

INDAGINE TRIMESTRALE SUI SERVIZI TURISTICI

QUARTO TRIMESTRE 2025

Osservatorio del Turismo Regionale Federato

OTRF



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

www.osservatorioturismoveneto.it

HIGHLIGHTS: IL TURISMO IN VENETO NEL QUARTO TRIMESTRE 2025

- ⇒ **Record storico per il turismo in Veneto: il 2025 ha segnato un record assoluto per la regione, superando i 22,3 milioni di arrivi (+2,3%) e i 74,2 milioni di presenze (+0,9%). In controtendenza rispetto allo stallo del turismo domestico nazionale, il Veneto ha visto crescere sia la clientela straniera (+2,3%) che quella italiana (+2,4%). Si osserva però una contrazione della permanenza media, scesa esattamente a tre giorni (3,37 negli anni precedenti), segno di soggiorni più brevi ma più frequenti.**
- ⇒ **Il fatturato del comparto, su base tendenziale, registra un incremento dell'1,9% sostenuto principalmente dal settore della ristorazione (+3,3%), che è riuscito a compensare il calo del comparto delle altre attività turistiche (-5,6%) e del settore alberghiero (-0,9%). Su base congiunturale, i ricavi hanno subito un calo del 15,1%. Si tratta tuttavia di una flessione fisiologica, dovuta alla normale bassa stagione dei mesi invernali, che ha impattato particolarmente le province di Venezia e Verona.**
- ⇒ **Sul fronte dei prezzi la maggioranza degli operatori (il 69,7%) ha scelto di mantenere le tariffe invariate rispetto al trimestre precedente, mostrando un atteggiamento di prudenza. Confrontando i prezzi con lo stesso trimestre dell'anno precedente, si registra comunque un aumento medio dell'1,6%, spinto in particolar modo dai rincari nei ristoranti (+2%).**
- ⇒ **Il clima di fiducia degli operatori rimane positivo nonostante le incertezze legate ai costi operativi: il 42,1% prevede un aumento del fatturato per i primi mesi del 2026. "Crescita" e "sostenibilità" le parole più usate sulle aspettative per il nuovo anno.**
- ⇒ **Le vendite tramite internet nel quarto trimestre generano il 31% del fatturato totale del comparto turistico. L'88,7% degli hotel vende i propri servizi online, confermandosi di gran lunga il settore più digitalizzato rispetto a ristoranti (14,2%) e altre attività di servizi turistici (34,2%).**
- ⇒ **Le risposte degli operatori delineano una chiara propensione verso un'offerta radicata nell'identità del territorio. La valorizzazione passa in primis per la "Cultura/Archeologia/Arte" (10,9% delle preferenze), l'"Enogastronomia" (9,5%) e il potenziamento dell'infrastruttura legata alla "Bicicletta" (8,8%). Il principale target su cui puntano maggiormente gli operatori è il segmento "Famiglie" (14%) specialmente per la ricettività e i ristoranti, mentre le agenzie di viaggio e i tour operator puntano sul segmento "Lusso/altospendenti".**



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

ITALIA: TURISMO IN CRESCITA NEL 2025, MA IL 2026 PRESENTA NUOVE INCERTEZZE

Nel corso del 2025, il turismo in Italia ha confermato un **andamento positivo**, chiudendo l'anno con un nuovo record di circa **476 milioni di presenze**. Si evidenzia tuttavia una dinamica divergente tra arrivi e presenze. Secondo i dati ufficiali ISTAT, l'anno si è chiuso con un **calo degli arrivi** dello 0,9%, a cui ha fatto da contraltare una **solida crescita delle presenze** del 2,3% rispetto al 2024. Questo risultato è stato **trainato in modo netto dalla componente straniera**, che ha registrato un incremento sia in termini di arrivi (+1,4%) che di presenze (+4,3%) sull'intero anno. Diversamente, **il turismo domestico ha mostrato un andamento più cauto**: a fronte di un sensibile calo degli arrivi degli italiani (-3,5%), le loro presenze totali si sono mantenute sostanzialmente stabili rispetto all'anno precedente. Secondo le stime di fine anno elaborate dal Centro Studi Turistici (CST) di Firenze per Assoturismo Confesercenti, i **turisti stranieri**, infatti, hanno toccato la quota record di 271 milioni di presenze, con una spesa turistica stimata in ben 57,1 miliardi di euro. Diversamente, il **turismo domestico** ha mostrato un sostanziale stallo o lieve rallentamento: le presenze degli italiani sono stimate intorno ai 205 milioni, penalizzate da una minore propensione alla spesa e da una flessione registrata soprattutto nei due mesi centrali dell'estate.

Secondo i dati provvisori ISTAT sul 2025, l'anno ha mostrato andamenti trimestrali differenziati ma un **bilancio complessivamente positivo**. Dopo un primo trimestre in lieve flessione, il secondo trimestre ha registrato un forte recupero (+1,1% gli arrivi e +4,7% le presenze). Il terzo trimestre (luglio-settembre) ha confermato la tenuta delle presenze (+2,5% rispetto allo stesso periodo del 2024), pur a fronte di un leggero calo degli arrivi (-0,9%). In estate, la componente estera ha prevalso nettamente, rappresentando il 54,7% delle presenze totali contro il 52,5% dell'estate 2024.

Il **quarto trimestre** ha confermato la vitalità del settore, registrando un aumento tendenziale dell'1,0% degli arrivi (in ripresa dopo il calo del terzo trimestre) e del 2,9% delle presenze. Anche in questo scorcio d'anno, il ruolo dei **turisti**



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

internazionali è stato determinante: le presenze straniere sono cresciute del 5,1%, arrivando a consolidare una quota maggioritaria pari al 56,5% delle presenze totali del trimestre. I clienti italiani, invece, si sono fermati a un timido +0,1% nelle presenze, frutto di un andamento altalenante: in crescita a ottobre (+4,4%) e dicembre (+4,3%), ma protagonisti di una forte contrazione nel mese di novembre (-9,2%).

Anche le strutture ricettive hanno mostrato dinamiche specifiche: secondo l'ISTAT, l'**extralberghiero** ha registrato nel corso dell'anno le migliori performance (con picchi del +5,4% nel secondo trimestre), trainato in particolar modo dagli alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale.

Le scelte ricettive dei turisti a fine anno evidenziano uno spostamento interessante. L'incremento delle presenze nel quarto trimestre ha riguardato le strutture alberghiere per un +1,2% (dove il calo dell'1,2% degli italiani è stato compensato dal +3,2% degli stranieri), ma ha visto un vero e proprio boom negli esercizi extralberghieri, che hanno segnato un +6,6%. In quest'ultimo comparto, si è registrato un aumento di presenze sia da parte degli italiani (+3,2%) sia, soprattutto, da parte degli stranieri (+9,0%).

Le diverse tipologie di destinazione hanno beneficiato enormemente dell'apporto straniero. Sempre secondo i dati CST per Assoturismo Confesercenti sui flussi esteri del 2025, le aree di montagna hanno registrato il picco di crescita (+8,5%, pari a 31,1 milioni di presenze), seguite dalle località dei laghi (+6,7%), dalle città e centri d'arte (+6,4% per 84,5 milioni di presenze totali estere) e dalle località marine (+6,4%). Anche le aree rurali e di collina (+5,8%) e le mete termali (+5,9%) hanno evidenziato tendenze molto positive.

Guardando al 2026, pur confortati dalla forza internazionale del "brand Italia", il settore si confronta con nuove sfide. I dati di Assoviaggi-CST evidenziano infatti la **preoccupazione degli operatori** per il costante aumento dei costi operativi (energia, trasporti, costo del lavoro), che rischia di erodere progressivamente i margini delle imprese turistiche, in un quadro di potere d'acquisto della clientela



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

italiana ancora incerto. A ciò si aggiungono le persistenti tensioni geopolitiche legate ai recenti conflitti internazionali, che continuano a rappresentare un elemento di incertezza per il settore, con possibili ricadute sui costi energetici e sulla stabilità della domanda turistica, soprattutto nei mercati a lungo raggio.

IL TURISMO NEL VENETO: FLESSIONE CONTENUTA E SEGNALI DI RECUPERO NEL SECONDO TRIMESTRE

Scendendo a livello regionale, i dati provvisori diffusi a febbraio 2026 dalla **Regione del Veneto** (su base ISTAT) e da Federalberghi Veneto evidenziano che il 2025 ha segnato un nuovo **record storico assoluto per il turismo regionale**. Superando i già ottimi risultati del 2024, la destinazione Veneto ha registrato oltre **22,3 milioni di arrivi (+2,3%)** e superato i **74,2 milioni di presenze (+0,9%)**. A differenza del dato nazionale, in Veneto si è assistito a un interesse in crescita sia da parte dei turisti stranieri (+2,3% negli arrivi) sia di quelli italiani (+2,4%). In questo contesto, il comparto extralberghiero ha continuato a espandersi (+1,4% di presenze e +3,9% di arrivi), affiancando la stabilità del comparto alberghiero (+0,3% di presenze e +3,9% di arrivi) che continua comunque ad accogliere la fetta più ampia dei clienti (il 56,8%).

A livello territoriale, **tutte le principali destinazioni venete mostrano un bilancio in positivo**. Il dato più rilevante, secondo Federalberghi Veneto, riguarda la montagna, che si afferma come il segmento trainante con un +7,9% di presenze (e picchi dell'8,1% per l'area delle Dolomiti), spinta anche dall'avvicinamento all'evento olimpico. Le città d'arte si confermano la principale calamita per volumi assoluti (quasi 26 milioni di presenze, +0,9%), seguite da mare (+0,1%), lago (+0,3%) e terme (+0,8%). Nel bilancio annuale emerge tuttavia una progressiva contrazione della permanenza media, scesa a 3 giorni esatti contro i 3,37 degli anni precedenti: il segnale di un turismo veneto diventato sempre più dinamico, caratterizzato da soggiorni mediamente più brevi ma più frequenti.



www.veneto.eu



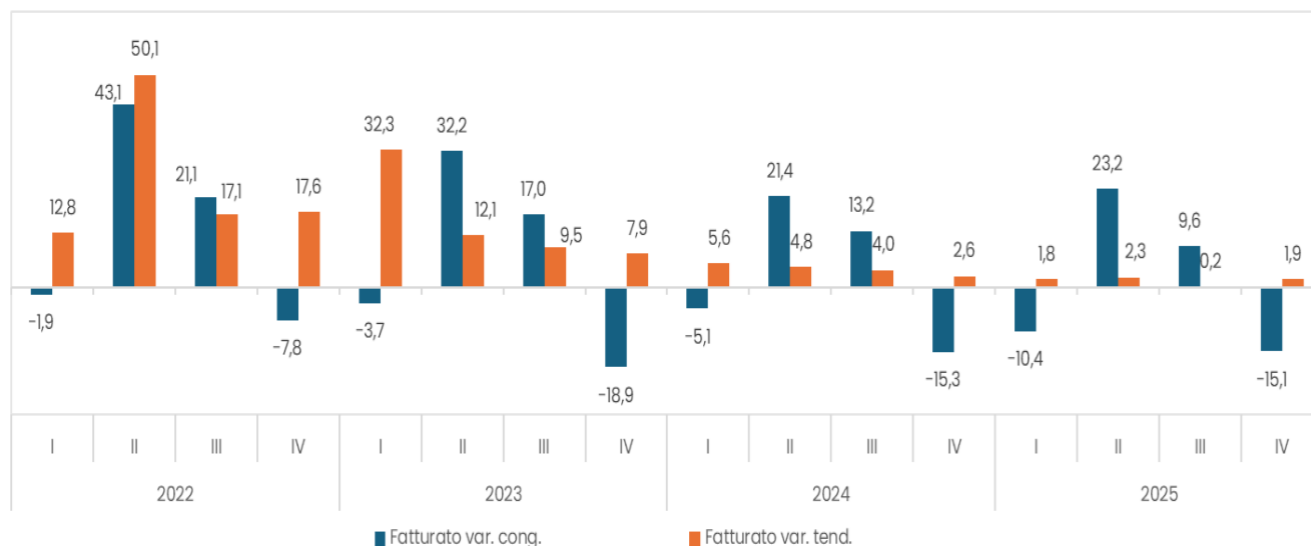
UNIONCAMERE
VENETO

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 dei principali indicatori economici del settore¹. Il campione regionale, stratificato per provincia e settore, è composto da oltre **1.250 imprese rispondenti** 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 dalla società di rilevazione Demetra opinioni.net Srl nel periodo **29 gennaio – 27 febbraio** mediante utilizzo del sistema CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) e CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

In base all'indagine congiunturale, nel quarto trimestre del 2025 (ottobre-dicembre) **il fatturato delle attività turistiche venete ha registrato una flessione del 15,1% rispetto al trimestre precedente**. Si tratta di un calo fisiologico legato alla stagionalità, in linea con i valori dello stesso periodo negli anni precedenti (-15,3% nel 2024; -18,9% nel 2023). L'analisi per settori e territori evidenzia una contrazione particolarmente marcata nel comparto alberghiero (-31,2%) e nelle province di Venezia (-28,9%) e Verona (-18,0%). Pur essendo in gran parte imputabile alle normali dinamiche stagionali, questo assestamento risente anche del complesso scenario attuale, caratterizzato dalle numerose tensioni geopolitiche.

¹ L'indagine fa parte delle attività previste dall'Osservatorio turistico regionale federato (OTRF), avviato con il Protocollo d'intesa sottoscritto ad oggi da 44 soggetti territoriali, promosso dalla Regione del Veneto in collaborazione con Unioncamere del Veneto e rinnovato con un Accordo di collaborazione nell'ambito del Piano Turistico Annuale (P.T.A.). L'indagine, promossa e realizzata da Unioncamere del Veneto in Collaborazione con la Direzione Turismo della Regione del Veneto, analizza l'andamento congiunturale dei Seguenti comparti turistici: 1) alberghi e strutture simili, alloggi per vacanze, aree di campeggio e aree attrezzate; 2) ristoranti e attività di ristorazione anche mobile (inclusi asporto, gelaterie, pasticcerie); 3) attività delle agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse.

Veneto. Andamento del fatturato nelle imprese del settore turistico (variazione % congiunturale e tendenziale). I trimestre 2022 – IV trimestre 2025

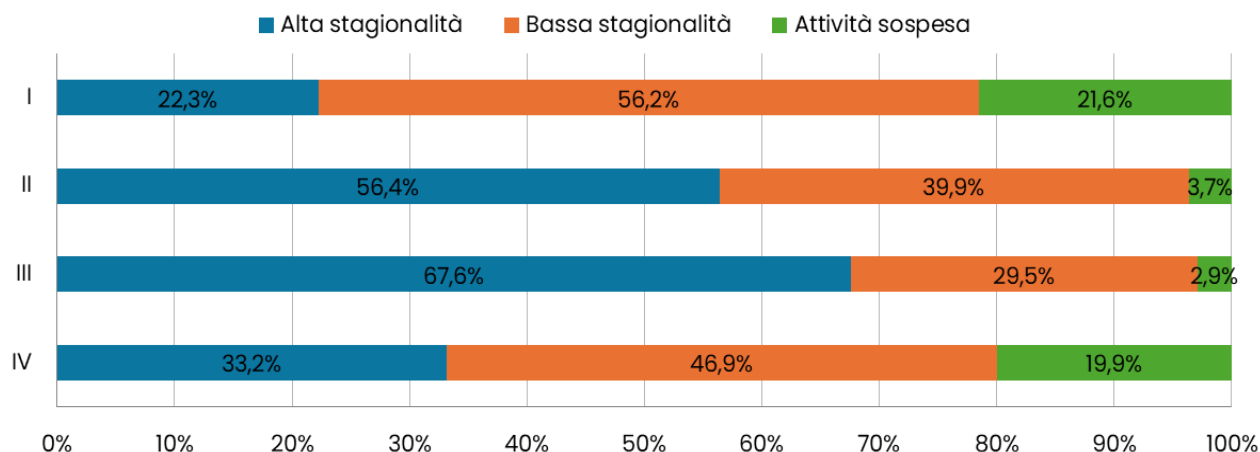


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Su base tendenziale **il fatturato complessivo registra un incremento dell'1,9%**. Questo risultato è sostenuto in via esclusiva dalla ristorazione (+3,3%), che riesce a compensare le flessioni subite dalle altre attività turistiche (-5,6%) e dal settore alberghiero (-0,9%).

Per inquadrare correttamente queste dinamiche, occorre considerare le caratteristiche del periodo invernale in Veneto. Nei mesi di ottobre, novembre e dicembre 2025, **quasi la metà delle imprese turistiche (46,9%) ha operato in regime di bassa stagione**, mentre un ulteriore 19,9% ha temporaneamente sospeso l'attività. Solo per un terzo degli operatori (33,2%) l'ultimo trimestre dell'anno ha rappresentato un periodo di alta stagionalità.

Veneto. La stagionalità delle imprese turistiche venete (quota % imprese) nel IV trimestre 2025

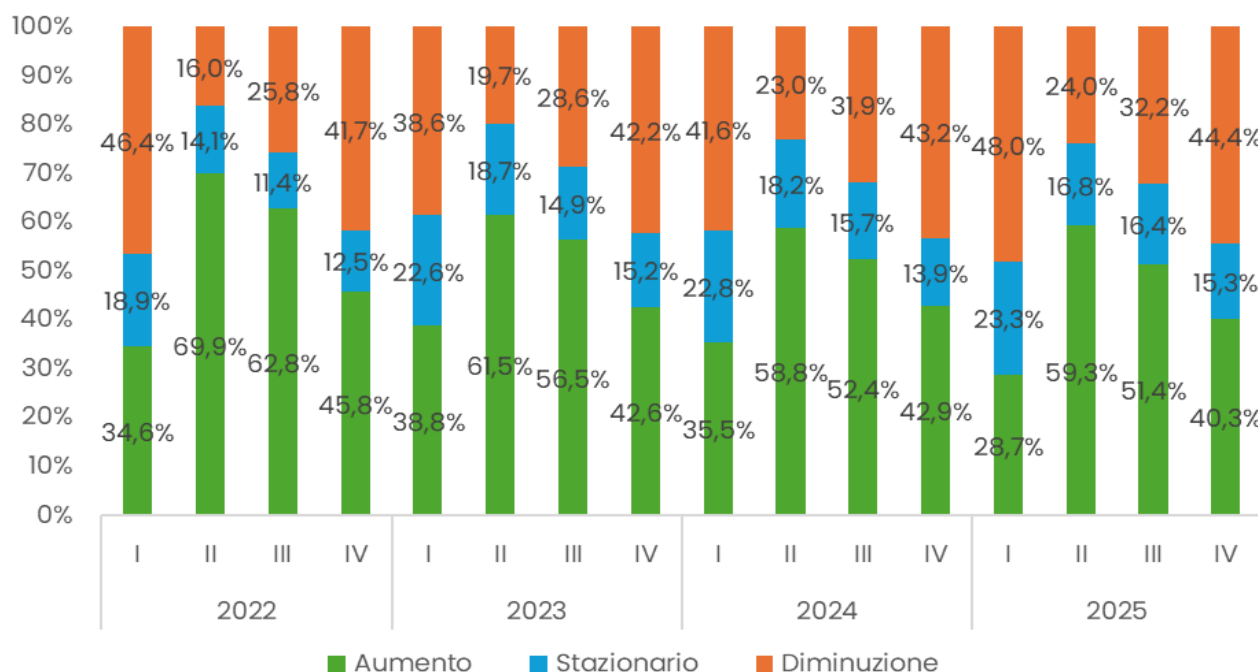


Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

NEL PERIODO OTTOBRE-DICEMBRE 2025 IL FATTURATO RISULTA IN AUMENTO PER IL 40,3% DELLE IMPRESE TURISTICHE ED IN DIMINUZIONE PER IL 44,4% - IN PARTICOLAR MODO PER LE STRUTTURE ALBERGHIERE -

L'analisi dei **giudizi** espressi dalle imprese sull'andamento tendenziale di fatturato e prezzi arricchisce e definisce meglio il quadro. Rispetto al trimestre precedente, **il 40,3% degli operatori veneti intervistati riporta una crescita dei ricavi**, mentre il 15,3% segnala una sostanziale stabilità. **La quota di chi accusa una flessione si attesta invece al 44,4%**, con una sofferenza più marcata nel comparto alberghiero, dove la percentuale di strutture in calo sale al 70,6%

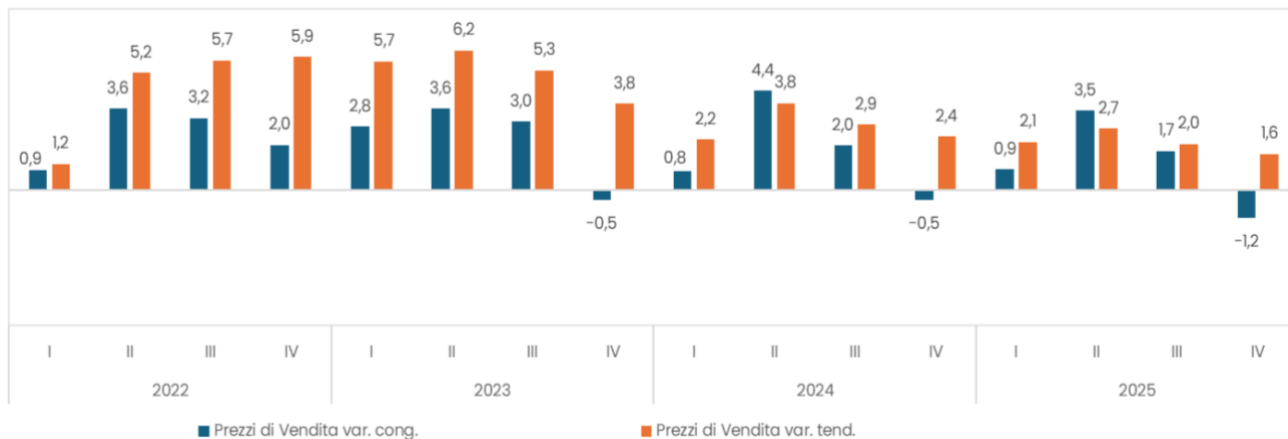
Veneto. Distribuzione % dei giudizi di aumento, stazionarietà e diminuzione, raccolti dalle imprese turistiche relativi all'andamento congiunturale del fatturato dal I trimestre 2022 al IV trimestre 2025



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

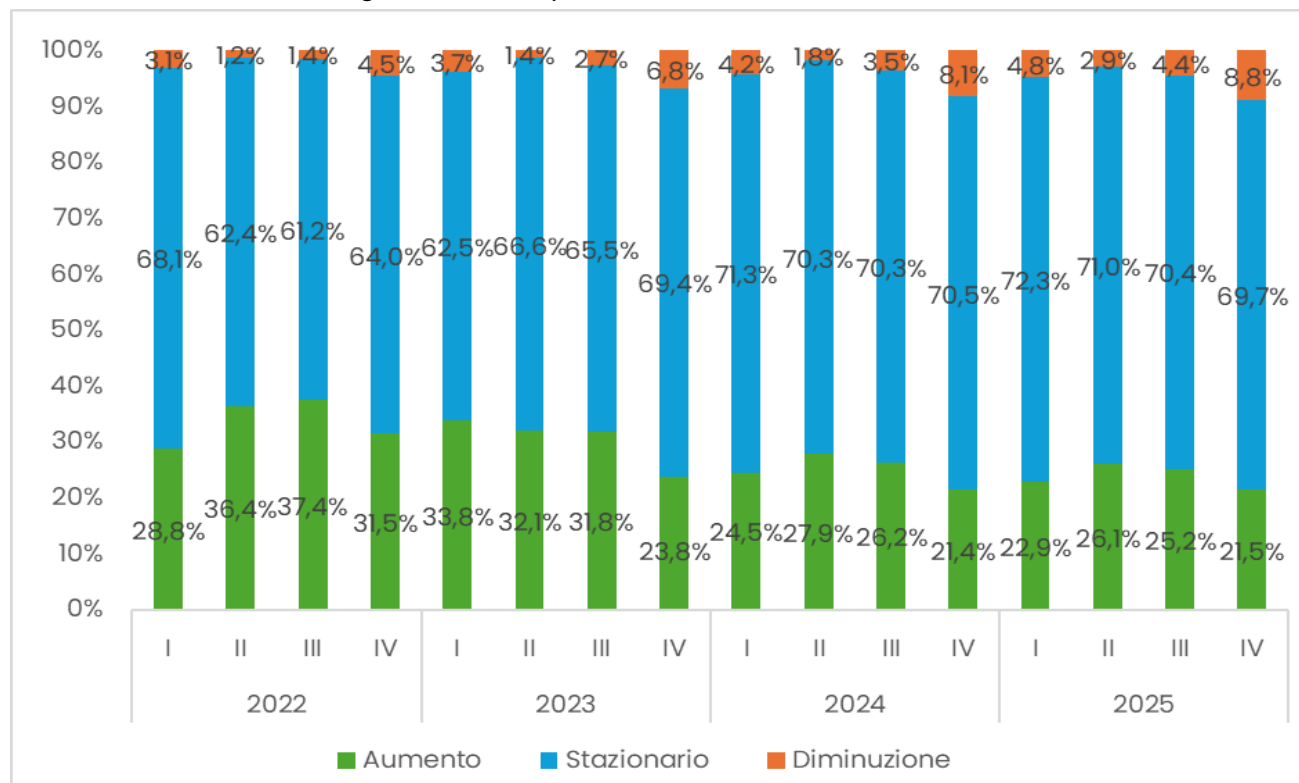
Per quanto riguarda i **prezzi**, il quarto trimestre 2025 si chiude con una doppia lettura: **scendono dell'1,2% rispetto ai mesi precedenti, ma crescono dell'1,6% se confrontati con lo stesso periodo dell'anno scorso**. Un rincaro annuo spinto soprattutto dai ristoranti (+2,0%). Nonostante queste variazioni, nel breve periodo prevale un atteggiamento di prudenza: **quasi sette aziende su dieci (il 69,7%) hanno infatti scelto di non ritoccare i prezzi** rispetto al trimestre precedente.

Veneto. Andamento dei prezzi di vendita nei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale nei trimestri dal 2022 al 2025)



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 2022 al IV trimestre 2025



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Andamento di fatturato e prezzi di vendita dei servizi turistici (variazione % congiunturale e tendenziale) per settore, provincia e dimensione. IV trimestre 2025

	Fatturato		Prezzi di Vendita	
	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale	Variazione Congiunturale	Variazione Tendenziale
Alberghi	-31,2	-0,9	-6,1	0,6
Ristoranti	-7,9	3,3	0,7	2,0
Attività servizi turistici	-14,4	-5,6	0,0	1,0
Verona	-18,0	4,9	0,6	2,9
Vicenza	-1,6	1,7	0,0	2,2
Belluno	-7,4	1,4	0,5	1,7
Treviso	0,7	0,9	0,6	1,4
Venezia	-28,9	0,8	-3,9	0,8
Padova	6,6	1,9	0,9	1,6
Rovigo	0,6	0,5	0,7	1,6
2-9 addetti	-10,4	-0,4	-0,4	1,2
10-49 addetti	-11,2	3,8	-0,6	1,9
50 addetti e più	-25,0	1,5	-2,8	1,6
Totale	-15,1	1,9	-1,2	1,6

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 IV trimestre 2025

	Giudizi Congiunturali	Fatturato			Prezzi di Vendita		
		Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Settore	Alberghi	21,4%	8,1%	70,6%	22,8%	41,4%	35,8%
	Ristoranti	44,5%	16,9%	38,5%	21,4%	75,6%	3,0%
	Attività servizi tu	35,7%	11,7%	52,6%	18,4%	73,4%	8,3%
Provincia	Verona	35,0%	11,0%	54,0%	21,7%	64,5%	13,8%
	Vicenza	45,9%	20,7%	33,4%	21,7%	73,9%	4,4%
	Belluno	25,9%	15,3%	58,7%	20,5%	73,9%	5,6%
	Treviso	48,3%	16,2%	35,5%	21,6%	74,2%	4,2%
	Venezia	31,2%	12,2%	56,6%	21,6%	65,1%	13,3%
	Padova	54,7%	20,2%	25,0%	23,2%	73,4%	3,4%
	Rovigo	54,6%	19,9%	25,5%	15,1%	80,2%	4,8%
Classe Addetti	2-9 addetti	39,4%	16,2%	44,4%	20,0%	72,5%	7,5%
	10-49 addetti	42,8%	13,3%	43,9%	24,9%	62,8%	12,3%
	50 addetti e più	47,2%	3,8%	49,0%	41,2%	43,4%	15,4%
Totale		40,3%	15,3%	44,4%	21,5%	69,7%	8,8%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



www.veneto.eu



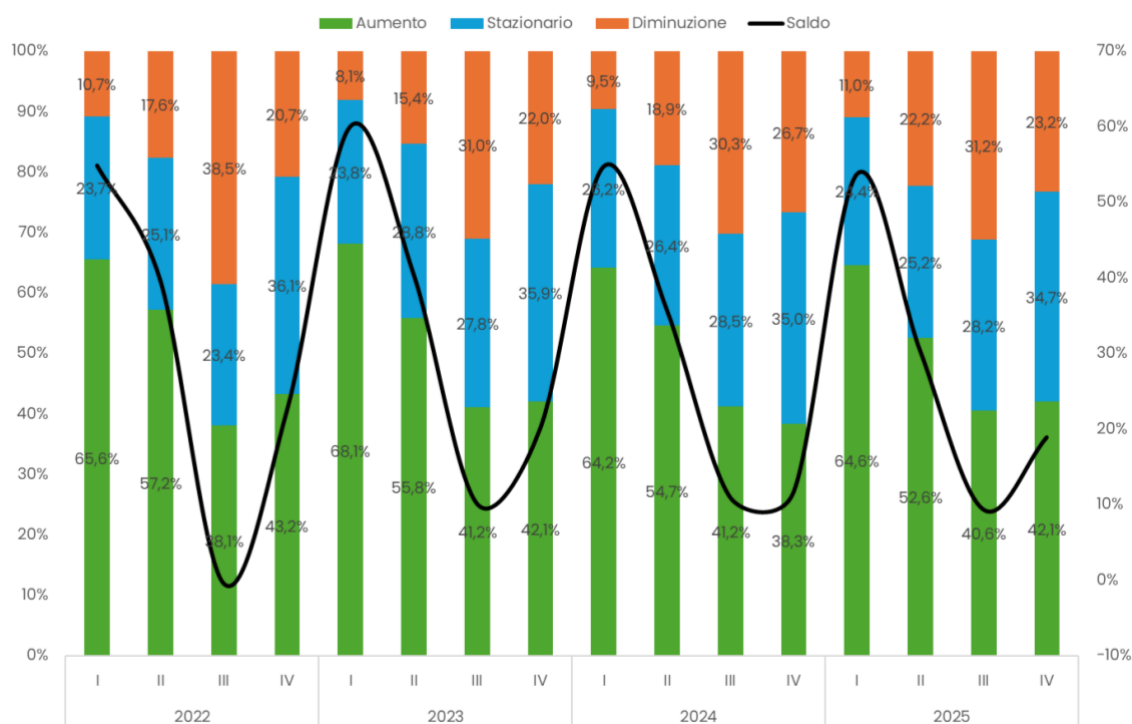
**UNIONCAMERE
VENETO**

PROSPETTIVE OTTIMISTICHE PER FATTURATO E PREZZI DI VENDITA: LA QUOTA DI IMPRESE TURISTICHE CHE PREVEDE INCREMENTI DI FATTURATO SI ATTESTA AL 42,1% NEI PRIMI MESI DEL 2026

Le previsioni per il primo trimestre del 2026 delineano uno **scenario incoraggiante per il turismo veneto**, sebbene per il 56,4% delle imprese si tratti ancora di un **periodo di bassa stagione**. Il clima di fiducia risulta superiore a quello dell'anno precedente: il **42,1% degli operatori stima un incremento del fatturato**, a fronte di un più contenuto 23,2% che si attende una flessione. Rispetto a questo generale ottimismo, mostrano maggiore cautela i servizi turistici e il comparto alberghiero, dove la quota di chi prevede ricavi in crescita si ferma, rispettivamente, al 29,4% e al 31,2%.

Sul fronte dei listini, le aspettative per i primi mesi dell'anno confermano una **diffusa tendenza al mantenimento delle tariffe attuali**: il 71,3% delle imprese dichiara infatti una sostanziale stazionarietà dei prezzi di vendita, mentre solo il 24,6% progetta ulteriori rincari.

Veneto. Previsioni sul fatturato delle imprese turistiche per il trimestre (ottobre-dicembre 2025)



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

Veneto. Previsioni sul fatturato e prezzi di vendita nelle imprese turistiche (quota % imprese) per settore, provincia e dimensione. IV trimestre 2025

Previsioni	Fatturato			Prezzi di Vendita		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	42,4%	26,4%	31,2%	34,2%	49,3%	16,5%
Ristoranti	41,9%	36,8%	21,3%	22,5%	76,1%	1,4%
Attività servizi turistici	43,3%	27,3%	29,4%	25,5%	71,6%	2,9%
Verona	39,4%	36,3%	24,3%	24,9%	70,4%	4,7%
Vicenza	43,0%	37,2%	19,8%	25,1%	72,4%	2,5%
Belluno	45,6%	32,6%	21,8%	22,7%	75,2%	2,1%
Treviso	39,8%	35,3%	24,8%	23,8%	71,8%	4,4%
Venezia	42,4%	33,2%	24,4%	24,9%	68,9%	6,2%
Padova	41,5%	34,0%	24,5%	24,1%	73,7%	2,3%
Rovigo	56,0%	32,6%	11,4%	27,0%	73,0%	0,0%
2-9 addetti	41,6%	36,5%	21,9%	22,8%	73,4%	3,8%
10-49 addetti	43,1%	29,6%	27,3%	29,2%	66,1%	4,7%
50 addetti e più	47,7%	24,4%	27,9%	38,2%	53,4%	8,4%
Totale	42,1%	34,7%	23,2%	24,6%	71,3%	4,1%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

IL 27,5% DELLE IMPRESE TURISTICHE VENDE I PROPRI PRODOTTI ATTRAVERSO INTERNET, L'ALBERGHIERO RESTA IL COMPARTO PIÙ DIGITALIZZATO

Le imprese del comparto **alberghiero** si confermano le più digitalizzate con **circa l'89% delle imprese che vende anche online** (sia direttamente tramite il proprio sito web, sia attraverso l'intermediazione di Online Travel Agencies come è emerso dalla precedente rilevazione), mentre le attività dei servizi turistici e il comparto ristorazione risultano meno digitalizzati rispettivamente il 34,2% (in decrescita rispetto ad un anno fa) e il 14,2% (in leggera crescita rispetto ad un anno fa).

Nel trimestre ottobre-dicembre 2025 la **quota percentuale del fatturato che deriva dalla vendita attraverso internet è stata mediamente pari al 31%**, dato che risulta in diminuzione rispetto al trimestre precedente.

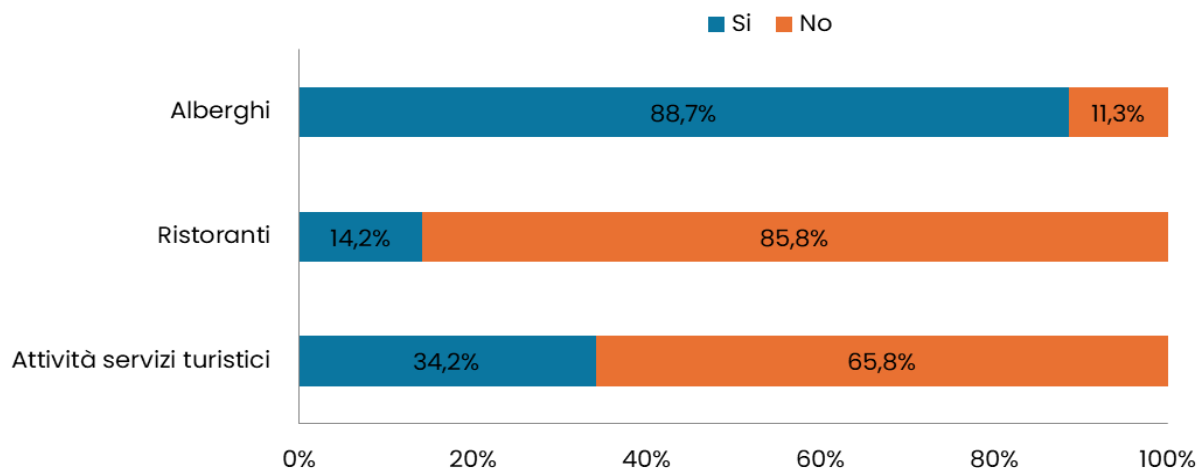


www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

Veneto. Imprese turistiche che vendono o meno i propri servizi anche attraverso internet (quota % imprese) per settore. IV trimestre 2025



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 rispetto al trimestre precedente. IV trimestre 2025

	E-Commerce		
	Aumento	Stazionario	Diminuzione
Alberghi	14,9%	39,5%	45,5%
Ristoranti	16,4%	57,8%	25,8%
Attività servizi turistici	17,7%	54,2%	28,1%
Verona	18,5%	38,0%	43,5%
Vicenza	18,1%	54,6%	27,3%
Belluno	11,8%	50,8%	37,4%
Treviso	18,0%	54,5%	27,4%
Venezia	15,5%	40,4%	44,1%
Padova	9,8%	69,6%	20,6%
Rovigo	11,8%	71,5%	16,7%
2-9 addetti	13,5%	48,6%	37,9%
10-49 addetti	19,6%	45,2%	35,2%
50 addetti e più	16,9%	51,1%	32,1%
Totale	15,6%	47,6%	36,7%

Fonte: Osservatorio turistico regionale federato



www.veneto.eu



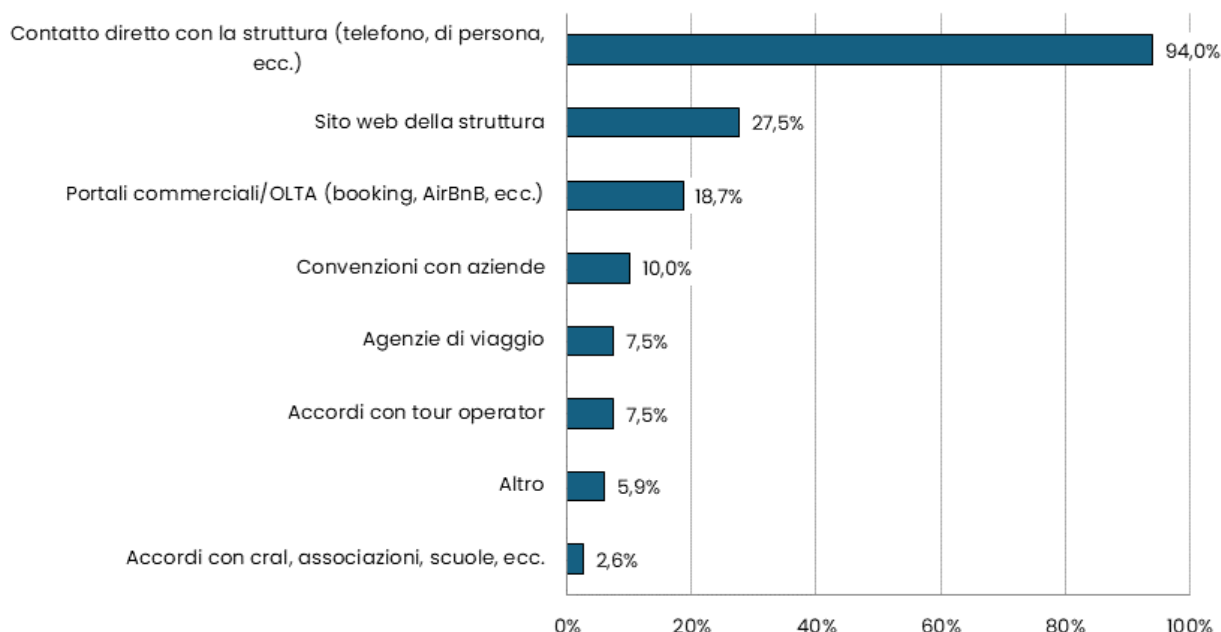
UNIONCAMERE
VENETO

FOCUS 1: LE PRENOTAZIONI DEI CLIENTI

IL CONTATTO DIRETTO CON LA STRUTTURA SI CONFERMA LA PRINCIPALE MODALITÀ DI PRENOTAZIONE, DA CUI DERIVA IL 74% DEL FATTURATO

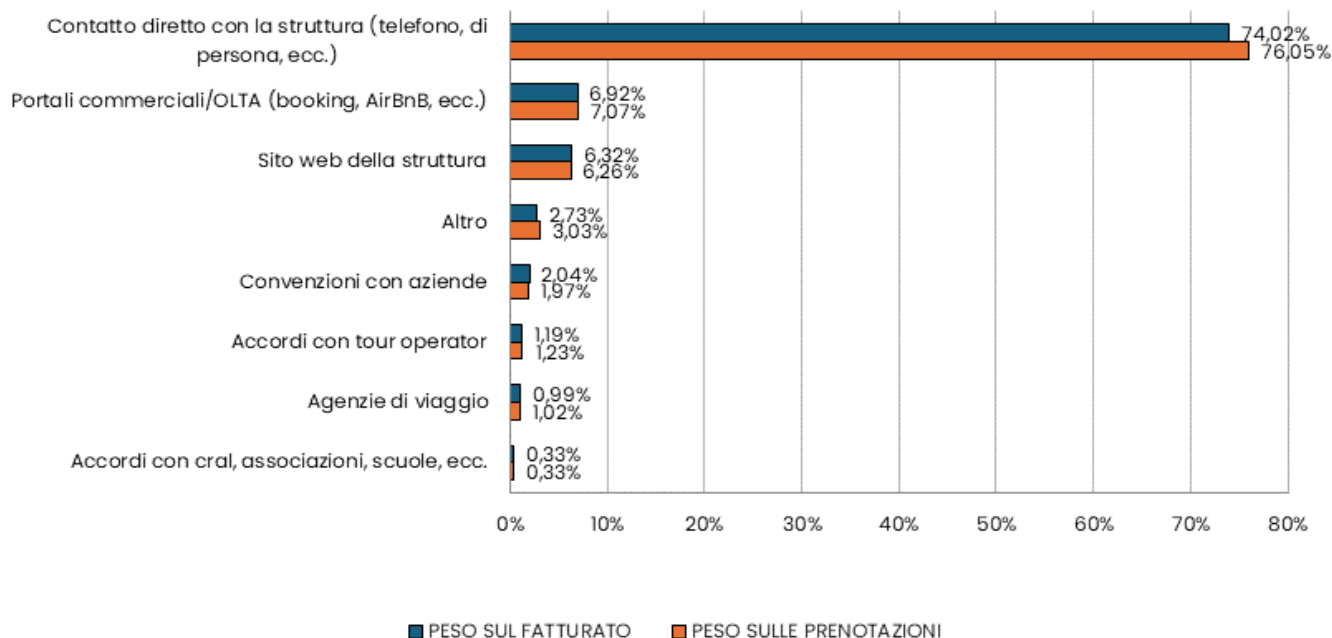
Anche in questo trimestre il **contatto diretto con la struttura** si conferma come la modalità di prenotazione più utilizzata dai clienti, secondo quanto dichiarato dalle imprese turistiche del campione. Ben il **94% delle aziende ha indicato questa opzione come predominante**, mantenendo una tendenza già osservata nei trimestri precedenti. Il canale diretto genera il 74% del fatturato totale e rappresenta il 76% delle prenotazioni complessive.

Veneto. Quota di imprese turistiche che dichiara principali le seguenti modalità di prenotazione nella sua attività (risposta multipla). IV trimestre 2025



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Veneto. Media dei pesi per i diversi canali di prenotazione sul fatturato e sul numero di prenotazioni. IV trimestre 2025



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

FOCUS 2: PROSPETTIVE TURISTICHE, NUOVI PRODOTTI E CLIENTELA

CRESCITA E SOSTENIBILITÀ SONO LE PAROLE PIÙ USATE PER DESCRIVERE COSA CI SI ASPETTA NEL 2026 PER IL TURISMO IN VENETO

Ai rispondenti è stato chiesto di indicare tre parole chiave per descrivere le proprie aspettative riguardo al futuro del comparto turistico regionale per l'anno 2026. I risultati delineano un quadro orientato allo sviluppo, pur con alcune sfumature di cautela.

L'orientamento prevalente è decisamente positivo, con **una forte spinta verso l'espansione e l'evoluzione qualitativa dell'offerta**. La voce "Aumento / crescita" domina nettamente lo scenario, essendo citata dal 13,5% dei rispondenti. Questo dato conferma un clima di fiducia nel potenziale di attrazione della destinazione Veneto.

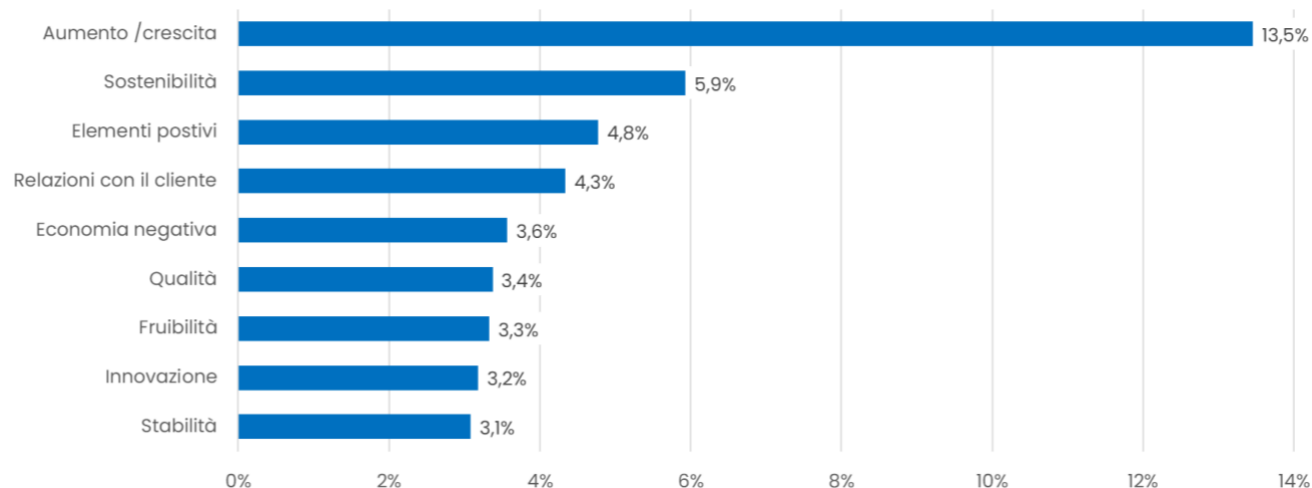


www.veneto.eu



UNIONCAMERE
VENETO

Veneto. Aspettative per il turismo in Veneto nel 2026: le 10 parole più frequenti



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

A seguire, la "Sostenibilità" (5,9%) emerge come il pilastro strategico del prossimo futuro, seguita da concetti come "Qualità" (3,4%) e "Innovazione" (3,2%). Questo suggerisce che la crescita attesa non è solo quantitativa, ma legata a un modello di business più responsabile e moderno.

Nonostante l'ottimismo generale, emerge una quota di preoccupazione legata a un'"economia negativa" (3,6%) e una ricerca di "Stabilità" (3,1%), indicatori della sensibilità degli operatori verso il contesto macroeconomico globale.

VERSO UN TURISMO ESPERIENZIALE E SLOW: I DRIVER DI SVILUPPO PER ATTRARRE I VIAGGIATORI DEL FUTURO

Agli operatori è stato inoltre domandato di indicare quattro nuovi prodotti turistici da implementare e sviluppare all'interno della propria destinazione di riferimento. Le risposte delineano una chiara propensione verso un'offerta di tipo esperienziale, fortemente radicata nell'identità del territorio e orientata al turismo "slow".

La valorizzazione del territorio attraverso la **"Cultura/Archeologia/Arte"** rappresenta il driver principale, raccogliendo l'**11%** delle preferenze. Segue l'**"Enogastronomia"** (9,5%), che, sommata alla voce specifica **"Gastronomia"**



www.veneto.eu

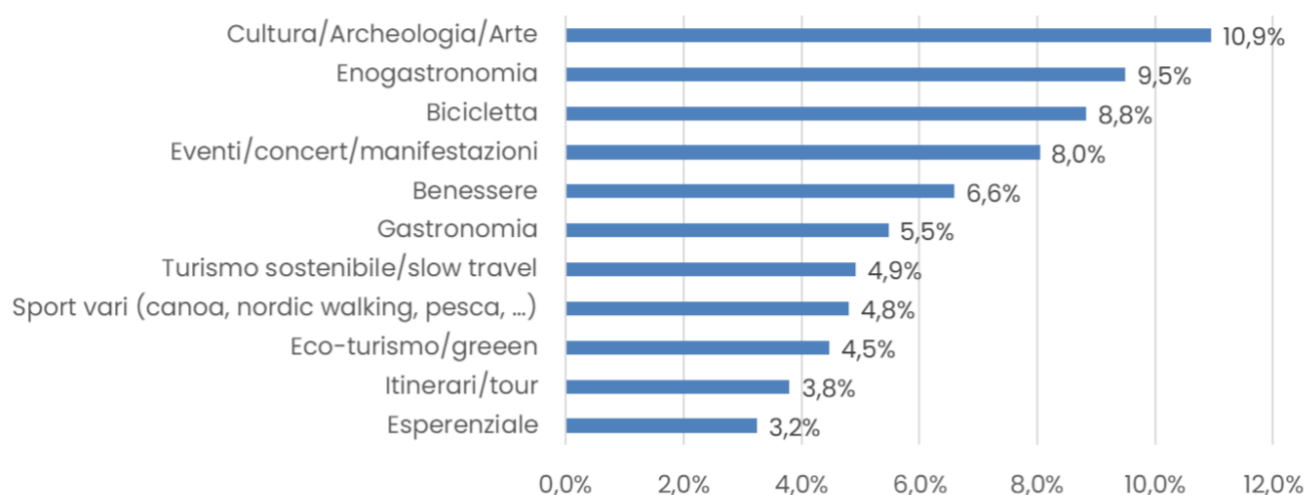


UNIONCAMERE
VENETO

(5,5%), conferma il peso decisivo delle eccellenze culinarie locali come prodotto turistico autonomo e altamente attrattivo.

Particolarmente sentita è l'esigenza di potenziare l'infrastruttura e l'offerta legata alla **"Bicicletta"** (8,8%). Questo dato, unito alla richiesta di implementare **"Sport vari (canoa, nordic walking, pesca, ...)"** (4,8%), certifica la crescente rilevanza dell'outdoor e del turismo attivo.

Veneto. Nuovi prodotti turistici da sviluppare nella propria destinazione: le 10 risposte più frequenti



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

DIVERSIFICAZIONE DEI TARGET: CONSOLIDARE L'OFFERTA PER LE FAMIGLIE E INTERCETTARE LA FASCIA ALTOSPENDENTE

A completamento dell'analisi sulle prospettive del comparto, l'indagine ha esplorato i target di riferimento chiedendo agli operatori di indicare i tre segmenti di clientela su cui ritengono prioritario puntare.

L'analisi aggregata delle risposte evidenzia una spiccata attenzione sia verso i bacini di utenza tradizionali sia verso nicchie ad alto valore aggiunto. Il segmento delle **"Famiglie"** si conferma il target prioritario a livello generale, raccogliendo circa il **14%** delle preferenze. A seguire, si posizionano i **"Giovani"** (vicini al 9,6%),



www.veneto.eu

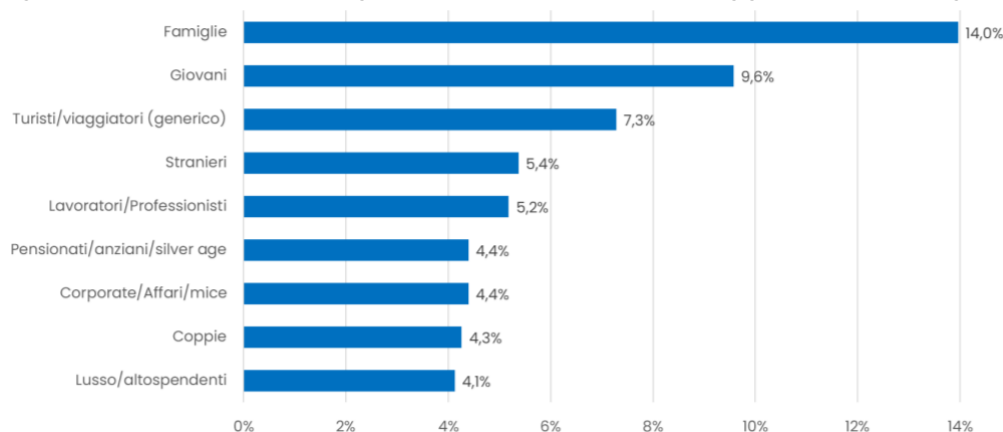


UNIONCAMERE
VENETO

evidenziando la volontà degli operatori di intercettare e fidelizzare le nuove generazioni di viaggiatori.

Disaggregando il dato per settore, emerge una marcata e interessante differenza strategica. Mentre le strutture alberghiere e i ristoranti convergono nettamente nell'indicare le "Famiglie" come bacino di utenza principale, le agenzie di viaggio e i tour operator puntano in modo deciso sulla fascia **"Lusso/altospendenti"**, che rappresenta la prima scelta per il 16,4% dei rispondenti di questa specifica categoria.

Veneto. Segmenti di clientela strategici su cui puntare: le 10 maggiori priorità degli operatori



Fonte: Osservatorio turistico regionale federato

Il Turismo in Veneto: Record 2025 e Orizzonte 2026

Performance 2025: Un Anno di Record Storici

**22
MILIONI
DI ARRIVI
(+2,3%)**

Record assoluto con
oltre 74,1 milioni di
presenze totali.



TURISMO DINAMICO E FREQUENTE

La permanenza media
scende a 3 giorni,
indicando soggiorni
più brevi ma ripetuti.

Ristorazione come Motore Economico



(Variazione Fatturato Tendenziale, IV trimestre 2025)

Strategie e Prospettive per il 2026



42,1% DI IMPRESE OTTIMISTE

Quasi metà degli operatori
prevede un incremento del
fatturato per l'inizio del 2026.

Focus su Turismo Slow ed Esperienziale



CULTURA
(11%)



ENOGASTRONOMIA
(9,5%)



CICLOTURISMO
(8,8%)

SOSTENIBILITÀ — QUALITÀ

Sono le parole chiave scelte dagli operatori
per definire l'offerta del futuro.

Turismo in Veneto: Record Storico 2025 e Prospettive 2026

L'indagine dell'Osservatorio del Turismo Regionale Federato rivela che il 2025 è stato un anno record per il Veneto, superando i **74 milioni di presenze**. Nonostante la stagionalità del quarto trimestre, il settore mostra una forte spinta verso il digitale e un clima di fiducia positivo per il 2026.

Bilancio 2025: Un Anno da Record

22 Milioni di Arrivi

Record assoluto per la regione con una crescita del 2,3% rispetto all'anno precedente.



74,1 Milioni di Presenze

Superati i risultati del 2024 nonostante soggiorni mediamente più brevi (3 giorni).



Crescita Bilanciata

Incremento costante sia della clientela straniera (+2,3%) che di quella italiana (+2,4%).

Andamento Fatturato nel Q4 2025



Ristorazione: **+3,3%**



Alberghiero: **-5,5%**



Totale Comparto: **+1,9%**

Orizzonte 2026: Strategie e Fiducia



Clima di Fiducia Positivo

Il 42,1% degli operatori prevede un aumento del fatturato per l'inizio del 2026.



La Forza del Digitale

L'88,7% degli hotel vende online, generando il 31% del fatturato totale.



Driver di Sviluppo Esperienziale

Focus prioritario su Cultura (11%), Enogastronomia (9,5%) e infrastrutture per biciclette (8,8%).

OTRF
OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO



Veneto
The Land of Venice

www.veneto.eu

www.osservatorioturismoveneto.it



UNIONCAMERE
VENETO