

# INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI

QUARTO TRIMESTRE 2023  
Osservatorio del Turismo Regionale Federato  
OTRF



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



UNIONCAMERE  
VENETO

[www.osservatorioturismoveneto.it](http://www.osservatorioturismoveneto.it)



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



UNIONCAMERE  
VENETO

[www.osservatorioturismoveneto.it](http://www.osservatorioturismoveneto.it)

## HIGHLIGHTS: IL TURISMO IN VENETO NEL QUARTO TRIMESTRE 2023

- ⇒ **A fine 2023 il fatturato turistico del Veneto registra una variazione del +7,9% su base annua, risultato che risente da un lato degli aumenti dei prezzi di vendita e dall'altro del calo del potere di acquisto delle famiglie. In flessione la variazione congiunturale (-18,9%) condizionata dal normale periodo di bassa stagione, più accentuata nel comparto alberghiero e nei servizi turistici.**
- ⇒ **In condizioni di normalità, gli ultimi tre mesi dell'anno rappresentano un periodo di bassa stagionalità per quasi la metà (47,5%) delle imprese turistiche venete, per il 21,5% l'attività è sospesa, mentre per solo quasi un terzo delle attività è alta stagione.**
- ⇒ **Clima congiunturale in stallo: negli ultimi mesi del 2023 la quota di imprese che dichiara aumenti del fatturato risulta la stessa di chi dichiara una diminuzione. Il giudizio positivo è segnalato soprattutto dalle imprese della ristorazione, meno soggetta agli effetti della stagionalità.**
- ⇒ **I prezzi di vendita sembrano essersi relativamente stabilizzati nel corso del 2023. Dopo due anni di continua crescita l'indicatore ha segnato su base congiunturale una diminuzione del -0,5. Tale dinamica è evidente soprattutto nel comparto alberghiero (-5,4% la diminuzione su base congiunturale).**
- ⇒ **Permane un clima di fiducia nelle previsioni del 2024: il 42,1% delle imprese turistiche si attende incrementi di fatturato per i primi mesi dell'anno. Risultano ottimisti soprattutto coloro che svolgono attività dei servizi turistici.**
- ⇒ **Il 25% delle imprese turistiche vende i propri prodotti attraverso internet e meno della metà dichiara una stazionarietà del fatturato derivante dalle vendite online nel trimestre in esame.**
- ⇒ **Si conferma anche in questa rilevazione che la principale modalità di prenotazione è il contatto diretto con la struttura, da cui deriva il 78,6% del fatturato.**
- ⇒ **Un po' più del 20% di imprese turistiche utilizza dati quantitativi per programmare e gestire le attività. Quasi la metà è a conoscenza dell'Osservatorio turistico regionale federato e delle sue attività di raccolta dati sul turismo.**
- ⇒ **Circa la metà delle imprese turistiche ha assunto personale nella stagione estiva 2023, in particolare il settore alberghiero che riscontra anche una certa difficoltà. Sono stati assunti soprattutto lavoratori stagionali.**

**L'economia ha registrato una tenuta nel 2023 con Paesi come l'Italia che mostrano una forte resilienza. Per il settore turistico il 2023 è l'anno dell'exploit con valori superiori al 2019.**

L'economia mondiale negli ultimi anni ha attraversato una serie importante di shock e cambiamenti ravvicinati: la pandemia da Covid-19 nel 2020, le riaperture dei mercati, la crisi degli approvvigionamenti, la guerra in Ucraina nel 2022, i conseguenti rincari energetici, la deglobalizzazione, la stretta monetaria e la disinflazione. Il 2023 è cominciato con lo spettro della guerra in Ucraina che è continuata per l'intero anno e si è chiuso con un altro conflitto, quello di Gaza e con nuove difficoltà di approvvigionamento causate dai continui attacchi al Mar Rosso.

Nonostante un contesto internazionale così tormentato le **ultime previsioni di crescita dell'economia mondiale confermano per il 2024 la resilienza agli shock del mercato globale** con una stima di crescita del PIL pari a +3,2%, confermando lo stesso ritmo di crescita del 2023. L'inflazione complessiva globale sta scendendo più rapidamente del previsto e nei prossimi anni dovrebbe passare dal 5,8% nel 2024 al 4,4% nel 2025. Il PIL dell'Italia è atteso in crescita del +0,7% nel 2024 grazie al rafforzamento dei consumi delle famiglie agevolati dall'attenuazione dell'inflazione e in particolare dei prezzi dell'energia. Per quanto riguarda l'economia del Veneto il PIL nel 2024 crescerà invece del +0,5%. La frenata sarà determinata dalla diminuzione degli investimenti e, a livello settoriale, dalla dinamica negativa delle costruzioni causata dallo stop degli incentivi governativi del Bonus fiscale 110%.

In questo quadro di tenuta della crescita, seppur meno intensa, grazie ad una forte resilienza di alcuni Paesi, tra cui anche l'Italia, il **settore turistico registra nel 2023 un exploit**. I **dati del 2023** sugli arrivi e le presenze in Veneto hanno confermato la tendenza positiva e le cifre **superano quelle del 2019**, considerato fino ad ora anno record. Complessivamente, il numero di turisti che hanno scelto il Veneto come meta è aumentato rispetto al 2019, con circa 21,1 milioni di



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



UNIONCAMERE  
VENETO

arrivi (+4,3%), e 71,9 milioni di presenze (pernottamenti), (+0,9%). Questo importante incremento è stato favorito dall'attrattività esercitata da un'offerta unica, variegata e di qualità, caratterizzata da località rinomate in tutto il mondo, assieme a peculiari destinazioni emergenti oltre che dal clima favorevole del mese di settembre, che ha prolungato la stagione estiva e compensato i minori flussi registrati a giugno a causa del maltempo.

Le **destinazioni venete tornano ad ottenere ampi consensi da parte della clientela estera** (+3,7% rispetto al 2019), la più numerosa (il 65% dei clienti), con un forte interesse soprattutto da parte dei mercati chiave come quello tedesco, austriaco, olandese e americano. Tuttavia, rimangono ancora assenti alcuni turisti inglesi, asiatici e russi, a causa di eventi internazionali noti. In tal senso, l'attrattività della nostra regione sta beneficiando anche della situazione geopolitica, che ha finito per premiare mete percepite come più sicure.

Per tutti e cinque i comprensori gli arrivi del 2023 superano quelli dell'anno precedente, caratterizzato ancora da qualche limitazione agli spostamenti, ma anche quelli rilevati prima della pandemia (2019): mare (+9,2%), città d'arte (+0,8%), lago (+8,5%), montagna (+11,7%) e terme (+2,4%). Sul fronte delle presenze la ripresa è evidente, seppur più blanda per la riduzione della durata dei soggiorni.

Le dinamiche vissute dal comparto turistico del Veneto continuano ad essere monitorate anche dall'**indagine trimestrale sulle imprese dei servizi turistici**, finalizzata a rilevare le variazioni economiche dei principali indicatori congiunturali del settore<sup>1</sup>. Il campione regionale, stratificato per provincia e settore, è composto da oltre **1.500 imprese rispondenti** (su oltre 34 mila

<sup>1</sup> 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.

contatti), a cui fanno riferimento oltre **15 mila addetti** ed un fatturato complessivo di oltre **1,3 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 **24 gennaio – 26 febbraio 2024** dalla società di rilevazione Demetra opinioni.net Srl mediante utilizzo del sistema CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) e CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

Secondo l'indagine congiunturale, in Veneto, fra ottobre e dicembre 2023, il **fatturato delle attività turistiche è diminuito del -18,9% rispetto al trimestre precedente**, ovvero al trimestre estivo, in linea con la tendenza del periodo di fine anno caratterizzato da bassa stagionalità e chiusure aziendali. L'analisi della variazione congiunturale del fatturato per **settori** (significativa con i dati regionali del campione) registra una maggiore contrazione per il comparto alberghiero (-38,7%) e per i servizi turistici (-24,7%), minore per la ristorazione (-9,1%). Si evidenzia una forte contrazione per il fatturato delle imprese turistiche della provincia di Venezia, normalmente meno visitata negli ultimi mesi dell'anno (-32,9%), ma anche della provincia di Belluno (-27,0%) e di Verona (-19,7%).

Rispetto allo stesso trimestre 2022 il fatturato del comparto turistico regionale riporta invece una **variazione tendenziale positiva del +7,9%**, risultato che risente da un lato degli aumenti dei prezzi di vendita e dall'altro del calo del potere di acquisto delle famiglie, in linea con la crescita registrata nel trimestre precedente (+9,5%), ma in attenuazione rispetto alle variazioni del 2022 e del primo trimestre del 2023.

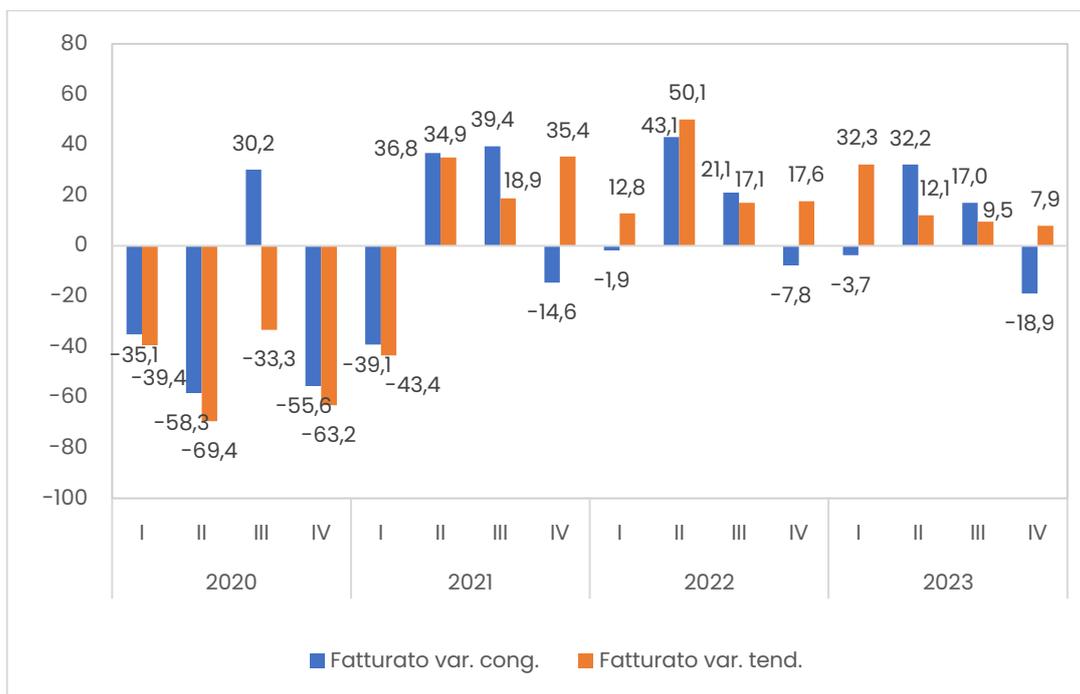
*Veneto. Andamento del fatturato nelle imprese del settore turistico (variazione % congiunturale e tendenziale). I trimestre 2020 – IV trimestre 2023*



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



UNIONCAMERE  
VENETO



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Nell'analizzare questi trend è importante evidenziare che in Veneto gli ultimi mesi dell'anno sono caratterizzati normalmente da **bassa stagionalità** turistica. La presente indagine ha riguardato l'analisi dell'andamento economico dei servizi turistici nei mesi **ottobre, novembre e dicembre 2023**, periodo nel quale **quasi la metà (47,5%) delle imprese turistiche** intervistate ha dichiarato di essere in un trimestre a bassa stagionalità e per il 21,5% l'attività è sospesa. Per solo quasi un terzo delle imprese turistiche invece il quarto trimestre dell'anno risulta ad alta stagionalità. Anche i successivi tre mesi (gennaio-marzo) risultano un periodo di bassa stagionalità per oltre la metà delle imprese (54,9%) e per il 24,2% l'attività è chiusa.

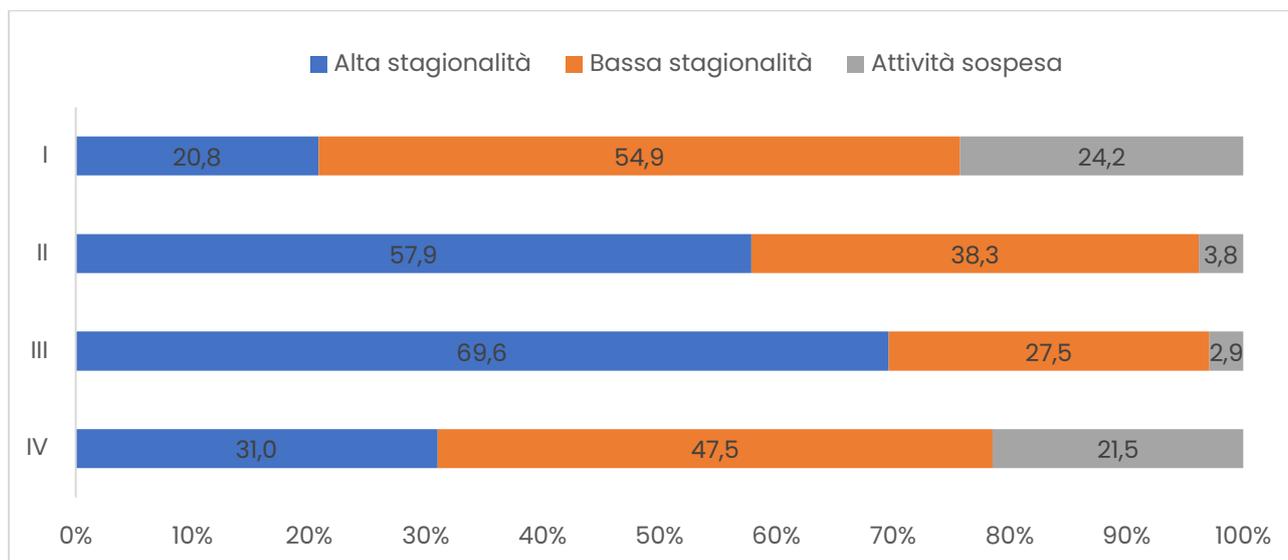
*Veneto. Imprese turistiche che in condizioni non Covid risentono di effetti di stagionalità (quota % imprese) per trimestre dell'anno. IV trimestre 2023*



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



UNIONCAMERE  
VENETO

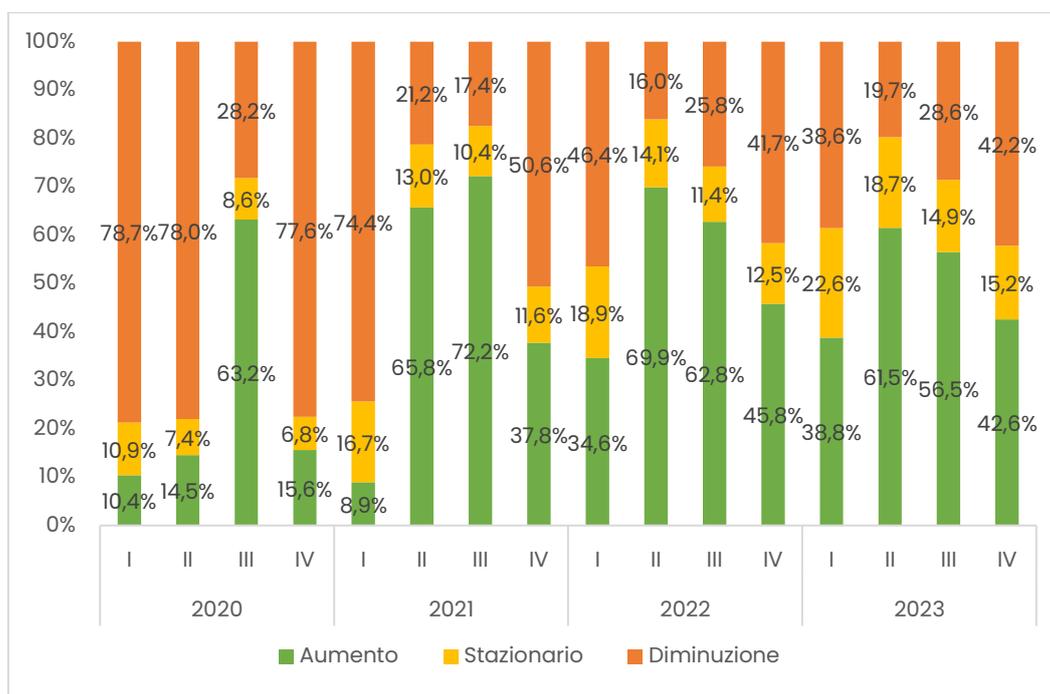


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

**Clima congiunturale: negli ultimi mesi del 2023 la quota di imprese che dichiara aumenti del fatturato risulta la stessa di chi dichiara una diminuzione. Il giudizio positivo è segnalato soprattutto dalle imprese della ristorazione, meno soggetta agli effetti della stagionalità**

L'analisi della **distribuzione dei giudizi** rilasciati dalle imprese turistiche, sull'andamento di fatturato e prezzi di vendita rispetto al trimestre precedente, fornisce conferme e ulteriori dettagli a questo quadro. Mediamente in Veneto il **43% delle imprese intervistate è interessato da un aumento del fatturato** nel quarto trimestre 2023 rispetto al terzo, il 15,2% dichiara una sostanziale stazionarietà e il 42%, invece, accusa una sua diminuzione. Tale andamento è leggermente inferiore rispetto al quarto trimestre dell'anno precedente. Il saldo dei giudizi ex post permane dunque basso, sostenuto in particolare da variazioni congiunturali del fatturato che risultano sopra il dato medio regionale solo per la ristorazione che risente meno della stagionalità.

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

## Prosegue la fase di stabilizzazione dei prezzi di vendita

Dopo due anni di continua crescita l'indicatore dei **prezzi di vendita sembra avere invertito la tendenza segnando su base congiunturale una diminuzione del -0,5%**. Rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno la variazione è ancora positiva (+3,8%) ma di intensità inferiore. Tale dinamica di stabilizzazione è evidente soprattutto nel comparto alberghiero che segna su base congiunturale una diminuzione del -5,4%. Per quanto riguarda la ristorazione e le attività dei servizi turistici i prezzi registrano ancora una crescita del +1,2% e del +0,6%.

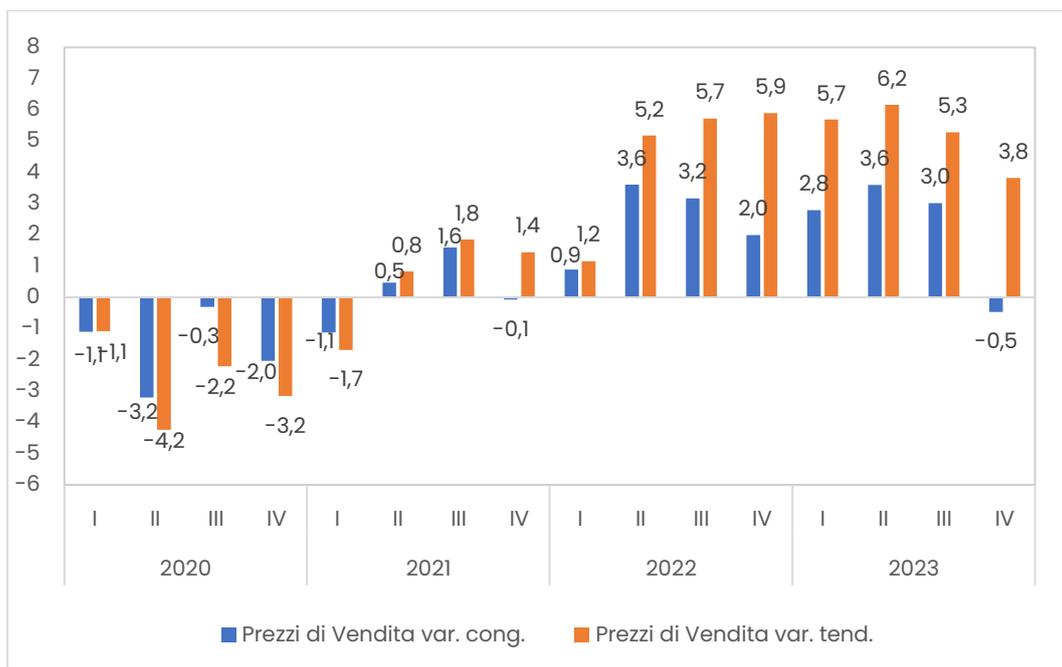
*Veneto. Andamento dei prezzi di vendita nei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale). I trimestre 2020 – IV trimestre 2023*



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)

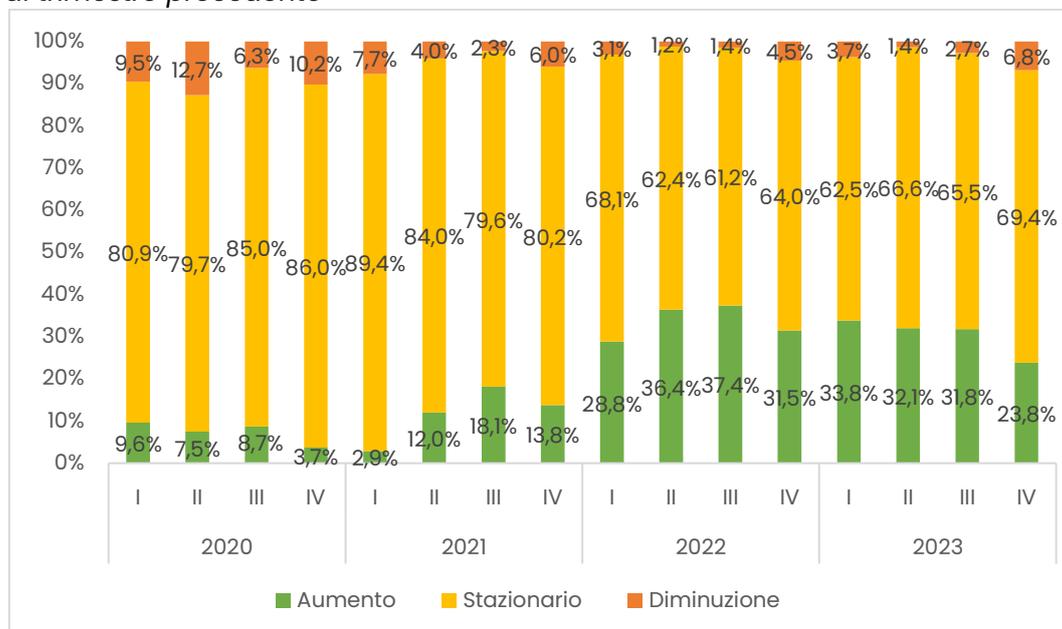


UNIONCAMERE  
VENETO



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

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



www.veneto.eu



UNIONCAMERE  
 VENETO

	Fatturato		Prezzi di Vendita	
	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale
Alberghi	-38,7	8,8	-5,4	5,4
Ristoranti	-9,1	7,6	1,2	3,2
Attività servizi turistici	-24,7	7,5	0,6	3,4
Verona	-19,7	2,8	-0,1	3,2
Vicenza	1,4	20,9	2,4	5,6
Belluno	-27,0	11,6	1,3	4,5
Treviso	-3,2	4,7	0,8	2,5
Venezia	-32,9	7,1	-3,1	3,6
Padova	7,1	6,4	1,2	4,6
Rovigo	-15,0	2,4	1,2	2,9
2-9 addetti	-10,2	3,7	0,1	2,6
10-49 addetti	-13,4	4,6	-0,3	3,2
50 addetti e più	-37,6	15,5	-1,2	5,7
<b>Totale</b>	<b>-18,9</b>	<b>7,9</b>	<b>-0,5</b>	<b>3,8</b>

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 IV trimestre 2023, rispetto al trimestre precedente, per settore, provincia e dimensione*

Giudizi Congiunturali	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	24,5%	16,5%	59,0%	22,1%	44,5%	33,4%
Ristoranti	46,6%	15,2%	38,2%	24,1%	74,2%	1,7%
Attività servizi turistici	32,8%	8,0%	59,2%	26,9%	71,4%	1,8%
Verona	38,3%	12,3%	49,4%	20,5%	68,7%	10,8%
Vicenza	44,4%	23,4%	32,2%	25,3%	72,4%	2,2%
Belluno	32,0%	15,0%	53,0%	24,9%	71,3%	3,8%
Treviso	52,7%	15,0%	32,3%	26,2%	70,5%	3,3%
Venezia	32,5%	13,9%	53,6%	20,3%	67,4%	12,3%
Padova	61,7%	14,6%	23,7%	31,8%	67,0%	1,2%
Rovigo	39,0%	15,4%	45,6%	21,3%	78,7%	0,0%
2-9 addetti	42,6%	16,8%	40,6%	23,2%	71,4%	5,4%
10-49 addetti	42,4%	10,4%	47,1%	27,6%	62,5%	10,0%
50 addetti e più	43,7%	0,0%	56,3%	20,6%	53,3%	26,1%
<b>Totale</b>	<b>42,6%</b>	<b>15,2%</b>	<b>42,2%</b>	<b>23,8%</b>	<b>69,4%</b>	<b>6,8%</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

**Permane un clima di fiducia nelle previsioni del 2024: il 42,1% delle imprese turistiche si attende incrementi di fatturato per i primi mesi dell'anno**



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



UNIONCAMERE  
VENETO

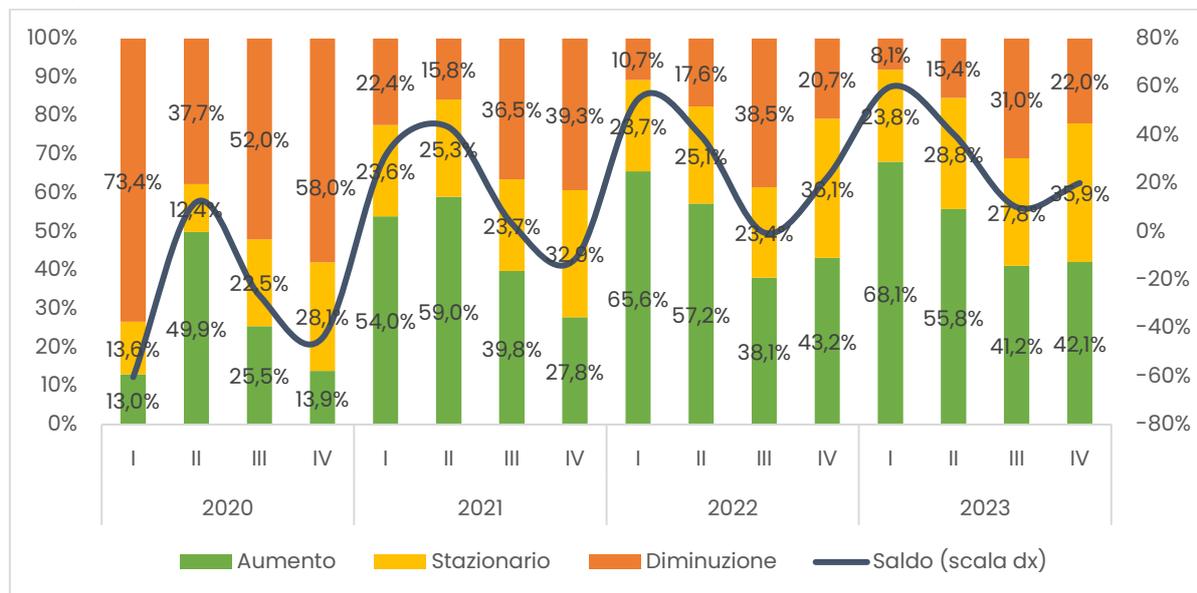
Secondo le ultime previsioni rilasciate dal UNWTO il turismo internazionale recupererà completamente i livelli pre-pandemici nel 2024 (+2% rispetto ai livelli del 2019). Il 67% dei professionisti del turismo indica prospettive migliori o molto migliori per il 2024 rispetto al 2023; il 28% si aspetta prestazioni simili; solo il 6% prevede che le prestazioni turistiche nel 2024 saranno peggio dell'anno scorso. Si prevede che il turismo cinese in entrata e in uscita subirà un'accelerazione nel 2024, grazie alla facilitazione dei visti e al miglioramento della capacità aerea. Gli ostacoli economici (inflazione persistente, tassi di interesse elevati, prezzi del petrolio volatili) e geopolitici continuano però a porre sfide significative alla ripresa sostenuta del turismo internazionale.

Anche sulle previsioni per i primi tre mesi del 2024 monitorate dall'indagine congiunturale permane un certo ottimismo ma con ampi margini ancora di incertezza, legata al caro vita e alla conseguente perdita di potere di acquisto delle famiglie. **L'opinione del 42,1% degli intervistati è di un'ulteriore crescita del settore ad inizio 2024**, per il 35,9% le aspettative sono di una sostanziale stabilità del mercato, mentre per il 22% di una diminuzione del fatturato del comparto. Le previsioni per il primo trimestre di quest'anno sono state raccolte nei mesi di gennaio e febbraio e la tendenza generale mostra ancora una prevalenza di ottimismo per tutti gli indicatori monitorati, che tuttavia è meno estesa alla maggioranza degli intervistati rispetto alle precedenti rilevazioni. Risultano ottimisti soprattutto coloro che svolgono **attività dei servizi turistici**, dove il 58% degli intervistati prevede un aumento del fatturato, mentre il 27% ne prevede una diminuzione. Gli **albergatori** e i **ristoratori** risultano più cauti: le quote positive si attestano rispettivamente a 41% e 42%.

Le aspettative sui **prezzi di vendita** per il primo trimestre 2023 vedono in aumento e in linea con il trimestre precedente la quota di imprese che ne dichiara una stazionarietà (71,7%; 72,9% nel trimestre precedente; sempre sotto al 70% dal IV trimestre 2021), mentre il 25,8% delle imprese si attende un ulteriore aumento.



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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

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

Previsioni	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	40,7%	34,6%	24,8%	35,9%	54,4%	9,7%
Ristoranti	41,8%	37,0%	21,2%	23,1%	75,8%	1,1%
Attività servizi turistici	57,8%	15,1%	27,1%	46,0%	54,0%	0,0%
Verona	38,1%	39,1%	22,8%	27,6%	69,9%	2,5%
Vicenza	36,2%	41,1%	22,7%	23,4%	75,2%	1,4%
Belluno	55,8%	23,1%	21,1%	26,3%	73,0%	0,7%
Treviso	45,4%	30,9%	23,7%	21,8%	74,9%	3,3%
Venezia	39,5%	36,4%	24,1%	27,7%	68,7%	3,5%
Padova	46,4%	35,4%	18,2%	27,9%	70,1%	2,0%
Rovigo	51,5%	37,8%	10,7%	17,0%	83,0%	0,0%
2-9 addetti	42,5%	36,9%	20,6%	24,2%	73,8%	2,0%
10-49 addetti	40,6%	32,4%	27,0%	30,5%	65,1%	4,3%
50 addetti e più	40,8%	28,5%	30,7%	44,0%	52,7%	3,3%
<b>Totale</b>	<b>42,1%</b>	<b>35,9%</b>	<b>22,0%</b>	<b>25,8%</b>	<b>71,7%</b>	<b>2,5%</b>

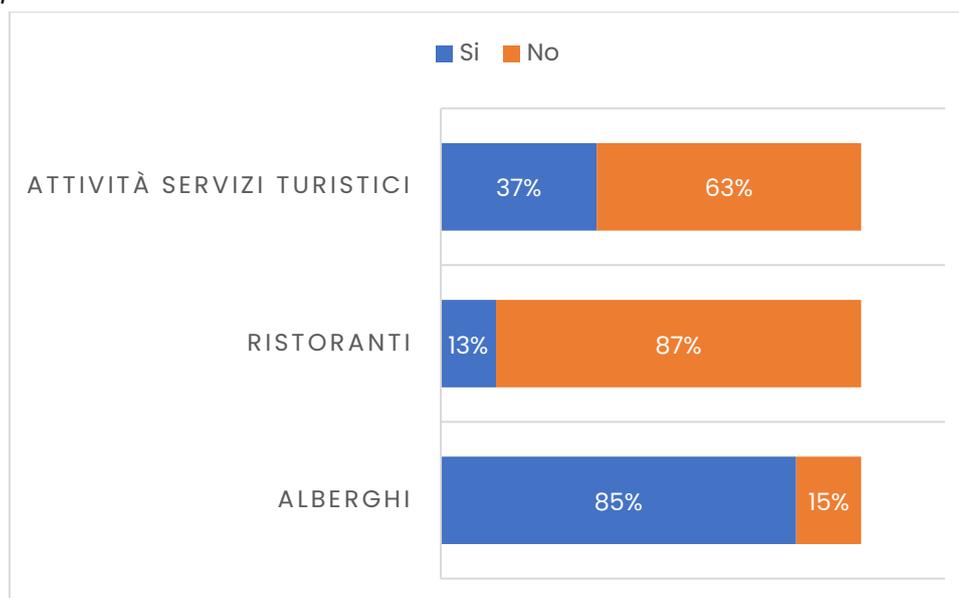
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

## Il 25% delle imprese turistiche vende i propri prodotti attraverso internet e meno della metà dichiara una stazionarietà del fatturato derivante dalle vendite online nel trimestre in esame

Come oramai è stato constatato dall'inizio di questa rilevazione, sono soprattutto le imprese del comparto **alberghiero** a risultare ben strutturate digitalmente con **l'85% delle imprese che vende anche online** (ad esempio sito web, Booking, Airbnb ecc.), mentre le attività dei servizi turistici e il comparto ristorazione risultano meno digitalizzati rispettivamente solo il 37% e il 13%.

Nel trimestre ottobre-dicembre 2023 la **quota percentuale del fatturato che deriva dalla vendita attraverso internet** è mediamente pari al 30%, dato in diminuzione per effetto del periodo di minore stagionalità (era 37%). Nel quarto trimestre 2023 la parte del fatturato realizzata tramite internet è del 41,8% per gli albergatori, del 36,9% per i servizi turistici, mentre rimane ancora molto bassa per la ristorazione (13,3%).

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

L'adozione del digitale risulta sempre più utile ma rimane in una fase di stallo: il 45% delle imprese dichiara una stazionarietà del fatturato derivante dalle vendite online. Nel quarto trimestre 2023 si registra una situazione di aumento del fatturato "digitale" per quasi il 18% delle imprese e sono soprattutto i ristoratori che dichiarano che il fatturato derivante dall'on line è aumentato (20%).

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

	E-Commerce		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	16,3%	35,9%	47,8%
Ristoranti	20,0%	56,1%	23,9%
Attività servizi turistici	12,6%	48,7%	38,7%
Verona	9,0%	48,0%	42,9%
Vicenza	18,2%	42,5%	39,3%
Belluno	20,4%	42,3%	37,4%
Treviso	26,4%	39,9%	33,7%
Venezia	19,5%	37,7%	42,7%
Padova	17,0%	69,2%	13,7%
Rovigo	25,0%	30,7%	44,3%
2-9 addetti	14,1%	48,6%	37,3%
10-49 addetti	22,9%	38,4%	38,7%
50 addetti e più	34,0%	33,3%	32,7%
<b>Totale</b>	<b>17,7%</b>	<b>44,9%</b>	<b>37,5%</b>

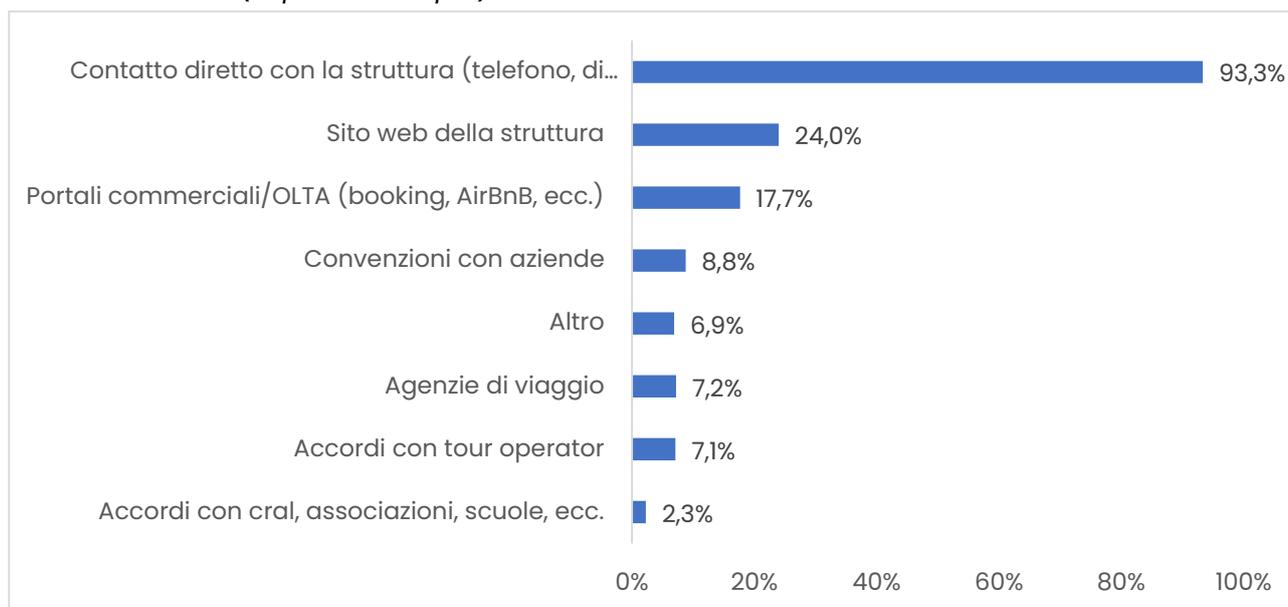
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

## FOCUS 1: Le prenotazioni dei clienti

**Si conferma anche in questa rilevazione che la principale modalità di prenotazione è il contatto diretto con la struttura, da cui deriva il 78,6% del fatturato**

Alle imprese turistiche del campione è stata nuovamente chiesta qual è la principale modalità di prenotazione utilizzata dai loro clienti. Quasi la totalità delle imprese intervistate (93,3%) ha dichiarato che negli ultimi tre mesi del 2023, in linea con quanto rilevato già nei trimestri precedenti, il **contatto diretto con la struttura** è la modalità di prenotazione preferita dai loro clienti, tanto che questo sistema pesa per il 78,6% sul fatturato aziendale totale. Il contatto diretto è utilizzato soprattutto nel settore **ristorazione** (94,5% delle imprese lo dichiarano modalità principale di prenotazione utilizzata dei loro clienti), dove pesa mediamente per quasi il 90% del fatturato complessivo.

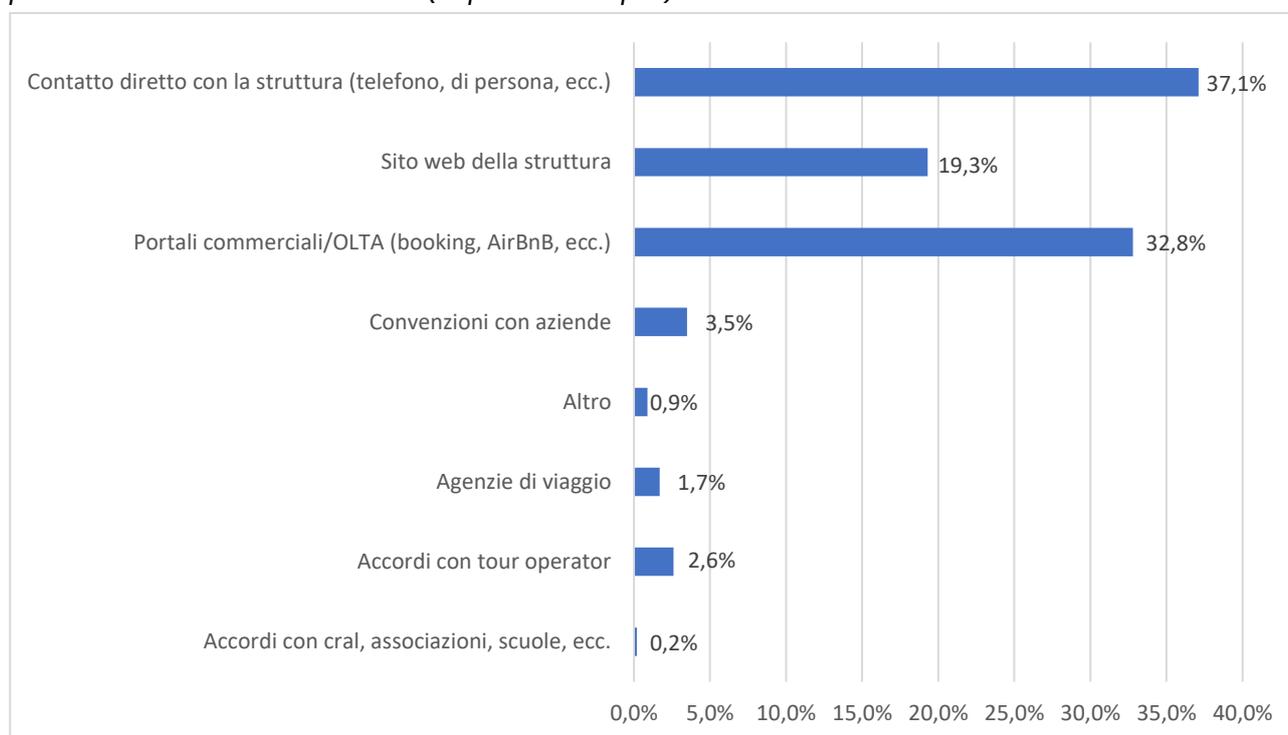
*Veneto. Quota di imprese turistiche che dichiara principali le seguenti modalità di prenotazione nella sua attività (risposta multipla). IV trimestre 2023*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Un quarto delle imprese inoltre ha affermato di vendere i propri servizi anche tramite il **sito web della struttura**, modalità che fa guadagnare il 5,4% del fatturato, e per il 17,7% anche tramite **portali commerciali/OLTA** (Booking, AirBnB, ecc.) (ma con un peso sul fatturato maggiore e pari mediamente al 6,5%). Queste ultime due modalità vengono viste come canali principali di prenotazione per il comparto alberghiero, tanto che riguarda circa il 75% delle imprese. Le convenzioni con le aziende (modalità di prenotazione principale per l'8,8% delle imprese turistiche venete), le agenzie di viaggio (7,2%) e gli accordi con i tour operator (7,1%) sono fonte di reddito soprattutto per le attività delle agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse.

*Veneto. FOCUS ALBERGHI - Quota di alberghi che dichiara principali le seguenti modalità di prenotazione nella sua attività (risposta multipla). IV trimestre 2023*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Media dei pesi per i diversi canali di prenotazione sul fatturato e sul numero di prenotazioni. IV 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.)	78,6	77,6
Sito web della struttura	5,4	5,3
Portali commerciali/OLTA (booking, AirBnB, ecc.)	6,5	6,5
Accordi con tour operator	1,3	1,3
Agenzie di viaggio	0,8	0,7
Accordi con cral, associazioni, scuole, ecc.	0,3	0,2
Convenzioni con aziende	1,7	1,6
Altro	4,0	4,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

## FOCUS 2: Utilizzo del dato per programmare e gestire l'attività

**Un po' più del 20% di imprese turistiche utilizza dati quantitativi per programmare e gestire le attività. Quasi la metà è a conoscenza dell'Osservatorio turistico regionale federato e delle sue attività di raccolta dati sul turismo**

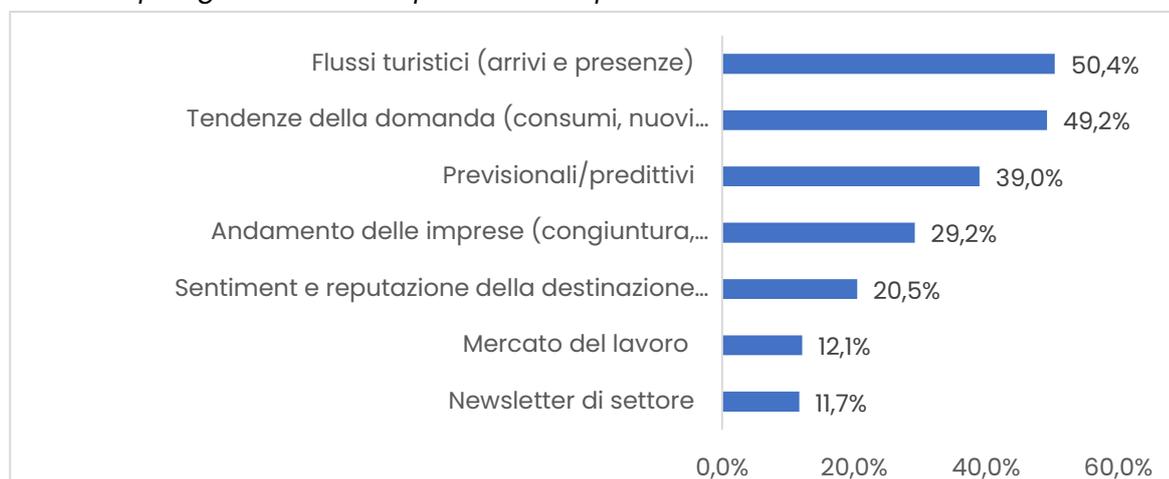
Nell'era dell'informazione digitale in tempo reale e della globalizzazione, diventa sempre più fonte di vantaggio competitivo per l'azienda utilizzare le informazioni, ottenute dall'analisi dei dati, per valutare più attentamente il presente e pianificare il futuro.

Una sezione del focus di approfondimento dell'indagine è stata dedicata ad approfondire questa tematica. Un **pò più del 20%** del campione di imprese intervistate ha dichiarato di utilizzare **dati quantitativi per programmare e gestire le attività dell'impresa**. Emerge però una notevole differenza se analizziamo il dato in relazione alla dimensione aziendale: mentre nelle imprese

più piccole solo un 19,1% delle imprese ha risposto affermativamente, nelle medie imprese un 30,2%, nelle imprese più grandi la quota si avvicina al 60%. Per quanto riguarda i settori i dati quantitativi vengono utilizzati maggiormente negli alberghi e nelle attività dei servizi turistici (quote attorno al 40%), meno nella ristorazione (17,8%).

Ma quale tipologia di dato viene utilizzata? **Oltre il 50%** delle imprese ha dichiarato di utilizzare **dati sui flussi turistici (arrivi e presenze)**, il 49,2% informazioni sulla tendenza della domanda (consumi, nuovi prodotti, mercati), il 39% dati previsionali/predittivi e il 29,2% l'andamento delle imprese (indagini congiuntura, fatturati, prezzi, ...). Meno utilizzati i dati sul sentiment e la reputazione della destinazione (20,5%), il mercato del lavoro (12,1%) e la newsletter di settore (11,7%).

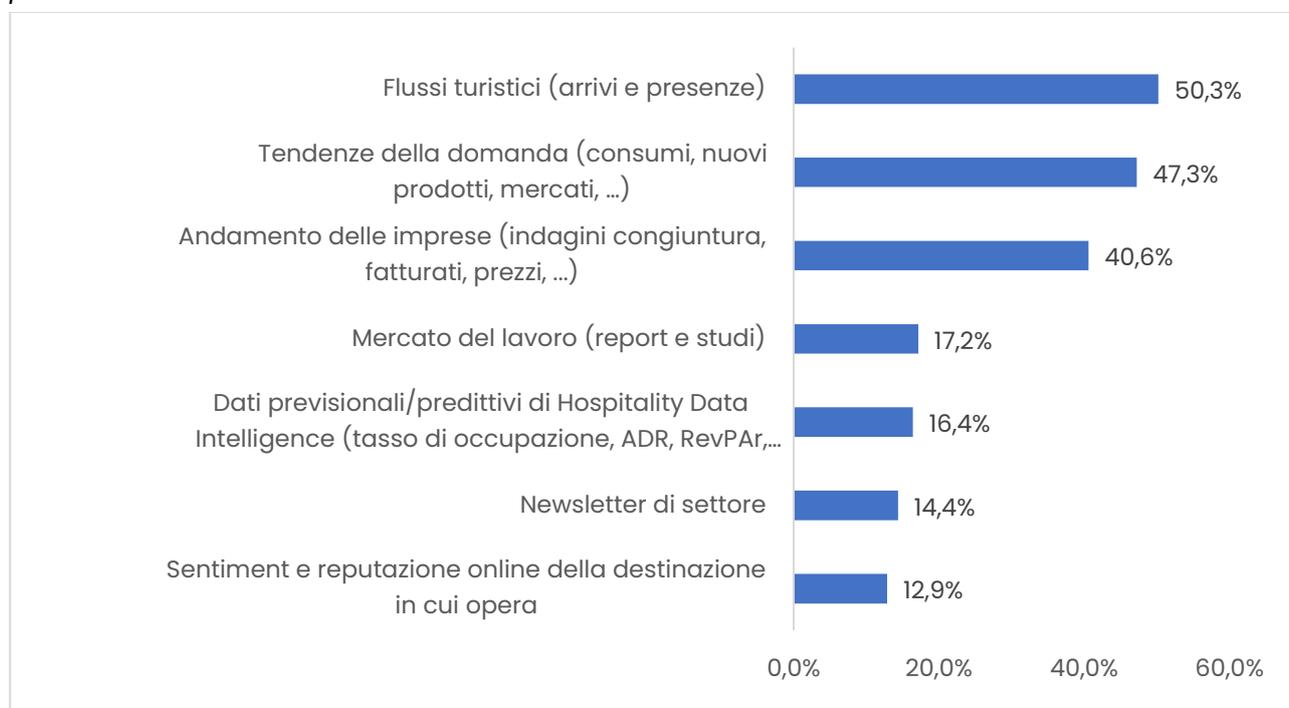
*Veneto. Tipologia dati che l'impresa utilizza per la sua attività. IV trimestre 2023*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

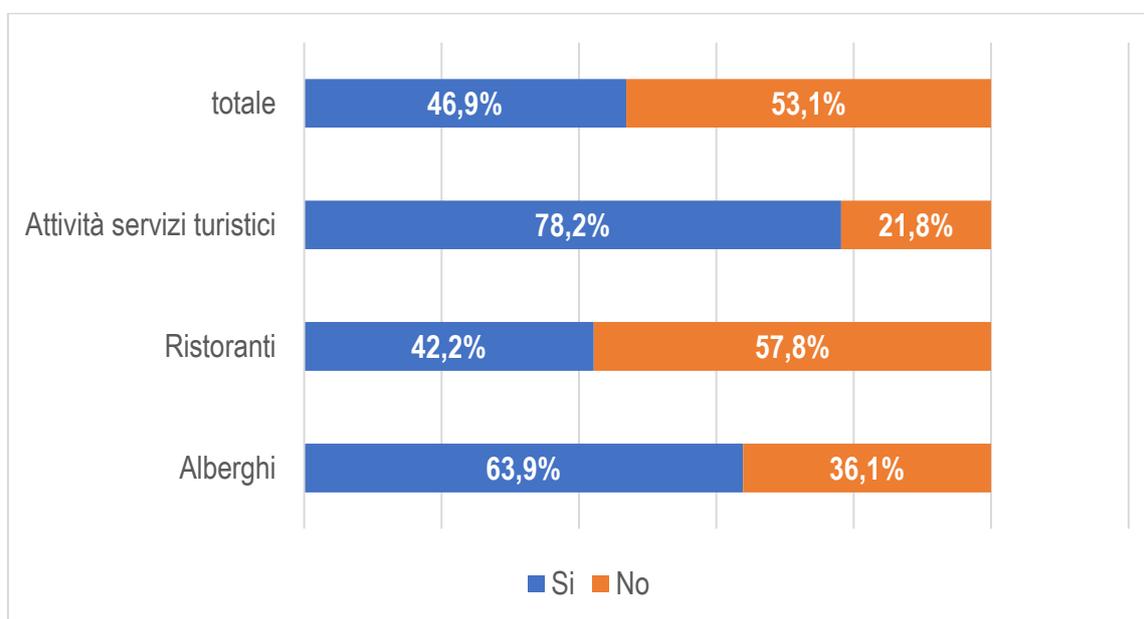
Per quanto riguarda l'**Osservatorio turistico regionale federato** quasi il **50% delle imprese ha detto di conoscerlo** con una quota maggiore tra le imprese più grandi ma con una distanza meno ampia con le imprese più piccole rispetto alla domanda sull'utilizzo dei dati. I dati più utili per l'azienda sono quelli relativi ai flussi turistici (arrivi e presenze) dichiarato dal 50,3% delle imprese, alla tendenza della domanda (consumi, nuovi prodotti, mercati) dichiarato dal 47,3% e all'andamento delle imprese (indagini congiuntura, fatturati, prezzi, ...) dichiarato dal 40,6%. Sono ritenuti meno utili invece i dati che riguardano il mercato del lavoro (report e studi), dati previsionali/predittivi di Hospitality Data Intelligence (tasso di occupazione, ADR, RevPAR, canali di vendita), newsletter di settore, sentiment e reputazione online della destinazione in cui opera.

*Veneto. Tipologia dati dell'Osservatorio turistico regionale federato che l'impresa ritiene utile per la sua attività. IV trimestre 2023*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Quota di imprese che conoscono l'Osservatorio del Turismo Regionale Federato Veneto per settore. IV trimestre 2023



Fonte Osservatorio turistico regionale federato

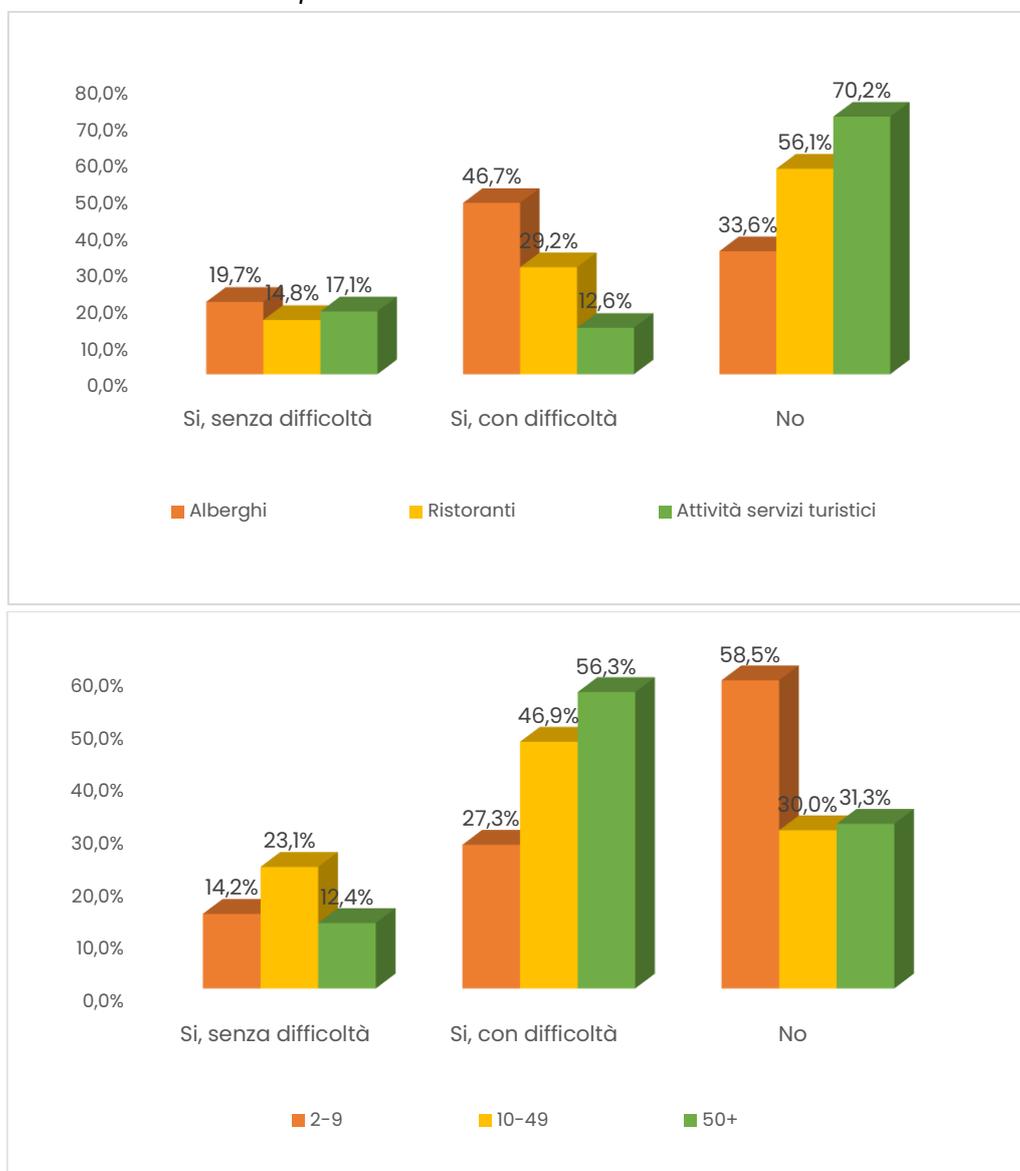
### FOCUS 3: le nuove assunzioni nella stagione estiva 2023

**Circa la metà delle imprese turistiche ha assunto personale nella stagione estiva 2023, in particolare il settore alberghiero che riscontra anche una certa difficoltà. Sono stati assunti soprattutto lavoratori stagionali.**

Anche in termini di mercato del lavoro, il turismo veneto risulta oggi uno dei comparti **più attivi nel reclutamento di lavoratori** in regione, nonostante le persistenti difficoltà di reperimento denunciate dagli operatori del settore. Circa la metà delle imprese ha assunto personale durante la stagione estiva 2023, in particolar modo il **settore alberghiero e della ristorazione** (66,4% e 43,9%) e le imprese di medie e grandi dimensioni (70% e 68,7%). Delle imprese che hanno dichiarato di avere assunto circa il **32% lo ha fatto con difficoltà**, soprattutto per quanto riguarda il comparto alberghiero.

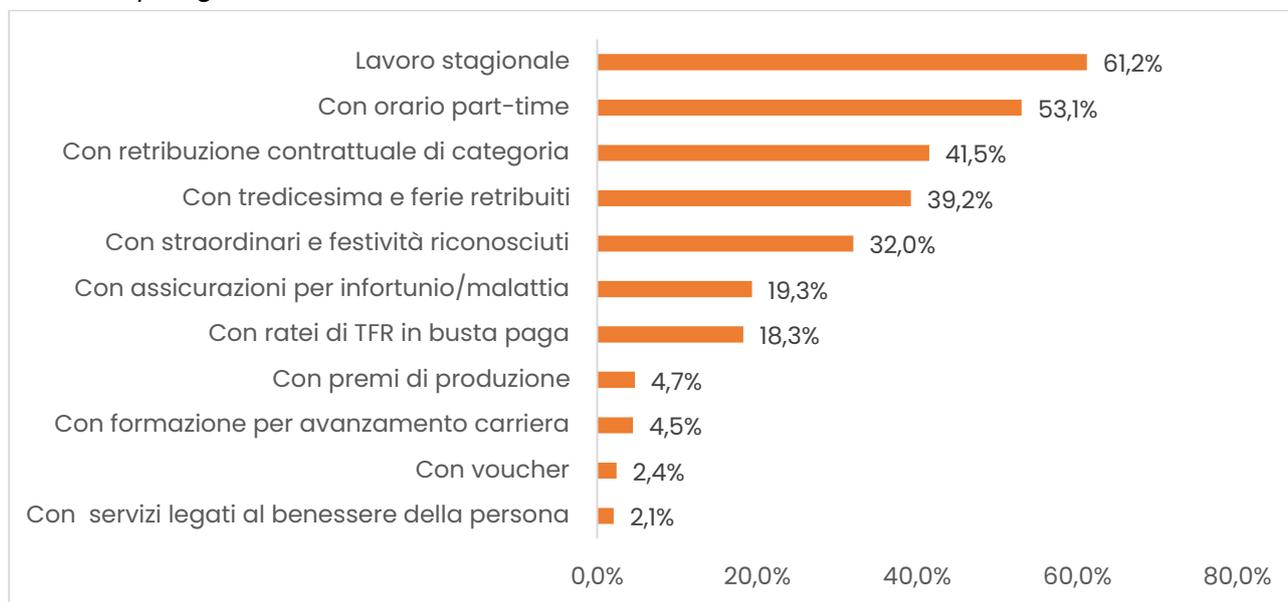
Tra le imprese turistiche che hanno assunto personale nella scorsa estate, la principale tipologia di rapporto di lavoro è stato il **lavoro stagionale** (61,2% delle tipologie), soprattutto per il comparto alberghiero. Il 53,1% invece sono stati contratti con part time, in particolar modo per la ristorazione, il 41,5% con retribuzione contrattuale di categoria, tipologia più evidente per i servizi turistici, e il 39,2% con tredicesima e ferie retribuiti.

*Veneto. Difficoltà di assunzione per settore e classe dimensionale. IV trimestre 2023*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

*Veneto. Tipologia di contratti di assunzione. IV trimestre 2023*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato