

# INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI

TERZO TRIMESTRE 2024  
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 TERZO TRIMESTRE 2024

- ⇒ **Nei primi nove mesi del 2024 la destinazione Veneto registra risultati positivi, con un incremento dell'1,6% negli arrivi e dell'1,4% nelle presenze rispetto allo stesso periodo del 2023. Questi dati, forniti dalle strutture ricettive, si riferiscono esclusivamente ai turisti che vi hanno soggiornato: gli arrivi rappresentano il numero di persone registrate al check-in, mentre le presenze indicano il totale dei pernottamenti effettuati.**
- ⇒ **Secondo l'indagine congiunturale, in Veneto, tra luglio e settembre 2024, il fatturato delle attività turistiche registra un incremento del +13,2% rispetto al trimestre precedente. Si tratta di una crescita fisiologica, ma di intensità inferiore rispetto ai valori osservati nello stesso periodo degli anni precedenti successivi alla pandemia. Rispetto al terzo trimestre del 2023, il fatturato del comparto turistico aumenta del +4%, una crescita anch'essa più contenuta rispetto ai trimestri precedenti, trainato principalmente dalle attività alberghiere e dalla ristorazione.**
- ⇒ **I mesi estivi rimangono cruciali per le attività legate al turismo, rappresentando un periodo di alta stagionalità per quasi il 70% delle imprese venete, confermando il loro ruolo cruciale per l'economia regionale. Al contrario, solo il 3,1% delle attività sospende completamente le operazioni durante questa stagione, evidenziando una continuità operativa significativa.**
- ⇒ **Rimane buono il clima congiunturale nel periodo luglio-settembre 2024: il fatturato risulta in aumento per il 52,4% delle imprese turistiche rispetto ad inizio anno, in particolar modo per le attività delle agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione. Per la restante parte del campione il 15,7% dichiara stabilità nel fatturato, il 31,9% diminuzione.**
- ⇒ **Nel terzo trimestre del 2024, i prezzi di vendita del comparto turistico continuano a crescere, registrando un aumento del +2,9% su base tendenziale e del +2% rispetto al trimestre precedente (aprile-giugno).**
- ⇒ **Le prospettive rimangono positive ma decisamente più caute rispetto al trimestre precedente per quanto riguarda la crescita del fatturato. La quota di imprese turistiche che prevede un incremento del fatturato nei prossimi 3 mesi scende al 41,2%, rispetto al 54,7% del periodo precedente. Il settore della ristorazione si conferma come il principale traino dell'economia turistica, mentre il clima appare meno ottimistico per gli alberghi e le agenzie di viaggio, dove si prospetta una possibile flessione nei mesi a venire.**
- ⇒ **Il 27,6% delle imprese turistiche utilizza internet per la vendita dei propri prodotti, con il settore alberghiero che si conferma il più digitalizzato. Nel trimestre in esame, il 37% del fatturato delle imprese turistiche venete proviene dalla vendita attraverso internet.**



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



UNIONCAMERE  
 VENETO

- ⇒ **Il contatto diretto con la struttura si conferma come la modalità principale di prenotazione, rappresentando il 74% delle prenotazioni totali. Inoltre, questa modalità, riveste un ruolo cruciale anche dal punto di vista economico, generando il 72% del fatturato complessivo.**
- ⇒ **Le esperienze più richieste nel settore turistico continuano a essere le degustazioni, che dominano con il 73% delle preferenze. Questo dato conferma l'importanza del patrimonio enogastronomico italiano nel panorama turistico. Seguono a breve distanza le visite a beni culturali e i tour enogastronomici. Questi risultati sottolineano il ruolo centrale del made in Italy come elemento distintivo dell'offerta turistica nazionale.**
- ⇒ **Il personale assunto dalle imprese turistiche proviene principalmente dall'area in cui operano, come dichiarato dall'85,3% del campione. Il 35,7% delle imprese segnala difficoltà nel trovare alloggio per i lavoratori provenienti da altre località, evidenziando una problematica logistica che potrebbe influire sulla capacità di attrarre personale qualificato da fuori zona.**
- ⇒ **Il 31% delle imprese turistiche segnala difficoltà nel reperire personale per la stagione estiva, una problematica particolarmente accentuata nel settore alberghiero, dove la quota sale al 45%. Al contrario, nelle attività legate ai servizi turistici il reclutamento di personale risulta più limitato, evidenziando una tendenza differente rispetto ad altri comparti del settore.**



## ESTATE 2024 – VACANZE IN ITALIA: SIGNIFICATIVO RIALZO DEI PREZZI

Federturismo riporta che, a luglio, il prezzo al consumo dei pacchetti vacanza nell'UE è aumentato del 6,6% rispetto a luglio 2023. Il costo dei pacchetti vacanza nazionali è cresciuto dell'11,1%, mentre quelli internazionali hanno registrato un incremento del 5,7%, confermando la tendenza positiva iniziata ad agosto 2021. Il tasso di aumento annuale ha superato il 10% durante la maggior parte dei mesi del 2022 e del 2023. In particolare, nel 2023, i pacchetti vacanza nazionali hanno visto un significativo rialzo dei prezzi, con un tasso di inflazione annuale che ha oltrepassato il 20% per ben sette mesi. I pacchetti vacanza comprendono vacanze o tour all-inclusive che includono viaggi, cibo, alloggio, guide e, in molti casi, escursioni e pellegrinaggi di mezza giornata o giornata intera.

A luglio 2024, la maggior parte dei paesi dell'UE ha registrato un tasso di inflazione annuale positivo per i pacchetti vacanza venduti nei mercati nazionali. Gli aumenti più significativi sono stati osservati in Francia (+22,2% rispetto a luglio 2023), Italia (+19,5%) e Cipro (+16,7%).

Assoturismo Confesercenti sottolinea come l'unico fattore che continua a trainare l'aumento dei consumi nazionali è rappresentato dal settore turistico e dalla crescita dei flussi di visitatori stranieri. Secondo i dati disponibili fino a luglio, **si stima per il 2024 un incremento dell'8,3% nella spesa nominale dei turisti non residenti** (+4,3 miliardi di euro), con un peso sul totale dei consumi nazionali pari al 4,4% (rispetto al 4,1% del 2023 e al 4,1% del 2019, anno pre-pandemia).

Questi dati confermano il ruolo cruciale del turismo come motore economico del Paese, ma evidenziano anche la necessità di interventi mirati per sostenere la propensione ai consumi interni. Con le attuali previsioni di crescita del PIL, sarebbe dannoso non introdurre correttivi significativi alla legge di bilancio in discussione. Senza misure adeguate, sarà difficile raggiungere gli obiettivi del piano strutturale settennale, rischiando di compromettere il potenziale di sviluppo economico legato al turismo.

Con l'inizio del periodo delle festività invernali, che tradizionalmente si apre con la festa dell'Immacolata Concezione l'8 dicembre, si stima che circa 2 milioni di



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



UNIONCAMERE  
VENETO

italiani viaggeranno per Natale e Capodanno avvalendosi dei servizi delle agenzie di viaggio. Tuttavia, le prenotazioni segnano un calo del 4% rispetto allo stesso periodo del 2023. Questo dato, emerso dall'indagine del Centro Studi Turistici di Firenze per Assoviaggi Confesercenti su un campione di 648 agenzie, **evidenzia l'impatto negativo dell'aumento globale delle tariffe turistiche**, che ha colpito duramente il mercato domestico, dove i viaggiatori italiani mostrano una ridotta capacità di spesa. I rincari dei servizi turistici, dai voli alle strutture ricettive, rappresentano un ostacolo significativo, spingendo molti viaggiatori a optare per periodi diversi da quelli di alta stagione o a limitare la spesa complessiva.

Nonostante le difficoltà, il turismo organizzato si avvia a **chiudere il 2024 con un incremento del fatturato del 5%**, risultato delle ottime performance registrate nella prima metà dell'anno. Le destinazioni più richieste in Italia includono il Trentino-Alto Adige, leader indiscusso per le vacanze invernali, seguito da Toscana, Campania, Lazio, Sicilia e Veneto. Sul fronte internazionale, spiccano mete di breve raggio come Spagna, Marocco (in forte aumento), Francia, Regno Unito e Austria. Per il medio raggio, si segnalano buone performance di destinazioni come l'Egitto, mentre calano rispetto al 2023 richieste per Finlandia, Norvegia e Svezia. Tra le mete di lungo raggio crescono in popolarità i Caraibi, gli Stati Uniti, la Thailandia e il Giappone, con una domanda significativa anche per destinazioni esotiche come Maldive, Seychelles, Zanzibar e Madagascar.

La domanda di viaggi si diversifica anche nelle tipologie: aumentano le prenotazioni per viaggi personalizzati, crociere e avventure in mete calde, mentre calano le richieste per città d'arte italiane, capitali europee, pacchetti termali e vacanze in montagna. Emergono due macro-tendenze: da un lato, famiglie e fasce medio-basse cercano soluzioni più economiche e accessibili, dall'altro, la fascia più abbiente dimostra un maggiore interesse per esperienze uniche e destinazioni di lungo raggio. Si conclude che il turismo organizzato continua a garantire qualità e sicurezza ai viaggiatori, ma il progressivo allineamento verso l'alto dei prezzi rischia di limitare ulteriormente la domanda, in particolare quella



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



UNIONCAMERE  
 VENETO

della classe media. Per salvaguardare il futuro del settore, è fondamentale monitorare attentamente i costi e intervenire per evitare ulteriori rincari, che potrebbero mettere in difficoltà sia i consumatori che le imprese turistiche.

Secondo l'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto nel periodo gennaio-settembre 2024, il Veneto registra un trend positivo nel settore turistico, con un incremento dell'1,6% negli arrivi e dell'1,4% nelle presenze rispetto allo stesso periodo del 2023. Le strutture alberghiere evidenziano una lieve flessione nelle presenze (-0,8%), mitigata dalla crescita delle strutture di alta gamma, come gli hotel a 5 stelle, che segnano un aumento del 5,9%. Al contrario, il settore extralberghiero prosegue la sua espansione, con un incremento del 2,9%, trainato in particolare dalla preferenza per gli alloggi privati, che crescono del 7,2%.

La domanda turistica interna mostra una lieve contrazione, con una diminuzione degli italiani nelle destinazioni balneari, lacustri e montane. Tuttavia, questa riduzione è stata compensata da un aumento significativo di visitatori stranieri, che ha bilanciato il calo su scala regionale.

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 settore<sup>1</sup>. Il campione regionale, stratificato per provincia e settore, è composto da oltre **1.900 imprese rispondenti** (su oltre 34 mila contatti), a cui fanno riferimento circa **23 mila addetti** ed un **fatturato** complessivo di oltre **13 miliardi** di euro, ed è statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese delle rispettive

<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.). 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.



attività dei servizi turistici (con almeno 2 addetti) iscritte al Registro Imprese delle CCIAA del Veneto. La rilevazione è stata effettuata dalla società di rilevazione Demetra opinioni.net Srl nel periodo **14 ottobre – 20 novembre** mediante utilizzo del sistema CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) e CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

Secondo l'indagine congiunturale, in Veneto, fra luglio e settembre 2024, il **fatturato delle attività turistiche cresce del +13,2% 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 (+17% nel 2023; +21,1% nel 2022; +39,4% 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 (+26,3%) e per le province di Belluno e Venezia (rispettivamente +28,8% e +19,8%). Il rallentamento della crescita del fatturato turistico rispetto agli anni precedenti riflette un processo di equilibrio della domanda, che, dopo le forti fluttuazioni del periodo post-pandemico, si sta gradualmente stabilizzando. Tuttavia, questo assestamento è influenzato anche da dinamiche recenti, come l'aumento dei prezzi durante la stagione estiva, che ha modificato i comportamenti di consumo e ridotto la propensione dei viaggiatori a spendere, specialmente nelle fasce più sensibili ai costi.



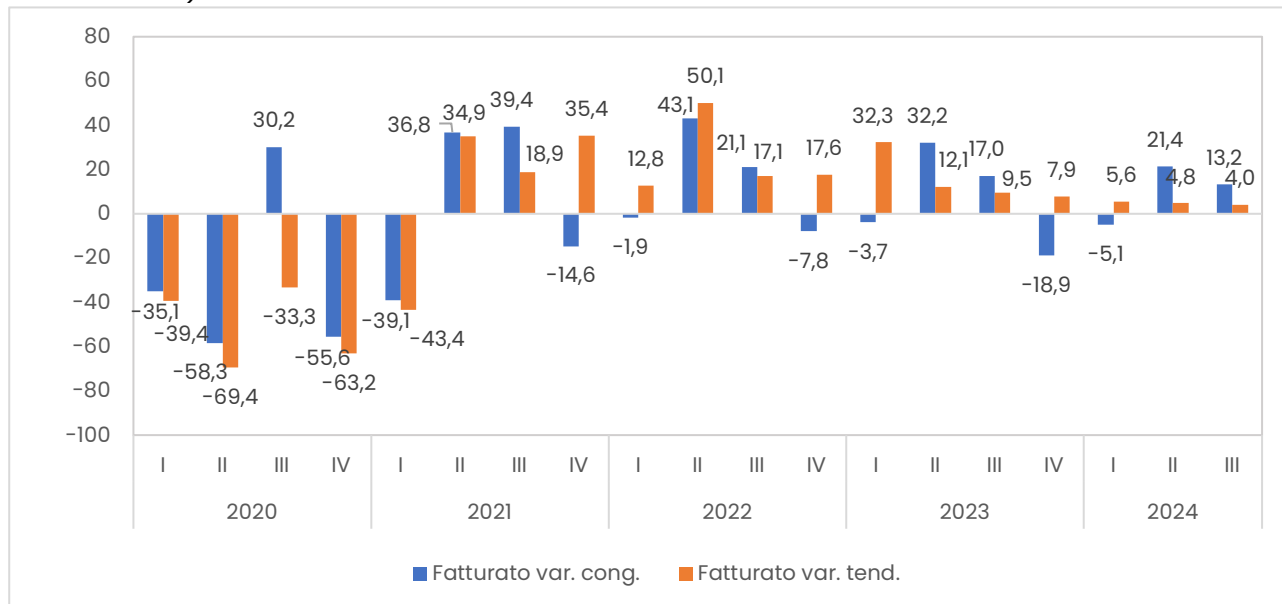
[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



UNIONCAMERE  
VENETO



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

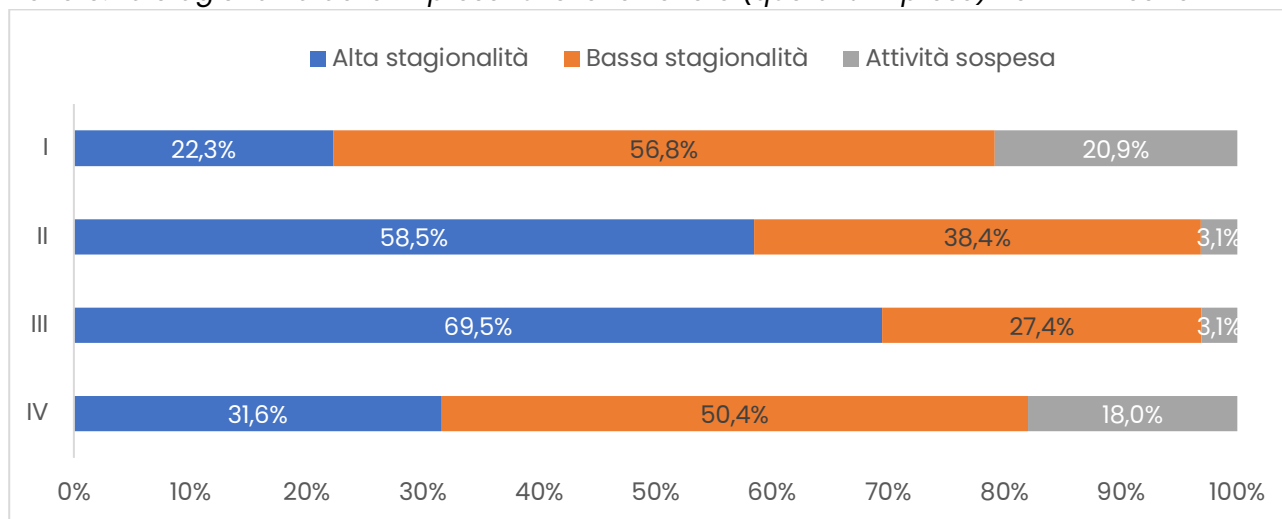


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Rispetto allo stesso trimestre 2023 il **fatturato del comparto turistico aumenta del +4%** e anche per questo indicatore la crescita è più tenue, trainata soprattutto dalla ristorazione (+6%), significativo il segno meno delle attività dei servizi turistici come agenzie di viaggio, tour operator, servizi di prenotazione (-6,7%).

Nell'analizzare queste tendenze è importante evidenziare che in Veneto i mesi estivi dell'anno sono caratterizzati da **alta stagionalità turistica**. La presente indagine ha riguardato l'analisi dell'andamento economico dei servizi turistici nei mesi **luglio, agosto e settembre 2024**, periodo nel quale, quasi il **70%** delle imprese turistiche venete dichiara alta stagionalità. Per il 27,4% delle imprese turistiche invece il terzo trimestre dell'anno risulta a bassa stagionalità, mentre solo per il 3,1% l'attività è sospesa. I successivi tre mesi invernali (**ottobre-dicembre 2024**) risultano un periodo di **alta stagionalità per un terzo delle imprese venete**.

*Veneto. La stagionalità delle imprese turistiche venete (quota % imprese) nel III trimestre 2024*

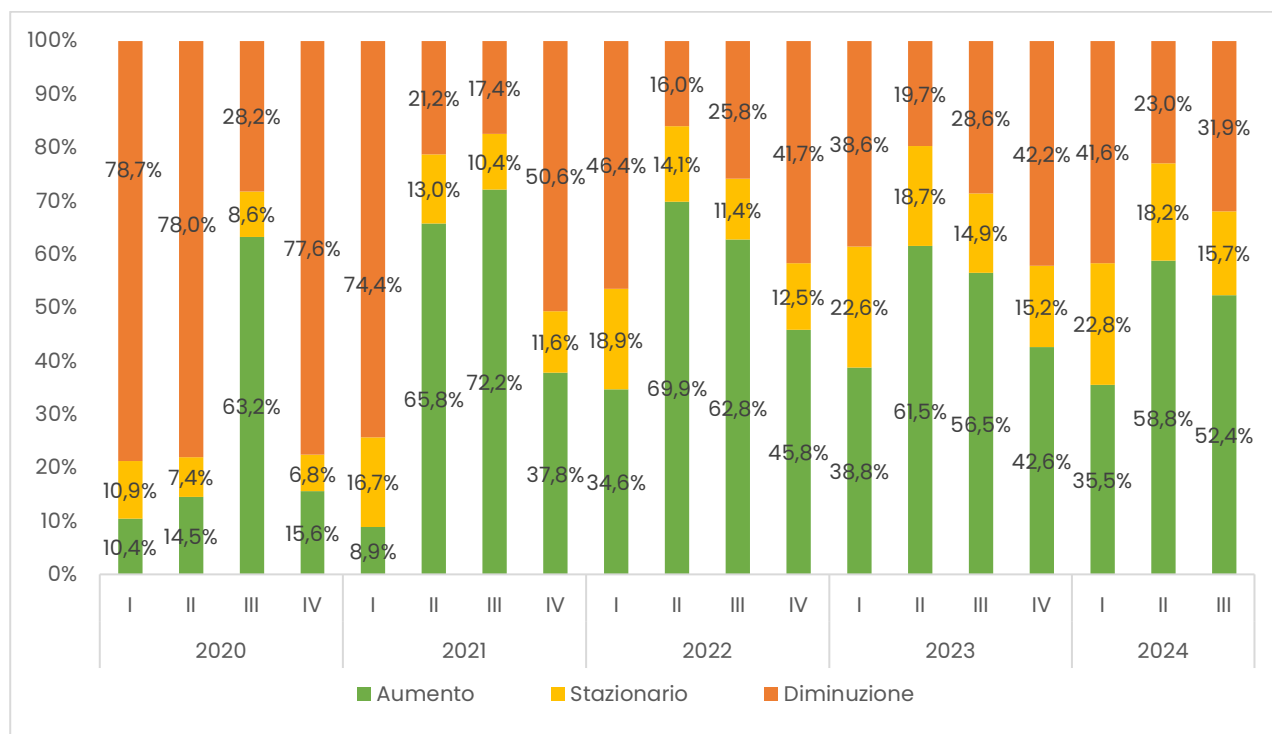


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

**SEMPRE BUONO IL CLIMA CONGIUNTURALE NEL PERIODO LUGLIO-SETTEMBRE 2024: IL FATTURATO RISULTA IN AUMENTO PER IL 52,2% DELLE IMPRESE TURISTICHE RISPETTO ALL'ANNO PASSATO, IN PARTICOLAR MODO PER LE ATTIVITÀ DEI SERVIZI TURISTICI. PER LA RESTANTE PARTE DEL CAMPIONE IL 17,6% DICHIARA STABILITÀ NEL FATTURATO, IL 30,2% DIMINUIZIONE.**

Per quanto riguarda 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 **52,4% delle imprese intervistate è interessato da un aumento del fatturato** nel terzo trimestre 2024 rispetto a quello precedente, il 15,7% dichiara una sostanziale stazionarietà e il 31,9%, invece, ne accusa una diminuzione. In particolare, le 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 +65,3% e +62,7%.

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

## NUOVO RIALZO PER I PREZZI DI VENDITA

I **prezzi di vendita** del comparto turistico **registrano un nuovo rialzo** nel terzo trimestre del 2024: **+2,9%** su base tendenziale, in linea con la tendenza di questi ultimi trimestri, ma inferiore rispetto al trimestre precedente (+3,8%). Anche su base congiunturale la variazione dell'indicatore risulta in aumento (+2,0%). L'incremento dei prezzi è evidente soprattutto nel comparto alberghiero che segna un aumento del +5,9% su base annua.

In linea con l'andamento delle variazioni, anche la **quota di imprese che dichiara una situazione di stazionarietà dei prezzi** nel terzo trimestre 2024 rimane identica al secondo trimestre 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



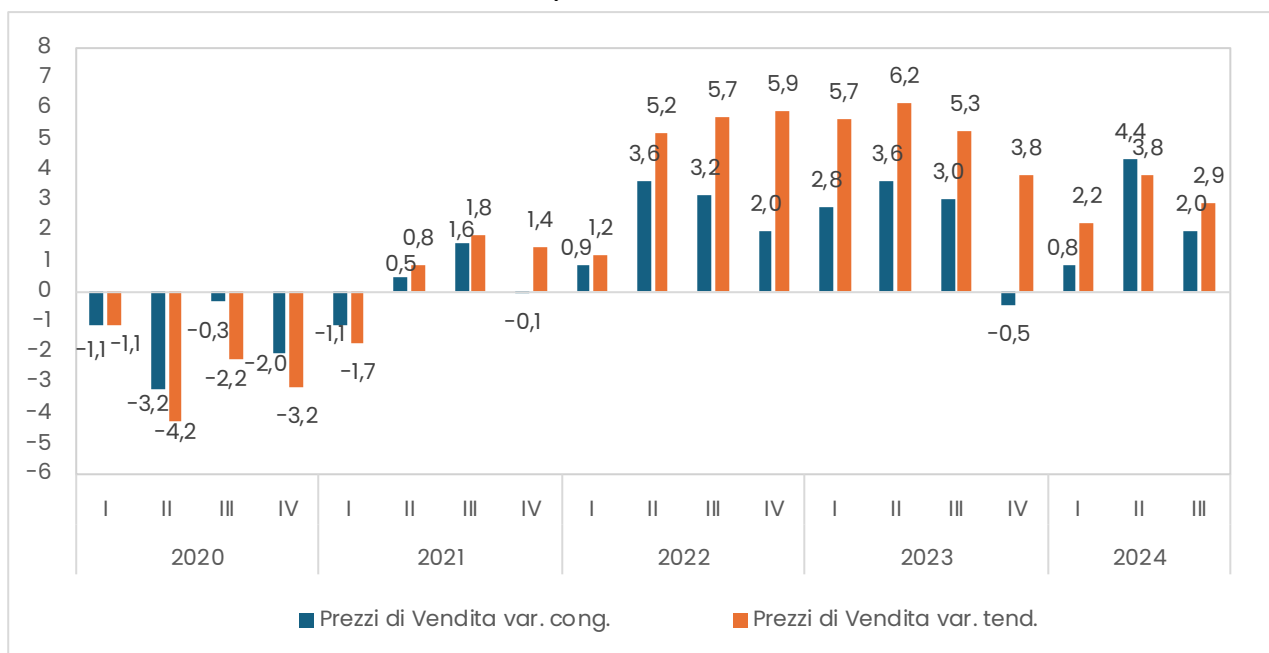
[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



UNIONCAMERE  
VENETO

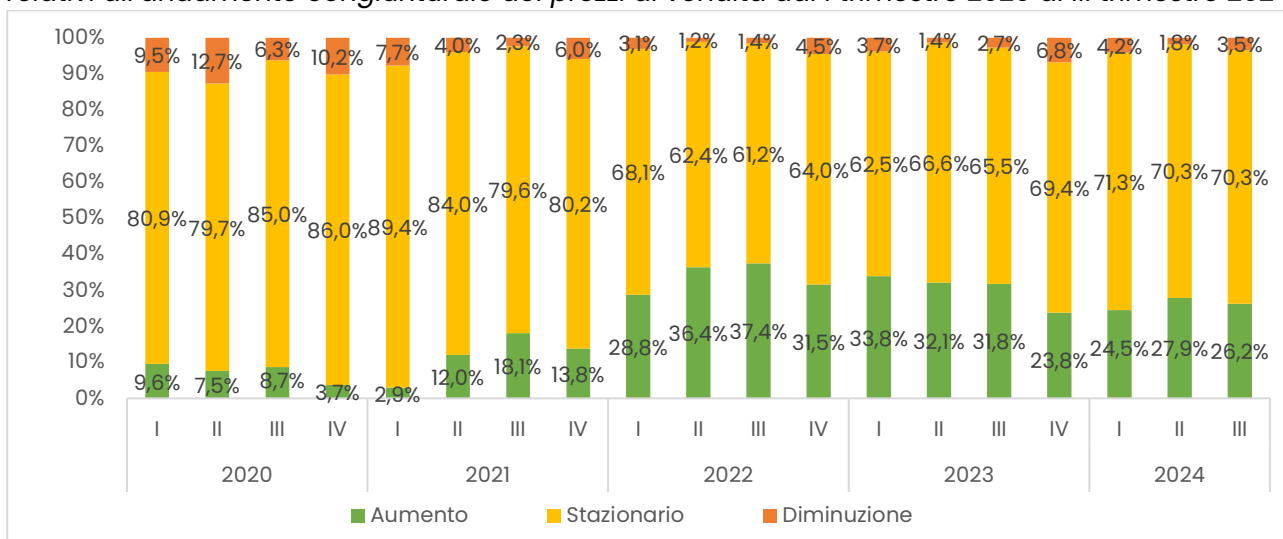
56,5% delle imprese (in calo di un p.p), in aumento per il 40,3% e in diminuzione per il 3,2%.

*Veneto. Andamento dei prezzi di vendita nei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale nei trimestri dal 2020 al 2024).*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



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

	Fatturato		Prezzi di Vendita	
	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale
Alberghi	26,3	4,7	5,5	5,9
Ristoranti	7,1	6,0	1,1	2,2
Attività servizi turistici	11,4	-6,7	0,6	0,6
Verona	12,9	7,9	2,4	3,2
Vicenza	9,1	9,6	1,2	2,3
Belluno	28,8	3,8	2,6	1,6
Treviso	1,8	2,6	0,6	1,7
Venezia	19,8	1,5	2,5	3,5
Padova	-6,6	1,8	1,0	2,1
Rovigo	12,7	3,3	2,8	1,6
2-9 addetti	10,7	5,1	1,5	2,2
10-49 addetti	10,1	4,7	2,1	3,2
50 addetti e più	18,2	2,8	2,2	3,1
<b>Totale</b>	<b>13,2</b>	<b>4,0</b>	<b>2,0</b>	<b>2,9</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

*Veneto. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese relativi all'andamento congiunturale del fatturato e dei prezzi di vendita nel III trimestre 2024*

	Giudizi Congiunturali	Fatturato			Prezzi di Vendita		
		Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Settore	Alberghi	65,3%	11,2%	23,4%	47,1%	41,4%	11,5%
	Ristoranti	49,2%	16,8%	34,0%	21,1%	77,1%	1,8%
	Attività servizi turistici	62,7%	13,6%	23,7%	44,6%	54,2%	1,2%
Provincia	Verona	60,1%	14,4%	25,4%	31,2%	67,2%	1,7%
	Vicenza	46,2%	15,3%	38,5%	27,9%	69,3%	2,7%
	Belluno	66,2%	16,7%	17,1%	28,4%	70,7%	0,9%
	Treviso	45,2%	14,7%	40,1%	15,4%	83,3%	1,3%
	Venezia	55,3%	16,3%	28,4%	29,4%	64,0%	6,5%
	Padova	40,9%	18,7%	40,4%	24,4%	71,7%	3,9%
	Rovigo	58,3%	11,0%	30,7%	14,1%	83,3%	2,6%
Classe Addetti	2-9 addetti	51,6%	16,9%	31,5%	24,1%	72,9%	3,1%
	10-49 addetti	55,4%	12,5%	32,1%	33,1%	62,9%	4,1%
	50 addetti e più	49,8%	8,4%	41,8%	34,4%	55,3%	10,3%
<b>Totale</b>	<b>52,4%</b>	<b>15,7%</b>	<b>31,9%</b>	<b>26,2%</b>	<b>70,3%</b>	<b>3,5%</b>	

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

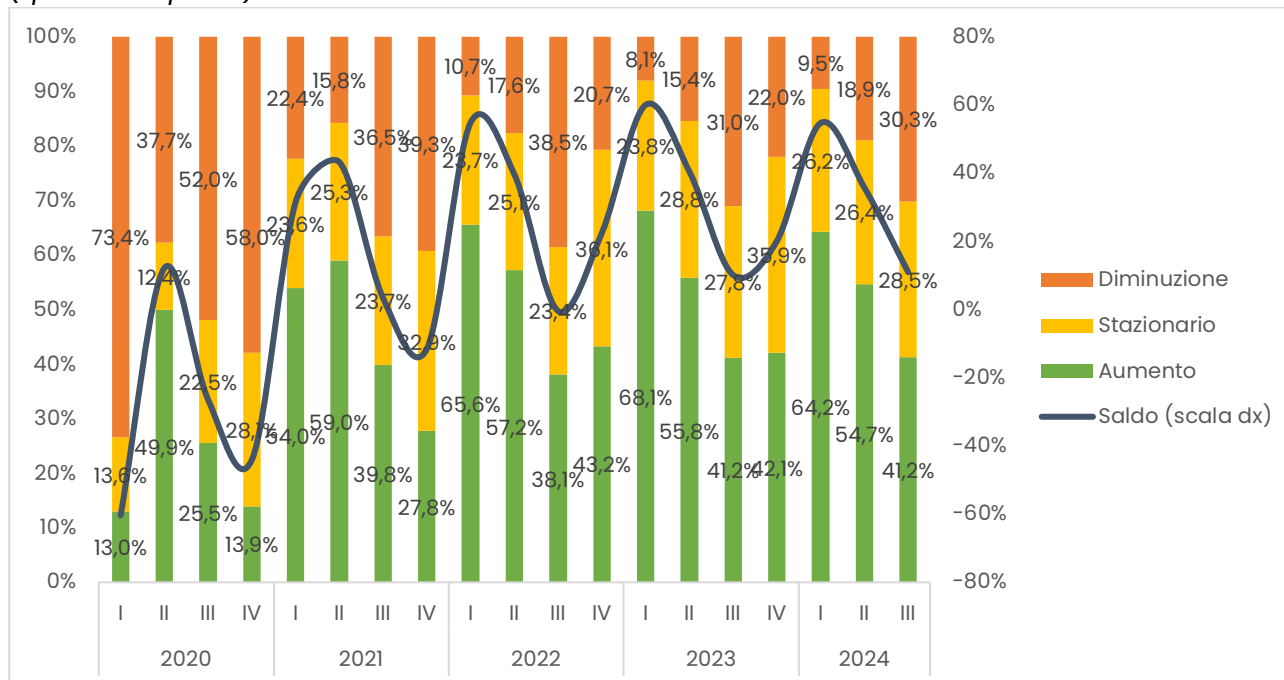


**PROSPETTIVE POSITIVE MA ANCORA PIÙ CAUTE RISPETTO AD INIZIO 2024: LA QUOTA DI IMPRESE TURISTICHE CHE PREVEDE INCREMENTI DI FATTURATO PER LA STAGIONE ESTIVA SI RIDUCE AL 41,2% DAL 64,2% DEL PRIMO TRIMESTRE, COLPA DELL'AUMENTO DEI PREZZI.**

Caute le prospettive per il turismo veneto per l'inverno 2024, **periodo di bassa stagionalità per il 50% delle imprese venete**. La tendenza generale mostra ancora una prevalenza di giudizi positivi per il fatturato, che tuttavia non raggiunge la maggioranza degli intervistati. 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'inverno 2024 scende al **41,2%**, mentre i giudizi di stazionarietà interessano invece il 28,5% delle imprese, rialzo importante della quota di chi prevede una diminuzione (30,3%). Si assiste dunque ad un discreto saldo tra giudizi positivi e negativi, con **livelli di ottimismo che tuttavia rimangono in discesa** rispetto a quelli registrati ad inizio anno. Rispetto a queste attese, risultano ottimisti soprattutto i ristoratori, dove oltre il 45% degli intervistati prevede un aumento del fatturato in inverno.

Le **aspettative sui prezzi di vendita** per il terzo trimestre 2024 vedono un importante quota di imprese che ne dichiara una stazionarietà (71,7%), mentre il 19,2% delle imprese si attende un aumento.

**Veneto. Previsioni sul fatturato delle imprese turistiche per il trimestre (luglio-settembre 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. III trimestre 2024**

	Previsioni	Fatturato			Prezzi di Vendita		
		Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Settore	Alberghi	20,7%	28,0%	51,3%	16,0%	48,3%	35,7%
	Ristoranti	46,2%	28,8%	24,9%	19,3%	77,4%	3,2%
	Attività servizi turistici	27,0%	22,1%	50,9%	35,6%	49,7%	14,7%
Provincia	Belluno	34,5%	28,8%	36,7%	20,0%	67,5%	12,5%
	Padova	48,8%	26,8%	24,5%	23,1%	72,3%	4,6%
	Rovigo	33,9%	34,2%	31,9%	20,2%	76,0%	3,8%
	Treviso	45,4%	33,1%	21,5%	15,4%	81,6%	3,1%
	Venezia	34,1%	26,7%	39,2%	16,2%	68,2%	15,6%
	Verona	53,1%	28,3%	18,7%	23,7%	71,5%	4,7%
	Vicenza	54,5%	22,4%	23,0%	17,6%	77,1%	5,2%
Classe Addetti	2-9 addetti	40,3%	30,1%	29,6%	19,3%	72,6%	8,2%
	10-49 addetti	44,9%	23,0%	32,1%	19,8%	68,1%	12,1%
	50 addetti e più	37,7%	25,9%	36,4%	10,7%	74,8%	14,5%
<b>Totale</b>		<b>41,2%</b>	<b>28,5%</b>	<b>30,3%</b>	<b>19,2%</b>	<b>71,7%</b>	<b>9,1%</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



www.veneto.eu

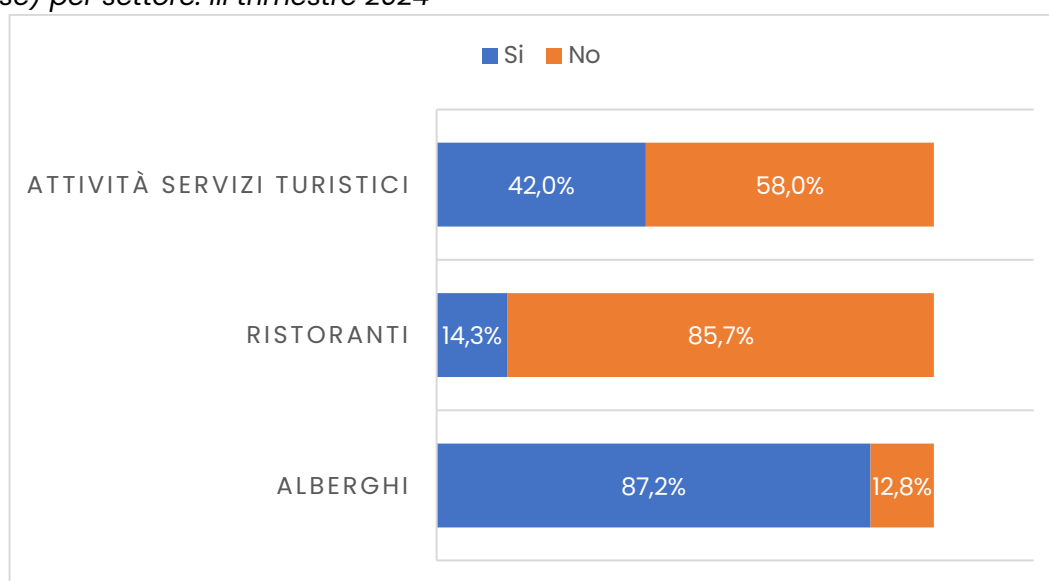


UNIONCAMERE  
VENETO

## IL 27,6% DELLE IMPRESE TURISTICHE VENDE I PROPRI PRODOTTI ATTRAVERSO INTERNET, L'ALBERGHIERO IL COMPARTO PIÙ DIGITALIZZATO.

Come ormai è stato constatato dall'inizio di questa rilevazione, sono soprattutto le imprese del comparto **alberghiero** a risultare ben strutturate digitalmente con **l'87,2% 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 42% e il 14,3%. Nel trimestre luglio-settembre 2024 la **quota percentuale del fatturato che deriva dalla vendita attraverso internet è stata mediamente pari al 37,2%**, dato in aumento rispetto al trimestre precedente.

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

		E-Commerce		
		Aumento	Stazionario	Diminuzione
Settore	Alberghi	30,1%	57,2%	12,7%
	Ristoranti	27,0%	62,3%	10,7%
	Attività servizi turistici	27,4%	72,6%	0,0%
Provincia	Verona	27,7%	63,9%	8,4%
	Vicenza	27,1%	63,4%	9,5%
	Belluno	48,5%	33,7%	17,8%
	Treviso	28,6%	47,6%	23,8%
	Venezia	31,1%	59,2%	9,7%
	Padova	16,8%	70,7%	12,5%
Classe Addetti	Padova	23,2%	76,8%	0,0%
	2-9 addetti	29,0%	58,7%	12,2%
	10-49 addetti	27,4%	64,0%	8,6%
	50 addetti e più	32,3%	50,7%	17,0%
	<b>Totale</b>	<b>28,7%</b>	<b>60,0%</b>	<b>11,3%</b>

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 71,7% del fatturato**

Le imprese turistiche coinvolte nel campione hanno indicato nuovamente il **contatto diretto con la struttura** come la principale modalità di prenotazione utilizzata dai clienti. Nei tre mesi estivi del 2024, il **91,8% delle imprese** ha confermato questa tendenza, in linea con i trimestri precedenti. Questa modalità incide per il **73,8% sul fatturato aziendale totale**. Nel settore della ristorazione, in particolare, il contatto diretto risulta ancora più rilevante: il **93,8% delle imprese** lo considera la modalità principale di prenotazione, con un'incidenza media del **71,7% sul fatturato complessivo**.

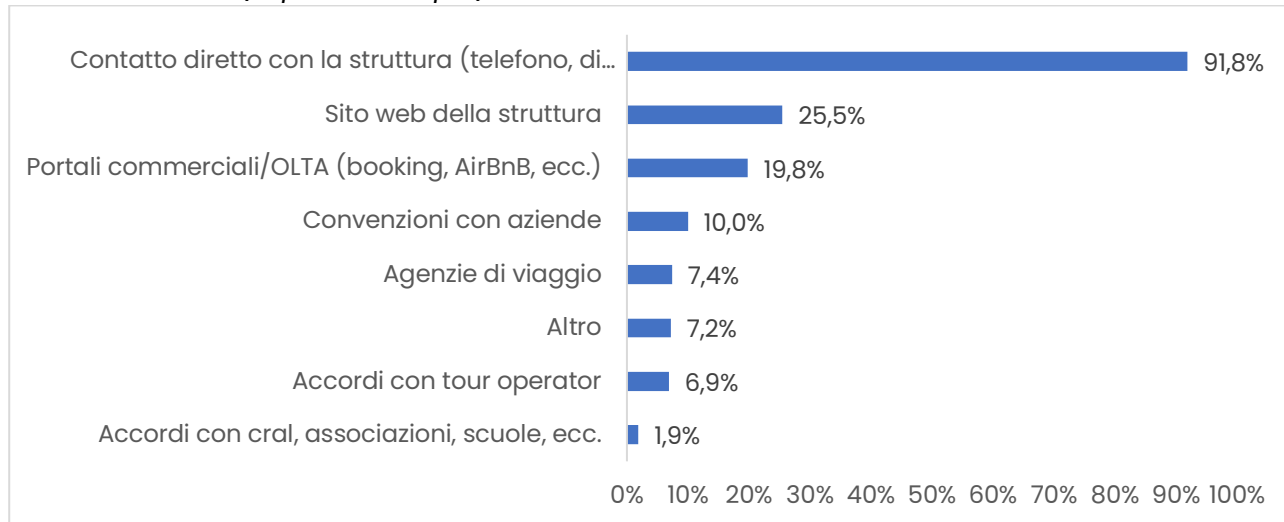


[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



UNIONCAMERE  
VENETO

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Per quanto riguarda gli alberghi, il principale canale di prenotazione è rappresentato dai portali commerciali e dalle OLTA (come Booking, Airbnb, ecc.), che incidono per il **37,5% delle prenotazioni** e contribuiscono per il **37,3% al fatturato totale** del settore. Se si include anche il sito ufficiale delle strutture, che rappresenta il **17,8% del fatturato degli alberghi**, emerge che oltre la metà delle prenotazioni e dei ricavi proviene da canali online.

Veneto. Media dei pesi per i diversi canali di prenotazione sul fatturato e sul numero di prenotazioni. III 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.)	<b>71,7</b>	<b>73,8</b>
Sito web della struttura	<b>5,5</b>	<b>5,8</b>
Portali commerciali/OLTA (booking, AirBnB, ecc.)	<b>7,9</b>	<b>8,0</b>
Accordi con tour operator	<b>1,1</b>	<b>1,2</b>
Agenzie di viaggio	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>
Accordi con cral, associazioni, scuole, ecc.	<b>0,2</b>	<b>0,3</b>
Convenzioni con aziende	<b>1,9</b>	<b>2,0</b>
Altro	<b>3,5</b>	<b>4,2</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

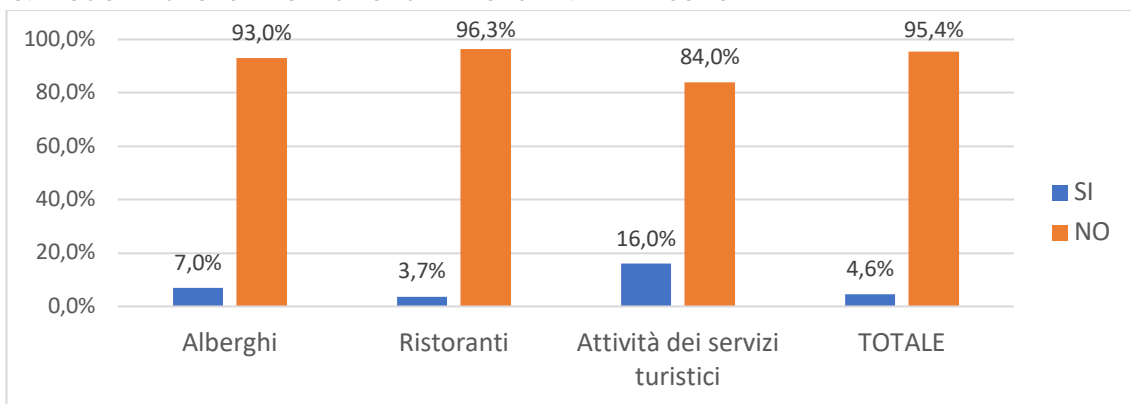
## FOCUS 2: I PRODOTTI TURISTICI DELLE IMPRESE VENETE

### Le imprese turistiche venete non intendono lanciare prodotti motivazionali nuovi

Una sezione del focus di approfondimento dell'indagine è stata dedicata ad approfondire i prodotti turistici regionali.

Per quanto riguarda l'introduzione di nuovi prodotti turistici motivazionali, la stragrande maggioranza delle imprese (95,4% del totale) non sta sviluppando o lanciando nuove proposte, con una prevalenza di risposte negative particolarmente marcata tra alberghi (93%) e ristoranti (96,3%). Un segnale di maggiore apertura emerge, invece, nel settore delle agenzie di viaggio e attività connesse, dove il 16% delle imprese dichiara di essere impegnato nell'innovazione.

Veneto. Prodotti turistici motivazionali innovativi. III trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Definendo le tipologie di esperienze più richieste dai clienti: le **degustazioni** dominano nettamente la classifica, richieste dal 73% degli utenti, seguite a distanza da **visite esclusive a beni culturali** (18%) e alle aziende di **produzione enogastronomica** (16%). Tra le altre esperienze troviamo attività sportive (13%), visite a produzioni artigianali (9%), e proposte legate al benessere psico-fisico (5%). Corsi tematici e realtà aumentata raccolgono il 4% delle preferenze, mentre le attività adrenaliniche sono richieste solo dall'1% degli ospiti. Questi dati



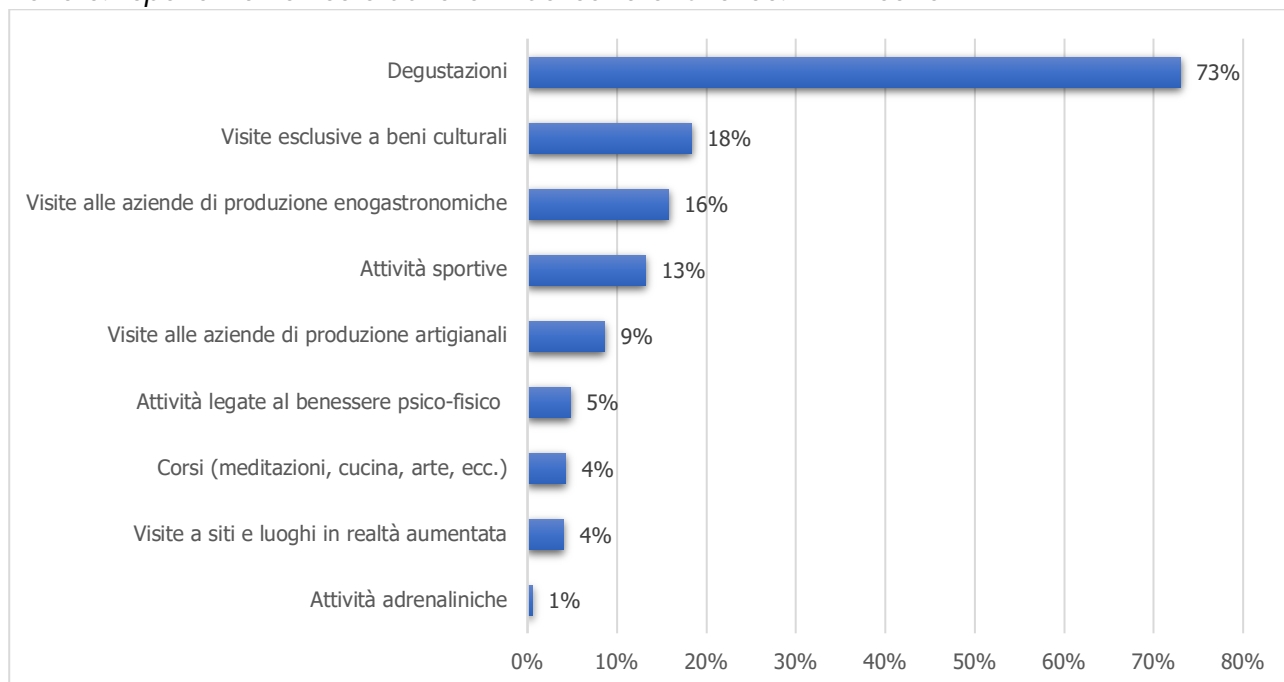
[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



UNIONCAMERE  
VENETO

evidenziano una forte preferenza per esperienze enogastronomiche e culturali, specialità classiche del made in Italy con una minore attenzione verso proposte più innovative o di nicchia.

Veneto. Esperienze richieste dai clienti del settore turistico. III trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

### FOCUS 3: LE NUOVE ASSUNZIONI PER LA STAGIONE INVERNALI 2024

**Circa il 50% delle imprese del campione dichiara di non aver effettuato nuove assunzioni per la stagione estiva 2024, in particolare gli albergatori e attività di servizi turistici.**

In termini di mercato del lavoro, il turismo veneto subisce oggi un rallentamento, con modeste difficoltà di reperimento denunciate dagli operatori del settore.

Meno del 50% delle imprese sta assumendo personale durante la stagione estiva 2024, in particolar modo il **settore dei servizi turistici** (73,2%) non sta assumendo. L'assunzione del personale ha mostrato dinamiche differenti nei settori degli alberghi, ristoranti e delle attività legate ai servizi turistici. Gli alberghi hanno registrato la percentuale più alta di assunzioni senza difficoltà (18,2%), seguiti dai



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

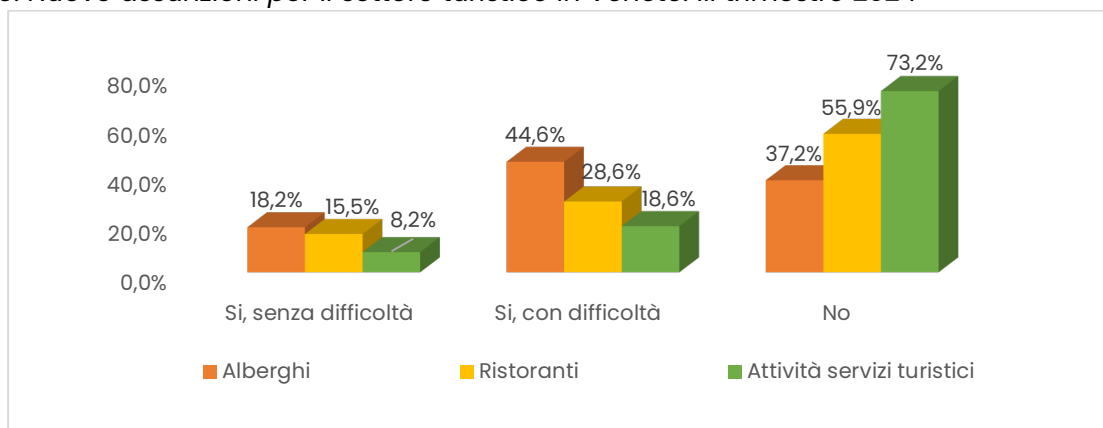


UNIONCAMERE  
VENETO

ristoranti (15,5%) e dalle attività di servizi turistici (8,2%). Tuttavia, molte imprese hanno riportato difficoltà nel reperire personale: il 44,6% degli alberghi, il 28,6% dei ristoranti e il 18,6% delle attività di servizi turistici.

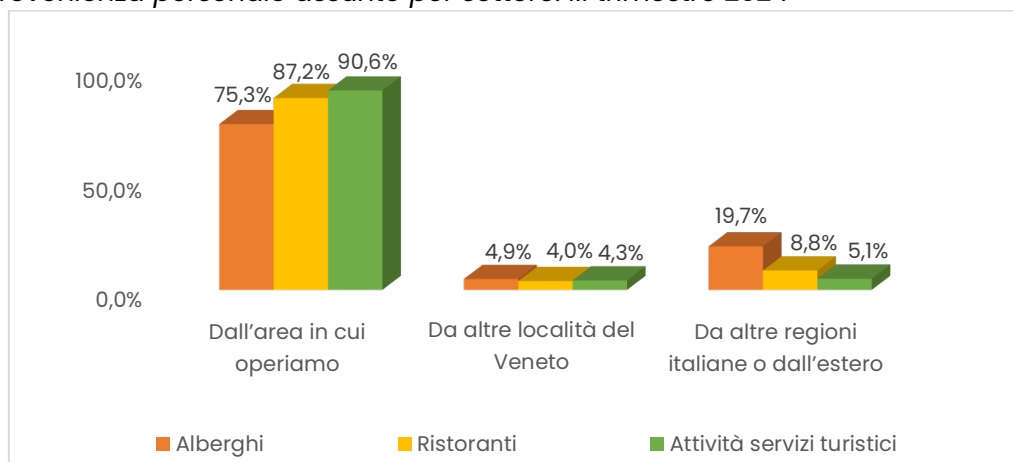
Il **personale che lavora nelle imprese turistiche venete proviene principalmente dall'area in cui operano**, lo dichiara l'**85,3%** del campione. Il 10,6% delle imprese afferma di avere personale anche di altre regioni italiane o dall'estero e solo una parte esigua (4,2%) da altre località del Veneto. A livello settoriale emerge una maggiore provenienza da fuori regione o estero nel settore alberghiero, quasi il 20%.

*Veneto. Nuove assunzioni per il settore turistico in Veneto. III trimestre 2024*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

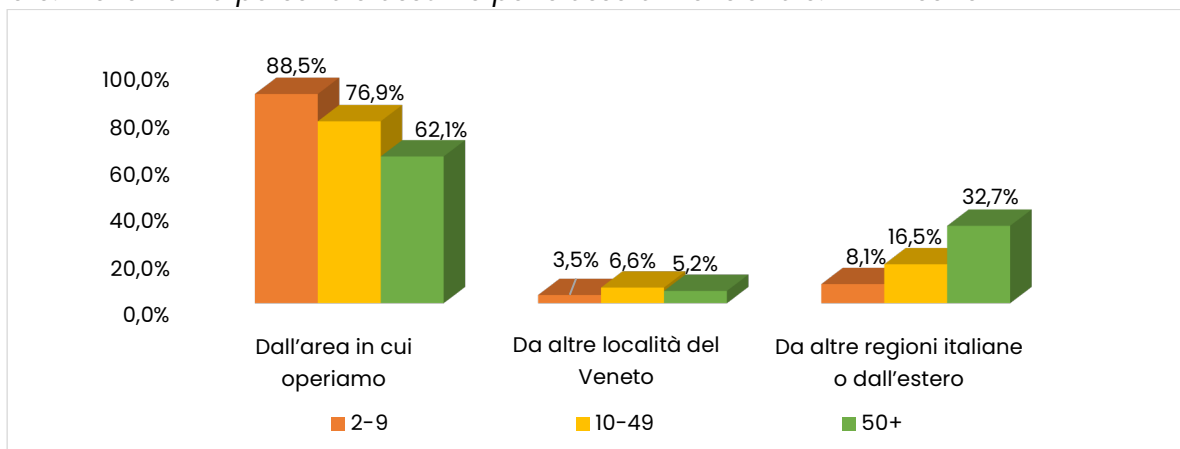
*Veneto. Provenienza personale assunto per settore. III trimestre 2024*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



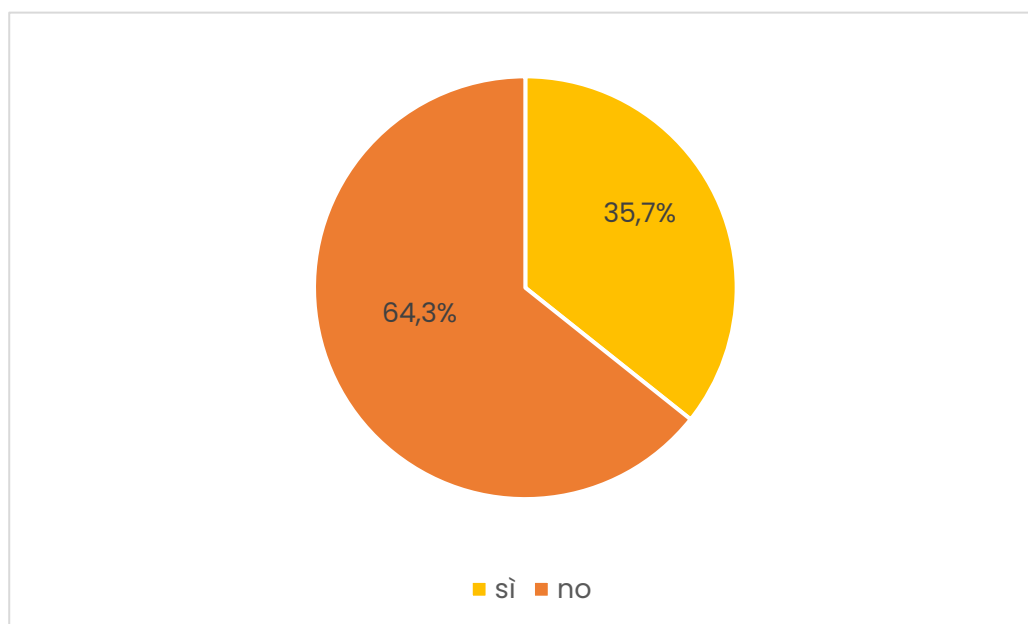
*Veneto. Provenienza personale assunto per classe dimensionale. III trimestre 2024*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Per il personale assunto da altre località l'indagine ha monitorato la difficoltà di trovare un alloggio. Il **35,7% delle imprese dichiara difficoltà**, quota che però si alza al 48,8% per il settore alberghiero (Ristoranti 33% e Attività dei servizi turistici 29%).

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



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

**INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI  
SOVRACAMPIONAMENTO  
OGD PADOVA**

TERZO TRIMESTRE 2024  
Osservatorio del Turismo Regionale Federato  
OTRF



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



UNIONCAMERE  
VENETO

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





## HIGHLIGHTS: IL TURISMO NELL'OGD DI PADOVA NEL TERZO TRIMESTRE 2024

- ⇒ I mesi di luglio, agosto e settembre rappresentano un periodo di alta stagionalità per più della metà delle imprese padovane intervistate (51,2%). Il periodo a più alta stagionalità rimane quello primaverile.
- ⇒ Nel territorio dell'OGD di Padova, il turismo registra un forte calo rispetto al trimestre precedente, con una variazione negativa del -6,6%. Questo dato è particolarmente significativo poiché rappresenta l'unica provincia veneta con un indicatore in flessione, a fronte di una crescita regionale del +13,2%. Anche il confronto con l'anno precedente risulta positivo (+1,8%), ma il valore rimane inferiore alla media regionale del +4,0%.
- ⇒ Il 40,9% delle imprese padovane dichiara un aumento del fatturato, contro il 18,7% di giudizi di stazionarietà e il 40,4% di diminuzione.
- ⇒ Nel 2024, i prezzi di vendita mostrano una relativa stabilità, evidenziando una crescita contenuta. Su base congiunturale, si registra un incremento dell'1%, segnale di una moderata espansione rispetto al trimestre precedente. Su base annua, invece, l'aumento è pari al 2,1%, indicando una crescita più sostenuta rispetto all'andamento trimestrale, ma comunque inferiore alla dinamica regionale. Entrambi gli indicatori, infatti, si posizionano circa un p.p al di sotto della media regionale.
- ⇒ Segnali incoraggianti nelle aspettative degli imprenditori: oltre la metà prevede un aumento del fatturato nei prossimi sei mesi. Questo clima di fiducia è trainato in particolare dal settore della ristorazione.
- ⇒ Le imprese turistiche dell'OGD Padova evidenziano un basso livello di digitalizzazione, ad eccezione del comparto alberghiero. Basso la quota di fatturato che deriva dalla vendita attraverso internet, circa il 20%, di molto inferiore rispetto alla media regionale che si assesta al 37%.
- ⇒ La maggior parte delle imprese basa il proprio sistema di prenotazioni sul contatto diretto, che rappresenta una quota significativa sia in termini di volumi che di ricavi. Nello specifico, il 79% delle prenotazioni totali avviene attraverso questa modalità, contribuendo al 75% del fatturato complessivo.

- ⇒ **I clienti delle strutture turistiche dell'OGD di Padova, nel trimestre analizzato, riflettono la tendenza regionale per quanto riguarda le preferenze in termini di esperienze motivazionali. Al primo posto si collocano le degustazioni, seguite dalle visite turistiche a beni culturali e dalle visite a realtà enogastronomiche, confermando l'interesse verso esperienze autentiche e legate al territorio. Confermata la tendenza regionale a non sviluppare nuovi prodotti turistici, sebbene meno marcata tra le attività che forniscono servizi turistici.**
- ⇒ **Il personale impiegato nelle strutture del settore turistico padovano proviene in larga parte dall'area locale in cui operano (90,4%). Nel periodo analizzato, il numero di nuove assunzioni è stato limitato: circa due terzi delle imprese non ha effettuato alcuna assunzione.**

**L'Organizzazione di gestione della destinazione turistica Padova ha registrato un lieve miglioramento nell'estate 2024, con ricavi in aumento dell'1,8% nel trimestre luglio-settembre rispetto allo stesso periodo del 2023.**

Il territorio della provincia di Padova fino a novembre 2024 ha attirato circa **4 milioni e 880 mila presenze** e oltre **1 milione e 800 mila arrivi di visitatori italiani e stranieri**. La maggior parte delle presenze turistiche della OGD è da attribuirsi al Comune di Padova che attrae il 90% delle presenze totali. Gli stranieri che visitano OGD sono il 38% del totale delle presenze.

L'importante andamento del comparto turistico padovano è stato monitorato anche grazie ad un sovra campionamento dell'indagine trimestrale sulle imprese dei servizi turistici, finalizzata a rilevare le dinamiche economiche congiunturali del settore, nell'ambito delle attività previste dall'*Osservatorio turistico regionale federato* (OTRF).

Il campione dell'**OGD Padova**, stratificato per provincia e settore, è composto da **340 imprese rispondenti** (su oltre 2 mila contatti), a cui fanno riferimento quasi 4 mila addetti ed un fatturato complessivo di oltre 320 milioni di euro, ed è statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese delle rispettive attività dei servizi turistici (con almeno 2 addetti) iscritte al Registro Imprese della CCIAA di Padova. La rilevazione è stata effettuata nel periodo 14 ottobre – 20 novembre 2024 dalla società di rilevazione Demetra opinioni.net Srl mediante utilizzo del sistema CAWI e CATI.

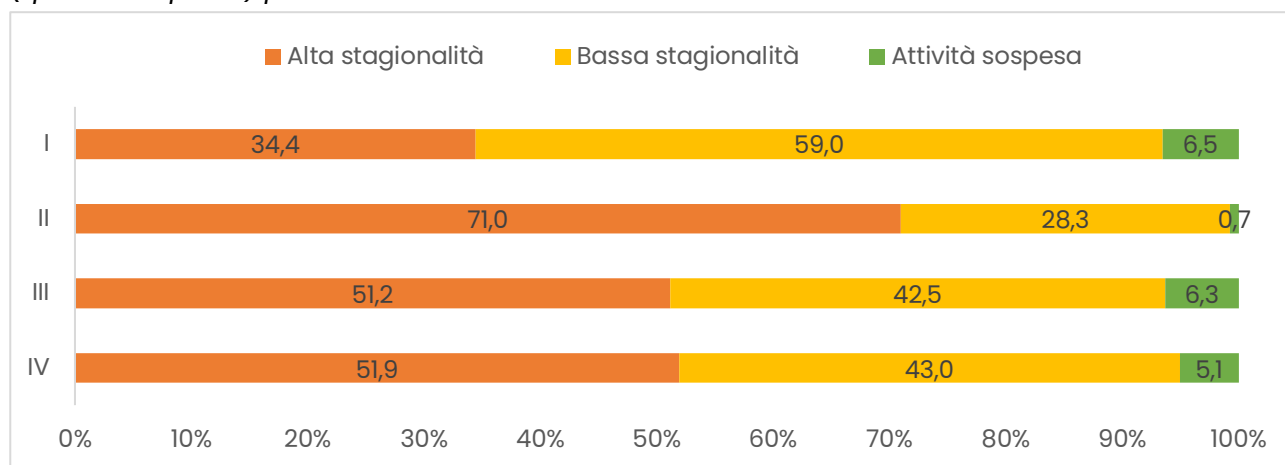
**OGD Padova. clima congiunturale negativo: rispetto al secondo trimestre 2024, nel periodo estivo il fatturato risulta in calo del -6,6%, causa in buona parte del comparto alberghiero e della ristorazione**

Nell'OGD Padova, l'estate è tradizionalmente un periodo di **alta stagionalità** turistica per oltre la metà delle imprese. L'indagine, avviata a metà ottobre 2024,



ha analizzato l'andamento economico dei servizi turistici nei **mesi estivi** di luglio, agosto e settembre. In questo periodo, il 51,2% delle imprese turistiche padovane ha segnalato un trimestre di alta stagionalità, una **quota inferiore alla media regionale** del 69,5%. Al contrario, il 42,5% delle imprese ha indicato una bassa stagionalità, mentre il 6,3% ha sospeso l'attività. L'analisi evidenzia anche un picco di alta stagionalità nei mesi primaverili (aprile-giugno 2024, 71%) e un andamento stabile per i mesi invernali (ottobre-dicembre 2024, 51,9%).

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



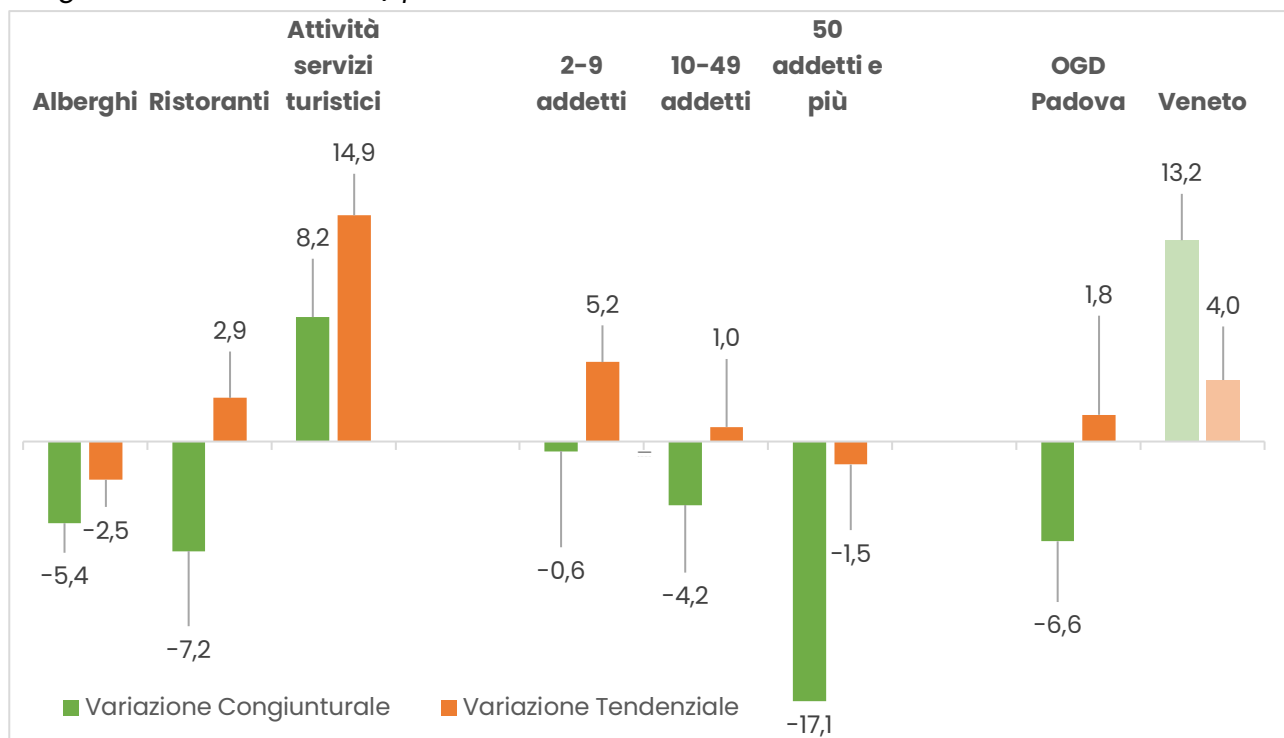
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Secondo l'indagine congiunturale, nell'OGD Padova, fra luglio e settembre 2024, il **fatturato delle attività turistiche** è in calo del -6,6% rispetto al trimestre precedente, variazione congiunturale decisamente negativa rispetto al dato medio regionale incoraggiante (+13,2%). L'analisi della **variazione congiunturale** del fatturato per settori permette di evidenziare una contrazione soprattutto per il comparto alberghiero (-5,4%) e per la ristorazione (-7,2%). Positive le attività dei servizi turistici (+8,2%).

Rispetto allo stesso trimestre 2023 il fatturato del comparto turistico dell'OGD Padova riporta invece una **variazione tendenziale** del +1,8%, anche in questo

caso meno sostenuta rispetto alla variazione media rilevata a livello regionale (+4%).

OGD Padova. Andamento del fatturato nelle imprese del settore turistico (variazione % congiunturale e tendenziale) per settore e dimensione. III trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

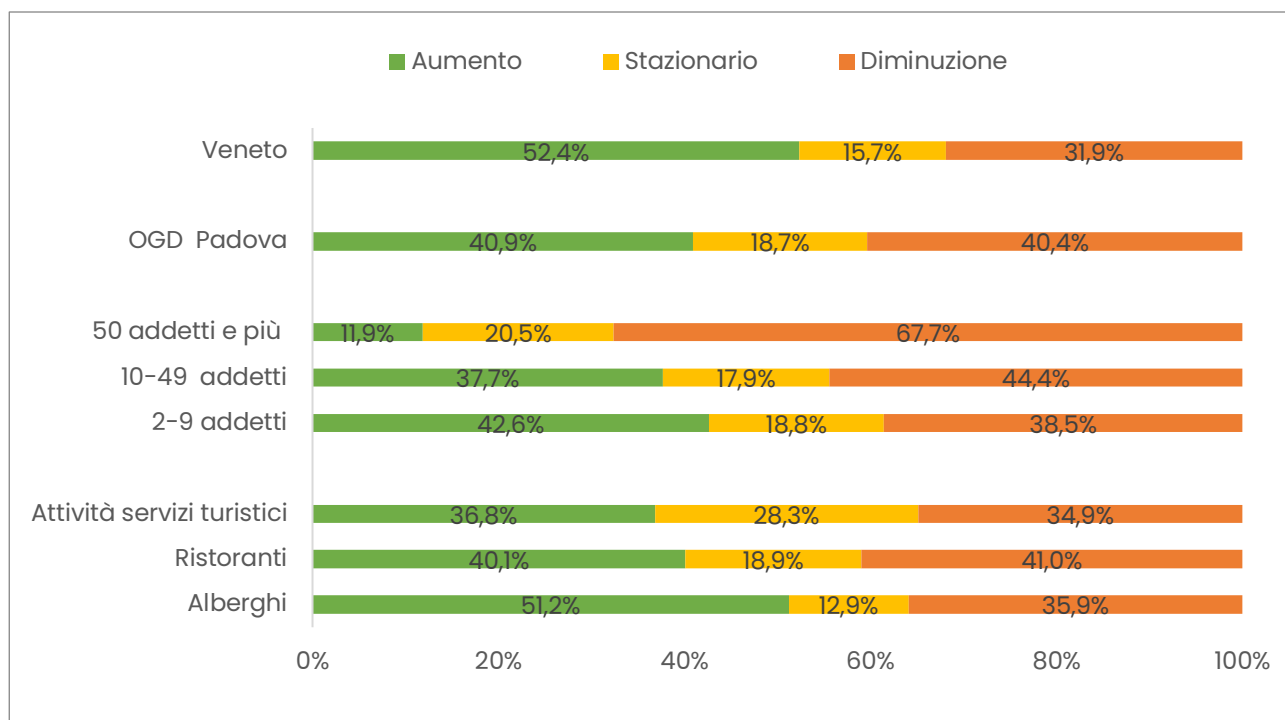
L'analisi della **distribuzione dei giudizi** rilasciati dalle imprese turistiche dell'OGD Padova, sull'andamento di fatturato e prezzi di vendita rispetto al trimestre precedente, fornisce conferme e ulteriori dettagli a questo quadro. Mediamente, meno della metà delle imprese padovane intervistate (40,9%) dichiara un aumento del fatturato rispetto al trimestre precedente, contro il 18,7% di giudizi di stazionarietà e il 40,4% di calo. La quota di imprese che esprimono un andamento positivo è inferiore alla media regionale pari al 52,4%, in linea con l'andamento congiunturale del fatturato padovano.

La positività è evidente soprattutto per le attività della ristorazione e il comparto alberghiero, dove più del 40% delle imprese ha dichiarato fatturato estivo in

aumento. Leggermente inferiore, nel trimestre in esame, la quota di giudizi in aumento per i servizi turistici: 36,8% in aumento, 28,3% stabile ed il resto in diminuzione.

Guardando alla **dimensione** la situazione appare difficile per le imprese di grandi dimensioni con più di 50 addetti, dove permane siamo in presenza di una contrazione congiunturale del volume d'affari nel terzo trimestre 2024 del 67,7%.

*OGD Padova. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese turistiche relativi all'andamento del fatturato, rispetto al trimestre precedente, per settore e dimensione. III trimestre 2024*

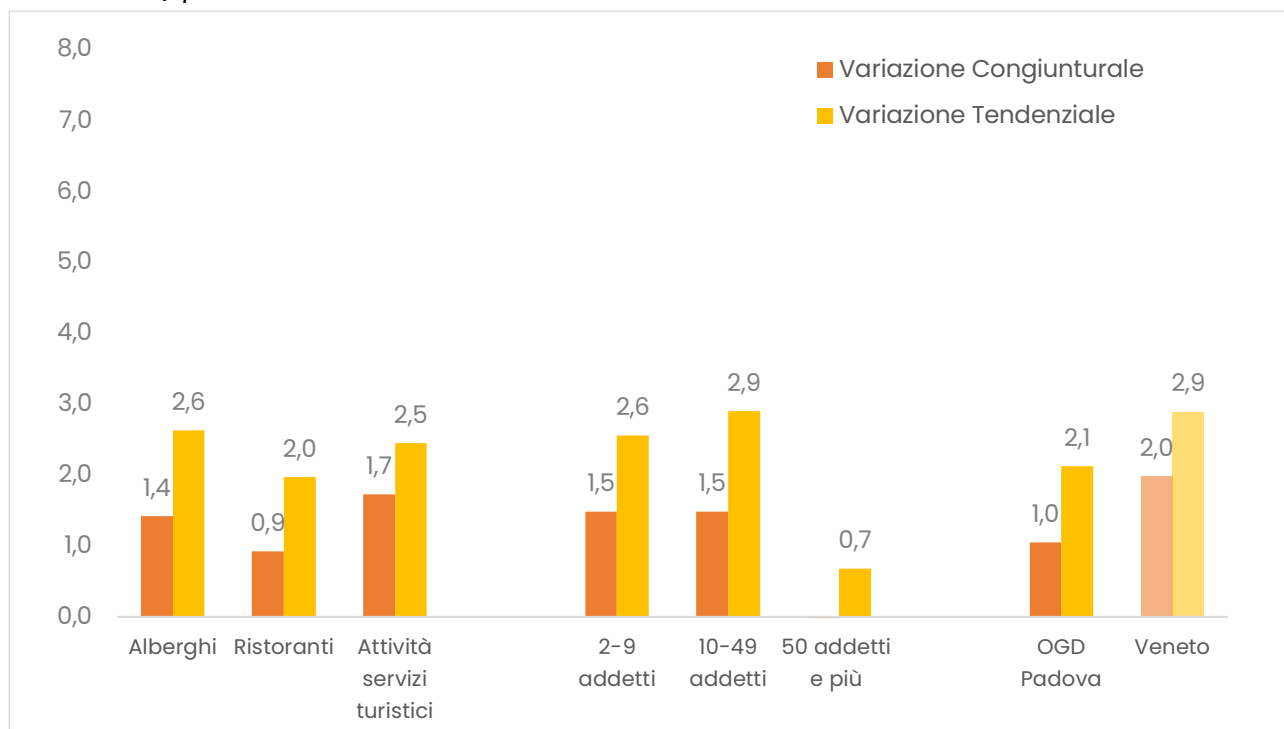


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Per quanto riguarda i **prezzi di vendita** del comparto turistico nell'OGD Padova, nel periodo estivo 2024 la variazione è in campo positivo (+2,1% la crescita tendenziale), inferiore al dato medio regionale (+2,9%). A livello congiunturale la differenza rimane sempre di circa un p.p con la crescita nella provincia di Padova che si assesta all'1%, metà rispetto a quella regionale. **Per la maggior parte delle imprese turistiche dell'OGD Padova (71,7%) si evidenzia una situazione di**

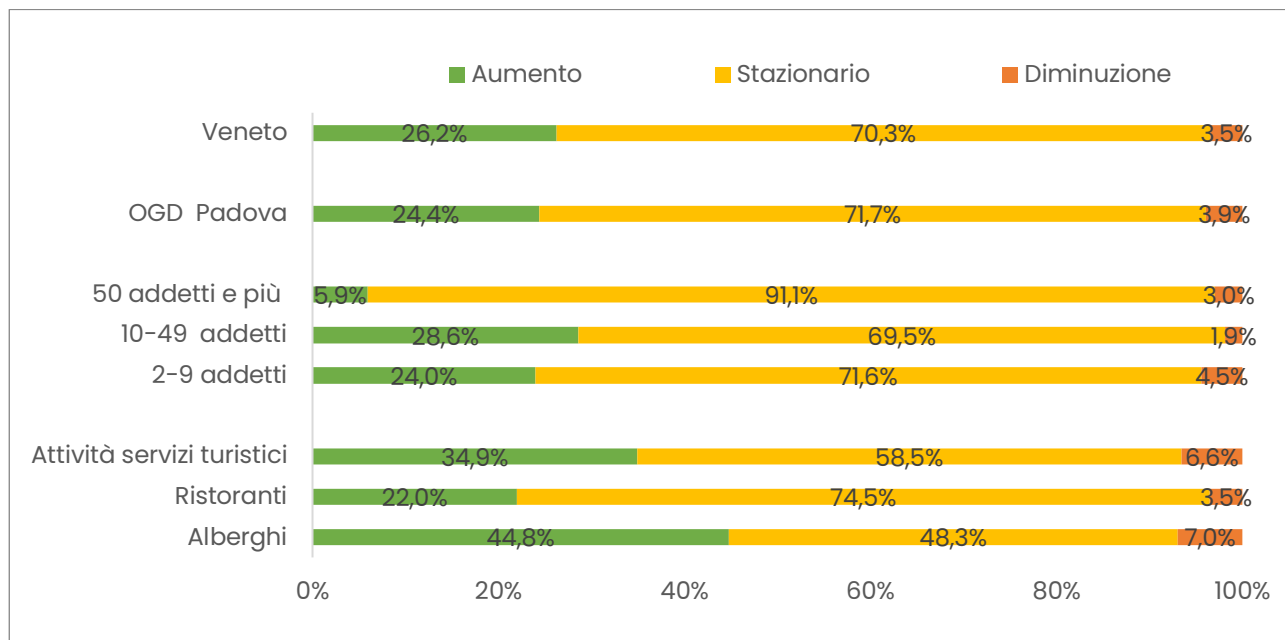
**stazionarietà dei prezzi, e quasi il 25% ne dichiara un aumento (in linea con il 26,2% medio regionale).**

*OGD Padova. Andamento dei prezzi di vendita nei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale) per settore e dimensione. III trimestre 2024*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

OGD Padova. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese relativi all'andamento dei prezzi di vendita, rispetto al trimestre precedente, per settore e dimensione. III trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

OGD Padova. Andamento di fatturato e prezzi di vendita dei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale) per settore e dimensione. III trimestre 2024

	Fatturato		Prezzi di Vendita	
	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale
Alberghi	-5,4	-2,5	1,4	2,6
Ristoranti	-7,2	2,9	0,9	2,0
Attività servizi turistici	8,2	14,9	1,7	2,5
2-9 addetti	-0,6	5,2	1,5	2,6
10-49 addetti	-4,2	1,0	1,5	2,9
50 addetti e più	-17,1	-1,5	-0,02	0,7
<b>OGD Padova</b>	<b>-6,6</b>	<b>1,8</b>	<b>1,0</b>	<b>2,1</b>
<b>Veneto</b>	<b>13,2</b>	<b>4,0</b>	<b>2,0</b>	<b>2,9</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



OGD Padova. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese relativi all'andamento congiunturale del fatturato e dei prezzi di vendita nel III trimestre 2024

Giudizi Congiunturali	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	51,2%	12,9%	35,9%	44,8%	48,3%	7,0%
Ristoranti	40,1%	18,9%	41,0%	22,0%	74,5%	3,5%
Attività servizi turistici	36,8%	28,3%	34,9%	34,9%	58,5%	6,6%
2-9 addetti	42,6%	18,8%	38,5%	24,0%	71,6%	4,5%
10-49 addetti	37,7%	17,9%	44,4%	28,6%	69,5%	1,9%
50 addetti e più	11,9%	20,5%	67,7%	5,9%	91,1%	3,0%
<b>OGD Padova</b>	<b>40,9%</b>	<b>18,7%</b>	<b>40,4%</b>	<b>24,4%</b>	<b>71,7%</b>	<b>3,9%</b>
<b>Veneto</b>	<b>52,4%</b>	<b>15,7%</b>	<b>31,9%</b>	<b>26,2%</b>	<b>70,3%</b>	<b>3,5%</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

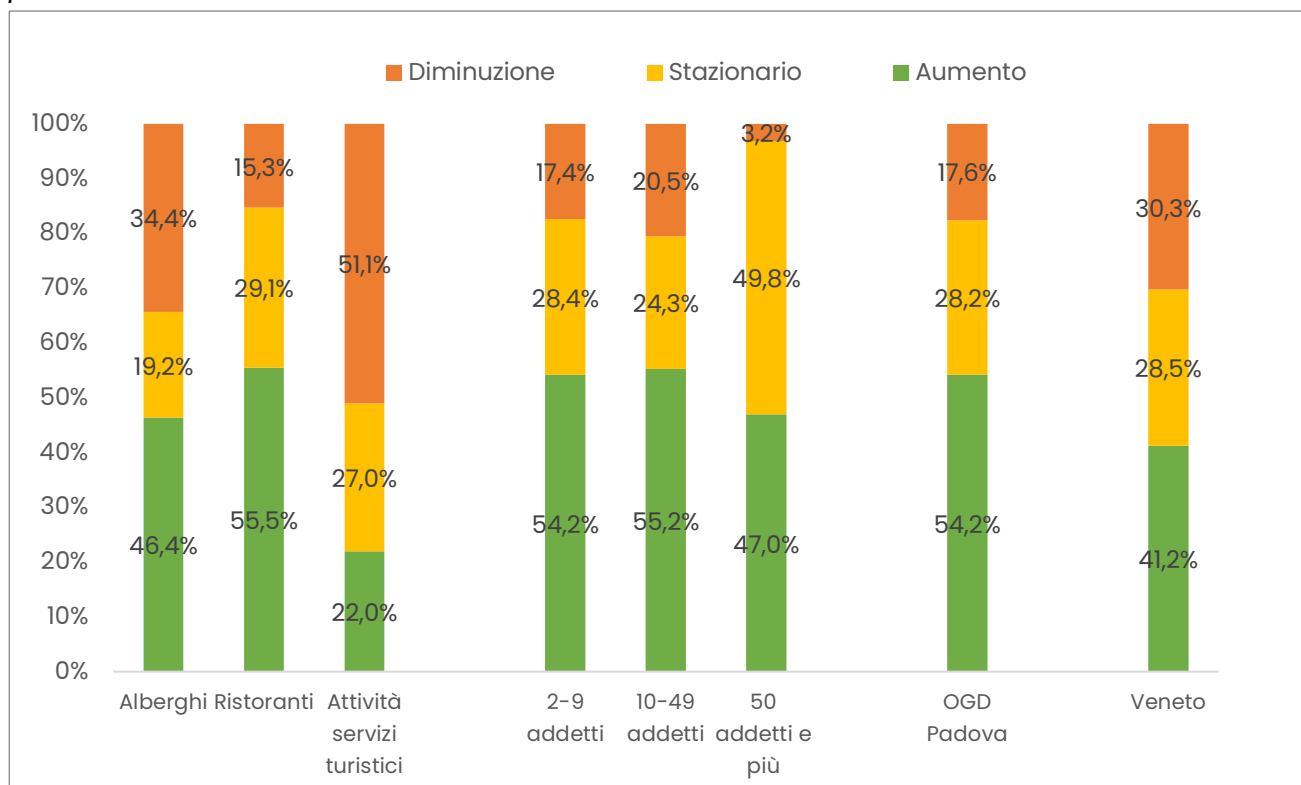
## Segnali di ottimismo nelle aspettative degli imprenditori: più della metà prevede un aumento del fatturato nei prossimi sei mesi

Le previsioni degli imprenditori del comparto turistico nell'OGD Padova per gli ultimi tre mesi del 2024 segnalano un cauto ottimismo. **La quota di imprese che si aspettano un aumento del fatturato è pari al 54,2%**, mentre coloro che ne prevedono una diminuzione è pari al 17,6% e il 28,2% rimane in campo stazionario. La situazione è più rosea per il settore della **ristorazione** e degli **alberghi**, dove circa la metà degli imprenditori sono ottimisti, mentre le attività dei servizi turistici è in difficoltà, dove la maggior parte delle imprese (51,1%) si aspetta una forte contrazione. Le previsioni del comparto turistico padovano sono migliori rispetto alla media regionale che invece ha visto il 41,2% degli imprenditori veneti in attesa di un aumento del fatturato, il 28,5% con giudizi di stazionarietà, mentre il 30,3% ha dichiarato una diminuzione.

A livello dimensionale la quota di ottimisti si attesta al 47% nelle imprese di maggiori dimensioni (50 addetti e più), migliore nelle medie e piccole imprese

dove oltre il 54% delle imprese dichiara di aspettare un aumento di fatturato nei prossimi sei mesi.

*OGD Padova. Previsioni sul fatturato nei servizi turistici per i sei mesi successivi (quota % imprese) per settore e dimensione. III trimestre 2024*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

OGD Padova. Previsioni sul fatturato e prezzi di vendita nelle imprese turistiche (quota % imprese) per settore e dimensione. III trimestre 2024

Previsioni	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	46,4%	19,2%	34,4%	31,5%	52,3%	16,2%
Ristoranti	55,5%	29,1%	15,3%	20,9%	76,8%	2,2%
Attività servizi turistici	22,0%	27,0%	51,1%	26,5%	73,5%	0,0%
2-9 addetti	54,2%	28,4%	17,4%	24,8%	71,5%	3,7%
10-49 addetti	55,2%	24,3%	20,5%	13,3%	84,0%	2,7%
50 addetti e più	47,0%	49,8%	3,2%	0,0%	100,0%	0,0%
<b>OGD Padova</b>	<b>54,2%</b>	<b>28,2%</b>	<b>17,6%</b>	<b>22,0%</b>	<b>74,6%</b>	<b>3,4%</b>
<b>Veneto</b>	<b>41,2%</b>	<b>28,5%</b>	<b>30,3%</b>	<b>19,2%</b>	<b>71,7%</b>	<b>9,1%</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Le previsioni sui **prezzi di vendita** per gli ultimi mesi dell'anno vedono un 22,0% di imprese che ne dichiara un aumento, solamente un 3,4% una diminuzione, mentre quasi il 75% delle imprese ne dichiara la stazionarietà.

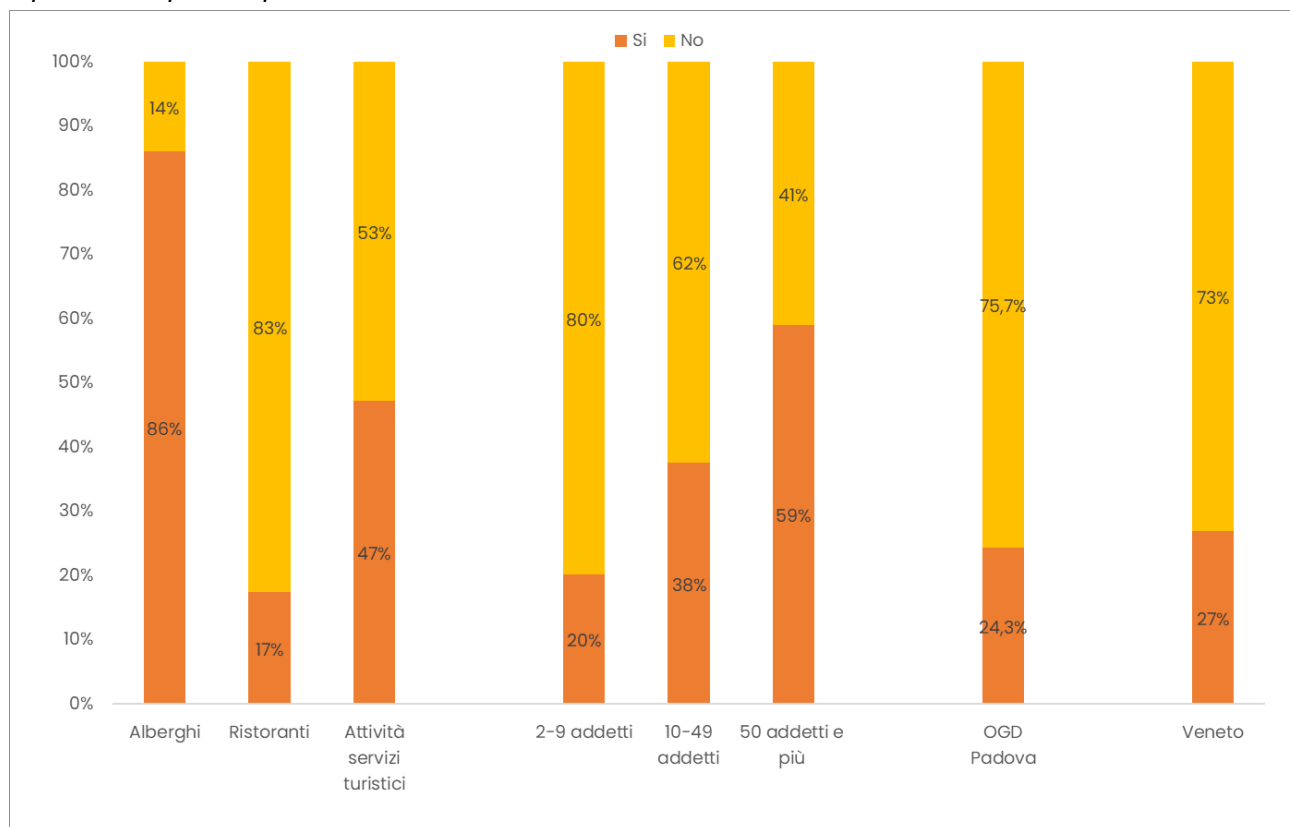
### Il 24,3% delle imprese turistiche padovane vende i propri prodotti attraverso internet, da cui deriva solo il 20,0% del fatturato

Le imprese turistiche dell'OGD Padova evidenziano un **basso livello di digitalizzazione**, inferiore alla media regionale. Emerge tuttavia la buona digitalizzazione del comparto **alberghiero** dove la quasi totalità delle imprese (86%) vende anche online (ad esempio sito web, Deliveroo, Just Eat booking, Airbnb ecc.) e le attività dei servizi turistici (47%). Mentre il comparto ristorazione risulta meno digitalizzato (solo il 17% vende attraverso internet).

Nel trimestre luglio-settembre 2024 la **quota percentuale del fatturato che deriva dalla vendita attraverso internet** delle imprese dell'OGD Padova è molto

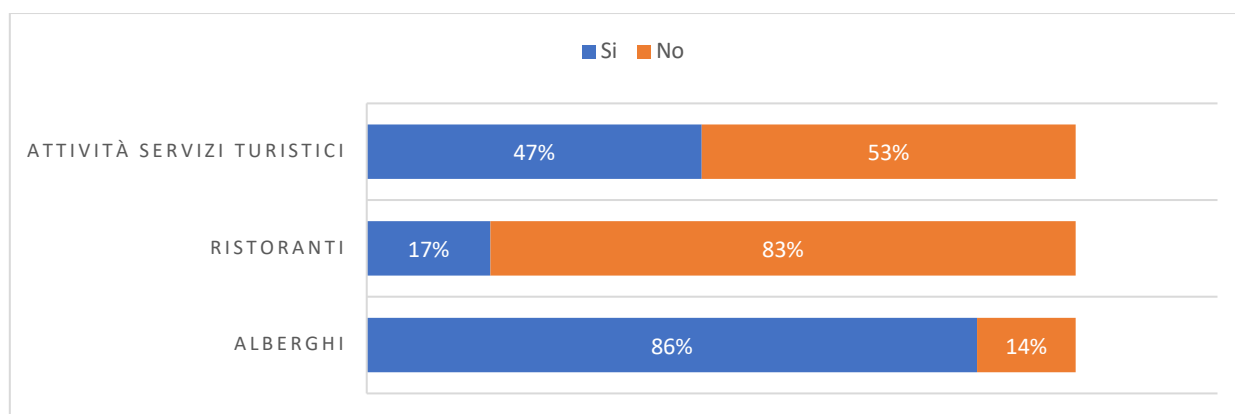
bassa e pari al **20%**, di molto inferiore al dato medio regionale (37,2%), e in linea con il trimestre precedente (21,1% rispetto al 35,9% regionale). Nel terzo trimestre 2024 la parte del fatturato realizzata tramite internet si assesta al 35,5% per gli **albergatori** e al 31,2% per i servizi turistici, mentre rimane ancora molto bassa per la ristorazione (11,5%). L'adozione del digitale è risultata utile e in rapida accelerazione durante il periodo pandemico, ma ora sembra essersi arrestata: nel terzo trimestre 2024 **solo il 16,8% delle imprese padovane ha dichiarato un aumento del fatturato derivante dalle vendite online**, rispetto al 28,7% della media regionale. Tale quota si amplia al 36% per i servizi turistici mentre risulta pari al 20,8% per le imprese alberghiere. Rimane alta invece la quota di imprese secondo cui il fatturato derivante dall'online è rimasto stazionario 70,7% (maggiore rispetto a quello regionale, 60%), mentre il 12,5% ne ha dichiarato una diminuzione.

*OGD Padova. Imprese turistiche che vendono o meno i propri servizi anche attraverso internet (quota % imprese) per settore e classe dimensionale. III trimestre 2024*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

*OGD Padova. Imprese turistiche che vendono i propri servizi anche attraverso internet per settore. III trimestre 2024*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

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

	E-Commerce		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	20,8%	61,0%	18,1%
Ristoranti	12,7%	76,1%	11,2%
Attività servizi turistici	36,0%	64,0%	0,0%
2-9 addetti	13,5%	71,4%	15,0%
10-49 addetti	20,3%	73,4%	6,3%
50 addetti e più	34,7%	50,3%	15,1%
<b>OGD Padova</b>	<b>16,8%</b>	<b>70,7%</b>	<b>12,5%</b>
<b>Totale Veneto</b>	<b>28,7%</b>	<b>60,0%</b>	<b>11,3%</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

### FOCUS 1: Le prenotazioni dei clienti nel OGD Padova.

**gran parte delle imprese riceve prenotazioni tramite contatto diretto con la struttura, da cui deriva quasi il 75% del fatturato aziendale totale**

Alle imprese turistiche del campione OGD Padova è stata chiesta quale sia la principale **modalità di prenotazione** utilizzata dai loro clienti. Quasi la totalità delle imprese intervistate (94%) nei mesi di luglio-settembre 2024 ha dichiarato che i loro clienti prediligono come modalità di prenotazione il **contatto diretto con la struttura**, tanto che questo sistema pesa per quasi l'80% delle prenotazioni totali e per il 74,7% sul fatturato aziendale totale (una quota più alta del 71,7% medio regionale). In particolare, il contatto diretto è utilizzato soprattutto nel settore ristorazione (dove rappresenta l'84,8% delle prenotazioni totali utilizzate dai loro clienti) e mediamente pesa per il 79,6% del fatturato complessivo. Il 23% delle imprese dell'OGD Padova invece ha affermato di vendere i propri servizi anche **tramite il sito web** della struttura (in linea con il 25% medio regionale),



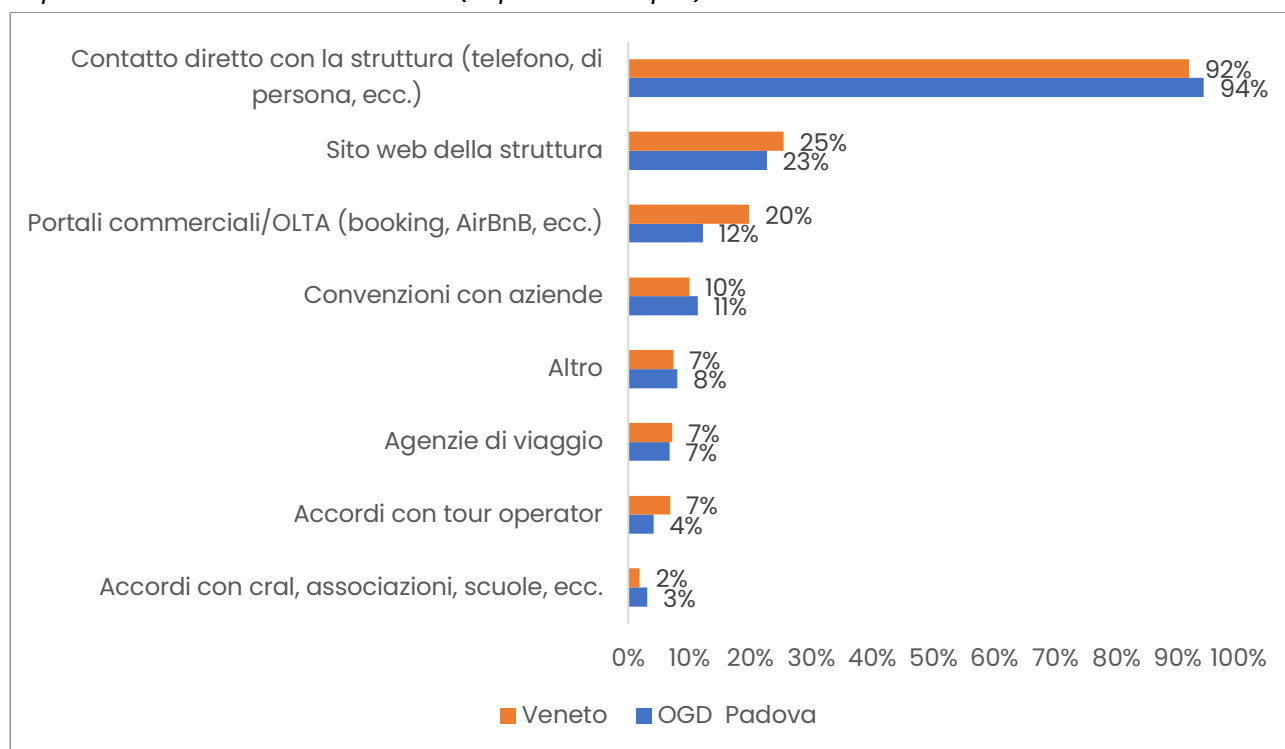
[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



UNIONCAMERE  
VENETO

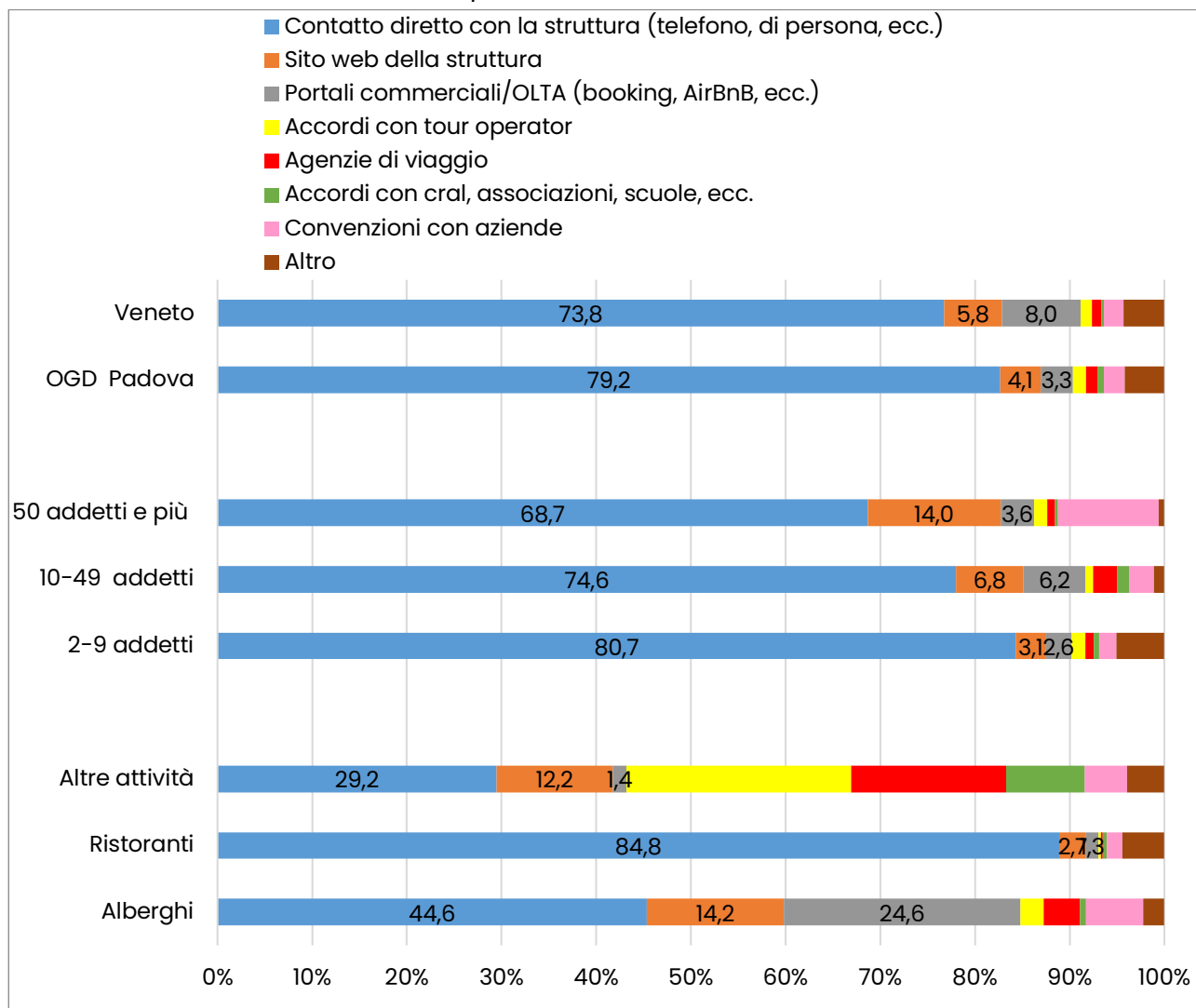
modalità che rappresenta il 4,1% delle prenotazioni totali e del fatturato totale, soprattutto per le attività alberghiere. I **portali commerciali/OLTA** (Booking, AirBnB, ecc.) sono una modalità di prenotazione principale per il 12% delle imprese turistiche padovane (molto inferiore rispetto al 20% regionale) e rappresenta circa il 3,5% delle prenotazioni e del fatturato totale. Questo canale di prenotazione è principale soprattutto per gli alberghi, utile nel momento della ricerca di dove soggiornare. Le **convenzioni con aziende** sono un altro canale di prenotazione molto importante per il turismo congressuale padovano ed utilizzato dal 11% delle imprese, con un peso sulle prenotazioni totali e sul fatturato di circa il 2% (in linea con il dato medio regionale). Le **agenzie di viaggio** (7%) e gli **accordi con i tour operator** (4%) sono fonte di reddito soprattutto per le “altre imprese dei servizi turistici”.

*Veneto e OGD Padova. Quota di imprese turistiche che dichiara principali le seguenti modalità di prenotazione nella sua attività (risposta multipla).*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

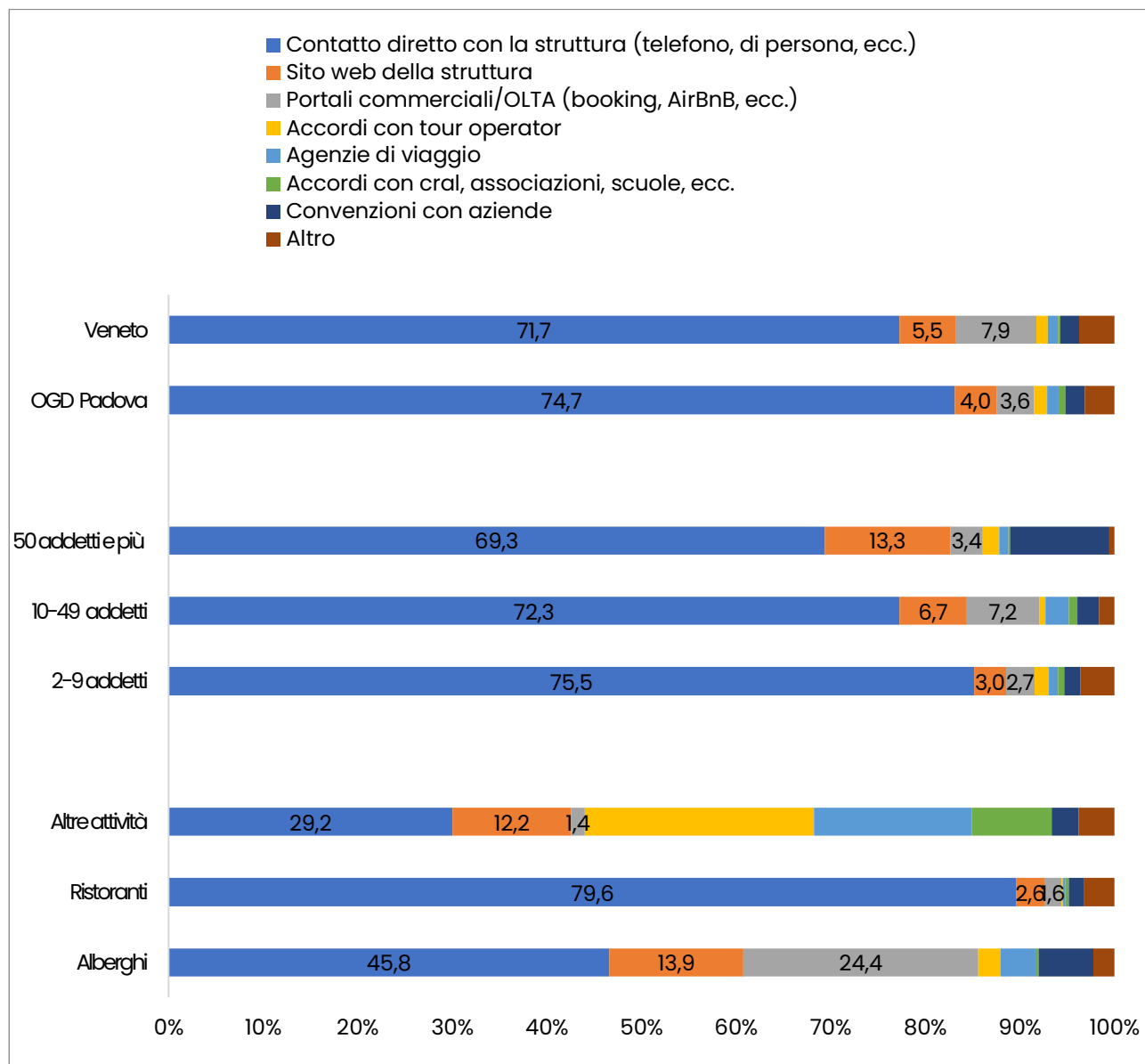
Veneto e OGD Padova. Media dei pesi per i diversi canali di prenotazione, per tipologia d'esercizio e classe dimensionale sul numero di prenotazioni.



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



Veneto e OGD Padova. Media dei pesi per i diversi canali di prenotazione, per tipologia d'esercizio e classe dimensionale sul fatturato.



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

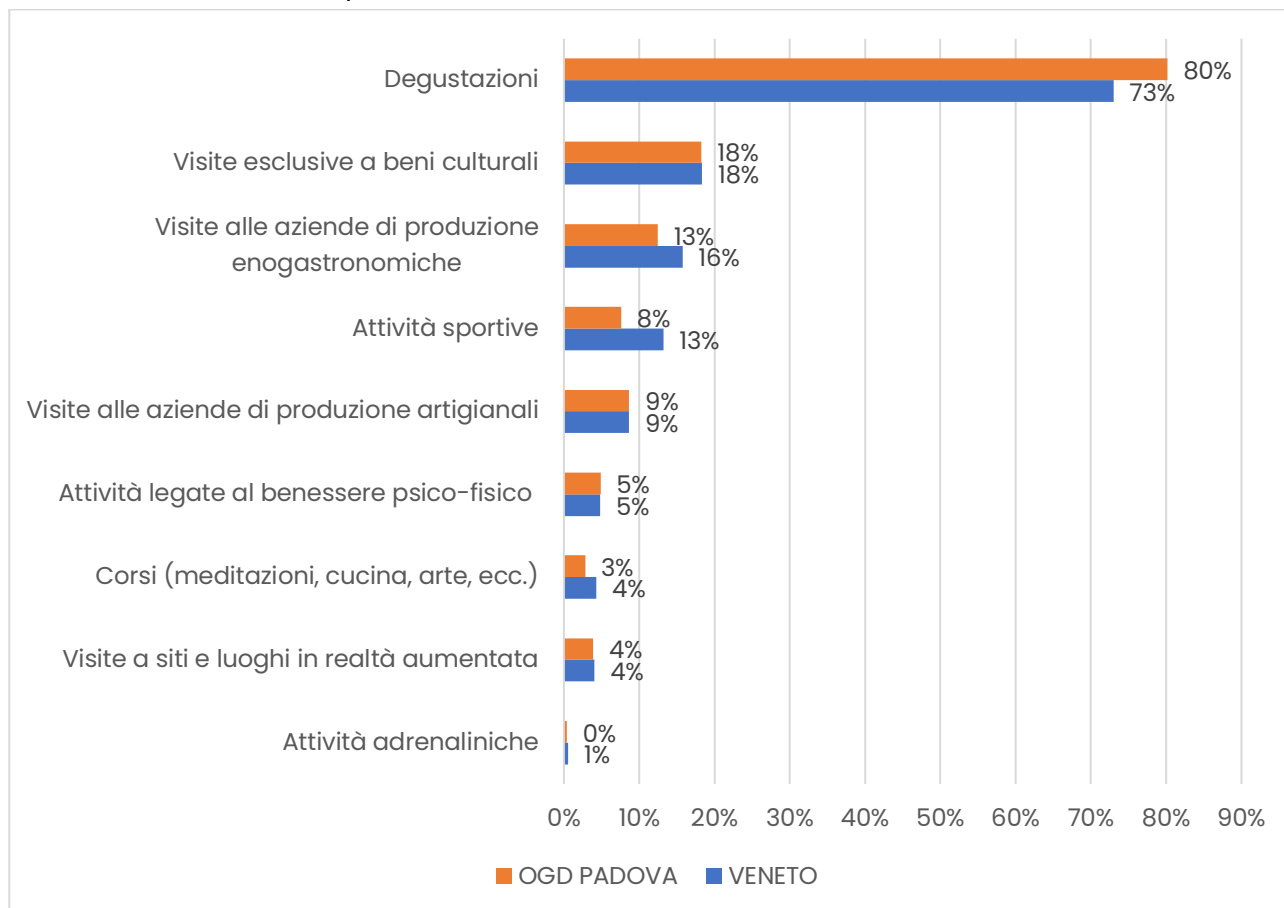
## **FOCUS 2: Prodotti turistici innovativi.**

**circa l'80% delle imprese del campione sottolinea come le esperienze richieste dalla clientela siano degustazioni, seguite da visite guidate a beni culturali e ad aziende enogastronomiche.**

Il turismo enogastronomico è diventato un pilastro fondamentale per l'attrattività della OGD Padova, rappresentando una leva strategica per la valorizzazione del territorio. I viaggiatori sono sempre più attratti da esperienze autentiche e di qualità all'insegna del made in Italy. La scoperta delle tradizioni culinarie, unite alla visita di cantine, frantoi e agriturismi, offre un percorso unico che collega la bellezza dei paesaggi con il piacere del gusto. Il turismo enogastronomico non solo promuove le eccellenze locali, ma anche rafforza il turismo sostenibile e destagionalizzato.

Le richieste della clientela confermano queste tendenze, l'80% dei clienti richiedono esperienze di degustazioni (in linea con il 73% medio regionale), seguono visite esclusive a beni culturali del territorio con il 18,3% e in terza posizione le visite alle aziende di produzione enogastronomiche come cantine e laboratori con il 12,5% delle richieste.

Veneto e OGD Padova. Esperienze richieste della clientela nel settore turistico.



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Per quanto riguarda l'introduzione di nuovi prodotti motivazionali, il settore turistico nella provincia di Padova segue la tendenza regionale mantenendo una forte continuità con la tradizione. Infatti, il 95,4% delle imprese non prevede di lanciare nuove proposte in questo ambito. Alberghi e ristoranti guidano questa tendenza con circa il 95% di aziende che scelgono di non innovare in questa direzione.

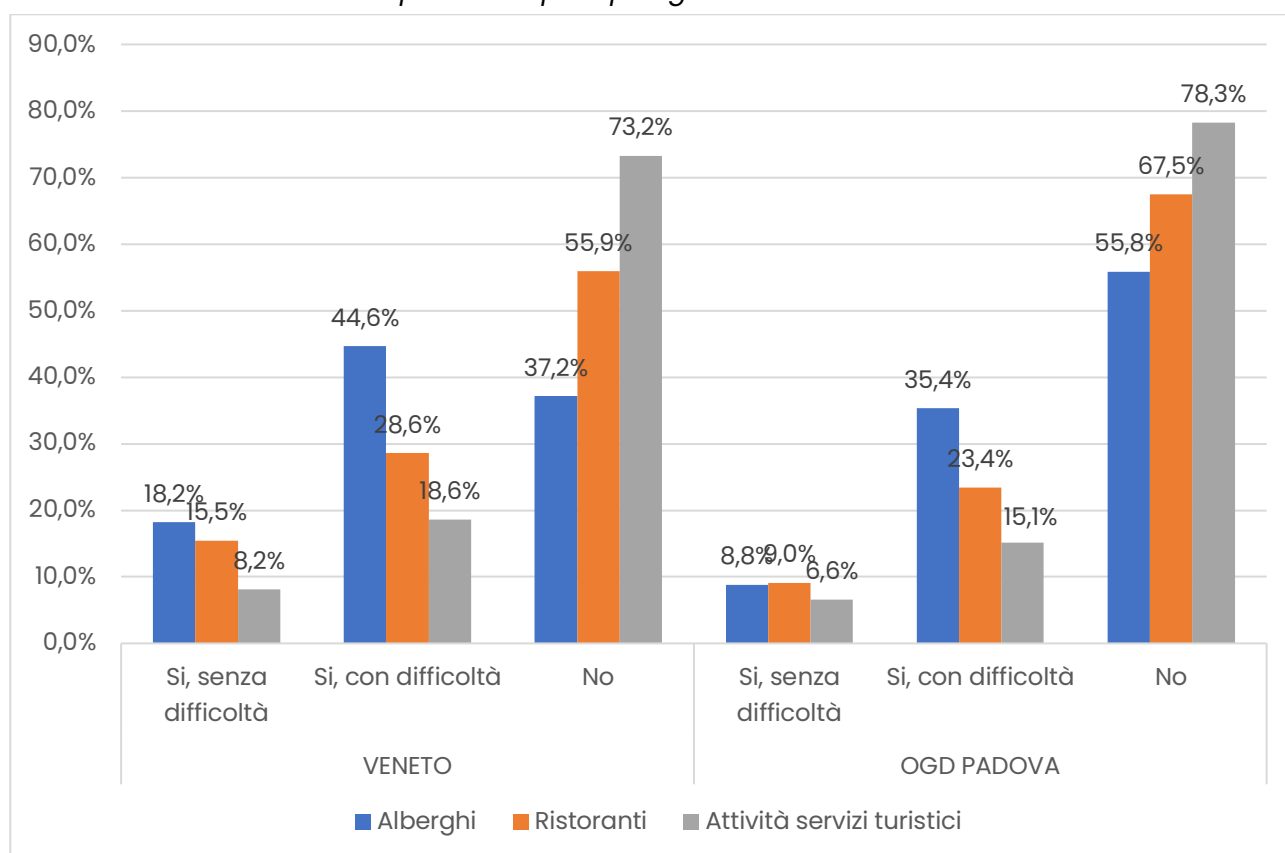
Tuttavia, in controtendenza rispetto al quadro regionale, il comparto delle **agenzie di viaggio, tour operator, servizi di prenotazione e attività connesse** della provincia di Padova si distingue per una maggiore propensione all'innovazione: il 32,1% delle imprese di questo segmento dichiara di voler

introdurre nuovi prodotti motivazionali, a fronte di appena circa il 5% registrato nel settore alberghiero e della ristorazione.

Le assunzioni nel settore turistico dell'ODG di Padova mostrano un rallentamento più marcato rispetto alla già poco positiva tendenza regionale. Nel periodo di riferimento, il **66,9% delle imprese** non ha effettuato nuove assunzioni, un dato significativamente peggiore rispetto alla media regionale del **53,2%**.

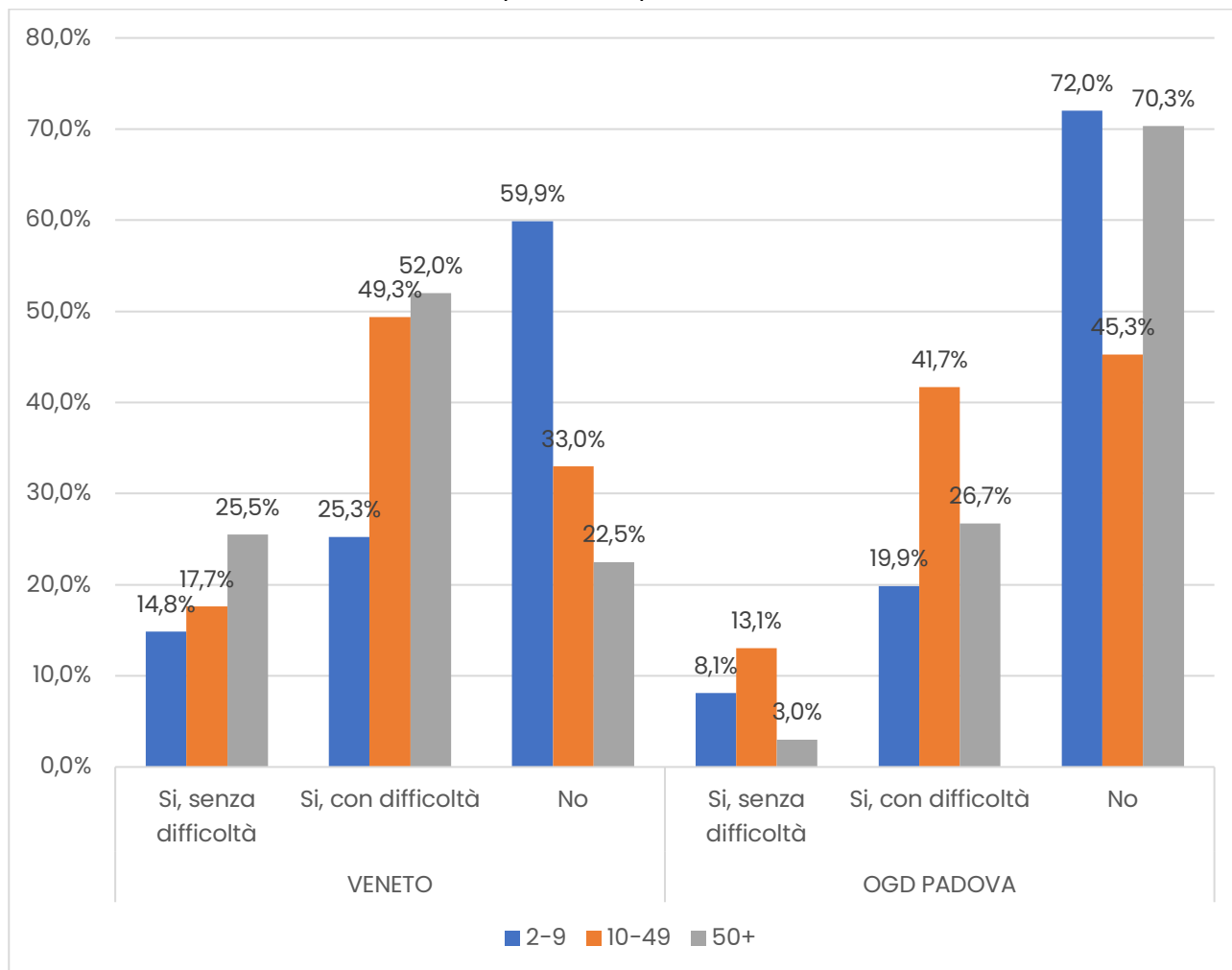
Il comparto più colpito risulta essere quello dei **servizi turistici**, dove il **78,3%** delle imprese ha dichiarato di non aver assunto personale, a fronte di un dato regionale comunque elevato, pari al **73,2%**. Inoltre, quando le assunzioni avvengono, queste risultano particolarmente difficili, con il **24,2%** delle imprese che segnala difficoltà nel reperire personale.

OGD Padova. Assunzione del personale per tipologia di attività.



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto e OGD Padova. Assunzione del personale per numero di addetti.

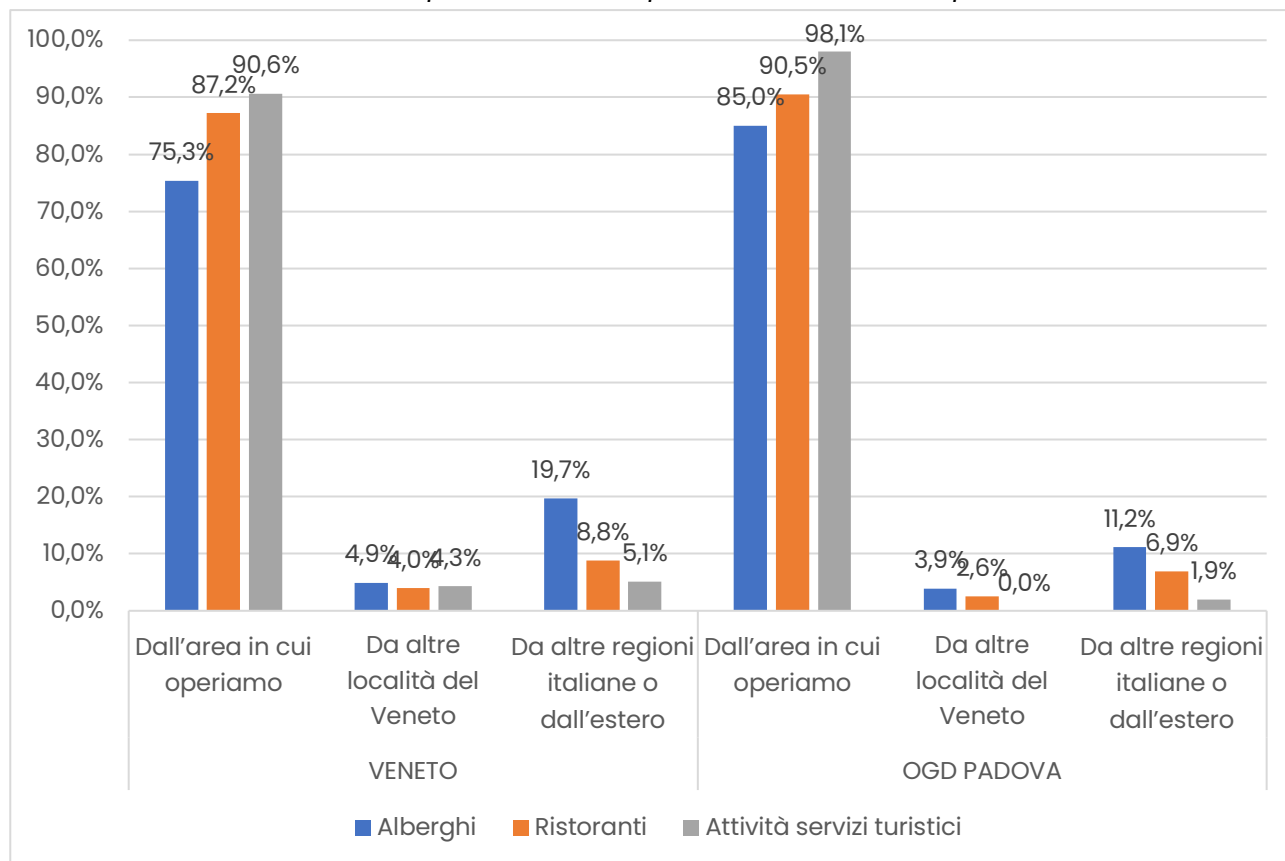


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Tra le assunzioni registrate nell'OGD di Padova, la maggior parte del personale proviene direttamente dalle aree in cui le imprese operano, superando **il 90%** dei casi. Questa tendenza raggiunge il suo massimo nelle **attività dei servizi turistici**, dove la quota di personale assunto localmente tocca il **98,1%**. Si tratta di numeri leggermente superiori rispetto alla media regionale, ma che confermano come, nel settore turistico, le assunzioni riguardano raramente risorse provenienti da un bacino geografico esterno alla zona di riferimento delle imprese. Questa situazione è favorita anche dalla problematica relativa agli alloggi; infatti, le

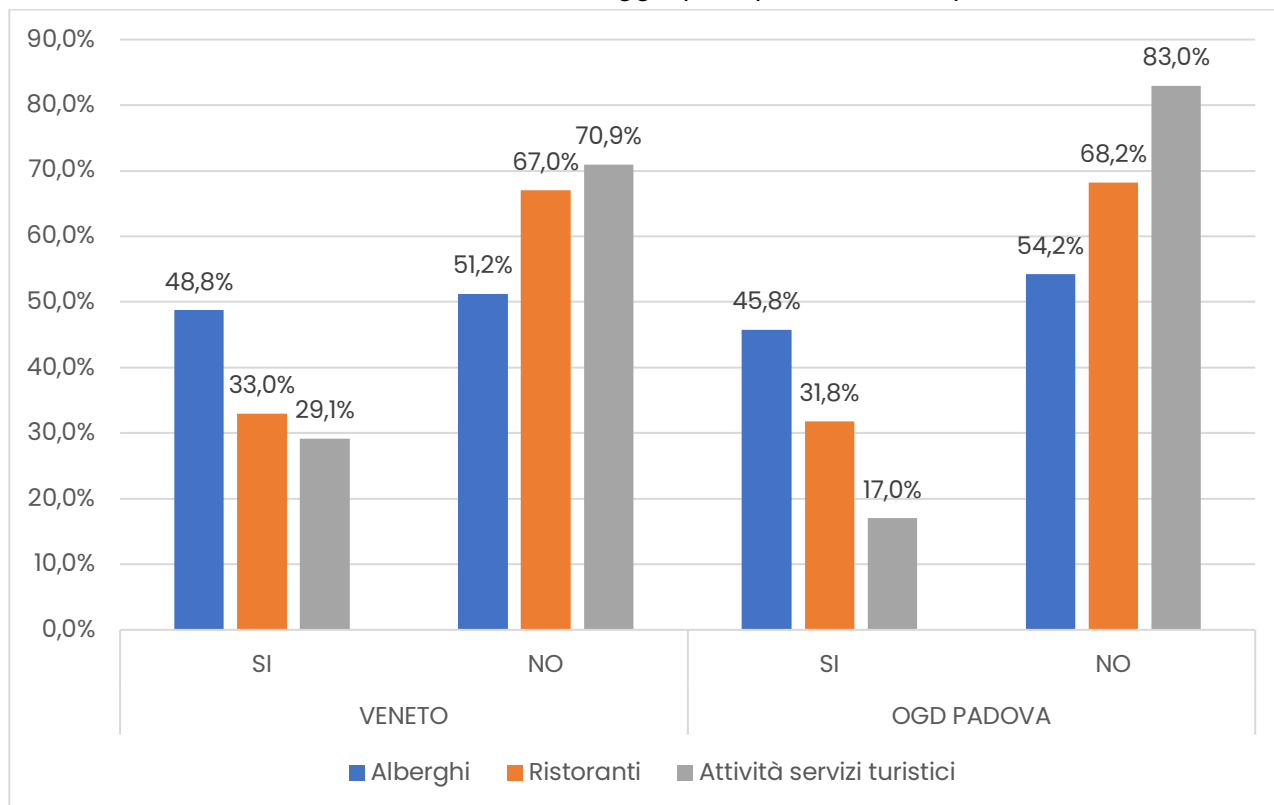
imprese del padovano dichiarano che nel 32,7% (35,7% il dato regionale) dei casi il personale che proviene da altre località ha difficoltà a trovare alloggio.

Veneto e OGD Padova. Zona di provenienza del personale assunto nel periodo



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

*Veneto e OGD Padova. Difficoltà a trovare alloggio per il personale che proviene da altre località.*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

**INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI  
SOVRACAMPIONAMENTO  
OGD VENEZIA**



TERZO TRIMESTRE 2024  
Osservatorio del Turismo Regionale Federato  
OTRF





## HIGHLIGHTS: IL TURISMO NELL'OGD DI VENEZIA NEL TERZO TRIMESTRE 2024

- ⇒ I mesi di luglio, agosto e settembre rappresentano un periodo di alta stagionalità per le imprese veneziane intervistate (73,2%). Il periodo si conferma quello a più alta stagionalità, seguito dal periodo primaverile (58,3%).
- ⇒ Nel territorio dell'OGD di Venezia, il turismo registra un forte aumento rispetto al trimestre precedente, con una variazione positiva del +19,8%. Questo dato è particolarmente significativo poiché supera anche la crescita regionale del +13,2%. Anche il confronto con l'anno precedente risulta positivo (+1,5%), ma il valore rimane inferiore alla media regionale del +4,0%.
- ⇒ Il 55,3% delle imprese veneziane dichiara un aumento del fatturato, contro il 16,3% di giudizi di stazionarietà e il 28,4% di diminuzione. Numeri in linea con quelli della media regionale.
- ⇒ Nell'OGD di Venezia i prezzi di vendita mostrano una relativa stabilità nel periodo in esame. Su base congiunturale, si registra un incremento del 2,5%, mentre su base annua l'aumento è pari al 3,5%, entrambe mezzo p.p sopra la dinamica regionale.
- ⇒ Segnali negativi nelle aspettative degli imprenditori per il futuro: quasi il 40% si aspetta un calo del fatturato nei prossimi sei mesi. Questo clima è dovuto principalmente al settore alberghiero.
- ⇒ Le imprese turistiche dell'OGD Venezia evidenziano un buon livello di digitalizzazione, soprattutto il settore alberghiero, lento il comparto della ristorazione. Molto alta (47,2%) la quota di fatturato che deriva dalla vendita attraverso internet rispetto alla media regionale che si assesta al 37%.
- ⇒ Per il sistema di prenotazioni rimane essenziale il contatto diretto, che rappresenta una quota significativa sia in termini di volumi (il 90% delle imprese la dichiara come modalità di prenotazione principale) che di ricavi. Nello specifico, il 66,5% delle prenotazioni totali avviene attraverso questa modalità, contribuendo in percentuale uguale al fatturato complessivo.

- ⇒ **Nel trimestre analizzato, i clienti delle strutture turistiche dell'OGD di Venezia hanno mostrato una chiara preferenza per le degustazioni, che si collocano al primo posto con una quota pari al 68%. Seguono, con un interesse significativo, le visite esclusive a beni culturali, scelte dal 27% dei visitatori. Questi dati si allineano perfettamente con le tendenze osservate a livello regionale, dimostrando una forte coerenza nella domanda turistica. Un altro segmento rilevante riguarda le richieste di visite alle aziende di produzione artigianale, dove spicca il ruolo centrale del vetro a Venezia. Permane la tendenza regionale – confermata anche nell'OGD veneziana – a non sviluppare nuovi prodotti turistici, evidenziando una certa staticità nella proposta innovativa.**
- ⇒ **Il personale impiegato nelle strutture del settore turistico veneziano proviene, per oltre il 50%, da altre regioni italiane o dall'estero. Nel periodo analizzato, si registra un numero significativo di nuove assunzioni, con circa il 60% delle imprese che ha dichiarato di aver assunto nuovo personale, seppur segnalando numerosi ostacoli.**

**L'organizzazione di gestione della destinazione turistica veneziana ha registrato un lieve miglioramento nell'estate del 2024, con un incremento dei ricavi pari all'1,5% nel trimestre luglio-settembre, rispetto allo stesso periodo del 2023.**

Dai dati forniti dall'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto emerge inoltre come i segni di ripresa del turismo nel corso del 2024 siano stati evidenti, tanto che nel periodo gennaio-novembre 2024 si sono registrate oltre **38 milioni di presenze totali** nella città metropolitana di Venezia. Il 77% delle presenze è costituito da stranieri e i pernottamenti medi sono di 3,8 giorni. Le presenze sono aumentate rispetto allo stesso periodo del 2023 di 1,15 milioni di unità.

L'importante andamento del comparto turistico veneziano è stato monitorato anche grazie ad un sovra campionamento dell'indagine trimestrale sulle imprese dei servizi turistici, finalizzata a rilevare le dinamiche economiche congiunturali del settore, nell'ambito delle attività previste dall'Osservatorio turistico regionale federato (OTRF).

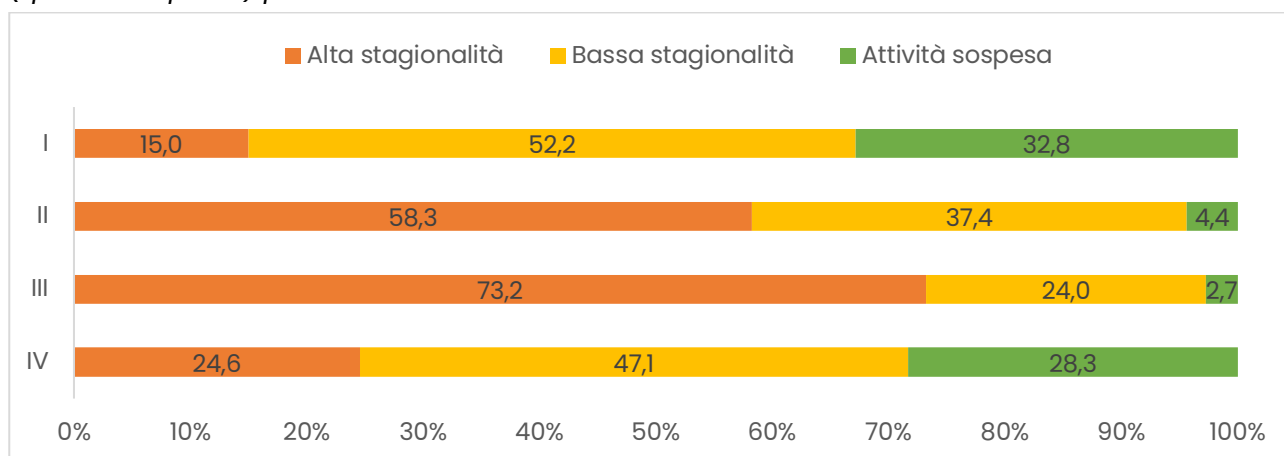
Il campione dell'**OGD Venezia**, stratificato per provincia e settore, è composto da **564 imprese rispondenti** (su quasi 3 mila contatti), a cui fanno riferimento quasi 7 mila addetti ed un fatturato complessivo di oltre 8,92 miliardi di euro, ed è statisticamente rappresentativo dell'universo delle 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 14 ottobre – 20 novembre 2024 dalla società di rilevazione Demetra opinioni.net Srl mediante utilizzo del sistema CAWI e CATI.

## OGD Venezia. clima congiunturale positivo: rispetto al secondo trimestre 2024, nel periodo estivo il fatturato risulta in aumento del 1,5%, trainato dal settore alberghiero

Nell'OGD Venezia, l'estate rappresenta tradizionalmente il periodo di **alta stagionalità turistica** per la maggior parte delle imprese. Secondo l'indagine avviata a metà ottobre 2024, che ha analizzato l'andamento economico dei servizi turistici nei **mesi estivi** di luglio, agosto e settembre, il **73,2% delle imprese** turistiche veneziane ha segnalato un trimestre caratterizzato da un'intensa attività, una quota **superiore alla media regionale**, che si attesta al **69,5%**. Questo dato conferma il ruolo di Venezia come una delle destinazioni più attrattive durante la stagione estiva.

Parallelamente, una **quota significativa**, pari al **24% delle imprese**, ha invece riportato una **bassa stagionalità**, evidenziando una distribuzione disomogenea dell'attività economica tra i diversi segmenti del comparto turistico. Inoltre, una piccola porzione di imprese, pari al **2,7%**, ha dichiarato di aver **sospeso l'attività** nel periodo estivo.

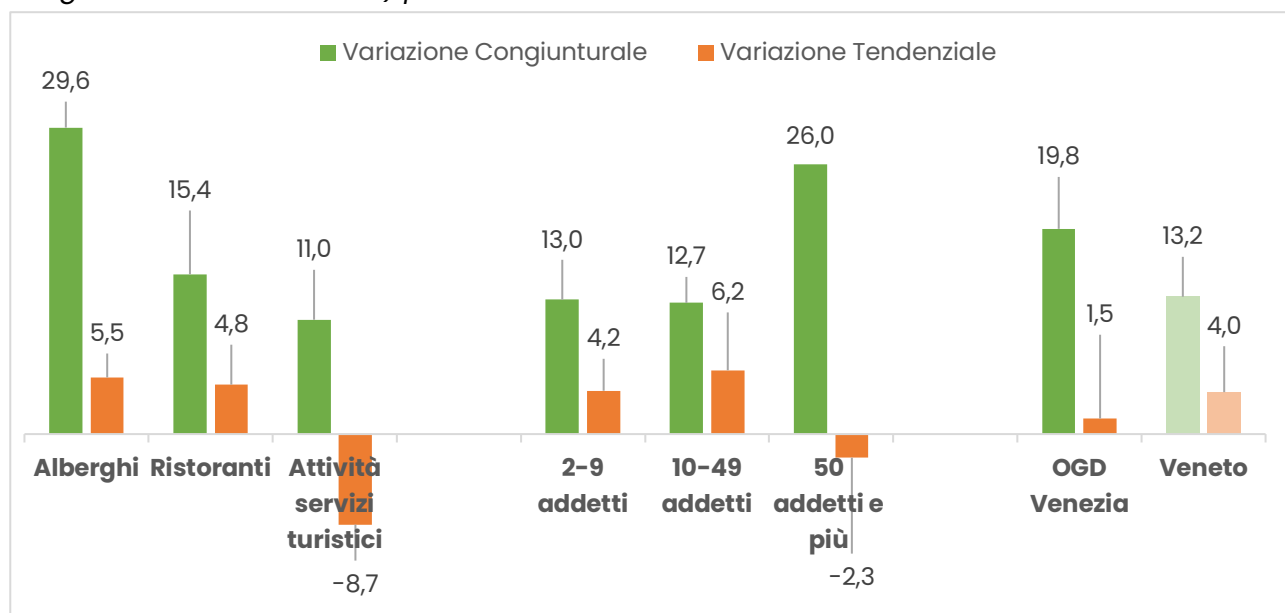
OGD Venezia. Imprese turistiche che in condizioni non Covid risentono di effetti di stagionalità (quota % imprese) per trimestre dell'anno. III trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Secondo l'indagine **congiunturale**, nell'OGD Venezia, fra luglio e settembre 2024, il **fatturato delle attività turistiche** è in aumento del 19,8% rispetto al trimestre precedente, variazione congiunturale decisamente positiva rispetto al dato medio regionale, comunque, incoraggiante (+13,2%). L'analisi della **variazione tendenziale** del fatturato per settori permette di evidenziare un segnale positivo soprattutto per il comparto alberghiero (5,5%) e per la ristorazione (4,8%). In contrazione le attività dei servizi turistici (-8,7%).

OGD Venezia. Andamento del fatturato nelle imprese del settore turistico (variazione % congiunturale e tendenziale) per settore e dimensione. III trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

L'analisi dei **giudizi** rilasciati dalle imprese turistiche dell'OGD Venezia sull'andamento del **fatturato** e dei **prezzi di vendita** rispetto al trimestre precedente offre un quadro dettagliato e coerente con le dinamiche economiche del periodo estivo. Complessivamente, più della metà delle imprese intervistate (**55,3%**) ha dichiarato un **aumento del fatturato** rispetto al trimestre precedente, a fronte di un **16,3%** che segnala una situazione di **stabilità** e un **28,4%** che registra un **calo**. Questo dato è in linea con la **media regionale**, che si attesta al **52,4%** per le imprese con andamento positivo.



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

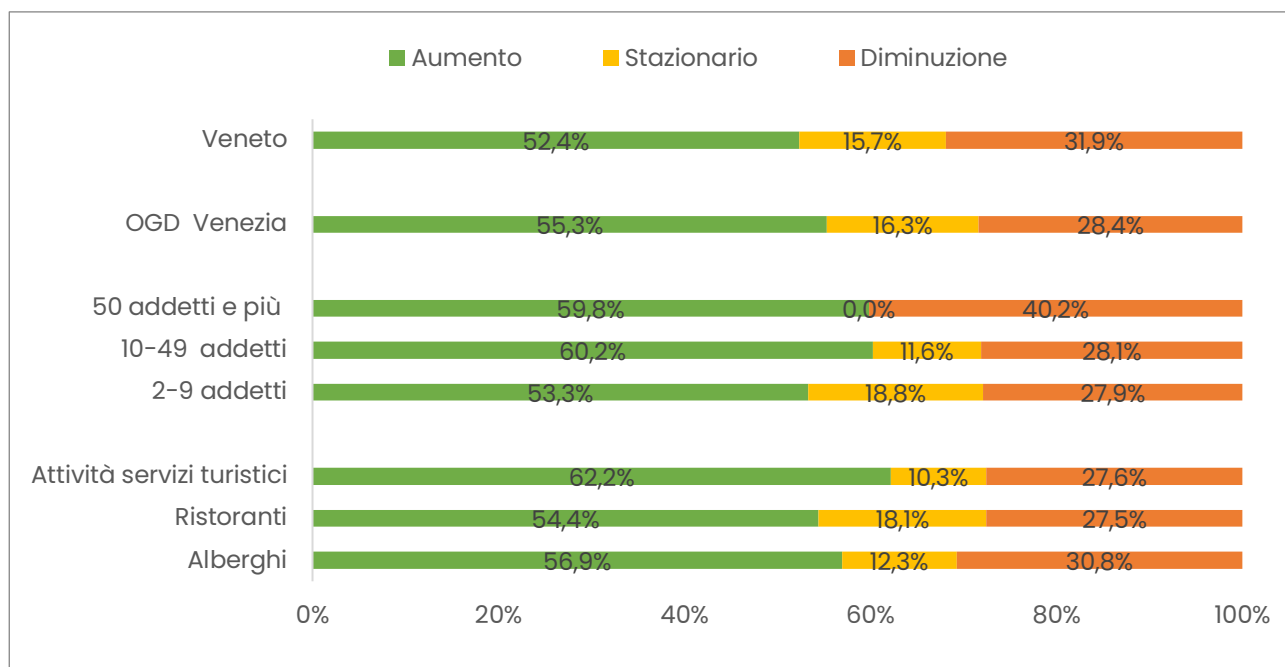


UNIONCAMERE  
 VENETO

La crescita appare particolarmente marcata nel comparto dei **servizi turistici**, dove il **62,2% delle imprese** ha riportato un incremento del fatturato durante la stagione estiva. Questo risultato evidenzia come le attività legate ai servizi turistici abbiano beneficiato della ripresa dei flussi di visitatori e della domanda crescente per esperienze e servizi dedicati.

Tuttavia, emerge una **situazione più complessa** per le **imprese di grandi dimensioni**, ossia quelle con più di **50 addetti**. In questo segmento, ben il **40%** delle imprese ha segnalato una **diminuzione del fatturato**, indicando difficoltà specifiche legate alla gestione dei costi operativi e alla competitività in un contesto ancora incerto.

*OGD Venezia. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese turistiche relativi all'andamento del fatturato, rispetto al trimestre precedente, per settore e dimensione. III trimestre 2024*



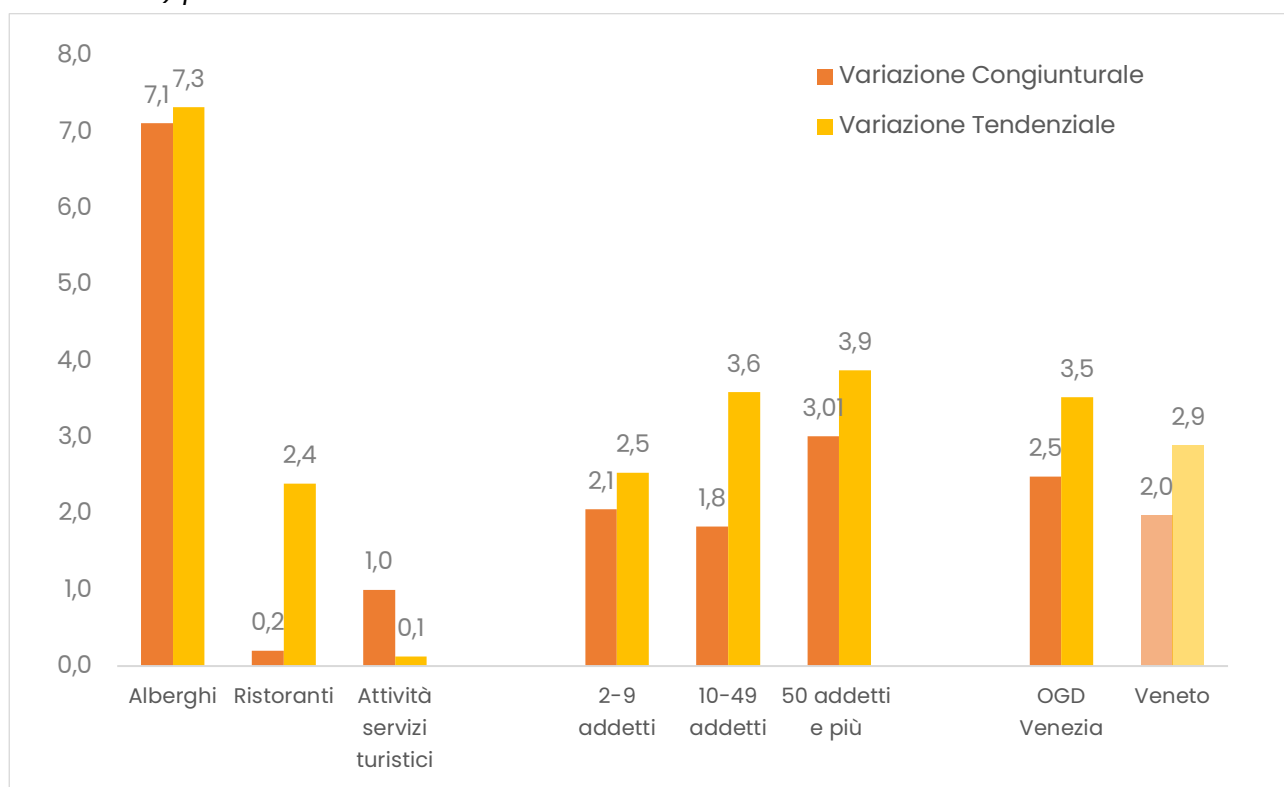
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Nel comparto turistico dell'OGD Venezia, i **prezzi di vendita** hanno registrato un incremento significativo durante il periodo estivo del 2024, evidenziando una crescita **tendenziale** del +3,5%. Questo dato è particolarmente rilevante, poiché

supera la media regionale del Veneto, che si attesta a un +2,9%. Anche a livello **congiunturale**, ovvero considerando variazioni su base trimestrale, l'OGD Venezia mostra una dinamica positiva con un **aumento dei prezzi del +2,5%**.

L'analisi della percezione delle imprese turistiche conferma questa tendenza: per la maggior parte degli operatori del settore nell'OGD Venezia (64%), i prezzi sono rimasti stabili nel periodo estivo, riflettendo una condizione di equilibrio nel mercato. Tuttavia, un'ampia percentuale di imprese, pari al 29,4%, ha dichiarato di aver aumentato i prezzi di vendita, un dato in linea con il 26,2% della media regionale.

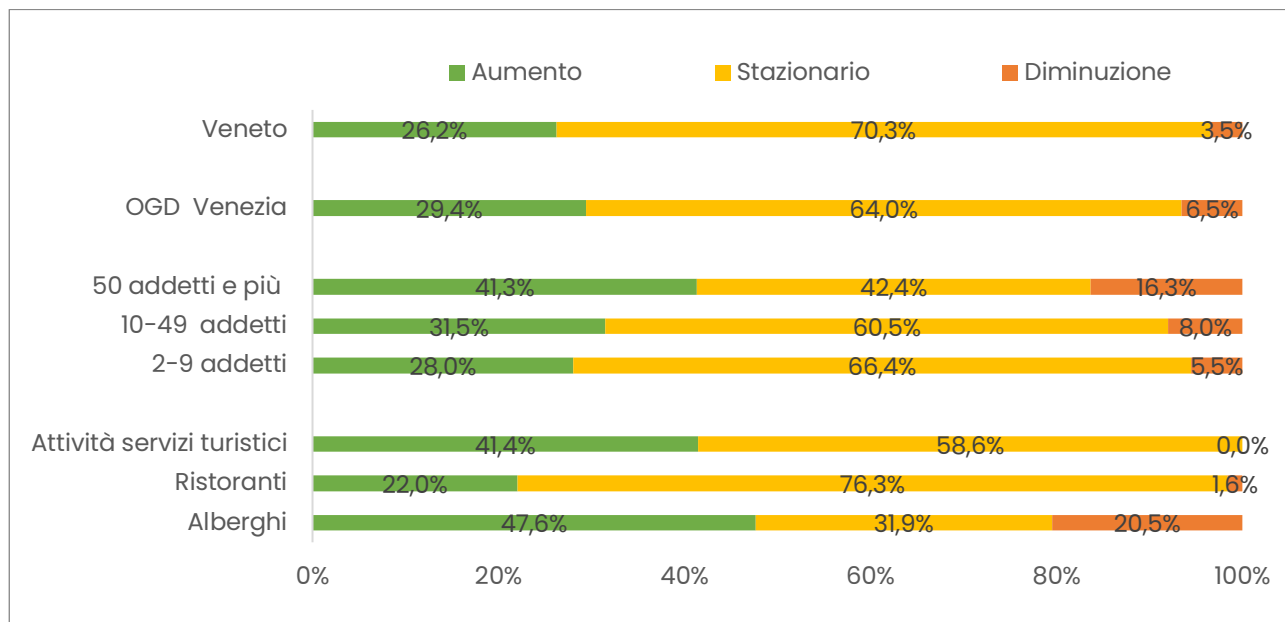
*OGD Venezia. Andamento dei prezzi di vendita nei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale) per settore e dimensione. III trimestre 2024*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



*OGD Venezia. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese relativi all'andamento dei prezzi di vendita, rispetto al trimestre precedente, per settore e dimensione. III trimestre 2024*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

*OGD Venezia. Andamento di fatturato e prezzi di vendita dei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale) per settore e dimensione. III trimestre 2024*

	Fatturato		Prezzi di Vendita	
	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale
Alberghi	29,6	5,5	7,1	7,3
Ristoranti	15,4	4,8	0,2	2,4
Attività servizi turistici	11,0	-8,7	1,0	0,1
2-9 addetti	13,0	4,2	2,1	2,5
10-49 addetti	12,7	6,2	1,8	3,6
50 addetti e più	26,0	-2,3	3,01	3,9
<b>OGD Venezia</b>	<b>19,8</b>	<b>1,5</b>	<b>2,5</b>	<b>3,5</b>
<b>Veneto</b>	<b>13,2</b>	<b>4,0</b>	<b>2,0</b>	<b>2,9</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

OGD Venezia. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese relativi all'andamento congiunturale del fatturato e dei prezzi di vendita nel III trimestre 2024

Giudizi Congiunturali	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	56,9%	12,3%	30,8%	47,6%	31,9%	20,5%
Ristoranti	54,4%	18,1%	27,5%	22,0%	76,3%	1,6%
Attività servizi turistici	62,2%	10,3%	27,6%	41,4%	58,6%	0,0%
2-9 addetti	53,3%	18,8%	27,9%	28,0%	66,4%	5,5%
10-49 addetti	60,2%	11,6%	28,1%	31,5%	60,5%	8,0%
50 addetti e più	59,8%	0,0%	40,2%	41,3%	42,4%	16,3%
<b>OGD Venezia</b>	<b>55,3%</b>	<b>16,3%</b>	<b>28,4%</b>	<b>29,4%</b>	<b>64,0%</b>	<b>6,5%</b>
<b>Veneto</b>	<b>52,4%</b>	<b>15,7%</b>	<b>31,9%</b>	<b>26,2%</b>	<b>70,3%</b>	<b>3,5%</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

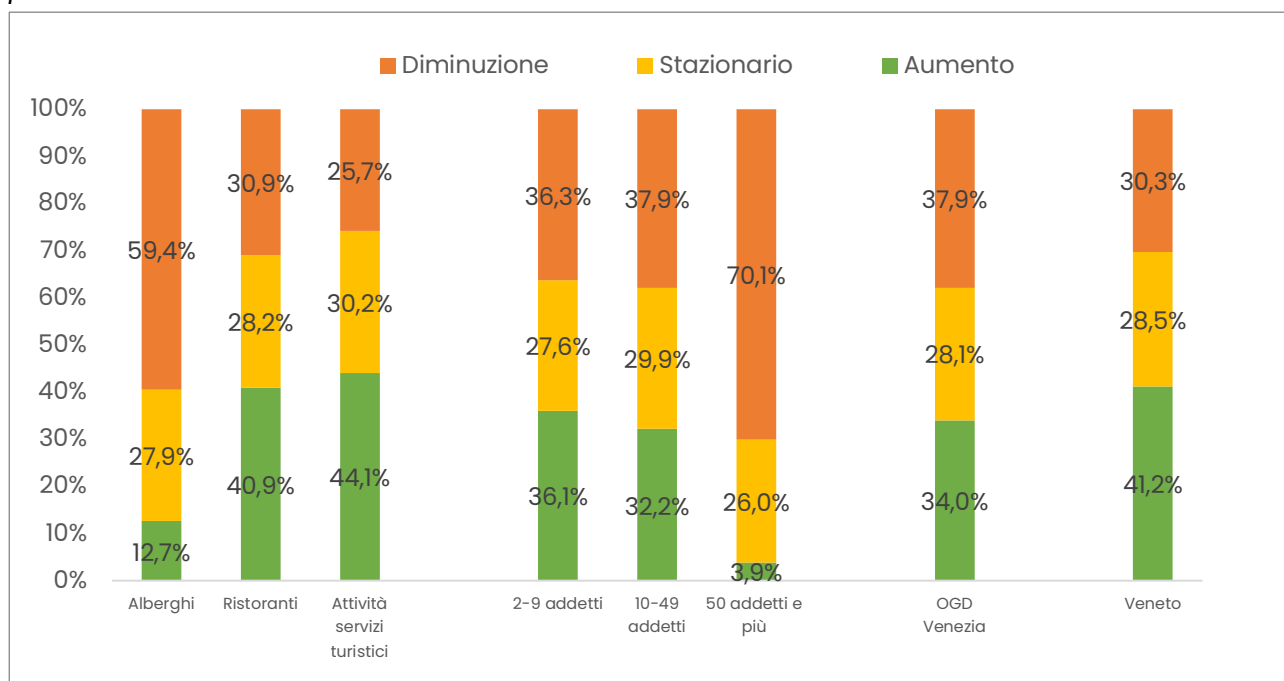
## Incerte le aspettative degli imprenditori: il 38% degli imprenditori prevede una diminuzione del fatturato nei prossimi sei mesi

Le prospettive per i prossimi sei mesi nel comparto turistico dell'OGD Venezia appaiono caratterizzate da una forte incertezza economica. Il 37,9% delle imprese prevede una **riduzione del fatturato**, mentre il 34% stima un aumento. Una quota non trascurabile, pari al 28,1%, ritiene che la situazione resterà **stabile**. La performance più incoraggiante si registra nel settore della **ristorazione** e delle **attività dei servizi turistici**: rispettivamente il 40,9% e il 44,1% delle imprese manifestano un certo ottimismo. Diversa, invece, è la situazione delle **attività alberghiere**, dove solo il 12,7% degli operatori si attende una crescita del fatturato, segnalando evidenti difficoltà. **Un confronto con il resto della regione evidenzia un quadro meno positivo per l'OGD Venezia.** A livello regionale, infatti, il **41,2%** degli imprenditori del comparto turistico si aspetta un incremento del fatturato; il **28,5%** prevede stabilità, mentre il **30,3%**

prevede un calo. Questo dato dimostra una dinamica più favorevole rispetto alla situazione specifica veneziana.

Dal punto di vista **dimensionale**, le imprese di grande scala (con oltre 50 addetti) mostrano i segnali più negativi: solo il **3,9%** si dichiara ottimista, mentre ben il **70,1%** prevede un calo del fatturato nei prossimi sei mesi. Le **piccole e medie imprese**, invece, si dimostrano relativamente più resilienti, con oltre il **30%** che prevede una crescita nei prossimi mesi.

OGD Venezia. Previsioni sul fatturato nei servizi turistici per i sei mesi successivi (quota % imprese) per settore e dimensione. III trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

OGD Venezia. Previsioni sul fatturato e prezzi di vendita nelle imprese turistiche (quota % imprese) per settore e dimensione. III trimestre 2024

Previsioni	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	12,7%	27,9%	59,4%	9,4%	44,6%	46,0%
Ristoranti	40,9%	28,2%	30,9%	15,9%	81,1%	3,0%
Attività servizi turistici	44,1%	30,2%	25,7%	32,7%	60,4%	6,9%
2-9 addetti	36,1%	27,6%	36,3%	15,8%	72,7%	11,5%
10-49 addetti	32,2%	29,9%	37,9%	13,4%	68,5%	18,1%
50 addetti e più	3,9%	26,0%	70,1%	0,0%	76,6%	23,4%
<b>OGD Venezia</b>	<b>34,0%</b>	<b>28,1%</b>	<b>37,9%</b>	<b>14,6%</b>	<b>71,8%</b>	<b>13,6%</b>
<b>Veneto</b>	<b>41,2%</b>	<b>28,5%</b>	<b>30,3%</b>	<b>19,2%</b>	<b>71,7%</b>	<b>9,1%</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Le **previsioni sui prezzi di vendita** per gli ultimi mesi dell'anno evidenziano una sostanziale stabilità: il 14,6% delle imprese prevede un aumento dei prezzi, mentre il 13,6% stima una diminuzione. La maggior parte delle imprese, pari a quasi il 72%, ritiene che i prezzi rimarranno stabili. Questa situazione appare in linea con le medie regionali. Tuttavia, si distingue il comparto **alberghiero**, dove quasi il **50%** delle imprese segnala una **diminuzione dei prezzi** prevista nei prossimi mesi.

**Il 34,1% delle imprese turistiche veneziane vende i propri prodotti attraverso internet, da cui deriva quasi la metà del fatturato complessivo**

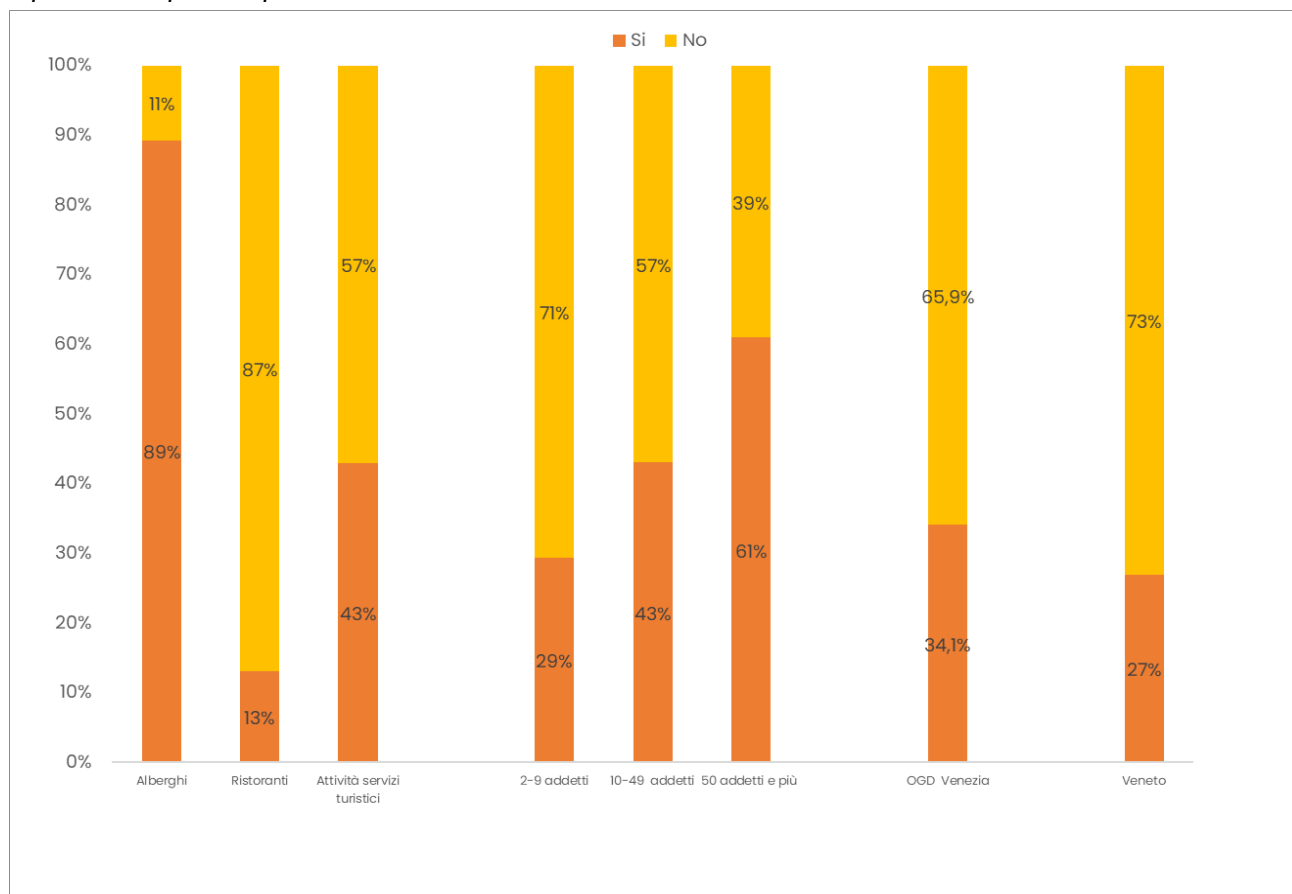
Le imprese turistiche dell'OGD Venezia evidenziano un **livello di digitalizzazione molto elevato**, superiore alla media regionale. Il comparto alberghiero registra la quasi totalità delle imprese (89%) che utilizza canali di vendita online, come siti web, Booking, Airbnb, Deliveroo e Just Eat. Anche le attività dei servizi turistici mostrano una buona digitalizzazione, con il 43% delle imprese che vende

attraverso internet. Diversamente, il comparto della ristorazione risulta meno digitalizzato, con solo il 13% delle imprese attive nelle vendite online.

Nel trimestre luglio-settembre 2024, la **quota di fatturato derivante dalle vendite online** per le imprese dell'OGD Venezia è molto alta, pari al 47,2%, superando il dato medio regionale del 37,2%. Questo valore risulta stabile rispetto al trimestre precedente (45,2% contro il 35,9% regionale). Guardando ai settori specifici, il 61,7% del fatturato nel comparto alberghiero proviene dalle vendite online, mentre nei servizi turistici la quota si attesta al 43,3%. Per la ristorazione, invece, il valore è molto più basso, pari al 10,9%.

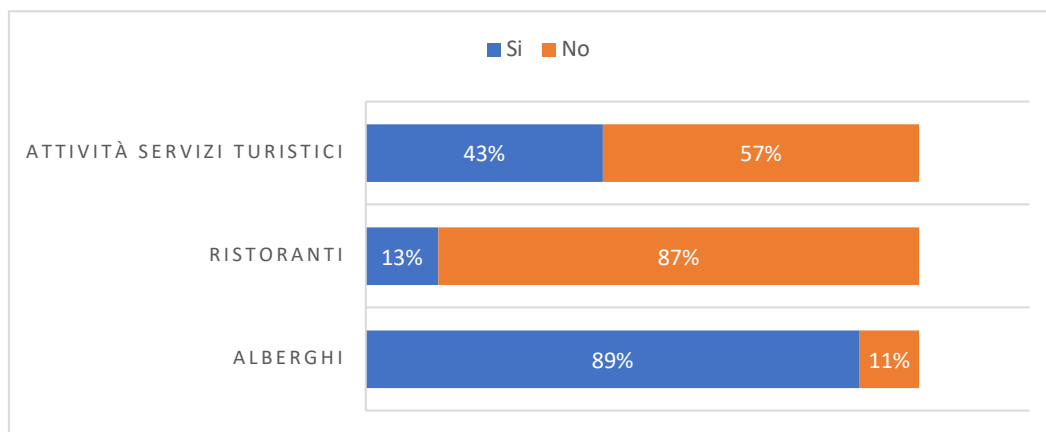
L'utilizzo del digitale, pur avendo accelerato durante la pandemia, sembra ora essersi **stabilizzato**. Nel terzo trimestre 2024, il 31,1% delle imprese veneziane ha dichiarato un aumento del fatturato generato dalle vendite online, in linea con la media regionale del 28,7%. Tale percentuale sale al 36,5% per la ristorazione e si ferma al 29,6% per le imprese alberghiere. La maggioranza delle imprese, pari al 59,2%, riporta una situazione di stabilità, un dato simile al 60% della media regionale. Solo il 9,7% segnala una diminuzione del fatturato derivante dalle vendite online.

*OGD Venezia. Imprese turistiche che vendono o meno i propri servizi anche attraverso internet (quota % imprese) per settore e classe dimensionale. III trimestre 2024*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

*OGD Venezia. Imprese turistiche che vendono i propri servizi anche attraverso internet per settore. III trimestre 2024*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

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

	E-Commerce		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	29,6%	60,0%	10,4%
Ristoranti	36,5%	54,3%	9,2%
Attività servizi turistici	21,6%	78,4%	0,0%
2-9 addetti	32,4%	59,7%	7,9%
10-49 addetti	28,8%	61,5%	9,7%
50 addetti e più	30,3%	42,9%	26,8%
<b>OGD Venezia</b>	<b>31,1%</b>	<b>59,2%</b>	<b>9,7%</b>
<b>Totale Veneto</b>	<b>28,7%</b>	<b>60,0%</b>	<b>11,3%</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

### FOCUS 1: prenotazioni dei clienti nell'OGD Venezia.

la maggior parte delle imprese ottiene prenotazioni attraverso un contatto diretto con la struttura, una modalità che genera quasi il 67% del fatturato aziendale complessivo.

Alle imprese turistiche del campione OGD Venezia è stato chiesto di indicare la principale modalità di prenotazione scelta dai loro clienti. La quasi totalità delle imprese intervistate (90%) nei mesi di luglio-settembre 2024 ha evidenziato che i clienti scelgono il **contatto diretto con la struttura**, un sistema che copre il **66,5% delle prenotazioni totali** e il **66,4% del fatturato aziendale totale** (una percentuale inferiore rispetto al 71,7% medio regionale).

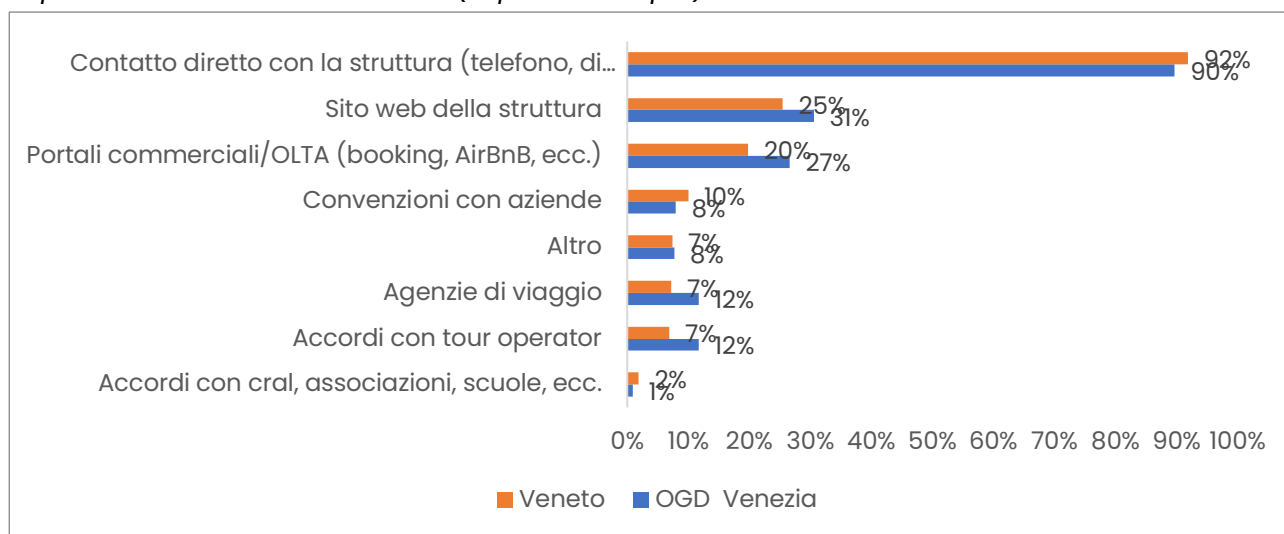
Questa modalità è particolarmente diffusa nel **settore alberghiero**, dove rappresenta il **69,2% delle prenotazioni totali** e pesa mediamente per il **68,6% del fatturato complessivo**.

Parallelamente, il **31% delle imprese** dichiara di ricevere prenotazioni tramite il **sito web della struttura**, comunque in linea con la media regionale del 25%. Questa modalità contribuisce al **7,8% delle prenotazioni totali e del fatturato**, soprattutto per le attività legate ai servizi turistici.

I **portali commerciali/OLTA** (come Booking, Airbnb, ecc.) sono utilizzati come principale canale di prenotazione dal **27% delle imprese turistiche veneziane**, un valore superiore alla media regionale del 20%. Questi portali rappresentano circa il **12% delle prenotazioni e del fatturato totale**.

Infine, le **agenzie di viaggio** e gli **accordi con tour operator** incidono ciascuno per il **12% delle prenotazioni e del fatturato**, con un impatto maggiore per le imprese turistiche di dimensioni più grandi (oltre 50 addetti).

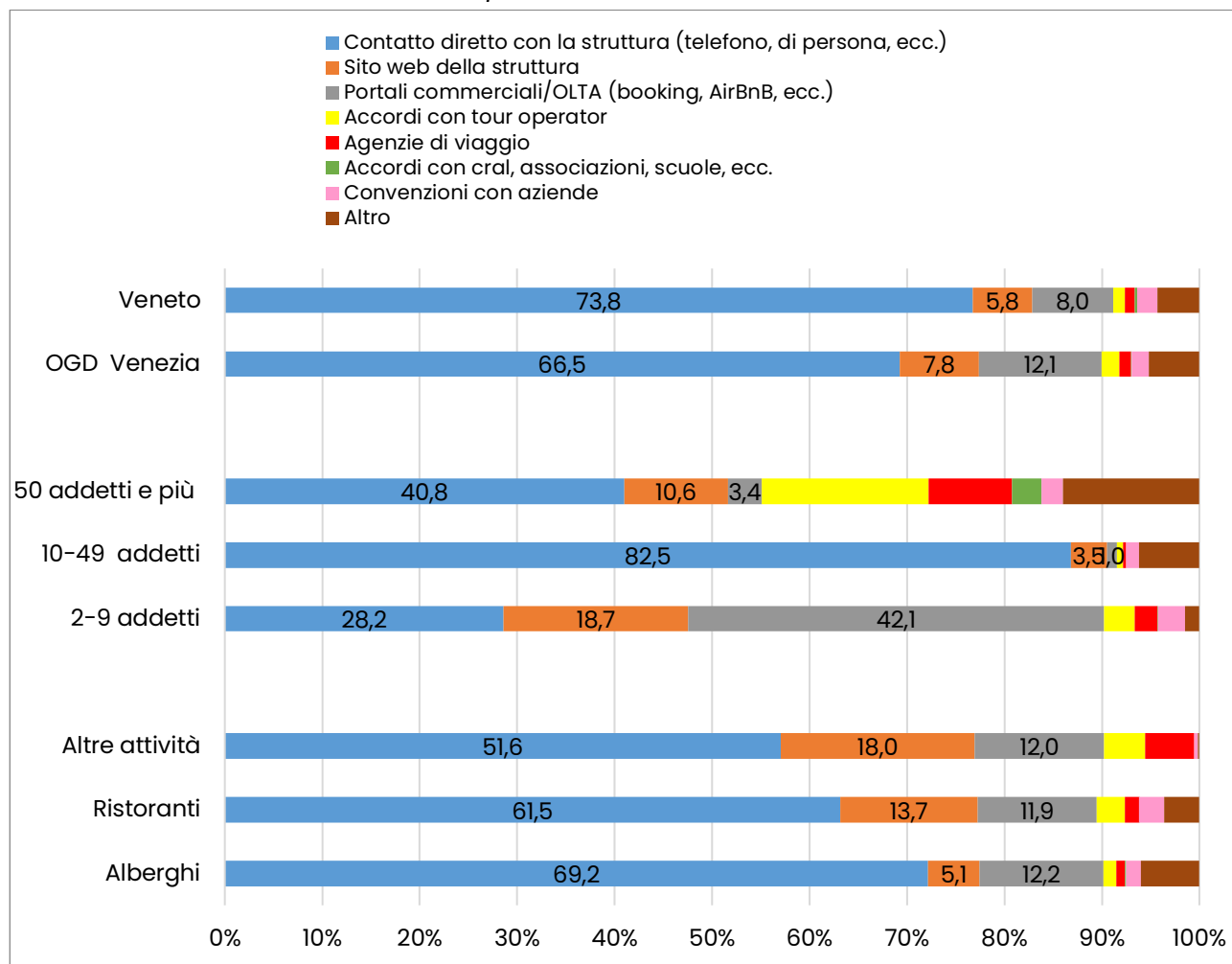
*Veneto e OGD Venezia. Quota di imprese turistiche che dichiara principali le seguenti modalità di prenotazione nella sua attività (risposta multipla).*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

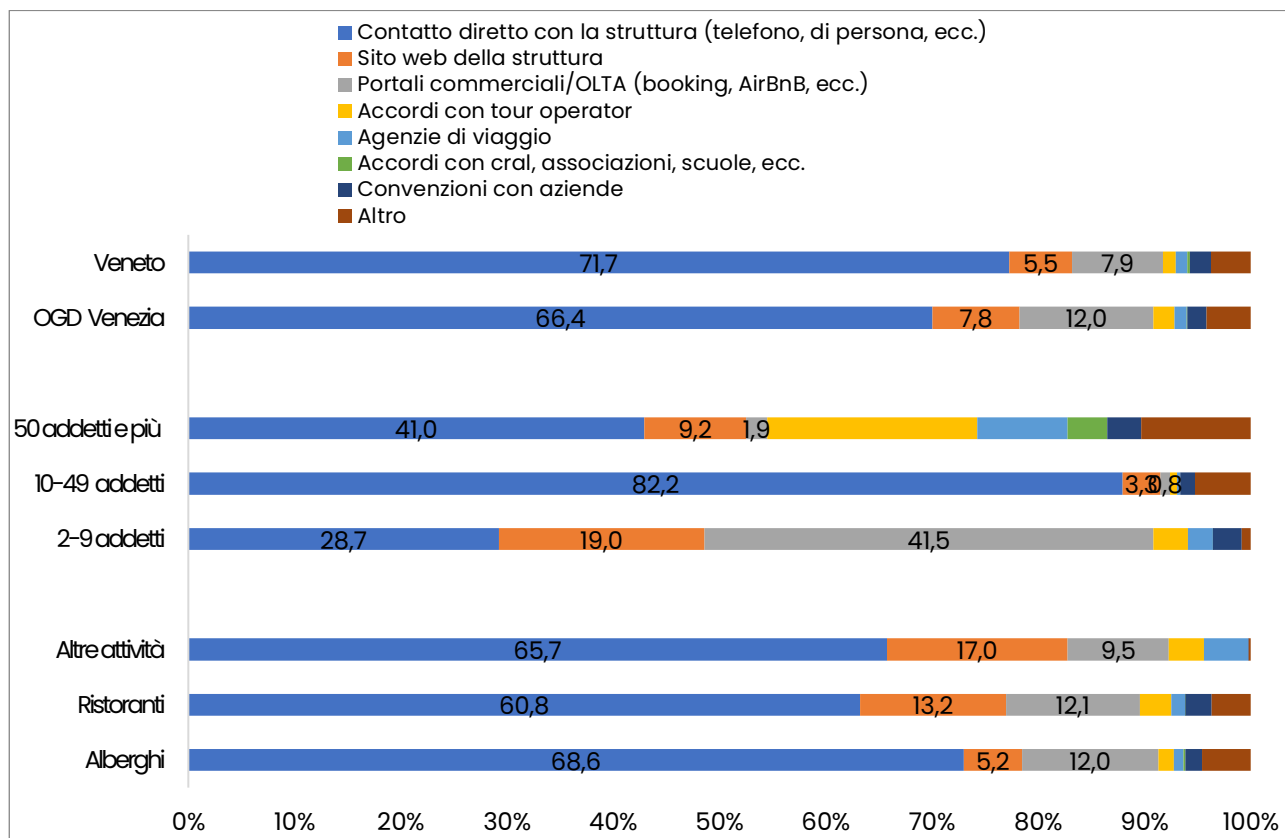


Veneto e OGD Venezia. Media dei pesi per i diversi canali di prenotazione, per tipologia d'esercizio e classe dimensionale sul numero di prenotazioni.



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto e OGD Venezia. Media dei pesi per i diversi canali di prenotazione, per tipologia d'esercizio e classe dimensionale sul fatturato.



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

## FOCUS 2: Prodotti turistici innovativi

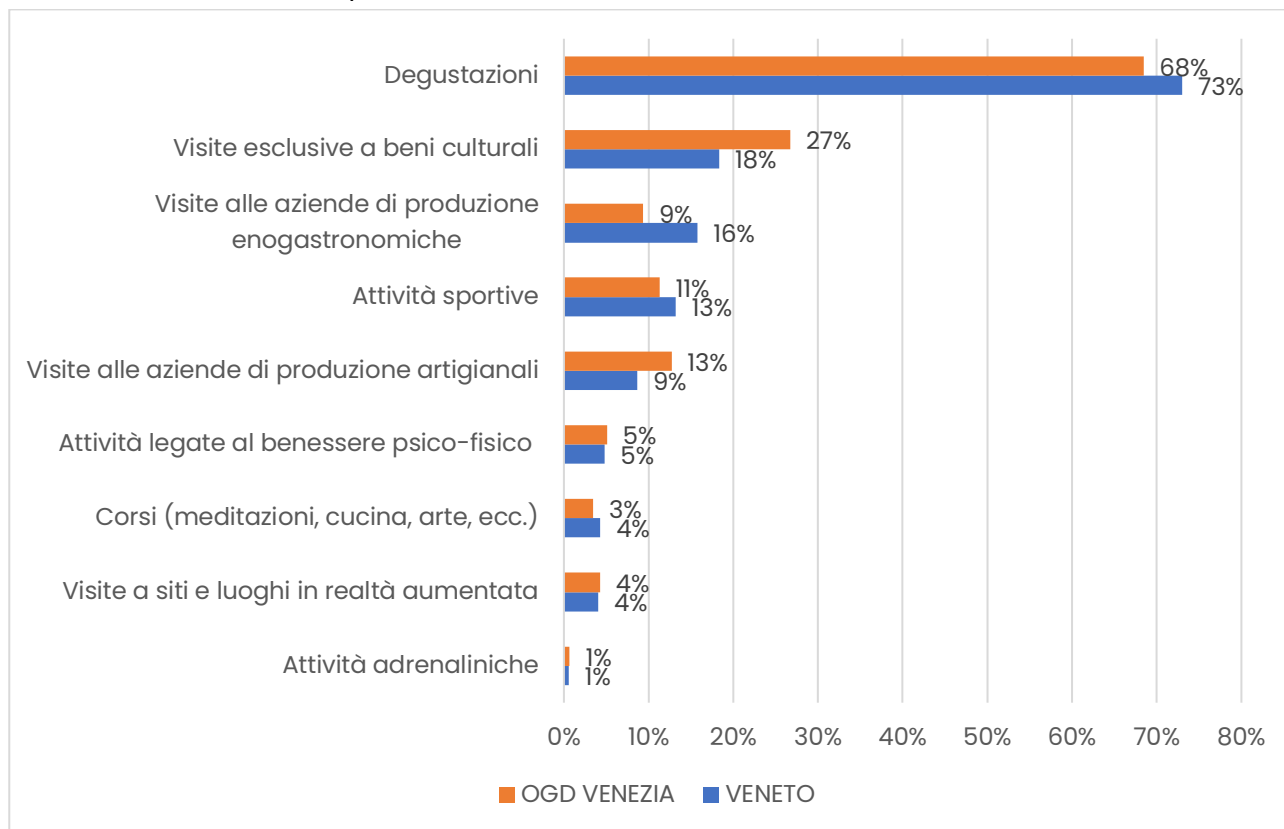
**Il 68% delle imprese del campione evidenzia che le esperienze più richieste dalla clientela sono le degustazioni, seguite da visite guidate a beni culturali e ad aziende di produzione artigianale.**

Il **turismo enogastronomico** sta diventando sempre più centrale per l'offerta turistica dell'OGD Venezia, posizionandosi come un motore strategico per la valorizzazione del territorio. Questa tendenza si allinea perfettamente con quanto osservato a livello regionale, evidenziando un crescente interesse verso esperienze autentiche e di qualità legate al **made in Italy**. I viaggiatori sono spinti dal desiderio di scoprire tradizioni culinarie locali e percorsi che uniscono la bellezza dei paesaggi naturali al piacere dei sapori.

Le richieste espresse dalla clientela confermano con forza queste tendenze. In particolare, il **68% dei visitatori** sceglie esperienze legate alle **degustazioni enogastronomiche**, un dato che si avvicina alla media regionale del 73%. Il **27% dei turisti** mostra un interesse per le **visite esclusive a beni culturali**, un segmento che permette di valorizzare il patrimonio storico e artistico locale, creando un connubio tra cultura e turismo esperienziale.

Infine, il **13% dei visitatori** richiede **visite alle aziende di produzione artigianale**, esempio iconico le **vetrerie di Venezia**.

Veneto e OGD Venezia. Esperienze richieste della clientela nel settore turistico.



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Per quanto riguarda l'introduzione di nuovi **prodotti motivazionali**, il settore turistico nella provincia di Venezia si allinea alla tendenza regionale, mostrando una forte continuità con la **tradizione**. Il **95,1%** delle imprese dichiara di non avere in programma il lancio di nuove proposte in questo ambito. Tale approccio è particolarmente evidente nel comparto degli **alberghi e ristoranti**, dove oltre il **90%** delle aziende sceglie di non innovare in questa direzione.

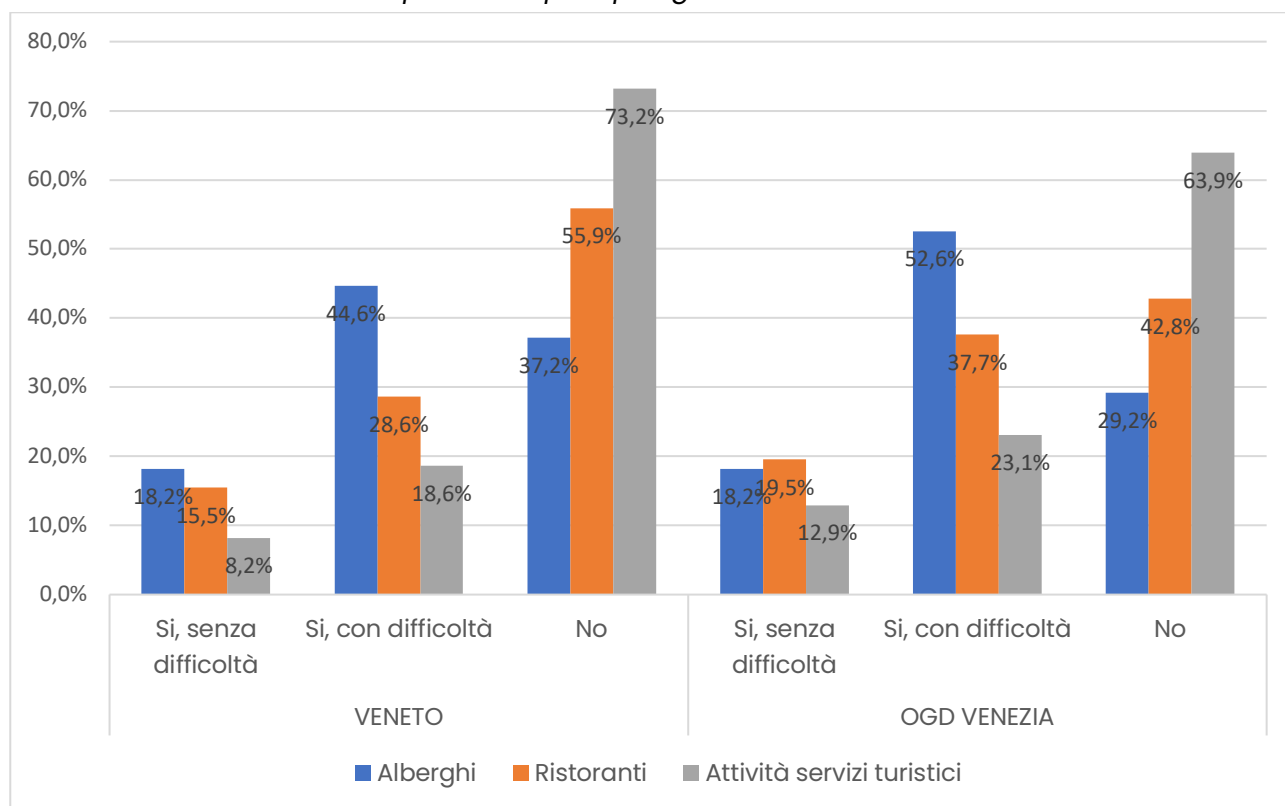
Anche il comparto delle **agenzie di viaggio, tour operator, servizi di prenotazione e attività connesse** dell'OGD Venezia riflette lo stesso scenario. Circa l'**85%** delle imprese del settore non prevede di sviluppare o introdurre **nuovi prodotti motivazionali**, evidenziando una scarsa propensione all'innovazione e un orientamento stabile verso le offerte consolidate.

Le assunzioni nel settore turistico dell'OGD Venezia evidenziano una dinamica diversa rispetto alla tendenza regionale. Nel periodo considerato, il **60% delle imprese** ha effettuato **nuove assunzioni**, un dato nettamente superiore alla **media regionale**, che si attesta intorno al **47%**.

Il comparto più penalizzato è quello dei **servizi turistici**, dove il **63,9% delle imprese** ha dichiarato di non aver assunto nuovo personale. Questo valore, pur più contenuto, è in linea con il dato regionale, che rimane comunque elevato e pari al **73,2%**.

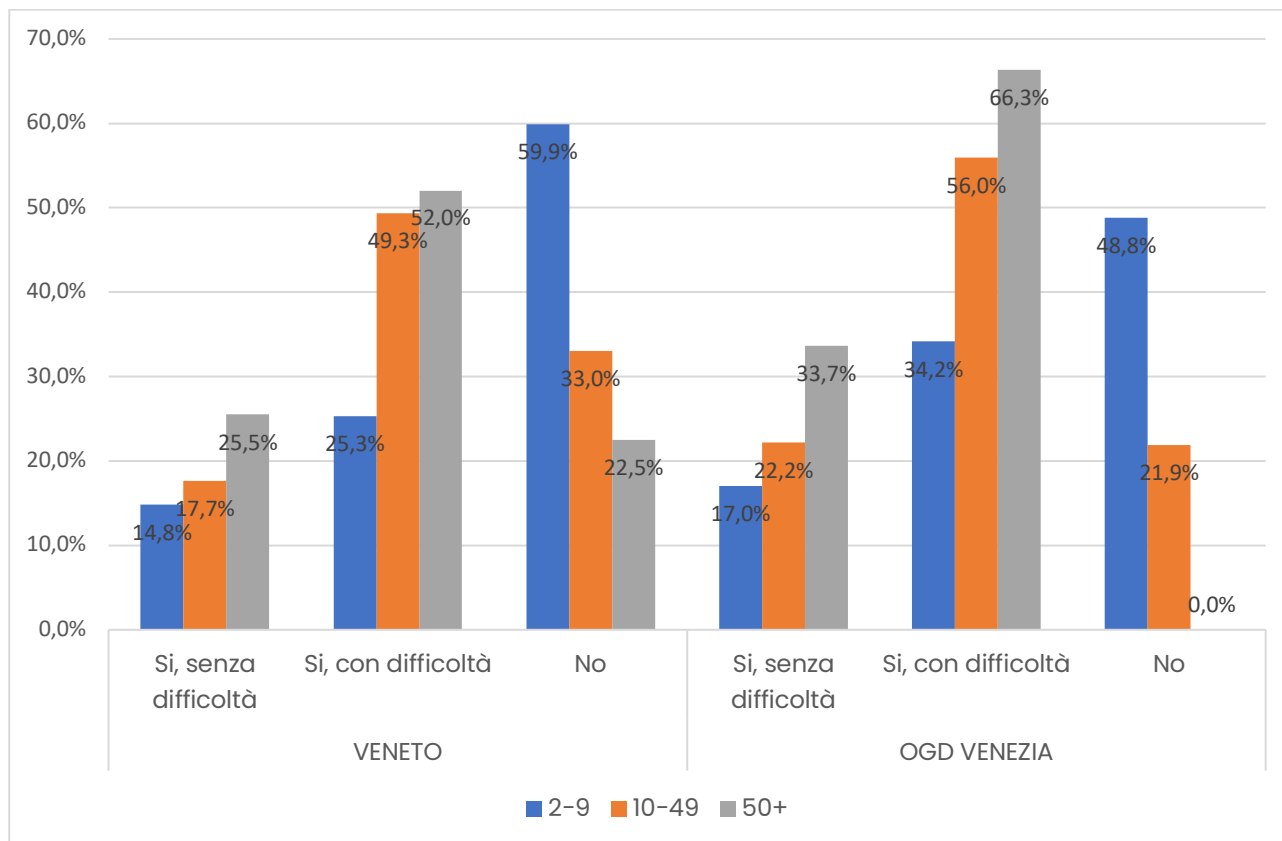
Un ulteriore aspetto critico emerso nell'OGD Venezia riguarda le difficoltà nel reperire personale. Tra le imprese che hanno assunto, infatti, il **41%** segnala problematiche significative nel trovare candidati, confermando così una sfida strutturale per il mercato del lavoro nel comparto turistico.

OGD Venezia. Assunzione del personale per tipologia di attività.



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

*Veneto e OGD Venezia. Assunzione del personale per numero di addetti.*

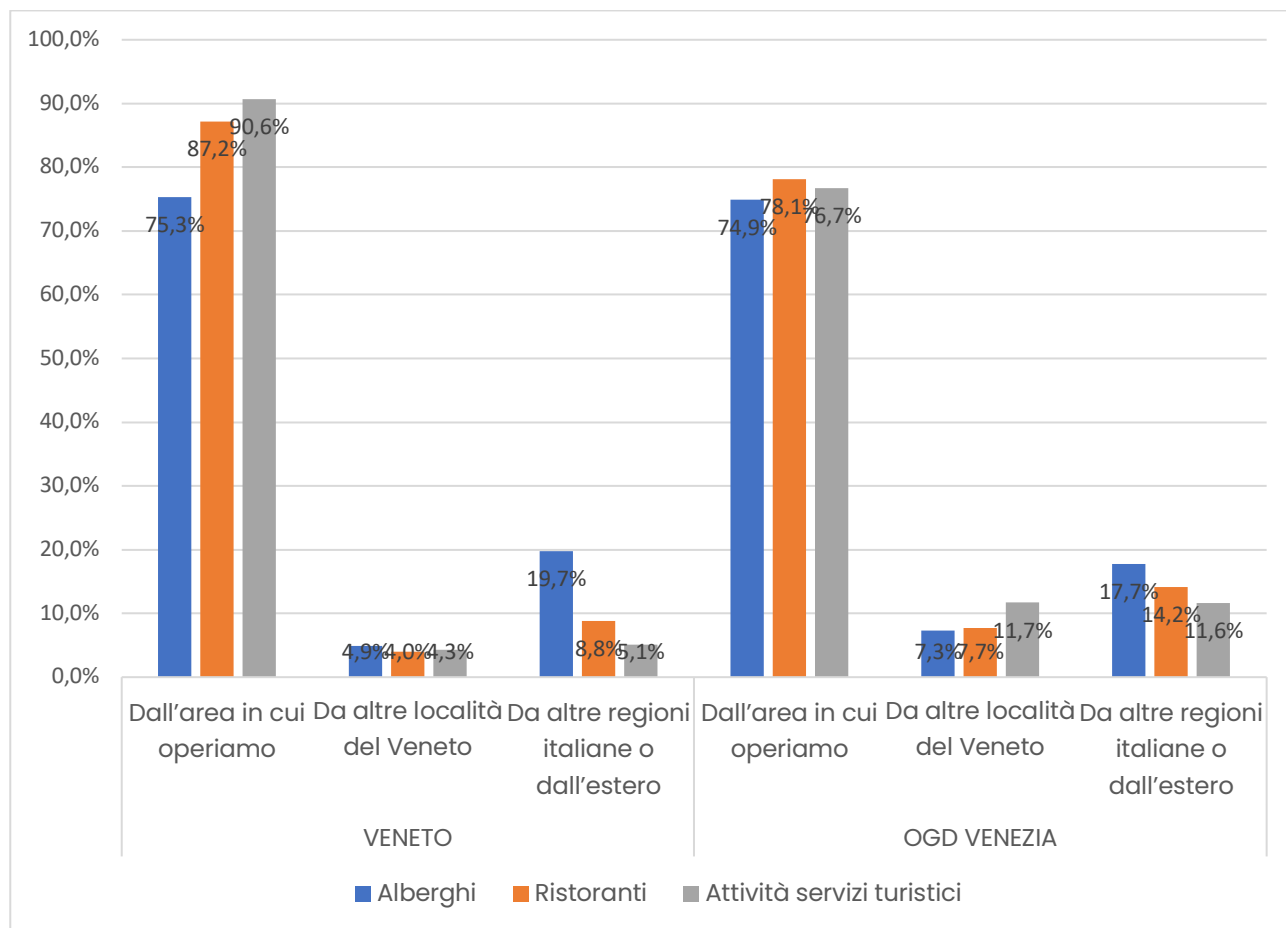


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Le assunzioni nel settore turistico dell'**OGD Venezia** evidenziano una prevalenza di personale reclutato direttamente dalle aree in cui le imprese operano. Nello specifico, il **77,2% dei lavoratori** proviene dal territorio locale, mentre una quota più contenuta, pari al **7,7%**, arriva da altre zone del **Veneto**. Il restante **15%** del personale è assunto da altre **regioni italiane** o dall'**estero**, segnalando un'apertura delle imprese a un bacino geografico più ampio rispetto al passato.

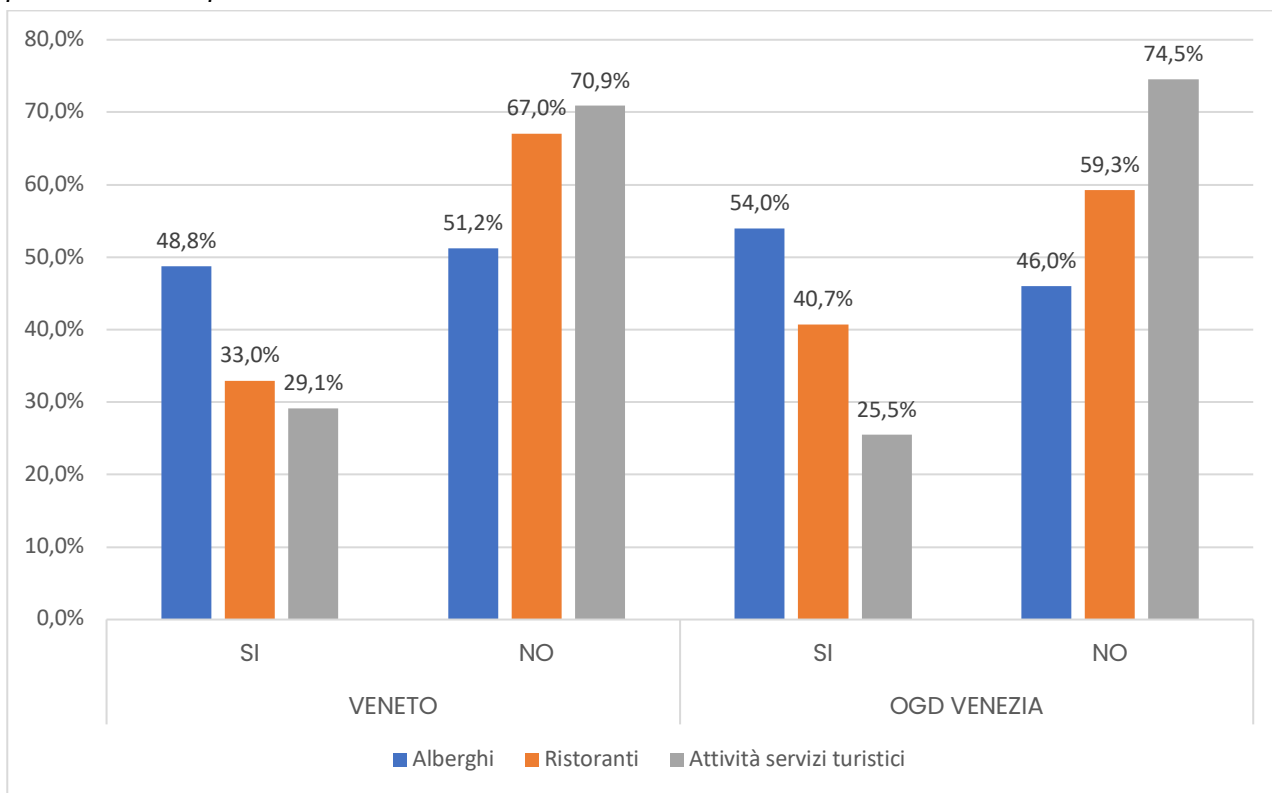
Questa tendenza, pur rappresentando un'opportunità per colmare carenze di manodopera locale, evidenzia una **criticità rilevante**: la difficoltà di trovare **alloggi** per i lavoratori provenienti da altre località. Tale problema riguarda il **43,8% delle imprese** dell'OGD Venezia, un dato decisamente superiore alla media regionale, che si ferma al **35,7%**.

Veneto e OGD Venezia. Zona di provenienza del personale assunto per settore nel periodo in esame.



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

*Veneto e OGD Venezia. Difficoltà a trovare alloggio per il personale che proviene da altre località per settore nel periodo in esame.*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



**INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI  
SOVRACAMPIONAMENTO  
OGD VERONA**

TERZO TRIMESTRE 2024  
Osservatorio del Turismo Regionale Federato  
OTRF



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



UNIONCAMERE  
VENETO

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



## HIGHLIGHTS: IL TURISMO NELL'OGD DI VERONA NEL TERZO TRIMESTRE 2024

- ⇒ I mesi di luglio, agosto e settembre sono identificati come il periodo di massima stagionalità per il 79,5% delle imprese veronesi intervistate. Questo intervallo si conferma come quello di maggiore attività stagionale, seguito dalla stagione primaverile, che interessa il 55,7% delle imprese.
- ⇒ Nel territorio dell'OGD di Verona, il turismo registra un buon aumento rispetto al trimestre precedente, con una variazione positiva del +12,9%. Questo dato è particolarmente significativo poiché supera anche la crescita regionale del +13,2%. Anche il confronto con l'anno precedente risulta molto positivo (+7,9%), valore quasi doppio rispetto alla media regionale del +4,0%.
- ⇒ Il 60,1% delle imprese veronesi dichiara un aumento del fatturato, contro il 14,4% di giudizi di stazionarietà e il 25,4% di diminuzione. Numeri leggermente migliori rispetto alla media regionale.
- ⇒ Nell'OGD di Verona i prezzi di vendita mostrano una relativa stabilità nel periodo in esame. Su base congiunturale, si registra un incremento del 2,4%, mentre su base annua l'aumento è pari al 3,2%, entrambe appena sopra la dinamica regionale.
- ⇒ Il 36% degli imprenditori prevede un calo del fatturato nei prossimi sei mesi, segnalando aspettative negative per il futuro. Questo clima di incertezza è attribuibile principalmente al settore alberghiero.
- ⇒ Le imprese turistiche dell'OGD Verona mostrano un elevato grado di digitalizzazione, in particolare nel settore alberghiero e nelle attività legate ai servizi turistici. Significativa è la percentuale di fatturato generata dalle vendite online, che raggiunge il 43,2%, superando la media regionale del 37%.
- ⇒ Nel sistema di prenotazioni, il contatto diretto continua a essere fondamentale, pur rimanendo al di sotto della media regionale (91,8%). Per le imprese veronesi, questa modalità rappresenta il principale canale di prenotazione per il 64,3% delle attività e genera il 68,4% delle

**prenotazioni totali, contribuendo in modo analogo al fatturato complessivo.**

- ⇒ **Durante il trimestre esaminato, le degustazioni hanno rappresentato l'attività preferita dai clienti delle strutture turistiche dell'OGD di Verona, raggiungendo il 75% delle preferenze. Le visite alle aziende di produzione enogastronomica hanno attirato il 26% dei visitatori, confermando un interesse significativo. Questi risultati rispecchiano le tendenze regionali, evidenziando una domanda turistica omogenea. Un segmento di rilievo include anche le richieste di visite private a beni culturali e la partecipazione ad attività sportive. Tuttavia, persiste una certa staticità nell'innovazione dell'offerta turistica, con l'assenza di sviluppo di nuovi prodotti, una tendenza che caratterizza sia la regione che l'OGD Verona.**
- ⇒ **Nelle strutture del settore turistico veronese, l'81,6% del personale impiegato proviene dal territorio locale, mentre solo il 16% è reclutato da altre regioni italiane o dall'estero. Durante il periodo analizzato, le nuove assunzioni sono state limitate: circa il 47% delle imprese non ha assunto nuovi dipendenti, confermando la tendenza osservata a livello regionale.**

**L'organizzazione di gestione della destinazione turistica Verona ha registrato un miglioramento nell'estate del 2024, con un incremento del fatturato pari al 7,9% nel trimestre luglio-settembre, rispetto allo stesso periodo del 2023.**

Dai dati provvisori disponibili fino a novembre 2024 emerge una buona performance del comparto turistico veronese. **Le presenze** hanno superato abbondantemente quota **18 milioni** (+1,6% sullo stesso periodo del 2023). Le presenze riferite ai turisti stranieri sono state quasi 15 milioni (pari ad una quota del 79,8%), quelle italiane oltre 3,7 milioni (pari al 20,1%).

L'andamento dell'importante comparto turistico veronese è stato monitorato anche grazie ad un sovra campionamento dell'indagine trimestrale sulle imprese dei servizi turistici, finalizzata a rilevare le dinamiche economiche congiunturali del settore, nell'ambito delle attività previste dall'*Osservatorio turistico regionale federato* (OTRF).

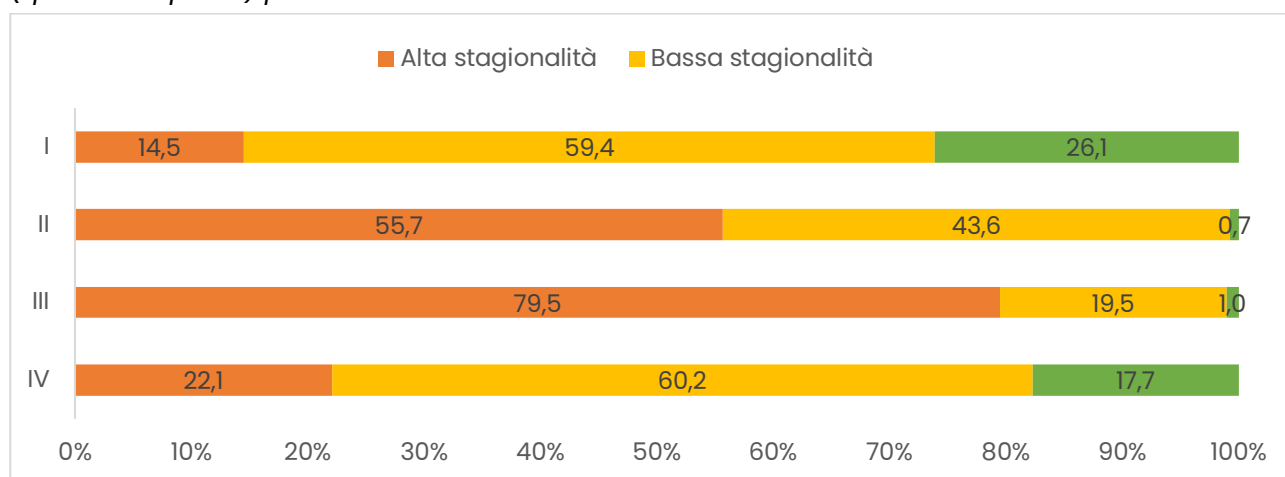
Il campione dell'**OGD Verona**, stratificato per provincia e settore, è composto da **429 imprese rispondenti** (su quasi 3 mila contatti), a cui fanno riferimento quasi 5 mila addetti ed un fatturato complessivo di oltre 940 milioni di euro, ed è statisticamente rappresentativo dell'universo delle 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 14 ottobre – 20 novembre 2024 dalla società di rilevazione Demetra opinioni.net Srl mediante utilizzo del sistema CAWI e CATI.

## OGD Verona. Clima congiunturale positivo: rispetto al secondo trimestre 2024, nel periodo estivo il fatturato risulta in aumento del 12,9%, trainato dal settore alberghiero

Nell'OGD Verona, l'estate rappresenta tradizionalmente il periodo di maggiore affluenza turistica per la maggior parte delle imprese. Secondo un'indagine condotta a metà ottobre 2024, che ha analizzato l'andamento economico dei servizi turistici nei mesi di luglio, agosto e settembre, il 79,5% delle imprese turistiche veronesi ha registrato un trimestre di intensa attività, una percentuale superiore alla media regionale, fissata al 69,5%.

In contrapposizione, una quota ridotta, pari al 19,5% delle imprese, ha riportato una bassa stagionalità. Solo una minima percentuale, pari all'1%, ha dichiarato di aver sospeso l'attività durante il periodo estivo.

*OGD Verona. Imprese turistiche che in condizioni non Covid risentono di effetti di stagionalità (quota % imprese) per trimestre dell'anno. III trimestre 2024*

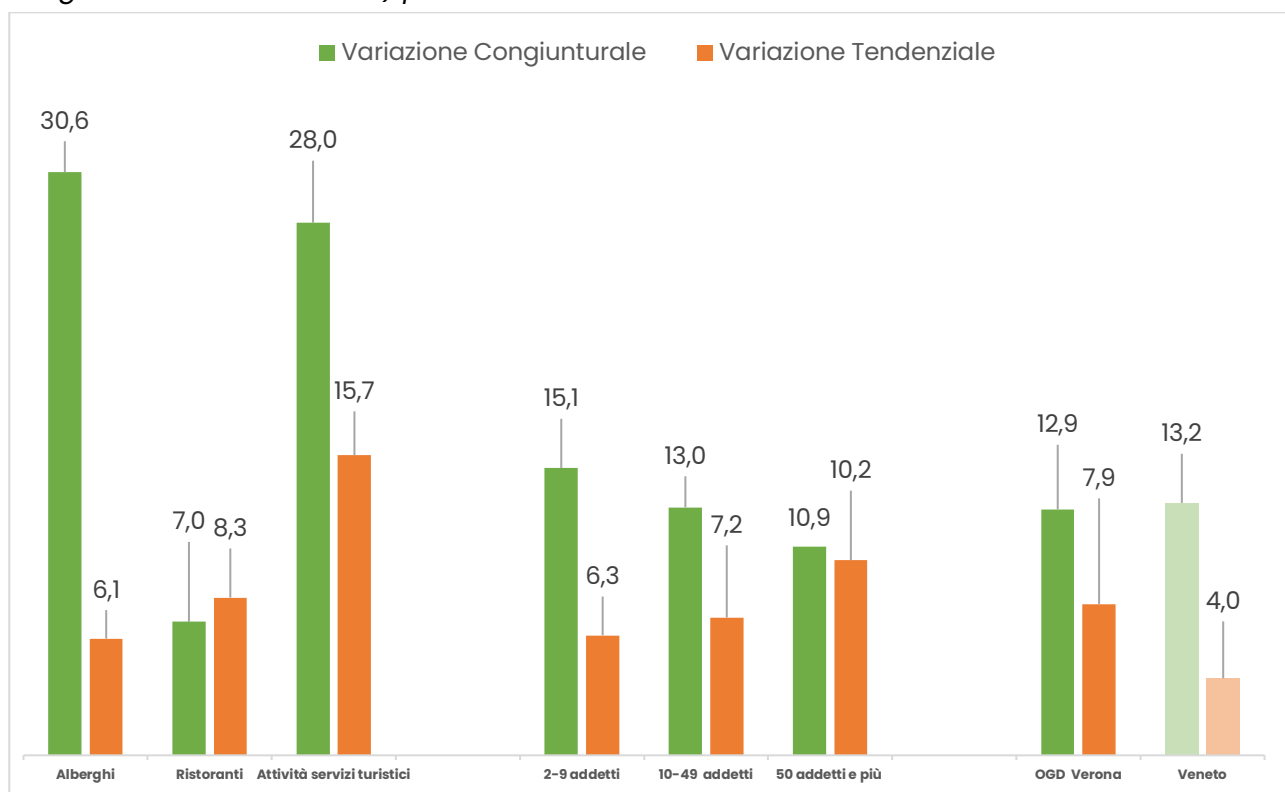


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Secondo l'indagine congiunturale, nell'OGD Verona, tra luglio e settembre 2024, il fatturato delle attività turistiche ha registrato un incremento del 12,9% rispetto al trimestre precedente, una variazione positiva e in linea con la media regionale, anch'essa incoraggiante (+13,2%). L'analisi della variazione tendenziale del

fatturato per settori evidenzia segnali particolarmente positivi per il comparto dei servizi turistici (+15,7%) e per la ristorazione (+8,3%), con risultati soddisfacenti anche per il settore alberghiero (+6,1%).

*OGD Verona. Andamento del fatturato nelle imprese del settore turistico (variazione % congiunturale e tendenziale) per settore e dimensione. III trimestre 2024*



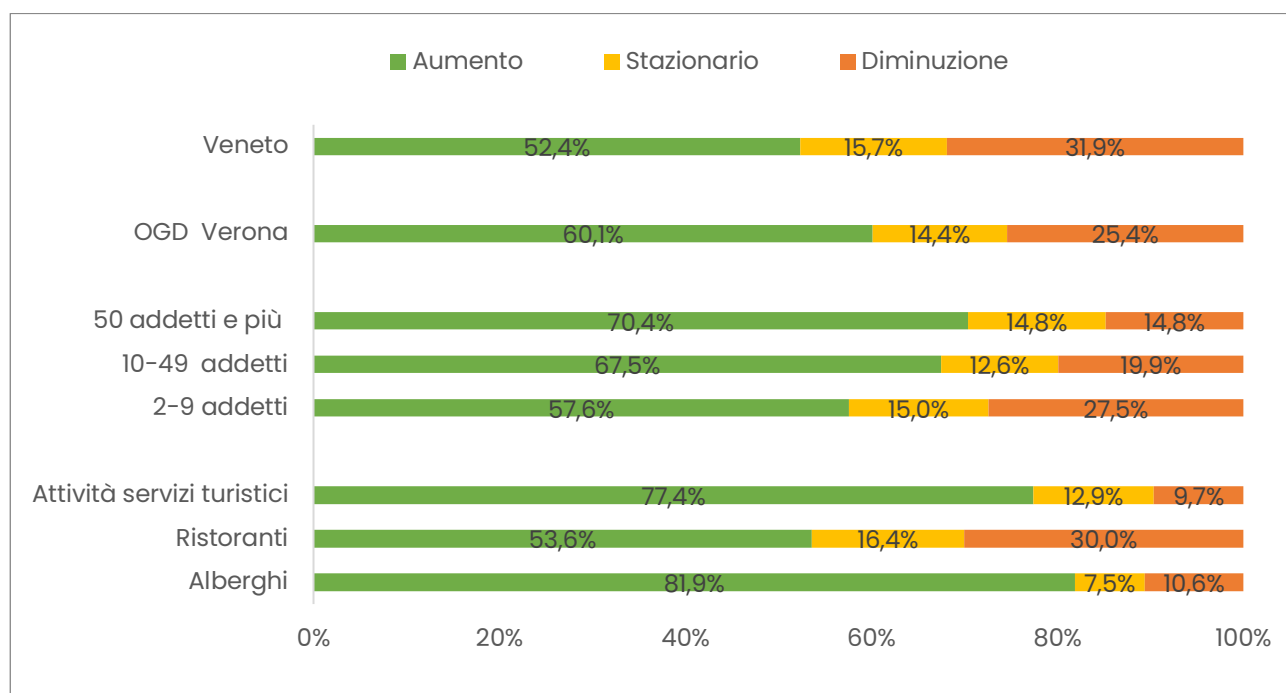
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

L'analisi delle valutazioni fornite dalle imprese turistiche dell'OGD Verona sull'andamento del fatturato e dei prezzi di vendita rispetto al trimestre precedente offre un'interpretazione chiara delle dinamiche economiche del periodo estivo. In generale, il 60,1% delle imprese intervistate ha riportato un aumento del fatturato rispetto al trimestre precedente, mentre il 14,4% ha indicato stabilità e il 25,4% ha registrato una diminuzione. Questo risultato supera la media regionale, dove il 52,4% delle imprese ha mostrato una tendenza positiva.

L'incremento è particolarmente evidente nel settore dei servizi turistici, con il 77,4% delle imprese che hanno registrato una crescita del fatturato durante la stagione estiva. Ciò conferma come le attività legate ai servizi turistici abbiano tratto vantaggio dall'aumento dei flussi turistici e dalla crescente richiesta di esperienze personalizzate e servizi dedicati.

D'altro canto, le imprese di piccole dimensioni (2-9 addetti) hanno incontrato maggiori difficoltà, con il 27,5% di esse che ha segnalato una contrazione del fatturato, riflettendo una situazione più complessa per questa categoria.

*OGD Verona. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese turistiche relativi all'andamento del fatturato, rispetto al trimestre precedente, per settore e dimensione. III trimestre 2024*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

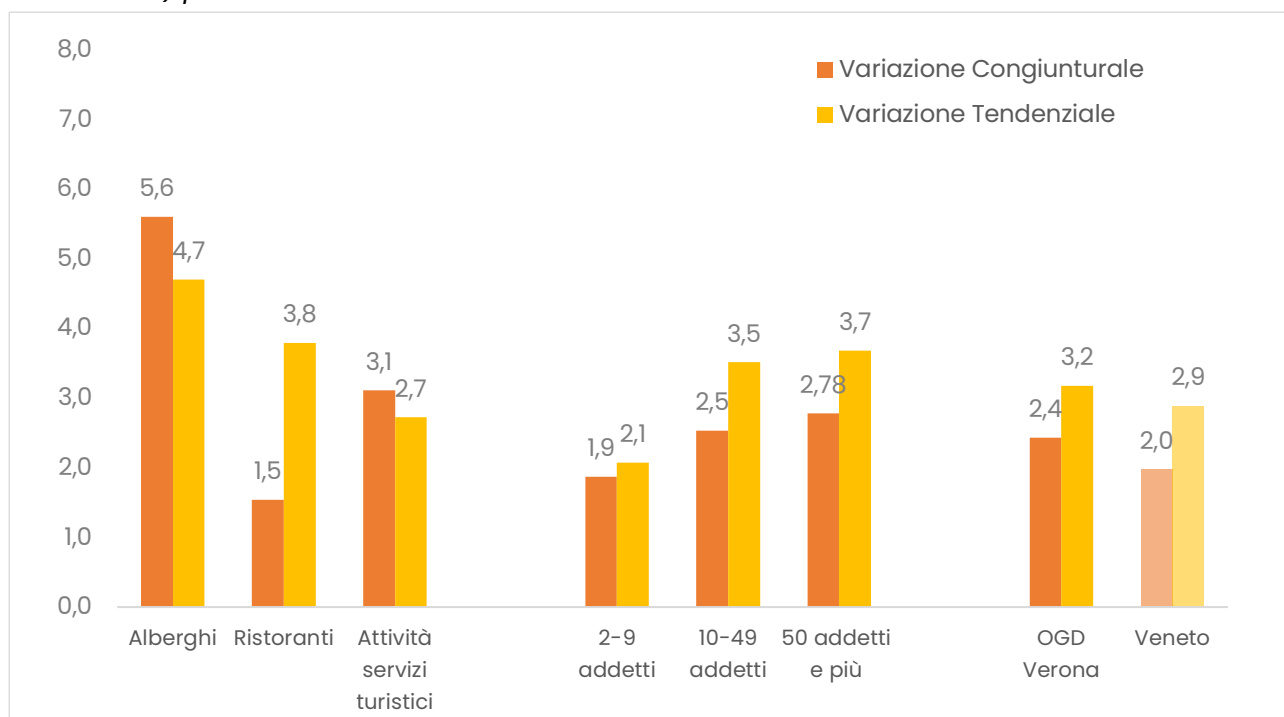
Nel settore turistico dell'OGD Verona, i prezzi di vendita hanno registrato un incremento significativo durante l'estate 2024, con una crescita tendenziale del +3,2%. Questo risultato risulta particolarmente rilevante, in quanto supera la media regionale del Veneto, che si attesta al +2,9%. Anche su base congiunturale,



ovvero considerando le variazioni rispetto al trimestre precedente, l'OGD Verona ha mostrato una tendenza positiva, con un aumento dei prezzi del +2,4%.

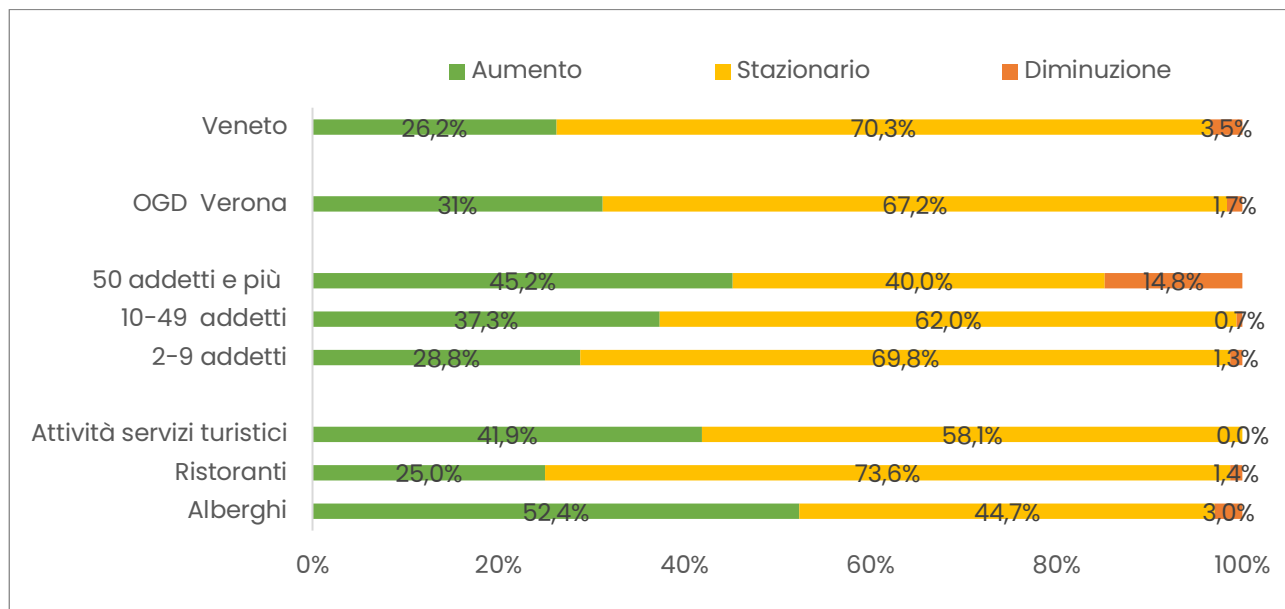
L'analisi delle opinioni delle imprese turistiche conferma questa tendenza. La maggior parte degli operatori (67,2%) ha segnalato una stabilità nei prezzi di vendita durante il periodo estivo, evidenziando un equilibrio nel mercato. Tuttavia, una quota significativa di imprese, pari al 31%, ha dichiarato di aver aumentato i prezzi, un dato superiore alla media regionale del 26,2%.

*OGD Verona. Andamento dei prezzi di vendita nei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale) per settore e dimensione. III trimestre 2024*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

OGD Verona. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese relativi all'andamento dei prezzi di vendita, rispetto al trimestre precedente, per settore e dimensione. III trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

OGD Verona. Andamento di fatturato e prezzi di vendita dei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale) per settore e dimensione. III trimestre 2024

	Fatturato		Prezzi di Vendita	
	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale
Alberghi	30,6	6,1	5,6	4,7
Ristoranti	7,0	8,3	1,5	3,8
Attività servizi turistici	28,0	15,7	3,1	2,7
2-9 addetti	15,1	6,3	1,9	2,1
10-49 addetti	13,0	7,2	2,5	3,5
50 addetti e più	10,9	10,2	2,78	3,7
<b>OGD Verona</b>	<b>12,9</b>	<b>7,9</b>	<b>2,4</b>	<b>3,2</b>
<b>Veneto</b>	<b>13,2</b>	<b>4,0</b>	<b>2,0</b>	<b>2,9</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

OGD Verona. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese relativi all'andamento congiunturale del fatturato e dei prezzi di vendita nel III trimestre 2024

Giudizi Congiunturali	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	81,9%	7,5%	10,6%	52,4%	44,7%	3,0%
Ristoranti	53,6%	16,4%	30,0%	25,0%	73,6%	1,4%
Attività servizi turistici	77,4%	12,9%	9,7%	41,9%	58,1%	0,0%
2-9 addetti	57,6%	15,0%	27,5%	28,8%	69,8%	1,3%
10-49 addetti	67,5%	12,6%	19,9%	37,3%	62,0%	0,7%
50 addetti e più	70,4%	14,8%	14,8%	45,2%	40,0%	14,8%
<b>OGD Verona</b>	<b>60,1%</b>	<b>14,4%</b>	<b>25,4%</b>	<b>31%</b>	<b>67,2%</b>	<b>1,7%</b>
<b>Veneto</b>	<b>52,4%</b>	<b>15,7%</b>	<b>31,9%</b>	<b>26,2%</b>	<b>70,3%</b>	<b>3,5%</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

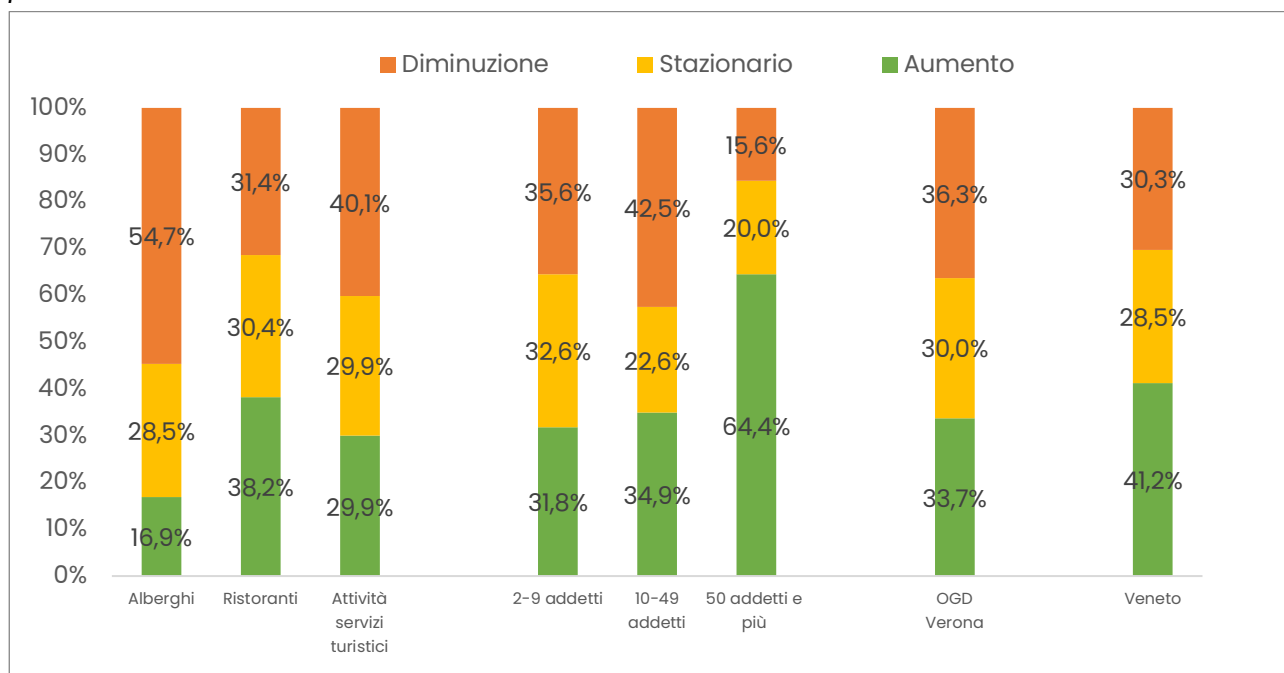
## Le aspettative degli imprenditori rimangono incerte: il 36,3% prevede una diminuzione del fatturato nei prossimi sei mesi

Nel comparto turistico dell'OGD Verona, le previsioni per i prossimi sei mesi evidenziano una marcata incertezza economica. Una significativa percentuale di imprese, pari al 36,3%, si aspetta un calo del fatturato, mentre il 33,7% prevede un incremento e il restante 30% ritiene che la situazione rimarrà stabile. Tra i settori più ottimisti si distinguono la ristorazione e le attività dei servizi turistici, dove il 38,2% e il 29,9% degli operatori prevedono rispettivamente un aumento del fatturato. Al contrario, il settore alberghiero appare in difficoltà, con solo il 16,9% degli imprenditori che anticipano una crescita.

Rispetto al quadro regionale, l'OGD Verona mostra una situazione meno favorevole. A livello regionale, infatti, il 41,2% degli imprenditori del turismo prevede un incremento del fatturato, il 28,5% stima stabilità e il 30,3% si aspetta un calo, evidenziando una dinamica più positiva rispetto al contesto veronese.

Dal punto di vista delle dimensioni aziendali, le medie imprese (10-49 addetti) sono quelle più pessimiste, con il 42,5% che prevede una contrazione del fatturato nei prossimi sei mesi. Le grandi imprese, invece, mostrano maggiore ottimismo, con oltre il 64,4% che si aspetta una crescita nel prossimo futuro.

*OGD Verona. Previsioni sul fatturato nei servizi turistici per i sei mesi successivi (quota % imprese) per settore e dimensione. III trimestre 2024*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

OGD Verona. Previsioni sul fatturato e prezzi di vendita nelle imprese turistiche (quota % imprese) per settore e dimensione. III trimestre 2024

Previsioni	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	16,9%	28,5%	54,7%	14,8%	48,7%	36,5%
Ristoranti	38,2%	30,4%	31,4%	20,1%	76,4%	3,4%
Attività servizi turistici	29,9%	29,9%	40,1%	35,2%	47,2%	17,6%
2-9 addetti	31,8%	32,6%	35,6%	17,5%	72,3%	10,2%
10-49 addetti	34,9%	22,6%	42,5%	22,9%	66,4%	10,7%
50 addetti e più	64,4%	20,0%	15,6%	34,8%	54,8%	10,4%
<b>OGD Verona</b>	<b>33,7%</b>	<b>30,0%</b>	<b>36,3%</b>	<b>19,3%</b>	<b>70,4%</b>	<b>10,3%</b>
<b>Veneto</b>	<b>41,2%</b>	<b>28,5%</b>	<b>30,3%</b>	<b>19,2%</b>	<b>71,7%</b>	<b>9,1%</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Le **previsioni sui prezzi di vendita** per gli ultimi mesi dell'anno evidenziano una sostanziale stabilità: il 19,3% delle imprese prevede un aumento dei prezzi, mentre il 10,3% stima una diminuzione. La maggior parte delle imprese, pari a 70,4%, ritiene che i prezzi rimarranno stabili. Questa situazione appare in linea con le medie regionali. Tuttavia, si distingue il comparto **alberghiero**, dove quasi il **36,5%** delle imprese segnala una **diminuzione dei prezzi** prevista nei prossimi mesi.

**Il 33,2% delle imprese turistiche dell'OGD Verona vende i propri prodotti attraverso internet, da cui deriva quasi il 43,2% del fatturato complessivo**

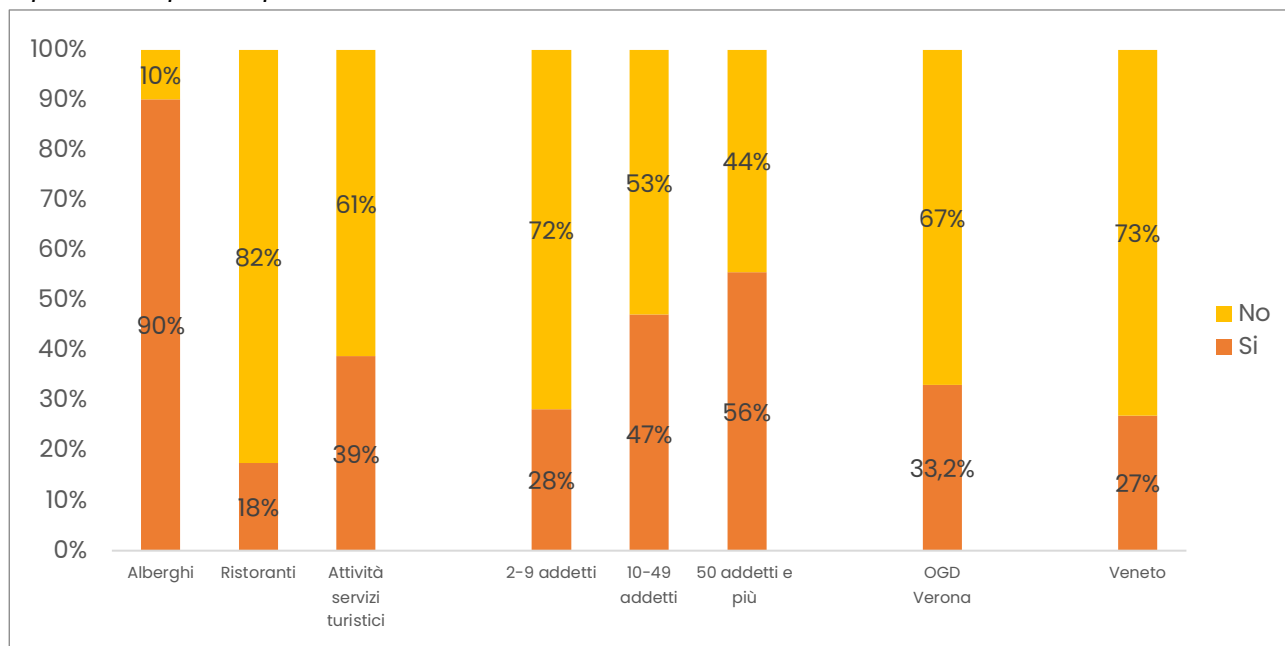
Le imprese turistiche dell'OGD Verona evidenziano un **livello di digitalizzazione molto buono**, superiore alla media regionale. Il comparto alberghiero registra la quasi totalità delle imprese (90%) che utilizza canali di vendita online, come siti web, Booking, Airbnb, Deliveroo e Just Eat. Anche le attività dei servizi turistici mostrano una buona digitalizzazione, con il 39% delle imprese che vende

attraverso internet. Diversamente, il comparto della ristorazione risulta meno digitalizzato, con solo il 18% delle imprese attive nelle vendite online.

Nel trimestre luglio-settembre 2024, la **quota di fatturato derivante dalle vendite online** per le imprese dell'OGD Verona è molto alta, pari al 43,2%, superando il dato medio regionale del 37,2%. Questo valore risulta stabile rispetto al trimestre precedente (41,4% contro il 35,9% regionale). Guardando ai settori specifici, il 57,5% del fatturato nel comparto alberghiero proviene dalle vendite online, mentre nei servizi turistici la quota è ancora più alta e si attesta al 68,6%. Per la ristorazione, invece, il valore è molto più basso, pari al 21,1%.

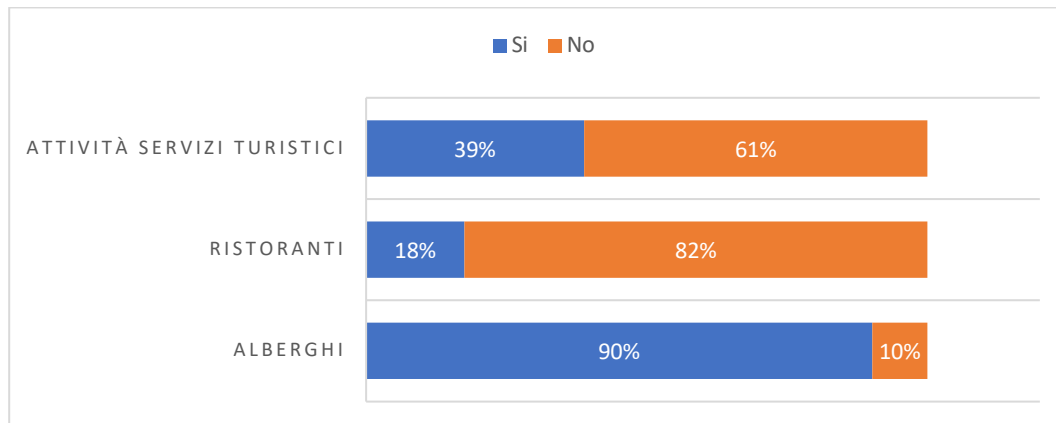
L'utilizzo del digitale, pur avendo accelerato durante la pandemia, sembra ora essersi **stabilizzato**. Nel terzo trimestre 2024, il 27,7% delle imprese veronesi ha dichiarato un aumento del fatturato generato dalle vendite online, in linea con la media regionale del 28,7%. La maggioranza delle imprese, pari al 63,9%, riporta una situazione di stabilità, un dato simile al 60% della media regionale. Solo l'8,4% segnala una diminuzione del fatturato derivante dalle vendite online.

*OGD Verona. Imprese turistiche che vendono o meno i propri servizi anche attraverso internet (quota % imprese) per settore e classe dimensionale. III trimestre 2024*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

OGD Verona. Imprese turistiche che vendono i propri servizi anche attraverso internet per settore. III trimestre 2024



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

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

	E-Commerce		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	28,8%	57,7%	13,5%
Ristoranti	27,8%	70,2%	2,0%
Attività servizi turistici	8,5%	91,5%	0,0%
2-9 addetti	29,0%	60,0%	10,9%
10-49 addetti	26,5%	70,7%	2,8%
50 addetti e più	18,7%	72,0%	9,3%
<b>OGD Verona</b>	<b>27,7%</b>	<b>63,9%</b>	<b>8,4%</b>
<b>Totale Veneto</b>	<b>28,7%</b>	<b>60,0%</b>	<b>11,3%</b>

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

## FOCUS 1: Prenotazioni dei clienti nell'OGD Verona.

**La maggior parte delle imprese ottiene prenotazioni attraverso un contatto diretto con la struttura, una modalità che genera quasi il 65% del fatturato aziendale complessivo.**

Alle imprese turistiche del campione OGD Verona è stato chiesto di indicare la principale modalità di prenotazione scelta dai loro clienti. La quasi totalità delle imprese intervistate (89,5%) nei mesi di luglio-settembre 2024 ha evidenziato che i clienti scelgono il **contatto diretto con la struttura**, un sistema che copre il **68,4% delle prenotazioni totali** e il **64,3% del fatturato aziendale totale** (una percentuale inferiore rispetto al 71,7% medio regionale).

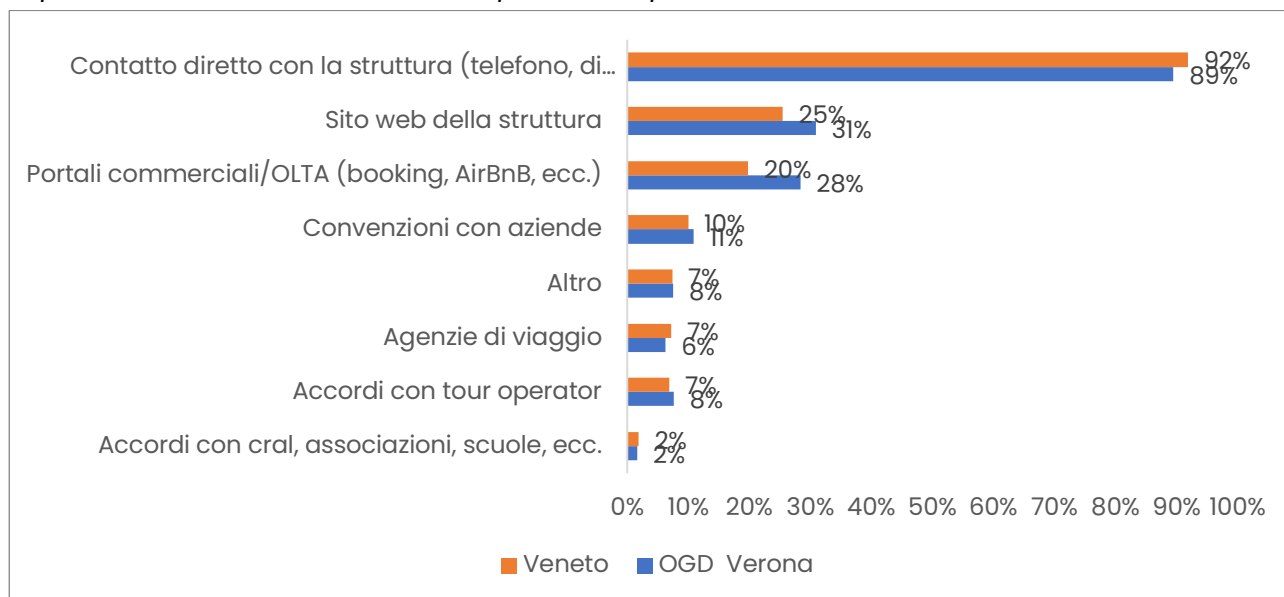
Questa modalità è particolarmente diffusa nel **settore della ristorazione**, dove rappresenta l'**81,1% delle prenotazioni totali** e pesa mediamente per il **42,5% del fatturato complessivo**.

Parallelamente, il **30,9% delle imprese** dichiara di ricevere prenotazioni tramite il **sito web della struttura**, comunque in linea con la media regionale del 25%. Questa modalità contribuisce al **7,6% delle prenotazioni totali** e al **6,6% del fatturato**, soprattutto per le attività legate ai servizi turistici e alberghi.

I **portali commerciali/OLTA** (come Booking, Airbnb, ecc.) sono utilizzati come principale canale di prenotazione dal **28,4% delle imprese turistiche veronesi**, un valore superiore alla media regionale del 20%. Questi portali rappresentano circa il **12,5% delle prenotazioni e del fatturato totale**.

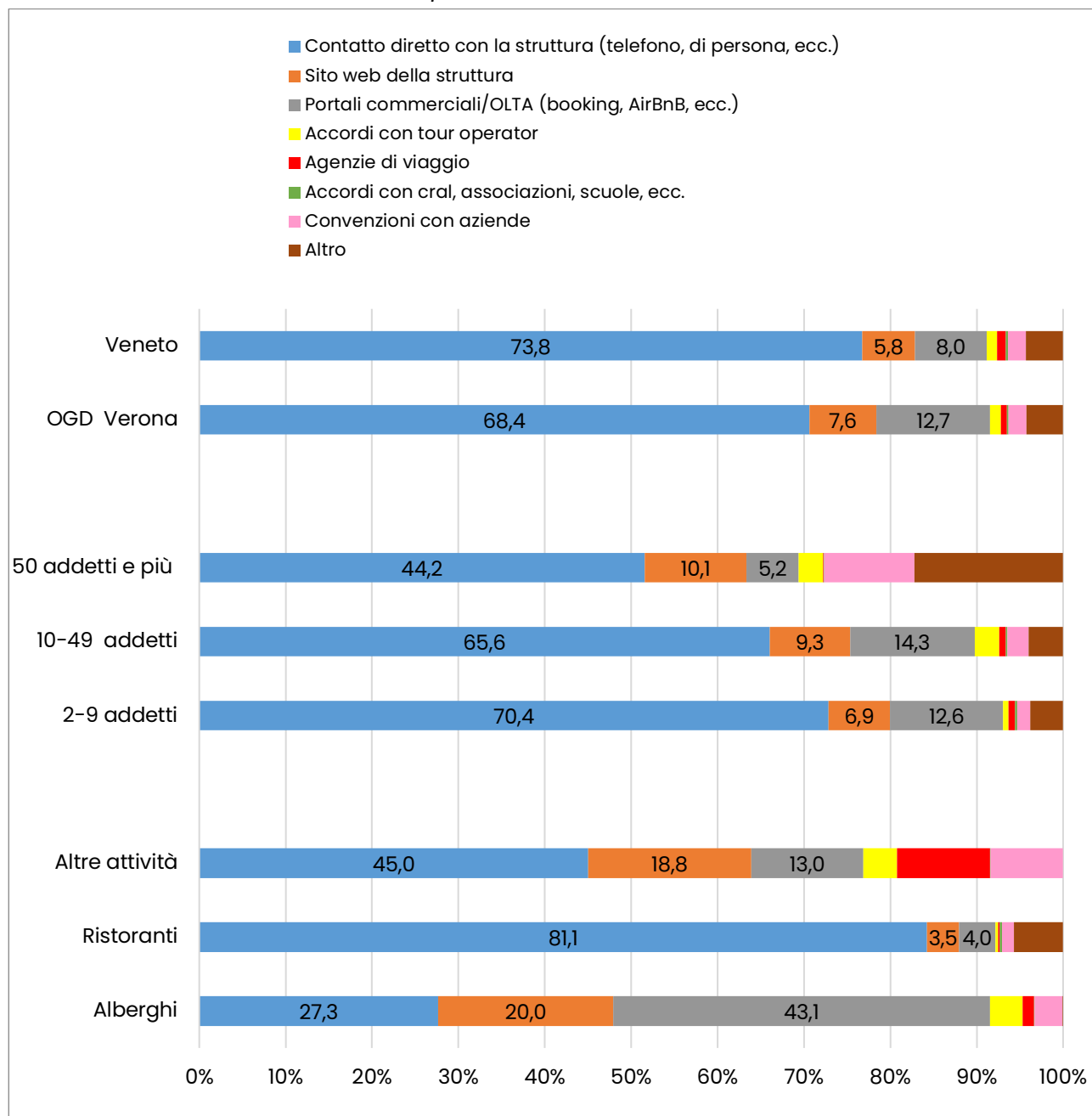


*Veneto e OGD Verona. Quota di imprese turistiche che dichiara principali le seguenti modalità di prenotazione nella sua attività (risposta multipla).*



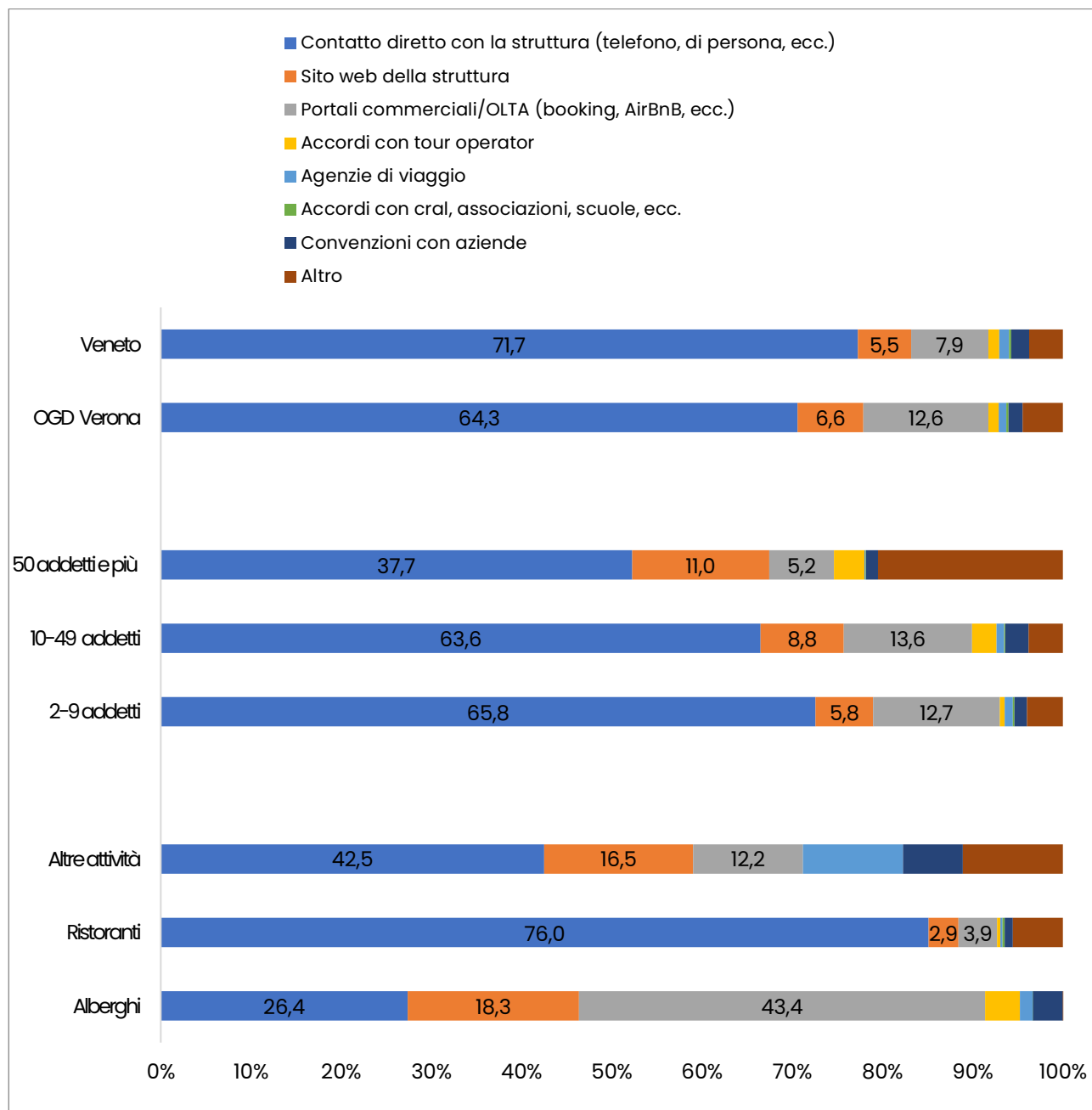
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

*Veneto e OGD Verona. Media dei pesi per i diversi canali di prenotazione, per tipologia d'esercizio e classe dimensionale sul numero di prenotazioni.*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto e OGD Verona. Media dei pesi per i diversi canali di prenotazione, per tipologia d'esercizio e classe dimensionale sul fatturato.



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

## **FOCUS 2: Prodotti turistici innovativi.**

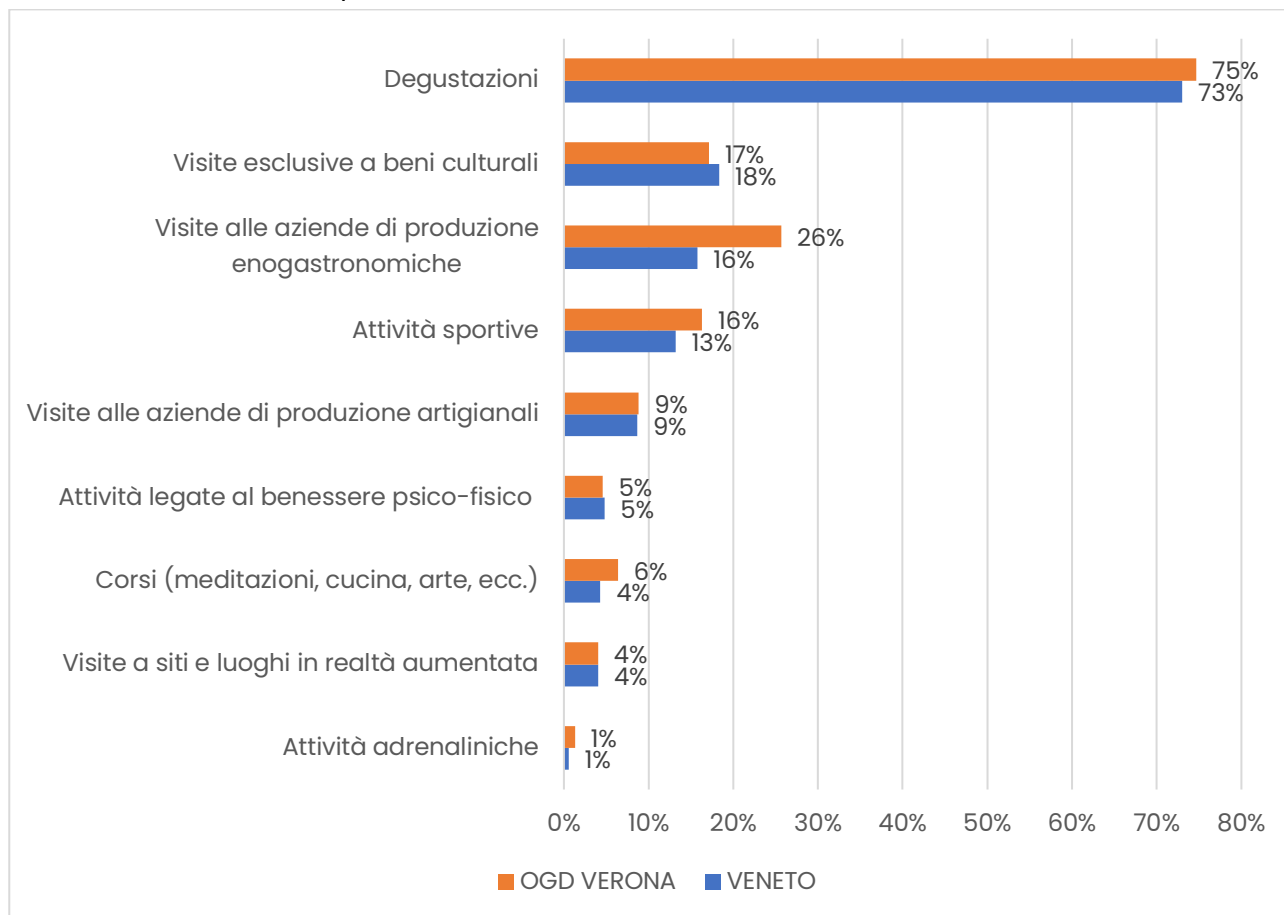
**Il 75% delle imprese del campione evidenzia che le esperienze più richieste dalla clientela sono le degustazioni, seguite da visite alle aziende di produzione enogastronomica e visite esclusive a beni culturali.**

Il turismo enogastronomico sta acquisendo un ruolo sempre più centrale nell'offerta turistica dell'OGD Verona, affermandosi come un elemento strategico per la valorizzazione del territorio. Questa evoluzione si inserisce in una tendenza regionale più ampia, che sottolinea l'interesse crescente per esperienze autentiche e di qualità legate al made in Italy. I viaggiatori, infatti, sono motivati dalla voglia di esplorare le tradizioni culinarie locali e di vivere itinerari che combinano la bellezza dei paesaggi con il piacere dei sapori.

Le preferenze dei turisti confermano chiaramente queste tendenze. Ben il 75% dei visitatori sceglie attività legate alle degustazioni enogastronomiche, una percentuale che supera la media regionale del 73%. Inoltre, il 26% manifesta interesse per le visite presso aziende di produzione enogastronomica, un segmento che contribuisce a mettere in risalto il patrimonio culinario locale.

Infine, il 17% dei turisti opta per visite esclusive a beni culturali, mentre la stessa percentuale si orienta verso attività sportive, dimostrando una diversificazione nelle preferenze della clientela.

*Veneto e OGD Verona. Esperienze richieste della clientela nel settore turistico.*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Per quanto riguarda l'introduzione di nuovi **prodotti motivazionali**, il settore turistico nella provincia di Verona si allinea alla tendenza regionale, mostrando una forte continuità con la **tradizione**. Il **94,8%** delle imprese dichiara di non avere in programma il lancio di nuove proposte in questo ambito. Tale approccio è particolarmente evidente nel comparto degli **alberghi e ristoranti**, dove oltre il **91%** delle aziende sceglie di non innovare in questa direzione.

Anche il comparto delle **agenzie di viaggio, tour operator, servizi di prenotazione e attività connesse** dell'OGD Verona conferma questa tendenza.

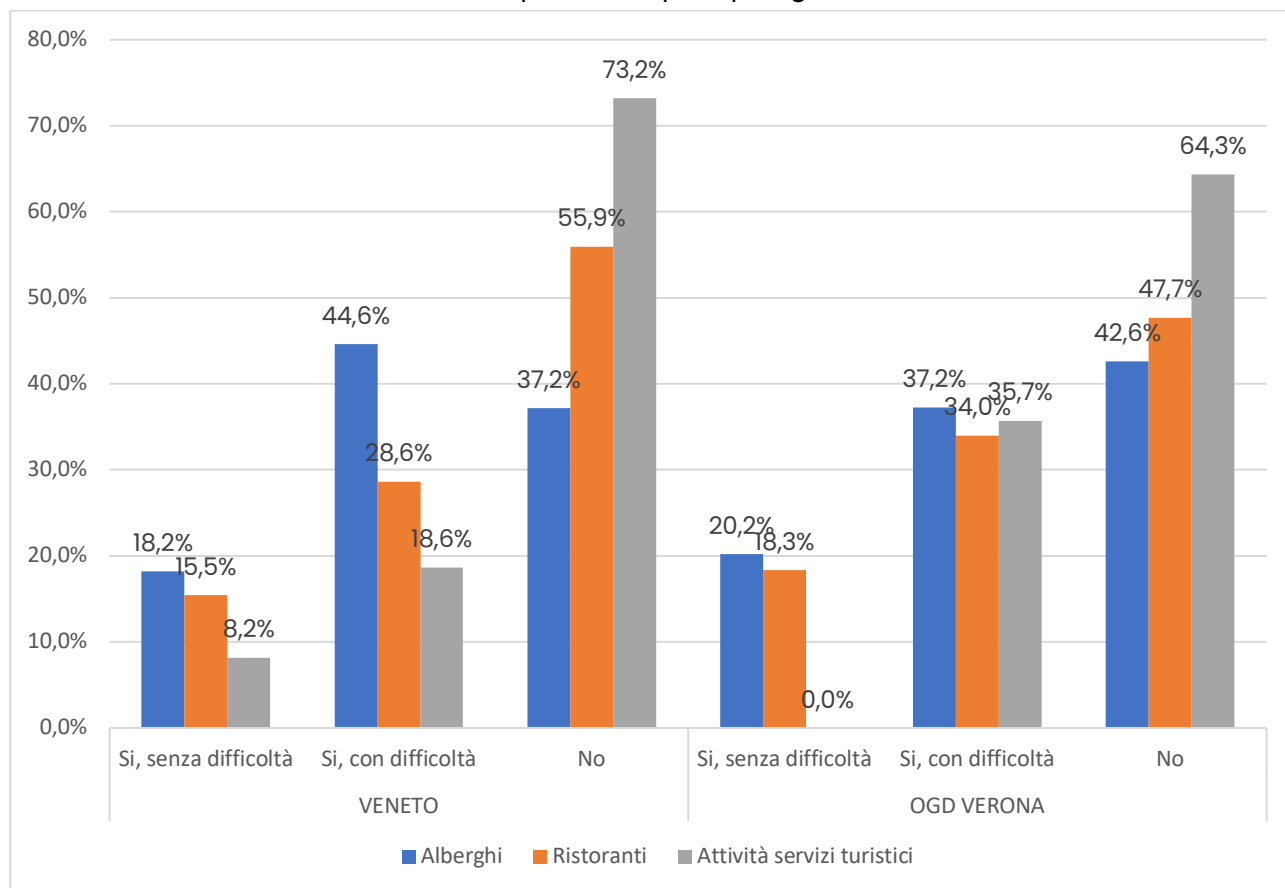
Le assunzioni nel settore turistico dell'OGD Verona evidenziano una dinamica simile rispetto alla tendenza regionale. Nel periodo considerato, il **47,1% delle**

**imprese non ha effettuato nuove assunzioni**, un dato nettamente appena sotto la **media regionale**, che si attesta intorno al **53,2%**.

Il comparto più penalizzato è quello dei **servizi turistici**, dove il **64,3% delle imprese** ha dichiarato di non aver assunto nuovo personale.

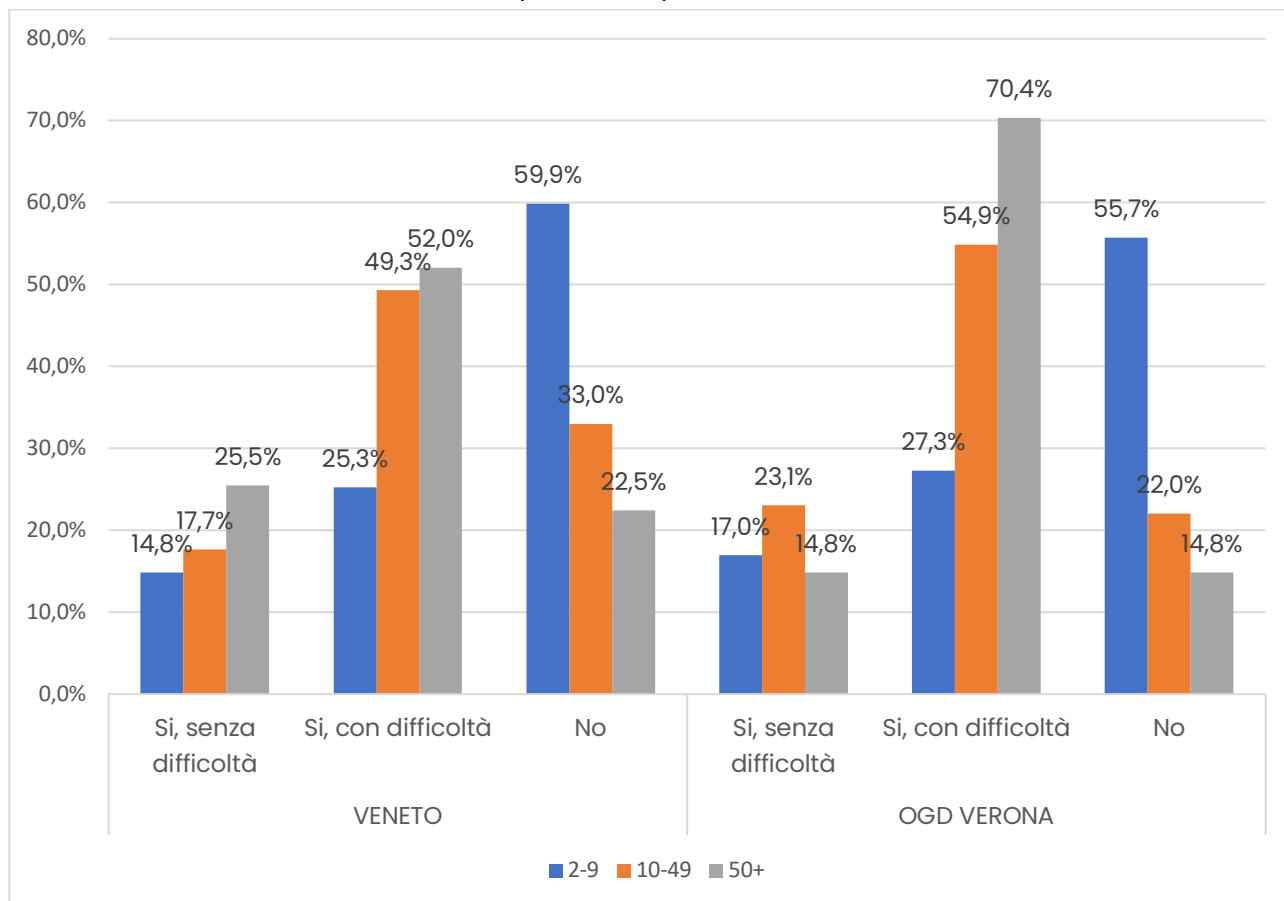
Un ulteriore aspetto critico emerso nell'OGD Verona riguarda le difficoltà nel reperire personale. Tra le imprese che hanno assunto, infatti, il **35%** segnala problematiche significative nel trovare candidati, confermando così una sfida strutturale per il mercato del lavoro nel comparto turistico.

Veneto e OGD Verona. Assunzione del personale per tipologia di attività.



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

*Veneto e OGD Verona. Assunzione del personale per numero di addetti.*



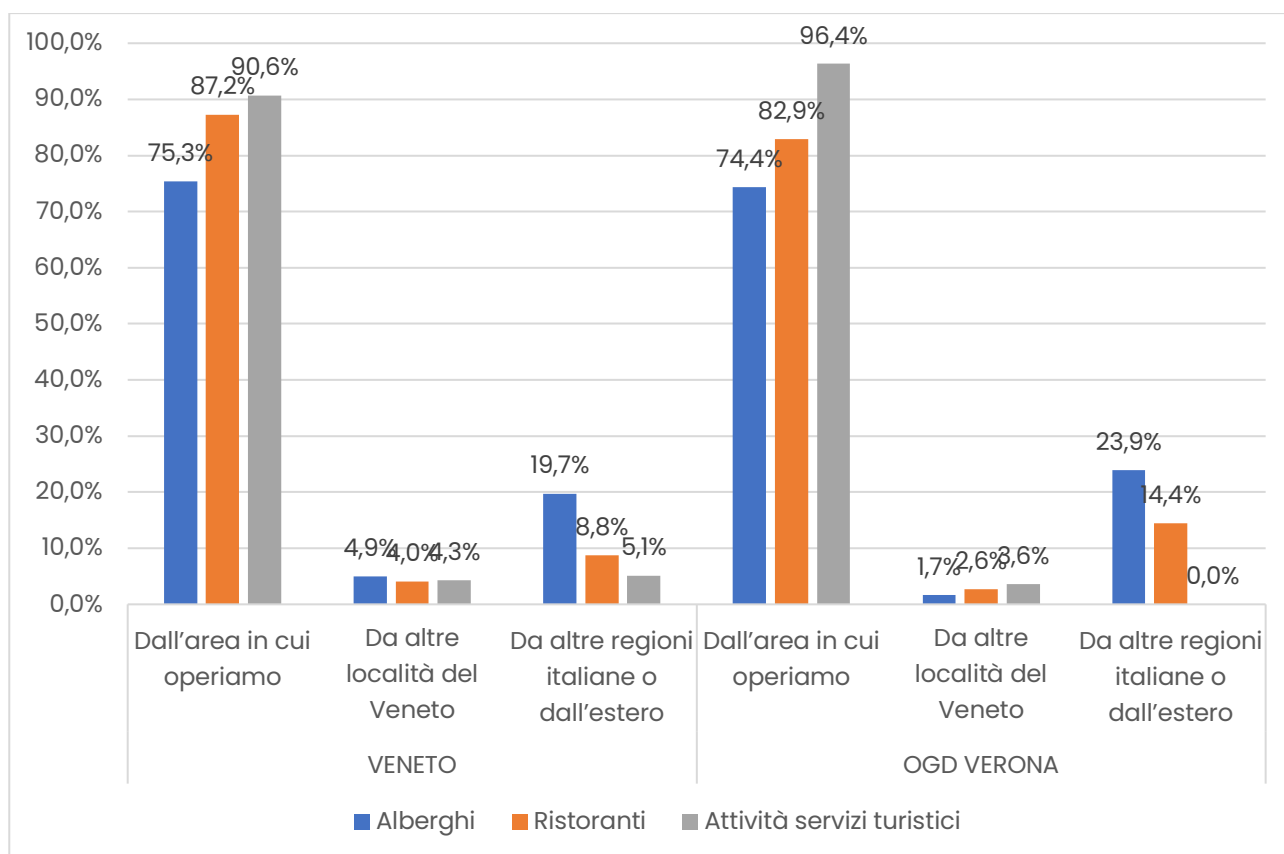
Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Le assunzioni nel settore turistico dell'OGD Verona mostrano una netta prevalenza di personale proveniente dalle aree in cui operano le imprese. In particolare, l'81,6% dei lavoratori è reclutato a livello locale, mentre una quota minore, pari al 2,5%, proviene da altre zone del Veneto. Il restante 16% del personale arriva da altre regioni italiane o dall'estero, evidenziando una maggiore apertura delle imprese verso un bacino geografico più ampio rispetto al passato.

Questa tendenza offre opportunità per compensare le carenze di manodopera locale, ma mette in luce una problematica significativa: la difficoltà di reperire alloggi per i lavoratori provenienti da altre località. Questa criticità coinvolge il

38,4% delle imprese dell'OGD Verona, una percentuale che supera la media regionale del 35,7%.

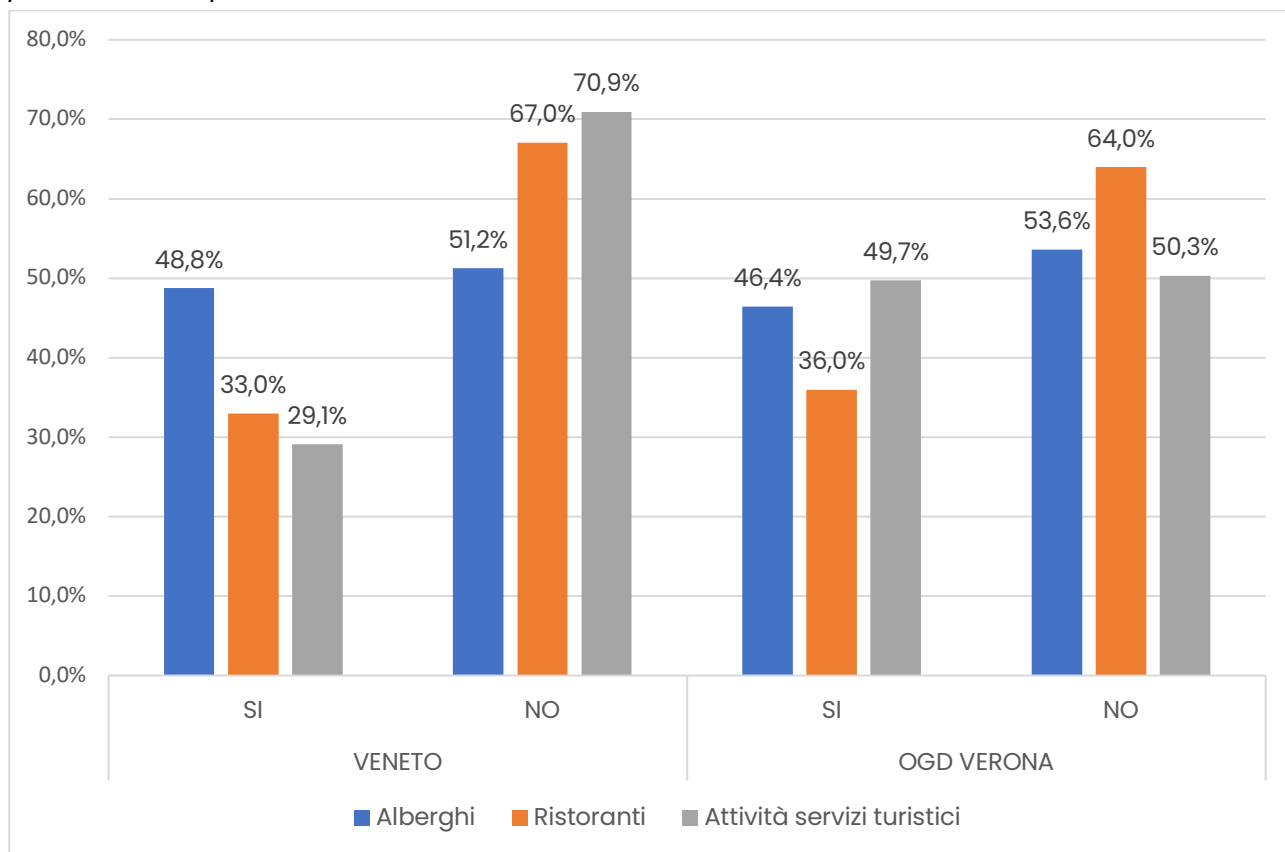
Veneto e OGD Verona. Zona di provenienza del personale assunto per settore nel periodo in esame.



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



*Veneto e OGD Verona. Difficoltà a trovare alloggio per il personale che proviene da altre località per settore nel periodo in esame.*



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato