,4
Piemonte	2.602.118	7.394.058	2,7	1,1
Puglia	2.885.656	12.577.429	3,4	2,0
Sardegna	2.819.117	13.802.218	3,4	2,4
Sicilia	2.887.550	9.539.597	3,5	3,1
Toscana	7.454.720	29.090.219	3,9	3,2
Trentino Alto Adige	5.989.787	26.474.160	6,3	6,7
Umbria	1.164.609	3.549.044	0,1	0,5
Valle d'Aosta	643.236	1.748.021	6,0	4,8
Veneto	10.810.966	46.063.581	4,7	3,1
ITALIA	68.017.173	266.879.418	4,3	3,2

Fonte: elaborazione Demoskopika su dati Istat, Banca d'Italia e osservatori turistici regionali.

Stima della spesa turistica per regione

Valori assoluti in euro e variazioni %
Confronto 2023-2022

Regione	2022	2023	var. %
Abruzzo	601.311.302	641.807.167	6,7
Basilicata	239.926.895	293.126.803	22,2
Calabria	1.008.200.061	1.065.071.789	5,6
Campania	2.593.603.590	2.772.588.887	6,9
Emilia Romagna	3.452.487.940	3.667.983.250	6,2
Friuli Venezia Giulia	606.647.714	642.491.627	5,9
Lazio	3.812.653.993	4.118.014.207	8,0
Liguria	1.534.693.680	1.636.059.119	6,6
Lombardia	4.210.529.559	4.538.087.659	7,8
Marche	969.674.726	1.084.960.749	11,9
Molise	52.329.140	53.988.314	3,2
Piemonte	1.272.842.830	1.318.422.776	3,6
Puglia	1.723.694.374	1.772.797.654	2,8
Sardegna	2.798.613.265	2.833.058.241	1,2
Sicilia	2.105.899.284	2.132.927.178	1,3
Toscana	6.556.007.440	6.721.534.235	2,5
Trentino Alto Adige	2.452.301.078	2.677.522.875	9,2
Umbria	947.053.364	977.624.109	3,2
Valle d'Aosta	255.189.597	285.082.991	11,7
Veneto	6.367.557.144	6.661.008.693	4,6
ITALIA	43.561.216.974	45.894.158.322	5,4

Fonte: elaborazione Demoskopika su dati Istat, Banca d'Italia e osservatori turistici regionali.

1.3. IL TURISMO in Italia

Per il 2023, si stima che la dinamica dei prezzi nel turismo registri una variazione in aumento pari all'**8,9%** rispetto all'anno precedente, con un differenziale di +3,3 punti percentuali rispetto all'inflazione acquisita per l'indice generale calcolato dall'Istat al 5,6%. **L'incremento dell'inflazione genererebbe rincari pari a 3,9 miliardi di euro della spesa turistica di italiani e stranieri**, a causa dell'aumento di alcune voci: trasporto aereo (+23,5%), pacchetti vacanza (+17,7%); servizi di alloggio (+12,8%).

Sul versante territoriale, sono cinque i sistemi turistici regionali che mostrano un incremento dell'inflazione turistica superiore alla media italiana: Lazio (+9,5%), Lombardia (9,2%), Toscana (9,1%), Molise (9,1%) e Campania (9%) con un aumento di 1,6 miliardi di euro, pari a oltre il 40% sulla quota della spesa turistica causata dalla crescita dei prezzi.

Questi i dati offerti da uno studio dell'Istituto Demoskopika, che ha analizzato l'andamento dei prezzi individuando un "paniere turistico" di beni e servizi contenenti alcune voci di spesa, come servizi di trasporto, servizi ricreativi e culturali, servizi ricettivi e di ristorazione.

A giugno 2023, l'Italia fa registrare un incremento dei prezzi legato al sistema turistico; la crescita su base tendenziale dell'indice armonizzato dei prezzi al consumo (IPCA) si nota, in special modo, per le voci di spesa incluse nei servizi di trasporto, con un +9,9%, rispetto ad un +6% della Francia, all'1,4% della Grecia e ad una notevole flessione della Spagna (-16,1%).

Si evidenzia un'**accelerazione dei prezzi nei servizi ricettivi e della ristorazione (+7,5%)**, con un differenziale inflazionistico del sistema turistico italiano di +1,9 punti percentuali rispetto alla Francia (+5,6%), +1,8 punti percentuali rispetto alla Grecia (+5,7%) e +1,5 punti percentuali rispetto alla Spagna (+6%).

A fare eccezione, i servizi ricreativi e culturali (musei, parchi divertimento, eventi culturali, etc.) **con l'Italia che registra un incremento del 3,6%**, superiore alla Grecia (+3,3%), ma inferiore a Francia (+4,8%) e Spagna (+4%).

Fonte: Demoskopika, 28 luglio 2023



1.3. IL TURISMO in Italia

A giugno, l'andamento in crescita su base tendenziale dell'indice NIC (indice nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività) per il settore turistico italiano è causato dall'incremento dei prezzi dei servizi di trasporto (+9,8%), con in testa il trasporto aereo, che segna un rincaro, rispetto a giugno dello scorso anno, pari al 23,5%.

A seguire, i pacchetti vacanza (+17,7%) e i servizi di alloggio (+12,8%), all'interno dei quali spicca il dato degli alberghi, con una crescita dei prezzi pari al 14,6%, a cui si aggiunge il gruppo di voci riguardanti i servizi di ristorazione (+6,3%).

Sono i prezzi dei voli nazionali, con il 28,9% a crescere in maniera esponenziale, rispetto ai voli internazionali (+21,9%).

Stessa dinamica dei prezzi per i pacchetti vacanza in territorio nazionale che, con un +18,4%, presentano un differenziale turistico di +15,8 punti rispetto ai pacchetti vacanza internazionali (+2,6%).

Fonte: Demoskopika, 28 luglio 2023



1.3. IL TURISMO in Italia

In base all'elaborazione dell'Istituto Demoskopika, l'inflazione acquisita per il 2023 è pari a **+8,9%** per la componente turistica, con un impatto sulla spesa turistica pari a **3.868 milioni di euro**. Cinque i sistemi turistici regionali in cui la crescita dei prezzi risulta più alta rispetto al dato nazionale: Lazio (+9,5%) con un effetto sulla spesa turistica pari a 362 milioni di euro, Lombardia (+9,2%) con un impatto pari 389 milioni di euro, Toscana e Molise (9,1%) con un'incidenza rispettivamente pari a 595 milioni di euro e a 5 milioni di euro e Campania (9%), con un impatto pari a 234 milioni di euro.

Nelle posizioni più basse si collocano altre cinque aree: Valle d'Aosta (+7,9%) con un impatto pari 20 milioni di euro, Trentino Alto Adige (+8%) con un impatto pari a 197 milioni di euro, Basilicata (+8,2%) con un impatto pari a 20 milioni di euro, Marche (+8,3%) con un impatto pari a 79 milioni di euro e Abruzzo (+8,4%) con un impatto pari a 51 milioni di euro.

Prospetto 1. Indice dei prezzi al consumo IPCA del paniere turistico

Giugno 2023 - Variazioni percentuali tendenziali (base 2015=100)

Area	Indice generale	Servizi di trasporto	Servizi ricreativi e culturali	Servizi ricettivi e di ristorazione
Area euro	5,5	12,3	4,8	7,7
Grecia	2,8	1,4	3,3	5,7
Spagna	1,6	-16,1	4,0	6,0
Francia	5,3	6	4,8	5,6
Italia	6,7	9,9	3,6	7,5

Fonte: elaborazione Demoskopika su dati Eurostat.

Fonte: Demoskopika, 28 luglio 2023

1.3. IL TURISMO in Italia

Prospetto 2. Indice dei prezzi al consumo NIC per voci di spesa del paniere turistico
Giugno 2023 - Variazioni percentuali tendenziali (base 2015=100)

Voci del paniere turistico	Variazione tendenziale
Indice generale	6,4
Servizi di trasporto	9,8
Trasporto ferroviario passeggeri	2,5
Trasporto passeggeri su autobus e pulmann	2,6
Trasporto passeggeri su taxi	1,3
Trasporto aereo passeggeri	23,5
Voli nazionali	28,9
Voli internazionali	21,9
Trasporto marittimo	4,6
Trasporto multimodale passeggeri	3
Servizi ricreativi e culturali	0,9
Servizi ricreativi e sportivi	4,8
Servizi culturali	2,8
Pacchetti vacanza	17,7
Pacchetti vacanza - nazionali	18,4
Pacchetti vacanza - internazionali	2,6
Servizi ricettivi e di ristorazione	7,6
Servizi di ristorazione	6,3
Ristoranti	5,5
Pasto in pizzeria	6,5
Self service	5,8
Bar	4,8
Consumazioni di prodotti di gelateria e pasticceria	6,2
Fast food e servizi di ristorazione take away	8,2
Servizi di alloggio	12,8
Alberghi, motel, pensioni e simili	14,6
Villaggi vacanze, campeggi, ostelli della gioventù e simili	2,6
Servizi di alloggio in altre strutture	1,9

Prospetto 3. Confronto tra inflazione acquisita generale e turistica
Giugno 2023 - Variazioni percentuali tendenziali (base 2015=100)

Regione	Inflazione generale	Inflazione turistica	Differenziale
Abruzzo	5,4	8,4	3,0
Basilicata	3,5	8,2	4,7
Calabria	5,1	8,7	3,7
Campania	5,4	9,0	3,6
Emilia-Romagna	5,2	8,9	3,7
Friuli-Venezia Giulia	5,3	8,9	3,6
Lazio	5,5	9,5	4,0
Liguria	6,9	8,7	1,8
Lombardia	5,6	9,2	3,6
Marche	5,3	8,3	3,0
Molise	4,9	9,1	4,2
Piemonte	6,0	8,5	2,5
Puglia	5,8	8,9	3,1
Sardegna	6,0	8,5	2,6
Sicilia	5,8	8,8	3,0
Toscana	6,1	9,1	3,0
Trentino Alto Adige	5,5	8,0	2,5
Umbria	6,3	8,9	2,6
Valle d'Aosta	5,0	7,9	2,9
Veneto	5,3	8,8	3,5
Italia	5,6	8,9	3,3

1.3. IL TURISMO in Italia

Prospetto 4. Stima dell'impatto dell'inflazione sulla spesa turistica
Periodo Giugno – settembre 2023. Dati in euro

Regione	Impatto
Abruzzo	50.702.033
Basilicata	19.913.932
Calabria	88.140.440
Campania	233.882.738
Emilia-Romagna	308.626.572
Friuli-Venezia Giulia	53.840.208
Lazio	361.581.655
Liguria	134.104.970
Lombardia	388.740.530
Marche	79.154.749
Molise	4.766.878
Piemonte	108.509.839
Puglia	154.000.127
Sardegna	238.922.425
Sicilia	184.763.100
Toscana	594.580.683
Trentino Alto Adige	197.399.838
Umbria	83.826.885
Valle d'Aosta	20.055.066
Veneto	562.291.261
Italia	3.867.803.929

Fonte: elaborazione Demoskopika su dati Istat.

2. LO SCENARIO VENETO



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU



ORGANIZATION
MANAGEMENT
DESTINATION

2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

In base ai dati contenuti nell'ultimo "Bollettino socio economico del Veneto – I principali dati congiunturali" di ottobre 2023, **il turismo e le esportazioni si confermano i due punti saldi dell'economia veneta che contribuiscono a formare il PIL**, che dovrebbe raggiungere una crescita pari al +0,9% in chiusura d'anno (con una percentuale superiore rispetto a quella italiana pari allo 0,7%).

In crescita il turismo: i primi sette mesi del 2023 si chiudono con un +19,8% degli arrivi e un +11,3% delle presenze rispetto allo stesso periodo del 2022, con una crescita rilevante degli stranieri.

In dettaglio, **il numero di turisti che hanno soggiornato in Veneto è decisamente superiore allo stesso periodo pre-Covid** (+4% degli arrivi, +0,7% delle presenze).

Sul fronte occupazionale, **nel primo trimestre 2023, gli occupati aumentano**, principalmente grazie alla manodopera femminile (+4,3%) e **così anche nel secondo trimestre dell'anno** (+5,1%, di cui +6,1% per le femmine e +4,3% per i maschi). Il tasso di occupazione sale per ambi i sessi, passando dal 67,7% del secondo trimestre 2022 al 71,6% nel secondo trimestre 2023.

Il totale delle assunzioni nei primi 9 mesi dell'anno si mantiene elevato (quasi 495mila) e al di sopra del 2019 (+4,7%), seppure allineato con quelli registrati nell'anno precedente (+0,3%).

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



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU



2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

Nel periodo luglio-settembre 2023 le imprese attive in Veneto risultano 424.003 (circa 3.000 in meno rispetto allo stesso periodo 2022).

Le flessioni toccano tutti i comparti economici regionali e sono più spiccate nel settore agricolo e industriale. Si registra un lieve calo delle imprese di costruzioni (-0,3%).

Nei servizi, le prestazioni positive delle attività finanziarie, immobiliari e delle libere professioni non compensano i risultati negativi dei comparti del commercio, della logistica e delle attività turistiche (alloggi e ristorazione).

Il fatturato estero realizzato dagli operatori in Veneto chiude il primo semestre con una crescita del +3,2% ma registra una contrazione nel secondo trimestre (-2,1%).

I settori dell'export che riportano i migliori risultati nei primi sei mesi del 2023 sono quelli delle apparecchiature meccaniche, delle produzioni agroalimentari, delle apparecchiature medicali e ottiche.

Nel periodo gennaio-giugno 2023, la crescita delle esportazioni del settore vitivinicolo mantiene il primato del Veneto con 1.339 milioni di euro, il 35,5% del valore nazionale.

Per quanto concerne i mercati di destinazione, si registra un sensibile aumento delle vendite verso Francia, Turchia e Germania e una leggera contrazione verso il mercato statunitense (-0,9%).

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



2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

Bollettino socio-economico del Veneto I principali dati congiunturali

ottobre



Contesto nazionale



Variazioni % rispetto al mese precedente

		set-23	ago-23	lug-23	giu-23	mag-23	apr-23	mar-23	feb-23	gen-23	dic-22	nov-22	ott-22
Indice del fatturato delle imprese industriali	Totale			-0,4	0,5	1,2	-1,8	-0,6	0,8	-2,3	0,4	0,6	-1,0
	Nazionale			-1,3	1,6	1,5	-2,4	-0,9	0,9	-2,0	0,4	0,4	-1,3
	Eestero			1,4	-1,6	0,6	-0,4	-0,1	0,6	-3,1	0,2	1,1	-0,5
Clima di fiducia	Consumatori	-1,0	-0,2	-1,7	3,3	-0,4	0,4	1,1	3,1	-1,6	4,5	8,9	-5,0
	Imprese Totale	-1,7	-2,0	0,7	-0,4	-1,5	0,2	0,9	-0,1	1,0	1,2	1,7	-0,8
	Manifatturiere	-1,3	-1,4	-0,9	-1,0	-1,6	-1,2	1,1	-0,1	1,1	-1,1	1,8	-0,9
	Costruzioni	0,4	-3,8	2,5	1,9	-2,9	3,2	1,2	-1,0	1,4	3,1	-3,6	-1,3
	Servizi di mercato	-2,9	-1,8	1,7	-0,4	-1,3	1,4	0,6	-1,0	1,8	3,3	3,0	0,0
	Commercio al dettaglio	-1,3	-2,0	0,6	-0,9	-1,2	-2,6	1,0	3,6	-2,0	0,1	2,9	-1,6
Indice del valore delle vendite	Totale		-0,4	0,4	-0,2	0,6	0,1	-0,1	-0,1	1,6	-0,3	0,8	-0,4
	Alimentari		-0,2	0,8	0,3	0,2	0,9	0,1	-0,3	2,2	0,2	0,7	0,1
	Non alimentari		-0,3	0,0	-0,5	0,8	-0,6	-0,2	0,0	1,2	-0,6	0,9	-0,7
Prezzi	Al consumo	0,2	0,3	0,0	0,0	0,3	0,4	-0,4	0,2	0,1	0,3	0,5	3,4
	Alla produzione dell'industria		0,5	-0,1	-0,3	-2,3	-4,8	-1,5	-1,0	-7,5	2,9	2,6	-3,5
Prezzo del petrolio Brent (\$/barile) (a)		93,72	86,15	80,11	74,84	75,47	84,64	78,43	82,59	82,5	80,92	91,42	93,33
Cambio euro/dollaro (a)		1,0684	1,0909	1,1058	1,0840	1,0868	1,0968	1,0706	1,0715	1,0769	1,0589	1,0201	0,9826

(a) Valori assoluti

L'inflazione in Italia a settembre 2023 registra un aumento dello 0,2% su base mensile e del 5,3% su base annua; il nuovo rallentamento, se pur lieve, risente dell'andamento prezzi dei beni alimentari, la cui crescita in ragione d'anno si riduce sensibilmente. Ad agosto 2023 i prezzi alla produzione dell'industria aumentano dello 0,5% su base mensile e del 12,2% su base annua. Ad agosto 2023 si stima un calo congiunturale per le vendite al dettaglio (-0,4% in valore e -0,5% in volume). Sono in diminuzione le vendite dei beni alimentari (-0,2% in valore e -0,7% in volume) sia quelle dei beni non alimentari (-0,3% in valore e -0,4% in volume). A settembre 2023 si stima una diminuzione sia dell'indice del clima di fiducia dei consumatori sia dell'indice composito del clima di fiducia delle imprese, diminuzione che si estende a tutti i settori di attività, escludendo le costruzioni.

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



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU



ORGANIZATION
MANAGEMENT
ESTIMATION

2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

Bollettino socio-economico del Veneto I principali dati congiunturali

ottobre 2023



Prodotto interno lordo



LE PREVISIONI

Variazioni % rispetto all'anno precedente

	2022		2023	
	Veneto	Italia	Veneto	Italia
Prodotto interno lordo	4,4	3,7	0,9	0,7
Spesa per consumi finali delle famiglie	6,8	6,1	1,7	1,4
Investimenti fissi lordi	10,8	9,7	0,6	0,3

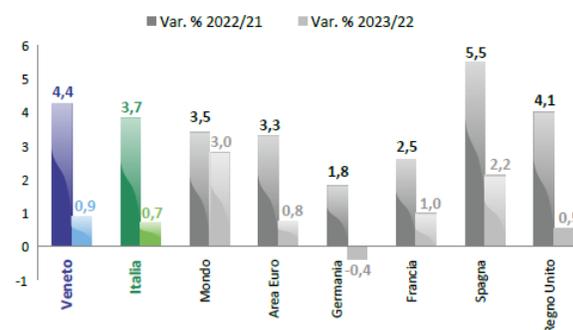
PIL PROCAPITE 2022 (migliaia di euro)		PRODUTTIVITÀ 2022(*) (migliaia di euro)	
Veneto	36,8	Veneto	73,5
Italia	33,0	Italia	71,9

(*) Valore aggiunto per unità di lavoro

LO STORICO - VENETO

	2021 (valori reali) Valori in milioni di euro	Var. % 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	34.126,5	19,9	36.693,4

IL CONFRONTO



Il nuovo dramma tra Israele e Hamas, oltre a far temere per le vite umane, sta già influenzando prezzi e borse internazionali. Le stime e previsioni qui riportate sono aggiornate a qualche giorno prima di tale evento. Il Fondo Monetario Internazionale prevede nel World Economic Outlook di ottobre una crescita globale del 3,0% nel 2023 e 2,9% nel 2024. Per l'Area Euro la previsione è di un aumento del PIL del 0,8% nel 2023 e 1,3% nel 2024. In tale scenario, Prometeia fornisce una previsione tendenziale per il 2023 del Prodotto Interno Lordo italiano del 0,7%, appena inferiore rispetto a quanto prospettato nella Nota di Aggiornamento al DEF, che prevede un +0,8% per il 2023. Per il Veneto è attesa una crescita del PIL pari al +0,9% nel 2023. Per i consumi delle famiglie e per gli investimenti fissi lordi in Veneto è previsto, rispettivamente un +1,7% e un +0,6% nel 2023. Per il 2024 Prometeia prevede una crescita dello 0,4% per l'economia nazionale e dello 0,6% per quella veneta.

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati e previsioni Istat, Eurostat, Commissione europea, FMI e Prometeia



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU



ORGANIZZAZIONE
MANAGEMENT
ESTIMATION

2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

Bollettino socio-economico del Veneto I principali dati congiunturali

ottobre 2023



Imprese: il contesto

LE TENDENZE



Variazioni %

	III Trim. 2023 / III Trim. 2022		III Trim. 2023 / II Trim. 2023	
	Veneto	Italia	Veneto	Italia
Imprese totali	-0,7	-0,7	-0,5	0,0
Settori				
Agricoltura	-1,7	-2,7	-0,3	-0,3
Industria	-1,6	-1,8	-0,8	-0,2
Costruzioni	-0,3	0,2	-1,0	0,2
Servizi	-0,3	-0,3	-0,3	0,0
Le imprese artigiane	-0,9	-0,7	-0,7	0,0

Gennaio 2023 in Veneto

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

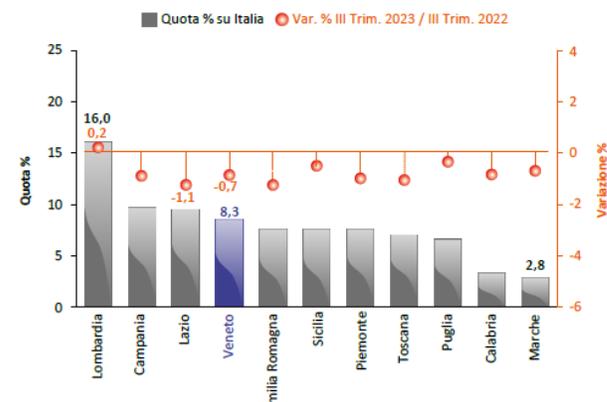
Il terzo trimestre dell'anno in corso si chiude con una dinamica imprenditoriale negativa: nel periodo luglio-settembre 2023 il numero di imprese attive presenti in Veneto è di 424.003 unità; quasi 3 mila imprese attive in meno rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente. A livello settoriale, le flessioni interessano tutti i comparti economici regionali e sono più accentuate nel settore agricolo e nel ramo industriale. Diversamente a quanto avviene a livello nazionale, si registra un leggero calo tendenziale, -0,3% rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente, delle imprese di costruzioni, che diventa del -1% se confrontato con quello del trimestre precedente. Nei servizi, che registrano una contrazione tendenziale pari a quella delle costruzioni, le performance positive delle attività finanziarie, immobiliari e delle libere professioni non riescono a compensare i risultati negativi dei comparti del commercio, della logistica e delle attività turistiche (alloggi e ristorazione).

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

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



2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

Bollettino socio-economico del Veneto
I principali dati congiunturali

ottobre 2023



UN 2023 CHE FA BEN SPERARE (DATI PROVVISORI)

Presenze turistiche per tipologia di struttura e provenienza

	Luglio	Periodo gennaio-luglio		Anno		
	Var% 2023/22	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2022	Var% 2022/21	Var% 2022/19
Totale	1,9	11,3	0,7	65.920.506	30,2	-7,5
Strutture ricettive						
alberghiere	0,0	10,2	-7,2	28.541.975	40,8	-13,1
extralberghiere	2,9	12,1	7,7	37.378.531	23,1	-2,7
Provenienza						
italiana	-4,7	1,1	-1,5	21.868.376	-2,1	-5,2
straniera	4,5	16,4	1,7	44.052.130	55,7	-8,5

Le cifre da record del 2019 sono state superate: nei primi sette mesi del 2023 il numero di turisti che hanno soggiornato in Veneto è nettamente superiore allo stesso periodo pre-pandemico (+4% degli arrivi). Stesso andamento per le presenze, che rappresentano il numero di pernottamenti da questi effettuati (+0,7%).

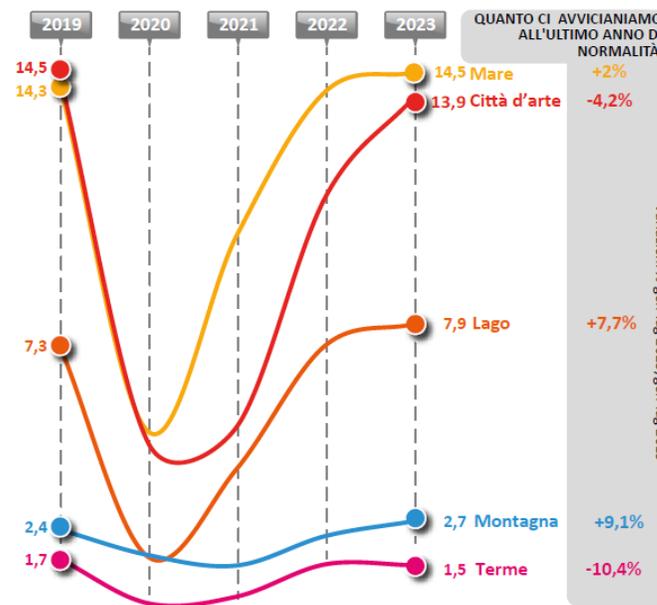
Boom di turisti stranieri, aumentati molto rispetto all'anno precedente (arrivi +29,6%, presenze +16,4%) tanto da superare i record 2019 (arrivi +2%, presenze +1,7%). Il numero di italiani è largamente superiore anche alla situazione pre-pandemica (+7,8%), ma non ancora nelle presenze (-1,5%), soprattutto per soggiorni più brevi nelle città, al mare e alle terme.

Nel complesso mare, lago e montagna vedono flussi molto importanti (tutti con presenze superiori al 2019), mentre le città d'arte grazie al veloce recupero (+23,6% di presenze rispetto a gennaio-luglio 2022) si stanno avvicinando a grandi passi a quanto si registrava prima della pandemia (-4,2%).

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

FORTE RIPRESA, CON CIFRE SUPERIORI ALLA SITUAZIONE PRE-PANDEMICA PER MARE, LAGO E MONTAGNA

Milioni di presenze turistiche nei comprensori turistici. Periodo gennaio-luglio di ogni anno (DATI PROVVISORI)



2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

Bollettino socio-economico del Veneto
I principali dati congiunturali

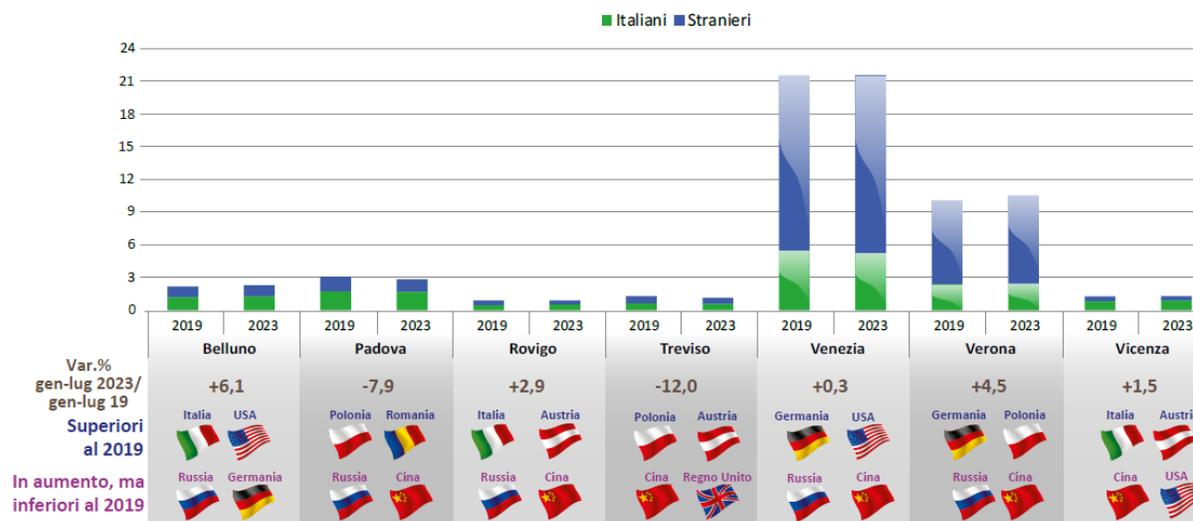
ottobre 2023

 Turismo



TERRITORI CON DIVERSE VELOCITÀ DI RIPRESA

Presenze turistiche per provincia visitata (milioni). Periodo gennaio-luglio 2019 e 2023 (DATI PROVVISORI)



Il ritorno alle cifre pre-pandemiche avviene sul territorio con velocità diverse, in base alla tipologia di offerta e all'apertura internazionale. Le province di Belluno, Rovigo, Venezia, Verona e Vicenza hanno registrato nei primi sette mesi 2023 più pernottamenti di quanti rilevati nello stesso periodo del 2019, soprattutto per l'interesse dimostrato dai clienti più affezionati e di prossimità, ma anche per il ritorno degli americani. In tutte le destinazioni pesa la riduzione degli importanti flussi provenienti dai Paesi asiatici e dalla Russia per i noti eventi internazionali.

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

2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

Bollettino socio-economico del Veneto I principali dati congiunturali

ottobre 2023



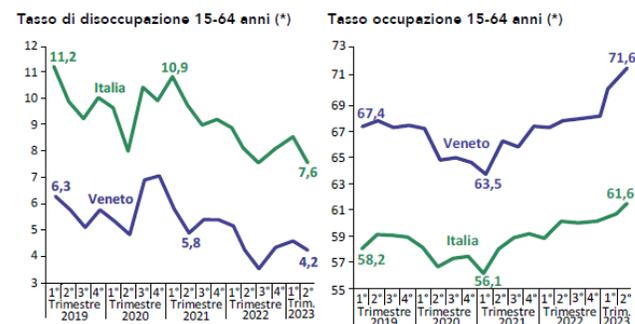
Mercato del Lavoro



CONTINUA LA RIPRESA OCCUPAZIONALE NEL 2023

	Veneto			Italia
	Maschi	Femmine	Totale	Totale
OCCUPATI				
Numero				
Il Trimestre 2023	1.273.325	986.605	2.259.930	23.647.388
Var % Il Trim. 2023/ Il Trim. 2022	4,3	6,1	5,1	1,7
Var % 2022 / 2019	-0,8	0,1	-0,4	0,0
Tasso di occupazione				
2022	75,7	59,8	67,8	60,1
2021	73,5	57,7	65,7	58,2
2020	74,5	55,8	65,2	57,5
2019	76,0	59,0	67,5	59,0
DISOCCUPATI				
Numero				
Il Trimestre 2023	47.214	50.713	97.927	1.904.696
Var % Il Trim. 2023/ Il Trim. 2022	47,3	-10,7	10,2	-5,0
Var % 2022 / 2019	-24,1	-28,2	-26,4	-20,2
Tasso di disoccupazione				
2022	3,4	5,4	4,3	8,2
2021	4,6	6,2	5,3	9,5
2020	4,7	7,6	5,9	9,3
2019	4,3	7,3	5,6	9,9

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



Il 2023 si apre con buone notizie. Rispetto al primo trimestre 2022, nei primi tre mesi del 2023 gli occupati veneti aumentano, soprattutto grazie alla componente femminile che cresce del +4,3%. Questa tendenza prosegue anche nel secondo trimestre: infatti, rispetto allo stesso periodo del 2022, il numero di occupati cresce del +5,1%, suddiviso dall'aumento femminile del +6,1% e quello maschile del +4,3%. Il tasso di occupazione in un anno sale sia tra gli uomini che tra le donne per arrivare complessivamente al 71,6% rispetto al 67,7% del secondo trimestre 2022. Contemporaneamente, a una crescita dei disoccupati si assiste una forte diminuzione degli inattivi che probabilmente si inseriscono nuovamente con speranza nel mercato del lavoro.

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

2.1. LA SITUAZIONE IN VENETO

Bollettino socio-economico del Veneto I principali dati congiunturali

ottobre 2023



Mercato del Lavoro

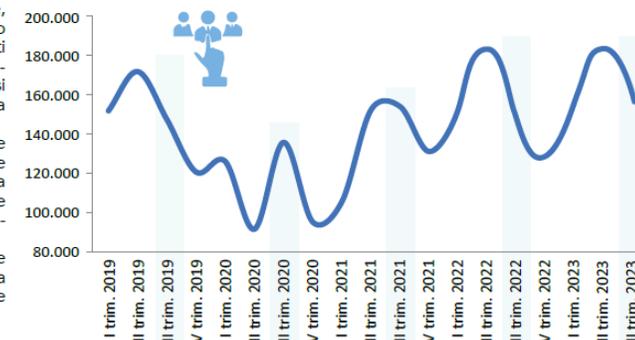
NEGLI ULTIMI MESI LA CRESCITA VIVACE RALLENTA

Gli ultimi dati pubblicati da Veneto Lavoro, relativamente ai lavoratori dipendenti nelle imprese venete private, confermano il bilancio positivo di ripresa occupazionale, iniziata nei primi mesi dell'anno, del nostro mercato del lavoro. E' tuttavia confermato il rallentamento della crescita negli ultimi mesi con la progressiva erosione dei risultati particolarmente positivi registrati nella prima parte dell'anno. L'ammontare complessivo delle assunzioni nel periodo gennaio-settembre 2023 si mantiene elevato (quasi 495mila), ancora al di sopra del 2019 (+4,7%), ma si attesta su valori pressoché in linea con quelli registrati nell'anno precedente (+0,3%).

Il bilancio positivo per il complessivo contesto regionale è riconducibile alle province di Venezia e Verona, territori nei quali il volume di assunzioni registrato, oltre che essere al di sopra dei valori rilevati nelle altre province venete, è anche al di sopra di quello osservato nell'anno precedente; viceversa, nelle altre province venete le assunzioni sono in diminuzione. Rispetto al 2022, di più gli stranieri i giovani e i lavoratori più anziani assunti, mentre in calo quelli delle fasce d'età centrali.

Dal punto di vista settoriale, a fronte di una sostanziale stabilità rispetto al 2022 delle assunzioni nel settore primario, si registra una crescita del +2,5% nei servizi e una flessione del -5% nell'industria. In particolare, il traino positivo è rappresentato dalle buone performance del settore turistico e dal commercio al dettaglio.

Assunzioni a tempo indeterminato, determinato e di apprendistato. Veneto



Assunzioni (*) per caratteristica demografica. Confronto periodo gennaio-settembre 2022:2023. Veneto



(*) 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 (*) per macrosettore e per alcuni settori nel periodo gennaio-settembre. Anni 2022:2023. Veneto

	Agricoltura	Industria	Servizi	solo Commercio al dettaglio	solo Servizi turistici	Totale
2022	57.541	127.919	308.174	29.213	123.259	493.634
2023	57.524	121.560	315.885	31.770	128.393	494.969
Var. % 2023/2022	0,0	-5,0	2,5	8,8	4,2	0,3

2.2. IL TURISMO in Veneto

Superate le cifre record del 2019: nel periodo gennaio-settembre 2023 i turisti che hanno soggiornato in Veneto sono maggiori dello stesso periodo pre-Covid (+3,6% degli arrivi), e lo stesso vale per le presenze (+0,4%).

Il 2023 evidenzia un forte recupero anche rispetto allo stesso periodo 2022 (arrivi +16,4%, presenze +8,4%), grazie al forte ritorno degli stranieri. Ottimi i risultati del mese di settembre, con temperature favorevoli al prolungamento della stagione estiva.

Nei primi nove mesi dell'anno, il numero di italiani è ampiamente superiore anche alla situazione pre-pandemica (+4,6%), ma non ancora nelle presenze (-5,1%), per la scelta di soggiorni generalmente più brevi.

Aumentano gli stranieri rispetto al periodo pre-Covid (+3,1%), così come i loro pernottamenti (+2,9%). La forte attrattività esercitata sui *repeater* è sottolineata dal +11,1% delle presenze tedesche, sempre rispetto al periodo pre-pandemia, +6,7% di quelle austriache, +4,6% di quelle olandesi, oltre ad un importante ritorno degli americani (+14,2% rispetto al 2019). Mancano, però, ancora all'appello diversi turisti inglesi, oltre ad asiatici e russi.

Lago, montagna, terme e mare registrano flussi molto considerevoli (tutti con arrivi superiori al 2019). Anche le città d'arte, grazie al veloce recupero (+25,2% di arrivi rispetto a gennaio-settembre 2022), si avvicinano alle cifre pre-pandemiche (-0,5%).

Per un approfondimento si possono consultare le tabelle sul movimento turistico nel periodo di gennaio-settembre 2023, confrontato con lo stesso periodo degli anni precedenti:

2.2. IL TURISMO in Veneto

Movimento di turisti per mese

Periodo gen-set 2023 e confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente e del 2019 pre-pandemico

	Arrivi (migliaia)					Presenze (migliaia)				
	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19
Gennaio	724	404	755	87,0	4,4	1.960	1.175	1.945	65,6	-0,7
Febbraio	839	565	851	50,5	1,4	2.069	1.433	2.099	46,4	1,5
Marzo	1.097	718	1.029	43,2	-6,2	2.687	1.904	2.488	30,7	-7,4
Aprile	1.670	1.410	1.808	28,2	8,2	4.586	3.968	4.777	20,4	4,2
Maggio	1.811	1.602	1.983	23,8	9,4	5.310	4.954	6.101	23,1	14,9
Giugno	2.685	2.511	2.590	3,2	-3,5	10.351	10.103	9.978	-1,2	-3,6
Luglio	2.853	2.928	3.127	6,8	9,6	13.168	12.791	13.037	1,9	-1,0
Agosto	3.057	2.804	2.962	5,6	-3,1	14.541	13.835	14.020	1,3	-3,6
Settembre	2.137	2.079	2.373	14,1	11,0	8.062	7.931	8.532	7,6	5,8
Totale periodo	16.873	15.021	17.477	16,4	3,6	62.736	58.094	62.978	8,4	0,4

2.2. IL TURISMO in Veneto

TIPO DI STRUTTURA RICETTIVA

		Arrivi (migliaia)					Presenze (migliaia)				
		2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19
Alberghieri	Gennaio	576	310	554	78,7	-3,9	1.341	759	1.248	64,4	-6,9
	Febbraio	662	419	613	46,3	-7,4	1.426	939	1.343	43,0	-5,9
	Marzo	857	533	739	38,6	-13,8	1.877	1.277	1.619	26,8	-13,7
	Aprile	1.102	865	1.079	24,8	-2,1	2.492	2.053	2.348	14,4	-5,8
	Maggio	1.208	988	1.148	16,2	-5,0	2.788	2.470	2.656	7,5	-4,7
	Giugno	1.504	1.330	1.401	5,3	-6,8	4.029	3.785	3.673	-3,0	-8,8
	Luglio	1.571	1.482	1.567	5,8	-0,3	4.703	4.419	4.420	0,0	-6,0
	Agosto	1.616	1.446	1.487	2,9	-8,0	5.083	4.730	4.644	-1,8	-8,6
	Settembre	1.357	1.215	1.338	10,1	-1,4	3.661	3.305	3.508	6,2	-4,2
	Totale periodo	10.454	8.587	9.925	15,6	-5,1	27.401	23.737	25.459	7,3	-7,1
Extralberghieri	Gennaio	148	94	202	114,0	36,7	619	415	697	67,9	12,7
	Febbraio	177	146	238	62,5	34,1	643	495	756	52,9	17,7
	Marzo	240	186	290	56,4	21,0	810	627	870	38,6	7,3
	Aprile	568	545	729	33,8	28,4	2.094	1.915	2.429	26,9	16,0
	Maggio	604	614	835	36,0	38,3	2.522	2.484	3.444	38,7	36,6
	Giugno	1.181	1.180	1.189	0,7	0,7	6.322	6.318	6.306	-0,2	-0,3
	Luglio	1.282	1.446	1.560	7,9	21,7	8.465	8.371	8.616	2,9	1,8
	Agosto	1.441	1.358	1.475	8,6	2,3	9.458	9.105	9.375	3,0	-0,9
	Settembre	780	864	1.035	19,7	32,7	4.401	4.626	5.024	8,6	14,2
	Totale periodo	6.419	6.434	7.552	17,4	17,6	35.334	34.357	37.518	9,2	6,2

2.2. IL TURISMO in Veneto

PROVENIENZA

		Arrivi (migliaia)					Presenze (migliaia)				
		2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19
Italiani	Gennaio	359	294	430	46,4	19,9	995	821	1.092	32,9	9,7
	Febbraio	383	352	421	19,7	9,9	924	821	963	17,3	4,2
	Marzo	477	398	461	15,8	-3,5	1.131	972	1.043	7,4	-7,7
	Aprile	609	617	689	11,5	13,1	1.570	1.452	1.604	10,5	2,2
	Maggio	527	601	551	-8,2	4,5	1.394	1.483	1.351	-8,9	-3,1
	Giugno	827	900	856	-4,9	3,6	2.906	3.067	2.869	-6,4	-1,3
	Luglio	770	893	850	-4,8	10,4	3.617	3.601	3.431	-4,7	-5,1
	Agosto	1.018	947	885	-6,6	-13,1	5.011	4.437	4.215	-5,0	-15,9
	Settembre	616	650	701	7,8	13,8	2.037	1.915	2.020	5,5	-0,8
	Totale periodo	5.586	5.651	5.843	3,4	4,6	19.584	18.569	18.587	0,1	-5,1
Stranieri	Gennaio	365	111	326	194,6	-10,9	964	353	854	141,7	-11,5
	Febbraio	456	214	430	101,3	-5,8	1.145	613	1.137	85,5	-0,8
	Marzo	619	321	568	77,3	-8,2	1.556	932	1.445	55,0	-7,2
	Aprile	1.061	792	1.119	41,3	5,5	3.017	2.516	3.173	26,1	5,2
	Maggio	1.284	1.001	1.431	43,0	11,5	3.916	3.471	4.750	36,9	21,3
	Giugno	1.858	1.610	1.734	7,7	-6,7	7.445	7.037	7.110	1,0	-4,5
	Luglio	2.083	2.035	2.277	11,9	9,3	9.552	9.190	9.606	4,5	0,6
	Agosto	2.039	1.857	2.077	11,8	1,9	9.530	9.398	9.805	4,3	2,9
	Settembre	1.521	1.429	1.672	17,0	9,9	6.025	6.016	6.512	8,2	8,1
	Totale periodo	11.287	9.370	11.634	24,2	3,1	43.151	39.525	44.391	12,3	2,9

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

2.2. IL TURISMO in Veneto

Movimento di turisti per provincia di destinazione

Periodo gen-set 2023 e confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente e del 2019 pre-pandemico

	Arrivi (migliaia)					Presenze (migliaia)				
	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19
Belluno	888	848	994	17,2	11,9	3.292	2.976	3.408	14,5	3,5
Padova	1.398	1.166	1.405	20,5	0,5	4.096	3.579	3.813	6,5	-6,9
Rovigo	276	252	274	8,8	-0,6	1.480	1.395	1.501	7,6	1,4
Treviso	777	558	737	32,0	-5,1	1.705	1.245	1.554	24,8	-8,9
Venezia	8.575	7.586	8.827	16,4	2,9	34.596	32.181	34.468	7,1	-0,4
Verona	4.299	4.065	4.579	12,6	6,5	15.828	15.145	16.442	8,6	3,9
Vicenza	661	545	662	21,4	0,1	1.737	1.573	1.792	14,0	3,2
Totale	16.873	15.021	17.477	16,4	3,6	62.736	58.094	62.978	8,4	0,4

2.2. IL TURISMO in Veneto

TIPO DI STRUTTURA RICETTIVA

		Arrivi (migliaia)					Presenze (migliaia)				
		2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19
Alberghieri	Belluno	547	513	577	12,5	5,5	1.783	1.577	1.749	10,9	-1,9
	Padova	1.248	1.023	1.209	18,2	-3,1	3.349	2.953	3.045	3,1	-9,1
	Rovigo	117	90	103	14,8	-11,4	256	205	228	11,1	-11,1
	Treviso	601	395	511	29,4	-15,1	1.084	760	921	21,3	-15,0
	Venezia	5.053	4.043	4.737	17,2	-6,3	13.489	11.606	12.543	8,1	-7,0
	Verona	2.348	2.099	2.275	8,4	-3,1	6.274	5.682	5.889	3,6	-6,1
	Vicenza	539	425	514	20,9	-4,7	1.166	954	1.084	13,7	-7,0
	Totale	10.454	8.587	9.925	15,6	-5,1	27.401	23.737	25.459	7,3	-7,1
Extralberghieri	Belluno	341	336	417	24,3	22,2	1.509	1.399	1.659	18,6	9,9
	Padova	149	144	196	36,3	31,0	747	626	768	22,6	2,8
	Rovigo	159	162	171	5,4	7,3	1.224	1.190	1.273	7,0	4,0
	Treviso	175	164	226	38,3	29,2	621	485	632	30,3	1,8
	Venezia	3.522	3.543	4.090	15,5	16,1	21.108	20.574	21.925	6,6	3,9
	Verona	1.951	1.966	2.303	17,2	18,1	9.554	9.464	10.553	11,5	10,5
	Vicenza	121	120	148	23,4	21,6	571	619	708	14,4	23,9
	Totale	6.419	6.434	7.552	17,4	17,6	35.334	34.357	37.518	9,2	6,2

2.2. IL TURISMO in Veneto

PROVENIENZA

		Arrivi (migliaia)					Presenze (migliaia)				
		2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19
Italiani	Belluno	480	477	498	4,4	3,9	2.020	1.909	1.982	3,8	-1,9
	Padova	795	785	869	10,7	9,3	2.308	2.247	2.226	-1,0	-3,6
	Rovigo	153	162	167	3,0	9,1	753	769	834	8,4	10,7
	Treviso	339	300	346	15,4	2,1	803	655	724	10,6	-9,7
	Venezia	2.045	2.128	2.085	-2,0	2,0	9.221	8.625	8.345	-3,2	-9,5
	Verona	1.393	1.429	1.462	2,3	4,9	3.379	3.267	3.277	0,3	-3,0
	Vicenza	381	369	416	12,6	9,0	1.101	1.097	1.199	9,4	8,9
	Totale	5.586	5.651	5.843	3,4	4,6	19.584	18.569	18.587	0,1	-5,1
Stranieri	Belluno	408	371	496	33,6	21,4	1.272	1.067	1.426	33,7	12,1
	Padova	602	381	536	40,5	-11,0	1.788	1.332	1.587	19,1	-11,2
	Rovigo	123	90	107	19,1	-12,7	727	626	667	6,6	-8,3
	Treviso	438	258	391	51,2	-10,7	903	590	829	40,6	-8,1
	Venezia	6.531	5.457	6.742	23,5	3,2	25.375	23.556	26.123	10,9	2,9
	Verona	2.906	2.636	3.117	18,2	7,3	12.450	11.878	13.165	10,8	5,7
	Vicenza	279	176	246	40,0	-12,0	636	476	593	24,6	-6,8
	Totale	11.287	9.370	11.634	24,2	3,1	43.151	39.525	44.391	12,3	2,9

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

2.2. IL TURISMO in Veneto

TIPO DI STRUTTURA RICETTIVA

		Arrivi (migliaia)					Presenze (migliaia)				
		2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19
				2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2019	2022	2023
Alberghieri	Dolomiti	484	458	515	12,5	6,4	1.643	1.463	1.625	11,0	-1,1
	Belluno - Feltre - Alpago	62	54	61	12,4	-2,1	140	114	125	9,2	-11,4
	Treviso	601	395	511	29,4	-15,1	1.084	760	921	21,3	-15,0
	Bibione	256	273	276	1,1	7,8	1.243	1.281	1.246	-2,7	0,2
	Jesolo - Eraclea	1.048	917	1.033	12,7	-1,4	3.775	3.400	3.569	4,9	-5,5
	Venezia	3.306	2.381	2.922	22,7	-11,6	6.670	5.134	5.877	14,5	-11,9
	Chioggia	110	113	122	7,6	10,1	373	333	336	0,9	-9,9
	Padova	653	491	605	23,1	-7,4	1.125	928	1.045	12,6	-7,1
	Terme Euganee	595	532	604	13,7	1,5	2.224	2.025	1.999	-1,3	-10,1
	Vicenza	487	367	453	23,5	-6,9	996	777	910	17,2	-8,6
	Altipiano di Asiago	52	58	60	4,1	16,6	170	177	174	-1,9	2,5
	Garda	1.269	1.216	1.268	4,3	-0,1	4.230	4.071	4.065	-0,1	-3,9
	Verona	1.079	883	1.007	14,0	-6,7	2.044	1.611	1.823	13,2	-10,8
	Rovigo	117	90	103	14,8	-11,4	256	205	228	11,1	-11,1
Cavallino-Treporti	52	53	56	6,8	9,3	239	240	246	2,8	3,1	
Caorle	281	306	327	7,0	16,7	1.188	1.219	1.270	4,1	6,8	
	Totale	10.454	8.587	9.925	15,6	-5,1	27.401	23.737	25.459	7,3	-7,1
Extralberghieri	Dolomiti	275	270	338	25,1	23,0	1.244	1.168	1.394	19,3	12,0
	Belluno - Feltre - Alpago	67	66	80	21,0	19,2	265	230	265	15,2	0,0
	Treviso	175	164	226	38,3	29,2	621	485	632	30,3	1,8
	Bibione	546	534	560	4,9	2,5	4.552	4.157	4.123	-0,8	-9,4
	Jesolo - Eraclea	277	284	316	11,5	14,2	2.256	2.230	2.387	7,0	5,8
	Venezia	1.450	1.365	1.775	30,0	22,4	4.201	3.640	4.515	24,1	7,5
	Chioggia	152	183	212	15,6	39,1	988	1.121	1.275	13,8	29,1
	Padova	116	115	164	42,4	41,0	602	511	642	25,6	6,6
	Terme Euganee	33	28	32	11,6	-3,9	145	115	126	9,5	-13,3
	Vicenza	100	93	117	26,4	16,9	397	344	397	15,3	0,0
	Altipiano di Asiago	21	27	31	12,9	43,8	174	275	311	13,2	78,6
	Garda	1.385	1.416	1.590	12,3	14,8	8.057	8.149	8.903	9,3	10,5
	Verona	566	550	714	29,7	26,2	1.497	1.315	1.650	25,5	10,2
	Rovigo	159	162	171	5,4	7,3	1.224	1.190	1.273	7,0	4,0
Cavallino-Treporti	715	771	793	2,9	10,9	5.953	6.337	6.419	1,3	7,8	
Caorle	381	406	434	6,9	14,0	3.157	3.090	3.206	3,8	1,6	
	Totale	6.419	6.434	7.552	17,4	17,6	35.334	34.357	37.518	9,2	6,2

2.2. IL TURISMO in Veneto

PROVENIENZA

		Arrivi (migliaia)					Presenze (migliaia)				
		2019	2022	2023	Var%	Var%	2019	2022	2023	Var%	Var%
					2023/22	2023/19				2023/22	2023/19
Italiani	Dolomiti	399	402	414	2,8	3,6	1.749	1.685	1.740	3,3	-0,5
	Belluno - Feltre - Alpago	81	75	85	13,0	5,1	271	224	242	8,0	-10,5
	Treviso	339	300	346	15,4	2,1	803	655	724	10,6	-9,7
	Bibione	245	229	221	-3,3	-9,5	1.686	1.399	1.274	-8,9	-24,4
	Jesolo - Eraclea	547	544	542	-0,4	-1,0	2.509	2.409	2.338	-3,0	-6,8
	Venezia	668	733	692	-5,6	3,7	1.689	1.568	1.504	-4,1	-10,9
	Chioggia	172	185	200	8,1	16,4	869	828	908	9,7	4,5
	Padova	378	362	408	12,7	7,8	964	882	929	5,3	-3,6
	Terme Euganee	417	423	461	9,0	10,6	1.345	1.366	1.297	-5,0	-3,5
	Vicenza	314	289	330	14,1	5,3	778	663	731	10,2	-6,0
	Altipiano di Asiago	68	80	85	7,2	26,4	323	434	469	8,1	44,9
	Garda	703	730	719	-1,6	2,3	1.891	1.924	1.857	-3,5	-1,8
	Verona	691	699	743	6,4	7,6	1.487	1.343	1.420	5,8	-4,5
	Rovigo	153	162	167	3,0	9,1	753	769	834	8,4	10,7
	Cavallino-Treporti	173	182	170	-6,6	-1,8	1.066	1.056	997	-5,7	-6,5
Caorle	240	256	260	1,9	8,4	1.402	1.364	1.324	-2,9	-5,5	
Stranieri	Dolomiti	360	326	440	34,9	22,2	1.137	947	1.279	35,1	12,4
	Belluno - Feltre - Alpago	49	45	56	24,0	15,2	135	120	147	22,8	9,2
	Treviso	438	258	391	51,2	-10,7	903	590	829	40,6	-8,1
	Bibione	558	578	615	6,3	10,2	4.110	4.038	4.094	1,4	-0,4
	Jesolo - Eraclea	778	657	808	23,1	3,9	3.522	3.221	3.618	12,3	2,7
	Venezia	4.089	3.013	4.005	32,9	-2,1	9.183	7.205	8.887	23,3	-3,2
	Chioggia	91	111	133	20,0	46,9	492	626	703	12,3	42,9
	Padova	391	244	361	47,8	-7,7	764	558	759	36,0	-0,6
	Terme Euganee	211	137	175	27,6	-17,2	1.024	774	828	7,0	-19,2
	Vicenza	274	170	241	41,1	-12,2	616	458	577	26,0	-6,3
	Altipiano di Asiago	5	5	5	2,7	0,2	20	18	16	-11,5	-21,3
	Garda	1.952	1.901	2.139	12,5	9,6	10.396	10.296	11.112	7,9	6,9
	Verona	954	735	977	33,0	2,5	2.054	1.583	2.053	29,7	0,0
	Rovigo	123	90	107	19,1	-12,7	727	626	667	6,6	-8,3
	Cavallino-Treporti	593	642	679	5,9	14,5	5.125	5.520	5.668	2,7	10,6
Caorle	421	456	501	9,8	19,0	2.944	2.945	3.152	7,0	7,1	
Totale	11.287	9.370	11.634	24,2	3,1	43.151	39.525	44.391	12,3	2,9	

2.2. IL TURISMO in Veneto

Movimento di turisti stranieri per stato di provenienza

Periodo gen-set 2023 e confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente e del 2019 pre-pandemico

	Arrivi (migliaia)					Presenze (migliaia)															
	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	
	Argentina	79	44	68	53,5	-14,4	170	94	139	47,7	-18,2	Portogallo	59	55	68	23,1	15,6	146	132	157	18,9
Australia	158	61	182	197,2	15,3	393	150	427	185,4	8,8	Regno Unito	606	452	545	20,4	-10,1	2.272	1.630	1.889	15,9	-16,9
Austria	845	906	941	3,8	11,3	3.615	3.840	3.858	0,5	6,7	Repubblica Ceca	221	219	274	25,2	23,8	1.175	1.017	1.228	20,7	4,5
Belgio	147	157	155	-1,1	5,4	626	633	606	-4,3	-3,3	Romania	137	150	209	38,9	52,4	481	484	626	29,5	30,2
Brasile	166	80	148	83,9	-11,3	366	184	322	75,0	-12,2	Russia	268	46	69	50,7	-74,1	856	137	194	42,0	-77,3
Bulgaria	42	31	52	63,9	23,1	105	79	123	56,2	17,0	Slovacchia	65	72	94	30,2	45,9	347	341	429	26,1	23,8
Canada	157	112	170	52,2	8,4	367	257	381	48,5	3,9	Slovenia	62	68	89	31,5	43,4	186	173	233	34,6	25,3
Cina	578	45	156	243,0	-73,1	808	92	250	171,1	-69,1	Spagna	319	263	358	36,0	12,3	717	589	761	29,1	6,1
Cipro	4	6	8	28,1	89,1	11	14	19	31,0	68,5	Sud africa	21	9	15	55,8	-30,5	52	23	33	39,6	-36,9
Corea del Sud	216	45	171	278,9	-20,9	319	77	243	217,7	-23,7	Svezia	90	76	82	7,1	-9,3	315	232	249	7,4	-20,9
Croazia	75	59	94	59,1	24,2	160	119	170	42,8	6,3	Svizzera-Liecht.	346	367	376	2,3	8,5	1.628	1.716	1.675	-2,4	2,9
Danimarca	152	162	167	2,8	9,6	1.070	1.056	1.074	1,7	0,4	Turchia	64	38	86	126,4	33,7	129	79	162	105,3	25,9
Egitto	8	7	9	40,2	8,1	28	22	38	72,1	38,7	Ucraina	110	84	116	38,1	5,1	259	241	308	27,7	18,9
Estonia	11	17	22	27,5	96,0	34	45	55	23,2	61,4	Ungheria	175	150	210	39,4	19,6	744	577	787	36,4	5,8
Finlandia	36	39	45	16,3	26,7	115	111	133	19,7	15,1	U.s.a.	897	743	1.031	38,7	14,8	2.008	1.725	2.293	32,9	14,2
Francia	549	516	578	12,0	5,2	1.660	1.521	1.653	8,7	-0,5	Venezuela	5	5	7	41,9	36,2	15	12	16	27,5	4,2
Germania	2.548	2.748	2.881	4,9	13,1	15.023	16.407	16.696	1,8	11,1	Altri America	140	105	139	32,7	-0,5	280	206	265	28,6	-5,2
Giappone	176	18	67	276,6	-62,3	286	39	119	206,1	-58,3	Altri paesi Africa	66	2	2	34,3	-96,7	123	4	5	19,2	-95,8
Grecia	39	36	50	41,1	28,3	100	89	119	34,0	19,0	Altri Paesi Africa Mediterranea	23	16	20	25,1	-11,6	91	48	59	21,3	-35,6
India	137	43	92	113,4	-32,6	220	82	156	90,1	-29,2	Altri Paesi Asia Occidentale	24	20	26	27,7	6,5	75	58	71	22,6	-5,8
Irlanda	89	103	119	15,4	33,1	495	520	586	12,5	18,4	Altri Paesi asiatici	67	48	76	56,2	12,6	173	134	179	33,0	3,4
Islanda	5	9	7	-18,7	37,8	21	28	23	-20,8	7,0	Altri paesi europei	197	86	173	100,9	-12,6	371	201	337	67,3	-9,4
Israele	95	93	122	30,3	28,2	320	280	352	25,8	10,0	Totale stranieri	11.287	9.370	11.634	24,2	3,1	479	354	502	41,5	4,8
Lettonia	12	20	20	1,6	65,8	38	53	53	0,2	39,5	43.151	39.525	44.391	12,3	2,9						
Lituania	27	30	35	14,9	31,1	70	77	83	6,6	18,7											
Lussemburgo	9	11	11	0,8	14,6	44	43	43	-0,5	-2,5											
Malta	10	11	13	14,6	25,8	34	36	39	8,6	15,1											
Messico	87	66	119	79,2	36,9	154	111	187	68,4	21,2											
Norvegia	56	50	55	9,8	-3,2	192	156	175	12,0	-8,9											
Nuova Zelanda	24	9	27	208,7	10,8	59	20	60	200,9	1,0											
Paesi Bassi	310	342	354	3,3	14,3	2.072	2.102	2.167	3,1	4,6											
Polonia	294	290	439	51,4	49,0	1.253	1.072	1.586	47,9	26,6											

2.2. IL TURISMO in Veneto

Movimento di turisti italiani per regione di provenienza

Periodo gen-set 2023 e confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente e del 2019 pre-pandemico

	Arrivi (migliaia)					Presenze (migliaia)				
	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19
Abruzzo	62	58	65	10,4	3,5	174	155	167	8,3	-3,8
Basilicata	20	19	21	7,9	1,1	69	60	63	5,4	-8,4
Calabria	54	56	59	5,6	9,0	185	175	175	-0,2	-5,5
Campania	199	185	202	9,5	1,4	618	551	575	4,3	-6,9
Emilia-Romagna	456	447	471	5,5	3,4	1.161	1.084	1.091	0,6	-6,0
Friuli-Venezia Giulia	218	224	226	0,9	3,7	784	711	699	-1,7	-10,9
Lazio	344	320	346	8,2	0,5	980	900	938	4,2	-4,3
Liguria	109	103	107	4,7	-1,8	284	246	251	2,4	-11,4
Lombardia	1.180	1.216	1.250	2,8	5,9	3.929	3.778	3.710	-1,8	-5,6
Marche	106	105	115	10,2	8,3	275	245	267	8,9	-2,9
Molise	13	12	13	15,4	6,2	37	35	40	14,6	7,9
Piemonte	342	335	351	4,8	2,5	1.006	920	929	1,0	-7,7
Puglia	151	150	155	3,1	2,2	509	465	465	0,0	-8,6
Sardegna	53	63	61	-3,5	14,3	174	174	166	-4,6	-4,7
Sicilia	145	150	158	5,6	9,0	511	496	500	0,9	-2,0
Toscana	251	243	264	8,3	5,1	629	572	602	5,2	-4,2
Trentino-Alto Adige	315	331	340	2,7	7,8	1.173	1.183	1.161	-1,9	-1,1
Umbria	53	52	56	6,6	4,5	147	134	139	3,7	-5,4
Valle d'Aosta	11	10	11	5,9	0,4	33	28	28	0,0	-13,4
Veneto	1.502	1.574	1.575	0,0	4,8	6.907	6.657	6.620	-0,6	-4,1
Totale italiani	5.586	5.651	5.843	3,4	4,6	19.584	18.569	18.587	0,1	-5,1

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

2.2. IL TURISMO in Veneto

Movimento di turisti per tipologia di struttura ricettiva

Periodo gen-set 2023 e confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente e del 2019 pre-pandemico

		Arrivi (migliaia)					Presenze (migliaia)				
		2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19
Alberghieri	Alberghi 2 e 1 stella	754	691	733	6,1	-2,7	2.232	1.960	2.018	2,9	-9,6
	Alberghi 3 stelle e res.tur.alb.	4.119	3.605	4.085	13,3	-0,8	11.905	10.483	11.268	7,5	-5,4
	Alberghi 4 stelle	5.121	3.835	4.639	21,0	-9,4	11.988	10.001	10.902	9,0	-9,1
	Alberghi 5 stelle	459	456	469	2,7	2,1	1.276	1.293	1.271	-1,7	-0,3
	Totale	10.454	8.587	9.925	15,6	-5,1	27.401	23.737	25.459	7,3	-7,1
Extralberghieri	Agriturismi	276	318	373	17,3	35,0	881	951	1.066	12,1	20,9
	Campeggi e villaggi turistici	2.589	2.671	2.899	8,6	12,0	17.883	18.483	19.530	5,7	9,2
	Altri esercizi	3.554	3.446	4.280	24,2	20,4	16.570	14.923	16.922	13,4	2,1
	Totale	6.419	6.434	7.552	17,4	17,6	35.334	34.357	37.518	9,2	6,2
Totale generale		16.873	15.021	17.477	16,4	3,6	62.736	58.094	62.978	8,4	0,4

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

2.2. IL TURISMO in Veneto

Movimento di turisti per comprensorio di destinazione

Periodo gen-set 2023 e confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente e del 2019 pre-pandemico

	Arrivi (migliaia)					Presenze (migliaia)				
	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19
Balneare	3.943	3.990	4.248	6,5	7,7	24.902	24.537	25.221	2,8	1,3
Città d'arte	8.815	7.004	8.768	25,2	-0,5	19.826	15.989	19.029	19,0	-4,0
Lago	2.533	2.537	2.745	8,2	8,4	11.992	12.001	12.708	5,9	6,0
Montagna	984	952	1.108	16,4	12,6	3.724	3.487	3.968	13,8	6,6
Terme	598	538	609	13,0	1,8	2.290	2.079	2.052	-1,3	-10,4
Totale	16.873	15.021	17.477	16,4	3,6	62.736	58.094	62.978	8,4	0,4

2.2. IL TURISMO in Veneto

TIPO DI STRUTTURA RICETTIVA

		Arrivi (migliaia)					Presenze (migliaia)				
		2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19
Alberghieri	Balneare	1.755	1.699	1.818	7,0	3,6	7.014	6.671	6.838	2,5	-2,5
	Città d'arte	6.345	4.643	5.684	22,4	-10,4	12.157	9.363	10.796	15,3	-11,2
	Lago	1.165	1.144	1.187	3,7	1,9	4.040	3.919	3.901	-0,5	-3,4
	Montagna	611	579	646	11,7	5,8	1.992	1.777	1.949	9,7	-2,2
	Terme	577	522	590	13,1	2,2	2.197	2.007	1.976	-1,5	-10,1
	Totale	10.454	8.587	9.925	15,6	-5,1	27.401	23.737	25.459	7,3	-7,1
Extralberghieri	Balneare	2.188	2.291	2.430	6,1	11,0	17.888	17.866	18.383	2,9	2,8
	Città d'arte	2.470	2.361	3.084	30,6	24,9	7.669	6.626	8.233	24,2	7,4
	Lago	1.367	1.392	1.558	11,9	13,9	7.953	8.082	8.807	9,0	10,7
	Montagna	373	373	462	23,7	23,6	1.732	1.710	2.019	18,1	16,6
	Terme	21	17	19	11,7	-9,7	93	72	76	5,1	-17,9
	Totale	6.419	6.434	7.552	17,4	17,6	35.334	34.357	37.518	9,2	6,2

2.2. IL TURISMO in Veneto

PROVENIENZA

		Arrivi (migliaia)					Presenze (migliaia)				
		2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19	2019	2022	2023	Var% 2023/22	Var% 2023/19
Italiana	Balneare	1.437	1.464	1.453	-0,8	1,1	8.054	7.580	7.394	-2,4	-8,2
	Città d'arte	2.527	2.521	2.672	6,0	5,7	6.036	5.437	5.665	4,2	-6,1
	Lago	652	681	667	-2,1	2,4	1.757	1.818	1.743	-4,1	-0,8
	Montagna	568	574	604	5,3	6,3	2.426	2.398	2.519	5,1	3,8
	Terme	402	410	447	9,0	11,3	1.312	1.337	1.266	-5,3	-3,5
	Totale	5.586	5.651	5.843	3,4	4,6	19.584	18.569	18.587	0,1	-5,1
Straniera	Balneare	2.506	2.525	2.794	10,6	11,5	16.848	16.958	17.827	5,1	5,8
	Città d'arte	6.288	4.483	6.096	36,0	-3,0	13.790	10.553	13.364	26,6	-3,1
	Lago	1.881	1.855	2.078	12,0	10,5	10.235	10.183	10.964	7,7	7,1
	Montagna	416	378	504	33,3	21,2	1.299	1.089	1.450	33,1	11,6
	Terme	196	128	161	26,0	-17,7	978	742	786	6,0	-19,6
	Totale	11.287	9.370	11.634	24,2	3,1	43.151	39.525	44.391	12,3	2,9

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

2.3. IL TURISMO nell'OGD Padova nel periodo gennaio-settembre 2023

A seguire un prospetto delle presenze e arrivi turistici nei Comuni dell'OGD Padova nel periodo gennaio-settembre 2023.

In dettaglio, gli arrivi nei comuni afferenti all'OGD Padova nei primi nove mesi del 2023 crescono del 20,5% rispetto al 2022, e lo stesso vale per le presenze (+15,9%).

Il 2023 evidenzia una netta ripresa dei turisti stranieri (arrivi del+32% rispetto allo stesso periodo 2022, presenze del+27%), mentre per il turismo domestico la crescita è più contenuta (+6,05% le presenze nel periodo gennaio-settembre 2023 rispetto allo stesso periodo 2022, con gli arrivi che raggiungono quota +10%).

COMUNI OGD PADOVA-PRESENZE/ARRIVI TURISTICI GENNAIO-SETTEMBRE 2023						
	Totale presenze 2022	Totale presenze 2023	variazione %	Totale arrivi 2022	Totale arrivi 2023	variazione %
Italiani	725.699	772.442	+6,05	314.461	349.459	+10
Stranieri	484.972	666.855	+27	217.417	319.759	+32
Totale	1.210.671	1.439.297	+15,9	531.878	669.218	+20,5

2.3. IL TURISMO nell'OGD Padova nel periodo gennaio-settembre 2023

Anno **2023**

OGD PADOVA - Provenienza: italiani

Comuni	Arrivi									Totale arrivi
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	
28003 - Albignasego	560	556	592	886	803	711	729	667	1.003	6.507
28008 - Bagnoli di Sopra	0	0	1	9	4	8	10	1	4	37
28013 - Borgoricco	78	72	91	118	121	105	82	51	108	826
28017 - Campodarsego	319	584	398	645	555	509	445	126	565	4.146
28019 - Camposampiero	1.519	1.596	1.340	1.641	1.844	1.554	1.315	1.070	1.726	13.605
28034 - Conselve	106	179	274	348	161	171	105	83	178	1.605
28048 - Maserà di Padova	155	172	128	218	164	199	104	81	239	1.460
28060 - Padova	29.854	32.501	38.924	41.881	35.597	33.630	30.187	23.170	34.896	300.640
28064 - Piombino Dese	48	59	51	87	90	80	69	43	73	600
28069 - Ponte San Nicolò	670	708	767	991	859	822	793	488	934	7.032
28076 - San Giorgio in Bosco	144	102	105	121	108	139	150	86	182	1.137
28080 - Santa Giustina in Colle	6	5	6	21	10	16	13	17	7	101
28086 - Selvazzano Dentro	504	486	452	842	716	514	511	217	836	5.078
28093 - Trebaseleghe	141	224	227	294	249	276	195	101	237	1.944
28100 - Vigonza	218	194	214	277	277	337	264	187	394	2.362
28101 - Villa del Conte	237	208	228	272	315	283	274	268	294	2.379
										349.459

Non sono presenti i comuni i cui dati non garantiscono il rispetto del segreto statistico (art.9 del D.Lgs. 322/89) o un'adeguata copertura dell'indagine.

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

2.3. IL TURISMO nell'OGD Padova nel periodo gennaio-settembre 2023

Anno 2023

OGD PADOVA - Provenienza: stranieri

Comuni	Arrivi									Totale arrivi
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	
28003 - Albignasego	104	123	125	253	321	365	664	698	402	3.055
28008 - Bagnoli di Sopra	0	0	0	2	3	0	1	0	2	8
28013 - Borgoricco	17	16	19	39	39	37	61	44	24	296
28017 - Campodarsego	295	195	291	269	349	358	333	88	329	2.507
28019 - Camposampiero	599	360	357	946	1.051	1.177	1.446	994	1.260	8.190
28034 - Conselve	703	713	630	1.098	1.671	1.647	1.721	1.038	1.371	10.592
28048 - Maserà di Padova	47	54	30	81	84	79	156	92	104	727
28060 - Padova	12.097	13.570	16.464	31.783	36.810	36.607	48.014	47.699	39.288	282.332
28064 - Piombino Dese	28	18	21	73	96	62	64	118	113	593
28069 - Ponte San Nicolò	195	188	174	342	355	542	655	774	539	3.764
28076 - San Giorgio in Bosco	28	20	12	17	30	67	102	168	525	969
28086 - Selvazzano Dentro	199	120	342	434	461	422	463	519	853	3.813
28093 - Trebaseleghe	35	43	32	60	39	47	60	25	48	389
28100 - Vigonza	82	97	93	217	298	294	353	338	320	2.092
28101 - Villa del Conte	34	26	30	61	44	44	85	48	60	432
										319.759

Non sono presenti i comuni i cui dati non garantiscono il rispetto del segreto statistico (art.9 del D.Lgs. 322/89) o un'adeguata copertura dell'indagine.

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

2.3. IL TURISMO nell'OGD Padova nel periodo gennaio-settembre 2023

Anno **2023**

OGD PADOVA - **Provenienza: italiani**

Comuni	Presenze									Totale presenze
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	
28003 - Albignasego	1.184	1.192	1.217	1.705	1.658	1.536	1.529	1.569	2.339	13.929
28008 - Bagnoli di Sopra	0	0	2	18	4	10	10	2	10	56
28013 - Borgoricco	203	256	310	256	268	276	164	198	249	2.180
28017 - Campodarsego	498	975	595	1.061	874	823	635	236	874	6.571
28019 - Camposampiero	4.870	5.239	5.166	5.275	5.772	4.904	4.074	5.351	4.644	45.295
28034 - Conselve	203	344	598	803	348	317	257	232	309	3.411
28048 - Maserà di Padova	281	296	441	442	306	301	205	173	410	2.855
28060 - Padova	70.101	71.045	81.745	87.471	75.758	73.321	63.171	51.590	70.938	645.140
28064 - Piombino Dese	104	129	88	184	197	153	139	124	103	1.221
28076 - San Giorgio in Bosco	812	1.145	1.497	1.139	1.471	1.452	1.279	505	701	10.001
28080 - Santa Giustina in Colle	72	87	98	106	86	91	78	78	68	764
28086 - Selvazzano Dentro	916	993	1.018	1.791	1.388	934	1.101	586	1.383	10.110
28093 - Trebaseleghe	381	501	605	573	542	587	451	286	492	4.418
28100 - Vigonza	2.010	1.843	1.993	2.148	2.252	1.636	1.550	1.210	1.639	16.281
28101 - Villa del Conte	1.131	1.048	1.210	1.094	1.229	1.155	1.094	1.065	1.184	10.210
										772.442

Non sono presenti i comuni i cui dati non garantiscono il rispetto del segreto statistico (art.9 del D.Lgs. 322/89) o un'adeguata copertura dell'indagine.

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

2.3. IL TURISMO nell'OGD Padova nel periodo gennaio-settembre 2023

Anno 2023

OGD PADOVA - Provenienza: stranieri

Comuni	Presenze									Totale presenze
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	
28003 - Albignasego	242	296	481	663	747	854	1.361	1.767	881	7.292
28008 - Bagnoli di Sopra	0	0	0	6	3	0	1	0	2	12
28013 - Borgoricco	67	60	74	138	144	119	174	143	105	1.024
28017 - Campodarsego	776	485	617	494	715	751	646	228	617	5.329
28019 - Camposampiero	994	827	705	1.527	1.842	1.786	2.311	1.549	1.899	13.440
28034 - Conselve	750	865	666	1.142	1.863	1.729	1.852	1.136	1.434	11.437
28048 - Maserà di Padova	152	216	191	263	230	229	363	274	221	2.139
28060 - Padova	33.127	32.449	38.120	67.260	76.679	71.844	90.895	92.719	84.242	587.335
28064 - Piombino Dese	263	301	357	319	488	556	355	377	423	3.439
28069 - Ponte San Nicolò	441	461	334	627	699	751	905	1.573	973	6.764
28076 - San Giorgio in Bosco	91	167	99	124	79	116	200	370	974	2.220
28080 - Santa Giustina in Colle	124	113	125	52	0	4	21	0	24	463
28086 - Selvazzano Dentro	535	271	1.028	736	1.060	1.063	1.177	1.314	1.340	8.524
28093 - Trebaseleghe	142	158	132	237	134	119	157	79	183	1.341
28100 - Vigonza	1.239	1.276	1.178	1.490	1.835	1.485	1.746	1.900	1.325	13.474
28101 - Villa del Conte	175	153	147	281	331	307	408	359	461	2.622
										666.855

Non sono presenti i comuni i cui dati non garantiscono il rispetto del segreto statistico (art.9 del D.Lgs. 322/89) o un'adeguata copertura dell'indagine.

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

2.3. IL TURISMO nell'OGD Padova nel periodo gennaio-settembre 2023

Anno 2022

OGD PADOVA - Provenienza: italiani

Comuni	Arrivi									Totale arrivi
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	
28003 - Albignasego	265	344	552	726	721	796	585	533	796	5.318
28008 - Bagnoli di Sopra	0	0	0	0	0	8	7	5	4	24
28013 - Borgoricco	46	45	62	101	84	73	78	97	96	682
28017 - Campodarsego	209	339	385	460	437	492	432	162	491	3.407
28019 - Camposampiero	771	1.233	1.354	1.419	1.329	1.724	1.350	1.182	1.848	12.210
28034 - Conselve	91	84	70	162	189	166	186	120	71	1.139
28048 - Maserà di Padova	91	166	66	168	115	226	162	74	173	1.241
28060 - Padova	18.993	25.342	32.133	37.536	37.986	34.625	26.695	24.595	33.923	271.828
28064 - Piombino Dese	43	18	39	79	53	69	58	70	3	432
28069 - Ponte San Nicolò	381	482	672	900	776	844	689	389	886	6.019
28076 - San Giorgio in Bosco	95	163	192	266	202	209	122	196	329	1.774
28080 - Santa Giustina in Colle	11	4	4	8	15	10	5	3	13	73
28086 - Selvazzano Dentro	253	293	382	612	645	578	420	255	733	4.171
28093 - Trebaseleghe	135	130	136	178	197	174	200	96	250	1.496
28100 - Vigonza	175	243	268	361	328	405	226	205	364	2.575
28101 - Villa del Conte	171	160	219	254	272	260	233	215	288	2.072
										314.461

Non sono presenti i comuni i cui dati non garantiscono il rispetto del segreto statistico (art.9 del D.Lgs. 322/89) o un'adeguata copertura dell'indagine.

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

2.3. IL TURISMO nell'OGD Padova nel periodo gennaio-settembre 2023

Anno **2022**

OGD PADOVA - **Provenienza: stranieri**

Comuni	Arrivi									Totale arrivi
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	
28003 - Albignasego	79	26	83	166	164	231	440	558	344	2.091
28008 - Bagnoli di Sopra	0	0	0	0	0	0	0	6	0	6
28013 - Borgoricco	8	9	3	18	13	34	64	61	21	231
28017 - Campodarsego	53	117	181	249	239	209	344	82	291	1.765
28019 - Camposampiero	130	193	248	670	525	725	801	500	670	4.462
28034 - Conselve	8	21	40	267	821	774	874	470	796	4.071
28048 - Maserà di Padova	11	22	20	60	80	62	141	161	131	688
28060 - Padova	3.975	7.219	10.710	21.679	23.255	26.321	35.052	36.605	30.771	195.587
28064 - Piombino Dese	8	2	23	52	52	96	148	140	28	549
28069 - Ponte San Nicolò	36	89	144	286	408	282	535	374	405	2.559
28076 - San Giorgio in Bosco	3	17	25	71	66	85	32	103	108	510
28080 - Santa Giustina in Colle	5	1	1	0	4	1	5	7	8	32
28086 - Selvazzano Dentro	22	45	145	278	291	328	482	462	481	2.534
28093 - Trebaseleghe	17	31	51	36	54	54	51	27	59	380
28100 - Vigonza	56	72	107	143	162	229	288	265	204	1.526
28101 - Villa del Conte	26	23	29	61	42	40	83	61	61	426
										217.417

Non sono presenti i comuni i cui dati non garantiscono il rispetto del segreto statistico (art.9 del D.Lgs. 322/89) o un'adeguata copertura dell'indagine.

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

2.3. IL TURISMO nell'OGD Padova nel periodo gennaio-settembre 2023

Anno **2022**

OGD PADOVA - Provenienza: italiani

Comuni	Presenze									Totale presenze
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	
28003 - Albignasego	643	745	1.535	1.654	1.590	1.727	1.353	1.383	1.841	12.471
28008 - Bagnoli di Sopra	0	0	0	0	0	13	11	6	7	37
28013 - Borgoricco	120	130	153	147	136	152	170	225	301	1.534
28017 - Campodarsego	359	503	615	720	628	711	610	296	810	5.252
28019 - Camposampiero	2.173	2.874	3.723	3.785	4.009	5.657	5.152	3.845	4.343	35.561
28034 - Conselve	285	247	157	373	342	265	270	235	165	2.339
28048 - Maserà di Padova	215	374	160	359	274	480	245	138	257	2.502
28060 - Padova	52.862	60.316	73.698	81.375	80.905	78.698	57.071	51.688	69.334	605.947
28064 - Piombino Dese	141	86	65	141	88	132	96	149	58	956
28069 - Ponte San Nicolò	864	958	1.164	1.492	1.626	1.476	1.114	629	1.453	10.776
28076 - San Giorgio in Bosco	538	753	859	1.031	1.137	997	856	784	984	7.939
28080 - Santa Giustina in Colle	139	96	109	119	119	128	69	61	83	923
28086 - Selvazzano Dentro	579	645	924	1.705	1.635	1.890	1.664	691	1.625	11.358
28093 - Trebaseleghe	384	371	353	404	414	341	375	247	561	3.450
28100 - Vigonza	1.063	1.537	1.867	2.210	1.921	2.374	2.111	1.600	1.658	16.341
28101 - Villa del Conte	697	844	1.018	918	1.158	1.020	775	774	1.109	8.313
										725.699

Non sono presenti i comuni i cui dati non garantiscono il rispetto del segreto statistico (art.9 del D.Lgs. 322/89) o un'adeguata copertura dell'indagine.

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

2.3. IL TURISMO nell'OGD Padova nel periodo gennaio-settembre 2023

Anno **2022**

OGD PADOVA - **Provenienza: stranieri**

Comuni	Presenze									Totale presenze
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	
28003 - Albignasego	216	58	138	335	327	424	1.021	1.176	807	4.502
28008 - Bagnoli di Sopra	0	0	0	0	0	0	0	12	0	12
28013 - Borgoricco	14	18	3	32	22	46	116	115	32	398
28017 - Campodarsego	76	271	339	444	502	375	658	227	619	3.511
28019 - Camposampiero	276	377	540	1.141	1.154	1.162	1.713	1.147	1.307	8.817
28034 - Conselve	11	108	233	408	956	1.017	937	550	822	5.042
28048 - Maserà di Padova	32	43	140	234	279	154	286	267	322	1.757
28060 - Padova	12.397	18.519	28.906	50.308	53.357	58.181	72.378	67.569	66.971	428.586
28064 - Piombino Dese	62	70	164	386	402	548	735	778	383	3.528
28069 - Ponte San Nicolò	71	163	335	501	714	508	889	655	793	4.629
28076 - San Giorgio in Bosco	29	27	68	179	385	463	241	332	279	2.003
28080 - Santa Giustina in Colle	33	24	12	6	34	4	10	145	224	492
28086 - Selvazzano Dentro	50	87	520	807	732	1.388	1.561	1.824	1.724	8.693
28093 - Trebaseleghe	146	204	270	295	336	271	191	122	212	2.047
28100 - Vigonza	409	581	1.061	745	806	1.291	1.596	1.470	1.278	9.237
28101 - Villa del Conte	111	102	72	148	182	173	389	263	278	1.718
										484.972

Non sono presenti i comuni i cui dati non garantiscono il rispetto del segreto statistico (art.9 del D.Lgs. 322/89) o un'adeguata copertura dell'indagine.

Fonte : 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 MAGGIO-AGOSTO 2023

3. PERFORMANCE DEL COMPARTO ALBERGHIERO



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU



ORGANIZATION
MANAGEMENT
ESTIMATION

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**, con **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 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*.

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, quali 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 maggio-agosto 2023.

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 che ha fornito questa statistica è formato da 23 strutture di cui 7 in 3*, 15 in 4*, 1 in 4*S, per un totale di 1518 camere disponibili.

3.2.1 Analisi dei flussi turistici maggio-agosto 2022 vs. maggio-agosto 2023

A seguire il *report* relativo al periodo maggio-agosto 2023, con le principali evidenze riscontrate:

- si rileva un **aumento dell'occupazione del +2,60%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente che, in termini di **camere vendute**, corrisponde ad un aumento di circa 2.800 unità (107.600 nel 2022 vs. 110.400 nel 2023), con un **ADR in aumento di 11,60 €** (*Average Daily Rate*-ricavo medio camera netto IVA, trattamenti ed extra);
- il **RevPAR** (Revenue Per Available Room-ricavo medio camera sulle camere disponibili) segna **+9,5 €**, che corrisponde ad un **aumento percentuale del 17,12%**;
- i **trattamenti** venduti vs. stesso periodo 2022 sono ripartiti allo stesso modo. Registriamo un **piccolo aumento del trattamento RO** (+1,2 punti percentuali), a discapito di un **calo molto contenuto del trattamento BB** (-0,7 punti percentuali), ed un aumento del ricavo medio camera per tutti i trattamenti venduti, dai +10,70 € euro del trattamento BB ai +21,50 € del ricavo medio camera in HB;
- in merito ai **canali di vendita**, si nota un aumento del peso delle vendite intermedie, soprattutto delle OTA, di +1,6 punti percentuali. In linea le prenotazioni da sito *web*. In calo di 2,2 punti percentuali le prenotazioni dirette *offline*;
- si registra una **calo del mercato retail**, che durante lo stesso periodo 2022 era in piena ripresa: -5,1 punti percentuali a favore di un **aumento dei Negoziati** (+3,9 punti percentuali) e dei **Gruppi Leisure** (+1,2 punti percentuali);
- in riferimento alle **presenze per nazionalità**, si rileva un aumento del peso degli ospiti esteri, luglio a parte, anche se il **peso della clientela italiana** è molto rilevante (48,2%). I mercati esteri più presenti sono Germania, Stati Uniti, Francia, Regno Unito e Romania, con poche variazioni in termine di peso rispetto allo stesso periodo 2022 (Regno Unito a parte, dove registriamo un aumento importante di presenze);
- il **numero di camere cancellate** nel periodo maggio-agosto 2023 è **di circa 5.300 unità in più rispetto alle 23.100 unità dello stesso periodo 2022**: l'aumento vs. 2022 del numero di cancellazioni lo riscontriamo principalmente sul mese di maggio (causa meteo) e sul mese di luglio.

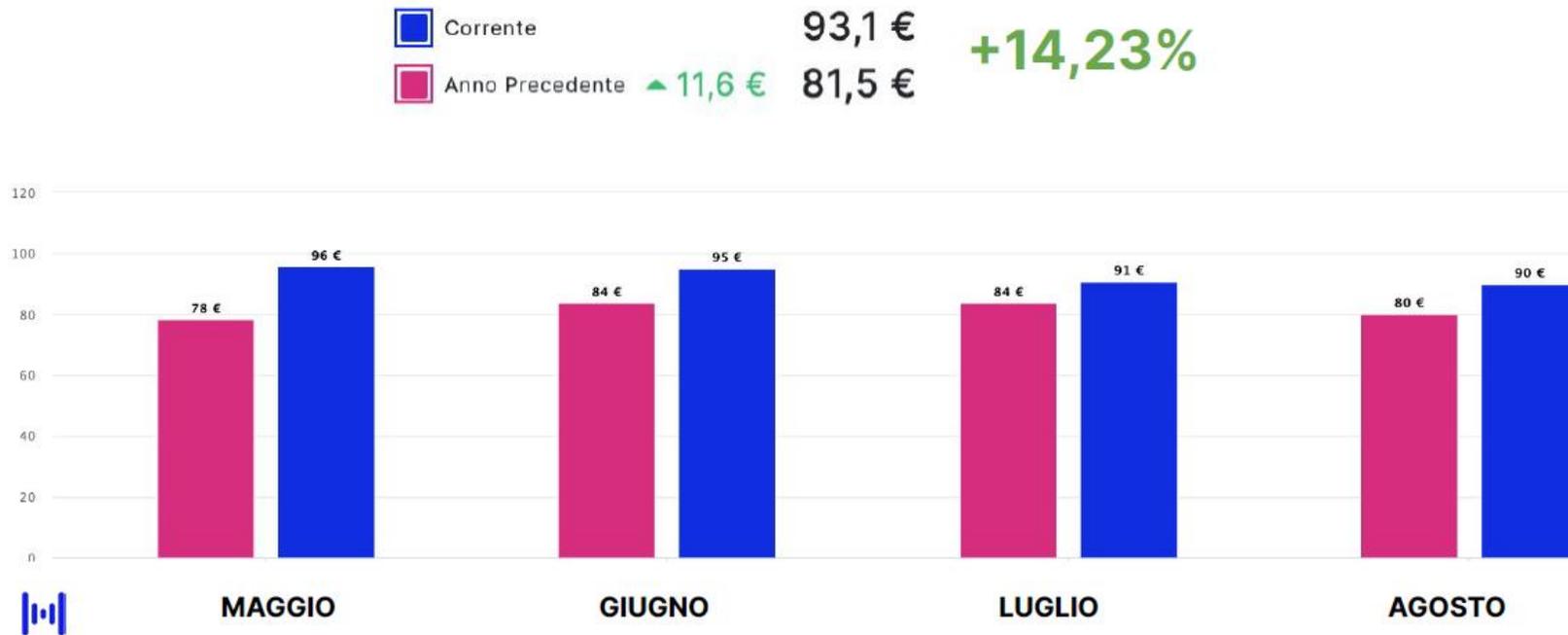
3.2.1 Analisi dei flussi turistici maggio-agosto 2022 vs. maggio-agosto 2023

Camere Vendute Padova Città Maggio - Agosto 2023 vs. Anno Scorso (2022)



3.2.1 Analisi dei flussi turistici maggio-agosto 2022 vs. maggio-agosto 2023

ADR Padova Città Maggio - Agosto 2023 vs. Anno Scorso (2022)



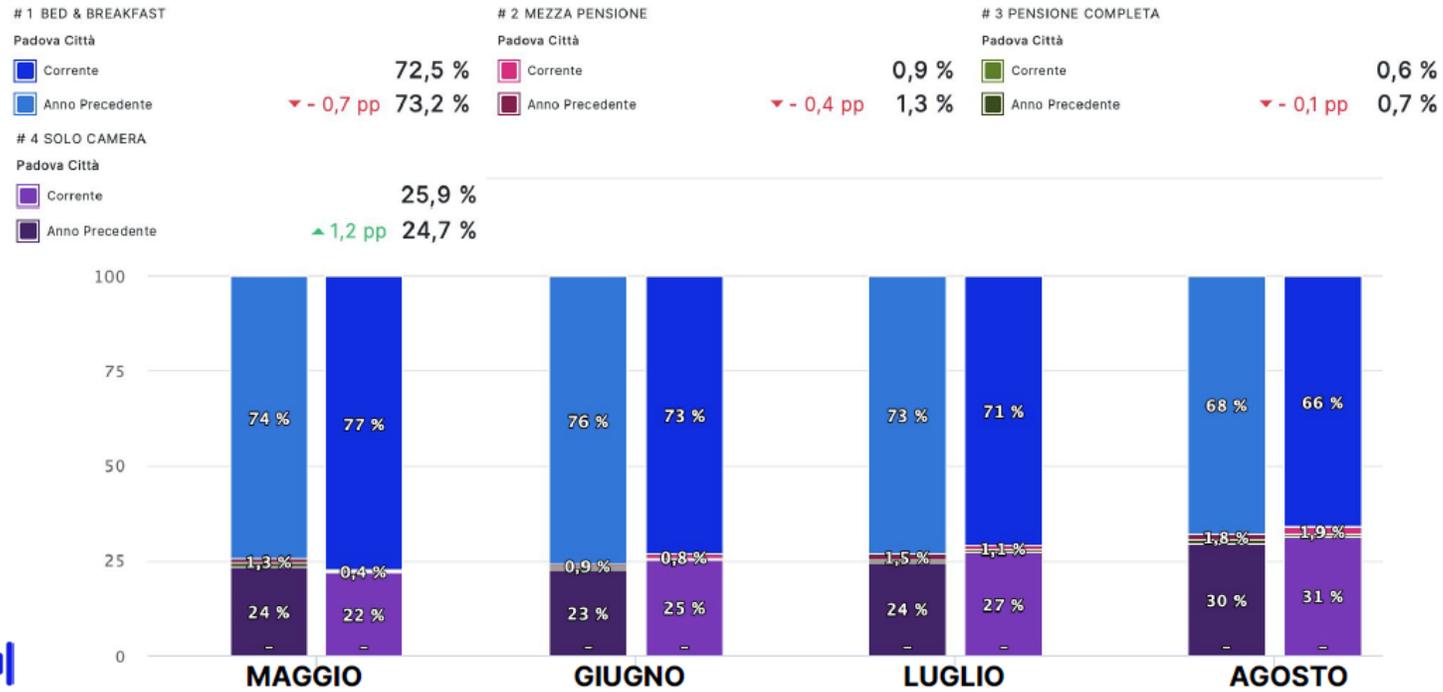
3.2.1 Analisi dei flussi turistici maggio-agosto 2022 vs. maggio-agosto 2023

REVPAR Padova Città Maggio - Agosto 2023 vs. Anno Scorso (2022)



3.2.1 Analisi dei flussi turistici maggio-agosto 2022 vs. maggio-agosto 2023

Composizione Percentualizzata Trattamenti Maggio - Agosto 2023 vs. Anno Scorso (2022)



3.2.1 Analisi dei flussi turistici maggio-agosto 2022 vs. maggio-agosto 2023

Ricavo Medio Camera per Trattamento Maggio - Agosto 2023 vs. Anno Scorso (2022)

1 BED & BREAKFAST

Padova Città

Corrente

100,5 €

Anno Precedente

▲ 10,7 € 89,8 €

2 MEZZA PENSIONE

Padova Città

Corrente

130,6 €

Anno Precedente

▲ 21,5 € 109,1 €

3 PENSIONE COMPLETA

Padova Città

Corrente

178,9 €

Anno Precedente

▲ 13,0 € 165,9 €

4 SOLO CAMERA

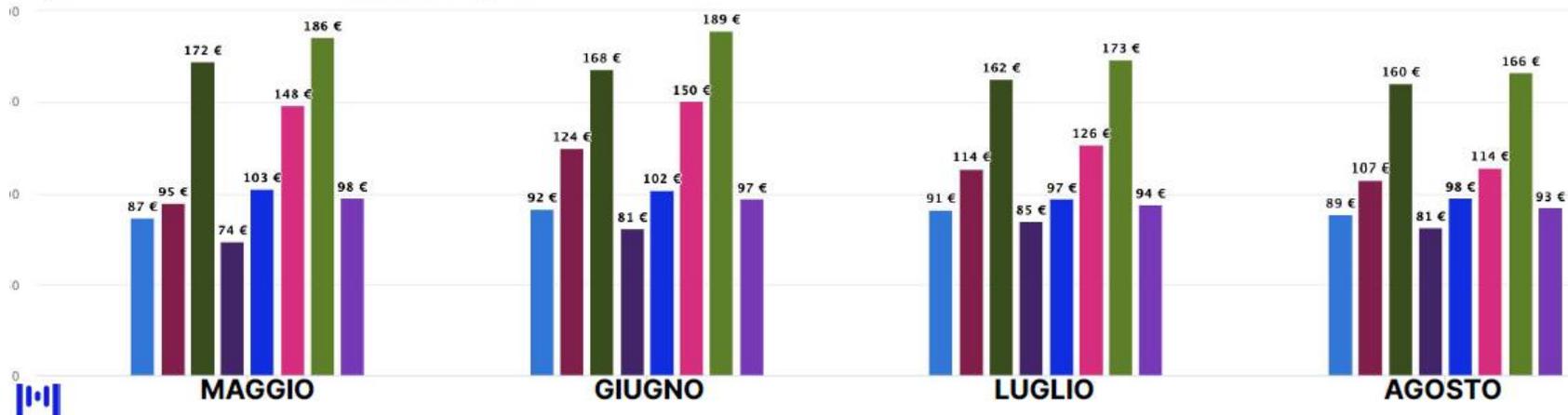
Padova Città

Corrente

95,6 €

Anno Precedente

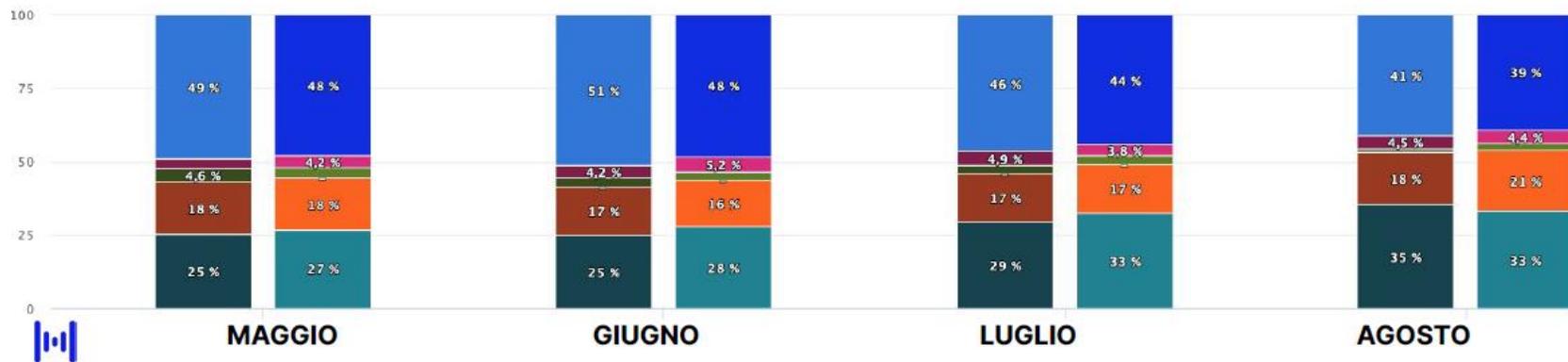
▲ 15,2 € 80,4 €



3.2.1 Analisi dei flussi turistici maggio-agosto 2022 vs. maggio-agosto 2023

Composizione Percentualizzata Canali

# 1 DIRETTO - OFFLINE		# 2 DIRETTO - SITO WEB		# 3 GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEM	
Padova Città		Padova Città		Padova Città	
Corrente	45,3 %	Corrente	4,4 %	Corrente	2,9 %
Anno Precedente	▼ - 2,2 pp 47,4 %	Anno Precedente	▲ 0,1 pp 4,2 %	Anno Precedente	▼ - 0,1 pp 3,0 %
# 4 AGENZIE - PORTALE DESTINAZIONE		# 5 ALTRI / TOUR OPERATOR		# 6 TOTALE AGENZIE OTA	
Padova Città		Padova Città		Padova Città	
Corrente	- %	Corrente	17,7 %	Corrente	29,7 %
Anno Precedente	= 0,0 pp - %	Anno Precedente	▲ 0,5 pp 17,2 %	Anno Precedente	▲ 1,6 pp 28,1 %



3.2.1 Analisi dei flussi turistici maggio-agosto 2022 vs. maggio-agosto 2023

Ricavo Medio Camera per Canale

1 DIRETTO - OFFLINE

Padova Città

Corrente

88,0 €

Anno Precedente

▲ 2,7 € 85,3 €

2 DIRETTO - SITO WEB

Padova Città

Corrente

149,1 €

Anno Precedente

▲ 41,5 € 107,6 €

3 GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEM

Padova Città

Corrente

77,4 €

Anno Precedente

▲ 19,7 € 57,7 €

4 AGENZIE - PORTALE DESTINAZIONE

Padova Città

Corrente

-

Anno Precedente

-

5 ALTRI / TOUR OPERATOR

Padova Città

Corrente

108,3 €

Anno Precedente

▲ 11,6 € 96,7 €

6 TOTALE AGENZIE OTA

Padova Città

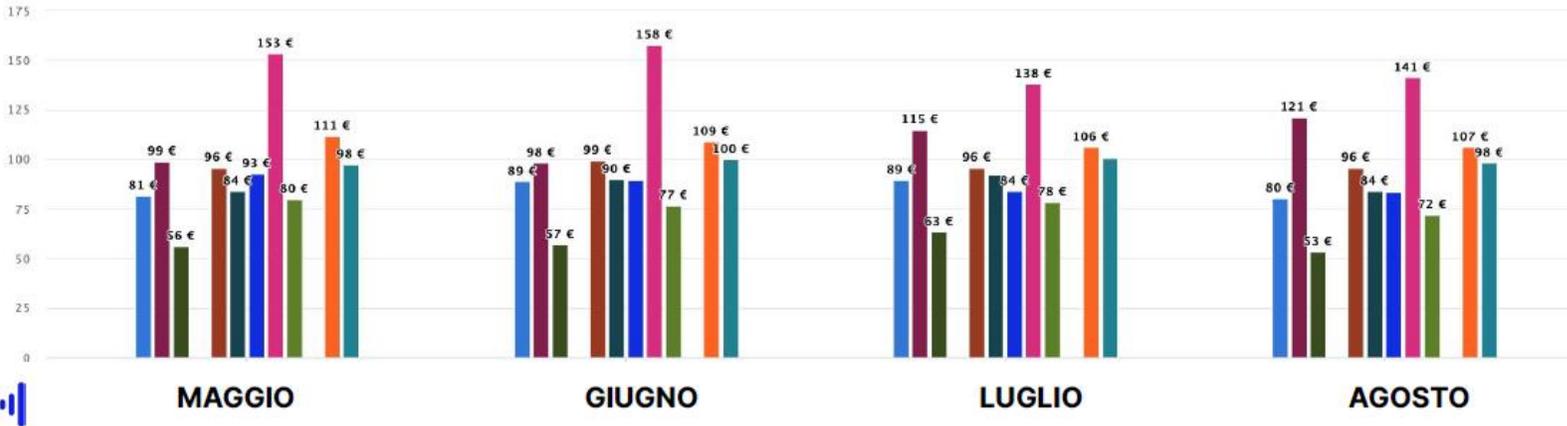
Corrente

99,0 €

Anno Precedente

▲ 11,4 € 87,6 €

NASCONDI

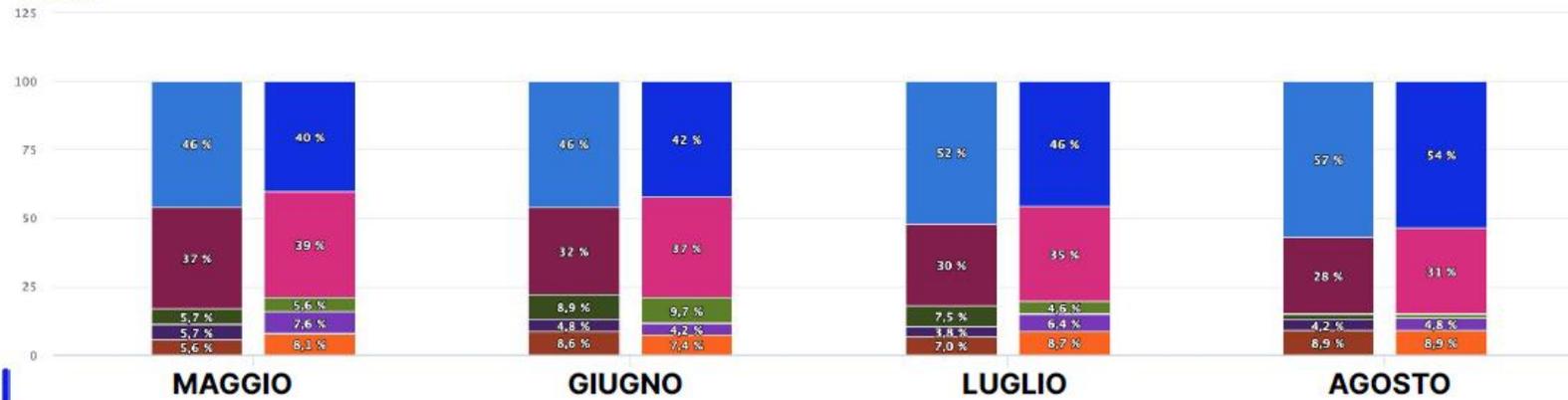


3.2.1 Analisi dei flussi turistici maggio-agosto 2022 vs. maggio-agosto 2023

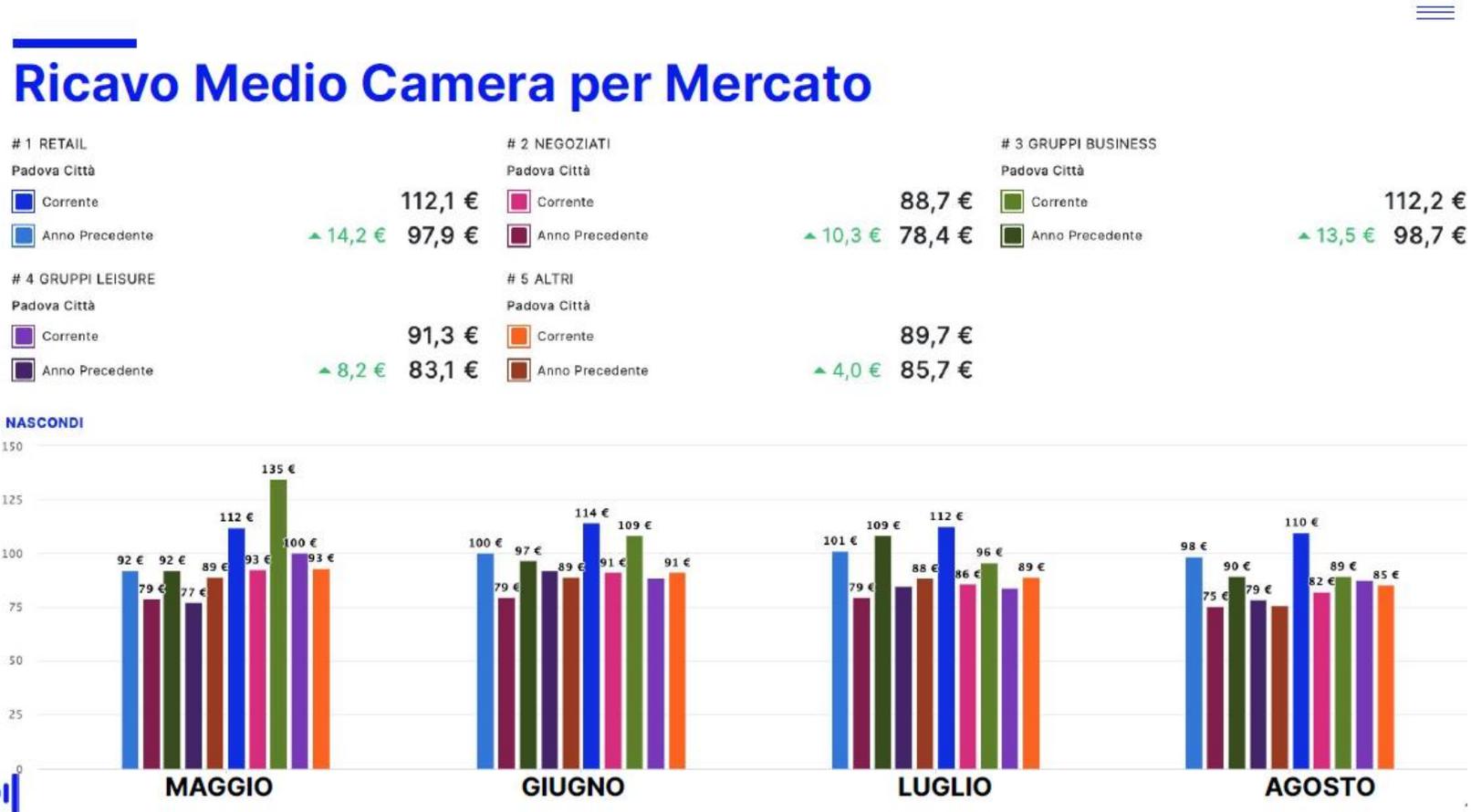
Composizione Percentualizzata Mercati



NASCONDI

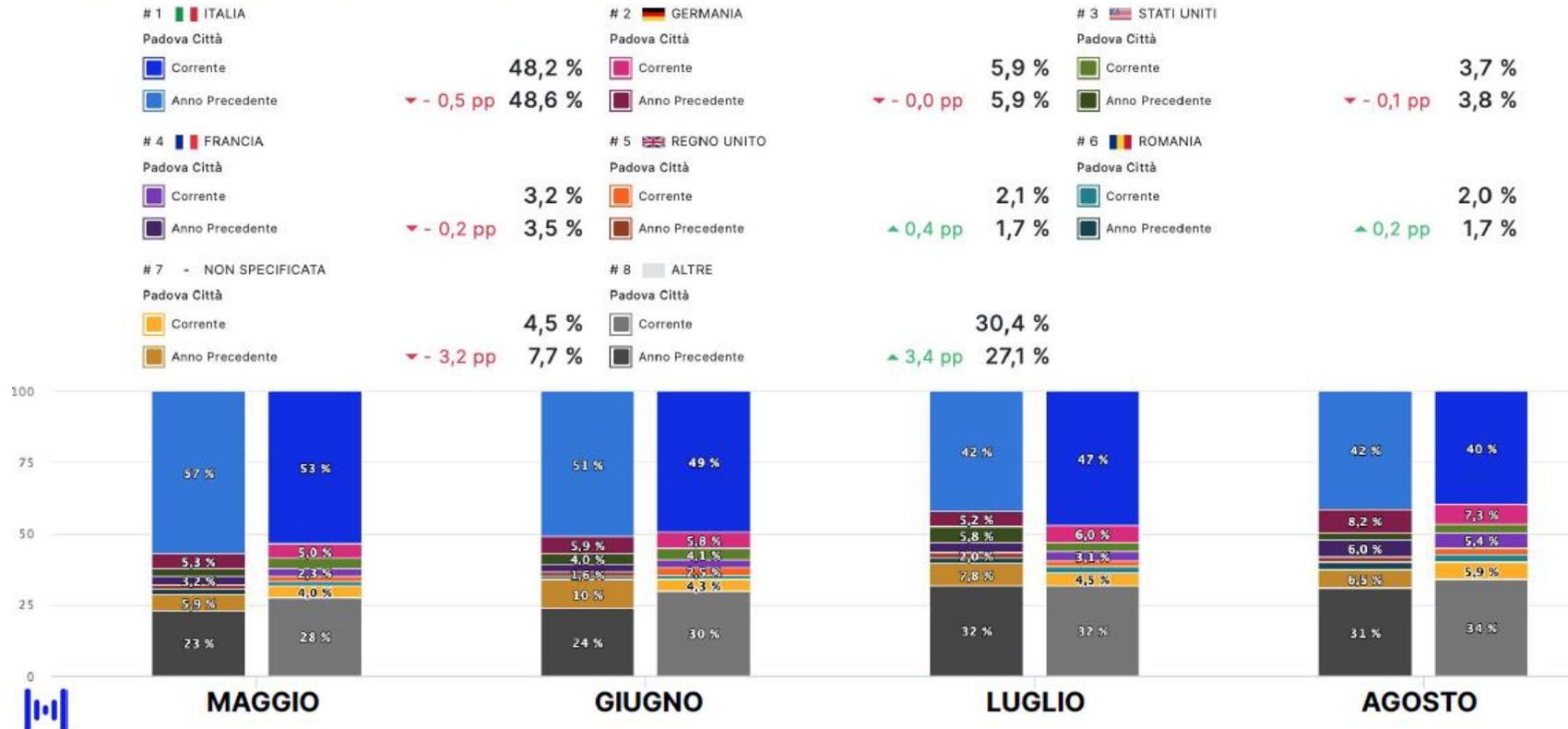


3.2.1 Analisi dei flussi turistici maggio-agosto 2022 vs. maggio-agosto 2023



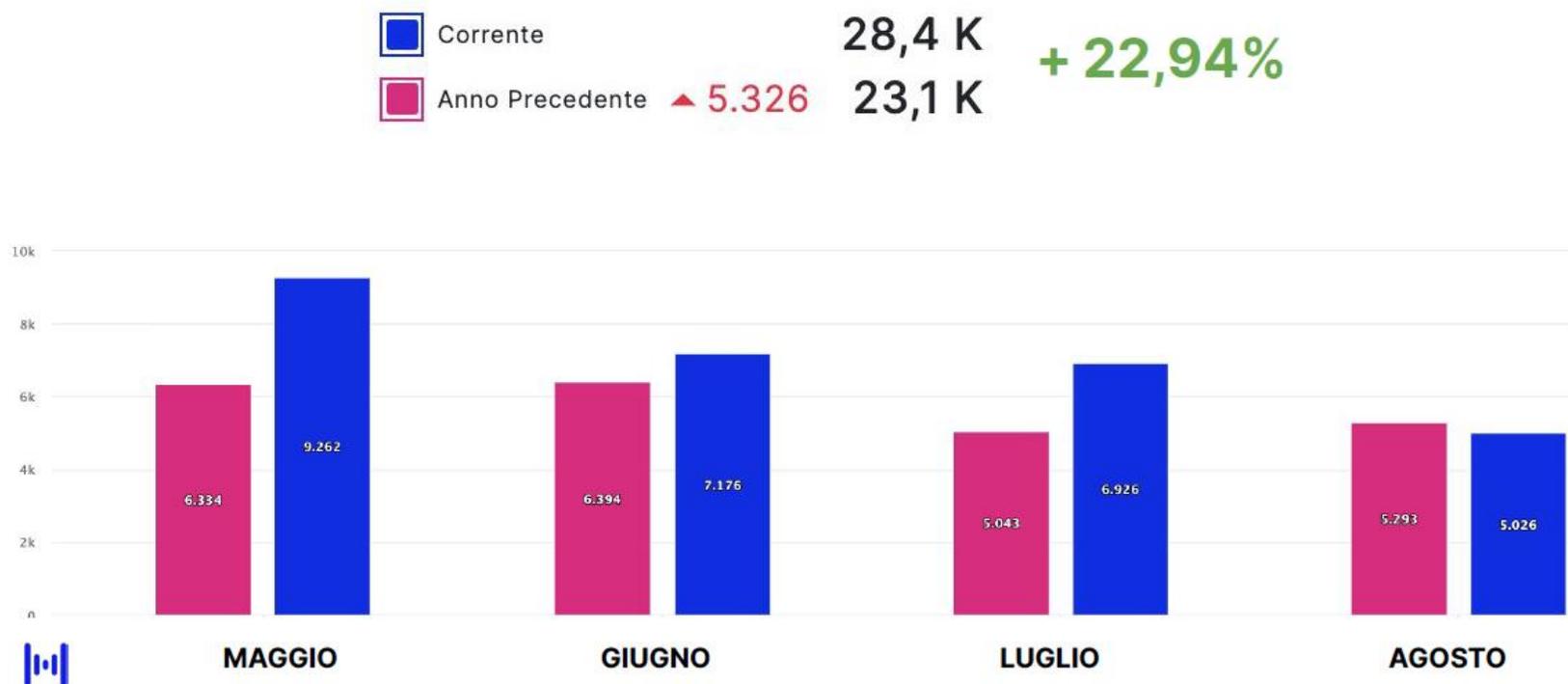
3.2.1 Analisi dei flussi turistici maggio-agosto 2022 vs. maggio-agosto 2023

Composizione Percentualizzata Nazionalità



3.2.1 Analisi dei flussi turistici maggio-agosto 2022 vs. maggio-agosto 2023

Camere Cancellate



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



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU



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);
- **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 1/5-31/08/2023.

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

VOLUME:

numero di articoli prodotti nel periodo
01/05-31/08/2023

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, aggiornamenti relativi alle 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.

Volume

PERIODO

Da

2023-05-01 00:00:00

A

2023-08-31 23:59:00

NUMERO DI
ARTICOLI

463

Creato da Onclusive

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

VOLUME - Split per fonte

PERIODO

Da
2023-05-01 00:00:00
A
2023-08-31 23:59:00

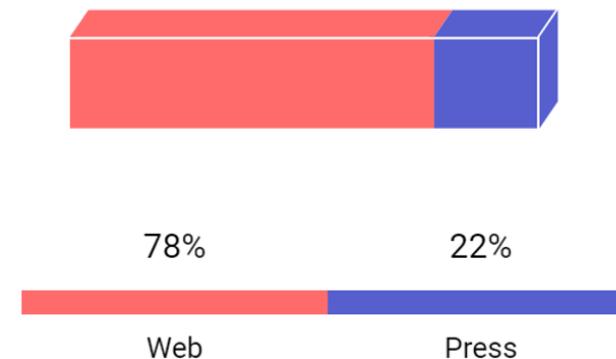


Creato da Onclusive

VOLUME - Split per media

PERIODO

Da
2023-05-01 00:00:00
A
2023-08-31 23:59:00



Creato da Onclusive

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.

AVE

PERIODO

Da
2023-05-01 00:00:00

A
2023-08-31 23:59:00

TOTALE AVE

2,14Mln €

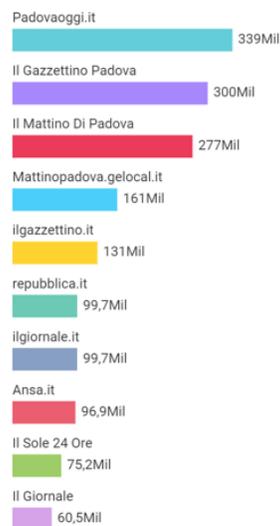
Creato da Onclusive

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

AVE - Split per fonte

PERIODO

Da
2023-05-01 00:00:00
A
2023-08-31 23:59:00

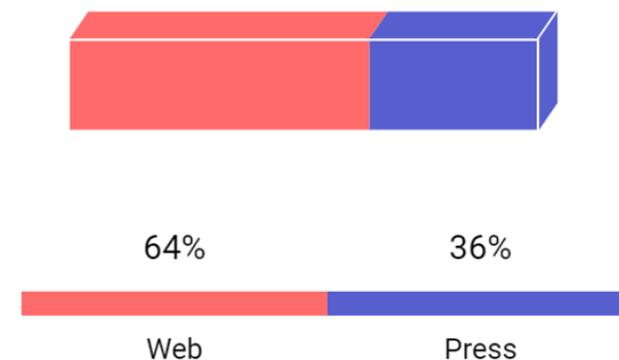


Creato da Onclusive

AVE - Split per media

PERIODO

Da
2023-05-01 00:00:00
A
2023-08-31 23:59:00



Creato da Onclusive

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*.

OTS

PERIODO

Da

2023-05-01 00:00:00

A

2023-08-31 23:59:00

TOTALE OTS

17,5Mln

Creato da Onclusive

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

OTS - Split per fonte

PERIODO

Da

2023-05-01 00:00:00

A

2023-08-31 23:59:00



Creato da Onclusive

OTS - Split per media

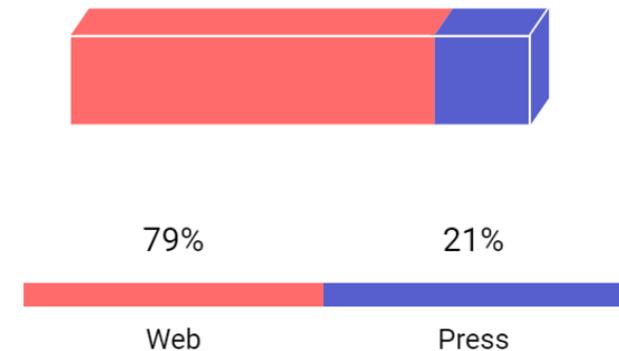
PERIODO

Da

2023-05-01 00:00:00

A

2023-08-31 23:59:00



Creato da Onclusive

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

Word Cloud

A seguire la rappresentazione grafica, detta anche «nuvola di parole», che raccoglie i termini più frequenti negli articoli pubblicati, ordinati in base al loro impatto visivo.

All'interno della «*Word Cloud*» dimensioni e frequenza delle parole sono direttamente proporzionali.

PERIODO

Da
2023-05-01 00:00:00
A
2023-08-31 23:59:00



Creto da Onclusive

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

All'interno della «Source Cloud» sono evidenziate le testate principali dove sono stati pubblicati gli articoli relativi alla destinazione.

SourceCloud

PERIODO

Da
2023-05-01 00:00:00
A
2023-08-31 23:59:00



Creato da Onclusive

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

IL GAZZETTINO
PADOVA

PAESE :Italia
PAGINE :1:20
SUPERFICIE :37 %

DIFFUSIONE :(5255)
AUTORE :N.D.

IL GAZZETTINO
PADOVA

PAESE :Italia
PAGINE :1:20
SUPERFICIE :37 %

DIFFUSIONE :(5255)
AUTORE :N.D.



Il Gazzettino

► 20 maggio 2023 - Edizione Padova

► 20 maggio 2023 - Edizione Padova

20 maggio 2023



Domani ricorre la Giornata delle dimore storiche italiane. L'ingresso è gratuito. Nel Padovano parte un progetto pilota: gli studenti fanno da guida ai visitatori

Ville, palazzi e torri aprono le loro porte

L'INIZIATIVA

Case, palazzi, ville, ma anche una torre e persino un castello. Luoghi suggestivi, affascinanti, ricchi di arte, bellezza, curiosità e misteri, ma quasi sempre inaccessibili al grande pubblico. Domani, però, in occasione della Giornata delle Dimore Storiche Italiane anche una selezione di questi scrigni ubicati sul territorio patavino aprirà gratuitamente le porte ai visitatori che vorranno trascorrere la domenica immersi nel fascino di luoghi unici. Non solo, ma la città del Santo in occasione dell'iniziativa sarà teatro di un progetto pilota che vede coinvolte le scuole, con gli studenti di alcune scuole superiori che faranno da guida per un giorno: l'obiettivo è di far crescere nei giovani la consapevolezza delle meraviglie del territorio,

della memoria storica e artisti-

ca.

I LUOGHI

Ecco i luoghi padovani che domani spalancheranno i loro ingressi: Casa Conti, vicolo dei Conti 14; Casa della Francesca, via Correr 1291 a Casale di Scodosia; Castello di San Pelagio a Due Carrare; Palazzo Capodilista, via Umberto 82; Ferri, via Galilei 53/49/43; Fioravanti Onesti, Riviera Paleocapa 10; Frigimelica, via dei Tadi 10; Giusti del Giardino, via San Francesco 87; Mantua Benavides, Piazza Eremitani 18; San Bonifacio Ardit, via Cesare Battisti 1 a Villa Estense; Torre del Soccorso, via Paoli 14; Villa Guisti, via Armistizio 277/A; Molin, via Ponte della Cagna 106; Rosa Tramonte, via Tramonte 35 a Teolo. L'Archivio di Stato situato in via degli Colli 24, sarà invece fruibile in anteprima sol-

tanto oggi. Le visite vanno prenotate online sul sito [\[si.it/giornatanazionale\]\(http://si.it/giornatanazionale\).](http://www.ad-</p></div><div data-bbox=)

I COMMENTI

Un plauso all'iniziativa è arrivato dal Comune. «Città e borghi» ha sottolineato Andrea Colasio, assessore alla Cultura - custodiscono migliaia di dimore storiche, quasi tutte poco conosciute. Si tratta di un patrimonio enorme e incredibile che dà il senso della storia del nostro Paese e delle sue radici. Mettere a disposizione di un'ampia platea di persone questi gioielli non è solo un'opportunità per scoprire interessanti edifici con il loro passato complesso e affascinante, ma è pure un modo per promuovere una visione del turismo che sia diversa da quella "mordi e fuggi" che soprattutto le città d'arte più famose subiscono oggi. Trovo stimolante, pertanto,

che nella giornata delle aperture ci sia il coinvolgimento degli studenti delle superiori nella narrazione ai visitatori di queste dimore: un modo concreto perché loro stessi conoscano e apprezzino la storia del territorio in cui abitano, e per renderli partecipi di progetti culturali originali di cui sentirsi protagonisti. Esprimo quindi il mio convinto apprezzamento per questa iniziativa, giunta ormai alla 13. edizione alla quale offriamo con piacere il nostro sostegno».

«Si accendono i riflettori» ha detto poi Giulio Gidoni, presidente della sezione Adsi del Veneto - sul più grande "museo diffuso", non solo del Veneto, ma di tutta Italia, all'interno del quale c'è un mondo da scoprire, di cui fanno parte artigiani, restauratori e giardinieri. Inoltre, la valorizzazione di questo patrimonio serve a promuovere percorsi di formazione dedicati al restauro e alla conservazione delle Dimore Storiche».

LE SCUOLE

«Una dimora - ha proseguito Alberta Angelini, dirigente scolastico del Fermi - è scrigno che protegge, custodisce, ripara e nello stesso tempo è un libro per chi vuole leggere la storia e rinnovare la memoria di un passato che merita di essere conosciuto, narrato e reso attuale». «Mi auguro» ha aggiunto quello del Tito Livio, Luca Piccolo - che la collaborazione tra Iicei e Adsi continui per mettere a disposizione di tutti il vero tesoro dell'Italia che è la cultura umanistica».

Infine Carlo Marzolo, preside del Nievo, ha concluso: «L'attività di accoglienza dei visitatori, sviluppando competenze trasversali, ben si accorda con l'approccio didattico di cui la normativa scolastica caldeggia la diffusione».

Nicoletta Cozza

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PATRIMONIO CULTURALE Villa Rosa a Tramonte di Teolo. Nel fondo, Villa Molin al Ponte della Cagna



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

ORGANIZZAZIONE
MANAGEMENT
ESTIMATION

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

IL GAZZETTINO

28 maggio 2023

IL GAZZETTINO
PADOVA

PAESE :Italia
PAGINE :1;2;3
SUPERFICIE :143 %

DIFFUSIONE :(5255)
AUTORE :N.D.

► 28 maggio 2023 - Edizione Padova

IL GAZZETTINO
PADOVA

PAESE :Italia
PAGINE :1;2;3
SUPERFICIE :143 %

DIFFUSIONE :(5255)
AUTORE :N.D.

► 28 maggio 2023 - Edizione Padova



Gli arrivi Numeri positivi anche alle Terme in vista del ponte

Alberghi e case vacanza: la città invasa dai turisti

GLI ARRIVI Sono positivi i dati sul turismo snocciolati ieri dall'assessore Colasio: in questa prima parte dell'anno hanno dormito a Padova 16mila persone in più rispetto allo stesso periodo del 2019. Positivi anche i numeri alle Terme in vista del 2 giugno. Cozza e Garzotto alle pagine II e III



Il turismo Sempre più ospiti negli hotel a 4 stelle

Rispetto all'ultimo anno pre-Covid nel 2023 sono giunte in città 16mila persone in più. Aumento di richieste per le stanze di fascia alta e per le case vacanza

LO SCENARIO

PADOVA Bastano tre dati a delineare il quadro. Nel primo trimestre del 2023 la tassa di soggiorno ha portato nelle casse comunali 495.384 euro, mentre nello stesso periodo del 2022 il totale era stato di 313.453 e nel 2019, l'anno d'oro, si era arrivati a 479.721. L'ultimo report sui pernottamenti in città, dunque, conferma il trend positivo iniziato 12 mesi fa, con il segno più sulle presenze nelle strutture ricettive di ogni tipologia. Numeri, peraltro, confermati dall'analisi delle celle telefoniche effettuata da ApsHolding.

A fare un bilancio a meno di due anni dalla proclamazione dell'Urbs Picta patrimonio Unesco è stato ieri Andrea Colasio, assessore alla Cultura, che ha anticipato l'obiettivo di arrivare a 2 milioni di presenze entro la fine del mandato della giunta Giordani, per raggiungere il quale verrà avviata una campagna di promozione che coinvolgerà pure l'Università, attraverso la valorizzazione dei musei, scientifici e non, meno conosciuti.

I PARTICOLARI

Gli alberghi a 3 stelle, che sono tra i principali vettori di utenti, nel primo trimestre 2019 han-

no avuto 71.892 pernottamenti certificati dall'Ufficio tributi, nel 2022 sono stati 59.918 e 79.042 nel 2023, a significare che rispetto all'anno scorso sono arrivate 19.124 persone in più, con un incremento del 24%, e, se il confronto è con l'anno-record del 2019, le unità in più sono 7.150 (+9,9%).

I turisti dormono prevalentemente negli hotel a 4 stelle: nel 2019 se ne sono contati 95.105, nel 2022 51.590 e nel 2023 91.487, con un'impennata di 39.897 presenze quest'anno sullo scorso (+77,3%), ma c'è una flessione rispetto al 2019 del 3,8%, compensata da altre voci, in primis il dato generale.

Per quanto riguarda le new case per vacanze, a fronte dei 7.575 clienti del 2019 e dei 7.250 del 2022, nel 2023 si è arrivati a

11.426, con un rialzo del 57,6% quest'anno sul precedente, e del 50% rispetto al 2019.

«Non solo tiene il turismo di fascia alta - ha spiegato Colasio - ma cresce quello delle case vacanze, a significare che vengono a Padova numerose famiglie. E infatti la voce "new locazioni turistiche" esplicita il ragionamento, in quanto nel 2019 i pernottamenti erano 21.526, nel 2022 erano 19.933, saliti nel 2023 a 35.891: +80% paragonando que-

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

IL GAZZETTINO
PADOVA

PAESE :Italia
PAGINE :1;2;3
SUPERFICIE :143 %

DIFFUSIONE : (5255)
AUTORE :N.D.

► 28 maggio 2023 - Edizione Padova

st'anno con il 2022 e addirittura +66,7% rispetto al 2019, da 21.526 a 35.891, con 14.365 arrivi in più. Poi sono impressionanti i risultati degli alberghi a 4 stelle, che tra il 2022 e il 2023 hanno raddoppiato i pernottamenti, da 50 a 100mila, a sancire che a Padova prevale il turismo di fascia alta. Ma pure le percentuali di crescita del 3 stelle sono buone».

LE VALUTAZIONI

Alla luce dei numeri, quindi, l'assessore ha annotato: «Rispetto al primo trimestre 2022 che era "debole", quest'anno gennaio, febbraio e marzo si sono dimostrati mesi ottimi, come dice il dato generale sui pernottamenti complessivi: siamo passati dai 149.015 del 2022 ai 231.126 del 2023 (+52,1%), con un valore maggiore del 55,1%. E se compariamo i numeri totali del 2023 con quelli del 2019 risulta che c'è un incremento del 7,6%, in quanto le persone che hanno dormito a Padova sono 16.243 in più. Per il Comune i ricavi dalla tassa di soggiorno sono saliti del 58% quest'anno sul precedente, e del 3,2% sul 2019. Nel trimestre iniziale 2023, pertanto, abbiamo superato sia i pernottamenti che gli introiti, in modo esponenziale rispetto al 2022. Girando per Padova in questi giorni si vedono moltissime comitive, come a Verona un decennio fa, e numerose scolaresche, in particolare davanti al Museo Eremitani».

«I dati sono oggettivi - ha proseguito Colasio - in quanto legati alla tassa di soggiorno e interessanti perché ci dicono che siamo riusciti a far sì che nelle nostre casse ci siano maggiori risorse, con un trend che dimostra che il messaggio di "Padova meta turistica" è giunto a pubblici molto diversi: fasce alte, medie e famiglie che vanno nelle case per le vacanze con una pro-

gressione spaventosa. La nostra città si è lasciata alle spalle il Covid e sta veleggiando quest'anno, azzardo la scommessa, verso un 1,7 milioni di turisti, con 125mila presenze in più sul 2019 e con la prospettiva di raggiungere quota 2 milioni di presenze entro il quadriennio. Hanno premiato la politica delle grandi mostre, ma anche il sistema museale che nel 2023 ha superato i 650mila ingressi, con un tasso di occupazione del 60% nei prossimi 60 giorni e con la cappella degli Scrovegni che in estate sarà full, fasce serali comprese. E poi l'Urbs Picta fa la parte del leone. Ora punteremo sulla "città della Scienza", sulla Padova card che veda altri prodotti compresi i musei di nicchia, come quello del Precinema Minici Zotti del Risorgimento, e scientifici dell'Università. Li metteremo in rete collaborando con l'ateneo, depositario di un brand enorme».

Nicoletta Cozza
© RIPRODUZIONE RISERVATA

**L'ASSESSORE COLASIO:
«AZZARDO UNA
SCOMMESSA,
1,7 MILIONI DI TURISTI
QUEST'ANNO E 2 PRIMA
DI FINE MANDATO»**



IL FENOMENO L'ingresso alla basilica di Sant'Antonio e, nel tondo, l'assessore Andrea Colasio che ha la delega alla Cultura



Tariffe applicate	2019		2022	
	GEN-MAR I TRIMESTRE	Dovuto	GEN-MAR I TRIMESTRE	Dovuto
Attività agrituristiche	1,5	636	954	823.50
Alberghi o hotel (una stella)	1	1.624	1.624	1.028
Alberghi o hotel (due stelle)	1,5	4.837	7.255	3.213
Alberghi o hotel (tre stelle e sup.)	2	71.892	143.784	59.918
Alberghi o hotel (quattro stelle e sup.)	3	95.105	285.315	154.770
New alloggi turistici	1	4.825	4.825	3.404
Attività ricettive in esercizi di ristorazione	3	0	0	0
Bed & breakfast	1	2.086	2.086	1.227
Case per ferie	1	181	181	3
New case per vacanze	1	7.575	7.575	7.250
Foresterie per turisti	1	712	712	251
New locazioni turistiche	1	21.526	21.526	19.933
Residence	1	0	0	0
Unità abitative ammobiliate ad uso turistico	1	4.084	4.084	1.688
TOTALI		214.883	479.721.50	149.015
				313.453.50



2023	
GEN-MAR I TRIMESTRE	
Pernottamenti	Dovuto
802	1.203
1.612	1.612
3.682	5.523
79.042	158.084
91.487	274.461
3.572	3.572
0	0
1.479	1.479
15	15
11.426	11.426
412	412
35.891	35.891
0	0
1.706	1.706
231.126	495.384

I DATI Nei grafici l'andamento dei pernottamenti a Padova e nei comuni delle Terme Euganee

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

ANSA

10 giugno 2023

 URL :http://www.ansa.it/
PAESE :Italia
TYPE :Agence de Presse

 > Versione online

 URL :http://www.ansa.it/
PAESE :Italia
TYPE :Agence de Presse

> Versione online

10 giugno 2023 - 13:19

Padova da scoprire, tour e luoghi simbolo della città Unesco

Dai vivaci mercati delle piazze ai percorsi di Urbs Picta PADOVA
10 giugno 2023 19:26



FOTO

PADOVA - L'inizio dell'estate è un momento magico per godere di Padova e delle sue bellezze, soprattutto quelle a cielo aperto, come i mercati delle piazze, pieni di voci e di colori, l'antico Orto Botanico, patrimonio Unesco, o il cortile del Bo, il cuore dell'Università dove insegnò Galileo Galilei.

Tanti itinerari da rendere difficile enunciarne solo alcuni.

Una passeggiata a Padova può partire dal Caffè Pedrocchi, il Caffè senza porte, uno dei simboli della città e del suo spirito cosmopolita, proseguendo poi per il palazzo del Municipio, con la torre medievale accanto ai capitelli bizantini, il cortile e le scalinate rinascimentali; ad un passo da questi monumenti c'è il cuore culturale di Padova, l'Università fondata nel 1222, tra le prime in Europa, che accoglie i visitatori con lo spettacolare Cortile Antico, quindi l'Aula Magna dove insegnò Galileo Galilei - qui è conservata ancora la sua cattedra - gli stemmi araldici di studenti e professori testimoni dei secoli passati e la statua di Elena Cornaro, prima donna laureata al mondo.

Al centro di questo perimetro si erge il grandioso Palazzo della Ragione, antico tribunale e gioiello architettonico del '300 padovano che custodisce il più grande ciclo astrologico affrescato del mondo. È grazie ai suoi cicli pittorici, oltre che a quelli del Battistero del Duomo, della Cappella degli Ovetari, della Basilica del Santo, che Padova si è guadagnata la seconda medaglia Unesco, Urbs Picta, il progetto culturale che unisce i maestri de '300 che qui lavorarono. Un successo già decretato dal pubblico quello di Urbs Picta, che un unico ticket consente di visitare tutti gli otto siti della Padova di Giotto, e di entrare nel Patrimonio Unesco.

Ma la città gioca le proprie attrattive anche sul fronte delle tradizioni enogastronomiche, con i cicchetti e gli spritz serviti ad ogni ora del giorno nei tanti locali

(bar, osterie, fiaschetterie ed enoteche) che punteggiano piazza della Frutta e piazza delle Erbe, piazza dei Signori e il Ghetto. Vi sono poi i Notturmi Padovani, tour serali, anche lungo le vie d'acqua, che portano alla scoperta dei luoghi meno noti della città: come la sontuosa Porta Portello, sul fiume Fiovego, eretta dove sorgeva il porticciolo che da secoli mette in comunicazione Padova con Venezia per via fluviale.

□

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

IL GAZZETTINO

11 giugno 2023

IL GAZZETTINO
PADOVA

PAESE :Italia
PAGINE :2;12
SUPERFICIE :44 %

DIFFUSIONE :(5255)
AUTORE :N.D.



► 11 giugno 2023 - Edizione Padova

I giorni del Santo

Dagli Eremitani al Pedrocchi: gratis nei musei

In concomitanza con le celebrazioni del giugno antoniano, fino a martedì si entrerà senza pagare il biglietto al Museo Eremitani, allo Zuckerman, al Pedrocchi compreso il Museo del Risorgimento (fatta eccezione per domani che rimarrà chiuso) e a Palazzo della Ragione. Unica eccezione resta proprio lo scrigno affrescato da Giotto, per accedere al quale sarà necessario pagare il biglietto. La scelta è dell'assessore alla Cultura Colasio.

Cozza a pagina XI

Musei gratuiti per la festa antoniana

► Fino a martedì l'ingresso sarà libero per Eremitani, Zuckermann, Caffè Pedrocchi e palazzo della Ragione
► L'assessore Colasio: «Un'occasione non solo per i turisti, ma anche per i padovani, di apprezzare i nuovi allestimenti»

LA NOVITÀ

PADOVA La tradizione risale a sette secoli fa. Esattamente al 25 marzo del 1305 quando nella ricorrenza dell'Annunciazione per la prima volta la Cappella degli Scrovegni fu aperta gratuitamente ai fedeli. Poi, sempre nella stessa data, anche negli anni successivi l'usanza venne mantenuta. E adesso, seppure con una formula diversa, il copione si ripete dato che, in concomitanza con le celebrazioni del giugno antoniano, fino a martedì si entrerà senza pagare il biglietto al Museo Eremitani, allo Zuckerman, al Pedrocchi compreso il Museo

del Risorgimento (fatta eccezione per domani che rimarrà chiuso) e a Palazzo della Ragione. Unica eccezione resta proprio lo scrigno affrescato da Giotto, per accedere al quale sarà necessario pagare il biglietto.

La scelta di rendere fruibile a tutti senza costi il patrimonio museale è dell'assessore alla Cultura Andrea Colasio, con l'obiettivo di incentivare le visite non solo di coloro che risiedono a Padova o in provincia, ma anche dei pellegrini che da tutto il mondo stanno arrivando al Santo per partecipare alle liturgie e agli eventi dedicati al Taumaturgo.

L'OPPORTUNITÀ

«A proposito delle motivazioni che hanno portato alla decisione, lo stesso Colasio ha osservato: «In queste giornate particolarmente rilevanti riteniamo importante aprire le porte dei nostri Musei. Agli Eremitani, quindi, i padovani, ma soprattutto i turisti, potranno visitare gratis i nuovi allestimenti, la Croce di Giotto, l'omino mesopotamico,

le sale belzoniane, la parte archeologica, la sezione dedicata al Trecento patavino con Guariento e gli Angeli, e la mostra sul Settecento veneziano. E sarà un'occasione per apprezzare pure lo Zuckermann che pochi conoscono, ma che ha dei piccoli tesori, come ceramiche e mobili antichi, oltre alle collezioni numismatiche e ai gioielli della Scuola orafa padovana, e poi le sale del Pedrocchi».

«Una bella opportunità - ha aggiunto - che contiamo possa essere colta dai tanti pellegrini che stanno arrivando a Padova per le celebrazioni antoniane, che ogni anno puntualmente spostano masse di devoti, sia dalle regioni italiane che dai Paesi esteri. Mettiamo a disposizione loro le bellezze culturali che si trovano nei luoghi indimenticabili della storia di Padova e le famiglie avranno un notevole risparmio fruendo dell'agevolazione valida fino alla termine delle festività antoniane».

LA DIRETTRICE

«Non dimentichiamo - ha concluso Colasio - che nel primo semestre del 2023 la nostra città è consolidata come città d'arte meta per le vacanze, come confermano i dati sulle presenze: sono stati superati i numeri del 2022 e stiamo registrando un trend positivo che denota una crescita pure rispetto al 2019, anno record. Indubbiamente esiste una stretta correlazione tra il turismo culturale e la crescita degli arrivi e delle presenze».

«Si tratta di un'occasione im-

portante per i padovani di riappropriarsi una volta di più del loro patrimonio culturale - ha osservato poi Francesca Veronese, direttore dei Musei Civici Eremitani - Entrare nelle sale e godere della bellezza fa sì che si possa essere più consapevoli del suo valore e lo si possa amare di più, mentre per chi viene da fuori sarà un'opportunità imperdibile di entrare in contatto con le straordinarie ricchezze di Padova».

L'ORIGINE

L'accesso gratuito dei padovani agli Scrovegni risale appunto a oltre 700 anni fa, quando nella ricorrenza dell'Annunciazione veniva aperta la Cappella per le Messe, tradizione che vedeva confluire le persone sia all'interno dello scrigno gotico, sia nell'area dell'Arena. Si radunavano le autorità cittadine e religiose, tra cui il vescovo, il quale partiva dal Vescovado, faceva tappa a Palazzo della Ragione per far sì che alla processione si aggregasse il podestà, e quindi il corteo seguito dal popolo arrivava di fronte agli Eremitani.

Nicoletta Cozza

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ASSESSORE Andrea Colasio invita i padovani ai musei gratuiti



L'OCCASIONE I padovani potranno ammirare i tesori d'arte della loro città, al museo dall'Archeologia al Guariento fino ai giorni nostri

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

IL GAZZETTINO

15 giugno 2023

IL GAZZETTINO
PADOVA

► 15 giugno 2023 - Edizione Padova

PAESE :Italia
PAGINE :2;8
SUPERFICIE :43 %

DIFFUSIONE :(5255)
AUTORE :N.D.



Il turismo

Santo e Giotto: quattro giorni con il pienone

Sant'Antonio e Giotto fanno il pienone

► Registrati 37mila passaggi alle Reliquie nel giugno antoniano, l'assessore Colasio: «I numeri si confermano emblematici, migliaia anche i visitatori agli Scrovegni e ai musei Eremitani c'è uno straordinario quadrilatero della cultura in dialogo»

LO SCENARIO

PADOVA Fede e arte. Che si identificano in due nomi: Sant'Antonio e Giotto. Un metaforico fil rouge li unisce in quanto entrambi hanno una capacità straordinaria di attirare persone, rispettivamente fedeli e turisti. Le giornate del giugno antoniano, infatti, hanno visto Padova ancora una volta riempirsi di pellegrini, che si sono sommati ai visitatori degli Scrovegni, degli altri siti dell'Urbs Picta, e dei musei che il Comune

ha aperto gratis. Il bilancio è positivo, con alberghi, bar e ristoranti pieni, così come i poli culturali, e ovviamente il Santo, preso d'assalto dai pellegrini. E il conteggio dei passaggi dei fedeli effettuato martedì alle Reliquie ne ha rilevati ben 6.134, che, sommati a quelli di giorni precedenti, fanno arrivare il totale a 36.974.

LA CULTURA

A delineare il quadro sono poi i dati sul turismo culturale. «I numeri si confermano em-

Fede e arte. Che si identificano in due nomi: Sant'Antonio e Giotto. Un metaforico fil rouge li unisce in quanto entrambi hanno una capacità straordinaria di attirare persone, rispettivamente fedeli e turisti. Le giornate del giugno antoniano, infatti, hanno visto Padova ancora una volta riempirsi di pellegrini, che si sono sommati ai visitatori degli Scrovegni, degli altri siti dell'Urbs Picta, e dei musei che il Comune ha aperto gratis. Il bilancio è positivo, con alberghi, bar e ristoranti pieni, così come i poli culturali, e ovviamente il Santo, preso d'assalto dai pellegrini. L'assessore Colasio snocciola i dati.

Cozza a pagina VII



LA TRECCINA Basilica strapiena in occasione della messa nel giorno di Sant'Antonio e per tutto il giugno antoniano in corso

blematici – ha spiegato l'assessore Andrea Colasio –. Da sabato a martedì agli Scrovegni sono entrate 3.934 persone, agli Eremitani 1.182, a Palazzo della Ragione 3.268 di cui 1.037 solo domenica, e 300 al museo del Risorgimento. C'è un dialogo serrato tra la basilica del Santo e i nostri musei, e l'una rafforza gli altri, con il sigillo Unesco a fare da liaison. Cappella ed Eremitani da un lato, San Giorgio e San Giacomo dall'altro, sono uno straordinario quadrilatero della cultura, con processi di crescita reciproca: Giotto "chiamato" Sant'Antonio e Sant'Antonio "chiamato" Giotto: il loro lascito dopo secoli continua a produrre ricchezza e a comunicare valori».

«Dare la possibilità ai padovani di accedere gratis ai musei – ha aggiunto il direttore Francesca Veronese – significa fidelizzare il pubblico e fargli capire l'importanza del patrimonio. In questo frangente abbiamo aperto a tutti ed è stata un'occasione unica che i turisti hanno colto per godere la bellezza dei tesori della nostra città».

LA FEDE

A fare il punto dall'ottica devozionale è stato poi il delegato pontificio, monsignor Fabio Dal Cin. «Mentre celebravo la

messa – ha annotato – vedevo la basilica strapiena, in particolare nella seconda metà dove se fosse caduto uno spillo non sarebbe finito a terra. E quando è stata aperta la porta centrale ho notato che l'assemblea continuava sulla piazza, con i devoti che partecipavano intensamente. Il Santo, come San Pietro e Loreto, è un luogo-simbolo per i credenti ma pure per i non praticanti, di rigenerazione e noi, sia dal punto di vista civile che ecclesiale, dobbiamo

offrire il massimo dell'accoglienza, perché la gente deve sentirsi di casa. Ho percepito che il tema della pace, mondiale sociale e familiare, è un desiderio profondo e Sant'Antonio lancia un messaggio sempre attuale sul rispetto della dignità delle persone: c'è chi viene in basilica per accendere una candela e pregare, e chi perché interessato all'arte, ma sempre di rigenerazione si tratta».

IL COMMERCIO

«L'andamento positivo è iniziato in primavera e fortunatamente il trend sta proseguendo – ha commentato invece Filippo Segato, direttore di Appe –. Certo, il Santo ha portato dei visitatori in più, però va considerato che non sempre i fedeli frequentano i locali pubblici, perché a volte si portano da casa da bere e da mangiare. Comunque questo è un turismo sul quale dobbiamo puntare un po' di più per arrivare allo scenario record del 2019, mentre chi fa la differenza per noi attualmente sono i turisti che vengono per l'Urbs Picta, i quali apprezzano anche i piaceri della gastronomia, oppure i giovani in gita scolastica che entrano nei bar. Di sicuro il Santo aiuta, ma non salva i bilanci...».

«Abbiamo visto tantissima gente – ha concluso Patrizio Bertin, presidente di Ascom Concommercio – ed è positivo, anche se i consumi alla fin fine non sono stati entusiasmanti. Certo, bar e ristoranti hanno lavorato bene nell'ultimo week end e speriamo che il trend continui. Gli albergatori, poi, sono molto soddisfatti, come mi hanno riferito Walter Poli e Monica Soranzo che nei loro hotel hanno avuto il pienone. Adesso, però, dobbiamo lavorare con le istituzioni perché è assolutamente necessario far ripartire i consumi».

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Il Mattino di Padova

21 giugno 2023

di Padova
il mattino

21 giugno 2023

PAESE : Italia
PAGINE : 16
SUPERFICIE : 19 %

DIFFUSIONE : (12887)
AUTORE : N.D.



Progetto finanziato con 110 milioni del Pnrr
Mette in rete 24 fra atenei e enti di ricerca

Nasce a Nordest l'Innovation Valley unisce ricerca e industria hi-tech

PADOVA

Un ecosistema dell'innovazione a Nordest per potenziare ed estendere i benefici delle tecnologie digitali alle aree di specializzazione chiave del Nordest italiano: industria, manifattura, agricoltura, mare, montagna, edilizia, turismo, cultura, salute e cibo.

Il progetto Inest - Interconnected Nord-Est Innovation Ecosystem, è finanziato con 110 milioni di euro in tre anni dal Pnrr rientrando tra i progetti di ricerca finanziati dall'Unione Europea nell'ambito del programma NextGenerationEu. Riunisce ventiquattro fra atenei, istituzioni e

enti di ricerca fra Veneto, Trentino e Friuli Venezia Giulia ed ha il suo hub a Padova e nove nodi (spoke) nel Nordest. In Fvg giocano un ruolo rilevante le università di Trieste e Udine e la scuola d'eccellenza Sissa. Franco Bonollo, docente all'università di Padova, è il presidente del Consorzio Inest che governa su questa Innovation Valley strumento di raccordo nel territorio fra enti di ricerca, università e il mondo produttivo: «Nel Paese - sottolinea Bonollo - ci sono in tutto undici progetti ma quello nordestino

è però l'unico che funziona su scala interregionale, in una delle aree più industrializzate che vale il 14% del Pil e il 20% dell'export. Ciascuno con le sue specializzazioni e competenze diversificate». Già reclutati sul campo 400 giovani ricercatori.

Il progetto sarà al centro di un convegno martedì a cura di Area Science Park e Regione Friuli Venezia Giulia a Trieste con enti, università e istituzioni scientifiche coinvolte.

L'agenda europea sull'innovazione sarà presentata da Anna Panagopoulou, a capo della direzione competente della commissione di Bruxelles. Parteciperà anche Caterina Petrillo, presidente di Area Science Park, alta scuola di formazione che è una delle realtà triestine d'eccellenza nel campo. La

Sissa è al lavoro insieme alle Università di Padova e di Trieste e all'Ogs, per studiare i gemelli digitali. Si tratta di «replici» che possono servire a costruire una sorta di metaverso tecnologico. Il convegno sarà concluso da una tavola rotonda sul progetto di Innovation Valley a Nordest che dovrebbe essere il naturale epilogo di tut-

to il progetto.

L'Innovation Valley del Nordest sta infatti chiamando a raccolta l'industria privata. A luglio partiranno i primi bandi per sollecitare attività ricerca e innovazione da parte delle aziende che siano collegati agli indirizzi dei vari network discussi all'interno del consiglio scientifico del Consorzio. Ad esempio l'Università di Trieste è capofila della linea di ricerca dedicata all'economia del mare. Insieme a quattro università (Trento, Iuav, Ca' Foscari, Padova), un ente pubblico di ricerca (Ogs), un ente di trasferimento tecnologico (Polo tecnologico Alto Adriatico), e un partner territoriale (Autorità di Sistema portuale), lavorerà su un progetto multidisciplinare che anche con l'utilizzo di big data e intelligenza artificiale punta a realizzare un «gemello digitale» del golfo di Trieste. —

P.D.F.



Il professor Franco Bonollo

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

La Repubblica.it

21 giugno 2023



Il decalogo della bellezza alla scoperta dei segreti di Padova



Con l'arrivo della bella stagione sono svariati le mete turistiche italiane dove poter trascorrere del tempo libero circondati da edifici storici, passeggiate lungo bastioni medioevali, bevande alla moda e tipiche specialità culinarie

La voglia di camminare osservando opere d'arte uniche, unita alla possibilità di scoprire nuove città e di conoscere i tanti segreti che nascondono è una delle specialità del nostro Bel Paese. Tra percorsi insoliti e tragitti più noti ci sono luoghi da non farsi sfuggire.

Tra le diverse mete c'è sicuramente Padova, che rispetto alla varietà italiana di opportunità turistiche ha la sua particolarità: è l'unica città italiana ad avere due patrimoni Unesco.

Il primo è ovviamente la famosa Padova Urbs Picta, patrimonio mondiale Unesco dall'estate 2021. Si tratta dell'unione di otto siti differenti, suddivisi in quattro componenti: Scrovegni ed Eremitani (1), il Palazzo della Ragione, la Reggia, il Battistero e le loro piazze (2), la Cittadella antoniana (3) e Oratorio di San Michele (4). I protagonisti di quest'impresa sono Giotto, Guariento, Giusto de' Menabuoi, Altichiero da Zevio, Jacopo Avanzi e Jacopo da Verona.

Il secondo luogo del decalogo padovano è l'Orto botanico dell'Università di Padova, datato 1545: è il più antico al mondo e nei secoli ha conservato la propria collocazione originaria, oltre a gran parte delle caratteristiche dell'impianto cinquecentesco. Da sempre luogo di ricerca scientifica, scambio culturale e didattica, dal 1997 è inserito nella Lista del Patrimonio Mondiale e nel 2014 ha persino ampliato il proprio patrimonio botanico con l'aggiunta del Giardino della Biodiversità.

Da non perdere la Basilica di Sant'Antonio, venerato in tutto il mondo e il tragitto del cosiddetto "Ultimo Cammino" compiuto proprio dal Santo nel 1231 dai Santuari Antoniani di Camposampiero alla Basilica del Santo a Padova. C'è poi il fulcro della vita economica della cittadina, rappresentato dal Palazzo della Ragione, datato 1218. Al piano terra c'è nascosto un tesoro: il mercato coperto più antico d'Europa noto con il nome di "Sotto Salone", con all'interno botteghe storiche e negozi che vendono prodotti genuini.

Il Caffè Pedrocchi è il luogo di ritrovo prediletto da studenti, artisti e letterati: qui ma anche in altri bar tra Piazza delle Erbe o Piazza della Frutta, oppure ai piedi della Torre dell'Orologio in Piazza dei Signori c'è modo di apprezzare lo spritz, drink rinfrescante e rinomato in tutto il mondo. Una passeggiata serale tra le mura rinascimentali e medioevali lungo 19 bastioni e 6 porte può trasformarsi in un momento romantico, come di sicuro impatto è l'osservatorio Astronomico, anche conosciuto come la torre della Specola o la torre di Galileo dove, secondo una falsa tradizione, lo scienziato pisano eseguì le sue scoperte astronomiche.

Per chi lo desidera da marzo ad ottobre dal porticciolo di porta Portello parte il Burchiello, una minicrociera tra le Ville Venete della Riviera del Brenta, da Padova a Venezia e viceversa, in un percorso che si dipana tra arte e storia, lungo l'antico Burchiello veneziano del '700; emozione da vivere con l'ausilio di una guida turistica. A chiudere questo decalogo della bellezza c'è il "Prato senza erba", un museo a cielo aperto dove le storiche residenze che lo circondano e le 78 statue che lo adornano raccontano il passato sia di Padova che di tutta l'Europa.

Per ulteriori informazioni consulta il sito ufficiale.

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

ANSA

23 giugno 2023



La Natura e l'Uomo, un Museo racconta storia della Terra

A Padova, è la più grande collezione universitaria d'Europa PADOVA
23 giugno 2023 17:28



FOTO

Una caverna di Alì Babà per gli appassionati della scienza e della storia della Terra. È il nuovo Museo della Natura e dell'Uomo, realizzato a Padova dall'Università del Bo, quattro collezioni riunite in un'unica sede museale, la più grande d'Europa per quanto riguarda le Università.

Dieci anni di fase progettuale, due anni e mezzo di lavori effettivi, la completa ristrutturazione di un edificio del '500, Palazzo Cavalli, giunto di fronte ai Giardini dell'Arena e alla celebre Cappella degli Scrovegni, il Museo è stato presentato oggi alla stampa e alle autorità cittadine. Da domani, sabato, aprirà al pubblico. Un gioiello nella già ricca proposta espositiva di cultura e scienza dell'Ateneo patavino, dopo l'Orto Botanico, sito Unesco, e il Museo della Storia della Medicina.

Nasce dalla fusione delle straordinarie collezioni naturalistiche che sono state costruite per secoli da studiosi ed esploratori dell'Università di Padova, a fini di ricerca e didattica, ed è integrato da alcuni pezzi importanti frutto di scambi con altri Musei internazionali.

L'allestimento, articolato in 38 sale, per complessivi 3.800 metri quadrati, più una sala per le mostre temporanee, riunisce in un unico percorso espositivo i preesistenti Musei universitari di Mineralogia, Geologia e Paleontologia, Antropologia e Zoologia, integrandoli in una narrazione coerente, arricchita da un affascinante apparato grafico, testuale e multimediale, a raccontare una storia planetaria dai suoi esordi, più di quattro miliardi di anni fa, fino ai giorni nostri. Sono oltre 4mila i pezzi esposti, quasi 200mila quelli custoditi in deposito.

"Il visitatore - afferma la rettrice dell'Università, Daniela Mapelli, rettrice dell'Università, - verrà accompagnato lungo un cammino nell'incredibile, a tratti difficile, rapporto dell'uomo con la natura. In questo percorso si possono vedere reperti che risalgono a milioni di anni fa, ma non solo. È stato pensato come un museo interattivo; oltre a poter osservare i reperti, vi sono moltissimi supporti multimediali, suoni, racconti, per coinvolgere il visitatore in una emozione, e su un tema che oggi va molto di moda: la biodiversità". (ANSA).

□
RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

ANSA

23 giugno 2023

 URL :<http://www.ansa.it/>
PAESE :Italia
TYPE :Agence de Presse

 > Versione online

 URL :<http://www.ansa.it/>
PAESE :Italia
TYPE :Agence de Presse

> Versione online

"La Natura e l'Uomo", il nuovo Museo a Padova racconta la storia della Terra - ANSAcom



- Fai la ricerca
- Vai alla Borsa
- Vai al Meteo

E' un viaggio di 4 miliardi di anni nella storia scientifica della Terra quello su cui ci si può imbarcare varcando le porte di Palazzo Cavalli a Padova, sede del nuovo Museo della Natura e dell'Uomo, una caverna di Alì Babà per gli appassionati della scienza. Una grande collezione, che ne riunisce 4 preesistenti, che costituisce il più grande museo universitario di tutta Europa. E' infatti l'Ateneo del Bo - con i contributi della Fondazione Cariparo, del Ministero della Cultura, della Regione Veneto - ad aver progettato e realizzato nell'arco di 10 anni (2 e mezzo di lavori effettivi), questo affascinante edificio che va a creare un tritico con i Musei universitari già esistenti a Padova: quello della storia della Medicina (e della storia della Terra. E' il nuovo Museo della Natura e dell'Uomo, realizzato a Padova dall'Università del Bo, quattro collezioni riunite in un'unica sede museale, la più grande d'Europa per quanto riguarda le Università.

Dieci anni di fase progettuale, due anni e mezzo di lavori effettivi (per un costo di 20 milioni di euro), la completa ristrutturazione di un edificio del '500, Palazzo Cavalli, giunto di fronte ai Giardini dell'Arena e alla celebre Cappella degli Scrovegni, il Museo è stato presentato oggi alla stampa e alle autorità cittadine. Da domani, sabato, aprirà al pubblico. Un gioiello nella già ricca proposta espositiva dell'Ateneo padovano, che conta altre sedi museali, lo stesso Palazzo del Bo, con il celebre Teatro Anatomico, l'Orto Botanico, sito che fa parte del patrimonio Unesco, senza contare le partecipazioni, come quella nel comitato promotore del Museo, il Museo della Storia della Medicina, realizzato nell'ex Ospedale di San Francesco Grande.

La collezione della "Natura e dell'Uomo" nasce dalla fusione delle straordinarie raccolte naturalistiche costruite per secoli da studiosi ed esploratori dell'Università di Padova, a fini di ricerca e didattica, integrate da alcuni pezzi importanti frutto di scambi con altri Musei internazionali. Come la 'star' del Museo, la Trige dai denti sciabola dell'Era

Glaciale - uno dei personaggi dell'omonimo film animato - il grande felino - lo scheletro è presentato accanto alla riproduzione a grandezza naturale di quello che sarebbe stato l'animale in natura - è noto tra gli studiosi come Smilodon fatalis. E' l'unico esemplare nel suo genere in Italia e fra i pochi presenti nei musei europei; un fossile che risale al Pleistocene Superiore e proviene dal sito di Rancho La Brea in California (Usa), uno tra i più importanti giacimenti fossiliferi al mondo. Di grande interesse sono le sale dedicate ai reperti trovati in uno dei più grandi siti fossili del Paese, Bolca (Verona): di grande effetto è quella che è stata denominata "la spiaggia delle Palme", con decine di esemplari fossili provenienti dal sito veronese. Restando alla paleontologia, un altro gioiello della collezione è rappresentato da un rarissimo esemplare di Mesosauro, una lucertola progenitrice dei dinosauri, presentata nel museo padovano con uno scheletro fossile perfetto, frutto di una donazione privata.

L'allestimento, articolato in 38 sale, per complessivi 3.800 metri quadrati, più una sala per le mostre temporanee, riunisce in un unico percorso espositivo i preesistenti Musei universitari di Mineralogia, Geologia e Paleontologia, Antropologia e Zoologia, integrandoli in una narrazione coerente, arricchita da un affascinante apparato grafico, testuale e multimediale, a raccontare una storia planetaria dai suoi esordi, più di quattro miliardi di anni fa, fino ai giorni nostri. Sono oltre 4mila i pezzi esposti, quasi 200mila quelli custoditi in deposito.

"Il visitatore - afferma la rettrice dell'Università, Daniela Mapelli, rettrice dell'Università, - verrà accompagnato lungo un cammino nell'incredibile, a tratti difficile, rapporto dell'uomo con la natura. In questo percorso si possono vedere reperti che risalgono a milioni di anni fa, ma non solo. E' stato pensato come un museo interattivo; oltre a poter osservare i reperti, vi sono moltissimi supporti multimediali, suoni, racconti, per coinvolgere il visitatore in una emozione, e su un tema che oggi va molto di moda: la biodiversità".

Tielmo Pievani, direttore scientifico del Museo, conosce ogni oggetto, la storia di ogni fossile, o stratificazione minerale presente nelle teche luccicanti. Con curiosità che lasciano il visitatore stupito. Come quando, illustrando alla stampa il percorso espositivo, ha spiegato la leggenda che si cela dietro i crani della sezione dedicata agli Elefanti nani, antichi abitanti della Sicilia. "L'elefante nano della Sicilia - ha spiegato - è un reperto interessantissimo, legato ad una storia particolare. I greci, i primi ad osservare questi fossili, videro l'enorme 'buco' presente al centro del cranio, e pensarono che potesse spiegare il mito del Ciclope con un solo occhio, il Polifemo che poi ritrovano nell'Odissea. Il riferimento scientifico, però, non era il Ciclope, erano questi strani mammiferi con l'enorme cavità al centro del cranio che un tempo vivevano nella nostra isola".

In collaborazione con:
Università di Padova

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

IL GAZZETTINO

24 giugno 2023

IL GAZZETTINO
PADOVA

24 giugno 2023 - Edizione Padova

PAESE :Italia
PAGINE :3
SUPERFICIE :28 %

DIFFUSIONE : (5255)
AUTORE :N.D.



«Un nuova leva turistica ma anche un posto dove studiare e divertirsi»

► Fabrizio Nestola, presidente del Centro di ateneo per i musei:
«Un'occasione per trasmettere il sapere raccolto dagli studiosi»

I CURATORI

PADOVA Il nuovo museo del Bo darà una spinta importante all'attrattiva di una città che è sempre più meta di turismo culturale e scientifico. Un lascito importante per Padova che ha trasformato palazzo Cavalli in un centro di studio e di incontro, uno spazio in cui cresceranno culturalmente generazioni di padovani e di turisti che visiteranno la città.

«L'inaugurazione del Museo della natura e dell'uomo segna in modo definitivo il ruolo chiave che questa prestigiosa Università ricopre da otto secoli nel conservare, trasmettere al prossimo, studiare, il suo immenso patrimonio culturale e scientifico - afferma Fabrizio Nestola, presidente del Centro di ateneo per i musei -. Il grande progetto museale non coinvolgerà soltanto la cittadinanza, le scuole di ogni livello, il turismo, ma si potrà anche scientificamente come tramite prestigioso tra gli scienziati del nostro ateneo e quelli di tutto il resto del mondo. Rappresenterà il luogo d'incontro di cittadini e studenti di ogni età, di scienziati e amanti della natura e del genere umano che potranno godere di un ambiente magico immerso tra geologia, zoologia e antropologia combinati a formare un tutt'uno culturale».

Un vero e proprio dono alla città che ha riscosso lo stupore anche di quattro direttori di musei scientifici a Washington, Tokyo, Buenos Aires e Vienna, accompagnati ieri in visita proprio da Nestola. Un museo gigantesco che si sviluppa su tutti i tre piani di palazzo Cavalli e saprà catturare l'attenzione degli esperti, che per essere soddisfatti dovranno impiegare almeno tre ore per visitarlo tutto, ma anche dei più piccoli e delle scolaresche.

Inoltre, la presenza di uno spazio dedicato alle mostre temporanee permetterà di rinnovare di volta in volta la proposta museale, sicché anche ritornando in visita si potrà rimanere nuovamente a bocca aperta. «Il Museo della natura e dell'uomo è un luogo di partecipazione e di cittadinanza scientifica, che l'Università, al termine delle celebrazioni per gli 800 anni, regala adesso alle scuole, alla città, ai turisti - sottolinea

Telmo Pievani, direttore scientifico del museo -. Questa apertura ha richiesto 10 anni di lavoro non solo per il restauro, ma anche per pensare un luogo che possa creare attorno a sé una comunità aperta ed inclusiva, rivolta alla crescita culturale di tutti grazie a un allestimento coinvolgente, multimediale e interattivo che mescola in ogni sala i linguaggi

contemporanei più avanzati delle esposizioni scientifiche».

Un progetto all'avanguardia che a diritto si iscrive nella lista dei musei più innovati d'Europa, anche perché risponde alle cinque missioni fondamentali che le istituzioni internazionali richie-

dono oggi ai musei scientifici: condurre ricerche, fare conservazione secondo le tecniche più avanzate, ideare iniziative di comunicazione coinvolgenti per ogni età, sviluppare progetti educativi e didattici innovativi, contribuire alla crescita del territorio attraverso la condivisione dei saperi scientifici.

Inoltre, il Museo della natura e dell'uomo sorge in una posizione strategica, al centro della rete museale padovana: «Il museo sorge davanti alla cappella degli Scrovegni - conclude Pievani - quasi a instaurare un dialogo simbolico tra i saperi e le arti, è il progetto di punta di un ecosistema museale scientifico diffuso capillarmente nella città, il cui percorso lo collega con palazzo Bo, con l'Orto botanico e con la rete dei musei universitari, rendendo Padova un caso unico in Italia e in Europa. Otto secoli di scienza, sui selciati e sotto i portici dove passeggiavano Galileo e Vesalio. Nelle strade dove è nato il metodo scientifico, questo museo apre le sue sale a tutte le menti curiose».

M.M.

© RIPRODUZIONE PERMESSA

TELMO PIEVANI
È IL RESPONSABILE
SCIENTIFICO: «FAREMO
INIZIATIVE PER OGNI ETÀ
SARÀ AL CENTRO DELLA
CRESCITA CULTURALE»



LA VISITA Sopra, il professor Telmo Pievani illustra il museo alle autorità. Qui la sala delle palme fossili



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

ORGANIZATION
MANAGEMENT
DESTINATION

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Il Mattino di Padova

28 giugno 2023

il mattino di Padova
 28 giugno 2023

PAESE :Italia
 PAGINE :24
 SUPERFICIE :46 %

DIFFUSIONE :(12887)
 AUTORE :N.D.

Hotelpieni effetto Rammstein

Per la notte del concerto metal all'Euganeo una camera costa 366 euro. Arzenton (Zed): «Musica volano per la crescita»

Cinque mila spettatori solo dalla Germania. E poi pubblico da altre decine di Paesi. Tutti per la band metal tedesca Rammstein. Per una notte Padova sarà l'«ombelico del mondo». Ecco perché non si trova una camera d'albergo libera, se non pagandola profumatamente secondo la dura legge del mercato. Una coppia che vuole stare in hotel, prenotando oggi, non spenderebbe meno di 364 euro. Si scende a 257 accontentandosi di un B&B ma senza bagno in camera.

LA RICERCA SUBITI

Effettuando una ricerca sui siti di prenotazioni alberghiere per la notte di sabato 1 luglio a Padova si scopre che il 97% della disponibilità è occupata. Spostandosi ad Abano il tasso di occupazione scende leggermente ma resta all'82%. A Padova la camera più economica è nel B&B "Tokitakai Collection" in piazza De Gasperi: 257 euro ma senza bagno in camera. Si sale a 342 euro alla Erik Langer House in via Tommaso 50, vicino alla stazione: anche in questo però il bagno è

in comune. Il primo hotel disponibile è l'M14, in via Acquette, vicino prato della Valle con 364 euro e poi l'NH vicino alla Fiera, lo Sheraton a Padova Est e il Maritan all'ospedale con camere a 366 euro. Cercando su Airbnb le uniche disponibilità sono due appartamenti

menti a Casalserugo, rispettivamente da 258 euro e 234 euro a notte. Nell'area termale il prezzo più basso disponibile sono i 138 euro dello Sporting Resort di Galzignano.

OCCASIONE TURISMO MUSICALE

«Un grande evento è occasione di spettacolo e di intrattenimento per il pubblico ma è anche uno strumento con cui generare ricadute economiche positive attraverso la spesa attività dai visitatori», commenta Valeria Arzenton, una dei soci di "Zed", la società organizzatrice del concerto. Non solo turisti e non tutto in una notte: gli eventi favoriscono l'attrazione di investimenti, la promozione, la valorizzazione di una città. Insomma è tutto «marketing territoriale». «E nel caso di date esclusive, come quella dei Rammstein, o anche i Porcupine Tree e i Placebo a Piazzola, le ricadute sono su un territorio ampio», aggiunge Arzenton evidenziando come quella di sabato è l'unica data in Italia di un evento internazionale. «Un altro aspetto particolarmente rilevante è

la crescita dei flussi turistici perché molti spettatori approfittano per fermarsi qualche giorno e scoprire il territorio - prosegue l'organizzatrice - La proposta all'amministrazione e a tutte le forze in campo per realizzare i grandi eventi è di aiutarci e di agevolare sempre

di più queste attività, che con quelle invernali e l'auspicata nuova Arena della musica, completano un circolo virtuoso di destinazione culturale, d'eccellenza e di stampo europeo per Padova. Che tutti ci invidiano». —

CLAUDIO MALFITANO



Il gruppo metal tedesco Rammstein si esibirà sabato all'Euganeo

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Il Mattino di Padova

12 luglio 2023

il mattino
di Padova

PAESE :Italia
PAGINE :23
SUPERFICIE :33 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE :-(12887)
AUTORE :Elvira Scigliano



L'OSSERVATORIO DI CONFESERCENTI

Padova supera la rivale Verona per apprezzamento online dei turisti

L'indice pone la città del Santo al di sopra delle altre realtà
Rossi: «Guardiamo con orgoglio i dati e continuiamo così»

Elvira Scigliano

L'ennesimo successo firmato Urbs Picta ha il sapore dolce della rivale ed è il sorpasso di Padova su Verona, ma anche sui Colli, sulle Terme Euganee e sulle terre vicentine per l'apprezzamento online dei turisti.

La notizia arriva dall'Osservatorio economico di Assoturismo Confesercenti che dà anche ottime notizie per quanto riguarda l'intero comparto turistico. Grazie a una proiezione dei dati forniti da HBenchmark e Padova Convention & Visitors Bureau, l'Osservatorio Economico di Confesercenti del Veneto Centrale e il report annuale

dell'OgPadova, l'attrattività turistica (intesa come interesse del turista) è pari al 93,3/100.

L'indice rilevato pone la città del Santo al di sopra delle altre realtà territoriali provinciali e regionali, risultando più attrattiva di enti territo-

riali che hanno da sempre una vocazione turistica più accreditata, come Verona che si ferma a 88/100. Anche l'estate, secondo le previsioni, andrà a gonfie vele, pure con la leggera flessione nei mesi di luglio e agosto: un calo che rientra nella media dei flussi turistici dell'Urbs Picta, caratterizzato da sempre da un abbassamento dei flussi nei due mesi estivi e da un relativo rialzo a settembre-ottobre.

Dal campione di strutture ricettive divise tra Padova città e zone Terme-Colli, risulta che tra maggio e giugno 2023 l'occupazione ha segnato un positivo 75,9% in città (+7,8% sul 2022 e +4,9% sul 2019) diviso tra una rappresentanza italiana del 49,6% (in calo rispetto all'anno scorso, con il 51,9% e straniera del 50,4% (in salita rispetto al 48,1% del 2022, per la felicità degli operatori turistici che li aspettavano da tempo); fuori dalla città,

invece, la tendenza è in forte aumento con un notevole rialzo sull'occupazione delle strutture ricettive del 71,5% (+13% sul 2022 e il +3,6% sul 2019). Aumenta la percentuale di presenze straniere sul totale delle prenotazioni, nonostante questo sia in aumento rispetto all'anno precedente, con un 51,1% (contro il 49,1% del 2022) e un leggero calo di presenze italiane, con il 48,9%, rispetto al 50,9% dello scorso anno.

«Finalmente dei dati positivi che ci danno la possibilità

di fare previsioni ottimistiche per il nostro sistema turistico padovano», dice il presidente di Confesercenti del Veneto Centrale, Nicola Rossi. «Guardiamo con orgoglio i dati pubblicati dall'osservatorio regionale che ci mostrano un sentimento verso i nostri territori e in particolare le attività ricettive più che positivo. Dobbiamo continuare a lavorare per rendere Pado-

va sempre più competitiva e smart nell'ambito dello sviluppo del turismo e delle imprese legate al settore dell'accoglienza.»



L'interesse dei turisti per Padova è pari al 93,3%, mentre Verona è sotto con un 88%



NICOLA ROSSI
PRESIDENTE DI CONFESERCENTI
DEL VENETO CENTRALE

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Il Mattino di Padova

13 luglio 2023

il mattino

13 luglio 2023

PAESE :Italia
PAGINE :34
SUPERFICIE :19 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE :(12887)
AUTORE :Luca Preziosi



L'INIZIATIVA

Giotto e Padova Urbs Picta sbarcano a New York

Da novembre a gennaio 2024 una mostra nella Grande Mela. Le opere riprodotte in 3D

Giotto e Padova Urbs Picta sbarcano nella Grande Mela. Da novembre a gennaio 2024, New York ospiterà una mostra all'interno dell'Istituto Italiano di Cultura a Park Avenue, dove tutte le opere e il patrimonio artistico padovano battezzato dall'Unesco saranno riprodotte in 3D. Cappella degli Scrovegni compresa.

A volare fisicamente oltre oceano sarà solamente la preziosa tavola "Angelo seduto con globo e scettro" di Guariento, per la quale dagli Usa è già stata formulata la domanda di prestito, oltre ovviamente a moltissimo materiale documentale, fotografico e video.

«È nato tutto da una chiacchierata con il direttore dell'Istituto di Cultura Fabio Finotti, che è un caro amico e uno studioso di fama – rivela l'assessore alla cultura, Andrea Colasio –. Da quella chiacchierata è nata un'altra occasione per promuovere Urbs Picta, che ormai ci sta regalando grandi risultati in termini di turismo e prestigio internazionale. L'idea di trasportare tutto a New York non

più che far ulteriormente crescere tutto il progetto».

Nella sala newyorkese dell'Istituto sarà quindi riprodotta anche la Cappella, all'interno della mostra che si chiamerà "La magia di Giotto". L'utilizzo del modello 3d permetterà un approccio agli affreschi immersivo ed emotivo, simile alla visita in presenza. Muovendo il mouse sugli schermi e proiettori, si potrà seguire la storia raccontata da Giotto, spostandosi tra gli episodi della vita di Anna e Gioacchino e di Gesù, avvicinandosi ai volti dei protagonisti e ai più minuti aspetti della natura, oppure optare per una lettura tematica delle scene.

Lo stesso avverrà per gli affreschi e gli altri beni che fanno parte di Urbs Picta, finita ormai due anni fa nella World Heritage List, la lista del patrimonio mondiale Unesco.

Con Finotti è stato siglato

un vero e proprio accordo che prevede una sorta di scambio: Padova concederà in prestito la tavola "Angelo seduto incoronato con globo e scettro", attualmente in mostra ai musei

civici Eremitani e metterà a disposizione il materiale fotografico e video relativo ad Urbs Picta e alla Cappella degli Scrovegni, mentre l'Istituto Italiano di Cultura di New York cederà a titolo gratuito la campagna fotografica digitale prodotta, sia della Cappella degli Scrovegni sia della Cripta, e promuoverà il sito anche attraverso gli altri Istituti Italiani di Cultura presenti nel mondo. —

LUCA PREZIOSI



La Cappella degli Scrovegni

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

RAI NEWS

23 luglio 2023



URL :<http://rainews.it/>
PAESE :Italia
TYPE :Web Grand Public



> [Versione online](#)

▶ 23 luglio 2023 - 21:59

Padova, le presenze turistiche sono cresciute del 30 per cento



23/07/2023

Arianna Garavaglia e Paolo Colombatti, montaggio Marco Pacifico

Tra i siti più visitati di Padova c'è anche il Palazzo della Ragione. Gli ingressi all'antica sede affrescata dei tribunali cittadini sono aumentati del 22 %. Ma sono tutti i luoghi d'arte della città, ad attirare appassionati. Segno del successo turistico di Padova. Che segna il 30 per cento di pernottamenti in più rispetto allo scorso anno. La nuova vita Padova come meta turistica è decollata da qualche anno. A dare impulso il riconoscimento al ciclo di affreschi Padova Urbs Picta.

Nel servizio l'intervista ad Andrea Colasio, assessore alla cultura e al turismo di Padova

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

IL GAZZETTINO

23 luglio 2023

IL GAZZETTINO.it
URL :http://www.ilgazzettino.it/
PAESE :Italia
TYPE :Web Régional et Local



> Versione online

IL GAZZETTINO.it
URL :http://www.ilgazzettino.it/
PAESE :Italia
TYPE :Web Régional et Local

> Versione online

L'effetto Urbs Picta fa il record: già un milione di turisti da inizio anno in città

Nordest

>

PadovaDomenica 23 Luglio 2023di Alberto Rodighiero



PADOVA - Un milione di turisti già arrivati in città dall'inizio dell'anno (di cui oltre 575mila hanno passato almeno una notte nei nostri hotel) oltre il 30% in più di arrivi rispetto l'anno scorso e, soprattutto, polverizzato il record del 2019, ovvero l'anno prima del Covid. Se non è una marcia trionfale, poco ci manca. Complice l'effetto Urbs Picta con la Cappella degli Scrovegni che, ormai da mesi, registra il sold - out, il turismo in città sta registrando un vero e proprio boom. Grafici e tabelle alla mano, ieri mattina l'assessore alla Cultura Andrea Colasio ha messo in fila i numeri che dovrebbero fare la felicità di albergatori, baristi, ristoratori e delle casse dei musei comunali. Numeri che partono dall'analisi dei dati legati alla tassa di soggiorno e che, di conseguenza, raccontano solamente una parte del fenomeno. Come prima cosa, infatti, non tengono conto dei turisti mordi e fuggi (le decine e decine di pullman delle gite giornaliere che affollano piazza Rabin) e degli operatori turistici che si "dimenticano" di pagare, appunto, la tassa di soggiorno. Partendo da questo presupposto, si può tranquillamente affermare che, nel primo semestre di quest'anno, per visitare la nostra città sono arrivati almeno un milione di visitatori.

APPROFONDIMENTI

IL RISULTATO

«Non c'è ombra di dubbio – ha esordito Colasio – che questi risultati siano legati al riconoscimento dell'Unesco della nostra Urbs picta. Un riconoscimento che ha dato un input fondamentale al nostro comparto turistico. Non a caso, c'è un tasso di occupazione delle camere che cresce, dal 60 al 70% e cresce anche il sentimento reputazionale. Chi viene in città, si desume dai social, per 86,5% dà, infatti, un giudizio positivo». «Da questo punto di vista – ha aggiunto – è molto significativa la "crescita" di Palazzo della Ragione che, in questi primi sei mesi del 2023, ha fatto 86 mila ingressi contro i 71 mila del 2022, per cui c'è una crescita del 15%. Ma c'è una crescita anche dell'8% rispetto agli 80 mila del 2019. Analogamente, la Cappella degli Scrovegni, l'elemento attorno alla quale ruota tutta la Urbs picta, quest'anno fa 187 mila presenze, contro le 162 mila dell'anno scorso e contro le 179 mila del 2019. Quindi c'è un +10% di presenze, un valore importante, tenendo conto che la Cappella ha quasi raggiunto ormai il livello di

saturatione. Il titolare della Cultura è poi passato all'analisi dei dati del primo semestre di quest'anno dati che, è giusto ribadirlo, si basano sui turisti che hanno passato almeno una notte in città.

LE NOTTE

«I numeri relativi ai pernottamenti relativi al primo semestre del 2023 ci dicono che si passa dai 441 mila pernottamenti del 2022 a 575 mila dei primi sei mesi del 2023 – ha concluso - Grossomodo vuol dire 134 mila persone in più che hanno dormito almeno una notte a Padova. Staticamente, significa che c'è un 30,2% in più di pernottamenti, dato evidentemente fuori dall'ordinario, che vuol dire che albergatori, ristoratori, hanno beneficiato di un indotto significativo. Non meno interessante è il quadro comparativo con l'ultimo anno pre Covid, il 2019 che ha segnato il punto più alto negli arrivi e nelle presenze turistiche nella città di Padova. Ecco, comparando il primo semestre 2023 con il primo semestre 2019 abbiamo una sorpresa: l'anno scorso non ci siamo riusciti, quest'anno abbiamo superato di ben 55 mila pernottamenti il dato relativo al 2019; vuol dire che c'è un + 9,6%, passiamo da 520 mila a 575 mila pernottamenti».

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

IL GAZZETTINO
PADOVA

PAESE :Italia
PAGINE :2:11
SUPERFICIE :45 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE :(5255)
AUTORE :N.D.



► 30 luglio 2023 - Edizione Padova

IL GAZZETTINO

30 luglio 2023

Musei gratis per i padovani «Così celebriamo l'Unesco»

Ad agosto musei gratis per tutti i padovani. Per il secondo anniversario dell'iscrizione de "I cicli affrescati del XIV secolo di Padova" alla lista del patrimonio mondiale Unesco, dal 1° al 31 agosto i cittadini residenti nel Comune e in provincia di Padova potranno visitare gratuitamente gli Eremitani, Palazzo Zuckermann, il Museo del Risorgimento e dell'Età Contemporanea oltre che il Palazzo della Ragione. È esclusa dall'iniziativa la Cappella degli Scrovegni. L'assessore Colasio: «Così celebriamo l'Unesco».

Rodighiero a pagina XII

Musei gratis in agosto per celebrare l'Urbs Picta

► Due anni fa l'iscrizione all'Unesco
Il Comune promuove l'iniziativa

► Accesso libero per tutti i padovani
Esclusa solo la Cappella degli Scrovegni

LA NOVITÀ

PADOVA Ad agosto musei gratis per tutti i padovani. Per il secondo anniversario dell'iscrizione de "I cicli affrescati del XIV secolo di Padova" alla lista del Patrimonio Mondiale Unesco, dal primo al 31 agosto i cittadini residenti nel Comune e in provincia di Padova potranno visitare gratuitamente il Museo Eremitani, Palazzo Zuckermann, il Museo del Risorgimento e dell'Età Contemporanea oltre che il Palazzo della Ragione. È esclusa dall'iniziativa la Cappella degli Scrovegni il cui accesso

è sottoposto a precise misure di salvaguardia e richiede necessariamente la prenotazione.

L'ANNIVERSARIO

«L'iscrizione dei nostri cicli affrescati nella Lista Unesco due anni fa è un riconoscimento ottenuto grazie anche alla passione e al sostegno di tutti i padovani - ha spiegato ieri l'assessore alla Cultura Andrea Colasio - Abbiamo così voluto offrire ai numerosi padovani che in agosto per lavoro o altro rimangono in città, l'opportunità di accesso gratuito per scoprire o riassaporare con calma alcuni



DA SINISTRA: Al Museo degli Eremitani si può ammirare il nuovo allestimento dello stemma-barco crocifisso di Giotto

IL GAZZETTINO
PADOVA

PAESE :Italia
PAGINE :2:11
SUPERFICIE :45 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE :(5255)
AUTORE :N.D.

► 30 luglio 2023 - Edizione Padova

dei musei più interessanti della città, per tutto il mese di agosto». «Ricordo che agli Eremitani è in corso la mostra "All'Ombra di Canaletto" che offre un'ampia panoramica sul tema del paesaggio veneto nelle sue numerose sfaccettature e interpretazioni che mutano nei secoli di vita della Serenissima, e che oltre a questa interessantissima esposizione, chi non lo ha già fatto, può scoprire il nuovo allestimento espositivo del celeberrimo Crocifisso di Giotto e i recenti rinnovati allestimenti delle Sale Egizie e del Lapidario Romano su cui si affaccia anche la Caffetteria - ha aggiunto l'assessore - Insomma, è l'occasione per vedere come il nostro principale museo è un luogo vivo e mutevole, che offre sempre nuove opportunità di visita. Ma altrettanto interessante è una visita a Palazzo Zuckermann con la Collezione Bottacin di monete e medaglie, una delle più complete al mondo, e al Museo delle Arti Applicate così come al Museo del Risorgimento e al magnifico Palazzo della Ragione. La cultura a Padova non va in vacanza e i padovani sono certo apprezzeranno questa iniziativa».

I NUMERI

E, intanto, il riconoscimento dell'Unesco sta facendo da volano per il rilancio turistico in città. Un milione di turisti già arrivati in città dall'inizio dell'anno (di cui oltre 575mila hanno passato almeno un notte nei nostri hotel), oltre il 30% in più di arrivi rispetto l'anno scorso. E, soprattutto, è stato polverizzato il record del 2019, ovvero l'anno prima del Covid. Complice l'effetto Urbs Picta con la Cappella degli Scrovegni che, ormai da mesi, registra il sold out. Il turismo in città sta registrando un vero e proprio boom.

I numeri forniti la settimana scorsa proprio da Colasio partono dall'analisi dei dati legati alla tassa di soggiorno e, di conseguenza, raccontano solamente una parte del fenomeno. Come prima cosa, infatti, non tengono conto dei turisti morali e fuggi (le decine e decine di pullman delle gite giornaliere che affollano piazza Rabin) e, perché no, degli operatori turistici che si "dimenticano" di pagare, appunto, la tassa di soggiorno. Partendo da questo presupposto, si può tranquillamente affermare che, nel primo semestre di quest'anno, per visitare la nostra città sono arrivati almeno un milione di visitatori.

I numeri dei pernottamenti relativi al primo semestre del 2023 ci dicono che si passa dai 441mila del 2022 ai 575mila dei primi sei mesi del 2023. Vuol dire 134mila persone in più che hanno dormito almeno una notte a Padova. Staticamente, significa che c'è un 30,2% in più di pernottamenti, dato evidentemente fuori dall'ordinario, che vuol dire che albergatori e ristoratori hanno beneficiato di un indotto significativo.

Alberto Rodighiero

AGLI EREMITANI LA MOSTRA SU CANALETTO E IL NUOVO ALLESTIMENTO DEL CROCIFISSO DI GIOTTO



CULTURA E TURISMO L'assessore comunale Andrea Colasio



CO
OP

CUL
TURE



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

ORGANIZATION
MANAGEMENT
DISTRIBUTION

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

IL GAZZETTINO

6 agosto 2023

IL GAZZETTINO.it
URL : http://www.ilgazzettino.it/
PAESE : Italia
TYPE : Web Régional et Local

6 agosto 2023 - 05:32



> Versione online

IL GAZZETTINO.it
URL : http://www.ilgazzettino.it/
PAESE : Italia
TYPE : Web Régional et Local

6 agosto 2023 - 05:32

> Versione online

Ferragosto culturale a Padova. In città si registra il pienone in musei e alberghi: la Cappella degli Scrovegni è da "tutto esaurito"

Nordest

>

PadovaDomenica 6 Agosto 2023di Nicoletta Cozza



PADOVA - Agosto in passato non è mai stato un mese di punta per il turismo, in quanto i vacanzieri preferivano le località di villeggiatura alle città d'arte. Quest'anno però, stando ai dati delle prenotazioni arrivate finora, la situazione sembra in controtendenza in città, con gli alberghi di Padova che per Ferragosto hanno il 75% delle stanze occupate e con i titolari che contano di riempire a breve anche le altre. Poi la Cappella degli Scrovegni è completamente prenotata e sono tantissime le richieste sia per Palazzo della Ragione che per i Musei Civici agli Eremitani. Continua, quindi, l'effetto-traino dell'Urbs Picta, che nella fattispecie va a incidere positivamente in quello che è considerato un mese "di morta" per le strutture ricettive.

APPROFONDIMENTI

LA CULTURA

La prima conferma che sarà un ponte ferragostano all'insegna dei segni positivi per il turismo arriva da palazzo Moroni, dove a monitorare la situazione c'è Andrea Colasio. «Primavera e autunno – annota l'assessore alla cultura – rappresentano i periodi clou per i flussi. Il 2023, però, sta facendo registrare presenze significative anche in estate. E questo trend positivo viene avvalorato dalle guide turistiche che sono sovraccariche di lavoro, tanto che per i Notturni di Padova abbiamo fatto poco affidamento su di loro perché perennemente occupate. D'altro canto il centro è pieno di gruppi e coppie alla scoperta di Padova».

«Per Ferragosto le previsioni sono positive – ha proseguito Colasio – in continuità con aprile, maggio, giugno e luglio. Nei luoghi d'arte ci saranno gli stranieri che hanno prenotato, ma pure i "turisti di prossimità", provenienti dai centri vicini, e quindi gli indicatori ci dicono che ci sono presupposti per un pienone nei luoghi d'arte nel prossimo ponte. Agli Scrovegni c'è già il tutto esaurito, ma anche Museo e Palazzo della Ragione, grazie anche alle facilitazioni per i padovani che possono entrare gratis,

sono richiestissimi. Insomma a Padova questo sarà un "Ferragosto culturale". E tra i siti storici protagonisti non può mancare il Pedrocchi. «Prevediamo una massiccia presenza di turisti – ha osservato il direttore, Manolo Rigoni – e quindi l'antico caffè rimarrà aperto per tutto il mese dalle 8 a mezzanotte, con la cucina in funzione dalle 12 alle 22, in maniera che chi viene in vacanza a Padova possa mangiare in un luogo-simbolo. Solo nei tre lunedì, cioè 7, 14 e 21, dovremo chiudere per lavori, ma per il resto... porte aperte sino al 31».

AL SANTO

I frati del Santo, invece, non prevedono accessi record in Basilica. «In agosto – osserva il rettore padre Ramina – abbiamo sempre un ridimensionamento degli ingressi e quindi ipotizziamo che pure quest'anno la domenica dell'Assunta il numero dei fedeli sia quello di una normale domenica. Certo, parliamo sempre di una buona partecipazione, ma lontana da quanto abbiamo registrato durante le celebrazioni del Giugno antoniano». Invece, complice il caldo, non sta riscuotendo grande successo l'opportunità di vedere da vicino il Gattamelata, salendo sul ponteggio allestito per il restauro della statua: finora le visite al capolavoro di Donatello non sono state molte, ma potrebbe dipendere appunto dalle alte temperature, considerato che per accedere è necessario indossare il caschetto di plastica e calzare scarpe chiuse: per Ferragosto quindi si spera in un incremento.

LE STRUTTURE

Invece per il prossimo ponte la media delle stanze prenotate negli alberghi del capoluogo è pari al 75%, però con picchi in alcune strutture. «In generale i tassi di occupazione delle camere sono alti – sottolinea Alessandro Salmaso, vicepresidente di Federalberghi Ascom Confcommercio e titolare dell'hotel Al Cason – e questo è un buon periodo. Solitamente a Ferragosto Padova non viene presa d'assalto perché la gente privilegia le località di mare o di montagna, però quest'anno riscontriamo una significativa presenza di turisti stranieri, ma anche un buon numero di italiani. Nel mio albergo le prenotazioni per il prossimo ponte in questo momento riguardano il 90% delle stanze: un ottimo dato, peraltro sulla falsariga di quanto si è verificato dall'inizio dell'anno». E pure Gabriele Joseffini, titolare della Casa del Pellegrino, delinea un quadro positivo. «Attualmente – segnala – abbiamo un'elevata percentuale di persone che hanno fissato la camera per Ferragosto: siamo al 70% dei posti letto già occupati, ma ci sono tutti presupposti affinché si migliori la percentuale: ad agosto infatti prevale il "turismo di transito" e tanti fissano a ridosso della scadenza».

Infine Patrizio Bertin, presidente di Ascom, rileva: «Prevediamo che a Ferragosto nei bar e nei ristoranti cittadini non ci sarà il vuoto e che anzi si riempiranno di persone. Per questo molti dei titolari terranno aperto, anche perché numerosi padovani sono andati via a luglio e adesso sono in città. Credo che alla fin fine per l'economia padovana le giornate ferragostane si riveleranno molto interessanti».

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

IL GAZZETTINO
PADOVA

PAESE :Italia
PAGINE :1;2
SUPERFICIE :64 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE : (5255)
AUTORE :N.D.

9 agosto 2023 - Edizione Padova

IL GAZZETTINO
PADOVA

PAESE :Italia
PAGINE :1;2
SUPERFICIE :64 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE : (5255)
AUTORE :N.D.

9 agosto 2023 - Edizione Padova

IL GAZZETTINO

9 agosto 2023

Turisti stranieri: affari da 300 milioni

►Confartigianato analizza quanto pesa il settore tra alberghi, trasporti, shopping e ristoranti. Interessate 3.755 imprese ►Le guide: «I monumenti più richiesti? Scrovegni, Basilica e Bo. Tanti arrivano dall'estero spendendo tutto su Galileo»

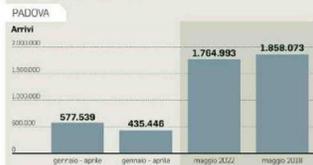
Il turismo straniero è in crescita e fa ripartire l'economia padovana muovendo cifre da capogiro. L'ufficio studi di Confartigianato del Veneto stima che ammontino a 298 milioni di euro le spese dei turisti stranieri in provincia di Padova. Di questi, 173 milioni sono riservati a shopping, trasporto e ristoranti. Il business mosso dagli arrivi oltre confine è più che raddoppiato rispetto al 2021, un anno fortemente condizionato dalla pandemia. Interessate 3.755 imprese. Le guide: «I monumenti più richiesti sono Scrovegni, Santo e Bo. Tanti arrivano dall'estero sapendo tutto su Galileo».

Fais e Palpella alle pagine II e III

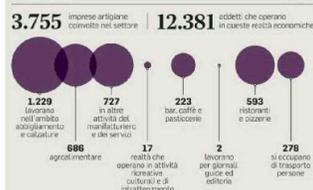
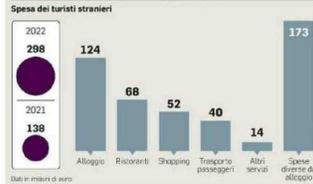


GLI SCROVEGNI Sempre più visitatori in città tra piazze e musei

Il turismo in città



Fonte: elaborazioni su dati Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat



Arrivi dall'estero, affari da record per 300 milioni

►Le spese dei visitatori da oltre confine ►I viaggi più frequenti si registrano sono raddoppiate tra il 2021 e il 2022 dall'Europa, ma anche da Asia e America

L'ANALISI

PADOVA Il turismo straniero è in crescita e fa ripartire l'economia padovana muovendo cifre da capogiro. L'ufficio studi di Confartigianato del Veneto stima che ammontino a 298 milioni di euro le spese dei turisti stranieri in provincia di Padova. Di questi, 173 milioni sono riservati a shopping, trasporto e ristoranti. Il business mosso dagli arrivi oltre confine è più che raddoppiato rispetto al 2021, un anno fortemente condizionato dalla pandemia. «Si tratta di numeri significativi che danno l'idea dei grandi risultati e delle straordinarie potenzialità del turismo straniero nella nostra provincia» spiega Gianluca Dall'Aglio, Presidente di Confartigianato Imprese Padova.

Numeri record merito anche del riconoscimento di Unesco, ma anche di una città che negli ultimi anni ha saputo raccontarsi sempre di più, aumentando così il proprio appeal internazionale. In occasione della festa di Sant'Antonio, lo scorso giugno, la città si è riempita di visitatori da tutti i continenti. Nel resto dell'anno tra gli arrivi più frequenti ci sono i turisti europei (Germania, Francia, Spagna e Austria), ma si registrano nume-

ri in crescita anche da Asia e America.

LA DOMANDA

I flussi dei turisti stanno sfiorando i livelli pre pandemia: tra maggio 2022 e aprile 2023 sono arrivati 1.764.993 visitatori contro i 1.858.073 censiti tra maggio 2018 e aprile 2019. La continua crescita è testimoniata dagli arrivi registrati nell'ultimo quadrimestre disponibile: 577.539 turisti tra gennaio e aprile 2023, il 32,6% in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. I turisti stranieri rappresentano il 26,7% del totale.

I SETTORI

Nella nostra provincia sono 3.755 le imprese interessate dalla domanda turistica: 1.229 lavorano nell'ambito dell'abbigliamento e delle calzature, 686 nell'agroalimentare, 727 in altre attività del manifatturiero e dei servizi, 17 sono realtà che operano nell'ambito delle attività ricreative, culturali e di intrattenimento, 223 bar, caffè e pasticcerie, 2 lavorano per giornali, guide ed edicole, 593 sono i ristoranti e pizzerie, 278 si occupano di trasporto persone. Gli addetti che operano in queste realtà economiche sono complessiva-

mente 12.381.

IL COMMENTO

«L'Italia è quinta al mondo per entrate turistiche dei viaggiatori internazionali, pari nel 2022 a 44,3 miliardi di euro, e di questi una buona fetta (quasi 7 miliardi) vengono spesi nella nostra regione. Spesa per altro, più che raddoppia in un anno (+115%) superando il livello del 2019 - continua Gianluca Dall'Aglio -. Un altro dato interessante è che 173 milioni a Padova riguardano spese diverse dall'alloggio. Ristorazione, shopping, trasporti ed altri servizi producono somme importanti che possono essere intercettate dalle oltre 3.700 imprese artigiane padovane che operano in settori potenzialmente coinvolti dal turismo. Un merca-

to che non possiamo penalizzare» conclude. Il turismo di massa attira molte critiche, ma i dati dimostrano che il settore rimane un motore economico fondamentale per le nostre imprese».

Le preoccupazioni della categoria ora riguardano gli aumenti. «Clauguriamo che - conclude il presidente - oltre al turismo straniero, si possa rafforzare il turismo italiano, che in queste settimane sembra rallentare a causa degli aumenti. Inoltre, è fondamentale valorizzare le me-

te meno conosciute. Su questo, un grande ruolo lo svolgono le imprese artigiane con i pacchetti di turismo esperienziale. La nostra associazione ha lanciato, negli ultimi anni, Destinazioni artigiane, una proposta che cerca di soddisfare le nuove esigenze dei turisti, sempre più alla ricerca della tipicità, di esperienze nuove, da vivere in prima persona e che solo una realtà artigiana può dargli».

Elisa Fais
@RIPRODUZIONE USATA DA

CONFARTIGIANATO:
«SOMME IMPORTANTI
CHE POSSONO ESSERE
INTERCETTATE DALLE
OLTRE 3.700 IMPRESE
COINVOLTE»



LA BASILICA Turisti da tutto il mondo per la festa di Sant'Antonio



LA CATEGORIA Gianluca Dall'Aglio

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Il Mattino di Padova

9 agosto 2023

il mattino

9 agosto 2023

PAESE :Italia
PAGINE :14
SUPERFICIE :17 %
PERIODICITÀ :Quotidiano□□

DIFFUSIONE :(12887)
AUTORE :N.D.



Lo studio di Confartigianato sul giro d'affari: sono oltre 3.700 le aziende coinvolte

Un business di quasi 300 milioni di euro E i flussi sono tornati al periodo pre Covid

I turisti, quelli stranieri in particolare, sono un vero e proprio affare per Padova. Secondo l'Ufficio studi di Confartigianato Veneto un business, nella nostra provincia, da 298 milioni di euro. Di questi, 173 milioni sono riservati a shopping, trasporto e ristoranti. Senza dubbio una vigorosa spinta alla ripartenza economica. Infatti i flussi stanno sfiorando i livelli pre pandemia: tra maggio 2022 e aprile 2023 sono arrivati 1.764.993 di visitatori contro 1.858.073 censiti tra maggio 2018 e aprile 2019. La continua crescita è testimoniata dagli arrivi registrati nell'ultimo quadrimestre - disponibile: 577.539 turisti tra gennaio e aprile 2023, il 32,6% in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. In questa torta gli stranieri rappresentano il 26,7% del totale. Per le 3.755 le imprese inte-

resse dalla domanda turistica (tra manifatturiero, agroalimentare e ristorazione, servizi, attività ricreative, culturali e di intrattenimento e trasporti) e i 12.381 addetti, è un'industria vera e propria. «La spesa turistica nell'ultimo

anno è raddoppiata nella nostra regione», interviene Gianluca Dall'Aglio, presidente di Confartigianato Imprese, «parliamo di quasi 7 miliardi euro - su 44,3 miliardi in tutta Italia - aumentati del 115% nell'ultimo anno, tanto

da aver superato il livello del 2019. Insomma è un mercato che non possiamo permetterci di penalizzare: il turismo di massa attira molte critiche, ma i dati dimostrano che il settore rimane un motore economico fondamentale per le nostre imprese. Ci auguriamo che, oltre al turismo straniero, si possa rafforzare quello italiano, che in queste settimane sembra rallentare a causa degli aumenti. Inoltre, è fondamentale valorizzare le mete meno conosciute. Su questo, un grande ruolo lo svolgono le imprese artigiane con i pacchetti di turismo esperienziale. La nostra associazione ha lanciato, negli ultimi anni, "Destinazioni artigiane", una proposta che cerca di soddisfare le nuove esigenze dei turisti, sempre più alla ricerca della tipicità, di esperienze nuove». —

E. SCD



In visita a Palazzo della Ragione

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

RAI NEWS

10 agosto 2023

 URL :http://rainews.it/
PAESE :Italia
TYPE :Web Grand Public

 > Versione online

▶ 10 agosto 2023 - 17:13

Il marchio "Urbs picta" traina il turismo di Padova



10/08/2023

Ivana Godnik, riprese Vito Spalluto, montaggio Danilo Ranieri

A Padova traina il marchio Urbs Picta, per un giro d'affari di quasi trecento milioni di euro.

Un più 30% di presenze turistiche in città rispetto a un anno fa, ed un più 10% se il paragone viene fatto con il 2019, ovvero l'anno del record.

I luoghi più visitati

Le mete preferite quelle di sempre, dalla Basilica di Sant'Antonio, alla Cappella degli Scrovegni che registra un 5% in più di visitatori, la scoperta più gettonata, tuttavia, pare essere il Palazzo della Ragione con il 15 per cento in più di ospiti. Il turismo spinge fortemente il Pil della Città del Santo.

La nota dolente

Tra le note dolenti, tuttavia, la scarsa disponibilità di stanze d'albergo.

Abbiamo intervistato Andrea Colasio, assessore alla Cultura Comune di Padova

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

IL GAZZETTINO

13 agosto 2023

IL GAZZETTINO
PADOVA

PAESE :Italia
PAGINE :2
SUPERFICIE :19 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE :5255
AUTORE :N.D.

13 agosto 2023 - Edizione Padova



Turismo record: mille al giorno a Palazzo della Ragione

LE VISITE

PADOVA È boom di turisti in città per Ferragosto e i visitatori di palazzo della Ragione sono arrivati a superare quota mille in una sola giornata. Da qualche giorno a questa parte, nonostante la pausa ferragostana, il centro storico è letteralmente "invaso" di gente. Ieri, attorno a mezzogiorno, i tavolini dei bar nelle piazze registravano praticamente il tutto esaurito. Molto affollata anche la Basilica del Santo con decine di comitive che si sono spostate prima da piazza Rabin al Santo, per poi riversarsi nel cuore della città. Anche i musei e i monumenti cittadini hanno registrato numeri record.

«Si effettivamente stiamo registrando numeri ottimi – ha confermato ieri l'assessore alla Cultura Andrea Colasio – La novità di quest'anno è che siamo riusciti ad intercettare, oltre a moltissimi stranieri, anche la fascia più giovane dei turisti. Questo significa che la campagna social legata all'Urbs picta sta già portando i risultati su cui puntavamo».

I NUMERI

«A conferma del buon andamento del turismo in città – ha detto ancora l'assessore – ci sono i numeri registrati a palazzo Della Ragione che, lo scorso 6 agosto, ha totalizzato la bellezza di 1.048 ingressi. Il Salone nel primo semestre di quest'anno ha registrato 87mila ingressi con una crescita del 20% rispetto 2019 e il nostro obiettivo è di arrivare a 200mila persone entro la fine di dicembre».

«Chiaramente – ha continuato – anche gli altri monumenti cittadini stanno andando mol-

to bene. In questo periodo, per esempio, la Cappella Degli Scrovegni è praticamente sold out. A confermare la salute di tutto il sistema ci sono, però, anche degli altri indizi. In aumento sono, per esempio, le richieste per realizzare della case vacanza in città». A ulteriore conferma che il turismo a Padova goda di buona salute e che le criticità legate al Covid sono ormai solamente un brutto ricordo, ci sono anche altri numeri.

IL RICONOSCIMENTO

Il riconoscimento dell'Unesco sta, infatti, facendo da volano al rilancio turistico in città. Un milione di turisti già arrivati dall'inizio dell'anno (di cui oltre 575mila hanno passato almeno una notte nei nostri hotel), oltre il 30% in più di arrivi rispetto l'anno scorso e, soprattutto, polverizzato il record del 2019, ovvero l'anno prima del Covid.

I dati forniti alla fine di luglio proprio da Coasio partono dall'analisi dei dati legati alla tassa di soggiorno e, di conseguenza, raccontano solamente una parte del fenomeno. Come prima cosa, infatti, non tengono conto dei turisti mordi e fuggi (le decine e decine di pullman delle gite giornaliere che affollano piazza Rabin) e perché no, degli operatori turistici che si "dimenticano" di pagare,

appunto, la tassa di soggiorno. Partendo da questo presupposto, si può tranquillamente affermare che, nel primo semestre di quest'anno, per visitare la nostra città sono arrivati almeno un milione di visitatori.

I numeri dei pernottamenti relativi al primo semestre del

2023 ci dicono che si passa dai 441 mila del 2022 ai 575 mila dei primi sei mesi del 2023. Grossomodo vuol dire 134 mila persone in più che hanno dormito almeno una notte a Padova. Staticamente, significa che c'è un 30,2% in più di pernottamenti, dato evidentemente fuori dall'ordinario, che vuol dire che albergatori, ristoranti, hanno beneficiato di un indotto significativo.

Alberto Rodighiero

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'ASSESSORE Andrea Colasio illustra la situazione in città

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Corriere del Veneto

13 agosto 2023

CORRIERE DEL VENETO
FONDATA 1877

PAESE :Italia
PAGINE :14
SUPERFICIE :39 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE :(5993)
AUTORE :N.D.

► 13 agosto 2023 - Edizione Padova e Rovigo

CORRIERE DEL VENETO
FONDATA 1877

PAESE :Italia
PAGINE :14
SUPERFICIE :39 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE :(5993)
AUTORE :N.D.

► 13 agosto 2023 - Edizione Padova e Rovigo



PADOVA FA IL PIENO DI TURISTI

Prato della Valle a Ferragosto festa blindata

sempre più turisti scelgono le città d'arte per trascorrere il Ferragosto. Basta gironzolare in pieno centro per accorgersene. E intanto pronto il piano sicurezza per la festa in Prato della Valle.

di pagina 8 Fusar Poli



Ferragosto, gran pienone in città blindata la festa in Prato della Valle

Il trend di presenze e di accessi ai monumenti conferma l'appel. Via libera al piano sicurezza

PADOVA Sarà perché si arriva da due estati e mezza condizionate dal Covid e dalle sue limitazioni, ma agli occhi di tutti la sensazione è che non ce ne siano mai stati così tanti come ora. E la riprova, peraltro, arriva dai numeri: sempre più turisti scelgono le città d'arte per trascorrere il Ferragosto, e tra le mete più gettonate figura Padova. Basta gironzolare in pieno centro per accorgersene: a farla da padrona sono le lingue straniere (soprattutto l'inglese, va da sé, ma non mancano famiglie

e mini-comitive provenienti dal Nord Europa o dall'Asia), con i visitatori che restano ammaliati dalle bellezze presenti all'ombra del Santo. In particolare quelle legate alla Padova Urbs Picta, ovvero i cicli affrescati del Tesimo secolo che da due anni sono certificati quale patrimonio Unesco, e che stanno inevitabilmente facendo da traino anche grazie alla massiccia campagna pubblicitaria via social che è riuscita a intercettare turisti da ogni parte del mondo. I dati del primo se-

mestre dell'anno in corso lo testimoniano, perché sono da record: se nello stesso periodo del 2019 le visite al sistema museale comunale toccarono quota 287.349 scendendo poi a 264.362 nel 2022, in questo 2023 sono schizzate a 304.397, con una variazione positiva rispettivamente del 5,6% e del 13,15%. Prendendo come termine di paragone il Palazzo della Ragione si nota come le 86.455 presenze dei primi mesi del 2023 superino di gran lunga non solo le

70.908 dello scorso anno ma anche le 80mila del 2019. E il trend prosegue anche in un mese come agosto, storicamente meno affollato: grazie

anche alla possibilità per i residenti nel Padovano e gli studenti universitari di visitarlo gratuitamente — così come i Musei Eremitani, Palazzo Zuckermann e il Museo del Risorgimento e dell'età contemporanea — fino a giovedì 31, infatti, nelle ultime due settimane sono state registrate in media 800 presenze al giorno, con un picco di 1.048 venerdì 6. Dati che fanno sognare in grande l'assessore alla cultura Andrea Colasio: «In pochi anni abbiamo quadruplicato le presenze annue al Palazzo della Ragione, toccando lo scorso anno quota 180mila. L'obiettivo è di arrivare a 200mila nel giro di quattro-cinque anni». Un successo che viene elogiato anche da Patrizio Bertin, presidente

provinciale e regionale di Ascom Confcommercio: «Siamo sempre stati certi che il binomio turismo e cultura fosse decisivo, e ce ne siamo convinti una volta di più da quando Padova è diventata, per tantissimi turisti, l'Urbs picta. Ora non bisogna fermarsi: se vogliamo consolidare la nostra destinazione, catalizzando anche i più giovani, dobbiamo programmare e non limitarci ad intercettare i flussi turistici, bensì soddisfare quella domanda di esperienze culturali che nel nostro territorio possono agevolmente combinarsi col benessere delle Terme e l'ambiente del Colli Euganei». Sarà quindi un Ferragosto all'insegna della cultura ma non solo, dato che in Prato della Valle si terrà la consueta maxi-festa con musica dal vivo e spettacolo pirotecnico: alla luce delle decine

di migliaia di persone che ogni anno vengono richiamate nella grande piazza, in Prefettura si è tenuta una riunione nel corso della quale sono state delineate le linee generali per i servizi di ordine e sicurezza pubblica. Saranno impegnati 190 membri tra polizia di Stato, carabinieri, polizia locale, guardia di finanza, polizia penitenziaria ed Esercito Italiano, e il coordinamento generale dei servizi sarà affidato ad un primo dirigente della polizia di Stato che potrà avvalersi anche di unità specializzate antiterrorismo, artificieri, agenti in abiti civili e squadre di rinforzo.

Gabriele Fusar Poli
SINDACATO TURISTICO

Record
Nel primo semestre le visite ai musei sono 304.397

In campo
Per la sicurezza impegnati 150 uomini delle forze dell'ordine



4.2. Pubblicazioni su testate di settore

Il Mattino di Padova

13 agosto 2023

il mattino

PAESE :Italia
PAGINE :27
SUPERFICIE :22 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE :(12887)
AUTORE :N.D.



13 agosto 2023

I DATI DELLE VISITE IN CITTÀ

Padova in controtendenza «Presenze in crescita»

PADOVA

Padova si impone nel circuito delle città d'arte. Dopo tre anni complicati a causa della pandemia, la città del Santo ritorna a portare a casa importanti presenze turistiche, soprattutto dall'estero. Nei primi sei mesi del 2023 sono stati registrati 17 mila ingressi in più a Palazzo della Ragione rispetto allo scorso anno. Numeri che indicano il grande successo dell'Urbs Picta come destinazione d'interesse per i visitatori: «L'obiettivo è quello di portare Palazzo della Ragione a 200 mila visite all'anno», rilancia l'assessore alla cultura Andrea Colasio.

Erano esattamente 1.048 gli ingressi il 6 agosto a Palazzo della Ragione. Non si avvicina al record di 1.300 segnato in un altrettanto calda giornata di agosto del 2019, ma è sufficiente per riconoscere l'importanza del monumento per il turismo padovano.

E anche la rinascita del settore dopo anni difficili a causa del Covid: «È evidente che il patrimonio museale padovano, con tutta la sua articolata tipologia di proposte, si sta affermando come grande catalizzatore di turismo culturale - ha osservato l'assessore Colasio - Le piazze e le strade del centro in questi giorni sono piene di turisti stranieri, ma anche di tanti giovani, alla scoperta delle bellezze di questa città».

La tendenza di visite in città è in aumento rispetto al 2022. I numeri forniti dall'assessorato alla Cultura parlano infatti di 87 mila accessi a Palazzo della Ragione nei primi sei mesi del 2023. Un quinto in più rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, che si era fermato a 70 mila - il precedente record era del 2019 con 86 mila: «Abbiamo investito molto nella campagna mediatica, specialmente sui social, per promuovere le bellezze della città. Forti dell'iscrizione dell'Urbs Picta nei patrimoni dell'umanità

Unesco, stiamo raccogliendo i frutti di quell'eccellente lavoro». Tanta visibilità era arrivata alla città infatti dalle campagne di promozione apparse la scorsa estate sui canali Rai e sui media locali e nazionali, oltre che negli spot radiofonici nei principali canali.

Per promuovere il Salone, erenderlo più accessibile, l'ingresso a Palazzo della Ragione per tutto il mese di agosto è gratuito per i padovani e i residenti della Provincia. Nel frattempo gli scorsi mesi la proposta culturale della città è stata ampliata, con l'apertura di due nuovi poli: il Museo della Natura e dell'Uomo e il Museo dell'Orto botanico. Due siti che continuano nella tradizione padovana: una città che va considerata non come un singolo luogo, ma un "sito seriale" che si snoda in

percorsi unici al mondo e che permette di compiere un viaggio tra storia, tradizioni, arte e cultura. —

EDUARDO FIORETTO



Un gruppo di turisti davanti a Palazzo della Ragione a Padova

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

IL GAZZETTINO
PADOVA

PAESE :Italia
PAGINE :1,5
SUPERFICIE :52 %
PERIODICITÀ :Quotidiano□□

DIFFUSIONE :(5255)
AUTORE :N.D.



14 agosto 2023 - Edizione Padova

IL GAZZETTINO

14 agosto 2023

Ferragosto Musei e locali aperti, grande attesa per la festa

Quello padovano sarà un Ferragosto all'insegna delle proposte culturali. Con la maggior parte dei musei che rimarranno aperti e le mostre fruibili a favore di turisti e residenti rimasti in città. Grande attesa per la festa in Prato della Valle.

Cozza a pagina VII

Ferragosto tra musei e Urbs Picta

►Tante le proposte per immergersi nella storia e nell'arte: Scrovegni, Eremitani, Palazzo della Ragione e Battistero
►Per i piccoli gruppi c'è la possibilità di salire sulle impalcature del Gattamelata per ammirare il capolavoro di Donatello

LE PROPOSTE

PADOVA Quello padovano sarà un Ferragosto all'insegna delle proposte culturali. Con la maggior parte dei musei che rimarranno aperti e le mostre fruibili, in maniera che i turisti e i residenti che saranno in città possano immergersi nella bellezza dell'arte. In occasione dei festeggiamenti organizzati a due anni dal riconoscimento Unesco, tra l'altro, durante l'intero mese di agosto per chi abita a Padova, o in provincia, e per gli studenti universitari fuori sede, c'è la possibilità di entrare gratis nei siti del polo museale comunale, fatta eccezione per la Cappella degli Scrovegni, all'interno della quale si potrà accedere pure domani dalle 9 alle 22, con l'opzione imperdibile della suggestiva visita serale.

Non si pagherà il biglietto, quindi, al Museo Eremitani, a Palazzo Zuckermann, a Palazzo della Ragione che è una delle tappe più gettonate dell'itinerario

trecentesco dell'Urbs Picta, e al Museo del Risorgimento e dell'Età Contemporanea attiguo alla Sala Rossini del Pedrocchi. È consigliata la prenotazione da effettuare con un giorno di anticipo perché si prevede un massiccio afflusso di persone.

LE PROPOSTE

È molto ricca, dunque, l'offerta per la settimana ferragostana (compreso domani) al complesso del Museo Civico Eremitani dove, oltre alle tradizionali esposizioni nelle due sale egizie, in quella riservata all'omino Mesopotamico e l'altra dedicata alla Croce di Giotto, sono state allestite pure due mostre, aperte dalle 9 alle 19. La prima, curata da Francesca Veronese e Stefano Annibaleto, si intitola "Analogie" e ospita le bellissime opere del Maestro Giorgio Vigna che, collocate in mezzo ai reperti archeologici, danno vita a un mix di enorme suggestione. La seconda rassegna è denominata "All'ombra di Canaletto

Paesaggi e capricciose invenzioni del Settecento veneziano", con quadri provenienti dalle Gallerie dell'Accademia di Venezia (il dipinto di Canaletto, però, è già stato restituito) da collezioni private e dagli stessi Musei Civici patavini.

Allo Zuckermann, invece, dalle 10 alle 19 è possibile vedere "Small", l'esposizione di 90 oggetti di piccole dimensioni appartenenti alla collezione Bortolussi, che è suddivisa in 4 sezioni: "piccole funzioni", "piccole routine", "piccoli vizi", "piccole connessioni".

A proposito di Urbs Picta, sempre domani c'è un'altra opzione di grande interesse per gli appassionati di arte: dalle 17,30 alle 18,15 si può effettuare una visita guidata ai Battistero del Duomo, patrimonio Unesco per gli affreschi trecenteschi, capolavori di Giusto de Menabuoi.

L'ATENEU

Molto nutrita, poi, è l'offerta culturale che arriva dall'Università. Fatta eccezione per oggi, nella settimana di Ferragosto, e quindi anche domani, infatti, rimarranno aperti tutti i poli museali, tra i quali c'è l'Orto Botanico, il secondo sito cittadino patrimonio mondiale dell'Umanità, che ospita 6mila piante di 3mila specie diverse, tra cui la celeberrima "palma di Goethe". Ma ci sono anche altre location molto interessanti da visitare come il Museo della Natura e dell'Uomo inaugurato di recente a Palazzo Cavalli, fruibile pure domani e dopodomani dalle 10 alle 19, all'interno del quale è possibile effettuare un viaggio attraverso il tempo che mette in relazione l'essere umano e appunto la natura, raccontando le complessità della Terra in un'ottica evolutiva; raccoglie 200mila reperti naturalistici e antropologici ed è nato dalla fusione di 4 collezioni storiche:

Mineralogia, Geologia, Paleontologia, Zoologia e Antropologia. Il biglietto unico, che comprende la visita pure all'Orto Botanico, costa 16 euro. Porte aperte nei medesimi orari, inoltre, al Museo di Geografia, al Museo delle Macchine "Enrico Bernardi", e al Museo di Storia della Fisica "Giovanni Poleni".

LA CURIOSITÀ

Infine, per piccoli gruppi composti al massimo da 5 persone, domani giorno di Ferragosto ci sarà l'opportunità straordinaria di salire sulle impalcature montate attorno al Gattamelata per ammirare "a tu per tu" il capolavoro assoluto di Donatello, sul quale sono in corso le indagini diagnostiche predeutiche al restauro: gli interessati alla visita on demand, quindi, devono inviare una mail all'indirizzo biglietti@ilsantodipadova.it. In alternativa le visite guidate sono fissate venerdì sabato e domenica dalle 9 alle 11 (l'ultimo accesso è alle 10,30), e sempre il venerdì e il sabato pure dalle 17 alle 20.

Nicoletta Cozza

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IN ALTO IN CAPPELLA DEGLI SCROVEGNI, IN BASSO IL SOPRALUOGO AL GATTAMELATA CON SGARBI



COOP
CULTURE



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

ORGANIZATION
MANAGEMENT
DISTRIBUTION

4.2. Pubblicazioni su testate di settore

IL GAZZETTINO

16 agosto 2023

IL GAZZETTINO.it URL :http://www.ilgazzettino.it/ PAESE :Italia TYPE :Web Régional et Local > Versione online

IL GAZZETTINO.it URL :http://www.ilgazzettino.it/ PAESE :Italia TYPE :Web Régional et Local > Versione online

La Fiera diventa il cuore di Padova: dal Centro congressi 22 milioni sulla città

Nordest

>

PadovaMercoledì 16 Agosto 2023di Mauro Giacon



PADOVA - La Fiera sta per diventare il cuore dell'intelligenza patavina. Un cuore che batte già con il centro congressi e sta associando la vocazione a turismo culturale con quella di turismo-business. Non sono chiacchiere. Quest'anno le 83 mila presenze porteranno un indotto da 22 milioni al territorio, calcolati secondo gli studi di settore che stimano 350 euro per presenza al giorno.

Il secondo aspetto è legato alla conoscenza. A settembre vedremo innalzarsi la nuova Scuola di ingegneria capace di raccogliere 4mila studenti ma pensata in osmosi con il "competence center" il laboratorio del futuro attestato al padiglione 8 e costituito da un Consorzio fra 10 Università del nord per tradurre le idee delle start-up in produzione. L'ultimo ma non meno importante è il fronte legato al tempo libero che diventa anch'esso cultura. Con il piano di trasformazione del resto del quartiere che prevede nuovi allestimenti, saloni di nicchia dalla meccanica al termalismo, un albergo la suggestione della E-sport Arena, 2mila posti per il "gaming". Mentre l'arena della musica sembra al palo. Piani che il presidente di "Padova hall" Nicola Rossi sta portando avanti. Si completerà così il contenitore multitasking che il presidente della Camera di Commercio Santococo pensa come all'hub metropolitano della sapienza: «Non è stato compreso ancora fino in fondo quante opportunità potrà portarci, sicuramente quella della trasformazione da realtà provinciale a internazionale». Se pensiamo al nuovo ospedale a Padova est che sarà un polo della ricerca mondiale e alla prospettiva cittadella della scienza alla Stanga, il quadro è completo.

APPROFONDIMENTI

I NUMERI

Intanto, a un anno e mezzo dalla sua inaugurazione, il **nuovo Centro Congressi Padova**. Congress fa già segnare numeri importanti: dai congressi medici e scientifici internazionali alle convention aziendali, fino ai grandi eventi, dedicati al mondo dell'innovazione e alle nuove tecnologie che abbinano all'attività congressuale una parte espositiva. Solo nel corso del 2022, nei primi nove mesi di attività, ha registrato 60 eventi e 80 giornate con la partecipazione di più di 30mila congressisti, per un totale di 60mila presenze a Padova, che hanno generato un indotto significativo per il territorio.

Nel 2023 si conferma il trend in crescita della struttura, con 50 eventi già confermati fino a fine anno, 83.000 presenze in città in 90 giornate, più altri eventi in trattativa.

LA MEETING INDUSTRY

«La struttura è diventata in poco tempo una delle realtà di riferimento della meeting industry: gli organizzatori hanno dimostrato di apprezzare la funzionalità, flessibilità e contemporaneità dei suoi spazi, ma anche l'altissimo livello delle dotazioni tecnologiche e le competenze organizzative dello staff impegnato nella gestione della struttura. Siamo davvero soddisfatti del percorso fatto - spiega Stefania De Toni, Responsabile di Padova Congress. Molti gli appuntamenti di rilievo in calendario nei prossimi anni, conquistati da Padova Congress, in collaborazione con l'Università di Padova e altre università, grazie alla vittoria di candidature internazionali».

LA CLASSIFICA

«Grazie all'apertura di Padova Congress, Padova sta infatti scalando le classifiche delle città scelte per congressi associativi internazionali: secondo il report di Convention Bureau Italia, è attualmente la prima tra le città, non capoluoghi di Regione, che ha ospitato il maggior numero di congressi associativi, ed è al settimo posto della classifica nazionale, superando Venezia e altre importanti città con una grande tradizione congressuale. Abbiamo già in calendario congressi internazionali fino al 2027.

5. INFORMAZIONI QUALI-QUANTITATIVE



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU



ORGANIZATION
MANAGEMENT
ESTIMATION

Informazioni quali-quantitative

Il *report* a seguire include 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° maggio – 31 agosto 2023.

Informazioni quali-quantitative

Nel sistema di reportistica proposto, verranno inoltre integrate le seguenti informazioni quali-quantitative:

- **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, 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'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, 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 *on-line*.

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 *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* dedicato, 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.

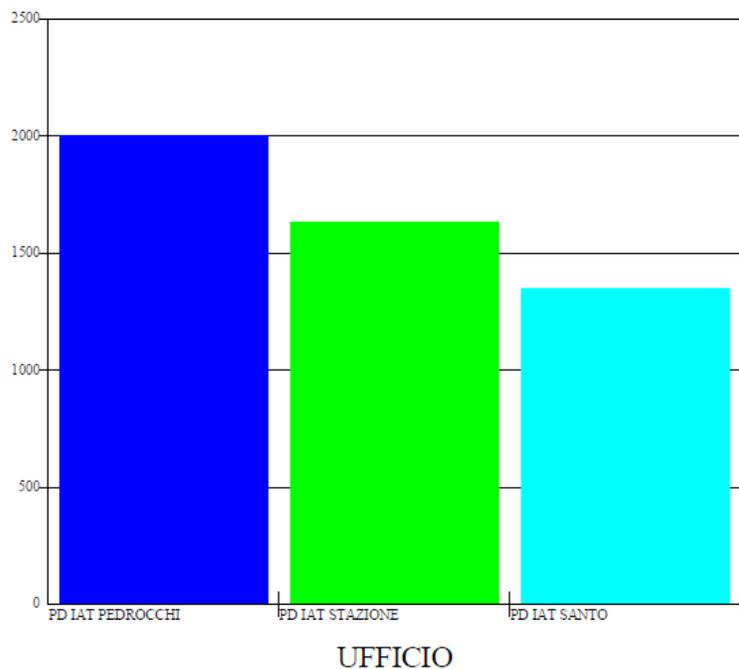
Il *software CHECK UP*, mediante apposite istruzioni associate alle risposte in fase di definizione del questionario, consente di seguire i salti logici impostati. Può essere eliminata la necessità di elaborare risultati, producendo un *file* tipo EXCEL esportabile anche nell'ambiente di elaborazioni 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: 4.985 persone.

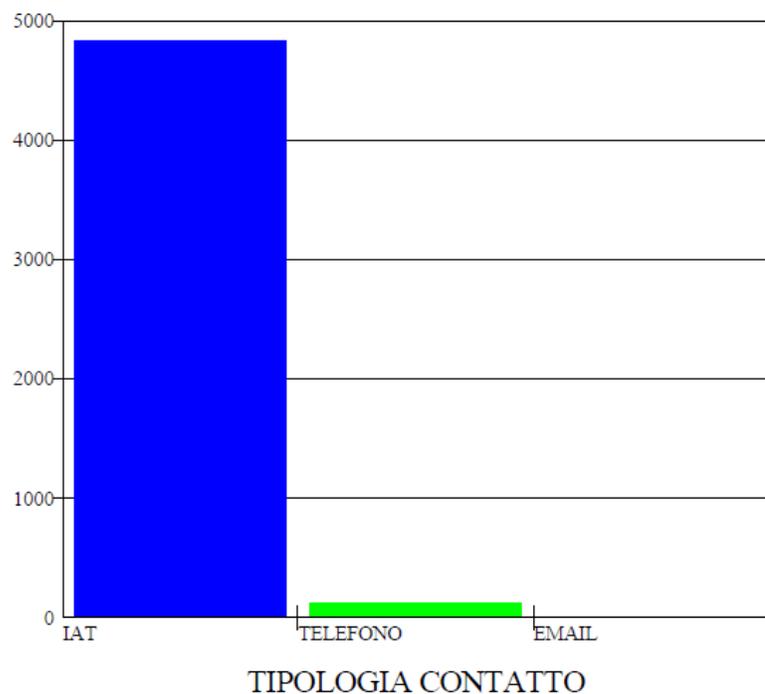
I dati fanno riferimento al periodo 01/05-31/08/2023.



UFFICIO Giorni: 01/05/2023 - 31/08/2023	TOTALI
<u>Valori assoluti</u>	
TOTALE	4985
PD IAT PEDROCCHI	2004
PD IAT STAZIONE	1630
PD IAT SANTO	1351
<u>Percentuali verticali</u>	
TOTALE	100,0%
PD IAT PEDROCCHI	40,2%
PD IAT STAZIONE	32,7%
PD IAT SANTO	27,1%

5.1. REPORT informazioni quali-quantitative

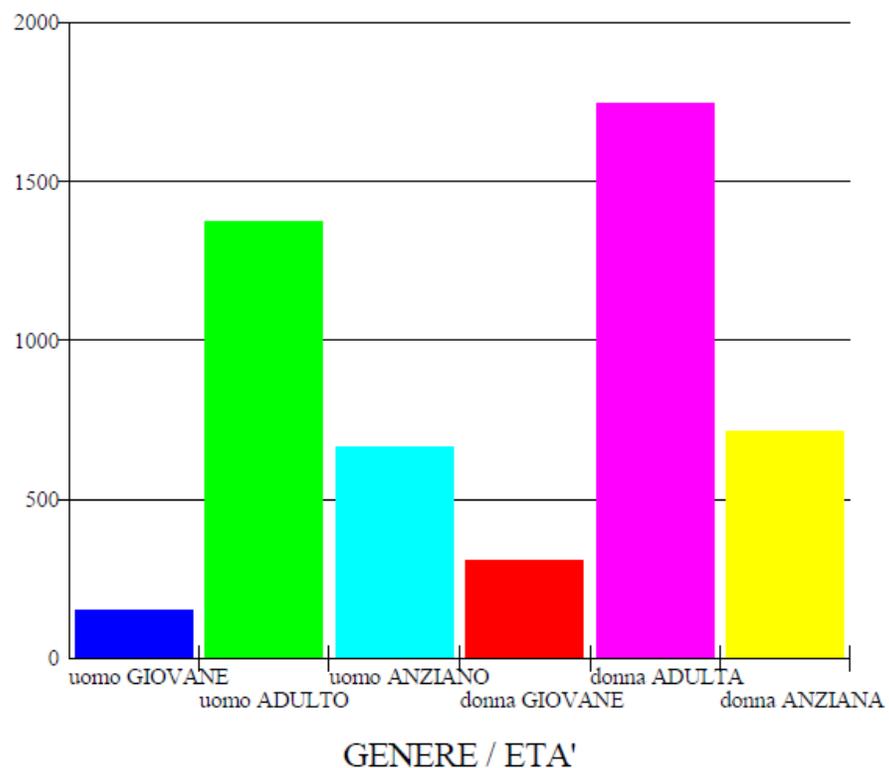
In basso il dettaglio relativo alle tipologie di contatto all'interno degli uffici IAT.



TIPOLOGIA CONTATTO Giorni: 01/05/2023 - 31/08/2023	TOTALI
<u>Valori assoluti</u>	
TOTALE	4958
IAT	4834
TELEFONO	120
EMAIL	4
<u>Percentuali verticali</u>	
TOTALE	100,0%
IAT	97,5%
TELEFONO	2,4%
EMAIL	0,1%

5.1. REPORT informazioni quali-quantitative

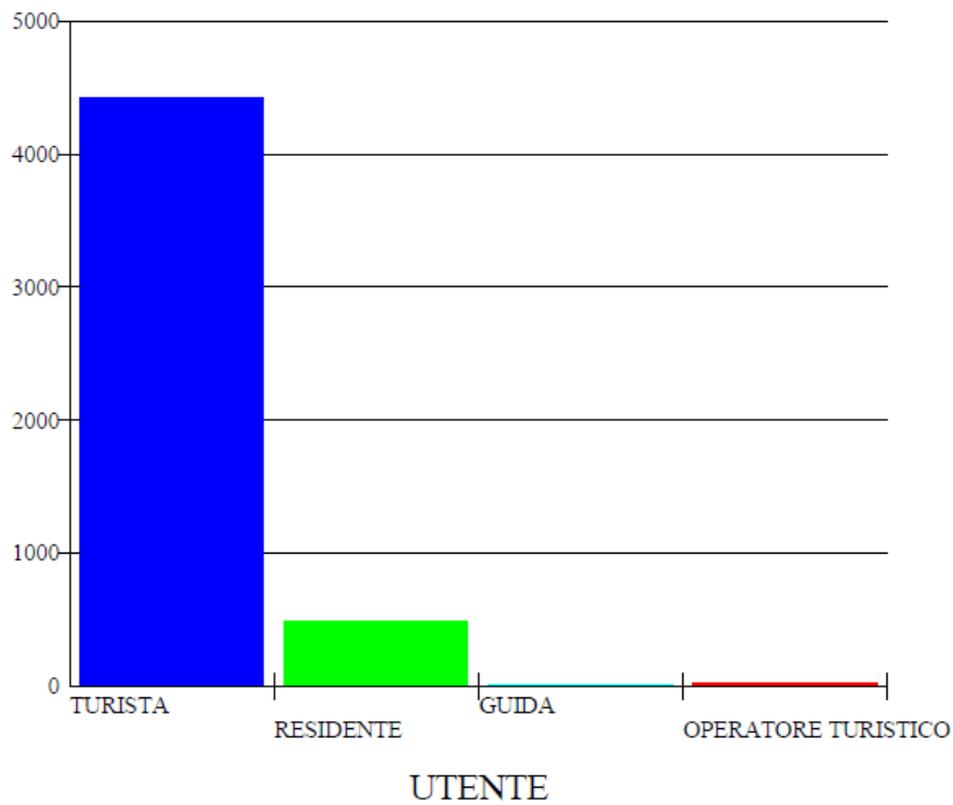
A seguire, le tipologie di turisti (distinti per genere ed età) che sono entrati in contatto con gli uffici IAT.



GENERE / ETA'	TOTALI
Giorni: 01/05/2023 - 31/08/2023	
<u>Valori assoluti</u>	
TOTALE	4958
uomo GIOVANE	154
uomo ADULTO	1373
uomo ANZIANO	665
donna GIOVANE	307
donna ADULTA	1745
donna ANZIANA	714
<u>Percentuali verticali</u>	
TOTALE	100,0%
uomo GIOVANE	3,1%
uomo ADULTO	27,7%
uomo ANZIANO	13,4%
donna GIOVANE	6,2%
donna ADULTA	35,2%
donna ANZIANA	14,4%

5.1. REPORT informazioni quali-quantitative

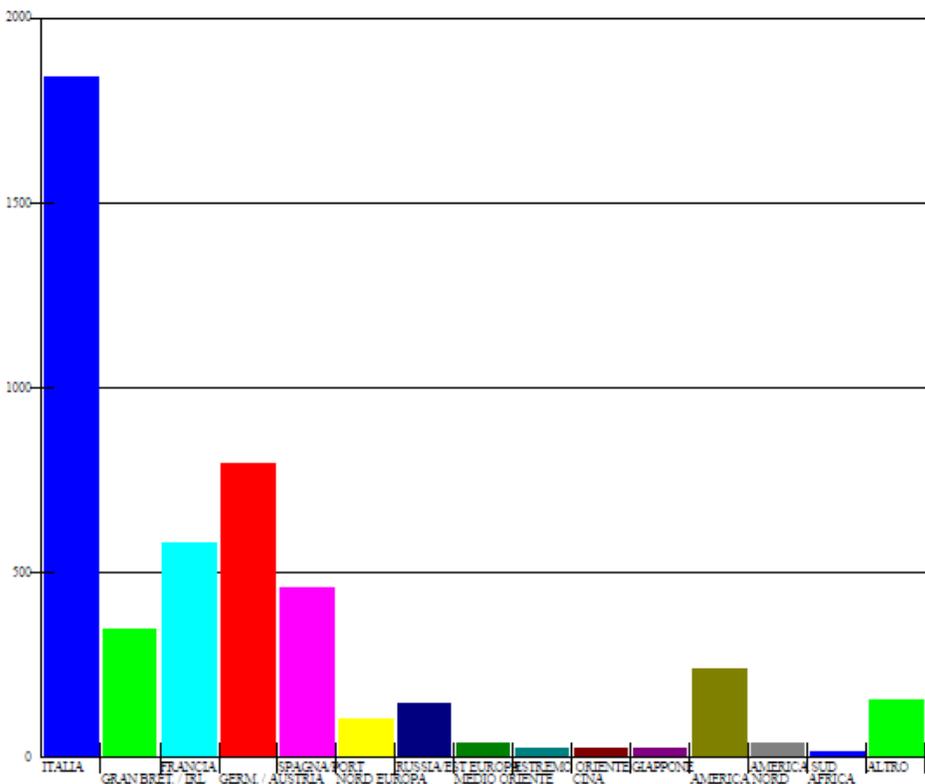
In basso il dettaglio relativo alle tipologie di utente degli uffici IAT.



UTENTE Giorni: 01/05/2023 - 31/08/2023	TOTALI
<u>Valori assoluti</u>	
TOTALE	4955
TURISTA	4431
RESIDENTE	484
GUIDA	13
OPERATORE TURISTICO	27
<u>Percentuali verticali</u>	
TOTALE	100,0%
TURISTA	89,4%
RESIDENTE	9,8%
GUIDA	0,3%
OPERATORE TURISTICO	0,5%

5.1. REPORT informazioni quali-quantitative

A seguire il dettaglio relativo alla provenienza dei turisti suddiviso per nazionalità.



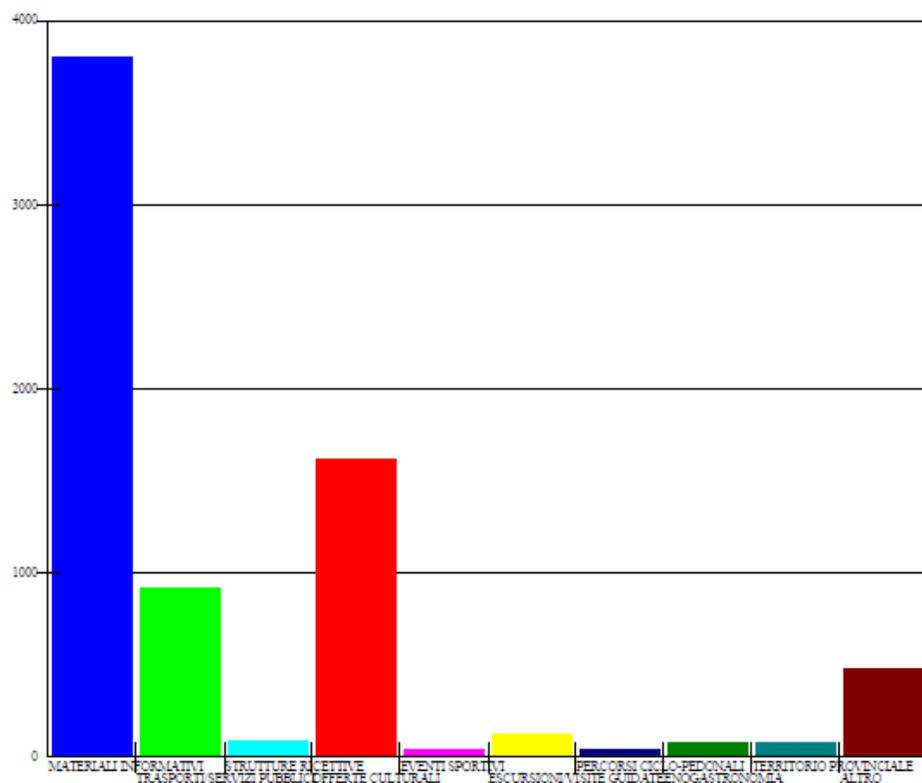
PROVENIENZA

PROVENIENZA	TOTALI
Giorni: 01/05/2023 - 31/08/2023	
<u>Valori assoluti</u>	
TOTALE	4841
ITALIA	1842
GRAN BRETAGNA / IRLANDA	349
FRANCIA	579
GERMANIA / AUSTRIA	794
SPAGNA/PORTOGALLO	461
NORD EUROPA	104
RUSSIA/EST EUROPA	148
MEDIO ORIENTE	39
ESTREMO ORIENTE	23
CINA	26
GIAPPONE	25
AMERICA NORD	241
AMERICA SUD	40
AFRICA	14
ALTRO	156

<u>Percentuali verticali</u>	
TOTALE	100,0%
ITALIA	38,0%
GRAN BRETAGNA / IRLANDA	7,2%
FRANCIA	12,0%
GERMANIA / AUSTRIA	16,4%
SPAGNA/PORTOGALLO	9,5%
NORD EUROPA	2,1%
RUSSIA/EST EUROPA	3,1%
MEDIO ORIENTE	0,8%
ESTREMO ORIENTE	0,5%
CINA	0,5%
GIAPPONE	0,5%
AMERICA NORD	5,0%
AMERICA SUD	0,8%
AFRICA	0,3%
ALTRO	3,2%

5.1. REPORT informazioni quali-quantitative

In dettaglio, viene specificata la tipologia di richieste ricevute dagli operatori degli uffici IAT.

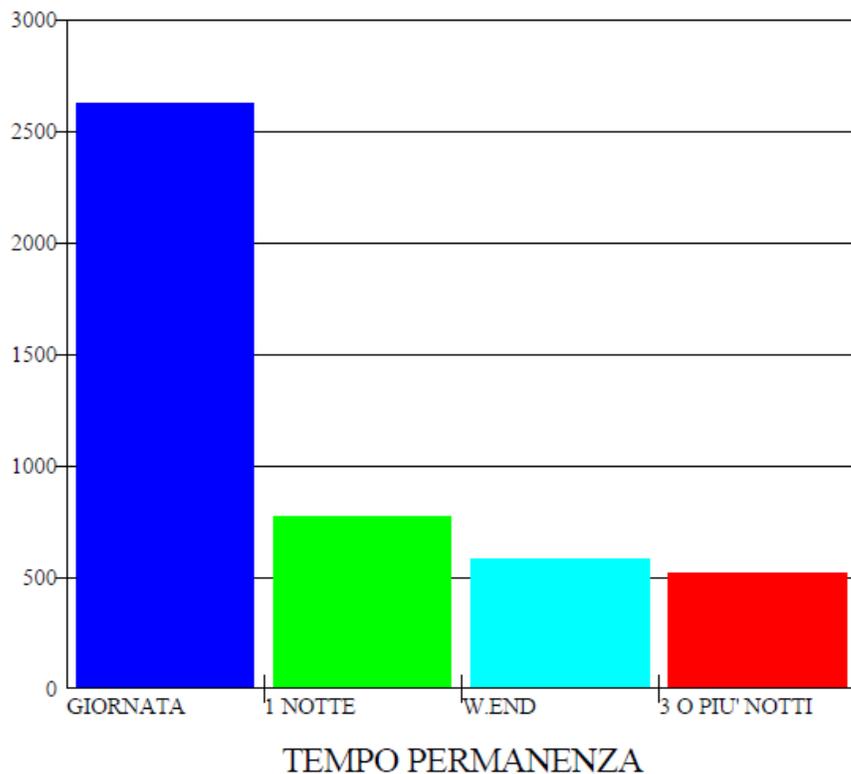


TIPOLOGIA RICHIESTE

TIPOLOGIA RICHIESTE	TOTALI
Giorni: 01/05/2023 - 31/08/2023	
<u>Valori assoluti</u>	
TOTALE	4945
MATERIALI INFORMATIVI	3799
TRASPORTI/SERVIZI PUBBLICI	915
STRUTTURE RICETTIVE	92
OFFERTE CULTURALI	1622
EVENTI SPORTIVI	40
ESCURSIONI/VISITE GUIDATE	129
PERCORSI CICLO-PEDONALI	41
ENOGASTRONOMIA	84
TERRITORIO PROVINCIALE	81
ALTRO	477
<u>Percentuali verticali</u>	
TOTALE	100.0%
MATERIALI INFORMATIVI	76.8%
TRASPORTI/SERVIZI PUBBLICI	18.5%
STRUTTURE RICETTIVE	1.9%
OFFERTE CULTURALI	32.8%
EVENTI SPORTIVI	0.8%
ESCURSIONI/VISITE GUIDATE	2.6%
PERCORSI CICLO-PEDONALI	0.8%
ENOGASTRONOMIA	1.7%
TERRITORIO PROVINCIALE	1.6%
ALTRO	9.6%

5.1. REPORT informazioni quali-quantitative

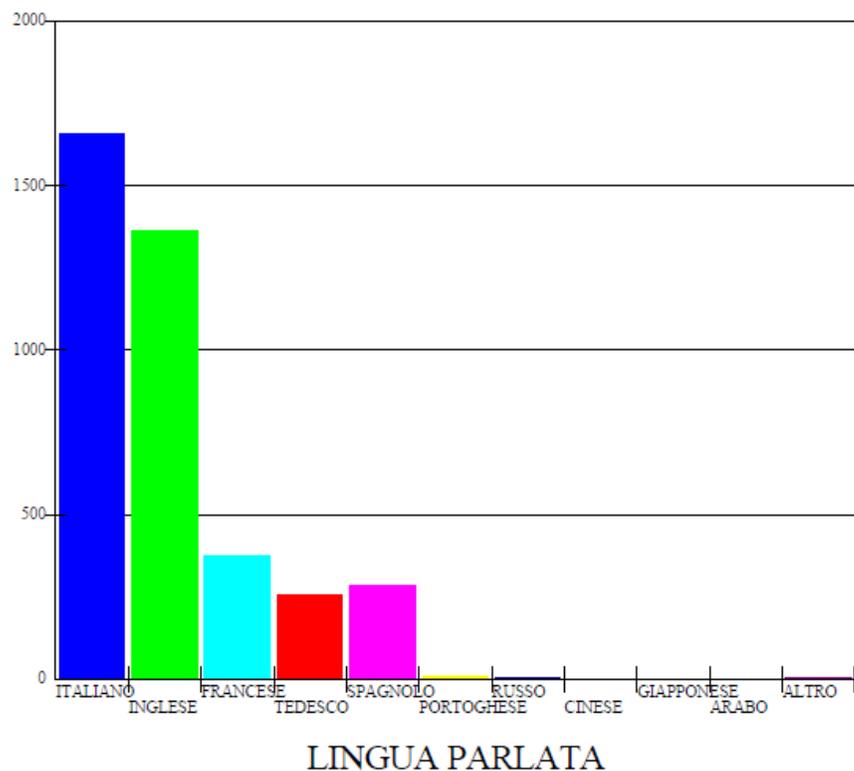
Nella tabella/grafico a seguire viene indicato il tempo di permanenza dei turisti nel territorio.



TEMPO PERMANENZA Giorni: 01/05/2023 - 31/08/2023	TOTALI
<u>Valori assoluti</u>	
TOTALE	4496
GIORNATA	2625
1 NOTTE	772
W.END	584
3 O PIU' NOTTI	515
<u>Percentuali verticali</u>	
TOTALE	100,0%
GIORNATA	58,4%
1 NOTTE	17,2%
W.END	13,0%
3 O PIU' NOTTI	11,5%

5.1. REPORT informazioni quali-quantitative

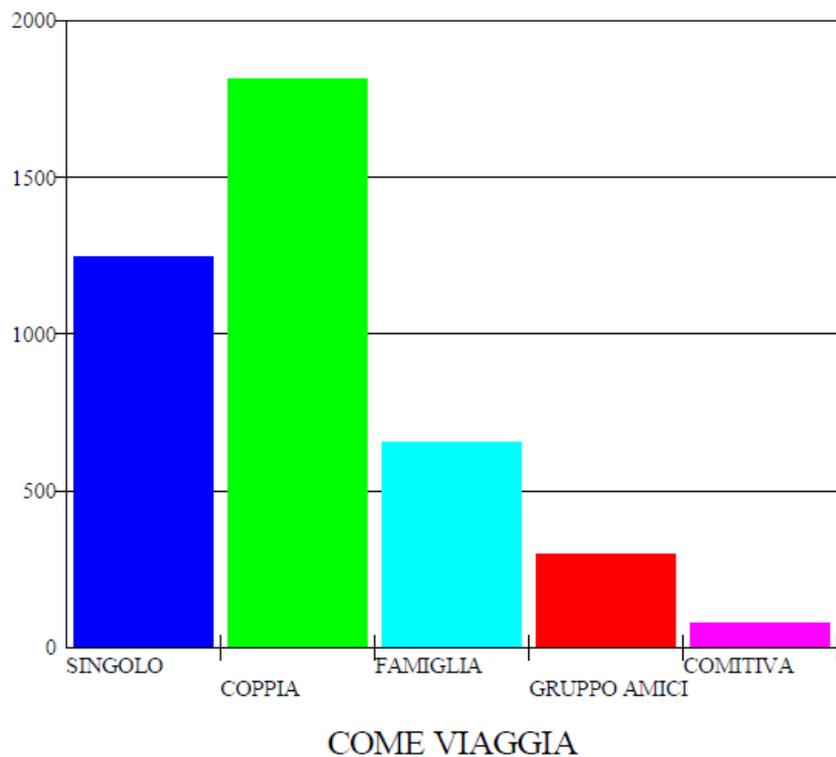
In basso il dettaglio relativo alla tipologia di turista suddiviso in base alla lingua parlata.



LINGUA PARLATA	TOTALI
Giorni: 01/05/2023 - 31/08/2023	
<u>Valori assoluti</u>	
TOTALE	3955
ITALIANO	1657
INGLESE	1363
FRANCESE	376
TEDESCO	257
SPAGNOLO	282
PORTOGHESE	8
RUSSO	5
CINESE	0
GIAPPONESE	1
ARABO	0
ALTRO	6
<u>Percentuali verticali</u>	
TOTALE	100,0%
ITALIANO	41,9%
INGLESE	34,5%
FRANCESE	9,5%
TEDESCO	6,5%
SPAGNOLO	7,1%
PORTOGHESE	0,2%
RUSSO	0,1%
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: 01/05/2023 - 31/08/2023	TOTALI
<u>Valori assoluti</u>	
TOTALE	4094
SINGOLO	1245
COPPIA	1816
FAMIGLIA	657
GRUPPO AMICI	299
COMITIVA	77
<u>Percentuali verticali</u>	
TOTALE	100,0%
SINGOLO	30,4%
COPPIA	44,4%
FAMIGLIA	16,0%
GRUPPO AMICI	7,3%
COMITIVA	1,9%

5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

A seguire, un resoconto dei dati relativi al portale www.turismopadova.it per il bimestre maggio-giugno e luglio-agosto 2023.

Nel sito ufficiale di destinazione, per il periodo maggio-giugno, le visualizzazioni di pagina raggiungono quota 43.983, con un totale di 24.901 utenti e 29.261 sessioni. Un segnale importante arriva dalla ricerca organica social, con ben 14.678 utenti nel bimestre in analisi, e ben 17.161 sessioni. La stessa surclassa la ricerca organica del sito di destinazione, che raggiunge invece i 5.941 utenti e 7.450 sessioni.

1 mag - 30 giu 2023		↓ Utenti	Sessioni
		24.901 100% del totale	29.621 100% del totale
1	Organic Social	14.678	17.161
2	Organic Search	5.941	7.450
3	Direct	3.202	3.868
4	Referral	742	992
5	Paid Search	429	557
6	Display	66	79
7	Unassigned	43	44

1 mag - 30 giu 2023			
Titolo pagina e...asse schermata	↓ Visualizzazioni	Utenti	Visualizzazioni per utente
	43.983 100% del totale	24.901 100% del totale	1,77 Uguale alla media
1 Turismo Padova - Selling point	23.912	17.225	1,39
2 Cosa vedere a Padova, città della cultura, della scienza e della fede	3.448	1.978	1,74
3 Visitare Padova con Urbs Picta Card	791	475	1,67
4 Have you ever visited Padua? Discover Padua!	759	429	1,77
5 XIII Giornata Nazionale dell'Associazione Dimore Storiche Italiane: domenica 21 maggio 2023 - Padova	686	417	1,65

5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

In dettaglio, la top 5 delle pagine in italiano più visitate del portale nel bimestre in questione (esclusa la *homepage*):

- *Selling Point*
- *Cosa vedere a Padova, città della cultura, della scienza e della fede*
- *Visitare Padova con Urbs picta Card*
- *XIII Giornata Nazionale dell'Associazione Dimore Storiche Italiane: domenica 21 maggio 2023*
- *Visitare Padova: le mappe*

Un **turista molto preparato**, che visita il portale di destinazione per acquisire maggiori informazioni sull'offerta turistica in città; acquista alcuni servizi (Urbs picta Card), si aggiorna sulle attività in programma nel territorio, si preoccupa di ottenere informazioni specifiche quali mappe, e dove depositare i bagagli.

Dall'estero, si collegano alla versione inglese del sito turisti provenienti dai seguenti paesi:

- Irlanda
- USA
- Germania
- Regno Unito
- Spagna

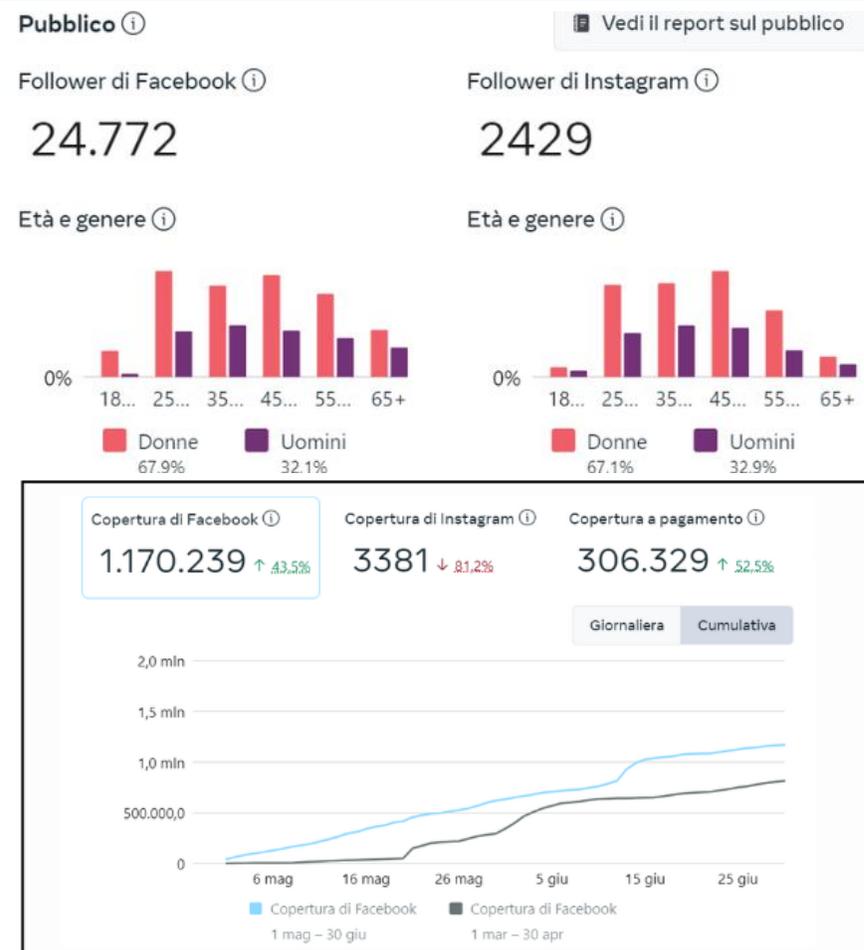
5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Sui *social* di destinazione, in particolare Facebook, la pagina ufficiale raggiunge nel bimestre maggio-giugno la quota di 24.772 *follower*, mentre Instagram registra un totale di 2.429 *follower*, registrando un leggero aumento rispetto al bimestre precedente.

Da un'analisi della copertura della Pagina Facebook, si rileva una buona crescita rispetto al bimestre precedente (1.170.239 *account* che hanno visto uno dei contenuti del portale nel periodo maggio-giugno rispetto agli 815.409 del bimestre marzo-aprile).

Si mantiene costante l'aumento dei valori, sempre motivato dal fatto che il *brand* Turismo Padova abbia raggiunto una notorietà sostanziale, senza dubbio supportato da *news*/eventi/iniziative di qualità offerti della destinazione, che hanno colto l'interesse dei visitatori.

La copertura a pagamento nei canali *social* triplica il risultato rispetto al bimestre precedente, quando si era raggiunto un totale di 200.925 utenti; nel periodo maggio-giugno si arriva a ben 306.329 utenti.



5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Nel periodo luglio-agosto 2023, le visualizzazioni di pagina raggiungono quota 17.102, con un totale di 12.301 utenti, 12.046 nuovi utenti e 14.951 sessioni.

Per quanto riguarda la ricerca proveniente dai canali *social*, nel bimestre in analisi Facebook raggiunge quota 10.577 utenti, con ben 11.498 sessioni, rappresentando l'82,2% del totale utenti nel periodo Luglio-Agosto 2023.

La ricerca via *social* costituisce un punto chiave su cui puntare in futuro, in quanto mezzo di comunicazione molto immediato ed in grado di captare l'attenzione di un sempre più ampio pubblico, grazie a contenuti suggestivi offerti dalla destinazione.

La durata della sessione media trascorsa sul sito a Luglio è di 38", mentre ad Agosto raggiunge i 48", in lieve rialzo rispetto al mese precedente ed in media rispetto ai primi mesi dell'anno.



5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Nel bimestre luglio-agosto, il 92% degli utenti si collega dall'Italia, in particolare da Milano, Roma, Padova, Bologna e Venezia.

Dall'estero, invece, gli utenti del sito che accedono alla versione in lingua inglese, provengono dai seguenti paesi:

- Spagna
- USA
- Germania
- Francia
- Regno Unito

Nella top 5 delle pagine in italiano più visitate del portale (esclusa la *homepage*) nel bimestre analizzato, troviamo:

- Selling Point
- Cosa vedere a Padova, città della cultura, della scienza e dell'arte e della fede
- Urbs picta card 48h + Cappella Scrovegni
- Alloggi
- Grand Tour delle Scienze – Padova

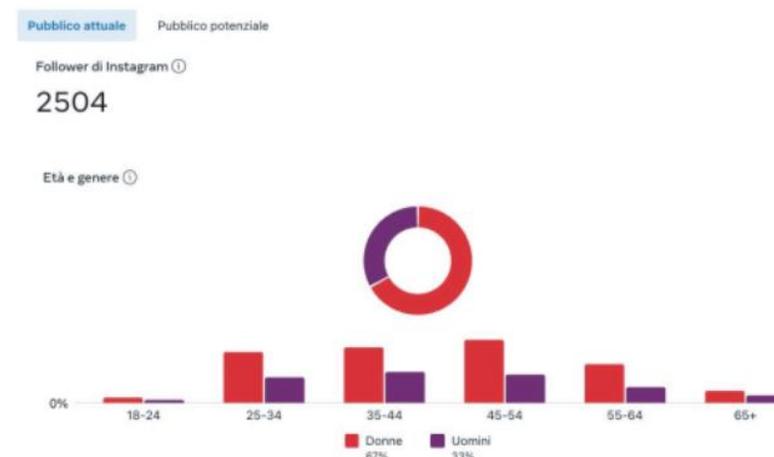
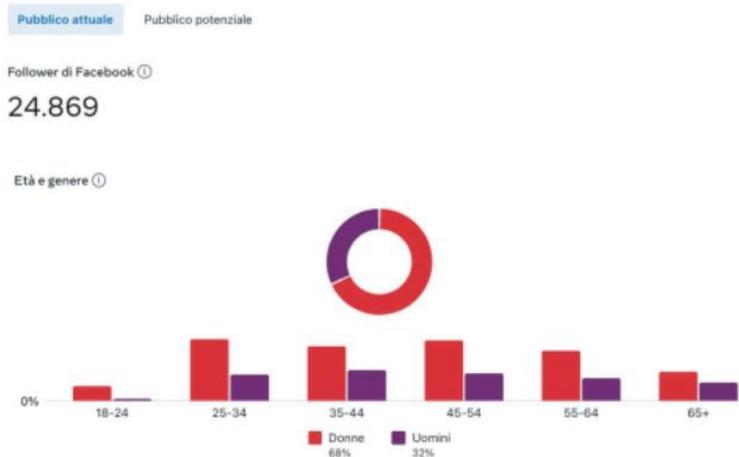
Gli utenti del sito sono principalmente nazionali, interessati a stilare una lista dei punti di interesse e a visionare i servizi acquistabili tramite il portale, in special modo la Urbs picta Card.

Spunta, tra le ricerche più gettonate, oltre ai *tour* proposti e alle *experience* in vendita, anche la sezione alloggi e *booking*, dove poter pernottare tramite il sito di destinazione la propria struttura durante il soggiorno.

5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

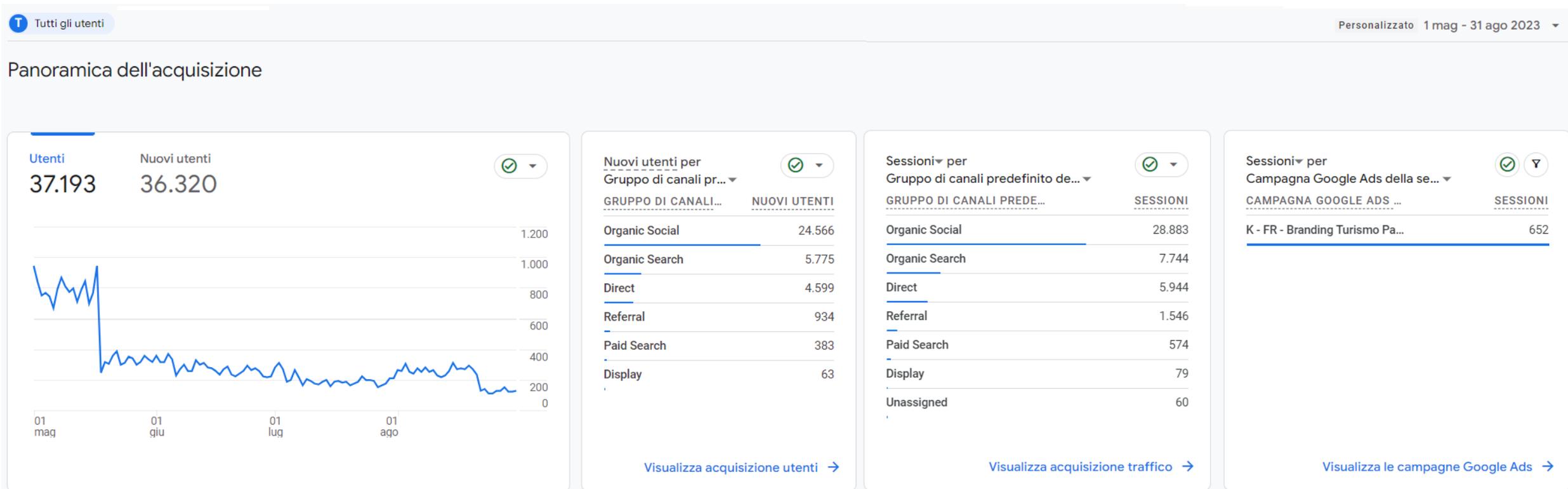
Sui *social* di destinazione, nello specifico Facebook, la pagina ufficiale raggiunge nel bimestre luglio-agosto la quota di 24.869 *follower*, mentre Instagram registra un totale di 2.504 *follower*, riportando per entrambi un sensibile aumento rispetto al bimestre Maggio-Giugno 2023 (24.772 *follower* Facebook/2.429 *follower* Instagram).

Da un'analisi della copertura della Pagina Instagram, si evidenzia un balzo in avanti rispetto al bimestre precedente (11.135 *account* hanno visto uno dei contenuti del portale nel periodo Luglio-Agosto rispetto agli 3.381 del bimestre Maggio-Giugno). Si tratta, indubbiamente, di una netta variazione in positivo che evidenzia come, grazie alle immagini efficaci e coinvolgenti proposte agli utenti, la destinazione abbia suscitato un notevole interesse.



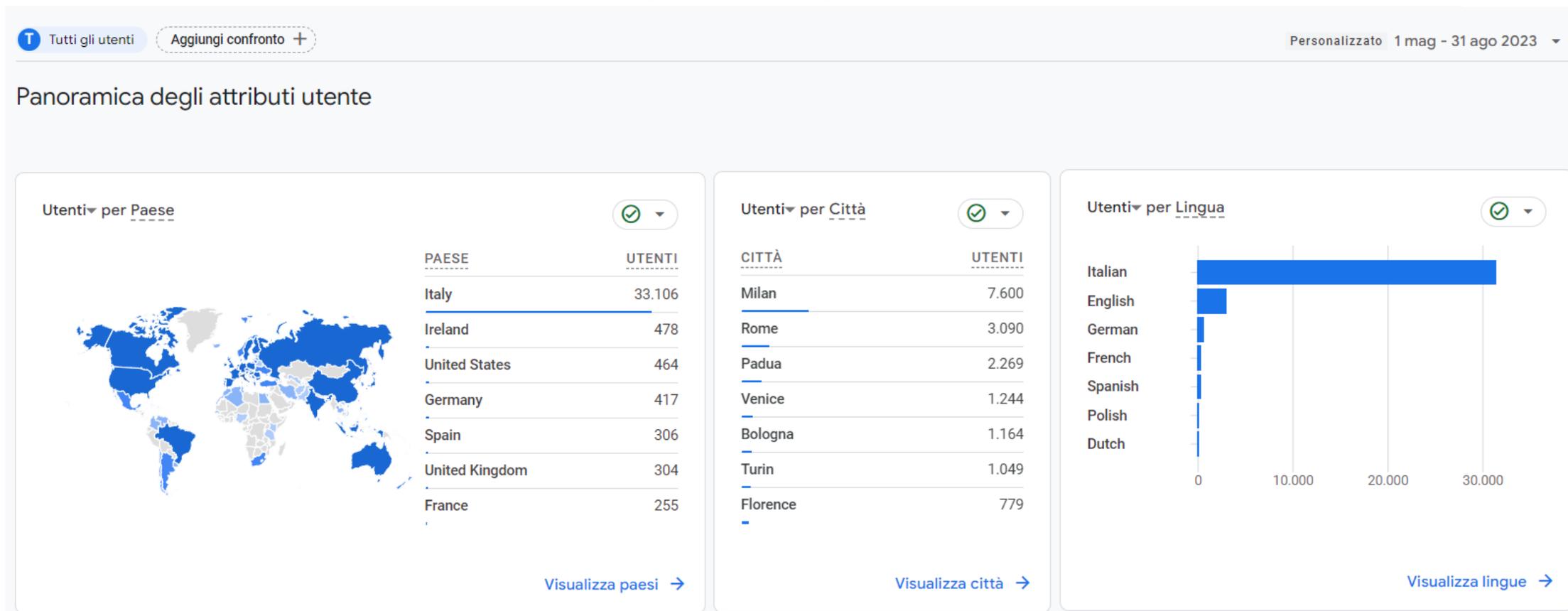
5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Dati Analytics maggio-agosto 2023



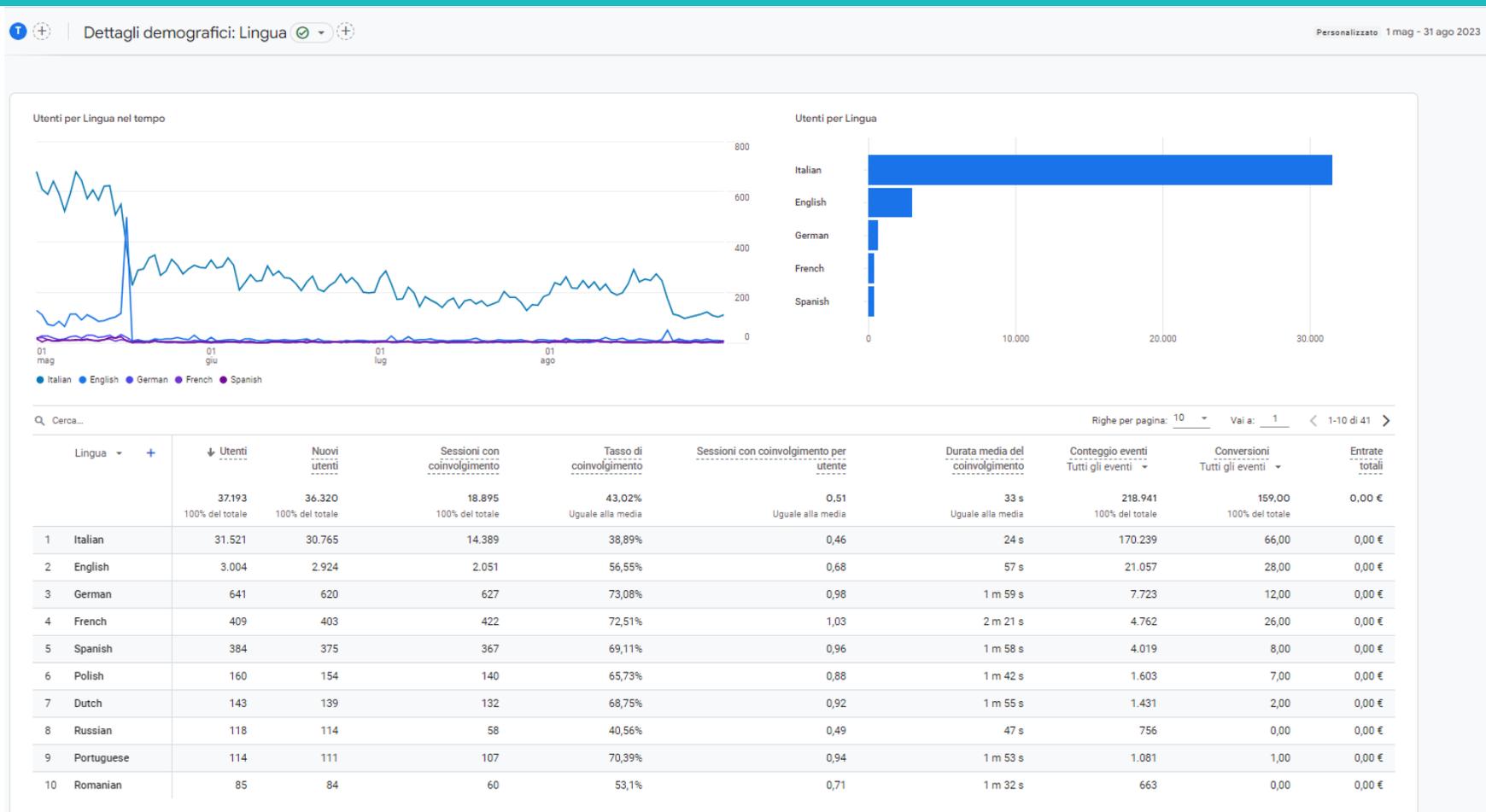
5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Dati demografici degli utenti



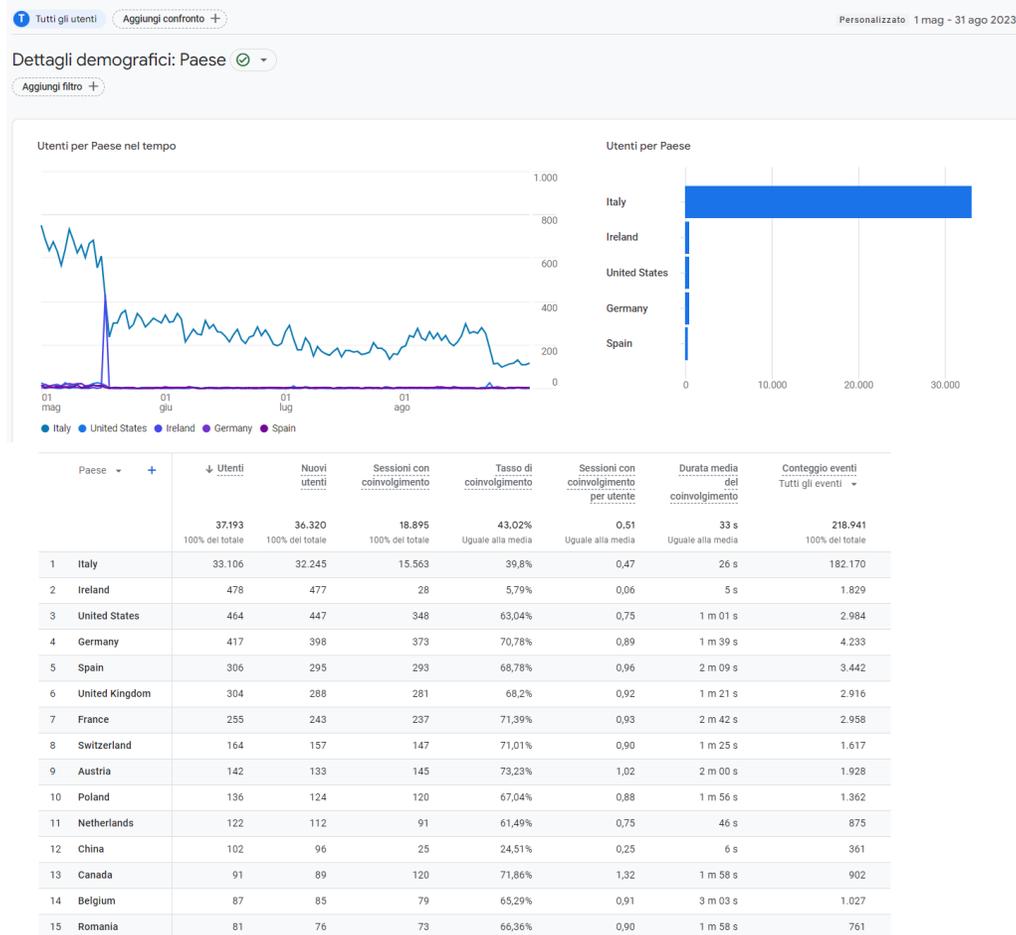
5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Dati demografici degli utenti



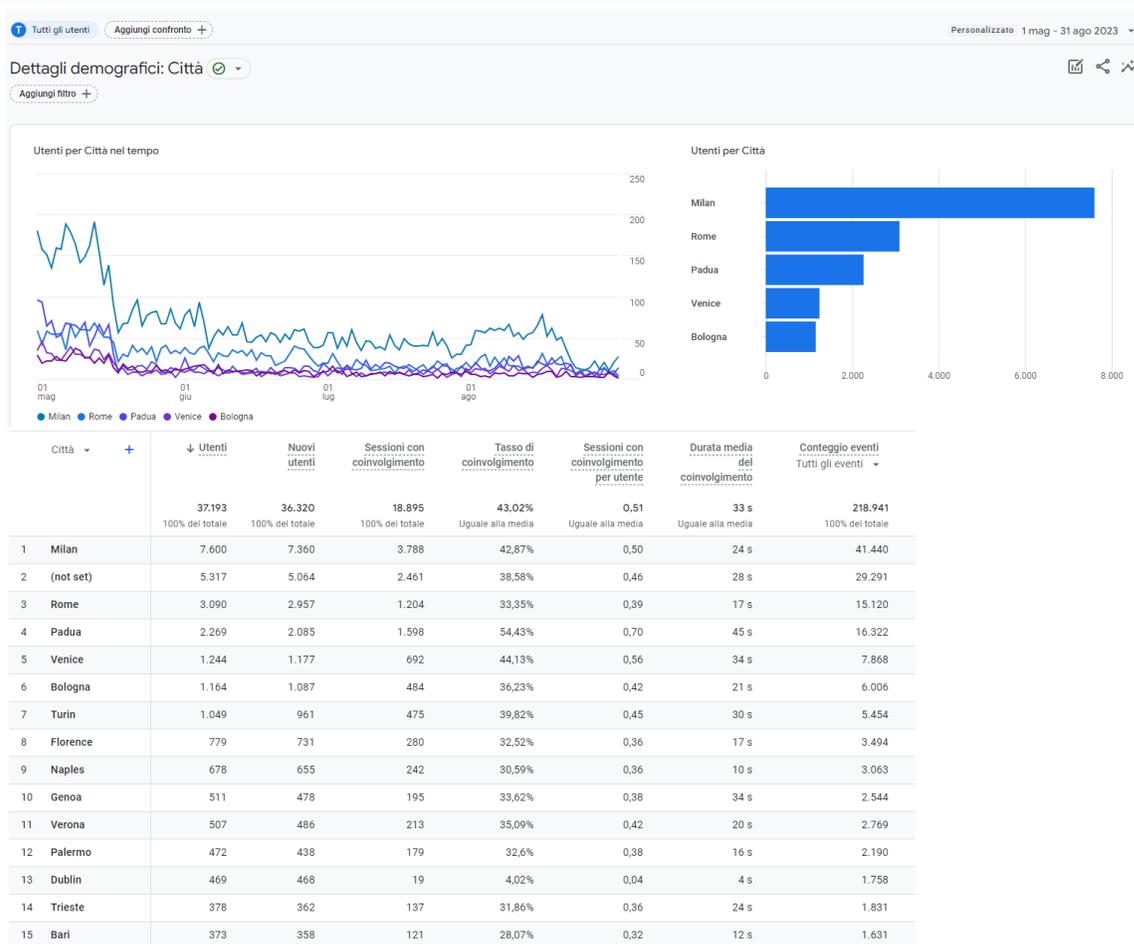
5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Dati demografici degli utenti



5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

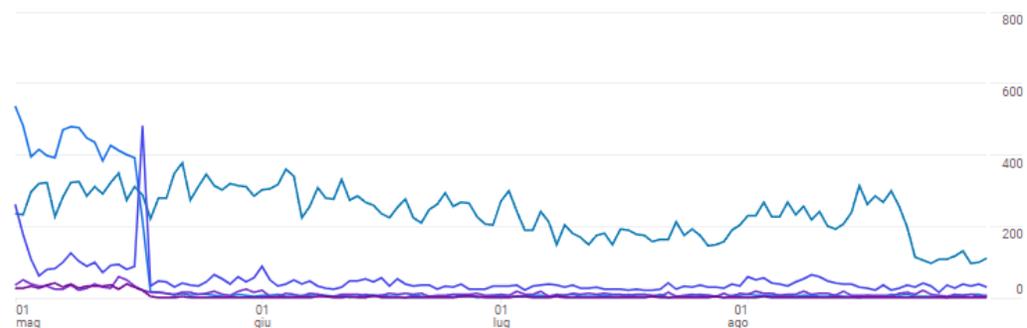
Dati demografici degli utenti



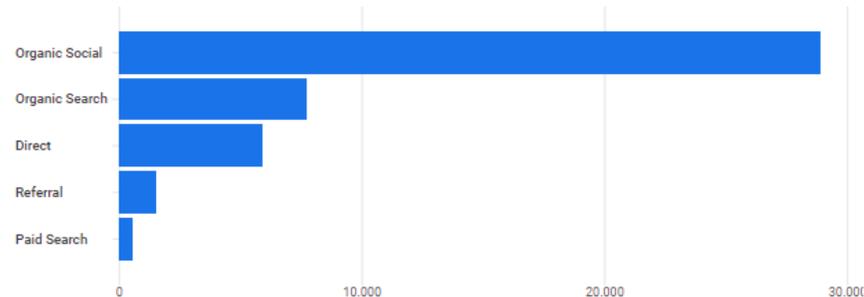
5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Comportamento utente – Frequenza e Recency

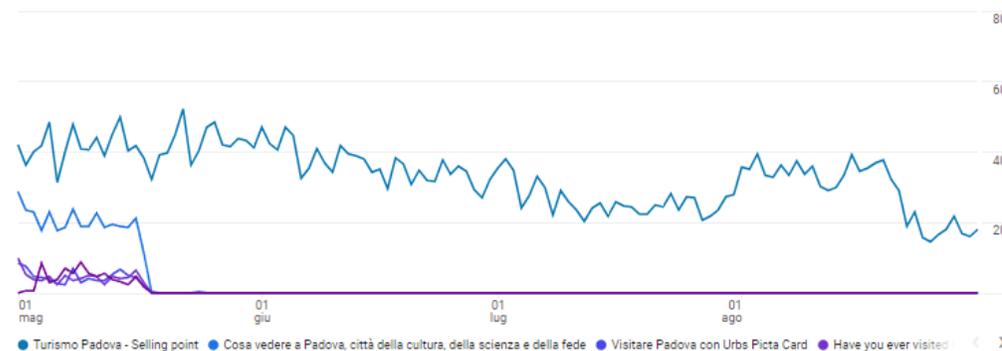
Sessioni per Gruppo di canali predefinito della sessione nel tempo



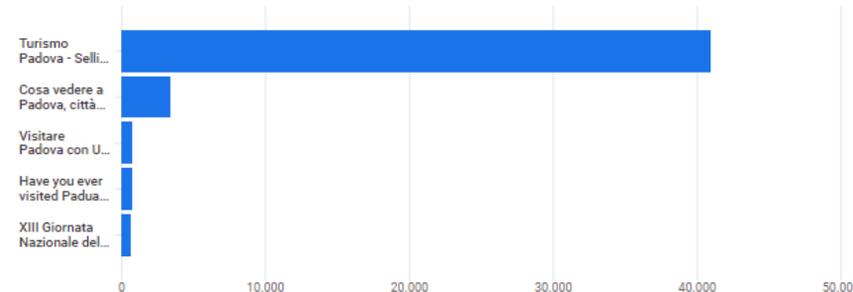
Sessioni per Gruppo di canali predefinito della sessione



Visualizzazioni per Titolo pagina e classe schermata nel tempo



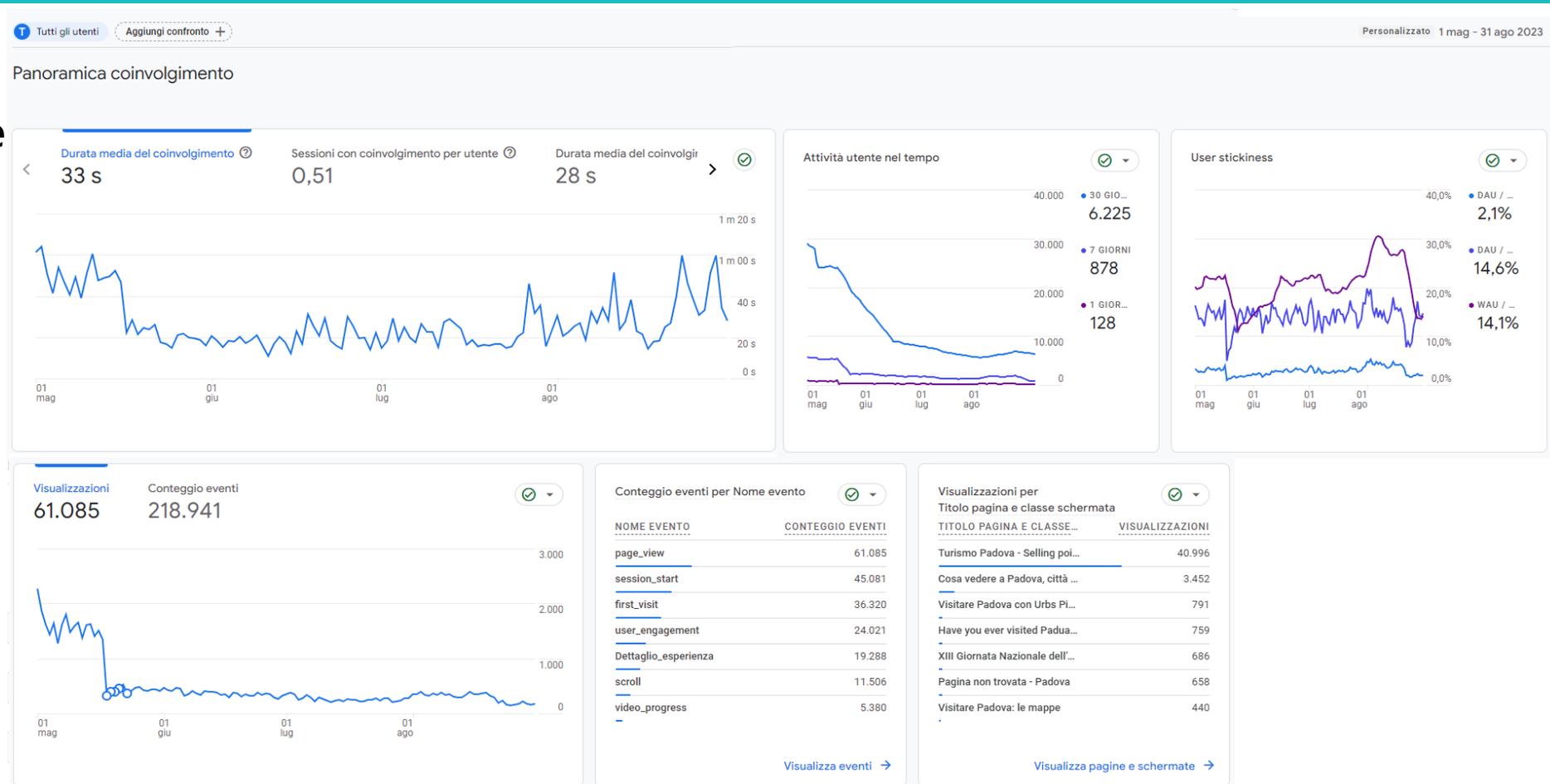
Visualizzazioni per Titolo pagina e classe schermata



● Turismo Padova - Selling point ● Cosa vedere a Padova, città della cultura, della scienza e della fede ● Visitare Padova con Urbs Picta Card ● Have you ever visited

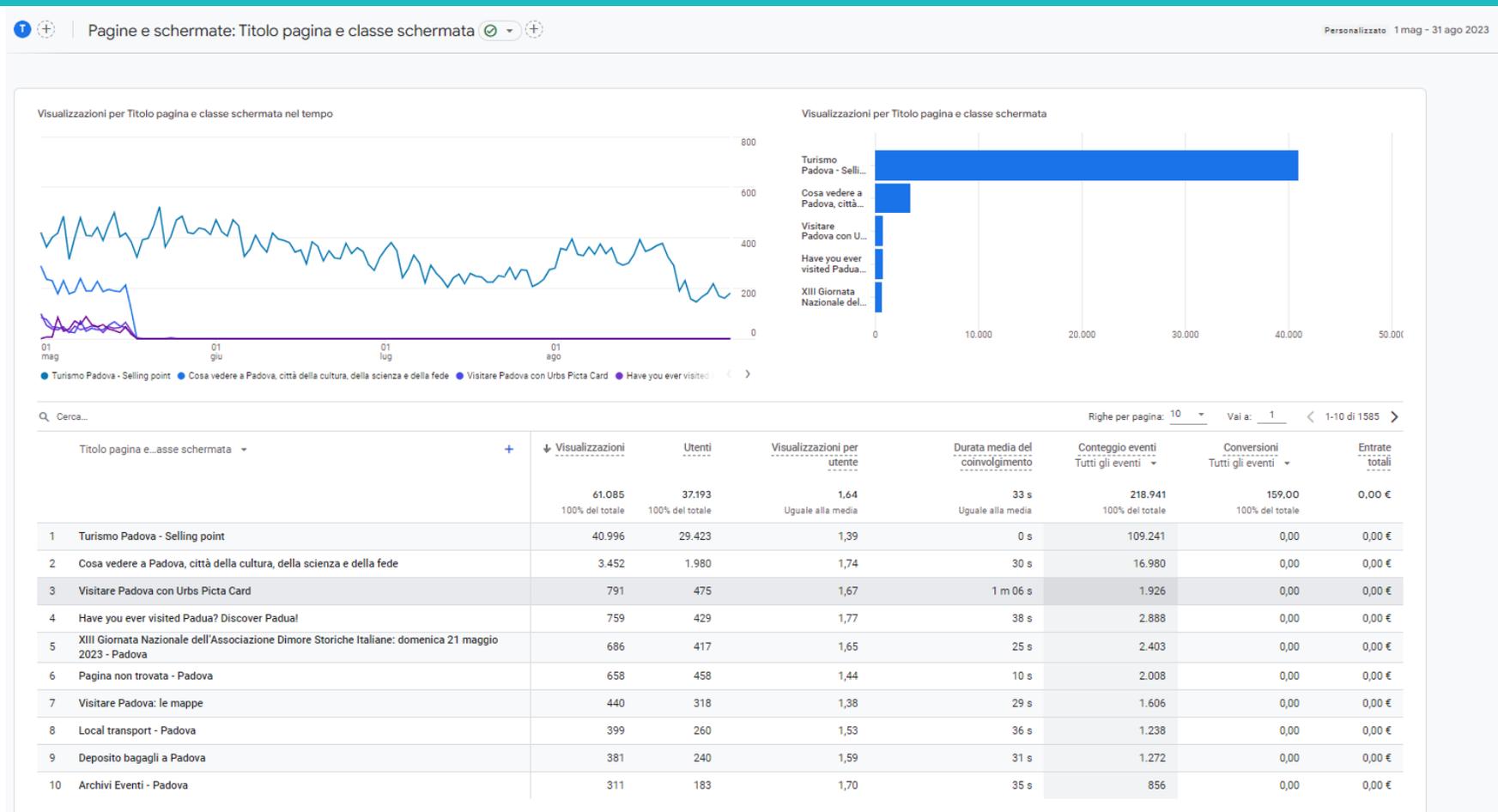
5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Comportamento utente Coinvolgimento



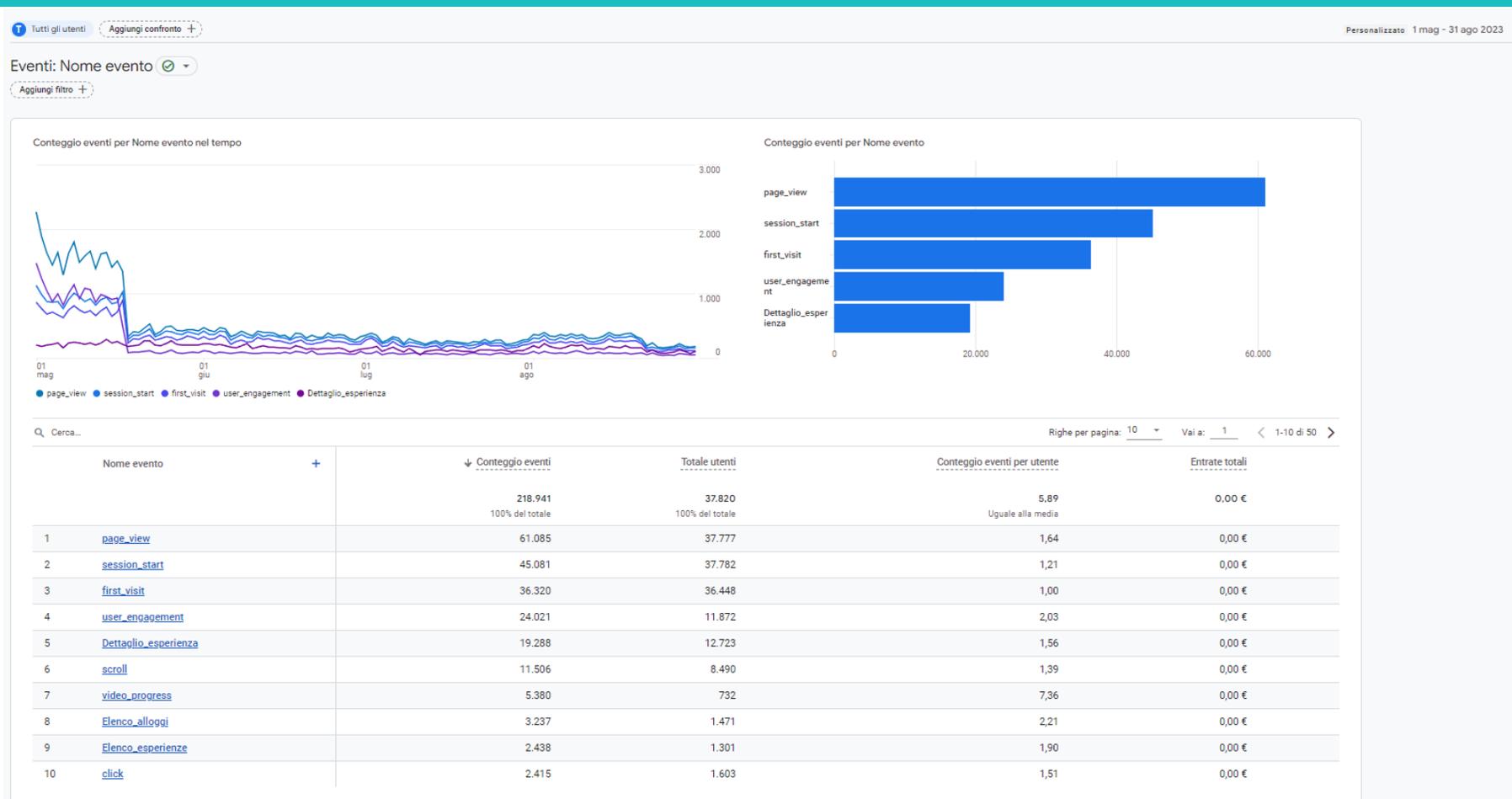
5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Comportamento utente Pagine più visitate



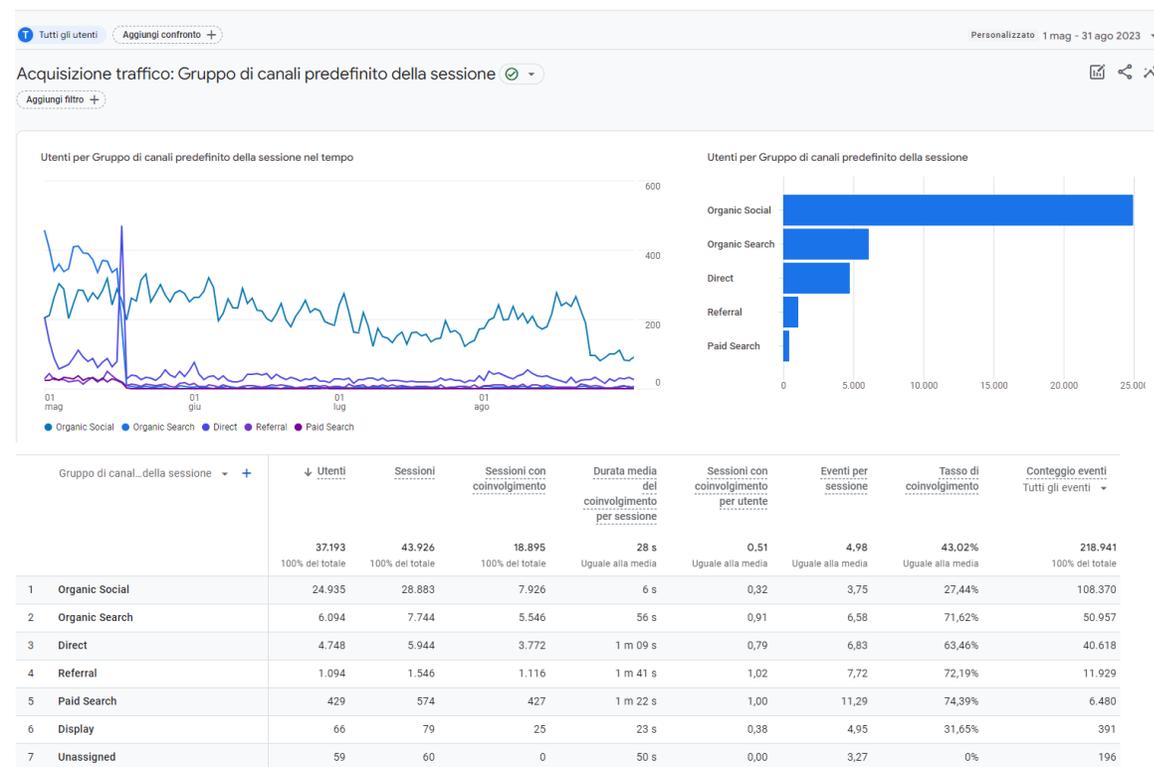
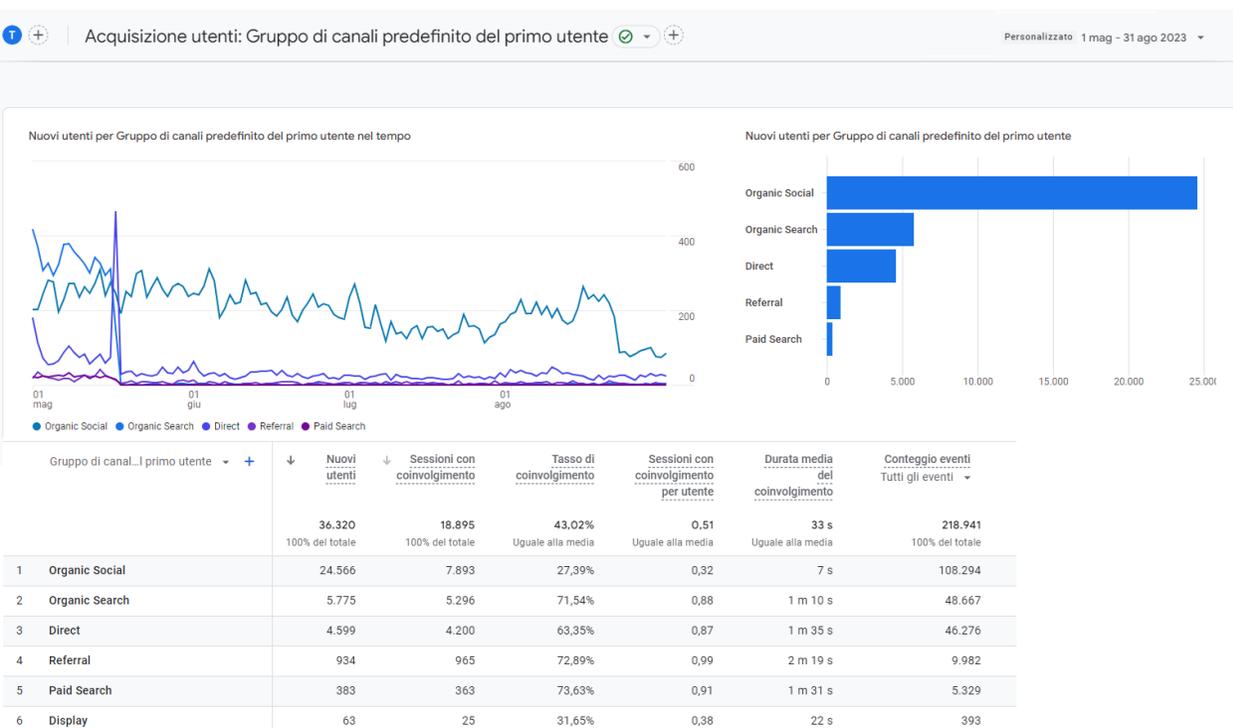
5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Sessioni con eventi



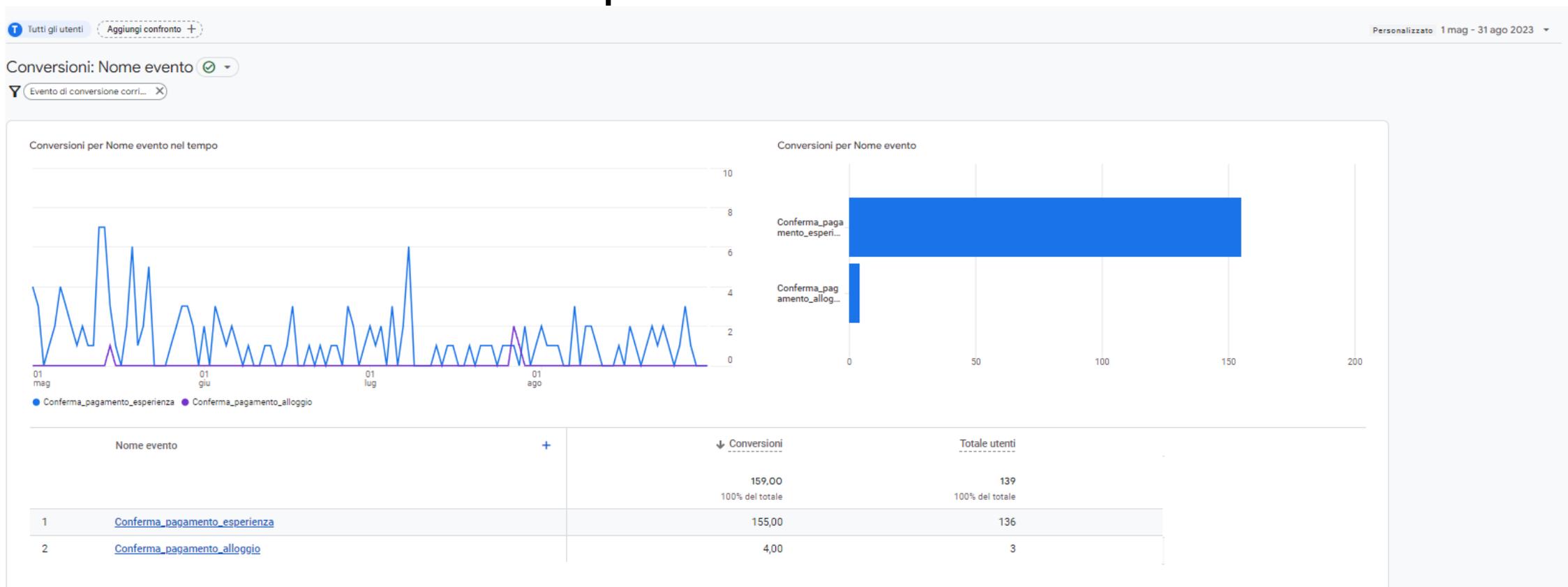
5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

Tipologia di ricerca



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

DATI UTENTI SOCIAL

Pubblico

Pubblico attuale

Pubblico potenziale

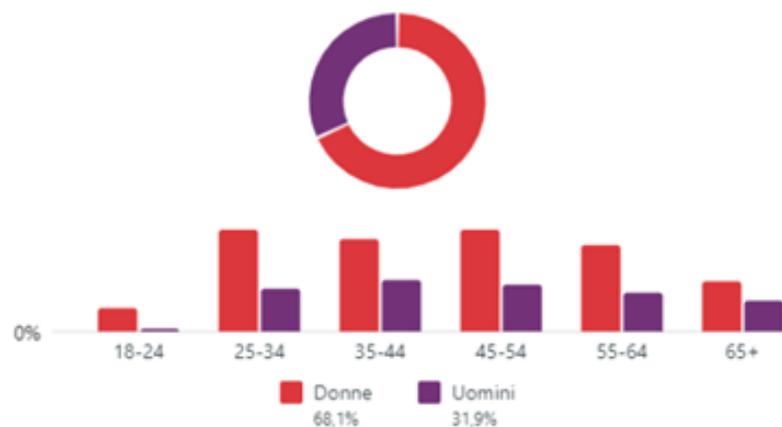
Follower di Facebook ⓘ

25.150

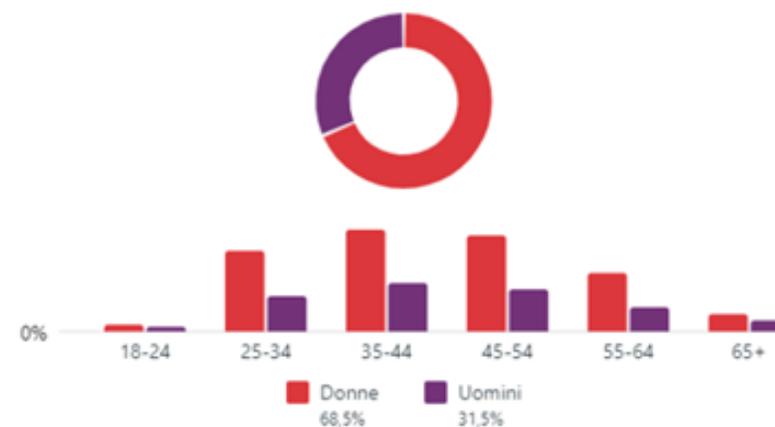
Follower di Instagram ⓘ

2673

Età e genere ⓘ



Età e genere ⓘ



5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

DATI UTENTI SOCIAL

Copertura

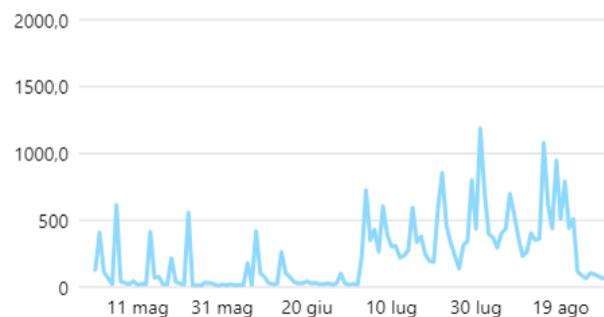
Copertura di Facebook ⓘ

1.726.037 ↑ 77.9%



Copertura di Instagram ⓘ

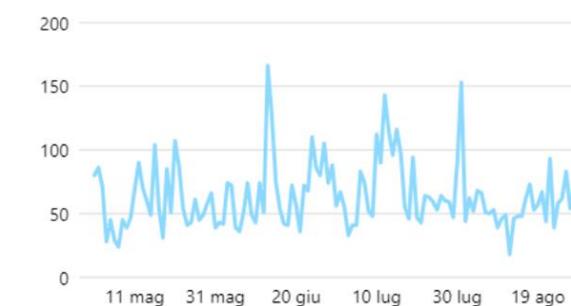
13.361 ↓ 30.7%



Visite

Visite su Facebook ⓘ

7838 ↑ 42.6%



Visite al profilo Instagram ⓘ

614 ↓ 26.3%



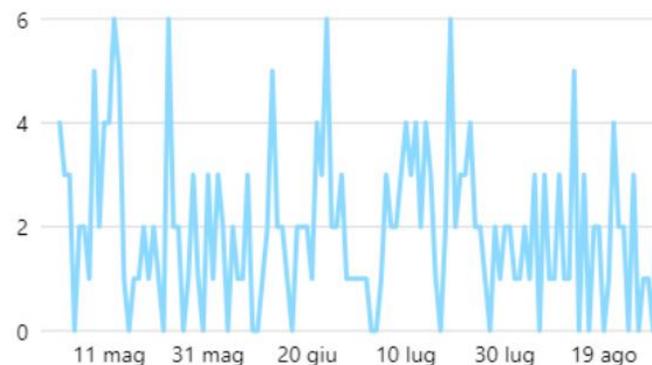
5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

DATI UTENTI SOCIAL

Nuovi "Mi piace" e follower

Nuovi "Mi piace" sulla Pagina Facebook ⓘ

239 ↑ 0.8%



Nuovi follower su Instagram ⓘ

153 ↑ 15.9%



5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

I MIGLIORI 10 POST

Titolo	Data di pubblicazione	Copertura	"Mi piace" e reazioni	Commenti
 Cinema nelle frazioni Turismo Padova	Giovedì 3 Agosto 1...	6974 Account del Centro g...	1 Reazioni	0 Commenti
 Visita alla Torre e Orologio ... Turismo Padova	Martedì 25 luglio 2...	3294 Account del Centro g...	47 Reazioni	3 Commenti
 Il Museo della Natura e del... Turismo Padova	Venerdì 23 giugno ...	3054 Account del Centro g...	64 Reazioni	3 Commenti
 Scoprite la magia della visit... Turismo Padova	Domenica 30 lugli...	2896 Account del Centro g...	44 Reazioni	1 Commenti
 Scopri l'incantevole mercato di ... Turismo Padova	Domenica 23 lugli...	2088 Account del Centro g...	26 Reazioni	1 Commenti
 Esplora il fascino della scienza e ... Turismo Padova	Lunedì 10 luglio 10...	2033 Account del Centro g...	25 Reazioni	2 Commenti
 Alla ricerca di un'esperienza d... Turismo Padova	Domenica 20 Agos...	1998 Account del Centro g...	10 Reazioni	0 Commenti
 Visita alla torre e all'orologio ast... Turismo Padova	Domenica 13 Agos...	1972 Account del Centro g...	18 Reazioni	0 Commenti
 Benvenuti a Padova una città che ... Turismo Padova	Giovedì 8 giugno 1...	1875 Account del Centro g...	53 Reazioni	1 Commenti
 Questo post non contiene testo Turismo Padova	Domenica 16 luglio...	1813 Account del Centro g...	11 Reazioni	1 Commenti

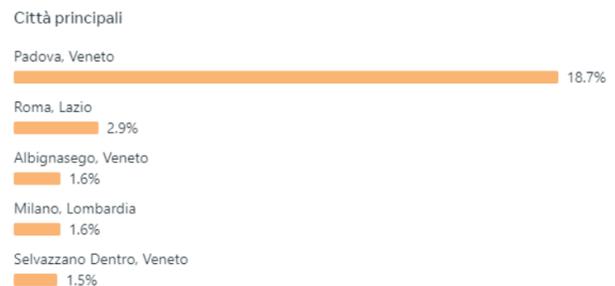
5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

PUBBLICO

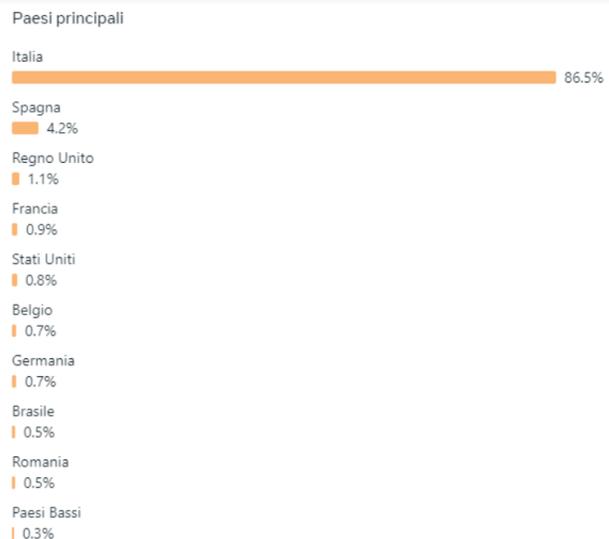
FACEBOOK



INSTAGRAM



FACEBOOK



INSTAGRAM



5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media

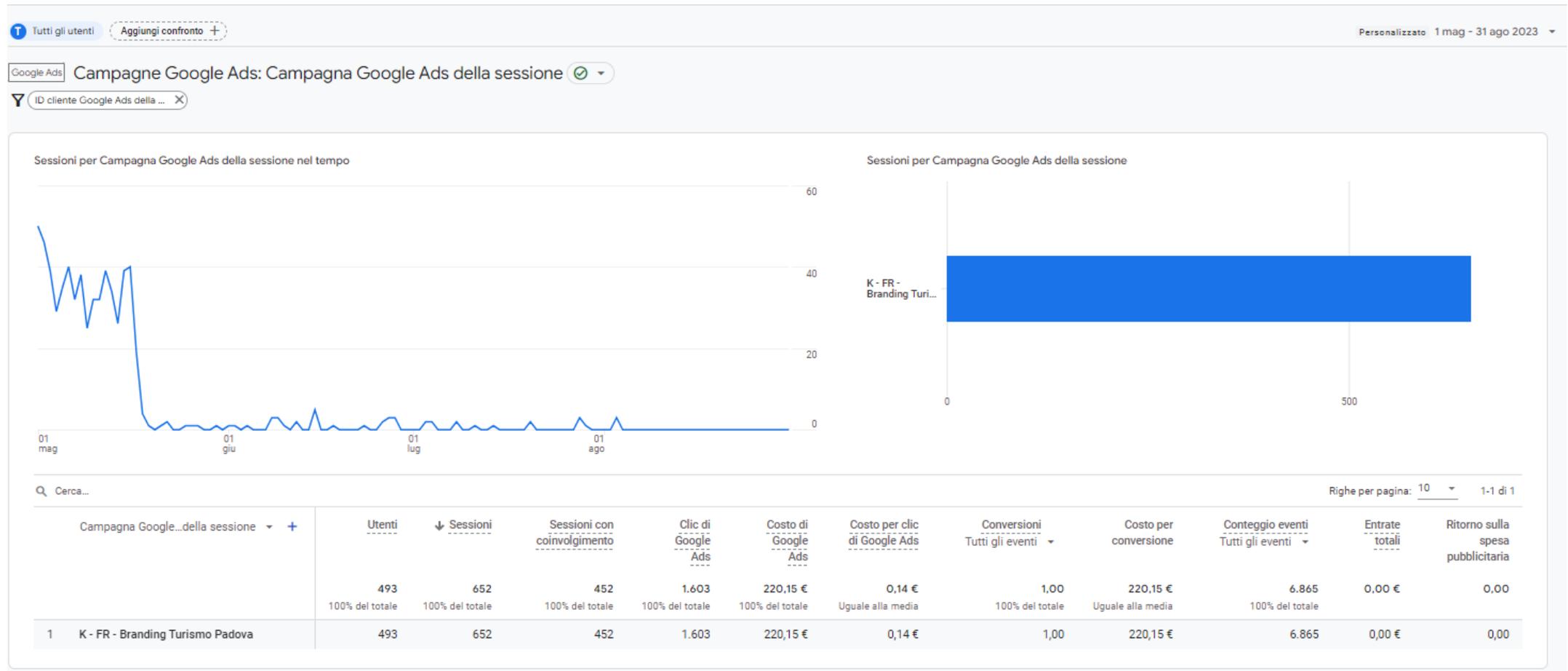
Proseguono le **campagne su META**, che rimangono concentrate sulle esperienze acquistabili. Su tali campagne viene apportata una serie di migliorie nel settaggio, che permette di far scendere i costi arrivando fino a 0,06 € costo per *click*.

Le campagne sono state riviste anche grazie all'aumento dei dati, che hanno permesso di inserire campagne in *retargeting*.

Le campagne di Google proseguono fino a metà giugno, per poi bloccarsi a causa di problemi sulla verifica dell'inserzionista.

Campagna			Strada di offe	Budget	Imp di attr	Risultati	Copertura	Impression	Costo per risultato	Importo speso
K_FR_Consideration_Esperienze Padova	●	—	V..	€ 7,00 Giornaliero	7..	1204 Clic sul link	92.497	139.132	€ 0,06 Per clic sul link	€ 72,65
K_FR_Awereness Esperienze Padova	●	—	V..	€ 19,00 Giornaliero	7..	40.592 Clic sul link	1.517.348	4.564.315	€ 0,08 Per clic sul link	€ 3235,56

5.2. Accessi al sito web di destinazione ed uso dei social media



6. ANDAMENTO TURISTICO



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU



ORGANIZATION
MANAGEMENT
DESTINATION

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 secondo e terzo trimestre 2023.

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 una struttura 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 (OGD), 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, Agriturismo (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 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 uno strumento fondamentale per disporre di **informazioni continue e attendibili, analisi tempestive dei dati, 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.

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

Le imprese turistiche venete dichiarano che il trimestre aprile-giugno coincide con un periodo di alta stagionalità per il 56,5% delle aziende, mentre per il 39,7% con la bassa stagione.

Nel primo semestre dell'anno, il numero di turisti che hanno soggiornato nella Regione è superiore allo stesso periodo pre-pandemia (+0,8% degli arrivi), lo stesso vale per i pernottamenti (+0,2%). Il numero di italiani è largamente superiore alla situazione pre-Covid (+5,9%), seppur non incida sul dato delle presenze (-1,2%), soprattutto nei soggiorni più brevi nelle città e alle terme. Per quanto concerne le presenze straniere, superano quelle dello stesso periodo 2019 (+0,9%).

Il comparto turistico regionale prosegue l'anno con un bilancio positivo del fatturato rispetto ad inizio 2023: positivi sia il passo congiunturale, +32,2%, che il confronto su base tendenziale, +12,1%.

Nel periodo aprile-giugno, il fatturato è in aumento per il 61,5% delle imprese turistiche rispetto a inizio anno, soprattutto per le attività dei servizi turistici (dove la percentuale sale all'82,2%), mentre il 18,7% dichiara una stazionarietà e il 19,7% una diminuzione. I prezzi di vendita aumentano sia su base congiunturale (+3,6%) che tendenziale (+6,2%), soprattutto a causa della crescita dei costi energetici e dei generi alimentari.

Il 55,8% delle imprese turistiche prevede una crescita di fatturato per la stagione estiva; il tema del potere d'acquisto delle famiglie incide sulla durata della vacanza. I mesi estivi risultano un periodo di alta stagionalità per due terzi delle imprese venete.

Solamente il 26% delle imprese turistiche vende i propri prodotti via web ed il 35% di loro conferma un aumento del fatturato derivante dalle vendite online nel trimestre in esame (il 52,6% rimane stazionario). La vendita attraverso internet incide sul 35% del fatturato. La quasi totalità delle imprese riceve prenotazioni tramite contatto diretto, da cui deriva il 71% del fatturato totale.

La domanda di lavoro nei primi sette mesi dell'anno evidenzia una crescita rispetto sia allo stesso periodo 2022 sia a quello 2019 in tutte le aree turistiche venete. Ben il 55% delle imprese del campione non prevede nuove assunzioni per la stagione estiva. Il passaparola rimane il principale canale di ricerca di lavoratori.

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Il comparto turistico prosegue l'anno con un buon recupero del fatturato. **Nel secondo trimestre i ricavi aumentano su base annua del +12%.**

In base ai dati forniti dal «Barometro del turismo» di Federalberghi, anche **nel secondo trimestre 2023 il settore turistico affronta alti e bassi.** Nonostante la spesa dei turisti stranieri in Italia sia aumentata rispetto al 2019 dell'1,1%, purtroppo **le presenze risultano ancora inferiori del 2,9%.** Gli indicatori di fiducia delle imprese sono in crescita, mentre quelli dei viaggiatori e dei consumatori in calo. I passeggeri dei voli nazionali hanno superato i livelli del primo semestre 2019; quelli internazionali, nonostante una crescita più che tripla, risultano sottodimensionati.

Durante la stagione turistica estiva 2023, le cifre da record del 2019 sono state superate nel territorio bellunese, rodigino, vicentino, oltre che nel territorio scaligero (+4,1% di presenze nel primo semestre 2023) e in quello veneziano (+0,1%). Il numero di turisti che ha soggiornato in Veneto nel primo semestre 2023 è superiore allo stesso periodo dell'anno precedente (+23,4%), ma anche rispetto al primo semestre pre-Covid (+0,8% degli arrivi).

Stesso andamento per le presenze (+14,8% rispetto al periodo gennaio-giugno 2022 e +0,2% rispetto a quello 2019). **Il numero di turisti italiani è ampiamente superiore alla situazione pre-pandemica (+5,9%),** ma non ancora nelle presenze (-1,2%), in special modo per soggiorni più brevi nelle città e alle terme.

Le presenze straniere superano quelle dello stesso periodo del 2019 (+0,9%): +12% delle presenze tedesche rispetto al periodo pre-pandemia, +2,8% di quelle austriache, +2,6% di quelle svizzere, ed un importante ritorno degli americani (+13,3% sempre rispetto al 2019). Crescono lentamente i turisti inglesi e francesi, oltre ad asiatici e russi.

Lago, montagna, terme e mare rilevano flussi molto importanti (tutti con arrivi superiori al 2019), **mentre le città d'arte (+34,7% di arrivi rispetto a gennaio-giugno 2022) si avvicinano ai risultati pre-pandemia (-2,5%).** Il mese di giugno registra un assestamento rispetto a giugno 2022 (+1,5% arrivi e -2,5% presenze), mentre, se confrontato con giugno 2019 pre-pandemico, si rileva una leggera flessione.

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

L'indagine rientra nelle 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.

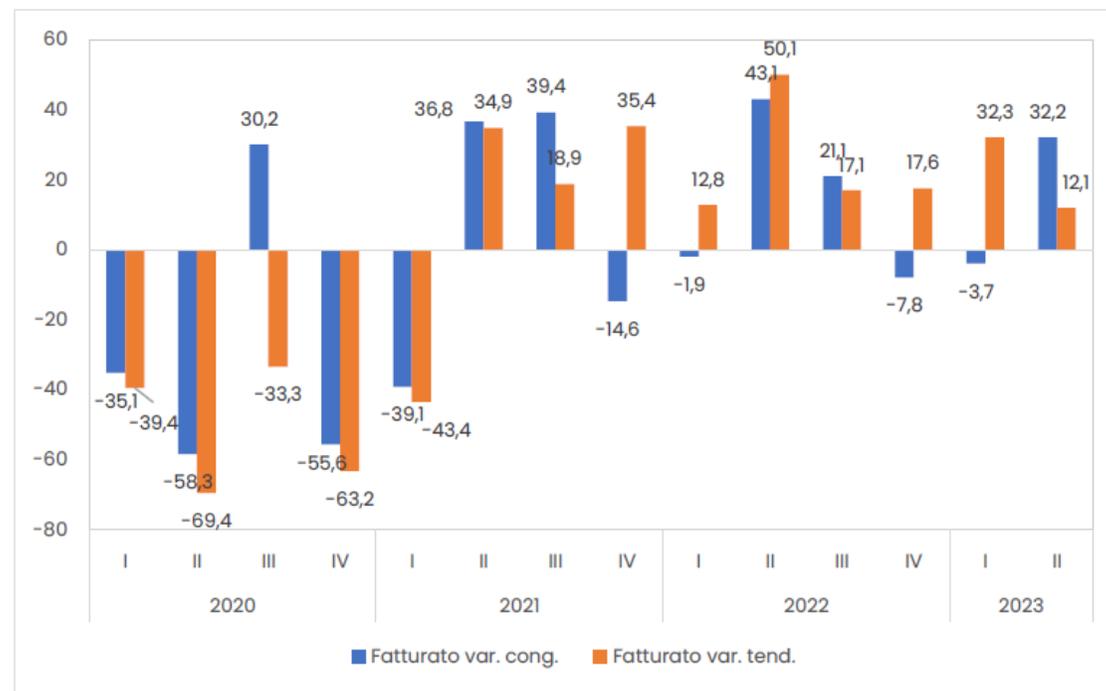
Le dinamiche del comparto turistico del Veneto sono monitorate dall'indagine trimestrale sulle imprese dei servizi turistici, che **rileva le variazioni economiche dei principali indicatori congiunturali del settore**. Il **campione regionale**, stratificato per provincia e settore, è composto da quasi **1.825 imprese rispondenti** (su oltre 34 mila contatti), **a cui fanno riferimento oltre 18.100 addetti ed un fatturato complessivo di quasi 3 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 10 luglio – 28 agosto 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, fra aprile e giugno 2023, il fatturato delle attività turistiche è aumentato di quasi un terzo (+32,2%) rispetto al trimestre precedente, a seguito della diminuzione congiunturale di inizio anno (-3,7%), incremento seppur minore a quello registrato lo stesso trimestre del 2022 (+43,1%). L'analisi della variazione congiunturale del fatturato per settore, evidenzia un **notevole incremento per il comparto alberghiero (+56%) e dei servizi turistici (+31,3%)**, meno per la ristorazione (+22%). Maggiore la crescita per le imprese di grandi dimensioni, in dettaglio per le province di Venezia e Verona.

Rispetto allo stesso trimestre 2022, il fatturato del comparto turistico riporta una variazione tendenziale del +12,1%, trainata dal comparto dei servizi turistici (+22,6%).

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

In Veneto, i mesi primaverili dell'anno sono caratterizzati da alta stagionalità turistica. L'indagine ha riguardato l'analisi dell'andamento economico dei servizi turistici nei mesi di aprile, maggio e giugno 2023, periodo nel quale, il 56,5% delle imprese turistiche intervistate ha dichiarato di essere in un trimestre ad alta stagionalità.

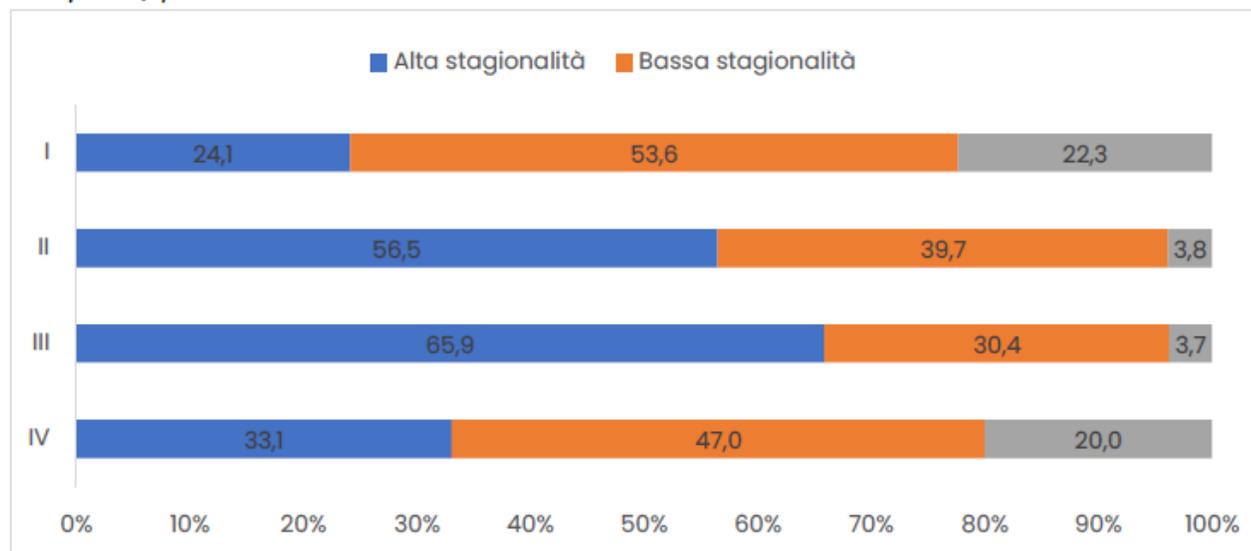
Per il 39,7% delle imprese turistiche, il secondo trimestre dell'anno risulta a bassa stagionalità, mentre solo per il 3,8% l'attività è sospesa.

I successivi tre mesi estivi (luglio-settembre) risultano un periodo di alta stagionalità per due terzi delle imprese venete.

Nel periodo aprile-giugno, il fatturato è in aumento per il 61,5% delle imprese turistiche rispetto a inizio anno, in particolare per le attività dei servizi turistici (dove la percentuale sale all'82,2%), mentre il 18,7% dichiara una stazionarietà e il 19,7% ne indica la diminuzione.

Un andamento che risulta essere in linea con il secondo trimestre dell'anno precedente.

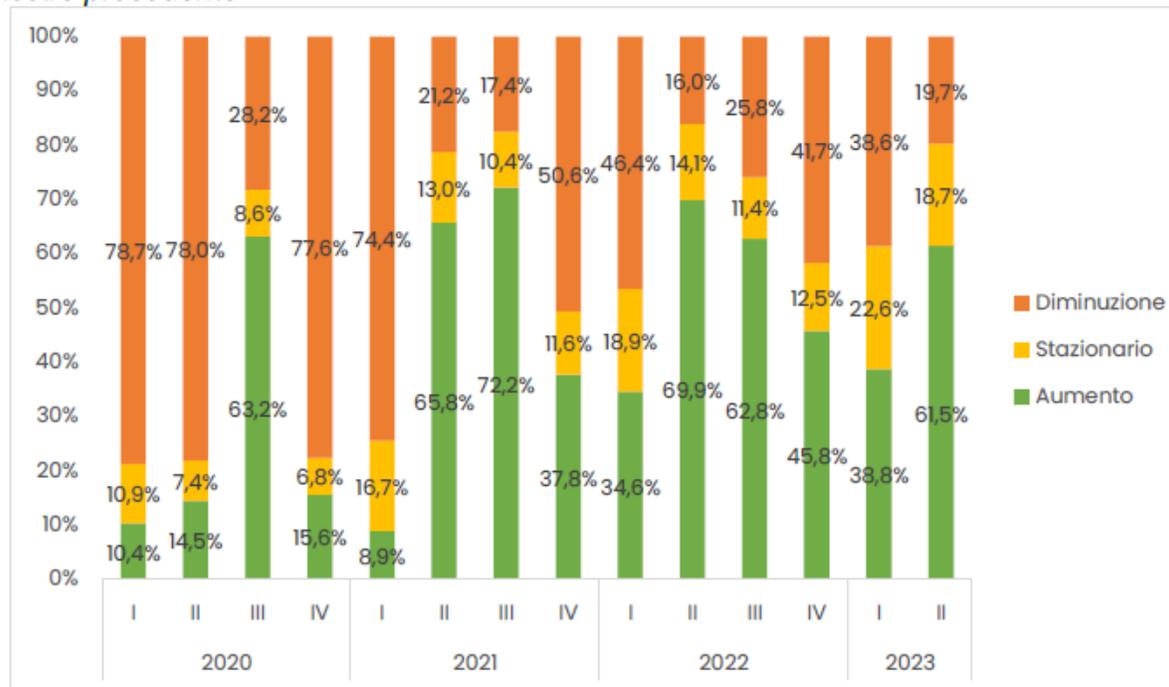
Veneto. Imprese turistiche che in condizioni non Covid risentono di effetti di stagionalità (quota % imprese) per trimestre dell'anno. Il trimestre 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

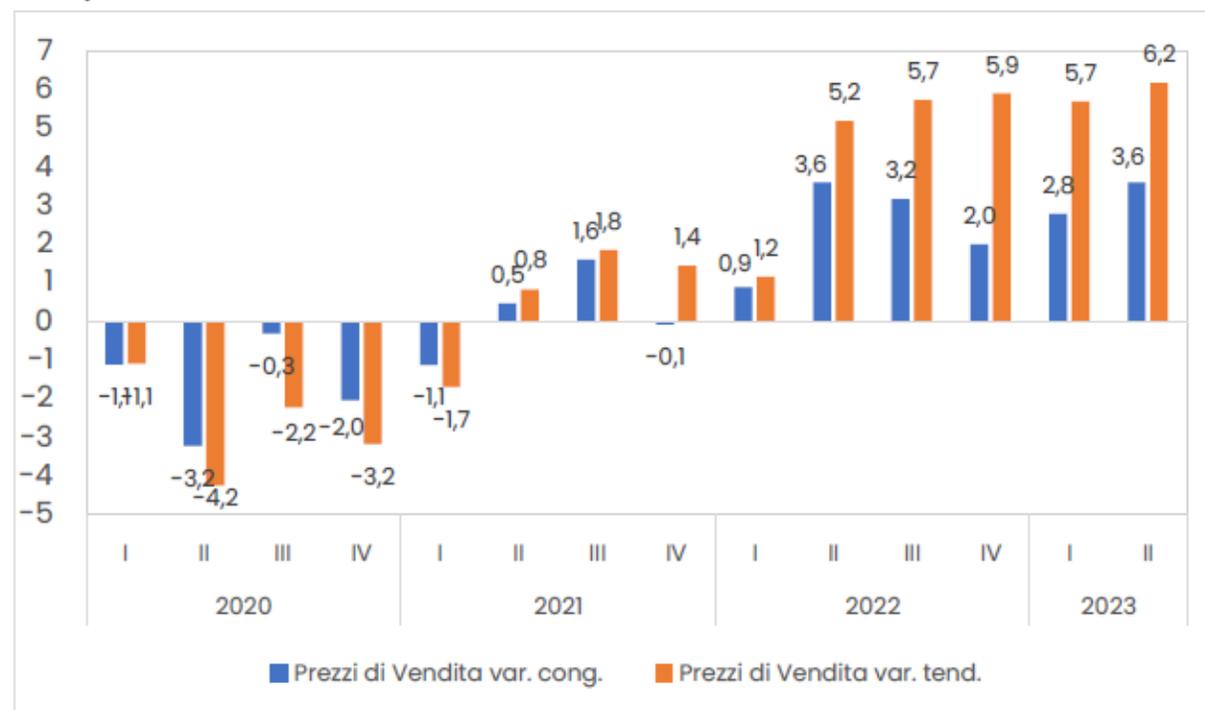
6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

I prezzi di vendita del comparto turistico risultano in continua crescita anche nel secondo trimestre del 2023: **+6,2% su base tendenziale**. La variazione dell'indicatore risulta in aumento (+3,6%). L'incremento dei prezzi è più evidente nel settore alberghiero e le attività dei servizi turistici.

Nel secondo trimestre, per due terzi delle imprese turistiche del Veneto (66,6%) si mantiene una situazione di **stazionarietà dei prezzi** rispetto al primo periodo dell'anno. La variazione dei prezzi maggiore del 5% per le imprese del campione è dovuta all'aumento dei costi energetici (per il 40,7% del totale) e dei generi alimentari (38,6%).

Limitato l'impatto sui prezzi di vendita dell'innalzamento della qualità dei servizi offerti (2,6%), l'aumento di oneri fiscali, burocratici e canoni (2,5%), gli interventi di riqualificazione/ristrutturazione (1,3%).

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

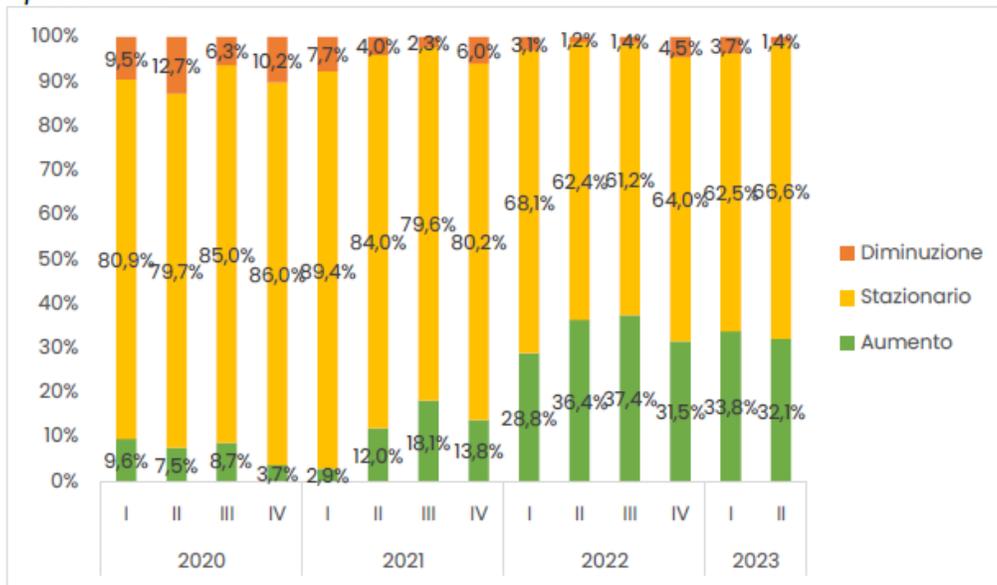


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Fonte: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-SECONDO TRIMESTRE 2023 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

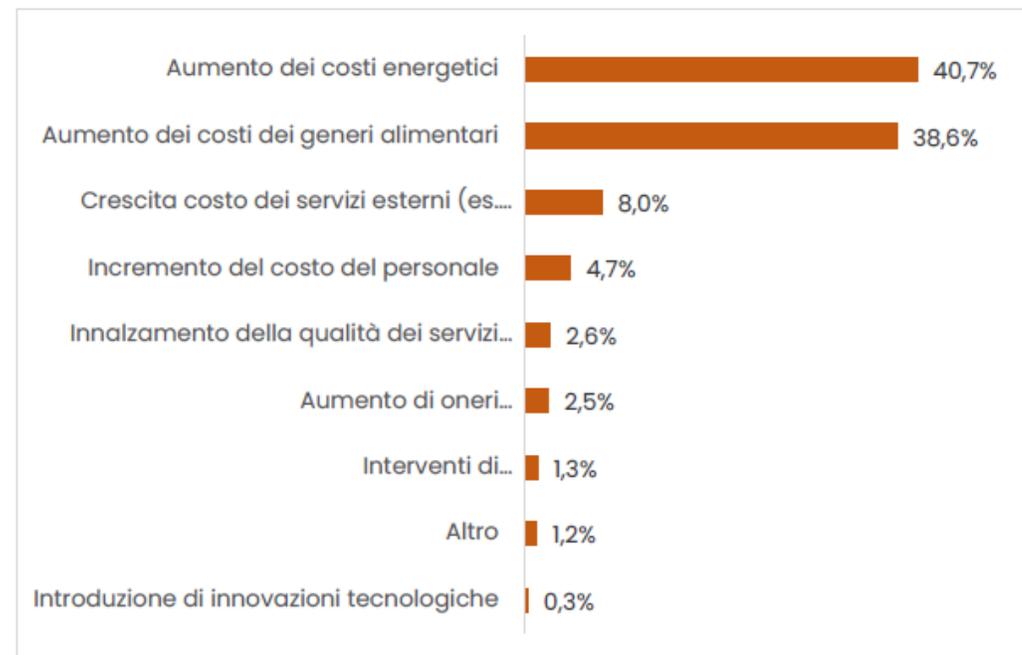
6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Motivazioni per aver dichiarato una variazione dei prezzi maggiore del 5%. Luglio 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Fonte: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-SECONDO TRIMESTRE 2023 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Veneto. Andamento di fatturato e prezzi di vendita dei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale) per settore, provincia e dimensione. Il trimestre 2023

	Fatturato		Prezzi di Vendita	
	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale
Alberghi	56,0	15,7	6,2	9,8
Ristoranti	22,1	10,1	2,6	4,3
Attività servizi turistici	31,3	22,6	6,5	8,2
Belluno	4,9	7,6	1,5	3,8
Padova	19,1	10,4	2,4	4,5
Rovigo	10,8	10,6	0,9	3,0
Treviso	18,5	11,7	2,8	4,6
Venezia	47,7	13,7	4,6	8,2
Verona	41,2	10,7	3,9	4,3
Vicenza	3,9	12,6	3,2	6,3
2-9 addetti	31,6	9,8	3,4	5,7
10-49 addetti	23,0	9,9	2,6	4,1
50 addetti e più	43,8	17,1	5,3	8,8
Totale	32,2	12,1	3,6	6,2

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

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

Giudizi Congiunturali	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	68,0%	22,1%	9,9%	43,9%	53,8%	2,3%
Ristoranti	59,5%	18,7%	21,8%	29,1%	69,7%	1,2%
Attività servizi turistici	82,2%	1,2%	16,6%	48,9%	49,8%	1,2%
Belluno	46,6%	20,8%	32,6%	24,8%	71,8%	3,3%
Padova	55,8%	18,8%	25,4%	34,4%	63,8%	1,8%
Rovigo	48,2%	30,6%	21,2%	16,0%	84,0%	0,0%
Treviso	59,0%	13,7%	27,3%	32,5%	66,5%	1,0%
Venezia	70,0%	17,5%	12,5%	36,3%	62,9%	0,8%
Verona	68,6%	17,0%	14,4%	30,7%	67,6%	1,6%
Vicenza	52,3%	24,8%	22,9%	30,0%	68,5%	1,5%
2-9 addetti	59,8%	20,3%	19,9%	29,6%	68,9%	1,5%
10-49 addetti	68,4%	11,5%	20,1%	38,8%	60,3%	0,9%
50 addetti e più	68,4%	18,9%	12,7%	60,0%	39,5%	0,5%
Totale	61,5%	18,7%	19,7%	32,1%	66,6%	1,4%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Fonte: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-SECONDO TRIMESTRE 2023 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

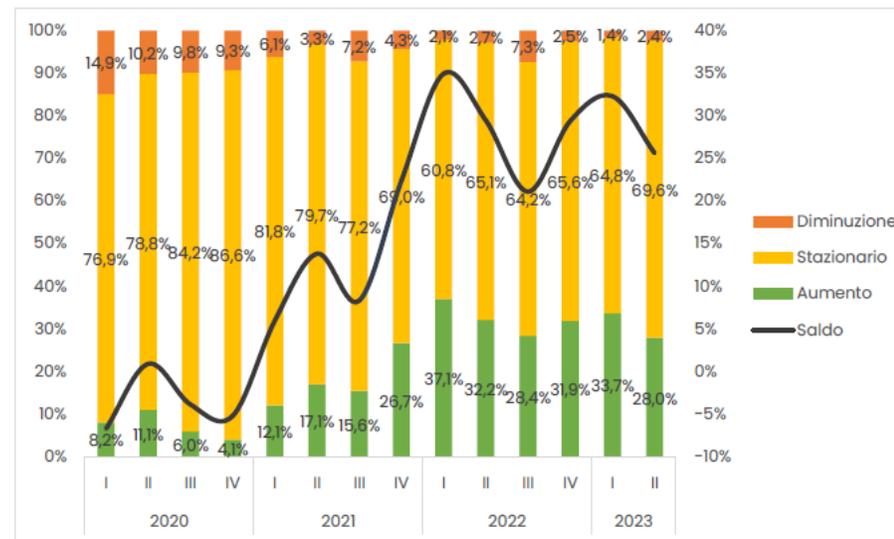
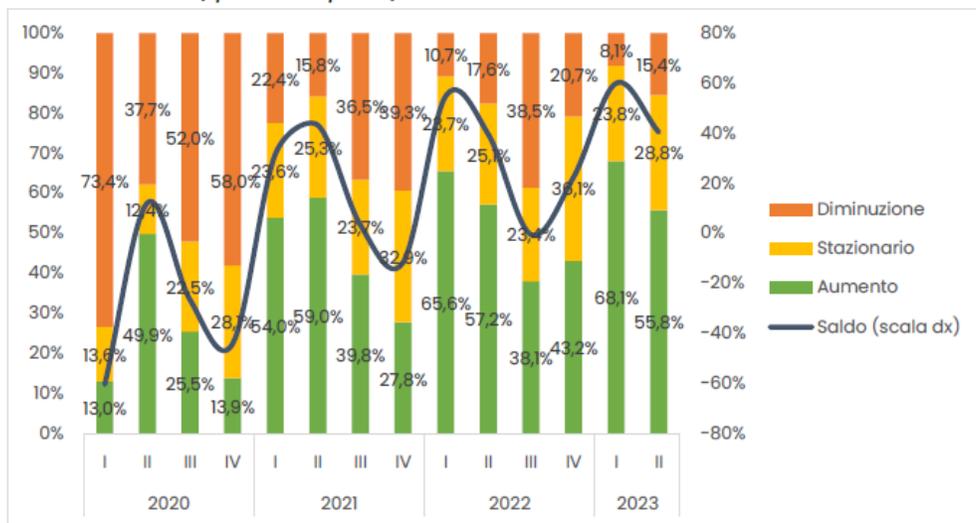
193

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Prudenti le prospettive per il turismo per l'estate 2023, periodo di alta stagionalità per ben due terzi delle imprese venete. In Veneto, la quota degli imprenditori che ipotizza un aumento del fatturato per l'estate è lievemente calata rispetto alle previsioni di inizio 2023 (55,8% vs 68,1%), i giudizi di stazionarietà interessano il 28,8% delle imprese, mentre sale al 15,4% la quota di chi presume una diminuzione (8,1% nel trimestre precedente).

Manifestano ottimismo soprattutto gli albergatori, dove oltre il 64% degli intervistati prevede un aumento del fatturato in estate, mentre il 13,7% prevede una diminuzione. Le aspettative sui prezzi di vendita per il terzo trimestre 2023 vedono crescere la quota di imprese che ne dichiara una stazionarietà (69,6%, contro il 64,8% del primo trimestre 2022), mentre il 28% delle imprese prospetta un aumento (rispetto al 33,7% del trimestre precedente).

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Fonte: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-SECONDO TRIMESTRE 2023 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

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

Previsioni	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	64,6%	21,7%	13,7%	46,2%	47,6%	6,2%
Ristoranti	53,7%	30,8%	15,5%	23,9%	74,6%	1,6%
Attività servizi turistici	64,9%	12,9%	22,2%	38,2%	58,7%	3,1%
Belluno	62,8%	31,4%	5,8%	23,1%	76,9%	0,0%
Padova	43,0%	34,8%	22,3%	21,6%	76,8%	1,7%
Rovigo	49,8%	41,3%	8,8%	9,3%	89,2%	1,5%
Treviso	51,9%	28,6%	19,5%	25,6%	71,8%	2,6%
Venezia	60,8%	24,8%	14,3%	36,7%	59,9%	3,5%
Verona	64,4%	22,9%	12,7%	28,0%	70,7%	1,3%
Vicenza	50,1%	34,6%	15,3%	27,0%	69,5%	3,5%
2-9 addetti	53,8%	31,4%	14,8%	25,8%	71,9%	2,3%
10-49 addetti	62,5%	20,2%	17,2%	33,9%	63,0%	3,1%
50 addetti e più	70,4%	9,7%	19,9%	52,0%	48,0%	0,0%
Totale	55,8%	28,8%	15,4%	28,0%	69,6%	2,4%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Fonte: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-SECONDO TRIMESTRE 2023 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

195

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Il 26% delle imprese turistiche vende i propri prodotti via *web*, mentre il 35% dichiara un aumento del fatturato derivante dalle vendite *online* nel trimestre in esame (il 52,6% si mantiene stazionario).

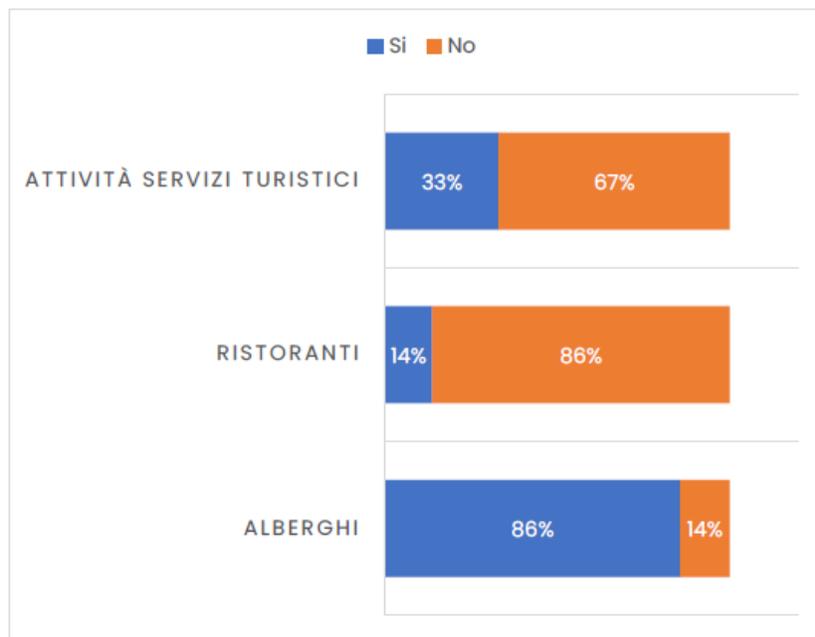
Delle imprese turistiche venete del campione analizzato, solo poco più di 1/4 afferma di vendere i propri servizi anche attraverso *internet* (sito *web*, Booking, Airbnb, Deliveroo, Just Eat, ecc.), mentre il restante 74% non utilizza questi strumenti. Solo il settore alberghiero risulta ben strutturato digitalmente, con l'86% delle aziende che vende anche *online*, mentre le attività dei servizi turistici e il settore ristorazione sono meno digitalizzati (solo il 33% e il 14% vendono attraverso *internet*).

Nel trimestre aprile-giugno 2023 la percentuale del fatturato che deriva dalla vendita attraverso il *web* è pari al 35%. Nel secondo trimestre, la parte del fatturato realizzata tramite *internet* è di oltre la metà (51,1%) per gli albergatori, del 44,4% per i servizi turistici; si mantiene ancora molto bassa per la ristorazione (14,2%).

Solo il 52,6% delle imprese dichiara una stazionarietà del fatturato derivante dalle vendite *online*. Nel secondo trimestre, si evidenzia una situazione di aumento del fatturato "digitale" per il 35% delle imprese, grazie alla maggior parte degli albergatori, che dichiarano un aumento del fatturato derivante dall'*online* (42%).

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

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

	E-Commerce		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	41,9%	45,2%	12,9%
Ristoranti	26,5%	60,9%	12,5%
Attività servizi turistici	32,5%	62,2%	5,3%
Belluno	28,7%	39,1%	32,2%
Padova	24,3%	63,0%	12,7%
Rovigo	32,2%	62,7%	5,1%
Treviso	30,7%	58,2%	11,1%
Venezia	40,6%	49,6%	9,8%
Verona	38,1%	50,9%	11,0%
Vicenza	30,1%	57,2%	12,7%
2-9 addetti	33,6%	55,3%	11,1%
10-49 addetti	41,6%	43,7%	14,7%
50 addetti e più	14,3%	68,7%	17,0%
Totale	35,0%	52,6%	12,5%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Fonte: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-SECONDO TRIMESTRE 2023 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

La quasi totalità delle imprese turistiche riceve prenotazioni tramite contatto diretto, da cui proviene il 71% del fatturato.

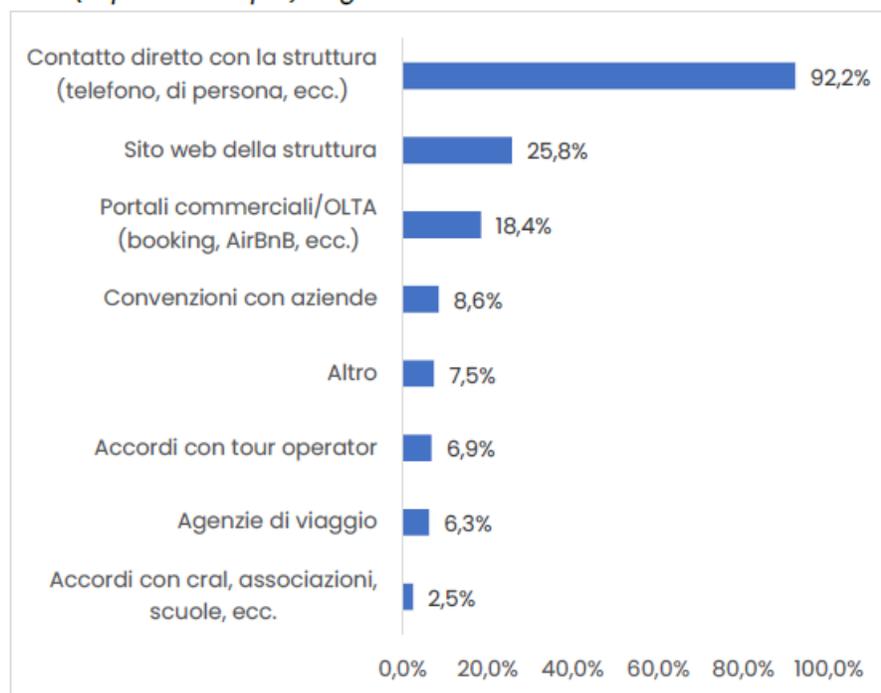
Ben il 92,2% delle imprese intervistate ha dichiarato che i loro clienti scelgono come modalità di prenotazione il contatto diretto con la struttura, tanto che questo sistema pesa per il 71% sul fatturato aziendale. Il **contatto diretto** è utilizzato in special modo **nella ristorazione (il 94% delle imprese lo indicano come modalità principale di prenotazione)** e pesa per il 75% del fatturato complessivo.

Oltre un quarto delle imprese ha affermato di vendere i propri servizi anche tramite il sito *web* della struttura, producendo il 5,2% del fatturato, e per il 18,4% anche tramite portali commerciali/OLTA (Booking, AirBnB, ecc. - con un peso sul fatturato pari al 6,9%). Queste ultime due costituiscono le modalità principali di prenotazione per il comparto alberghiero per il 70% delle imprese.

Le **convenzioni con le aziende** (modalità di prenotazione principale per l'8,6% delle imprese turistiche venete), gli **accordi con i *tour operator* (6,9%)** e le **agenzie di viaggio (6,3%)**, sono fonte di reddito per le attività delle agenzie di viaggio, *tour operator*, servizi di prenotazione e attività connesse.

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Media dei pesi per i diversi canali di prenotazione sul fatturato e sul numero di prenotazioni. Luglio 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.)	71,0	67,5
Sito web della struttura	5,2	4,9
Portali commerciali/OLTA (booking, AirBnB, ecc.)	6,9	6,5
Accordi con tour operator	1,1	1,0
Agenzie di viaggio	0,6	0,7
Accordi con cral, associazioni, scuole, ecc.	0,5	0,6
Convenzioni con aziende	1,6	1,6
Altro	3,3	3,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Oltre il 55% delle imprese del campione non presume nuove assunzioni per la stagione estiva. Chi vede la possibilità di assumere è principalmente per lavoratori stagionali. Il passaparola rimane il principale canale utilizzato per la ricerca di lavoratori.

In base ad una recente analisi di Veneto Lavoro, con un totale di oltre 90.000 assunzioni nei primi sette mesi del 2023 e circa 70.000 lavoratori interessati, nelle principali aree a vocazione turistica della regione si registrano variazioni positive sia rispetto al 2022 che al 2019. In particolare, nelle città d'arte (Padova, Treviso, Venezia, Verona, Vicenza) la domanda di lavoro dipendente nel turismo raggiunge quota 37.700 assunzioni, con 23.000 lavoratori coinvolti, segnando un +4% rispetto all'anno scorso e un +7% sul 2019. Venezia da sola conta 24.500 assunzioni e 12.500 lavoratori.

Sul litorale veneto le assunzioni sono state 28.400, superando i livelli del 2019 (+13%) e del 2022 (+4%). Trend simili si registrano nelle altre aree: 15.100 assunzioni sul Garda (+8% sul 2019 e +5% sul 2022), 4.700 per l'area delle Dolomiti e 2.900 inerenti alle attività turistiche delle Terme Euganee. Sulle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene e sull'Altopiano di Asiago l'ammontare delle assunzioni registra una crescita più rilevante rispetto agli anni precedenti (+17% sul 2019 per le prime e +20% per l'Altopiano).

Le assunzioni si concentrano nelle attività ricettive e ristorazione. In dettaglio: nelle aree delle Terme Euganee, delle Dolomiti e del litorale veneto la domanda di lavoro arriva in particolar modo dalle strutture che offrono servizi di alloggio mentre nelle Colline del Prosecco, nell'Altopiano di Asiago, nelle città d'arte e sul Garda dalla ristorazione.

Verona e Venezia si caratterizzano per una domanda di lavoro legata anche all'offerta di altri servizi turistici, quali intrattenimento e organizzazione di spettacoli.

Cresce il volume di giovani assunti e degli over 55, come anche il peso della manodopera straniera.

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

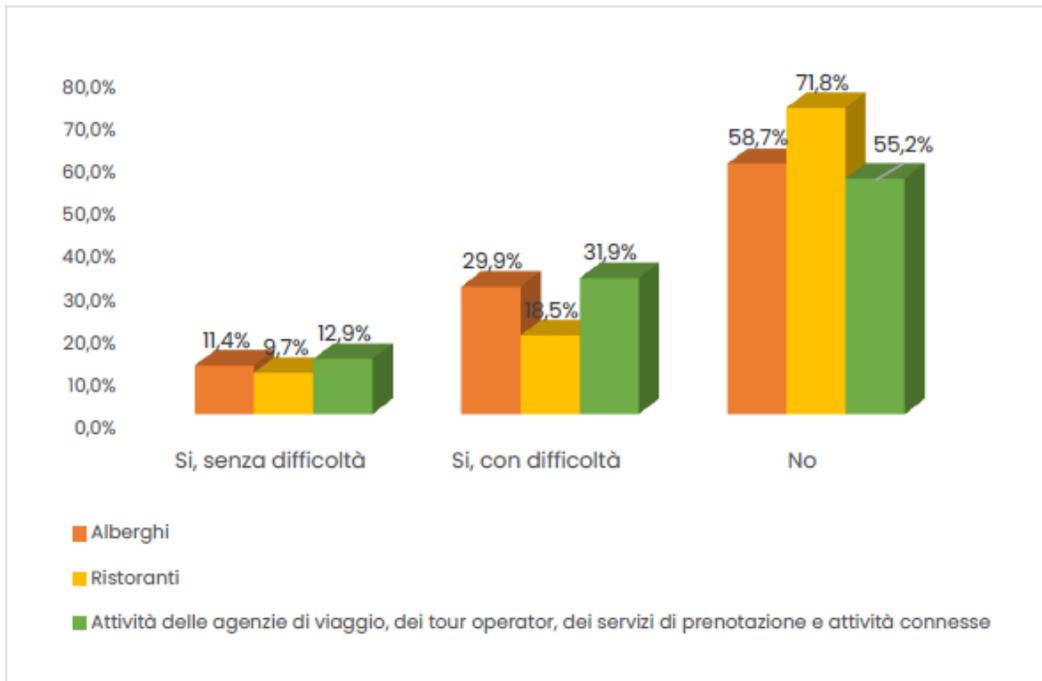
Il **contratto più utilizzato** è quello **a tempo determinato**, molto spesso a carattere stagionale. Il peso dei contratti a termine sul totale delle attivazioni è superiore all'85% nella maggior parte dei territori e rasenta il 100% nelle Dolomiti, per poi calare sull'Altopiano di Asiago e nelle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene. **In crescita anche i contratti a tempo indeterminato.**

Più della metà delle imprese del campione (55%) ha dichiarato di non prevedere nuove assunzioni per l'estate, in special modo il comparto delle attività dei servizi turistici e le imprese di piccole dimensioni, **mentre il 32% afferma che assumerà nuovo personale per l'estate**, ma con alcune difficoltà, specialmente per quanto riguarda il comparto alberghiero, e **un residuo 13%**, che **ha in programma di assumere senza difficoltà.**

La principale tipologia di rapporto di lavoro sarà il lavoro stagionale (23,1%), in particolar modo per il comparto alberghiero. Il 18,9% invece saranno contratti *part-time*, soprattutto per la ristorazione, il 15,3% con retribuzione contrattuale di categoria e il 13,4% con tredicesima e ferie retribuiti.

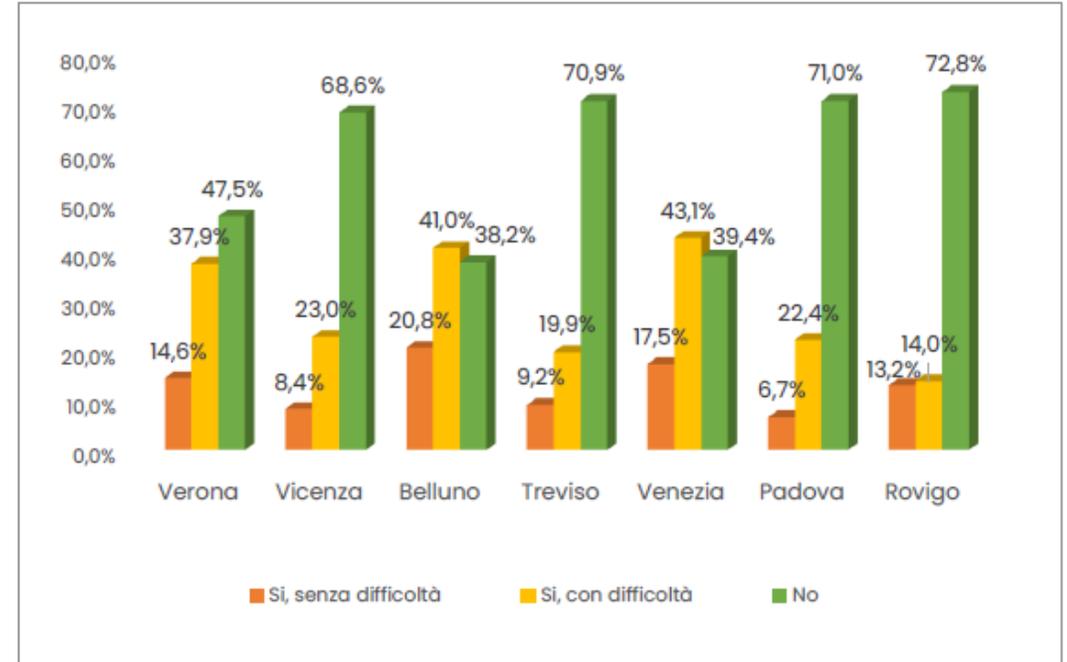
6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Veneto. Difficoltà di assunzione per settore. Luglio 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

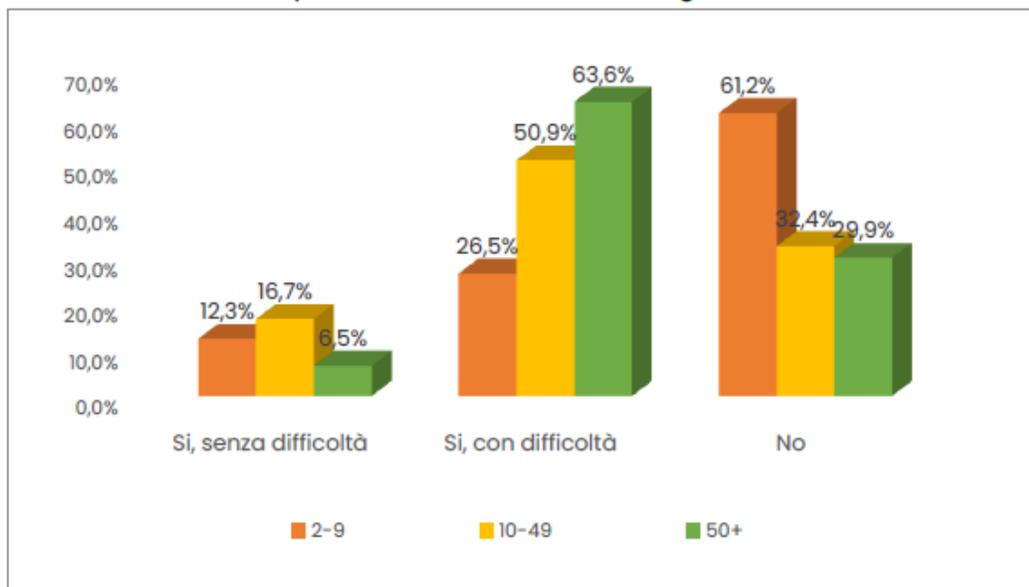
Veneto. Difficoltà di assunzione per provincia. Luglio 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Veneto. Difficoltà di assunzione per classe dimensionale. Luglio 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Tipologia di contratti di assunzione. Luglio 2023

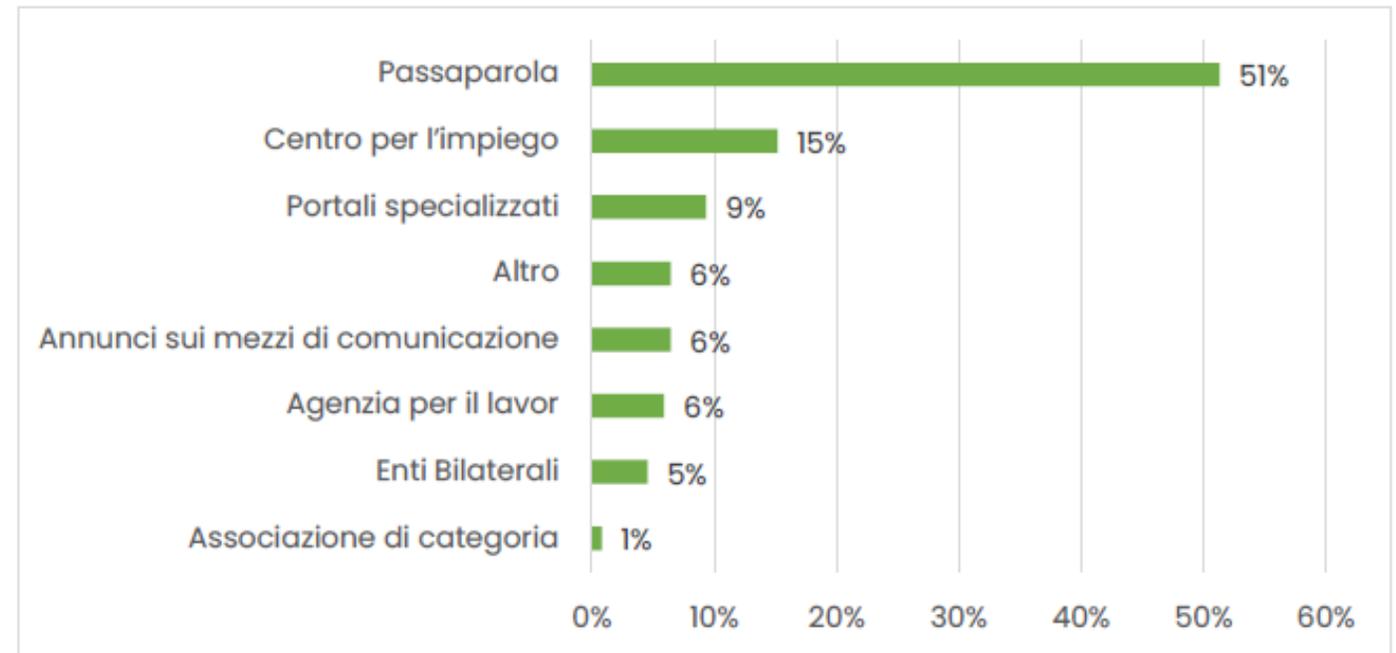


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Il canale maggiormente usato per la ricerca di lavoratori è il passaparola (51% dei casi); a seguire il centro per l'impiego (15%), i portali specializzati (9%), gli annunci sui mezzi di comunicazione (6%), e le agenzie per il lavoro (6%).

Veneto. Modalità di ricerca del nuovo personale. Luglio 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Il **trimestre luglio-settembre 2023** rappresenta un **periodo di alta stagionalità per oltre due terzi delle imprese turistiche venete (68,1%)**, per il 28,5% si tratta di mesi di bassa stagione, mentre per il 3,4% l'attività è sospesa; **i turisti in Veneto** sono risultati più numerosi dello stesso periodo pre-Covid (**8,5 milioni di arrivi, +5,1%**), e si mantengono **stabili le presenze (35,6 milioni, -0,5%)**.

Nel **2023** è evidente un *trend* più positivo rispetto allo stesso periodo 2022 (**arrivi +8,3%, presenze +3%**), grazie al **ritorno degli stranieri**. Il mese di settembre, grazie al clima favorevole, ha realizzato numeri importanti.

Il comparto turistico 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 è in aumento per il 56,5% delle imprese turistiche rispetto a primavera, soprattutto per gli albergatori (oltre due terzi delle imprese dichiara un fatturato in crescita).

I prezzi di vendita risultano relativamente stabili durante l'anno; **il 41% delle imprese turistiche ipotizza una crescita di fatturato per la stagione invernale**.

Un quarto delle imprese turistiche vende i propri prodotti attraverso il web e oltre la metà dichiara una certa stazionarietà del fatturato derivante dalle vendite *online*. **La quasi totalità delle imprese riceve prenotazioni tramite contatto diretto con la struttura** (producendo quasi il 74% del fatturato totale).

Il 75% delle imprese turistiche venete sostiene che il cambiamento climatico avrà effetti sulla destinazione e sulla propria attività con un incremento dei costi di gestione (energia, generi alimentari, ecc.).

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

La **stagione estiva** offre dati molto positivi: nel trimestre luglio-settembre 2023 i ricavi aumentano del **+9,5%** rispetto all'estate 2022.

In base agli ultimi dati sul turismo internazionale distribuiti dalla 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.

La **spesa dei viaggiatori stranieri nel Bel Paese (5,7 miliardi)** registrata a settembre 2023 è cresciuta del **6,5%** rispetto allo stesso mese del 2022, mentre 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 continuo recupero dei viaggi per svago. La **spesa degli stranieri in Italia (+9,8%)** è aumentata anche grazie all'incremento del numero di viaggiatori; lo stesso fattore ha guidato la **crescita della spesa dei turisti italiani all'estero (+10,8%)**. Il notevole incremento della spesa in Italia dei viaggiatori provenienti dai paesi extra-UE (+22,6%) è seguito da un lieve aumento di quella degli stranieri europei (+1,6%). La spesa degli italiani all'estero ha visto una crescita sia nelle destinazioni europee (+7,6%) sia in quelle extra-europee (+14,8%).

In base ai dati offerti dal Barometro del turismo di Federalberghi, la **stagione estiva 2023 risulta ancora in negativo rispetto al 2019: tra giugno e settembre le presenze sono calate del 3,9%** (-4,3% per gli italiani e -3,5% per gli stranieri), con una conseguente perdita dei primi nove mesi del 2023, che raggiunge quota -3%.

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

I dati provvisori disponibili, forniti dall'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto, indicano **nei primi nove mesi del 2023 una ripresa per il turismo veneto, con buone prospettive per la stagione invernale**. Molti turisti hanno optato per le ferie estive a settembre, anche se la 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 nella Regione** 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 nei nove mesi analizzati 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 del 2019, registrano una rapida ripresa rispetto al 2022.

Per quanto riguarda le presenze, alcune destinazioni registrano numeri più bassi rispetto al 2019, 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 al 2019 (+4,6%)**, seppur le presenze non crescano di pari passo (-5,1%). Per quanto riguarda gli stranieri, nel 2023, crescono sia negli arrivi (+3,1%) che nei pernottamenti (+2,9%) rispetto al periodo pre-Covid, portando, quindi, ad una permanenza media maggiore.

La forte attrattività esercitata sui clienti *repeater* è sottolineata dal +11,1% delle presenze tedesche, rispetto ai dati 2019, +6,7% di quelle austriache, +4,6% di quelle olandesi, oltre ad un netto ritorno degli americani (+14,2% rispetto al 2019); mancano ancora all'appello i turisti inglesi, asiatici e russi.

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

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

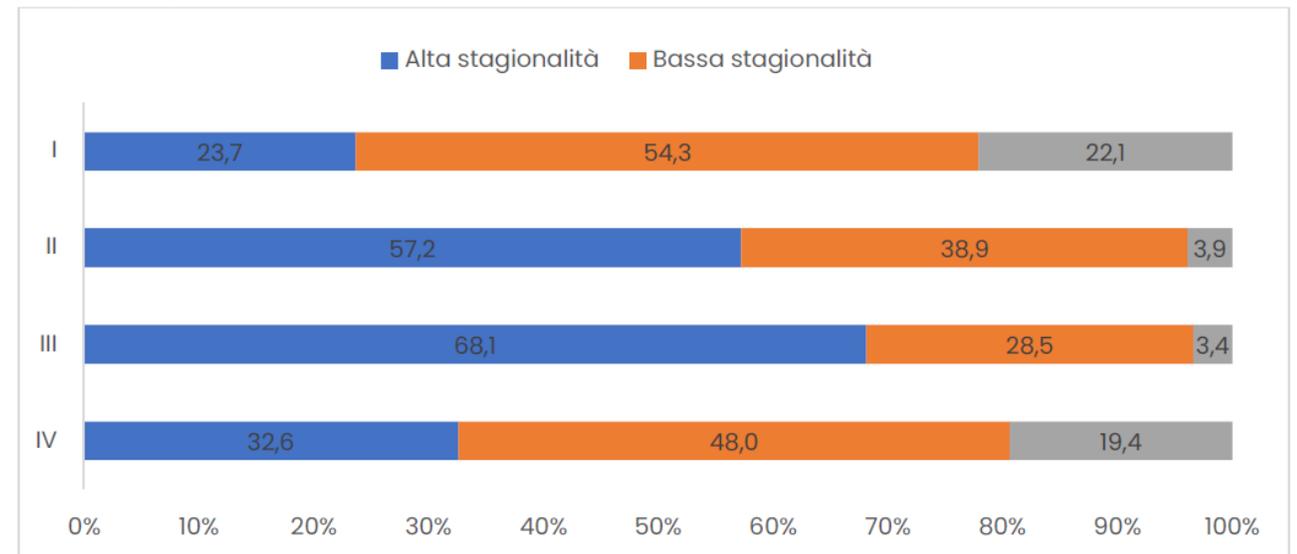
Il campione regionale, stratificato per provincia e settore, è composto da 2.097 imprese rispondenti (su oltre 34 mila contatti), a cui fanno riferimento oltre 29.700 addetti ed un fatturato complessivo di quasi 1,7 miliardi di euro, ed è statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese delle 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).

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

In Veneto, i mesi estivi sono contraddistinti da un'alta stagionalità turistica. L'indagine riguarda l'analisi dell'andamento economico dei servizi turistici nei mesi luglio, agosto e settembre 2023, quando oltre il 68% delle quasi 2.100 imprese turistiche intervistate ha dichiarato di essere in un trimestre ad alta stagionalità; il 28,5% delle imprese turistiche risulta a bassa stagionalità, mentre per il 3,4% l'attività è sospesa.

Il trimestre ottobre-dicembre 2023 rappresenta 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.

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



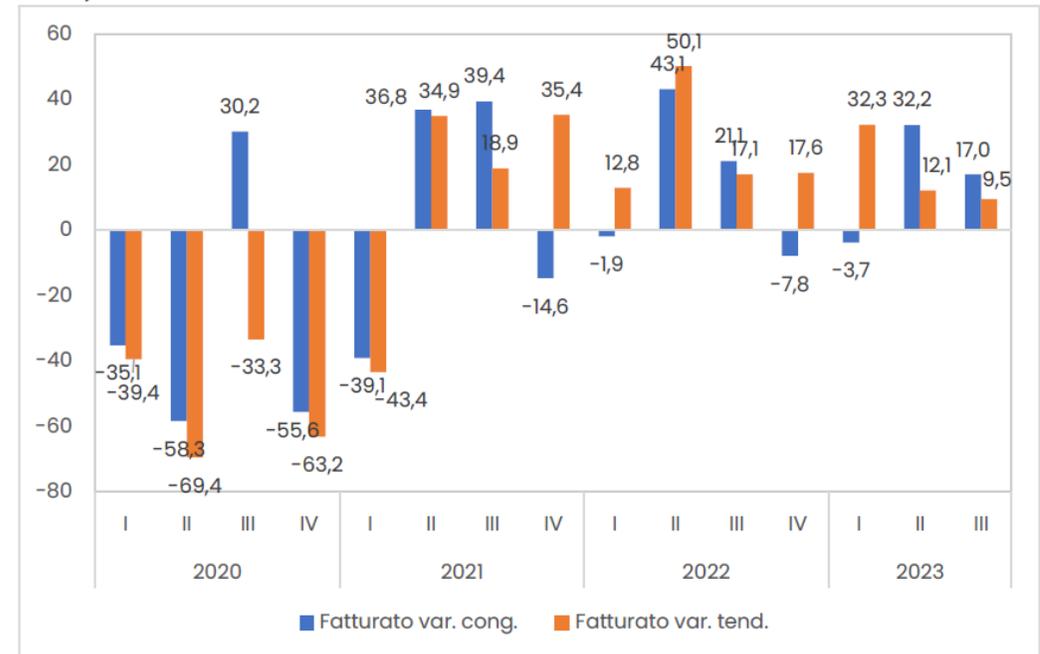
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

In base all'indagine, in Veneto, fra luglio e settembre 2023, il fatturato delle attività turistiche è cresciuto del 17% rispetto al trimestre precedente, dopo il forte aumento congiunturale della primavera (+32%), incremento tuttavia più ridotto rispetto a quello registrato lo stesso trimestre del 2022 (+21%). L'analisi della variazione congiunturale del fatturato per settore evidenzia un **netto incremento per il comparto alberghiero (+32,5%)**, più ridotto per le attività dei servizi turistici (+14,1%) e la ristorazione (+11,7%).

Rispetto allo stesso trimestre 2022, il fatturato del comparto turistico indica una **variazione tendenziale del +9,5%**, trainata soprattutto dalle attività delle agenzie di viaggio, *tour operator*, servizi di prenotazione e attività connesse (+18,5%). Il *trend* del fatturato risulta chiaramente inferiore a quello registrato nel terzo trimestre 2022 (+17%).

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



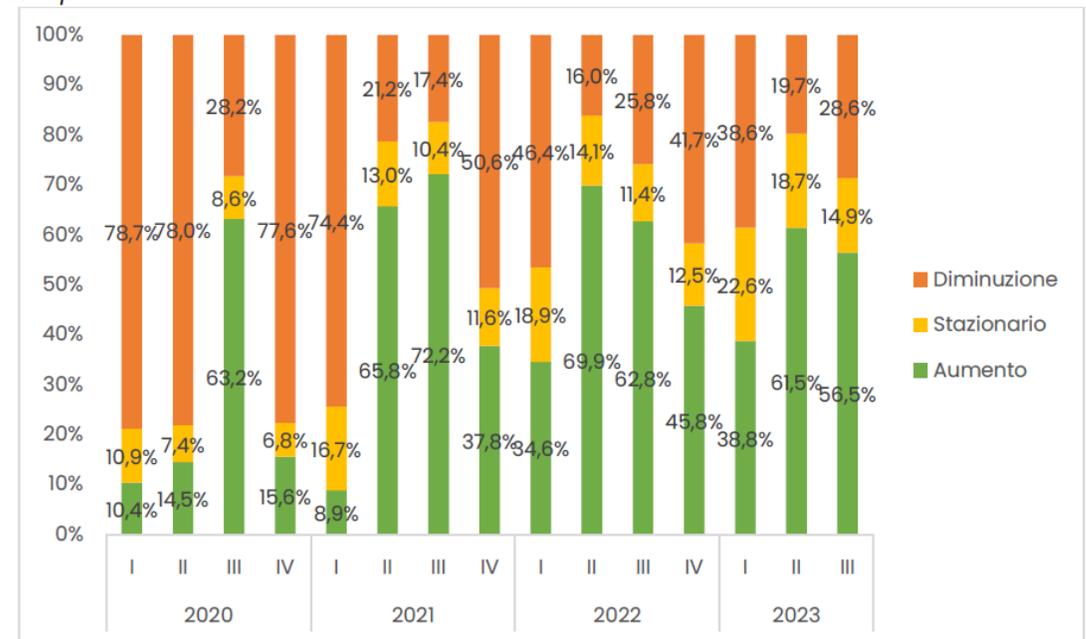
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Nel trimestre luglio-settembre 2023, il fatturato evidenzia un aumento per oltre la metà delle imprese dei servizi turistici rispetto al trimestre primaverile, in particolar modo per il comparto alberghiero.

Ben il 56,5% delle imprese intervistate è stato interessato da un aumento del fatturato nel terzo trimestre rispetto al secondo, il 14,9% conferma un'effettiva stazionarietà e il 28,6%, invece, denota una 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

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

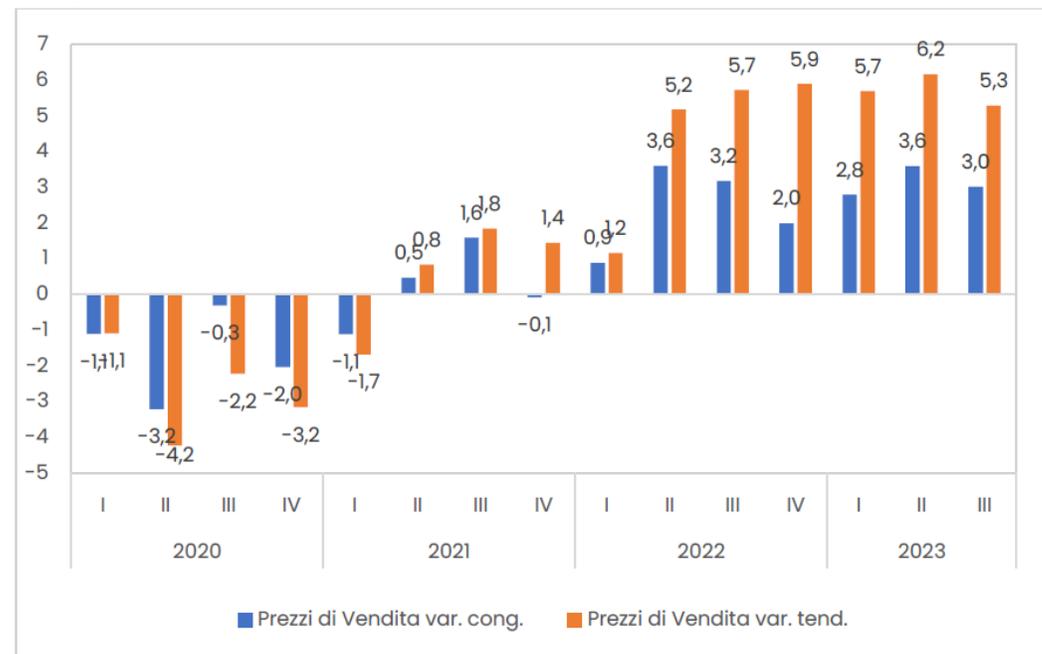
Nel trimestre in analisi, le quote di giudizi per la ristorazione mostrano un **aumento del fatturato per il 53,7% delle imprese**, rispetto ad una percentuale del 15,5% di imprese che indica un **fatturato stazionario** ed il **30,9% in diminuzione**. Per i servizi turistici (agenzie di viaggio, *tour operator*, servizi di prenotazione e attività connesse) i giudizi positivi raggiungono quota 65,4%, mentre il 5,4% conferma una situazione di stazionarietà e il 29,2% un calo del fatturato.

Segnali positivi arrivano dalle grandi imprese (67,5%), rispetto alle medie (64%) e alle piccole (54,5%).

Seppur comunque alti, i **prezzi di vendita evidenziano una certa stabilità nel corso dell'anno**, anche se quelli legati al comparto turistico risultino in crescita anche nel terzo trimestre: +5,3% su base tendenziale, stabilizzandosi rispetto all'andamento dei trimestri precedenti.

Anche su base congiunturale la variazione dell'indicatore risulta in crescita (+3%). L'incremento dei prezzi è chiaro in modo più netto nel comparto alberghiero.

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

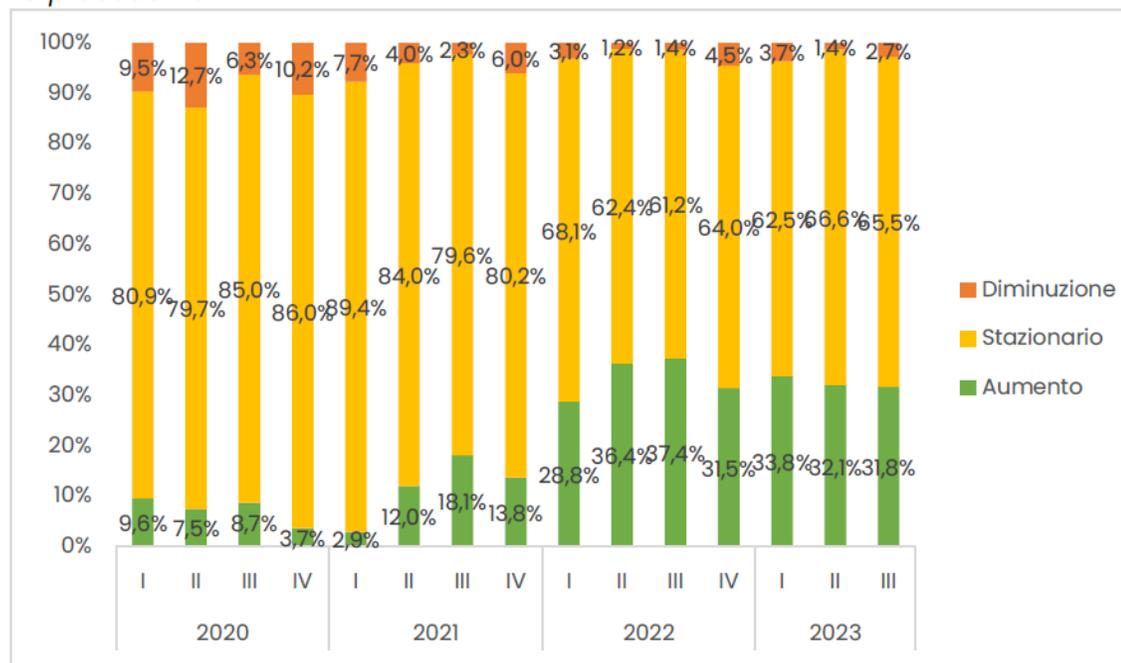


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Nel terzo trimestre 2023, per due terzi delle imprese turistiche del Veneto (65,5%) si mantiene 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

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

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

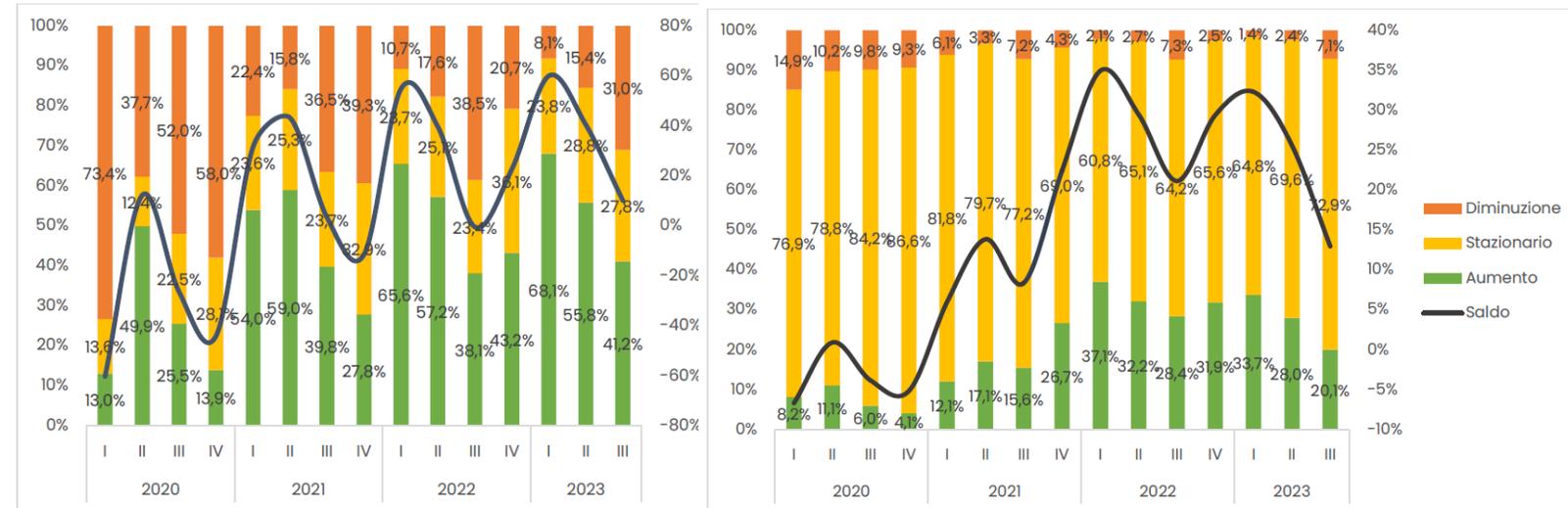
6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Si mantengono caute le prospettive per il turismo veneto per l'inverno 2023, periodo di alta stagionalità per un terzo delle imprese dei servizi turistici.

Si evince una prevalenza di giudizi positivi per gli indicatori monitorati, che risulta, però, meno estesa alla maggioranza degli intervistati rispetto alla precedente rilevazione. **La percentuale degli imprenditori che presuppone un aumento del fatturato per l'inverno 2023 è lievemente calata rispetto alle previsioni del primo semestre 2023 (41,2% vs 55,8% e 68,1%),** i giudizi di stazionarietà interessano il 27,8% delle aziende, mentre sale al 31% la quota di chi ipotizza un calo (15,4% nel trimestre precedente).

Pareri ottimisti riguardano i ristoratori e le attività dei servizi turistici (oltre il 40% degli intervistati prevede un aumento del fatturato in inverno), mentre più della metà degli albergatori prevede un calo delle entrate.

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



6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

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

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Un quarto delle imprese turistiche vende i propri prodotti via *web* e oltre la metà conferma una stazionarietà del fatturato derivante dalle vendite *online* nel trimestre in esame.

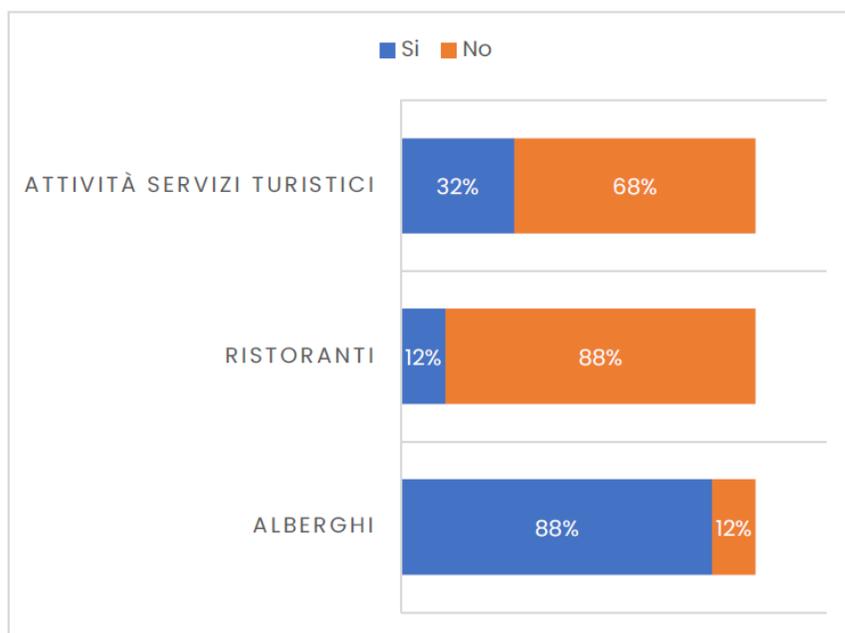
Sono le imprese del comparto alberghiero ad essere ben strutturate digitalmente, con l'88% delle attività che vende anche *online* (sito *web*, Booking, Airbnb ecc.), mentre le aziende che offrono servizi turistici ed il comparto ristorazione sono ancora meno digitalizzati, rispettivamente solo il 32% e il 12%.

Nel trimestre luglio-settembre 2023, la quota percentuale del fatturato legata alla vendita attraverso *internet* è pari al 35%. Nel terzo trimestre dell'anno, il fatturato realizzato tramite *web* è di oltre la metà (52,4%) per gli albergatori, del 30,8% per i servizi turistici e permane molto bassa per la ristorazione (10,2%).

Ancora un 56% delle imprese conferma una stazionarietà del fatturato proveniente dalle vendite *online*. Nel terzo trimestre dell'anno l'aumento del fatturato "digitale" si rileva per un quarto delle imprese, nello specifico il settore alberghiero e le attività dei servizi turistici, con una crescita del fatturato derivante dall'*online* di circa il 30%.

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

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

Fonte: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2023 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

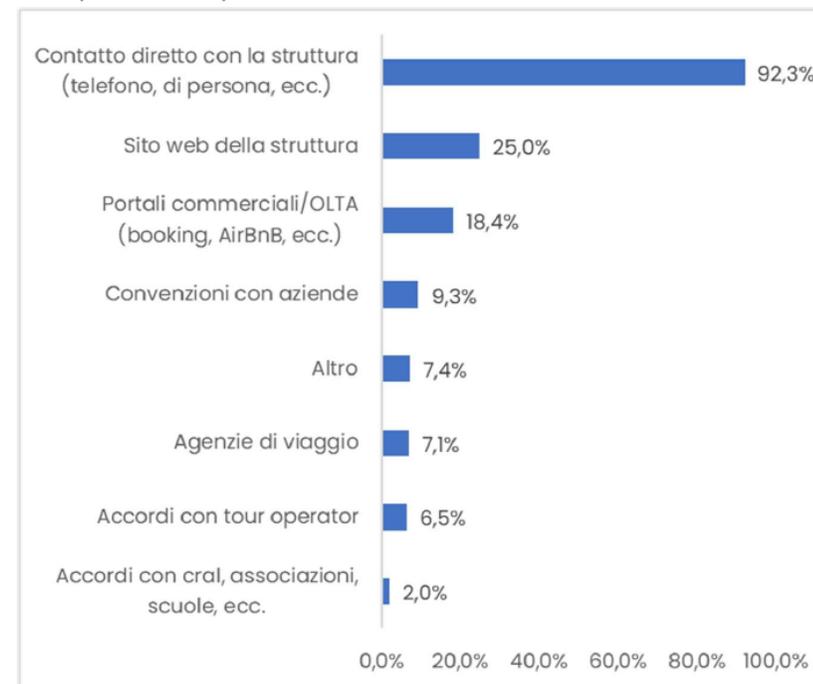
La quasi totalità delle imprese turistiche (92,3%) riceve prenotazioni tramite contatto diretto con la struttura, producendo il 74% del fatturato totale.

Il contatto diretto è utilizzato in special modo nel settore ristorazione (94% delle imprese lo dichiarano modalità principale di prenotazione utilizzata dei loro clienti) e pesa per più dell'80% del fatturato complessivo.

Un quarto delle imprese ha affermato di vendere i propri servizi anche tramite il sito *web* della struttura (producendo il 5,6% del fatturato), ed il 18,4% anche tramite portali commerciali/OLTA (Booking, AirBnB, ecc.), con un peso sul fatturato pari al 7%.

Le convenzioni con le aziende (modalità di prenotazione maggiore per il 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 principalmente per le attività delle agenzie di viaggio, *tour operator*, 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

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

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

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Circa il 75% delle imprese del campione sostiene che il cambiamento climatico avrà effetti sulla destinazione e sulla propria attività con un aumento dei costi di gestione (energia, generi alimentari, ecc.), mentre il 28,5% ritiene si verificherà una variazione della stagionalità turistica, con un 19,4% delle aziende turistiche che ipotizza un maggior rischio di esposizione ad eventi estremi (tempeste, siccità, incendi, ecc.).

Per il 17,1% non viene rilevato ancora nessun impatto sulla propria attività, mentre il 7,5% ha difficoltà di approvvigionamento delle risorse (energia, acqua, ecc.) e il 6,3% avverte una crescita della competizione tra destinazioni.

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



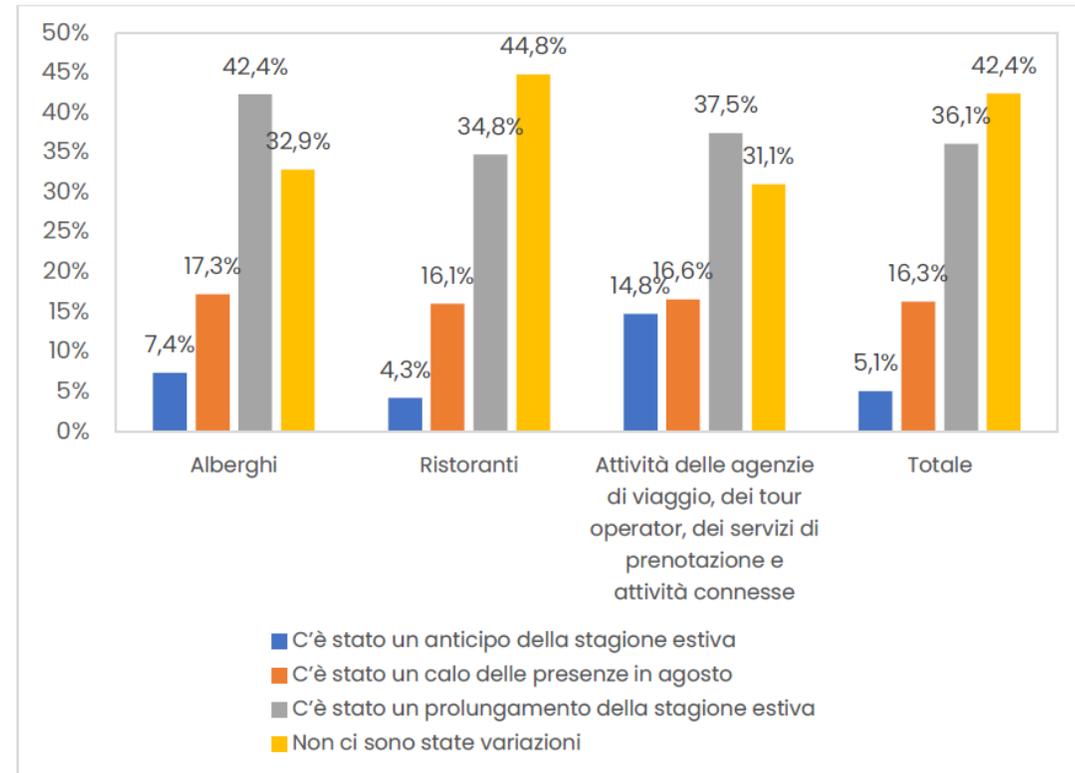
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Il clima non ha condizionato la stagionalità delle presenze turistiche. La maggior parte delle imprese intervistate dichiara di non aver rilevato variazioni nella stagionalità turistica, mentre il 40% ha confermato un prolungamento della stagione estiva.

Esiguo il numero di 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

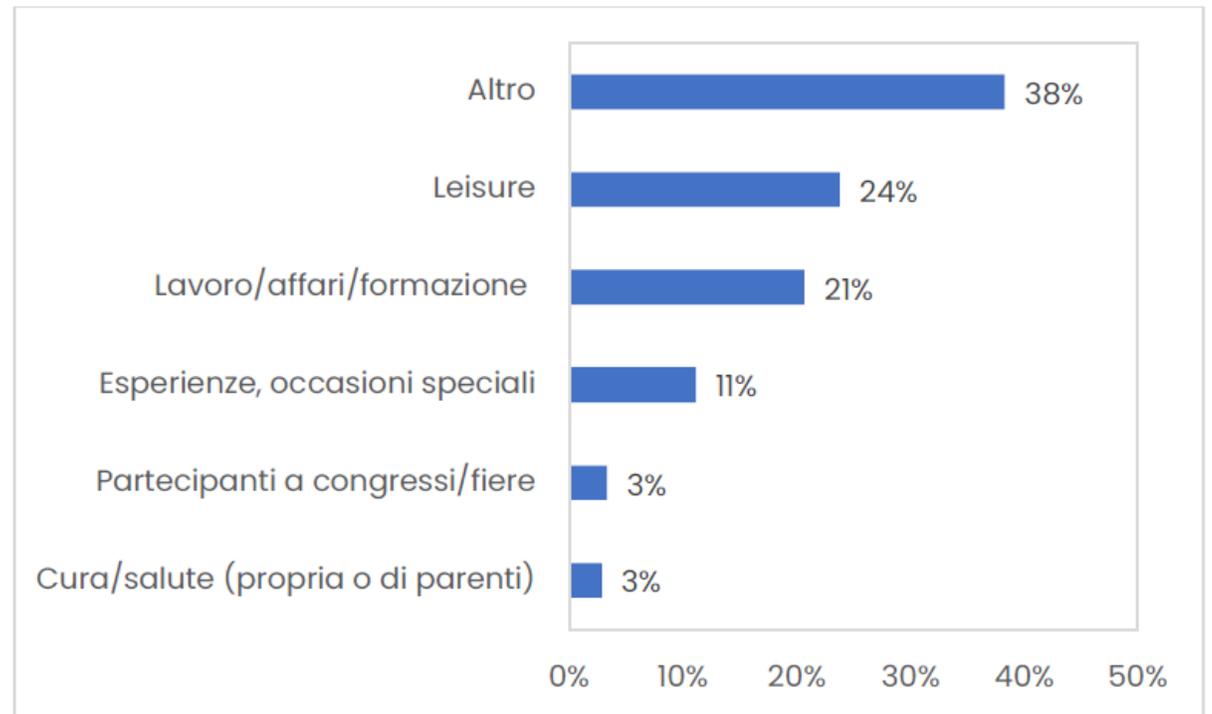
Fonte: INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI-TERZO TRIMESTRE 2023 Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto

6.2. Indagine trimestrale sui servizi turistici in Veneto

Tra gli ospiti delle imprese turistiche venete nel trimestre in esame, il **38%** è legato ad 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 di svago.

Il **21%** soggiorna per **lavoro, affari e formazione**; l'**11%** per **esperienze e occasioni speciali** ed il **3%** per la **partecipazione a congressi/fiere**.

Veneto. Tipologia di ospite in struttura. III trimestre 2023



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

6.3. Analisi del Sentiment e Opinion mining

L'Osservatorio del Turismo Regionale Federato si è impegnato 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 un *report* relativo alla destinazione Padova in base agli indicatori sopracitati; in dettaglio, si tratta di valori relativi al periodo 8 giugno- 6 settembre 2023.

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, dal 08/06/2023 al 06/09/2023.



Sentiment complessivo

Filtra per destinazione (OGD o Mda):

Padova

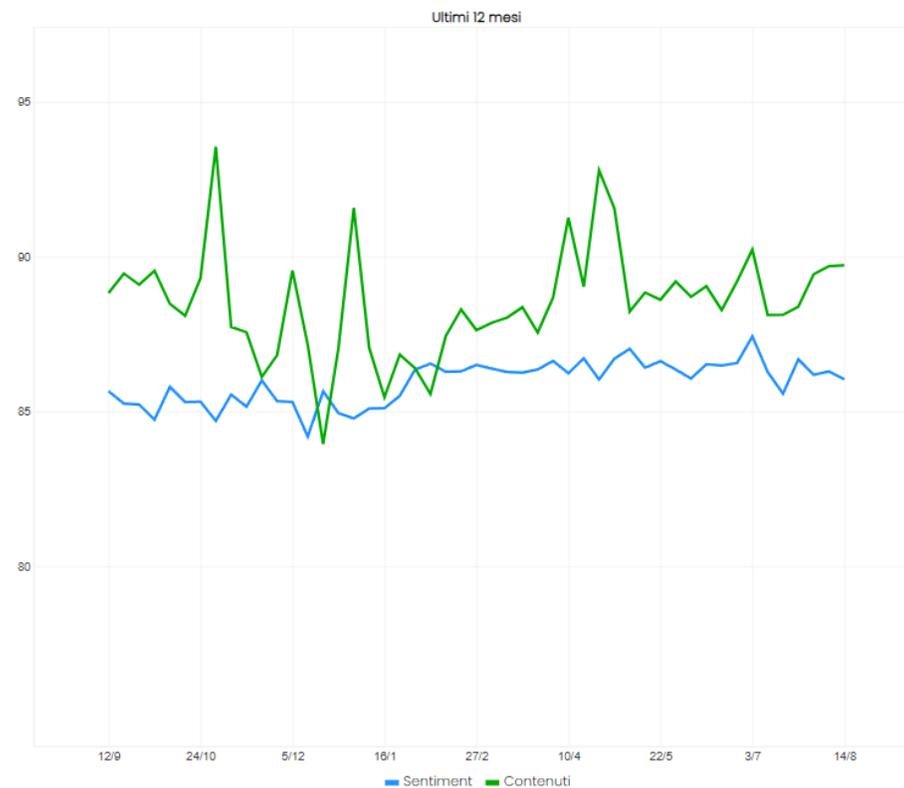
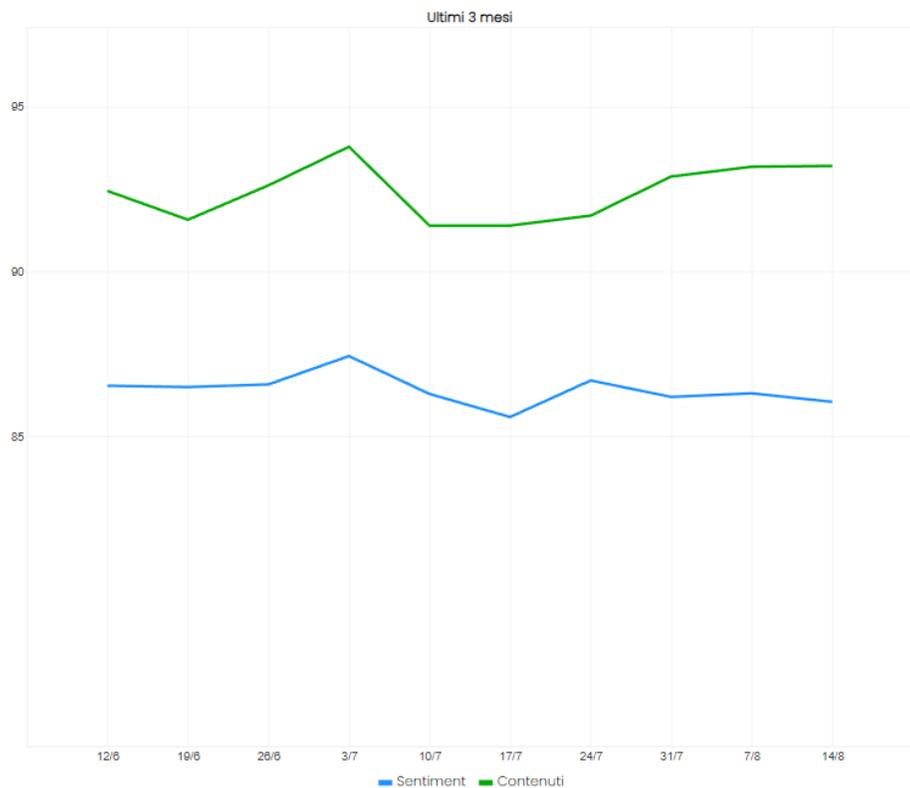
Il sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online. Il dato è riferito alla media dal 08/06/2023 al 06/09/2023, come media dei 3 comparti (ristorazione, ricettività, attrazioni).



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, dal 08/06/2023 al 06/09/2023. Muovi il mouse sulle frecce per visualizzare la variazione rispetto all'anno precedente.

Nazione	Nazione	% sul totale ▼	Sentiment
	Italia	39,4% ▼	83,1/100 ▲
	Germania	7,6% ▲	83,3/100 ▲
	Francia	6,4% ▲	84,1/100 ▲
	Polonia	4,8% ▲	87,0/100 ▲
	Austria	4,4% ▲	84,3/100 ▲
	Spagna	4,0% ▲	83,4/100 ▲
	Ungheria	2,9% ▲	86,1/100 ▲
	Svizzera	2,5% ▼	83,1/100 ▼
	Regno Unito	2,3% ▲	84,0/100 ▼
	Romania	2,2% ▲	87,1/100 ▼
	Repubblica Ceca	1,8% ▲	84,9/100 ▲
	Croazia	1,7% ▲	87,1/100 ▲
	Paesi Bassi	1,6% ▼	83,5/100 ▲
	Stati Uniti	1,4% ▲	85,6/100 ▼
	Belgio	1,2% ▲	83,9/100 ▲
	Slovacchia	1,2% ▲	86,8/100 ▲
	Brasile	1,0% ▲	83,7/100 ▼
	Serbia	1,0% ▲	88,5/100 ▲
	Ucraina	0,8% ▼	84,3/100 ▼
	Portogallo	0,8% ▲	80,8/100 ▲

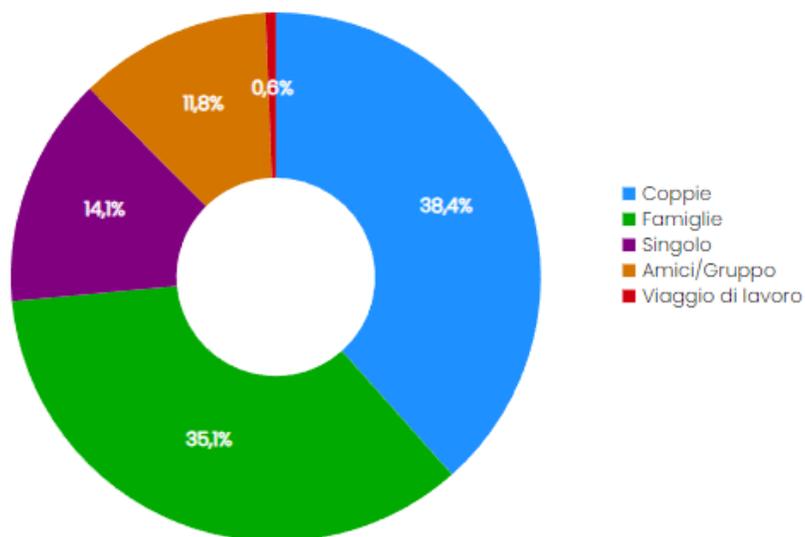
6.3. Analisi del Sentiment e Opinion mining

Tipologie di visitatori

Filtra per destinazione (OGD o MdA):

Padova

Dettaglio della tipologia dei visitatori, in percentuale sul totale, dal 08/06/2023 al 06/09/2023.



Tipologie di visitatori

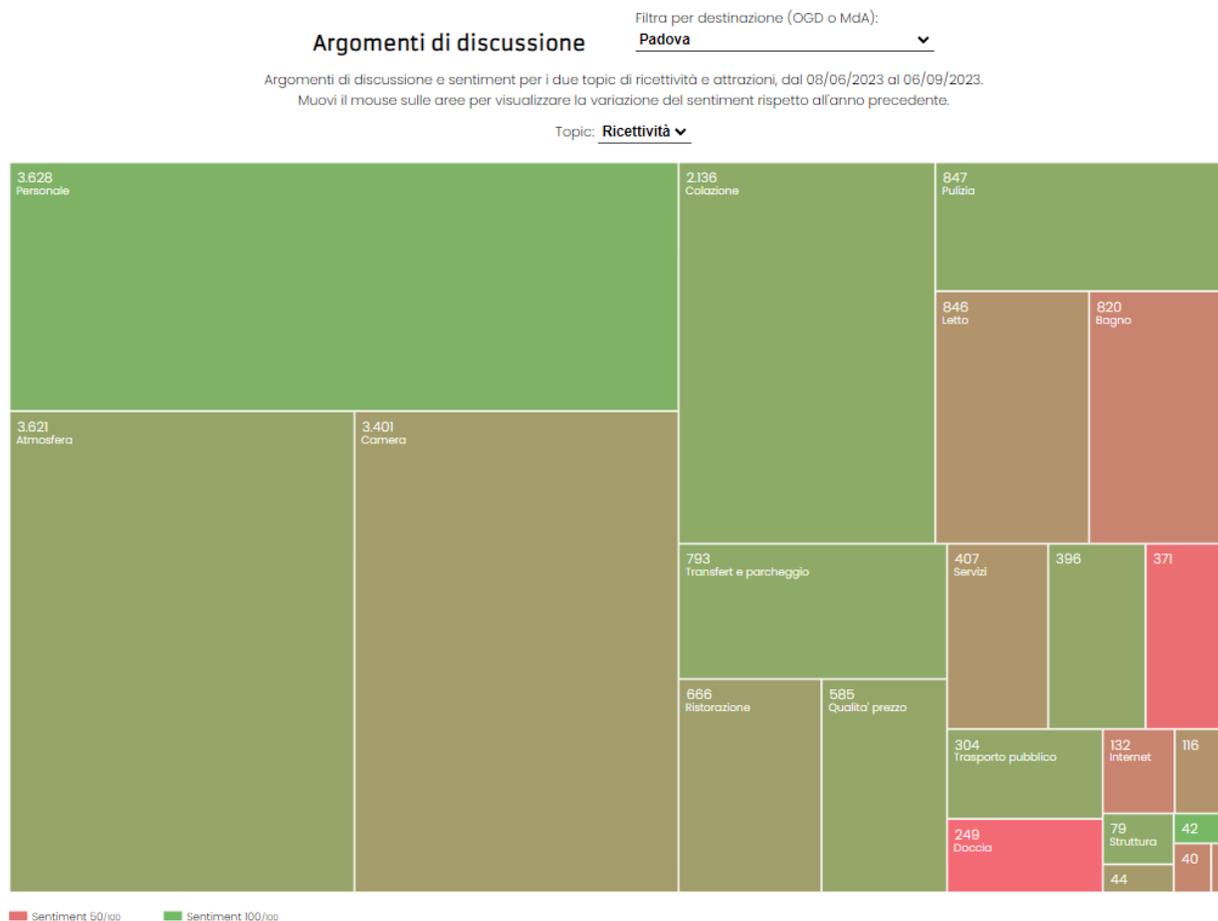
Filtra per destinazione (OGD o MdA):

Padova

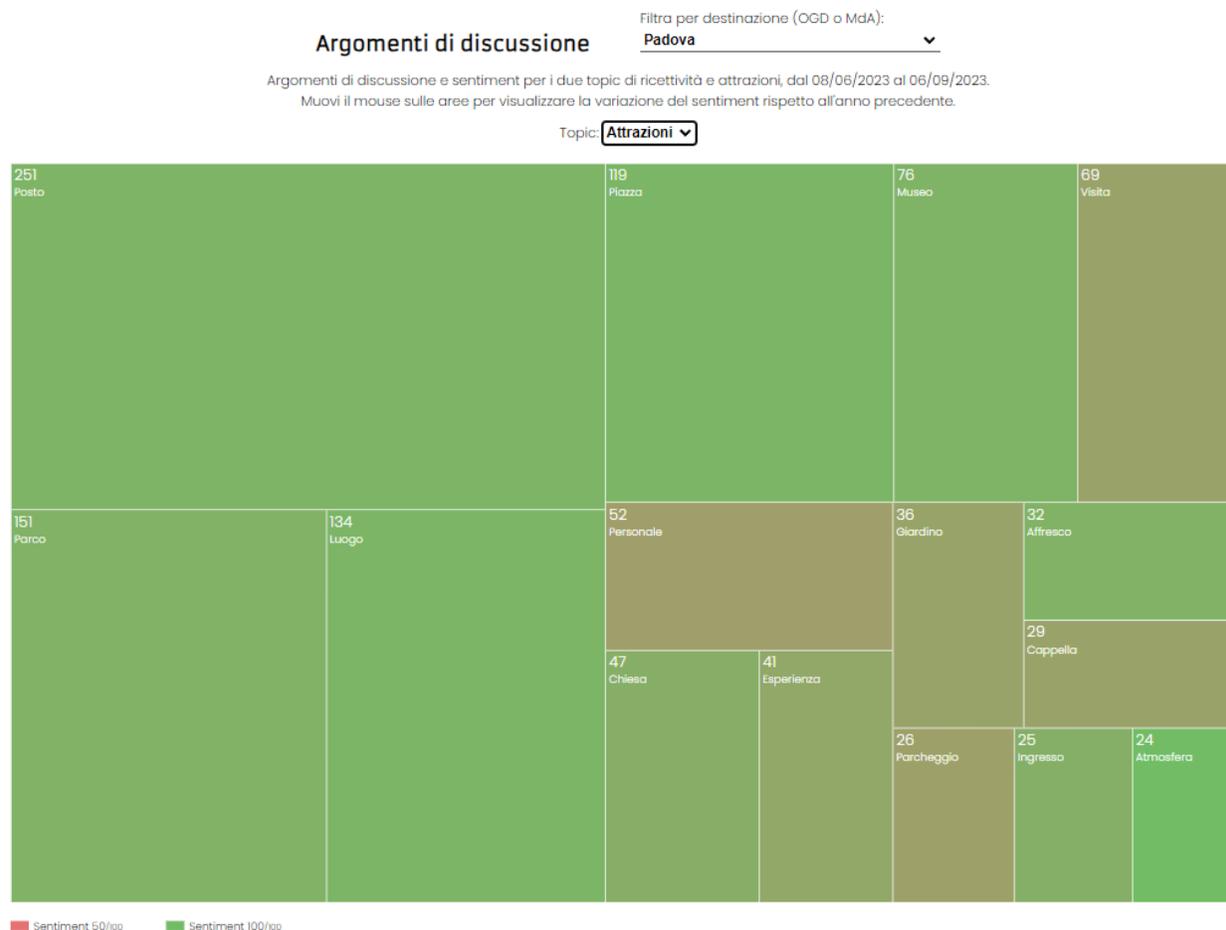
Dettaglio della tipologia dei visitatori, il livello di sentiment e la quota percentuale di quella tipologia sul totale, dal 08/06/2023 al 06/09/2023. Muovi il mouse sulle frecce per visualizzare la variazione rispetto all'anno precedente.

Tipologia	% sul totale	Sentiment
Coppie	38,4% ▲	83,8/100 ▲
Famiglie	35,1% ▼	85,0/100 ▲
Singolo	14,1% ▲	84,1/100 ▲
Amici/Gruppo	11,8% ▲	83,7/100 ▲
Viaggio di lavoro	0,6% ▲	79,5/100 ▲

6.3. Analisi del Sentiment e Opinion mining



6.3. Analisi del Sentiment e Opinion mining



Documento prodotto da RTI Destination Padova



PADOVA
CONVENTION & VISITORS BUREAU



ORGANIZATION
MANAGEMENT
DESTINATION