

INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI

SECONDO 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 SECONDO TRIMESTRE 2024

- ⇒ **Nel complesso il turismo Veneto chiude il periodo gennaio – agosto con un bilancio positivo: +2,6% gli arrivi e +1,3% le presenze, rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. In particolare, agosto 2024 vede un +4,6% di arrivi e un +1,6% di presenze rispetto ad agosto 2023, mostrando un boom di flussi turistici al mare, al lago e in montagna. I tre mesi estivi, giugno, luglio e agosto, registrano stabilità negli arrivi rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso (-0,4%), mentre le presenze calano del 2,1%.**
- ⇒ **Secondo l'indagine congiunturale, in Veneto, fra aprile e giugno 2024, il fatturato delle attività turistiche cresce del +21,4% rispetto al trimestre precedente, incremento fisiologico del periodo, di intensità tuttavia inferiore rispetto ai valori registrati nel medesimo periodo degli anni precedenti successivi alla pandemia. Rispetto allo stesso trimestre 2023 il fatturato del comparto turistico aumenta del +4,8% e anche per questo indicatore la crescita è più tenue, trainata soprattutto dalle attività dei servizi turistici.**
- ⇒ **I mesi primaverili dell'anno rappresentano un periodo di alta stagionalità per il 56,3% delle imprese turistiche venete, per il 40% il secondo trimestre dell'anno risulta a bassa stagionalità, mentre solo per il 3,6% l'attività è sospesa.**
- ⇒ **Buono il clima congiunturale nel periodo aprile-giugno 2024: il fatturato risulta in aumento per il 58,8% delle imprese turistiche rispetto a inizio anno, in particolar modo per il settore alberghiero. Per la restante parte del campione il 18,2% dichiara stabilità nel fatturato, il 23% diminuzione.**
- ⇒ **I prezzi di vendita del comparto turistico registrano un nuovo balzo positivo nel secondo trimestre del 2024: +3,8% su base tendenziale, in linea con l'ultimo trimestre 2023, ma superiore al trimestre precedente (+2,2%).**
- ⇒ **Prospettive positive ma più caute rispetto ad inizio 2024: la quota di imprese turistiche che prevede incrementi di fatturato per la stagione estiva si riduce al 54,7% dal 64,2%. Il caro prezzi pesa sul potere d'acquisto delle famiglie e sulle decisioni di vacanza.**
- ⇒ **Il 27% delle imprese turistiche vende i propri prodotti attraverso internet, l'alberghiero il comparto più digitalizzato. Quasi 1/3 delle imprese dichiara un aumento 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.**
- ⇒ **Le imprese turistiche venete vedono per l'estate 2024 una ripresa soprattutto del turismo internazionale dagli USA, ma si attende un aumento di turisti anche dalla**

Polonia, Spagna, Repubblica Ceca e Francia. Le attese di turisti dalla Germania (primo paese per numero di arrivi e presenze) registrano invece un saldo negativo (-3,5%).

- ⇒ **Il personale assunto dalle imprese turistiche proviene principalmente dall'area in cui operano, lo dichiara l'85,8% del campione. Il 10,1% delle imprese afferma di avere personale anche di altre regioni italiane o dall'estero e solo una parte esigua (4,2%) da altre località del Veneto.**
- ⇒ **Il 35,6% delle imprese dichiara difficoltà per i lavoratori assunti da altre località di trovare un alloggio, quota che però si alza al 50% per il settore alberghiero.**

Estate 2024: calano i turisti nazionali, in ripresa gli stranieri. Vacanze in Italia più care

I **prezzi nel settore turistico in Italia hanno subito un deciso aumento quest'estate**, con effetti negativi sul comparto a livello nazionale. Secondo i dati Eurostat emerge come il costo di pacchetti vacanze (cioè tour organizzati e pacchetti all-inclusive con viaggio, cibo, alloggio, guide, ecc.) ha registrato nel nostro Paese un vero boom, con una crescita del +19,5% contro il +6,6% della media Ue, che sale al +29,8% nel caso di pacchetti per località nazionali. Più contenuta la crescita dei prezzi per i pacchetti vacanza internazionali (+3,7%). In flessione, invece, i costi dei voli.

L'aumento dei prezzi nel settore turistico, che si contrappone all'andamento dell'inflazione, in rallentamento per il raffreddamento dei costi energetici, ha impattato sulle dinamiche turistiche dell'estate con una diminuzione della **domanda interna del -2,9%** che non è stata del tutto compensata da quella **straniera (+1,6%)**. I dati emergono da un'indagine di Assoturismo Confesercenti, realizzata dal Centro studi turistici di Firenze, che parla di un trimestre estivo al di sotto delle aspettative con un -0,7% di pernottamenti tra giugno e agosto per una flessione di 1,4 milioni di presenze rispetto allo scorso anno. Il calo della domanda italiana si è sentito in particolar modo nelle località balneari (-4,1%), termali (-5,3%) e dei laghi (-3,7%). In termini assoluti si sono stimati per il trimestre estivo 105,4 milioni di pernottamenti di italiani, contro i 108,6 milioni del 2023.

Per quanto riguarda il Veneto, secondo gli ultimi dati provvisori forniti dall'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto, nel complesso il periodo gennaio-agosto 2024 si chiude positivamente con un +2,6% degli arrivi e un +1,3% delle presenze rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Agosto 2024 vede un +4,6% di arrivi e un +1,6% di presenze (pernottamenti) rispetto ad agosto 2023, mostrando un boom di flussi turistici al mare, al lago e in montagna. I **tre mesi estivi**, giugno, luglio e agosto, **registrano stabilità negli arrivi** rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso (-0,4%), mentre **le presenze calano** del 2,1%. Anche in regione è emerso un leggero calo del turismo nazionale compensato da quello straniero.



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

In generale, i movimenti rilevati dalle strutture alberghiere risultano allineati a quelli dell'anno scorso, mentre il comparto extralberghiero vede ulteriori incrementi.

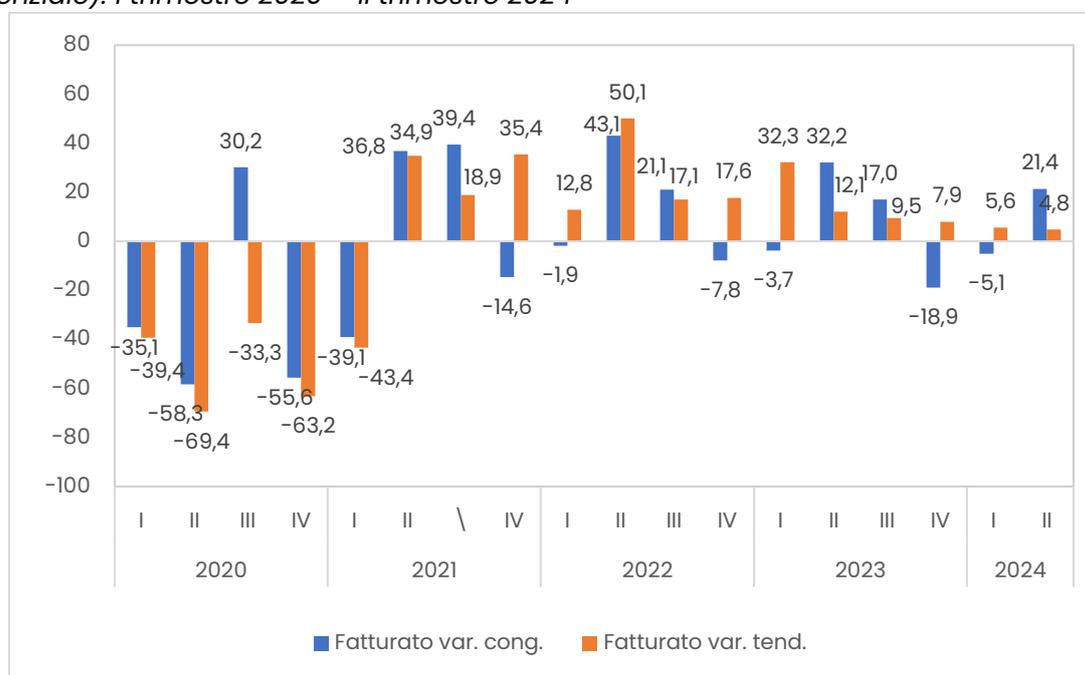
Le dinamiche del comparto turistico del Veneto continuano ad essere monitorate anche dall'**indagine trimestrale sulle imprese dei servizi turistici**, finalizzata a rilevare le variazioni economiche dei principali indicatori congiunturali del settore¹. Il campione regionale, stratificato per provincia e settore, è composto da oltre **1.600 imprese rispondenti** (su oltre 34 mila contatti), a cui fanno riferimento circa **27 mila addetti** ed un **fatturato** complessivo di oltre **7 miliardi** di euro, ed è statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese delle rispettive attività dei servizi turistici (con almeno 2 addetti) iscritte al Registro Imprese delle CCIAA del Veneto. La rilevazione è stata effettuata nel periodo **1 luglio – 2 agosto 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 aprile e giugno 2024, il **fatturato delle attività turistiche cresce del +21,4% rispetto al trimestre precedente**, incremento fisiologico del periodo, di intensità tuttavia inferiore rispetto ai valori registrati nel medesimo periodo degli anni precedenti successivi alla pandemia (+32,2% nel 2023; +43,1% nel 2022; +36,8% nel 2021). L'analisi della variazione congiunturale del fatturato per settore (significativa con i dati regionali del campione) registra un marcato incremento soprattutto per il comparto alberghiero (+52,3%) e per le province di Venezia e Verona (rispettivamente +51,7% e +37,4%). Il **rallentamento della crescita del fatturato turistico rispetto**

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.

agli anni precedenti è condizionato da un non lineare processo di normalizzazione della domanda, dopo le oscillazioni fuori controllo post pandemia: processo oggi condizionato in negativo dall'aumento estivo dei prezzi e da un potere d'acquisto delle famiglie che è stato logorato negli ultimi tre anni dall'inflazione e dalle conseguenti politiche monetarie restrittive introdotte per contrastarne gli effetti.

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Rispetto allo stesso trimestre 2023 il **fatturato del comparto turistico aumenta del +4,8%** e anche per questo indicatore la crescita è più tenue, trainata soprattutto dalle attività dei servizi turistici (+5,9%), un po' meno dalla ristorazione e dall'alberghiero (entrambi +4,8%).

Nell'analizzare queste tendenze è importante evidenziare che in Veneto i mesi primaverili dell'anno sono caratterizzati da **alta stagionalità turistica**. La presente indagine ha riguardato l'analisi dell'andamento economico dei servizi turistici nei mesi **aprile, maggio e giugno 2024**, periodo nel quale, ben il **56,3%**



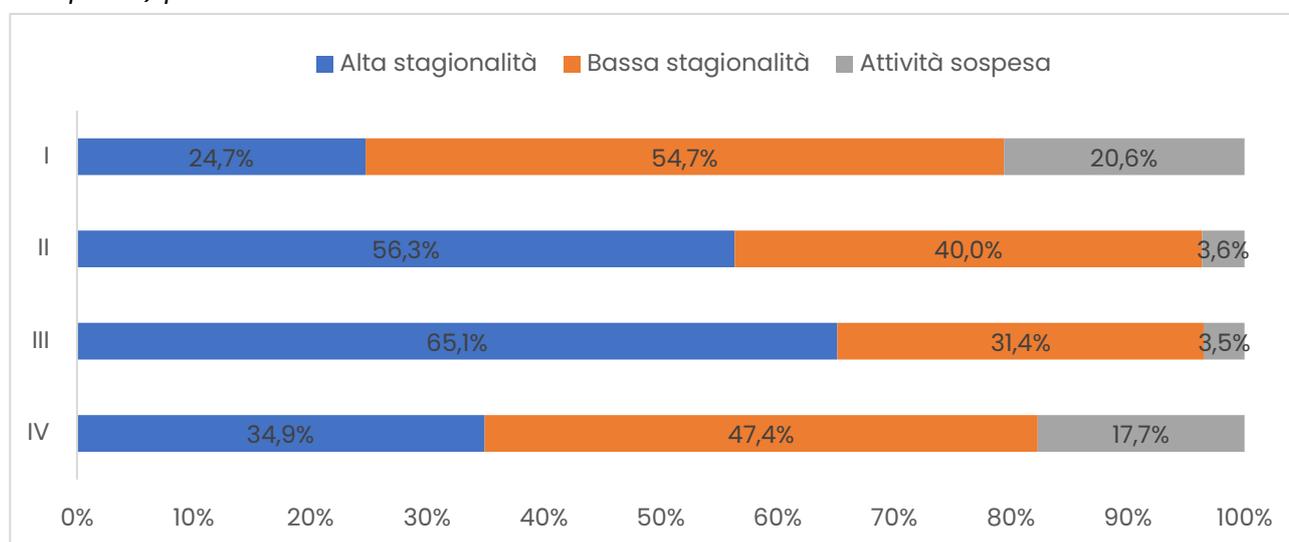
www.veneto.eu



UNIONCAMERE
 VENETO

delle imprese turistiche intervistate dichiara di essere in un trimestre ad alta stagionalità. Per il 40% delle imprese turistiche invece il secondo trimestre dell'anno risulta a bassa stagionalità, mentre solo per il 3,6% l'attività è sospesa. I successivi tre mesi estivi (**luglio-settembre 2024**) risultano un periodo di **alta stagionalità per due terzi delle imprese venete**.

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



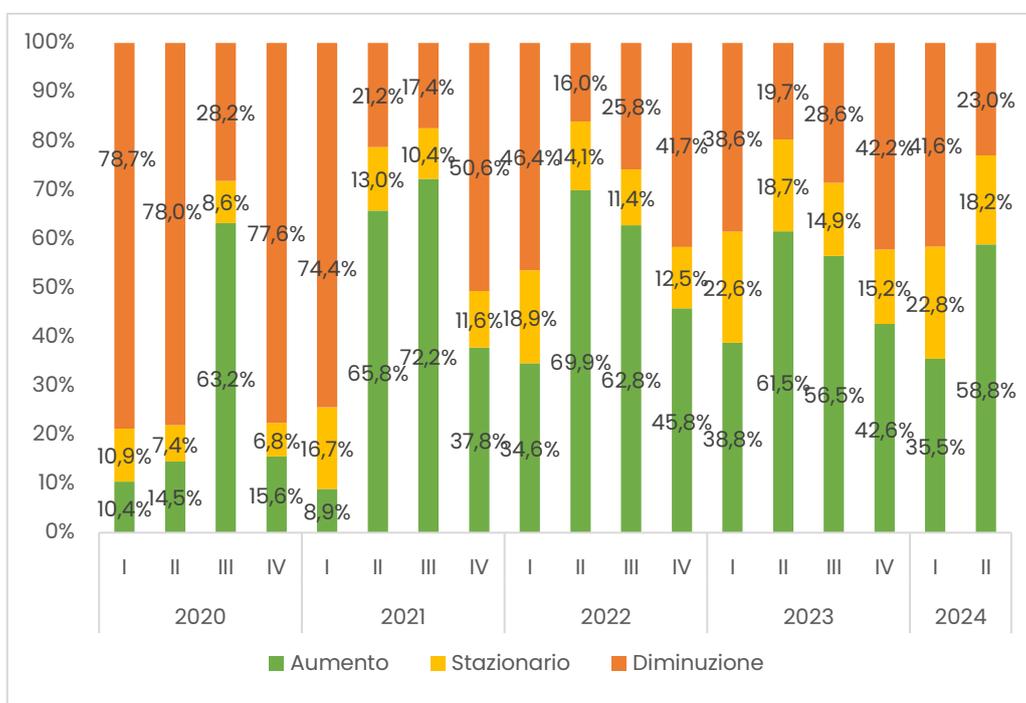
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Buono il clima congiunturale nel periodo aprile-giugno 2024: il fatturato risulta in aumento per il 58,8% delle imprese turistiche rispetto a inizio anno, in particolar modo per il settore alberghiero. Per la restante parte del campione il 18,2% dichiara stabilità nel fatturato, il 23% diminuzione

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 **58,8% delle imprese intervistate è interessato da un aumento del fatturato** nel secondo trimestre 2024 rispetto al primo, il 18,2% dichiara una sostanziale stazionarietà e il 23%, invece, ne accusa una diminuzione. Tale andamento è in

linea rispetto al secondo trimestre dell'anno precedente. Il saldo dei giudizi ex post permane dunque positivo, sostenuto in particolare da variazioni congiunturali del fatturato che risultano sopra il dato medio regionale per gli alberghi e per le attività dei servizi turistici (agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse), rispettivamente +67% e +64,4%.

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 2024, rispetto al trimestre precedente



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

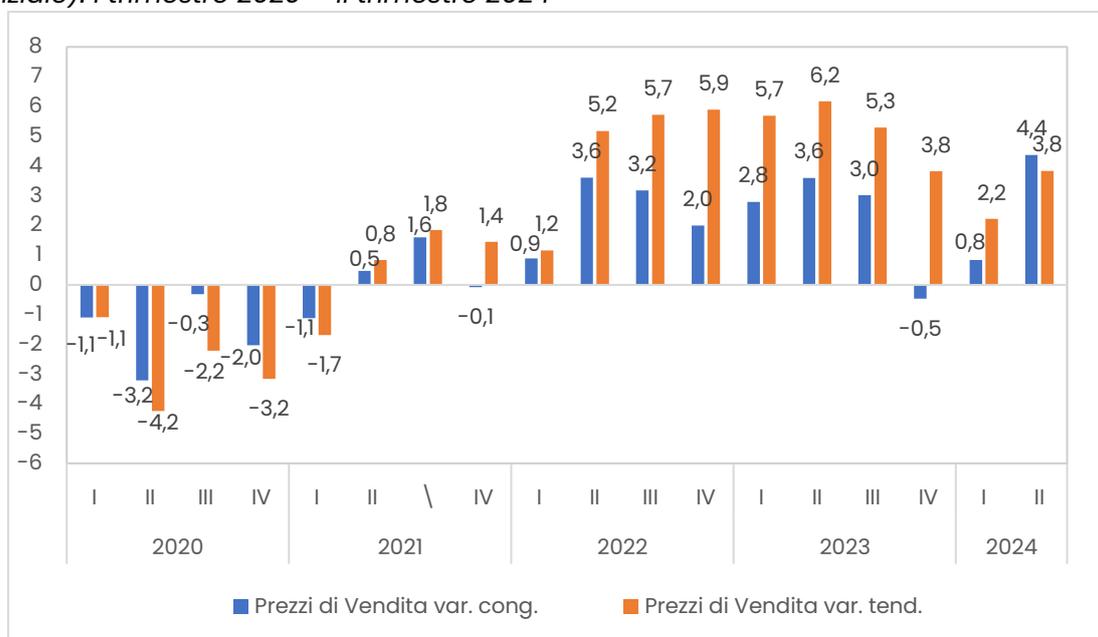
Nuova crescita si registra per i prezzi di vendita

I **prezzi di vendita** del comparto turistico **registrano un nuovo balzo positivo** nel secondo trimestre del 2024: **+3,8%** su base tendenziale, in linea con l'ultimo trimestre 2023, ma superiore al trimestre precedente (+2,2%). Anche su base congiunturale la variazione dell'indicatore risulta in aumento (+4,4%).

L'incremento dei prezzi è evidente soprattutto nel comparto alberghiero che segna un aumento del +5,5% su base annua.

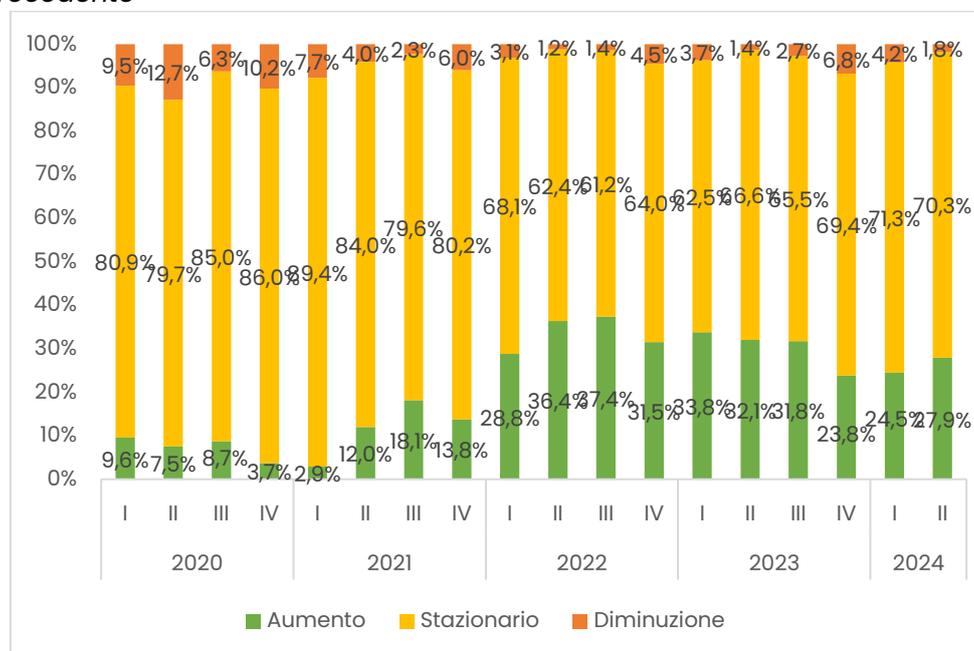
In linea con l'andamento delle variazioni, anche la **quota di imprese che dichiara una situazione di stazionarietà dei prezzi** scende nel secondo trimestre del 2024 di un punto percentuale attestandosi al **70,3%**. Se analizziamo l'indicatore in confronto ad un anno fa si osserva che i prezzi di vendita sono stazionari per il 57,5% delle imprese, in aumento per il 39,2% e in diminuzione per il 3,4%.

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

	Fatturato		Prezzi di Vendita	
	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale
Alberghi	52,3	4,8	10,9	5,5
Ristoranti	14,2	4,8	2,9	3,4
Attività servizi turistici	22,5	5,9	3,9	3,5
Verona	37,4	3,1	3,1	1,8
Vicenza	5,3	6,8	4,3	4,6
Belluno	3,7	2,9	1,7	2,8
Treviso	6,0	-0,8	2,7	3,1
Venezia	51,7	4,5	7,2	4,7
Padova	10,6	3,9	1,2	1,5
Rovigo	19,5	2,1	1,0	2,5
2-9 addetti	22,1	2,2	2,3	2,4
10-49 addetti	23,9	3,3	4,7	3,2
50 addetti e più	19,9	6,5	5,0	4,7
Totale	21,4	4,8	4,4	3,8

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

Giudizi Congiunturali	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	67,0%	20,7%	12,3%	47,9%	49,0%	3,2%
Ristoranti	56,9%	17,8%	25,3%	23,1%	75,3%	1,6%
Attività servizi turistici	64,4%	16,0%	19,6%	43,7%	55,3%	1,0%
Verona	69,0%	15,3%	15,7%	27,5%	70,4%	2,0%
Vicenza	52,0%	16,9%	31,1%	27,3%	70,1%	2,6%
Belluno	43,0%	23,7%	33,3%	20,4%	75,1%	4,5%
Treviso	50,1%	19,8%	30,0%	26,6%	73,4%	0,0%
Venezia	66,9%	17,1%	16,0%	33,5%	65,0%	1,5%
Padova	47,0%	22,1%	30,9%	23,9%	73,9%	2,2%
Rovigo	67,7%	17,3%	15,0%	22,5%	76,2%	1,3%
2-9 addetti	57,2%	20,1%	22,8%	25,2%	72,7%	2,1%
10-49 addetti	62,8%	12,8%	24,4%	35,6%	63,5%	1,0%
50 addetti e più	74,6%	7,7%	17,8%	44,4%	54,7%	1,0%
Totale	58,8%	18,2%	23,0%	27,9%	70,3%	1,8%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

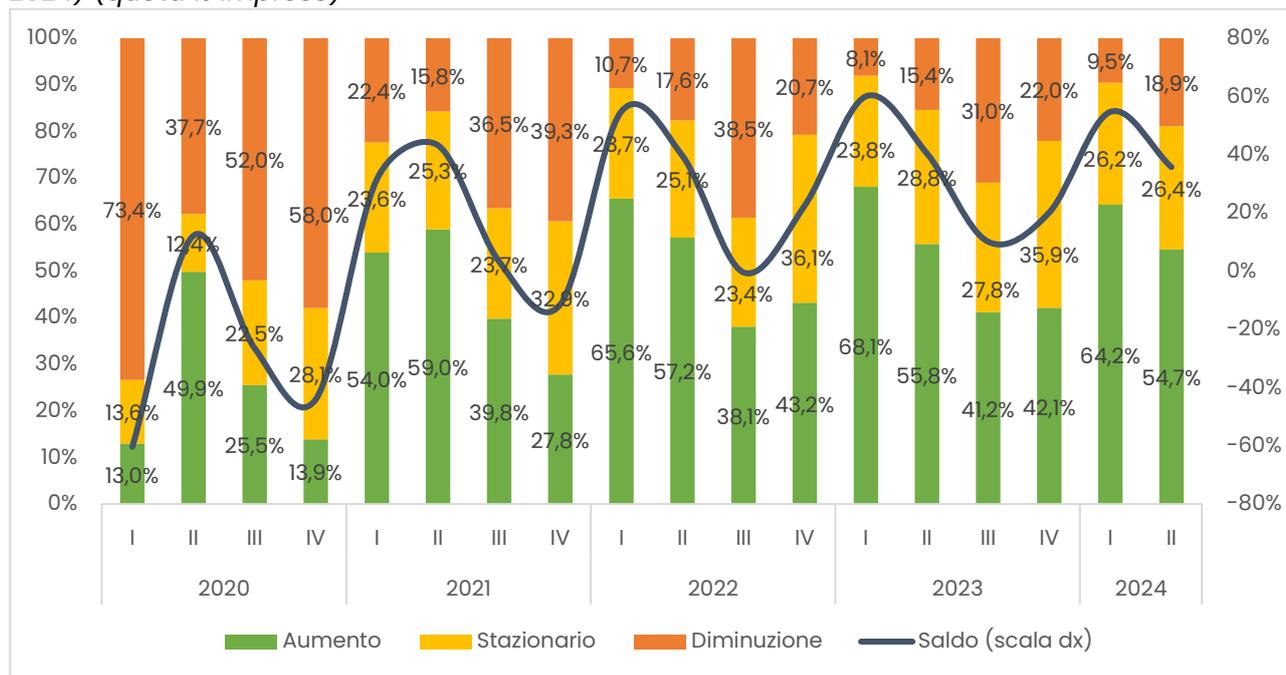
Prospettive positive ma più caute rispetto ad inizio 2024: la quota di imprese turistiche che prevede incrementi di fatturato per la stagione estiva si riduce al 54,7% dal 64,2%. Il caro prezzi pesa sul potere d'acquisto delle famiglie e sulle decisioni di vacanza

Caute le prospettive per il turismo veneto per l'estate 2024, **periodo di alta stagionalità per ben due terzi delle imprese venete**. La tendenza generale mostra ancora una prevalenza di giudizi positivi per tutti gli indicatori monitorati, che tuttavia è meno estesa alla maggioranza degli intervistati rispetto alla precedente rilevazione. Aumenta infatti la quota di coloro che scontano possibili riduzioni delle performance nel prossimo trimestre. In Veneto, la quota degli imprenditori che ipotizza un aumento del fatturato per l'estate 2024 è leggermente diminuita rispetto alle previsioni di inizio 2024 (54,7% vs 64,2%), i giudizi di stazionarietà interessano invece il 26,4% delle imprese, mentre sale al

18,9% la quota di chi prevede una diminuzione (era 9,5% nel trimestre precedente). Si assiste dunque ad un buon saldo tra giudizi positivi e negativi, con **livelli di ottimismo che tuttavia rimangono un po' cauti** rispetto a quelli registrati ad inizio anno. Rispetto a queste attese, risultano ottimisti soprattutto gli albergatori e le attività dei servizi turistici, dove quasi il 63% e il 60% degli intervistati prevede un aumento del fatturato in estate.

Le **aspettative sui prezzi di vendita** per il terzo trimestre 2024 vedono aumentare la quota di imprese che ne dichiara una stazionarietà (73,4%, contro il 67,1% del primo trimestre 2024), mentre il 23,3% delle imprese si attende un aumento (rispetto al 31,6% 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. Il trimestre 2024

Previsioni	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	62,9%	18,5%	18,6%	46,0%	43,8%	10,2%
Ristoranti	52,7%	28,5%	18,8%	17,9%	80,3%	1,8%
Attività servizi turistici	60,0%	17,1%	22,9%	35,6%	59,1%	5,3%
Verona	66,1%	23,0%	10,9%	23,7%	74,7%	1,6%
Vicenza	44,6%	33,2%	22,3%	25,5%	71,8%	2,8%
Belluno	63,2%	27,0%	9,8%	27,9%	70,4%	1,7%
Treviso	46,4%	31,5%	22,1%	16,7%	81,4%	1,9%
Venezia	57,8%	20,6%	21,6%	24,8%	68,2%	7,0%
Padova	44,7%	31,2%	24,2%	22,5%	75,2%	2,3%
Rovigo	60,8%	27,4%	11,8%	21,8%	78,2%	0,0%
2-9 addetti	53,0%	28,6%	18,4%	22,0%	75,0%	3,0%
10-49 addetti	59,3%	20,3%	20,4%	28,1%	67,3%	4,7%
50 addetti e più	66,7%	12,5%	20,8%	23,1%	74,2%	2,7%
Totale	54,7%	26,4%	18,9%	23,3%	73,4%	3,4%

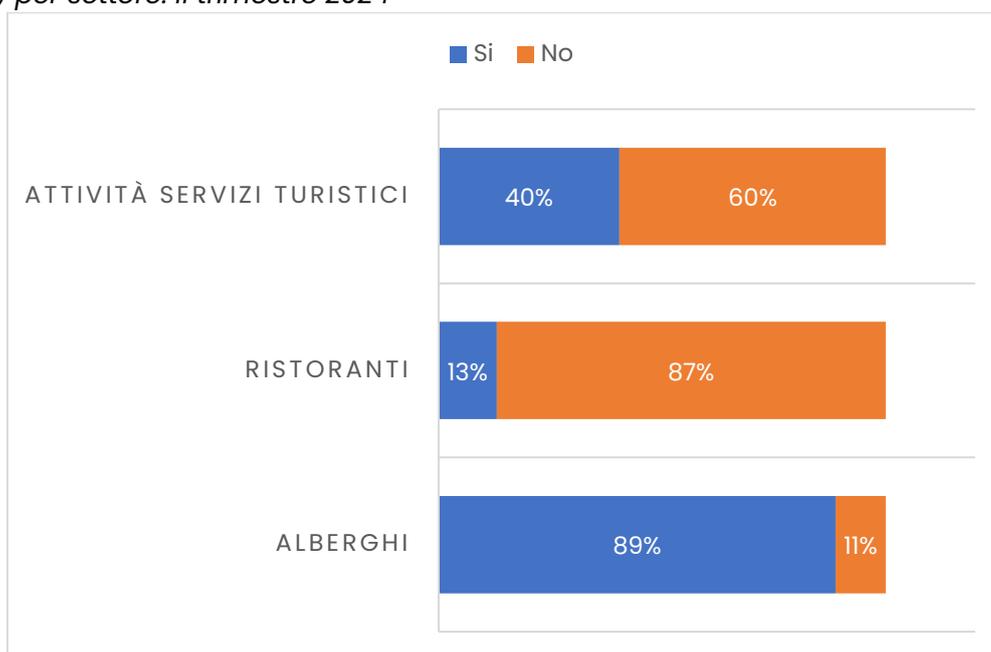
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Il 27% delle imprese turistiche vende i propri prodotti attraverso internet, l'alberghiero il comparto più digitalizzato. Quasi 1/3 delle imprese dichiara un aumento 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'89% delle imprese che vende anche online** (sia direttamente tramite il proprio sito web, sia attraverso l'intermediazione di Online Travel Agencies come è emerso dalla precedente rilevazione), mentre le attività dei servizi turistici e il comparto ristorazione risultano meno digitalizzati rispettivamente il 40% e il 13%. Nel trimestre aprile-giugno 2024 la **quota percentuale del fatturato che deriva dalla vendita attraverso internet è stata mediamente pari al 36,3%**, dato in rialzo rispetto al trimestre precedente per effetto anche del periodo di maggiore stagionalità. A livello settoriale la parte del fatturato realizzata tramite internet è del 51,3% per gli albergatori, del 38,6% per i servizi turistici, mentre rimane ancora

molto bassa per la ristorazione (14,1%). L'adozione del digitale risulta sempre più utile e quasi 1/3 delle imprese (31,2%) dichiara un aumento del fatturato derivante dalle vendite online.

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

	E-Commerce		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	39,6%	44,8%	15,6%
Ristoranti	19,1%	64,9%	16,0%
Attività servizi turistici	29,9%	56,4%	13,7%
Verona	32,2%	52,7%	15,1%
Vicenza	17,6%	64,7%	17,7%
Belluno	30,5%	42,7%	26,8%
Treviso	29,0%	56,9%	14,1%
Venezia	39,6%	48,3%	12,1%
Padova	19,2%	61,7%	19,1%
Rovigo	28,7%	50,0%	21,4%
2-9 addetti	31,0%	53,1%	15,9%
10-49 addetti	32,7%	53,2%	14,2%
50 addetti e più	26,0%	53,2%	20,8%
Totale	31,2%	53,1%	15,7%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

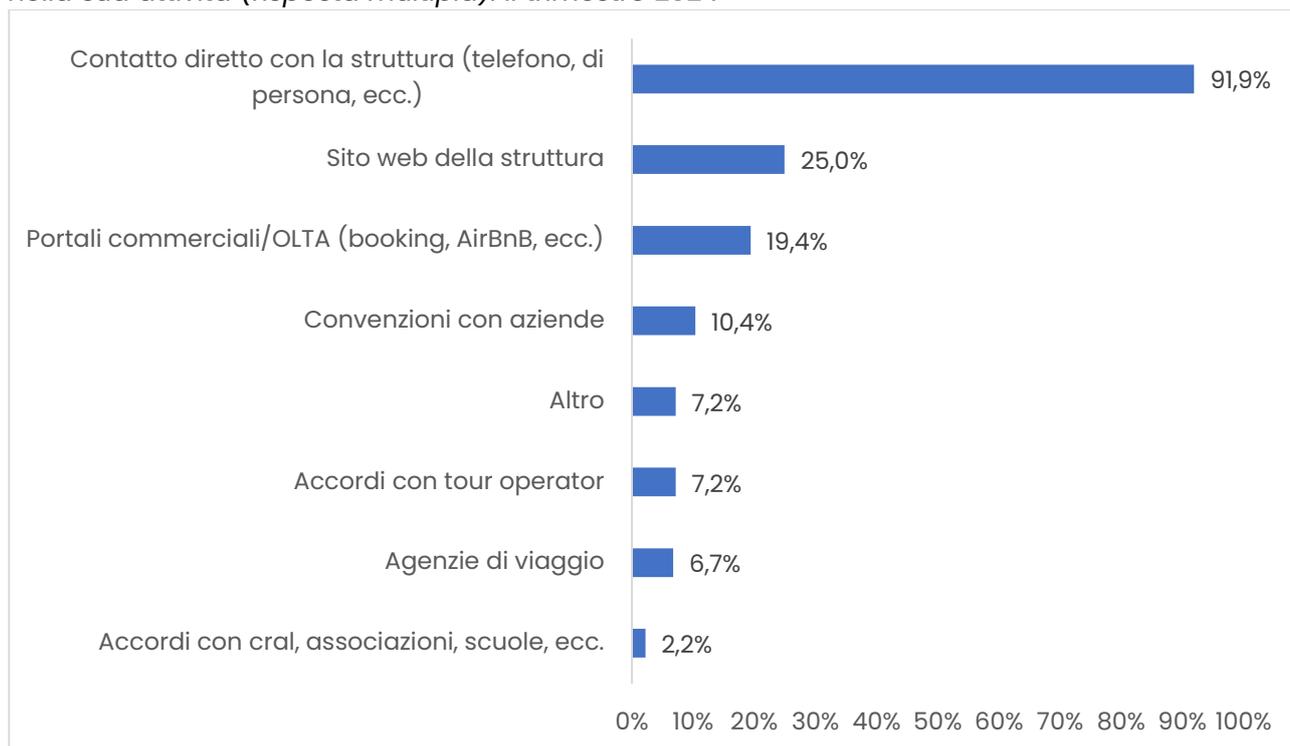
FOCUS 1: Le prenotazioni dei clienti

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 (91,9%) ha dichiarato che nei tre mesi primaverili 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** (93,8% delle imprese lo dichiarano modalità

principale di prenotazione utilizzata dai loro clienti), con un peso medio dell'81,5% sul fatturato complessivo.

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Quanto agli alberghi a pesare di più in termini di prenotazioni (36%) sono i **portali commerciali/OLTA** (Booking, AirBnB, ecc.), con un peso sul fatturato che si attesta anch'esso al 35,3%. Considerando anche il sito della struttura (18,1% del fatturato degli alberghi) si ricava che il 54,6% delle prenotazioni e il 53,3% 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. Il 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	74,6
Sito web della struttura	5,7	5,9
Portali commerciali/OLTA (booking, AirBnB, ecc.)	7,4	7,7
Accordi con tour operator	1,4	1,4
Agenzie di viaggio	0,9	0,9
Accordi con cral, associazioni, scuole, ecc.	0,4	0,4
Convenzioni con aziende	2,3	2,2
Altro	3,8	3,9

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

FOCUS 2: La geografia del turismo straniero

Le imprese turistiche venete vedono per l'estate 2024 una ripresa soprattutto del turismo internazionale dagli USA, ma si attende un aumento di turisti anche dalla Polonia, Spagna, Repubblica Ceca e Francia

Una sezione del focus di approfondimento dell'indagine è stata dedicata ad approfondire come si sta modificando la geografia del turismo straniero a seguito della ripresa del settore post-pandemia. Dai dati emerge la **ripresa del turismo internazionale dagli Usa** con un saldo tra imprese che ne dichiarano un aumento e chi una diminuzione positivo e pari al 7,3%. **Bilanci positivi anche per i turisti in arrivo da Polonia e Spagna**, con saldi, anche per questi due paesi, superiori al 7%, e da Repubblica Ceca e Francia (rispettivamente 5,9% e 4,7%). Le attese di turisti dalla Germania (primo paese per numero di arrivi e presenze) registrano invece un saldo negativo (-3,5%). Negativo il saldo anche di Regno Unito (-11,4%), Cina (-11,6%) e, in particolar modo, della Russia (-54,6%).

Tali dati emersi dall'indagine a livello regionale trovano conferma nei risultati dell'indagine di Assoturismo Confesercenti realizzata a livello nazionale. Secondo quest'ultima le indicazioni di crescita significativa per le provenienze dai mercati extraeuropei sono state per gli statunitensi e gli australiani, ma un aumento è

stato rilevato anche per brasiliani, canadesi e coreani. In flessione i flussi cinesi, giapponesi, indiani e, in generale, le provenienze dai Paesi arabi. I mercati europei che hanno fatto registrare una crescita significativa sono stati la Francia, la Polonia, i Paesi Bassi, la Repubblica Ceca e il Belgio. In leggero aumento anche le provenienze dai Paesi scandinavi, Svizzera, Ungheria e Spagna. Invece, per austriaci, tedeschi e britannici sono state segnalate flessioni di diversa entità.

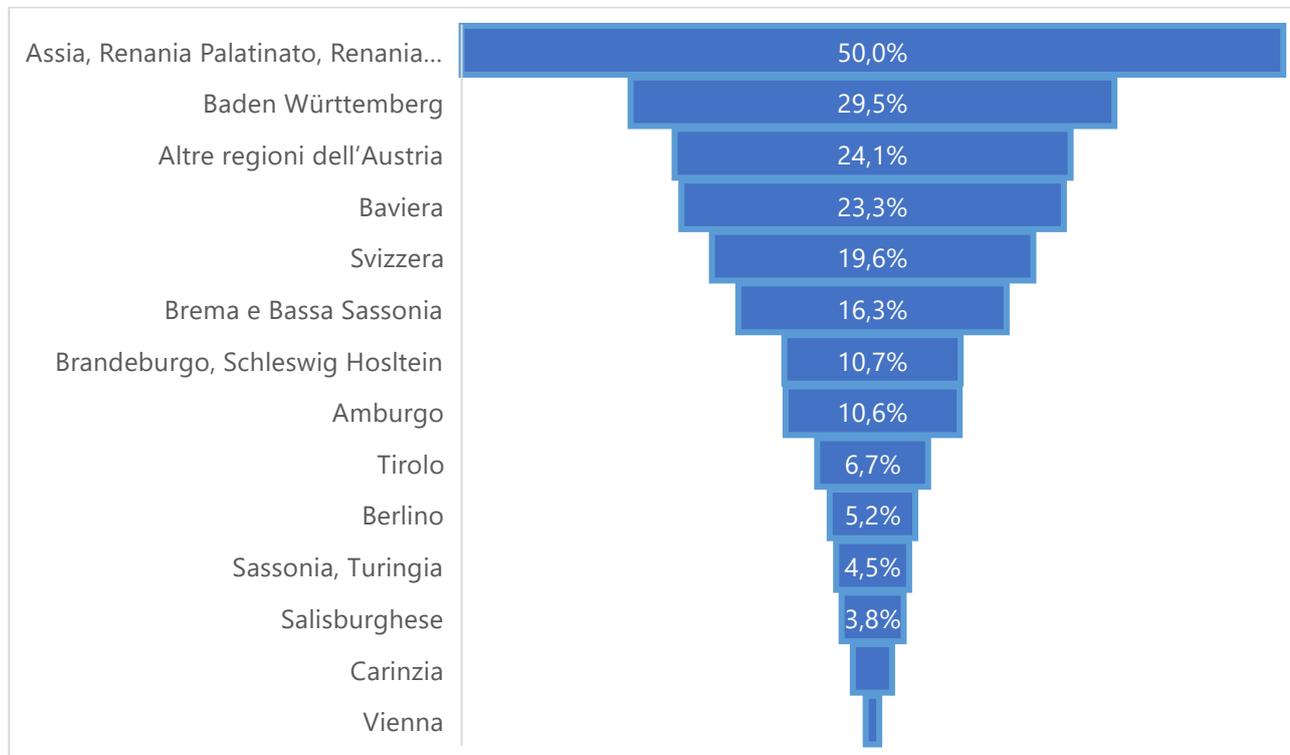
Veneto. Come si sta modificando la geografia del turismo straniero. Il trimestre 2024

	Aumento	Stabilità	Diminuzione	Saldo
U.S.A.	31,4%	44,4%	24,1%	7,3%
Polonia	27,2%	52,8%	20,0%	7,2%
Spagna	21,3%	64,5%	14,2%	7,1%
Rep. Ceca	26,6%	52,7%	20,7%	5,9%
Francia	23,5%	57,8%	18,8%	4,7%
Svizzera	16,1%	67,2%	16,7%	-0,6%
Austria	18,5%	62,2%	19,3%	-0,9%
Paesi Bassi	17,7%	61,3%	21,0%	-3,2%
Germania	19,6%	57,4%	23,0%	-3,5%
Belgio	12,7%	69,9%	17,4%	-4,8%
Ungheria	17,6%	59,4%	23,0%	-5,4%
Danimarca	12,7%	65,3%	22,0%	-9,3%
Regno Unito	19,0%	50,5%	30,5%	-11,4%
Cina	21,3%	45,7%	32,9%	-11,6%
Russia	6,9%	31,6%	61,5%	-54,6%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Prendendo in considerazione il mercato turistico di lingua tedesca, è stato chiesto alle imprese quali sono i principali Länder (regioni)/ aree geografiche di provenienza. **Metà delle imprese** del campione intervistato ha indicato la regione **Assia, Renania Palatinato, Renania Settentrionale Vestfalia, Saarland come quella di maggiore provenienza di turisti di lingua tedesca**, segue il Baden Württemberg dichiarato dal 29,5% delle imprese, altre regioni dell'Austria (24,1%), Baviera (23,3%) e Svizzera (19,6%).

Veneto. Principali Länder (regioni)/ aree geografiche di provenienza dei turisti stranieri di lingua tedesca. Il trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

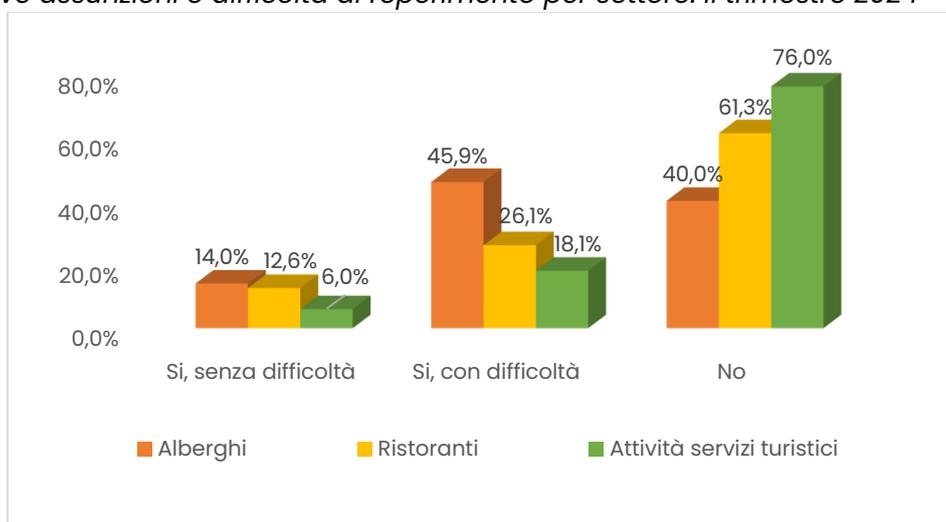
FOCUS 3: le nuove assunzioni per la stagione estiva 2024

Circa il 40% delle imprese del campione dichiara 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** (60%) e le imprese di grandi e medie dimensioni (85,4% e 65,4%). Delle imprese che hanno dichiarato che stanno assumendo il **30% lo sta facendo con difficoltà**, soprattutto per quanto riguarda il comparto alberghiero.

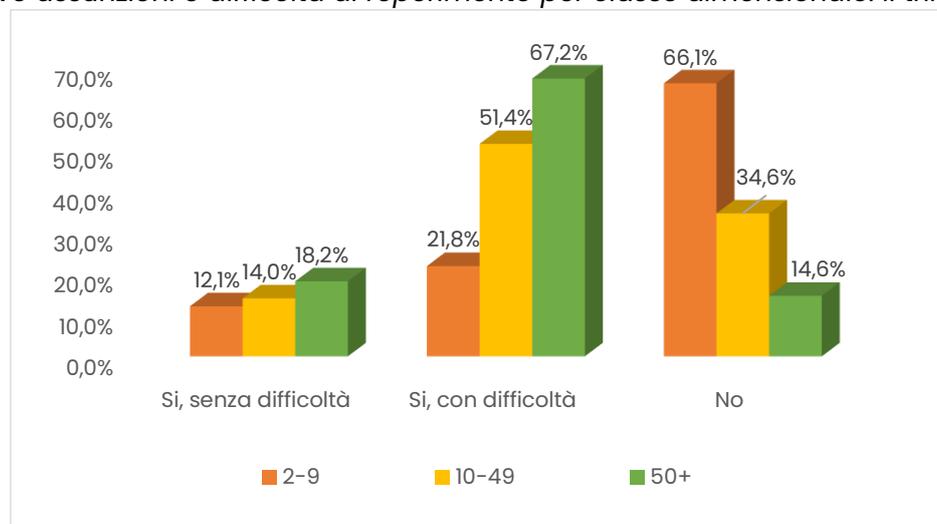
Il **personale assunto dalle imprese turistiche proviene principalmente dall'area in cui operano**, lo dichiara l'**85,8%** del campione. Il 10,1% delle imprese afferma di avere personale anche di altre regioni italiane o dall'estero e solo una parte esigua (4,2%) da altre località del Veneto. A livello settoriale emerge una maggiore provenienza da fuori regione o estero ma anche da altre località del Veneto per l'alberghiero, in particolare per i fuori regione indicati da quasi il 20% delle imprese.

Veneto. Nuove assunzioni e difficoltà di reperimento per settore. Il trimestre 2024



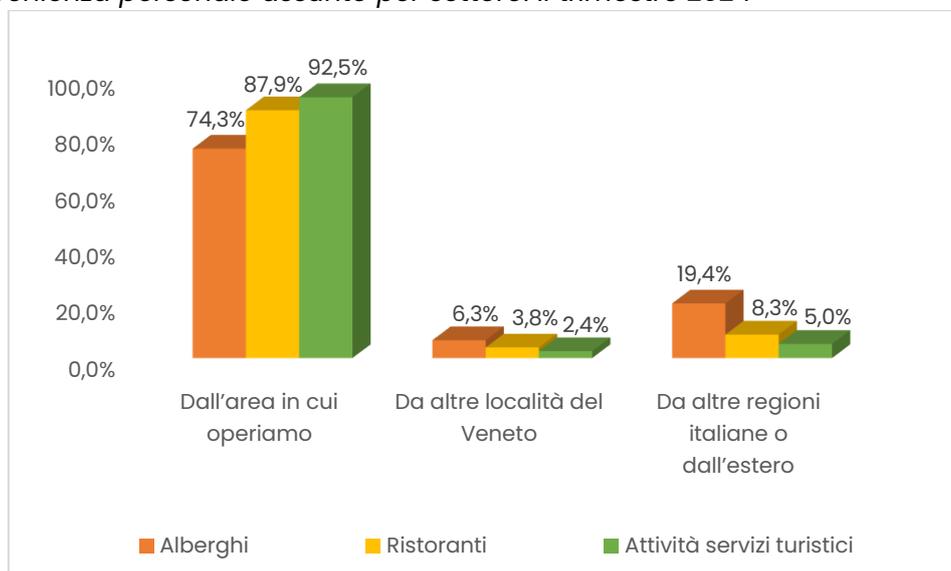
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Nuove assunzioni e difficoltà di reperimento per classe dimensionale. Il trimestre 2024



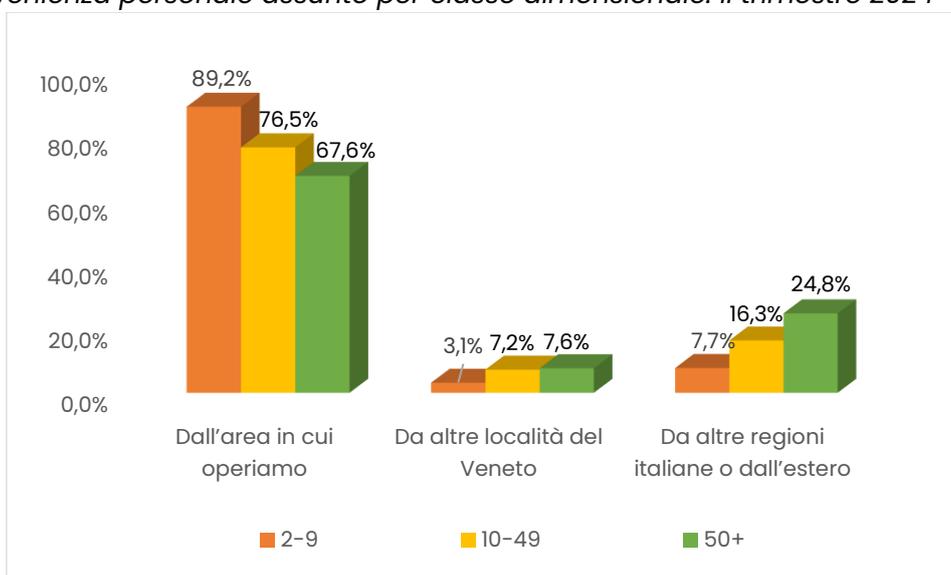
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Provenienza personale assunto per settore. Il trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

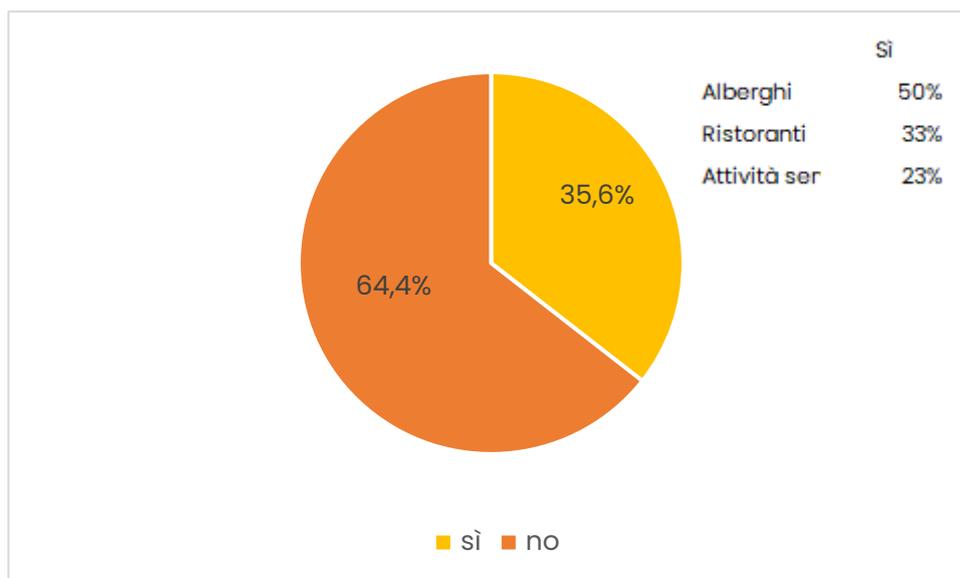
Veneto. Provenienza personale assunto per classe dimensionale. Il trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Per il personale assunto da altre località l'indagine ha monitorato la difficoltà di trovare un alloggio. Il **35,6% delle imprese dichiara difficoltà**, quota che però si alza al 50% per il settore alberghiero.

Veneto. Difficoltà dell'alloggio per personale assunto da altre località. Il trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato