

INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI

PRIMO TRIMESTRE 2024
Osservatorio del Turismo Regionale Federato
OTRF



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

www.osservatorioturismoveneto.it



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

www.osservatorioturismoveneto.it

HIGHLIGHTS: IL TURISMO IN VENETO NEL PRIMO TRIMESTRE 2024

- ⇒ **Il Veneto si conferma in crescita anche nei primi quattro mesi del 2024: gli ultimi dati provvisori disponibili su arrivi (4.595.474) e presenze (11.604.890) registrano da gennaio a aprile di quest'anno una crescita, rispettivamente, del +6% e +3,7% rispetto allo stesso periodo 2023.**
- ⇒ **L'indicatore del fatturato è diminuito su base congiunturale del -5,1%, flessione leggermente superiore a quella registrata ad inizio 2023 e 2022 (rispettivamente -3,7% e -1,9%), ma comunque in linea con la tendenza del periodo. Rispetto allo stesso trimestre 2023 il fatturato invece è aumentato del +5,6%, conferma della fase di normalizzazione che sta caratterizzando il ciclo economico dopo le forti crescite del post pandemia.**
- ⇒ **I primi tre mesi dell'anno rappresentano un periodo di bassa stagionalità per oltre la metà (55,7%) delle imprese turistiche venete, per il 21,8% l'attività è sospesa e per un altrettanto 22,5% è alta stagione.**
- ⇒ **Clima congiunturale in calo con i giudizi spostati più in terreno negativo. Nei primi tre mesi del 2024 il fatturato risulta in diminuzione per il 41,6% delle imprese turistiche rispetto al trimestre precedente, in particolar modo per le imprese della ristorazione e degli alberghi.**
- ⇒ **Prosegue la fase di stabilizzazione dei prezzi di vendita, nel primo trimestre del 2024 l'indicatore è aumentato del +2,2% su base annua.**
- ⇒ **Ottimismo delle imprese sull'andamento del comparto turistico per i mesi primaverili, caratterizzati dall'alta stagionalità (per il 56,5% delle imprese): oltre due terzi delle imprese turistiche prevede incrementi di fatturato. Buone prospettive soprattutto per le attività dei servizi turistici (dove la quota favorevole cresce all'80%).**
- ⇒ **Buone prospettive per i mesi primaverili: quasi due terzi (64,2%) degli intervistati ipotizza una crescita del settore nel secondo trimestre 2024. Per il 26,2% le aspettative sono di una sostanziale stabilità del mercato e solo il 9,5% prevede una diminuzione del fatturato del comparto. Risultano ottimisti soprattutto coloro che svolgono attività dei servizi turistici.**
- ⇒ **Il 27% delle imprese turistiche vende i propri prodotti attraverso internet, l'alberghiero il comparto più digitalizzato e i 2/3 dichiarano una stazionarietà del fatturato derivante dalle vendite online nel trimestre in esame.**
- ⇒ **Il contatto diretto con la struttura si conferma la principale modalità di prenotazione, da cui deriva il 72% del fatturato.**

-
- ⇒ **Oltre la metà delle imprese turistiche intervistate ha dichiarato che negli ultimi anni non ha riscontrato cambiamenti nei comportamenti dei turisti, risultato influenzato principalmente dal settore della ristorazione. Per chi ha dichiarato invece una maggiore stagionalità è stato chiesto se hanno intrapreso qualche azione: il 67% ha dichiarato che non ha fatto azioni, anche in questo caso è il settore ristorazione ad indicare maggiormente questa risposta. Nell'alberghiero un 43% delle imprese ha indicato che stanno proponendo offerte e sconti fuori stagione, nelle attività dei servizi turistici un 34% sta puntando su nuovi prodotti e proposte di vacanze.**
 - ⇒ **Il maggior cambiamento nello stile di vita del turista riguarda l'alimentazione indicato dal 70% delle imprese.**
 - ⇒ **Il 40% delle imprese del campione prevede nuove assunzioni per la stagione estiva 2024, in particolare gli albergatori che accusano anche una certa difficoltà. Le assunzioni si concentrano nel lavoro stagionale.**

Turismo in Italia da record: trend in crescita anche nel 2024

Ottimi i risultati del settore turistico in Italia: nel 2023 sono stati registrati **numeri di gran lunga superiori a quelli del periodo pre-Covid**, segnando un traguardo storico con oltre 134 milioni di arrivi (+2,3% rispetto al 2019) e 451 milioni di presenze (+3,3% rispetto al 2019). La ripresa è stata sostenuta dalla crescita del +13,4% negli arrivi e del +9,5% nelle presenze rispetto al 2022, dimostrando la resilienza e l'attrattività del nostro Paese, che rimane tra le mete di tendenza anche nel 2024.

I dati Istat e del Ministero del Turismo mostrano una crescita più marcata nel settore extra-alberghiero rispetto a quello alberghiero e segnalano il **ritorno dei turisti stranieri**.

Nel corso del 2023, il Veneto ha guidato la classifica delle regioni italiane per numero di turisti, con il 15,9% del totale. È seguito dal Trentino-Alto Adige con il 12,4%, mentre Toscana, Lombardia e Lazio si posizionano tutte intorno al 10%. La Campania è invece la regione più visitata del Sud Italia, con circa 20 milioni di presenze (il 4,5 % del totale). Tra le regioni che hanno registrato una crescita più marcata troviamo Lazio (+25,3%), Lombardia (+16,8%) e Sicilia (+13,9%). Tutte hanno segnalato aumenti ben superiori alla media nazionale del 3,3%. Secondo Istat e il Ministero del Turismo, questa ripresa è dovuta al ritorno dei flussi turistici nei grandi centri urbani, Roma e Milano in primis. Per quanto riguarda la scelta dell'alloggio, il settore del cosiddetto "extra-alberghiero" (bed & breakfast, appartamenti turistici, affittacamere, agriturismi, campeggi e residence) segnano la crescita maggiore, si parla addirittura di un aumento del 16,9% negli arrivi e dell'11% nelle presenze registrate. Il settore alberghiero cresce leggermente meno, con un aumento degli arrivi dell'11,5% e delle presenze dell'8,1%. I turisti stranieri hanno ripreso a viaggiare verso l'Italia: rappresentano il 52,4% delle presenze registrate nelle strutture ricettive nel 2023 e superano così la quota del 50,5% raggiunta nel 2019. Gli ottimi risultati del 2023 si legano al trend positivo registrato anche nel 2024, con grandi aspettative per l'imminente stagione estiva.



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

In Veneto i numeri del turismo nel 2023 erano stati di oltre 21 milioni di arrivi e quasi 72 milioni di presenze, in crescita significativa sul 2022 (arrivi +16,1%, presenze +9,1%) e anche rispetto al 2019 (+4,3% e + 0,9%). Una performance nella quale spiccano gli incrementi di arrivi nelle città d'arte (+22,7%) e in montagna (+115,3%), seguiti da terme (+10,2%), lago (+8,8%) e mare (+7,6%). Turismo balneare risultato invece in testa per presenze (quasi 26 milioni), seguito da città d'arte (24,5 milioni), lago (14 milioni), montagna (4,5 milioni) e terme (2,8 milioni). E il **Veneto si conferma prima regione turistica italiana anche nel primo trimestre del 2024**. Gli ultimi dati provvisori disponibili, forniti dall'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto, **registrano da gennaio a marzo di quest'anno per arrivi e presenze una crescita, rispettivamente, del +12% e del +12,6%** rispetto allo stesso periodo 2023, pari a quasi 3 milioni di arrivi e oltre 7 milioni di presenze.

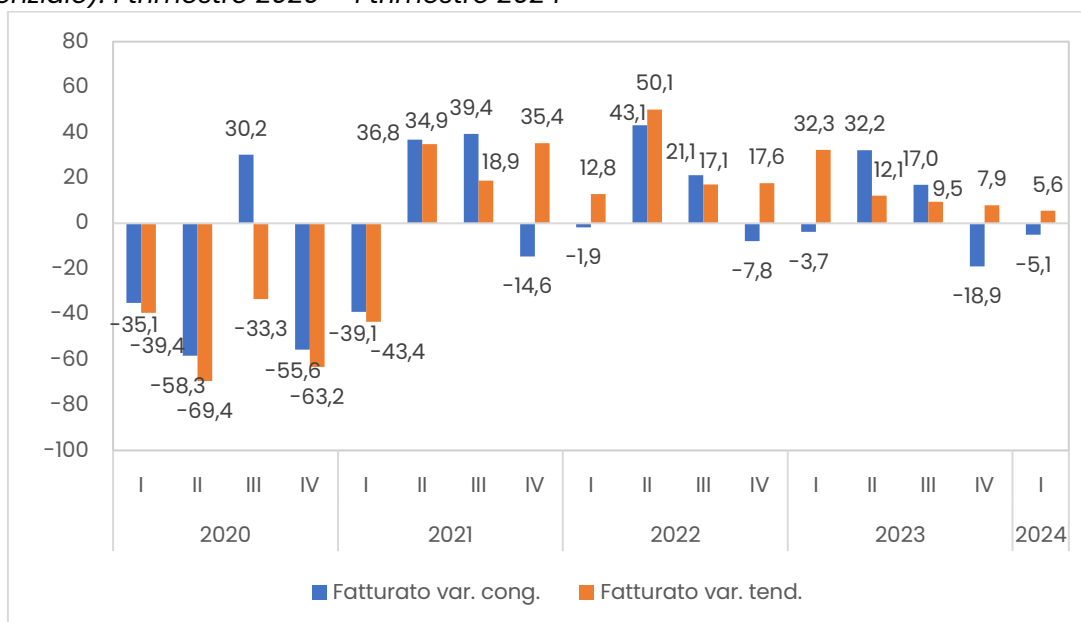
Le dinamiche del comparto turistico del Veneto continuano ad essere monitorate anche dall'**indagine trimestrale sulle imprese dei servizi turistici**, finalizzata a rilevare le variazioni economiche dei principali indicatori congiunturali del settore¹. Il campione regionale, stratificato per provincia e settore, è composto da oltre **1.600 imprese rispondenti** (su oltre 34 mila contatti), a cui fanno riferimento quasi **18 mila addetti** ed un **fatturato** complessivo di oltre **5 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 **17 aprile – 10 maggio 2024** dalla società di rilevazione Demetra opinioni.net Srl mediante

¹ L'indagine fa parte delle attività previste dall'Osservatorio turistico regionale federato (OTRF), avviato con il Protocollo d'intesa sottoscritto ad oggi da 44 soggetti territoriali, promosso dalla Regione del Veneto in collaborazione con Unioncamere del Veneto e rinnovato con un Accordo di collaborazione nell'ambito del Piano Turistico Annuale (P.T.A.). 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.

utilizzo del sistema CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) e CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

Secondo l'indagine congiunturale, in Veneto, fra gennaio e marzo 2024, il **fatturato delle attività turistiche è diminuito del -5,1% rispetto al trimestre precedente**, flessione superiore a quella registrata ad inizio 2023 e 2022 (rispettivamente -3,7% e -1,9%), ma comunque in linea con la tendenza del periodo condizionata dalla normale bassa stagionalità del periodo. L'analisi della variazione congiunturale per **settori** (significativa con i dati regionali del campione) evidenzia tuttavia come tale contrazione sia imputabile alla decrescita dell'indicatore nella **ristorazione** (-5,8%) e nel settore **alberghiero** (-4,1%), mentre le attività dei servizi turistici registrano un aumento congiunturale del +8,7%. A livello provinciale si evidenziano contrazioni del fatturato più o meno marcate in tutte le province ad eccezione di Belluno, trainata dal turismo invernale.

Veneto. Andamento del fatturato nelle imprese del settore turistico (variazione % congiunturale e tendenziale). I trimestre 2020 - I trimestre 2024



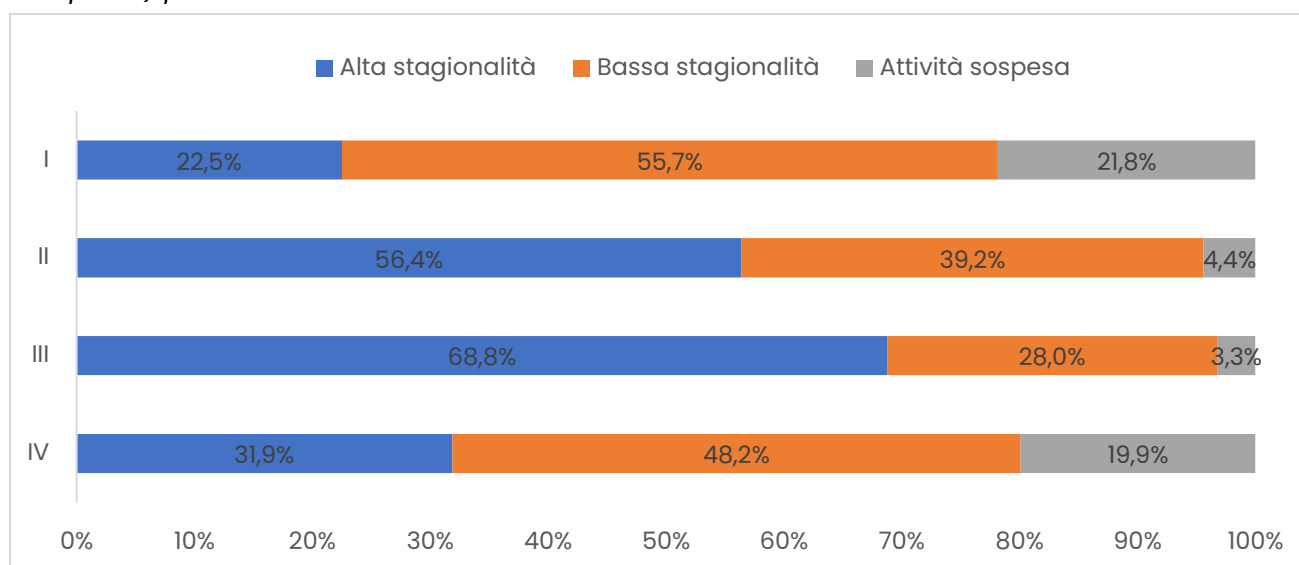
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Rispetto allo stesso trimestre 2023 il **fatturato del comparto turistico aumenta del +5,6%**, conferma della fase di normalizzazione che sta caratterizzando il ciclo economico dopo le forti crescite del post pandemia. La variazione tendenziale è trainata soprattutto dalla crescita delle attività dei servizi turistici (+8,6%), un po' meno dalla ristorazione (+5,7%) e dall'alberghiero (+5%).

Nell'analizzare questi trend è importante sottolineare che in Veneto i mesi iniziali dell'anno sono caratterizzati normalmente da **bassa stagionalità** turistica. La presente indagine ha riguardato l'analisi dell'andamento economico del turismo nei mesi di gennaio, febbraio e marzo 2024, periodo nel quale **oltre la metà (55,7%)** delle imprese turistiche intervistate ha dichiarato di essere in un trimestre a bassa stagionalità e per il 21,8% l'attività è addirittura sospesa. Per un altrettanto 22,5% delle imprese turistiche invece il primo trimestre dell'anno risulta ad alta stagionalità.

I successivi tre mesi primaverili (aprile-giugno 2024) risultano invece un periodo di alta stagionalità per oltre la metà delle imprese (56,4%) e per il 39,2% di bassa stagionalità.

Veneto. Imprese turistiche che in condizioni non Covid risentono di effetti di stagionalità (quota % imprese) per trimestre dell'anno. I trimestre 2024



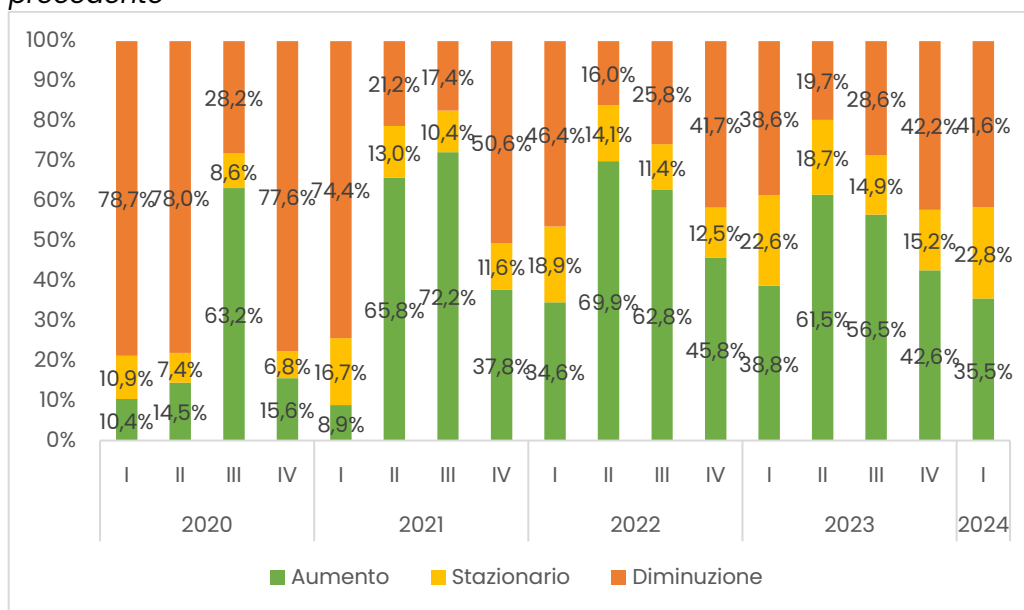
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Clima congiunturale in calo con i giudizi spostati più in terreno negativo. Nei primi tre mesi del 2024 il fatturato risulta in diminuzione per il 41,6% delle imprese turistiche rispetto al trimestre precedente, in particolar modo per le imprese della ristorazione e degli alberghi

L'analisi della **distribuzione dei giudizi** rilasciati dalle imprese turistiche, sull'andamento di fatturato e prezzi di vendita rispetto al trimestre precedente, fornisce ulteriori dettagli a questo scenario. Mediamente in Veneto il **41,6% delle imprese intervistate accusa una diminuzione del fatturato** nel primo trimestre 2024 rispetto alla fine dell'anno precedente, e un 35,5% è interessato da un suo aumento, mentre il 22,8% dichiara una sostanziale stazionarietà. Il saldo dei giudizi ex post risulta negativo di 6 punti percentuali.

Tale andamento è leggermente inferiore rispetto allo stesso trimestre del 2023, quando la quota di coloro che avevano dichiarato un aumento era di 3 punti percentuali superiore, stabili coloro che avevano dichiarato un fatturato stazionario.

Veneto. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese turistiche relativi all'andamento del fatturato dal I trimestre 2020 al I trimestre 2024, rispetto al trimestre precedente



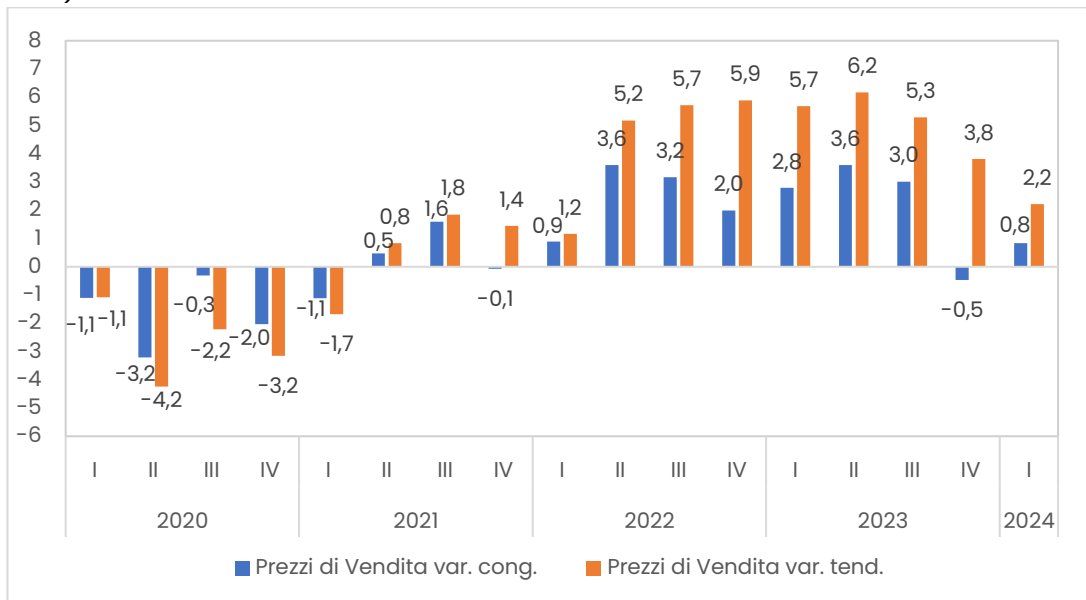
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Il saldo dei giudizi positivi e negativi risulta dunque con segno meno, ma sostenuto in particolare da variazioni congiunturali del fatturato che risultano decisamente **sopra il dato medio regionale per le attività dei servizi turistici** (agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse), dove la quota di giudizi positivi raggiunge il 52,6% delle imprese, a fronte di una quota del 14,5% che segnala fatturato stazionario e 32,9% in diminuzione.

Prosegue la fase di stabilizzazione dei prezzi di vendita

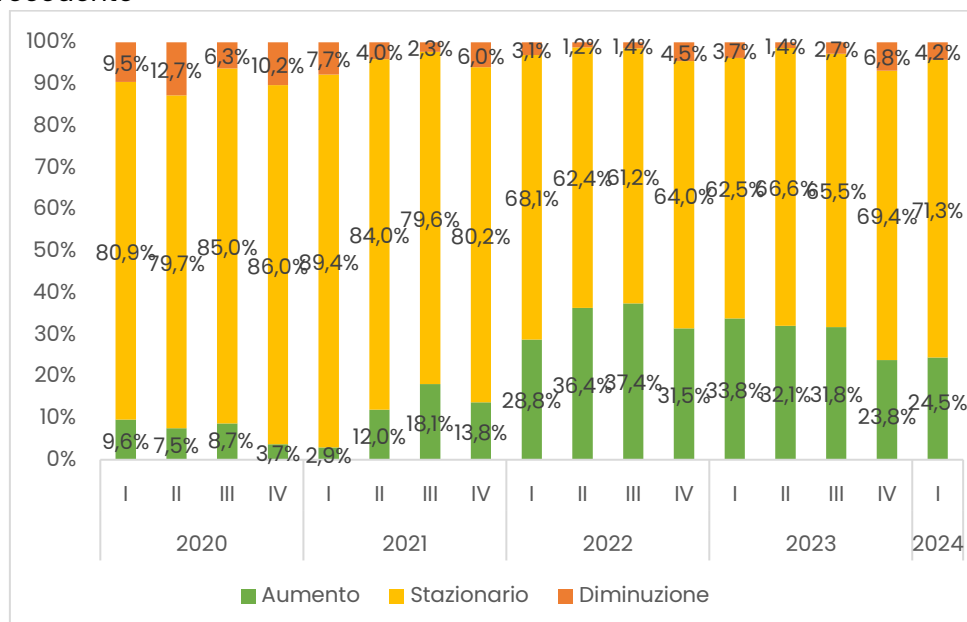
I **prezzi di vendita** delle imprese turistiche **mostrano un rallentamento rispetto ad un anno fa, spinti al ribasso anche in considerazione della frenata subita dall'inflazione**, attesa nel complesso aumentare al +2,5% nel 2024, dopo la crescita del +5,7% del 2023. Secondo l'indagine nel primo trimestre del 2024 i prezzi sono aumentati del +2,2%, grazie soprattutto al settore ristorazione e alberghiero (rispettivamente +2% e +2,6%), meno alle attività dei servizi turistici (+3,7%). Su base congiunturale la variazione dell'indicatore ritorna positiva (+0,8%), ma sui valori del primo trimestre 2022, lontana dalle crescite che i prezzi avevano registrato dal secondo trimestre 2022 al terzo trimestre 2023.

Veneto. Andamento dei prezzi di vendita nei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale). I trimestre 2020 – I trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese relativi all'andamento dei prezzi di vendita dal I trimestre 2020 al I trimestre 2024, rispetto al trimestre precedente



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Andamento di fatturato e prezzi di vendita dei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale) per settore, provincia e dimensione. I trimestre 2024

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

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 I trimestre 2024, rispetto al trimestre precedente, per settore, provincia e dimensione

Giudizi Congiunturali	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	30,7%	30,3%	39,0%	24,7%	58,8%	16,4%
Ristoranti	35,9%	21,5%	42,5%	23,9%	74,3%	1,7%
Attività servizi turistici	52,6%	14,5%	32,9%	39,0%	59,9%	1,0%
Verona	31,4%	24,2%	44,4%	26,1%	68,9%	5,0%
Vicenza	36,0%	21,6%	42,4%	31,3%	67,1%	1,6%
Belluno	51,8%	24,3%	23,8%	24,0%	76,0%	0,0%
Treviso	40,0%	16,9%	43,1%	26,4%	70,4%	3,1%
Venezia	30,1%	28,2%	41,7%	19,9%	72,8%	7,3%
Padova	39,9%	17,3%	42,8%	25,8%	71,1%	3,1%
Rovigo	40,1%	20,5%	39,4%	14,8%	84,0%	1,3%
2- 9 addetti	35,6%	24,1%	40,3%	23,5%	73,0%	3,6%
10- 49 addetti	35,8%	19,3%	44,9%	28,1%	67,0%	4,9%
50 addetti e più	30,1%	15,4%	54,5%	24,5%	57,9%	17,6%
Totale	35,5%	22,8%	41,6%	24,5%	71,3%	4,2%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



Buone prospettive per i mesi primaverili: quasi due terzi delle imprese turistiche prevedono incrementi di fatturato

Secondo le indagini realizzate per conto delle associazioni di categoria il **2024 promette di essere un anno record per il turismo italiano**. La ripresa del settore è ormai consolidata, e l'Italia si prepara ad accogliere milioni di visitatori, in particolare dall'estero, confermandosi una delle destinazioni turistiche più amate al mondo.

Secondo Demoskopika quest'estate il range previsionale si attesta tra 65,8 milioni e 70 milioni di arrivi e tra **216 milioni e 278 mila di presenze** e gli arrivi stranieri supereranno i 35 milioni.

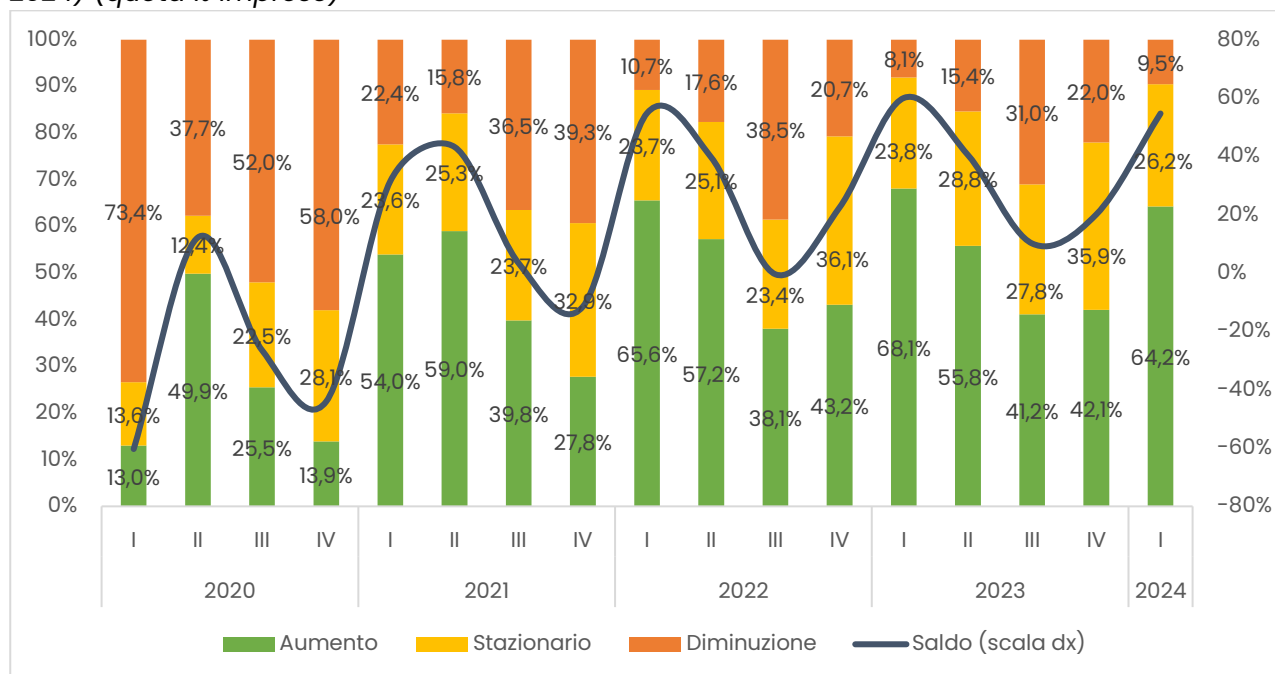
Anche secondo Confesercenti questa estate crescerà l'incoming dall'estero. Per il trimestre estivo le strutture ricettive ufficiali attendono l'arrivo di circa 26,3 milioni di turisti stranieri, per un totale di 105 milioni di pernottamenti, 2,6 milioni in più rispetto allo stesso periodo del 2023. Una crescita cinque volte superiore a quella delle presenze italiane, per le quali si prevede un aumento di circa 590mila unità (+0,5%).

Le buone previsioni per il 2024 sono confermate anche dalle imprese turistiche venete che hanno risposto all'indagine nel mese di aprile indicando il sentiment per il periodo aprile, maggio, giugno 2024. **Quasi due terzi (64,2%) degli intervistati ipotizza una crescita del settore** nel secondo trimestre 2024. Per il 26,2% le aspettative sono di una sostanziale stabilità del mercato e solo il 9,5% prevede una diminuzione del fatturato del comparto. Risultano ottimisti soprattutto coloro che svolgono **attività dei servizi turistici**, dove l'84,8% degli intervistati prevede un aumento del fatturato, il 10,4% una stabilità e il 4,8% ne prevede una diminuzione. Gli albergatori e i ristoratori risultano leggermente più cauti: le quote positive si attestano rispettivamente al 69,4% e 62,4%.

Le aspettative sui **prezzi di vendita** per il secondo trimestre 2024 vedono aumentare la quota di imprese che ne dichiara un aumento (31,6%, contro il 25,8% del quarto trimestre 2023), mentre il 67,1% delle imprese ne dichiara la stazionarietà (rispetto al 71,7% del trimestre precedente).



Veneto. Previsioni sul fatturato delle imprese turistiche per il trimestre successivo (aprile-giugno 2024) (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. I trimestre 2024

Previsioni	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	69,4%	21,2%	9,4%	54,6%	42,3%	3,0%
Ristoranti	62,4%	27,9%	9,7%	25,8%	73,4%	0,8%
Attività servizi turistici	84,8%	10,4%	4,8%	56,4%	42,6%	1,1%
Verona	64,4%	25,7%	9,9%	35,7%	63,7%	0,6%
Vicenza	56,8%	30,8%	12,4%	31,5%	66,8%	1,8%
Belluno	43,8%	31,4%	24,8%	20,3%	75,0%	4,7%
Treviso	63,7%	28,1%	8,2%	24,8%	73,7%	1,5%
Venezia	72,8%	20,2%	7,0%	38,4%	60,3%	1,3%
Padova	61,0%	31,6%	7,4%	25,1%	74,8%	0,1%
Rovigo	71,1%	21,5%	7,4%	28,3%	71,3%	0,4%
2-9 addetti	62,4%	29,2%	8,4%	29,4%	69,2%	1,4%
10-49 addetti	71,9%	16,7%	11,4%	37,5%	62,0%	0,5%
50 addetti e più	56,9%	14,5%	28,6%	49,8%	47,3%	2,9%
Totale	64,2%	26,2%	9,5%	31,6%	67,1%	1,2%

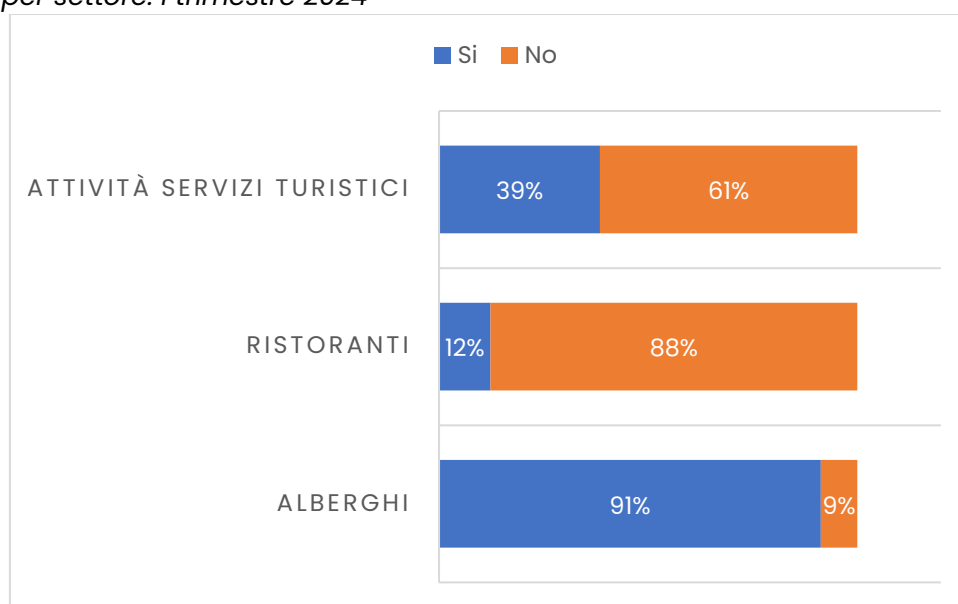
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Il 27% delle imprese turistiche vende i propri prodotti attraverso internet, l'alberghiero il comparto più digitalizzato e i 2/3 dichiarano 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 **il 91% delle imprese che vende anche online** (sia direttamente tramite il proprio sito web, sia attraverso l'intermediazione di Online Travel Agencies emerge successivamente al Focus 1), mentre le attività dei servizi turistici e il comparto ristorazione risultano meno digitalizzati rispettivamente solo il 39% e il 12%.

Nel trimestre gennaio-marzo 2024 la **quota percentuale del fatturato che deriva dalla vendita attraverso internet è mediamente pari al 33%**, dato che risente del periodo di minore stagionalità. A livello settoriale la parte del fatturato realizzata tramite internet è del 44,2% per gli albergatori, del 42,4% per i servizi turistici, mentre rimane ancora molto bassa per la ristorazione (13,3%). L'adozione del digitale risulta sempre più utile ma rimane in una fase di stallo: il 65,3% delle imprese dichiara una stazionarietà del fatturato derivante dalle vendite online.

Veneto. Imprese turistiche che vendono o meno i propri servizi anche attraverso internet (quota % imprese) per settore. I trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Imprese turistiche che hanno aumentato, diminuito o lasciato invariata la quota di vendite attraverso internet per settore, provincia e dimensione. I trimestre 2024

	E-Commerce		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	19,3%	62,7%	17,9%
Ristoranti	15,5%	69,0%	15,5%
Attività servizi turistici	26,1%	68,5%	5,4%
Verona	21,1%	65,3%	13,6%
Vicenza	18,3%	60,1%	21,6%
Belluno	22,5%	52,3%	25,3%
Treviso	21,0%	62,3%	16,7%
Venezia	15,4%	68,5%	16,0%
Padova	13,8%	69,9%	16,4%
Rovigo	33,9%	66,1%	0,0%
2- 9 addetti	19,5%	64,8%	15,7%
10- 49 addetti	15,6%	68,1%	16,3%
50 addetti e più	16,4%	49,0%	34,5%
Totale	18,2%	65,3%	16,5%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

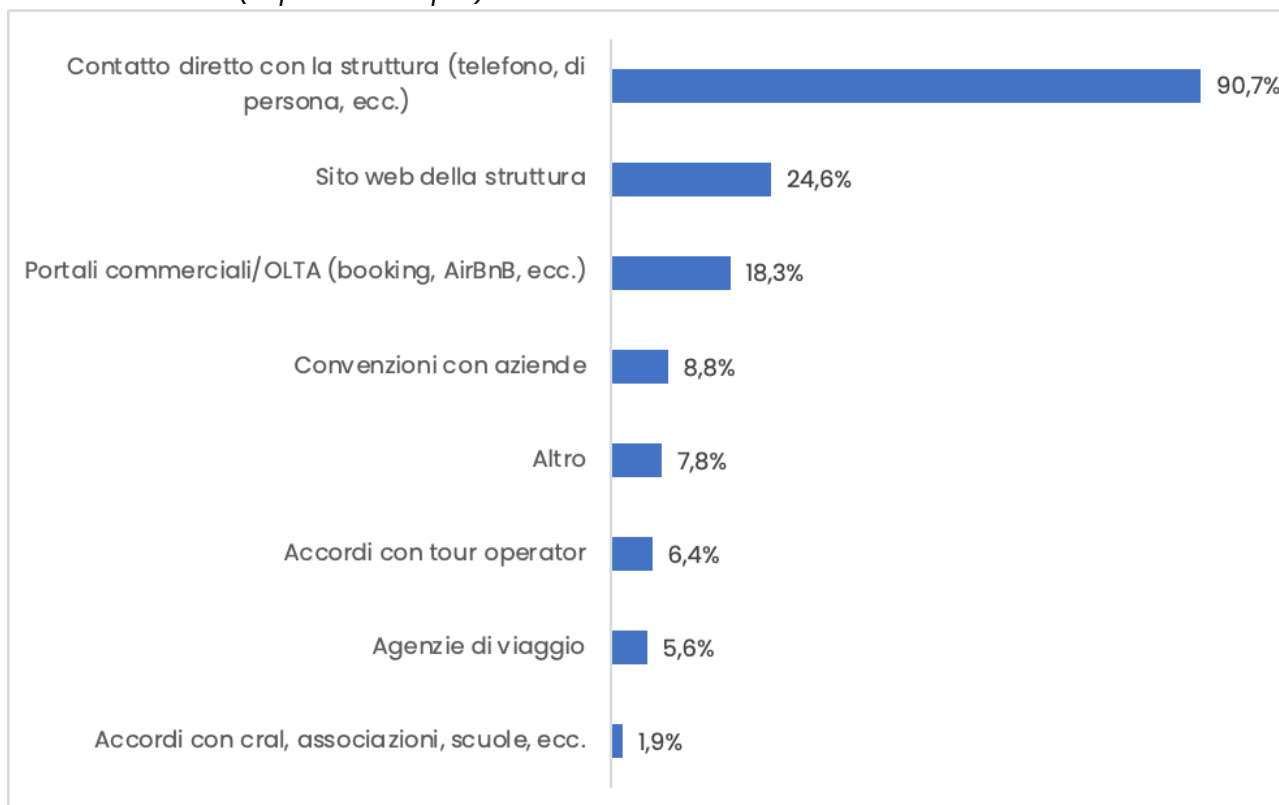
FOCUS 1: Le prenotazioni dei clienti

Il contatto diretto con la struttura si conferma la principale modalità di prenotazione, da cui deriva il 72% 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 (90,7%) ha dichiarato che nei primi tre mesi del 2024, 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 72% sul fatturato aziendale totale. Il contatto diretto è utilizzato soprattutto nel settore **ristorazione** (92,2% delle imprese lo dichiarano modalità

principale di prenotazione utilizzata dai loro clienti), dove pesa mediamente per l'82,2% del fatturato complessivo.

Veneto. Quota di imprese turistiche che dichiara principali le seguenti modalità di prenotazione nella sua attività (risposta multipla). I trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Quanto agli alberghi a pesare di più in termini di prenotazioni sono i **portali commerciali/OLTA** (Booking, AirBnB, ecc.), con il 37,3% con un peso sul fatturato che si attesta anch'esso al 37%. Considerando anche il sito della struttura (18,4% del fatturato degli alberghi) si ricava che il 55% delle prenotazioni e il 56% del fatturato passa per il canale on-line.

Veneto. Media dei pesi per i diversi canali di prenotazione sul fatturato e sul numero di prenotazioni. I trimestre 2024

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.)	71,9	74,3
Sito web della struttura	5,4	5,7
Portali commerciali/OLTA (booking, AirBnB, ecc.)	7,7	7,8
Accordi con tour operator	1,3	1,3
Agenzie di viaggio	0,7	0,7
Accordi con cral, associazioni, scuole, ecc.	0,5	0,3
Convenzioni con aziende	2,0	1,9
Altro	4,8	5,3

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

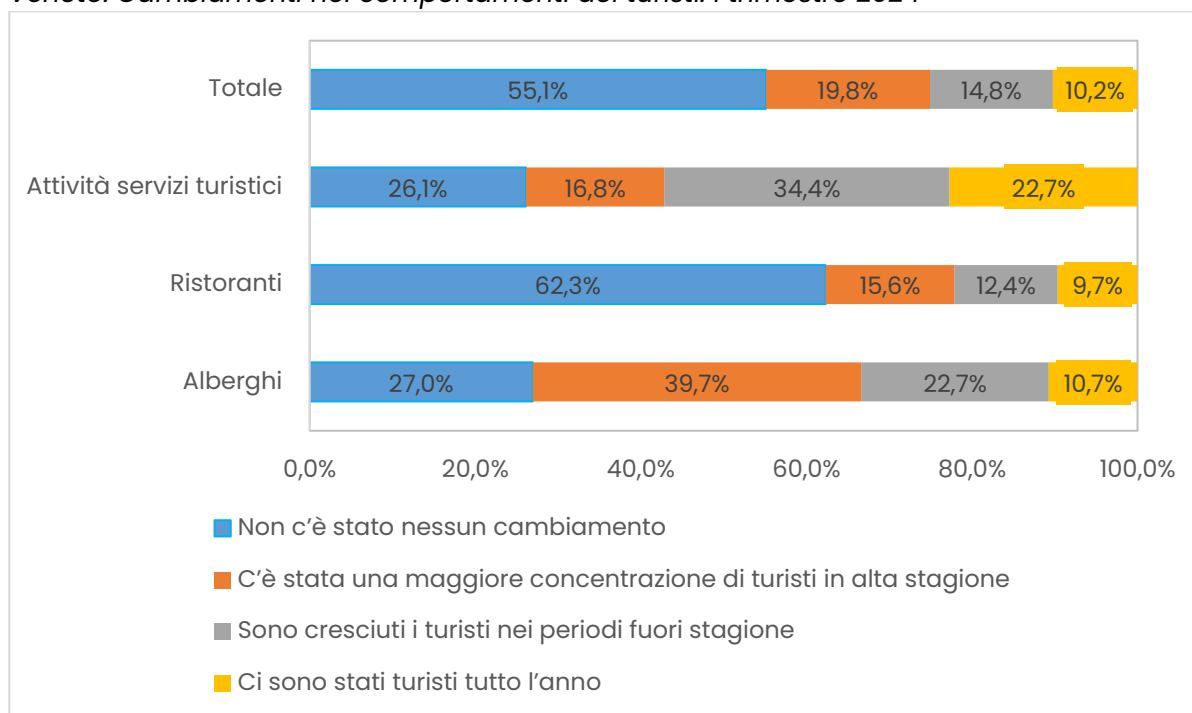
FOCUS 2: I comportamenti del turista

Oltre la metà delle imprese turistiche intervistate ha dichiarato che negli ultimi anni non ha riscontrato cambiamenti nei comportamenti dei turisti, risultato influenzato principalmente dal settore della ristorazione

Una sezione del focus di approfondimento dell'indagine è stata dedicata ad approfondire se negli ultimi anni i **comportamenti dei turisti si stanno modificando**. Con riferimento al primo trimestre 2023 **oltre la metà delle imprese turistiche intervistate ha dichiarato che non ci sono stati cambiamenti**. Per la restante parte circa il 20% invece ha indicato che c'è stata una maggiore concentrazione di turisti in alta stagione, il 15% sono cresciuti i turisti fuori stagione, mentre il 10% ci sono stati turisti tutto l'anno.

I risultati sono però differenti se analizzati a livello settoriale: le imprese che dichiarano che non ci sono stati cambiamenti **appartengono soprattutto al settore della ristorazione** con la quota che supera il 60%, negli alberghi e nelle attività dei servizi turistici la quota invece è poco più del 25%. Quasi il 40% degli albergatori invece indica che c'è stata una maggiore concentrazione di turisti in alta stagione, mentre quasi il 35% delle attività dei servizi turistici ha affermato che sono cresciuti i turisti nei periodi fuori stagione.

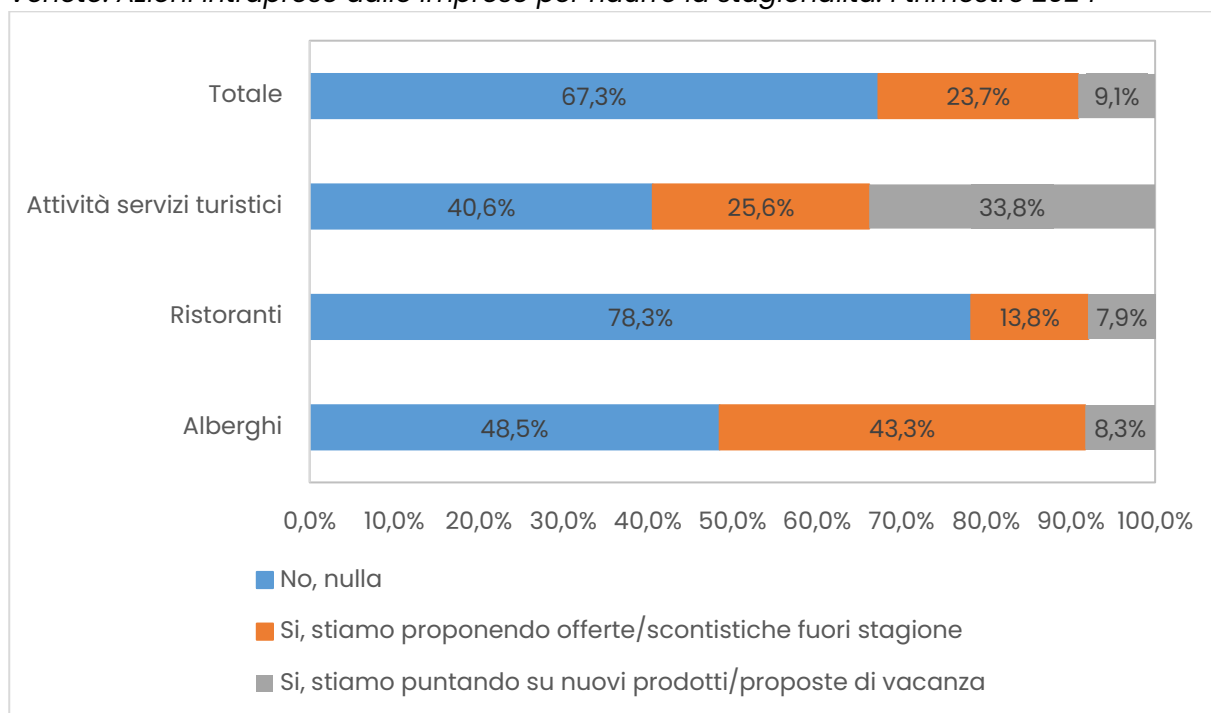
Veneto. Cambiamenti nei comportamenti dei turisti. I trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

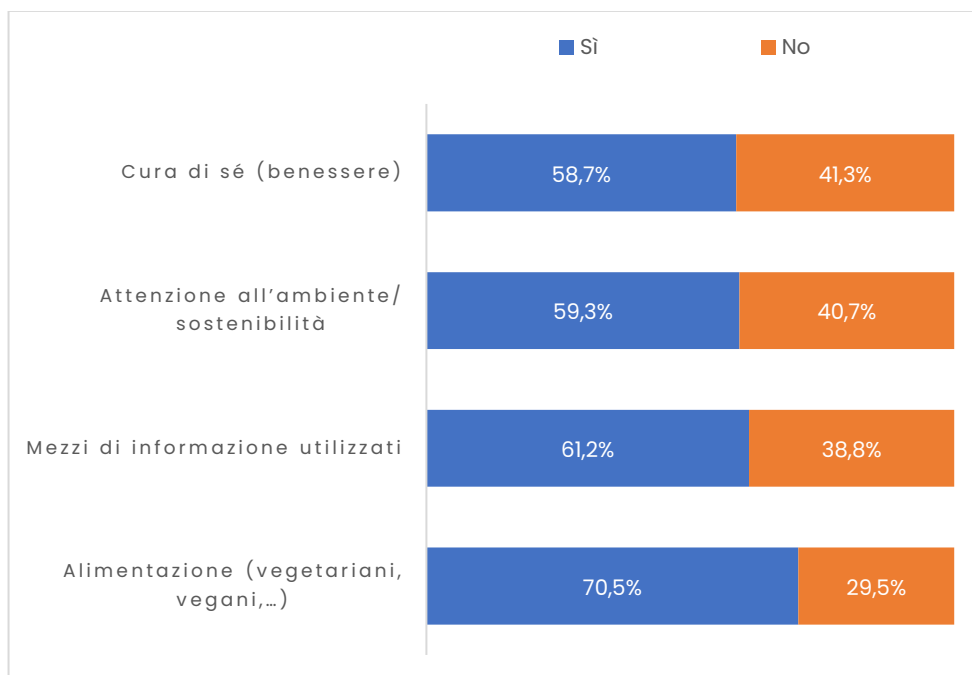
Solo alle imprese che hanno indicato che c'è stata una maggiore concentrazione di turisti in alta stagione e sono cresciuti i turisti nei periodi fuori stagione è stato chiesto se l'impresa sta facendo qualcosa per ridurre la stagionalità. Il **67% ha dichiarato che non ha fatto azioni, anche in questo caso è il settore ristorazione** ad indicare maggiormente questa risposta. Nell'alberghiero un 43% ha indicato che stanno proponendo offerte e scontistiche fuori stagione, nelle attività dei servizi turistici un 34% sta puntando su nuovi prodotti e proposte di vacanze. Infine, al campione di rispondenti è stata posta la domanda se riscontrano dei cambiamenti nei comportamenti degli ospiti rispetto ad alcune tematiche. Il **maggior cambiamento riguarda l'alimentazione indicato dal 70% delle imprese**. Per quanto riguarda i mezzi di informazione utilizzati, attenzione all'ambiente e sostenibilità e cura di sé delle modifiche negli stili di vita dei turisti sono dichiarate da circa il 60% dei rispondenti.

Veneto. Azioni intraprese dalle imprese per ridurre la stagionalità. I trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Cambiamenti nei comportamenti degli ospiti rispetto ad alcune tematiche. I trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

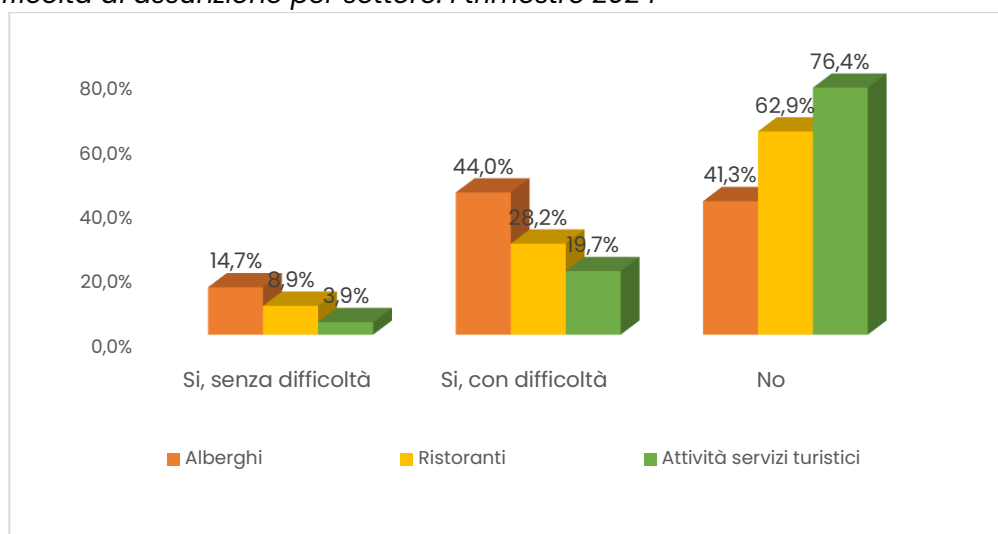
FOCUS 3: le nuove assunzioni per la stagione estiva 2024

Il 40% delle imprese del campione prevede nuove assunzioni per la stagione estiva 2024, in particolare gli albergatori che accusano anche una certa difficoltà. Le assunzioni si concentrano nel lavoro stagionale

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 il 40% delle imprese sta assumendo personale durante la stagione estiva 2024, in particolar modo il **settore alberghiero** (58,7%) e le imprese di grandi e medie dimensioni (72,7% e 59,2%). Delle imprese che hanno dichiarato che stanno assumendo circa il **30% lo sta facendo con difficoltà**, soprattutto per quanto riguarda il comparto alberghiero.

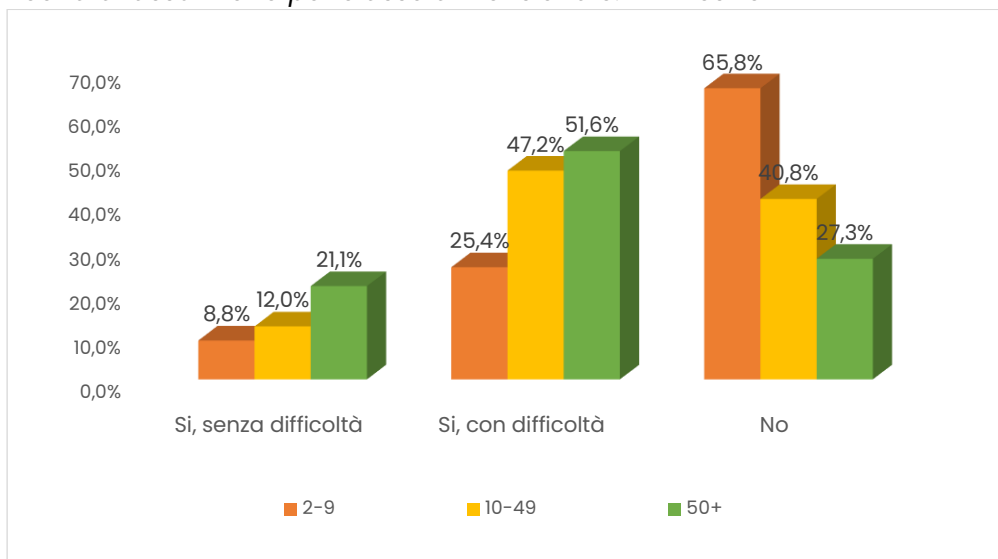
Tra le imprese turistiche che stanno assumendo personale per l'estate 2024, la principale tipologia di rapporto di lavoro è quella del **lavoro stagionale** (65,9% delle tipologie), soprattutto per il comparto alberghiero. Il 50,5% invece sono contratti con part time, in particolar modo per le attività dei servizi turistici e per la ristorazione, il 46,4% con retribuzione contrattuale di categoria, tipologia più evidente per alberghi e ristoranti, e il 41,8% con tredicesima e ferie retribuiti.

Veneto. Difficoltà di assunzione per settore. I trimestre 2024



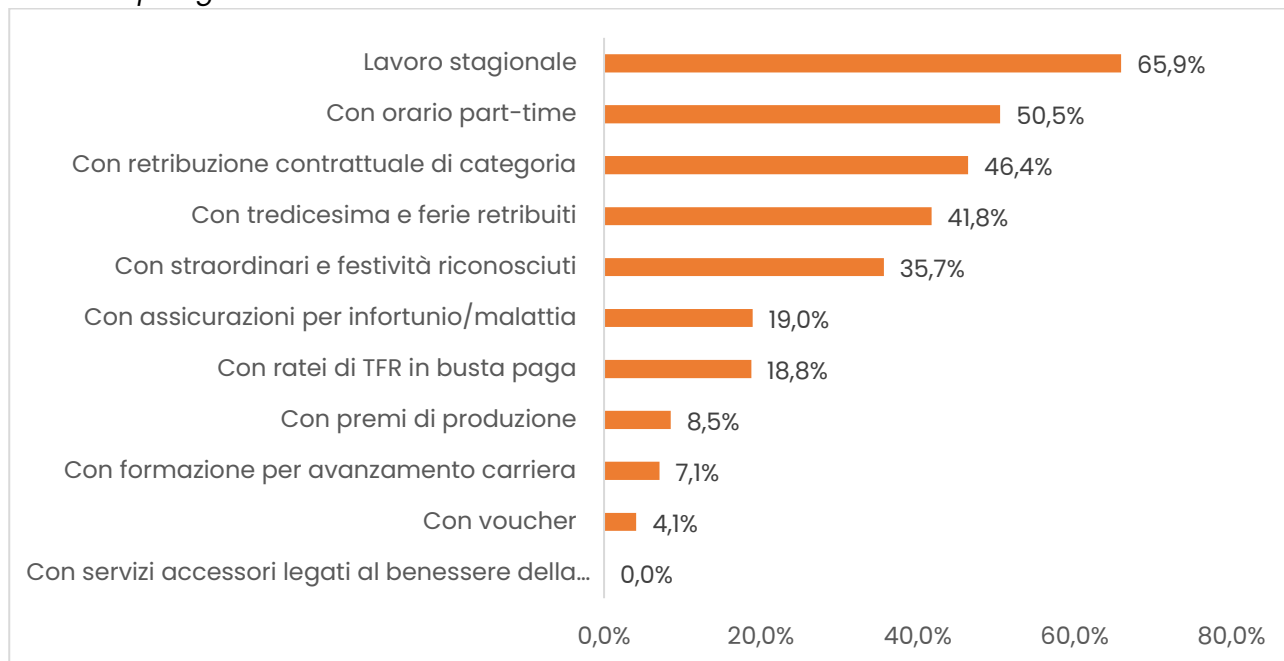
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Difficoltà di assunzione per classe dimensionale. I trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Tipologia di contratti di assunzione. I trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato