



Veneto
The Land of Venice

www.veneto.eu

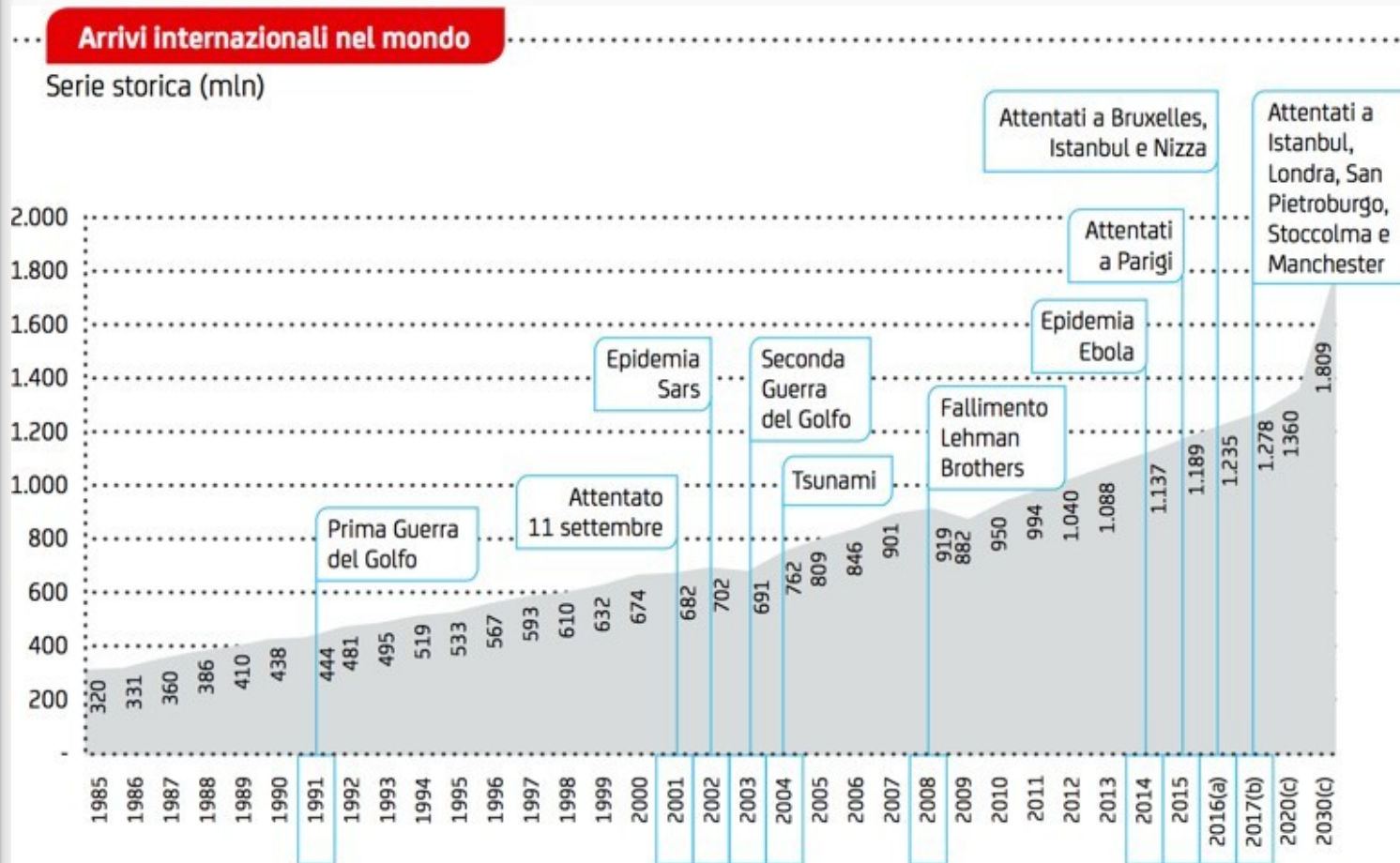


Turismo Veneto Protagonisti del cambiamento


DAVIDEBUSETTO

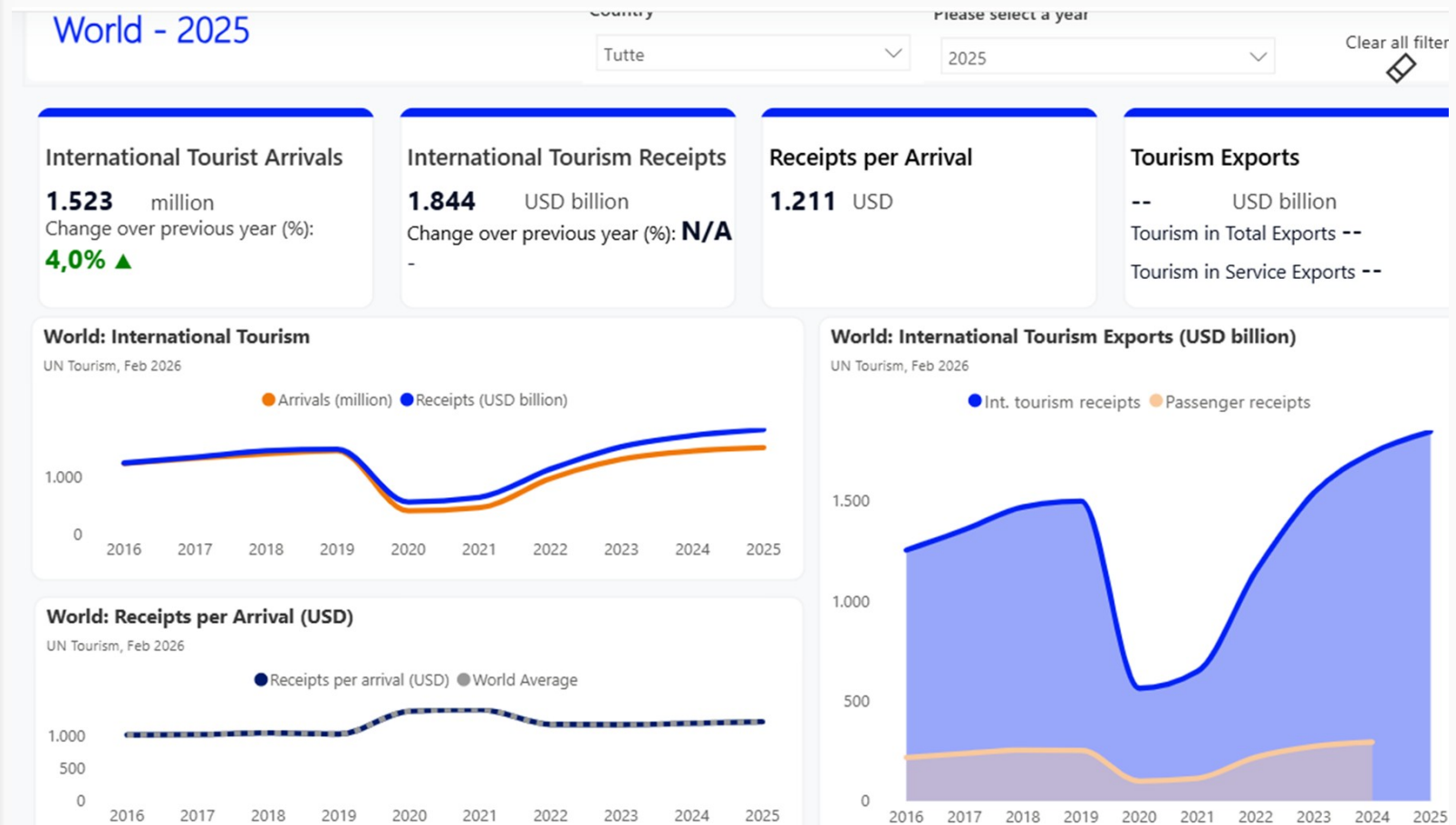
Scenari e fabbisogni

Ieri



Fonte: UNWTO

Oggi



Fonte: UNWTO

IL TURISMO IN VENETO NEL 2025

Movimento di turisti per tipologia di struttura ricettiva
Anno 2025 e confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente
DATI PROVVISORI

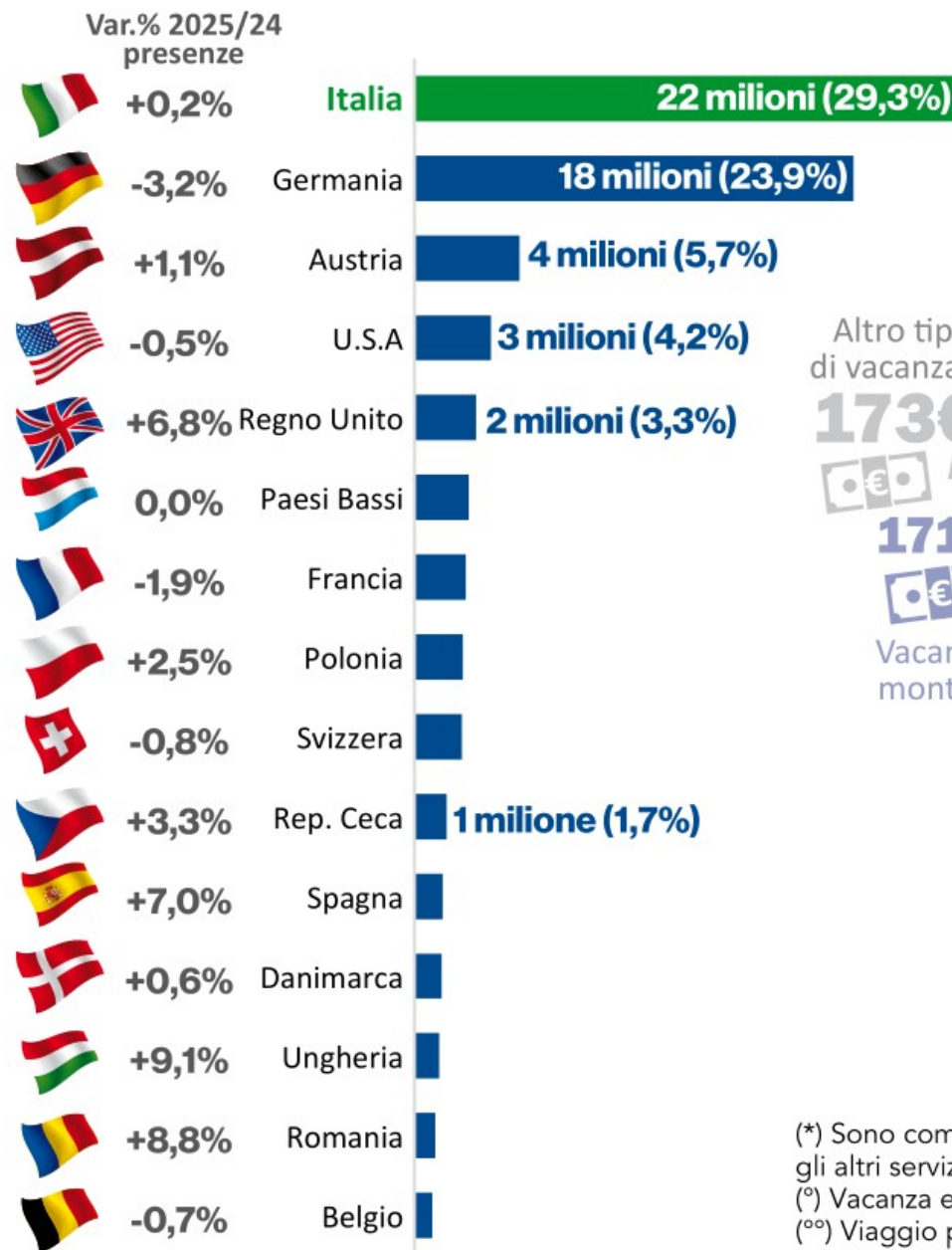
		Arrivi			Presenze		
		2024	2025	Var% 2025/24	2024	2025	Var% 2025/24
Alberghieri	Alberghi 2 e 1 stella	859.853	851.658	-1,0	2.316.377	2.264.936	-2,2
	Alberghi 3 stelle e res.tur.alb.	4.941.299	5.113.862	3,5	13.073.822	13.249.770	1,3
	Alberghi 4 stelle	6.078.468	6.040.237	-0,6	13.564.311	13.436.806	-0,9
	Alberghi 5 stelle	625.475	651.622	4,2	1.677.435	1.758.561	4,8
	Totale	12.505.095	12.657.379	1,2	30.631.945	30.710.073	0,3
Extralberghieri	Agriturismi	461.195	485.958	5,4	1.306.305	1.374.952	5,3
	Campeggi e villaggi turistici	3.064.492	3.124.258	2,0	20.113.753	20.092.668	-0,1
	Altri esercizi	5.729.239	6.002.088	4,8	21.419.510	21.979.430	2,6
	Totale	9.254.926	9.612.304	3,9	42.839.568	43.447.050	1,4
Totale generale		21.760.021	22.269.683	2,3	73.471.513	74.157.123	0,9

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

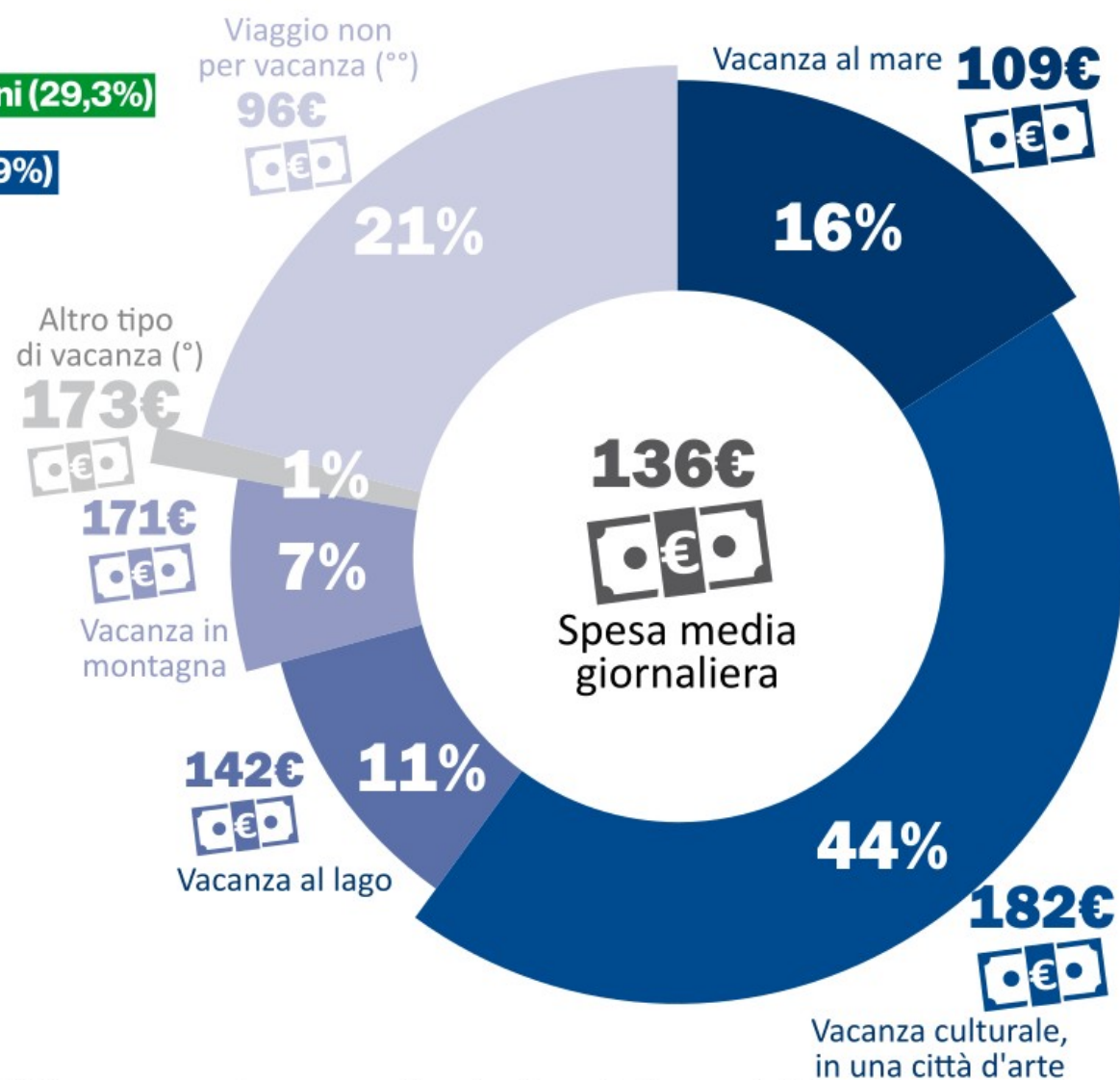
Osservatorio del Turismo Regionale Federato

Fonte Ufficio di Statistica Regione del Veneto

La graduatoria delle provenienze. Milioni di presenze, quota % 2025 e variazioni % 2025/24



Quota % di spesa degli stranieri e spesa media giornaliera per motivazione del viaggio dichiarata (*). Veneto - Anno 2024



(*) Sono comprese le spese per alloggio, ristoranti e bar, acquisti, trasporto (escluso a/r) e gli altri servizi usufruiti nel Paese visitato
 (°) Vacanza enogastronomica, verde, sportiva, per eventi culturali o sportivi
 (°°) Viaggio per lavoro, studio, acquisti, rivedere parenti o amici, per cure, per motivi religiosi, viaggio di nozze, ecc.

IL TURISMO IN VENETO NEL 2025

Movimento di turisti per STL di destinazione
Anno 2025 e confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente
DATI PROVVISORI

	Arrivi			Presenze		
	2024	2025	Var% 2025/24	2024	2025	Var% 2025/24
Dolomiti	1.001.439	1.118.616	11,7	3.547.905	3.834.235	8,1
Belluno - Feltre - Alpago	173.559	187.457	8,0	470.335	500.456	6,4
Treviso	993.018	1.025.456	3,3	2.111.814	2.189.065	3,7
Bibione	862.064	878.304	1,9	5.574.044	5.465.729	-1,9
Jesolo - Eraclea	1.499.744	1.545.060	3,0	6.279.363	6.356.964	1,2
Venezia	6.286.403	6.273.917	-0,2	14.070.957	13.725.723	-2,5
Chioggia	355.422	398.599	12,1	1.662.802	1.776.742	6,9
Padova	1.083.525	1.072.701	-1,0	2.371.245	2.330.422	-1,7
Terme Euganee	887.559	916.344	3,2	2.925.084	2.949.708	0,8
Vicenza	775.223	780.960	0,7	1.740.288	1.745.663	0,3
Altipiano di Asiago	107.902	111.535	3,4	582.635	613.559	5,3
Garda	3.406.337	3.460.538	1,6	14.746.702	14.795.654	0,3
Verona	2.398.516	2.525.480	5,3	4.794.273	5.107.884	6,5
Rovigo	268.120	306.505	14,3	1.337.667	1.534.490	14,7
Cavallino-Treporti	874.858	879.644	0,5	6.761.224	6.788.821	0,4
Caorle	786.332	788.567	0,3	4.495.175	4.442.008	-1,2
Totale	21.760.021	22.269.683	2,3	73.471.513	74.157.123	0,9

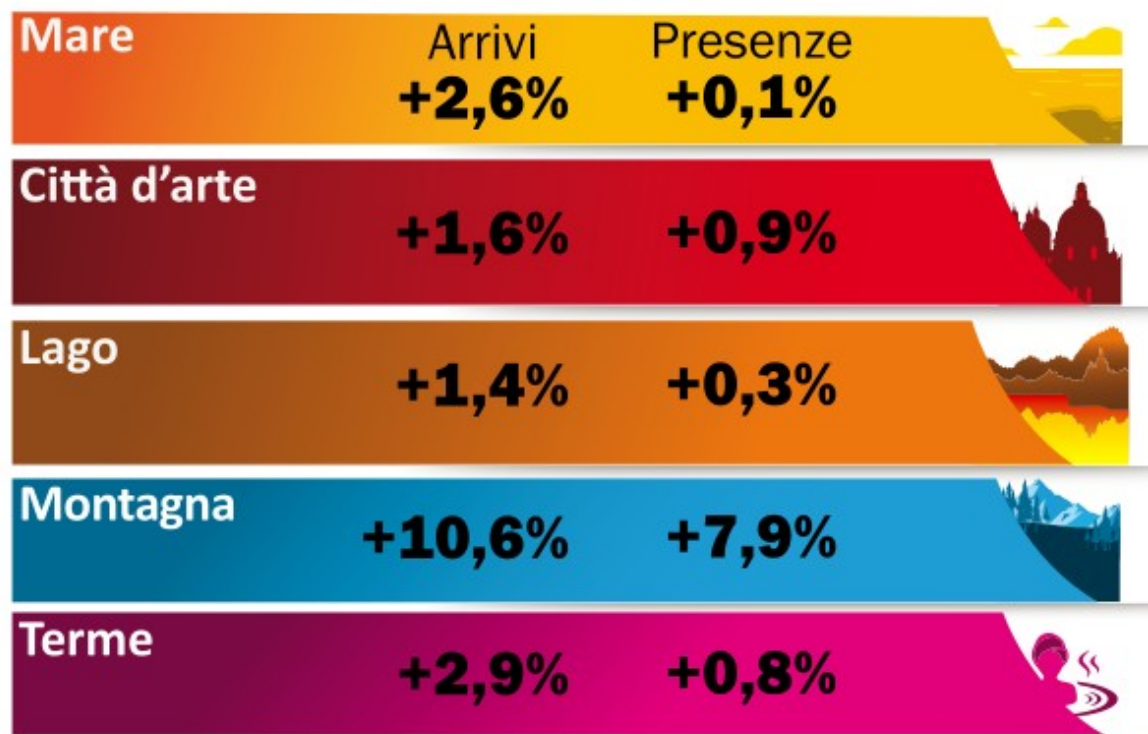
Osservatorio del Turismo Regionale Federato

Fonte Ufficio di Statistica Regione del Veneto

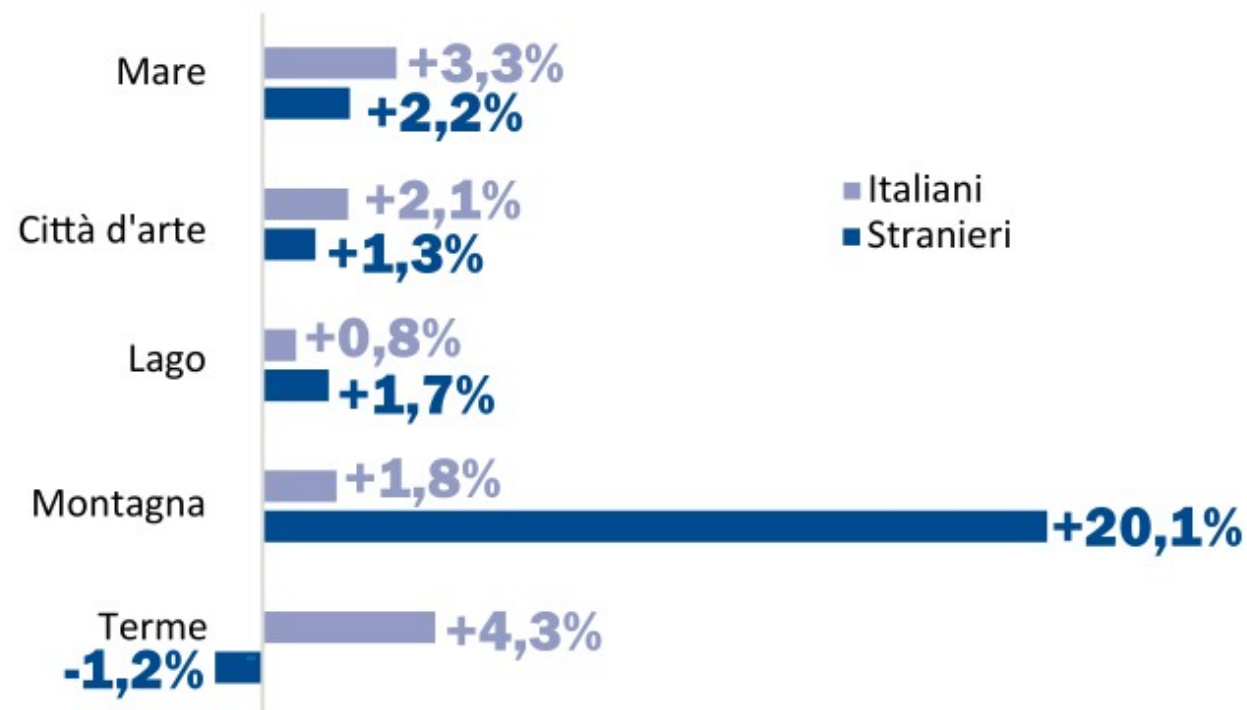
IL TURISMO IN VENETO NEL 2025

L'ANDAMENTO DEI COMPENSORI TURISTICI

Variazione % 2025/24

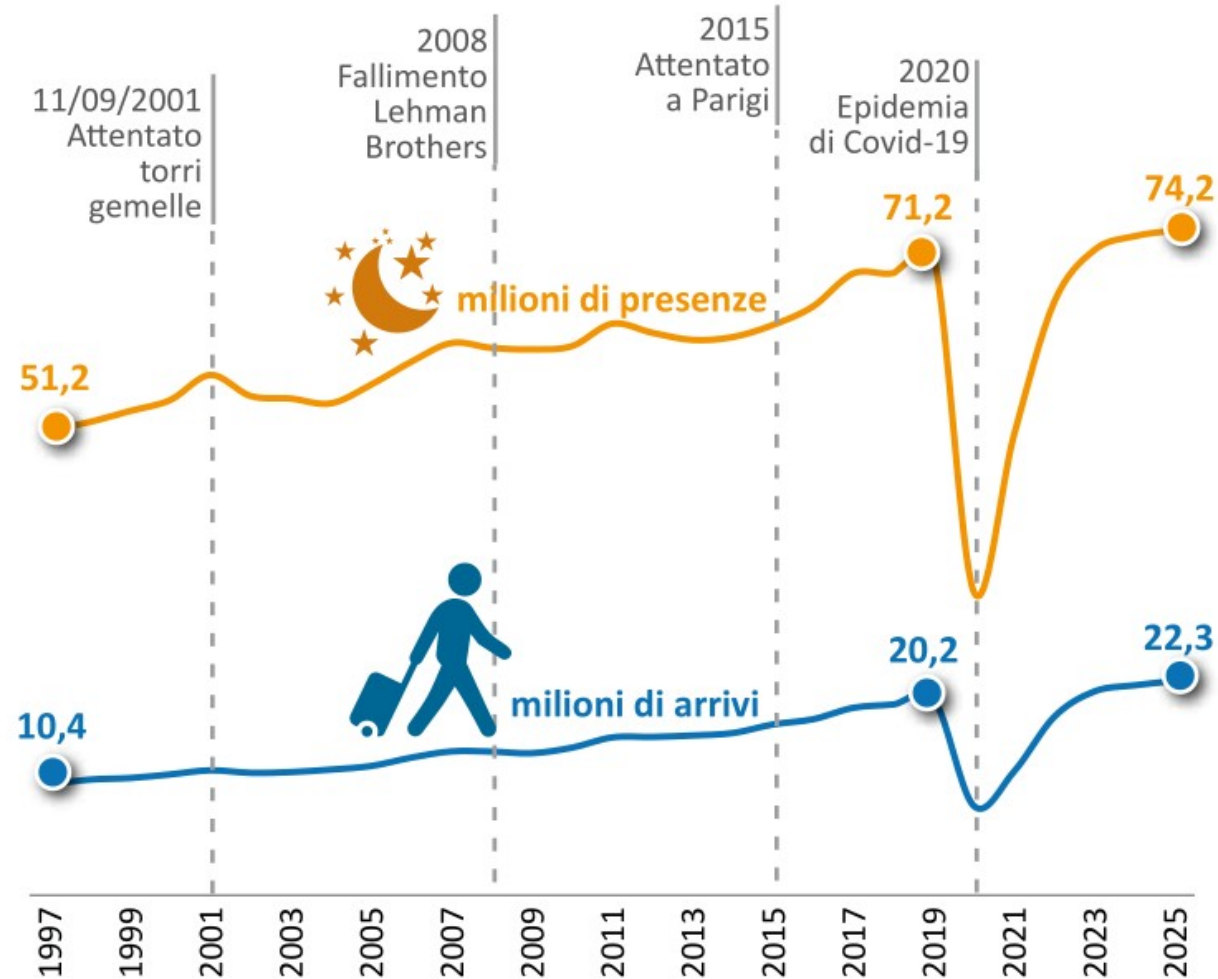


Variazione % 2025/24 arrivi per provenienza



UN 2025 CHE BATTE OGNI RECORD STORICO

Movimenti turistici. Veneto - Anni 1997:2025



Movimento di turisti per provenienza e struttura. Veneto - Anno 2025

		Valori in milioni		
		Italiani	Stranieri	Totale
 Alberghiere	Arrivi	4,7	8,0	12,7
	Presenze	10,2	20,5	30,7
 Extralberghiere	Arrivi	2,8	6,9	9,6
	Presenze	11,6	31,9	43,4
Totale strutture	Arrivi	7,4	14,8	22,3
	Presenze	21,7	52,4	74,2

		Variazione % 2025/24		
		Italiani	Stranieri	Totale
 Alberghiere	Arrivi	+0,4%	+1,7%	+1,2%
	Presenze	-1,2%	+1,0%	+0,3%
 Extralberghiere	Arrivi	+6,0%	+3,0%	+3,9%
	Presenze	+1,5%	1,4%	+1,4%
Totale strutture	Arrivi	+2,4%	+2,3%	+2,3%
	Presenze	+0,2%	+1,2%	+0,9%

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

NUOVI SCENARI

“Europa. Il modello su cui si basava sembra finito: la difesa fornita dagli Stati Uniti, l'export in gran parte verso la Cina, l'energia a buon mercato dalla Russia”
(Mario Draghi - The Global Boardroom)

«L'intelligenza artificiale sta rivoluzionando il marketing e avrà un'influenza enorme sul modo in cui le destinazioni interagiranno con i viaggiatori. Le DMO prevedono che l'impatto dell'intelligenza artificiale sarà più rilevante nella creazione di contenuti, con quasi la metà (49%) che prevede un impatto significativo. Un numero crescente di strumenti di intelligenza artificiale stanno trasformando i processi creativi, dai contenuti di lunga durata ai post sui social media.

Il 40% delle DMO vede un potenziale significativo nell'intelligenza artificiale per l'analisi predittiva e le previsioni, il 38% per l'analisi e l'interpretazione dei dati e il 37% per la personalizzazione dei contenuti di marketing»

(DIGITAL TOURISM THINK TANK - State of Destination Marketing 2024)

Principali direttrici di cambiamento impattanti nel settore turistico

Cambiamento socio-demografico



L'invecchiamento della popolazione e il progressivo innalzamento del tasso di alfabetizzazione digitale rappresentano due tendenze demografiche determinanti con implicazioni dirette per il settore turistico.

- Propensione a rimanere in contatto
- Cambiamenti nel processo di acquisto
- I nativi digitali come principali consumatori del turismo intelligente
- Spinta all'apprendimento permanente
- Invecchiamento della popolazione

Progresso tecnologico



La crescita della connettività e delle infrastrutture distribuite stanno rendendo la trasformazione digitale sempre più accessibile e capillare. I dati rappresentano il carburante essenziale per la maggior parte di queste forze.

- Big Data
- Sistemi di raccomandazione
- Cloud computing
- Realtà aumentata
- Intelligenza artificiale
- Sensori ed evoluzione nell'IoT
- Sicurezza informatica e blockchain
- Metaverso
- Robotica per il turismo

Sviluppo sostenibile



Già in atto da prima della crisi da COVID-19, si prevede che queste forze guidino il cambiamento verso un'economia più inclusiva, economicamente e ambientalmente sostenibile.

- Turismo Responsabile
- Crescente uso della sharing economy
- Turismo Accessibile e Inclusivo
- Nuovi modelli di business e turismo rigenerativo

Fonte:

Smart Tourism Destinations SI2.843962, Luglio 2022
Presentato da PwC EU Services EESV, Intellera Consulting,
CARSA e l'Università di Malaga

per la Commissione Europea Direzione Generale Mercato Interno, Industria, Imprenditoria e PMI (DG GROW).



Piano Strategico del Turismo Veneto 2025 - 2027

LA VISION – PROTAGONISTI DEL CAMBIAMENTO

VENETO APERTO

Un sistema di accoglienza permanentemente aperto, anche oltre le diverse specifiche stagionalità.

VENETO ATTENTO

Continuare a praticare la virtù dell'attenzione, sfuggendo a semplificazioni, slogan, ricette e facilonerie.

VENETO ATTIVO

Un soggetto-sistema sempre più affiancato al soggetto-Regione, a partire dalle CCIAA ed esteso ad imprese e stakeholder anche di altri settori e alle Comunità locali.

VENETO ATTUALE

Incorporare e assecondare la velocità del cambiamento, che deve diventare un connotato della Marca regionale, superando ed integrando il "sistema di marchi".



Veneto
The Land of Venice

®

www.veneto.eu

L'INNOVAZIONE NEL TURISMO VENETO

1. L'OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE FEDERATO
2. PRODOTTI TURISTICI "SLOW AND GREEN" PER UN TURISMO PIÙ SOSTENIBILE" (BIKE, CAMMINI, PARCHI LETTERARI, TURISMO MUSICALE)
3. RIPENSARE LA "MEETING INDUSTRY"
4. NUOVI PRODOTTI PER UN TURISMO ACCESSIBILE
5. EVOLVERE LE ORGANIZZAZIONI DI GESTIONE DELLA DESTINAZIONE (STD)
6. "CARTA DELL'ACCOGLIENZA E DELL'OSPITALITÀ" DIFFUSIONE E DECLINAZIONI TERRITORIALI VERSO MILANO CORTINA 2026
7. INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA DIFFUSA: IAT, INFO-POINT E IL PROGETTO EDITORIA E IMMAGINE COORDINATA
8. "LE PORTE DELL'ACCOGLIENZA: DAGLI HUB AEROPORTUALI E FERROVIARI AI SITI UNESCO
9. "DIGITAL TOURISM" E "DMS VENETO" PER LA GESTIONE ON LINE DELL'OFFERTA TURISTICA
10. 'VENETO, THE LAND OF VENICE' - DIFFUSIONE DEL MARCHIO OMBRELLO
11. LA VENETO MYCARD

OSSERVATORIO DEL TURISMO REGIONALE FEDERATO

Dati e Indicatori



Dati ufficiali

Sistema dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto

[vai alla sezione](#)



Arrivi e Presenze

Visualizzazione mappe e grafici degli indicatori basati sui dati ufficiali

[vai alla sezione](#)



Sentiment e Reputation

Dashboard interattiva per il monitoraggio del feedback dal pubblico online

[vai alla sezione](#)



Data Intelligence

Dashboard interattiva per il monitoraggio dei dati di prenotazione

[vai alla sezione](#)



Spesa turisti ed excursionisti

Dashboard interattiva per il monitoraggio della spesa di turisti ed excursionisti in Veneto

[vai alla sezione](#)



Customer Journey

Analisi del comportamento dei turisti sulla destinazione Verona fino al 2022

[vai alla sezione](#)

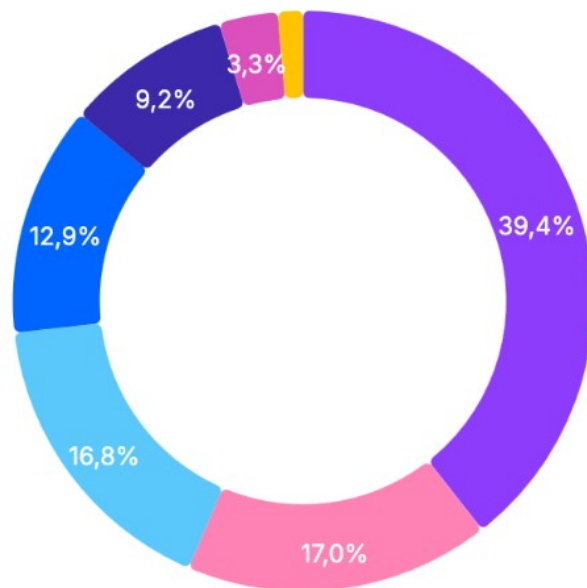
[Osservatorio del Turismo Regionale Federato](#)

OTRF
OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO

LA REPUTAZIONE DEL VENETO

Grazie alla collaborazione con Data Appeal, l'Osservatorio Turistico può monitorare il livello di gradimento e la reputazione online su un bacino di **70.000 POINT OF INTEREST (POI)**

Volume totale POI **70,0k**



● Locali E Ristorazione ● Affitti Brevi
● Attrazioni ● Ricettività ● Trasporti
● Intrattenimento ● Agricoltura

SENTIMENT complessivo del Veneto (posizionamento medio-alto) e disponibile anche per singola Destinazione e/o comparto



Le **TRACCE DIGITALI** ammontano a:

- Oltre 10,5 milioni tra il 2023 e il 2025
- Oltre 17 milioni negli ultimi 5 anni

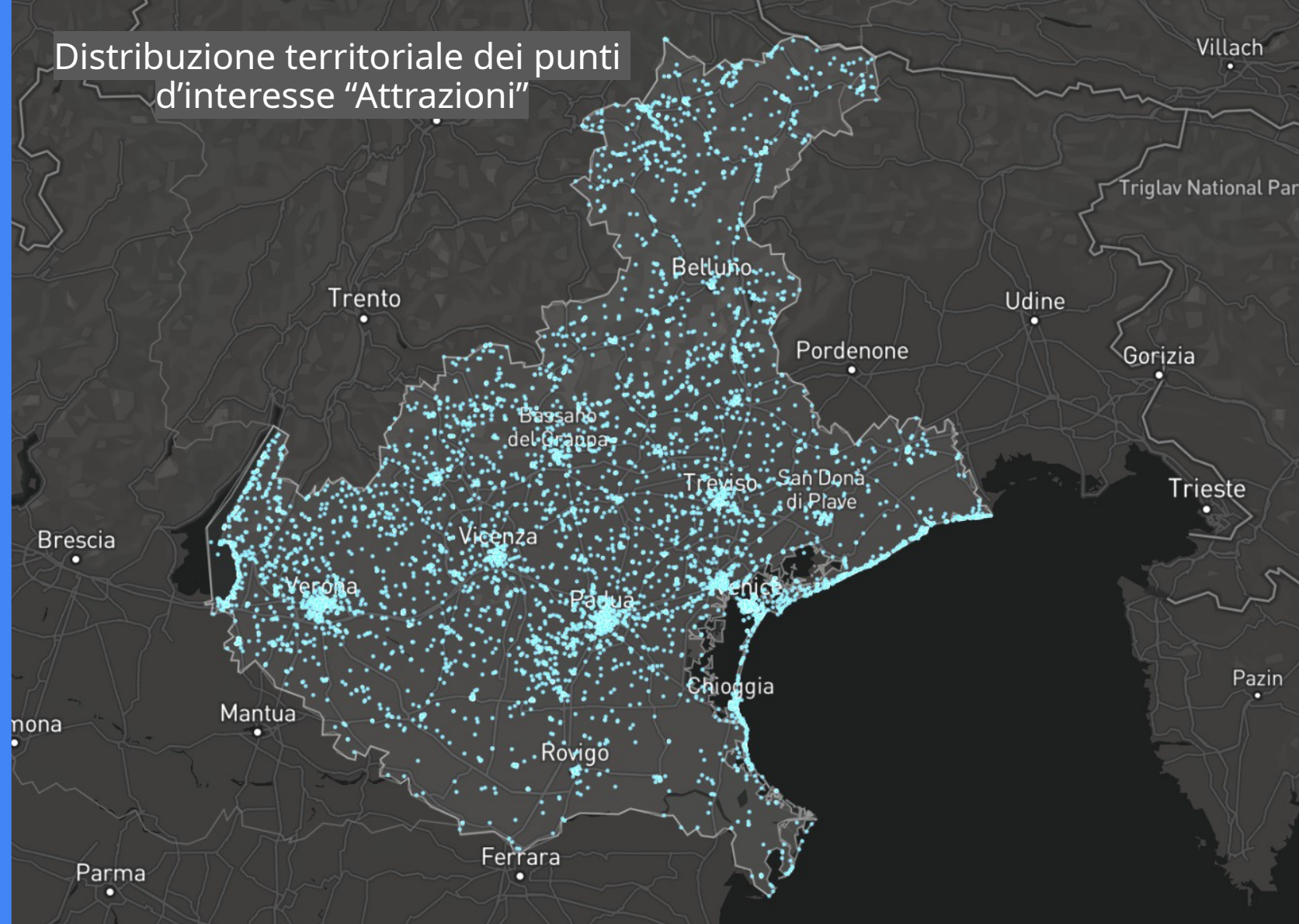
Osservatorio del Turismo Regionale Federato

Fonte D/AI Destinations, The Data Appeal Company (analisi su 2025)

OTRF OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO

LA REPUTAZIONE DEL VENETO

Verso un presidio sempre più
capillare della qualità percepita
dell'offerta turistica



Osservatorio del Turismo Regionale Federato

Fonte D/Al Destinations, The Data Appeal Company (analisi su 2025)

OTRF OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO

DESTINATION MANAGEMENT SYSTEM

Uno strumento unico
per la Gestione integrata
delle funzioni delle Destinazioni

Destination Management
Destination Marketing



INFORMAZIONE



ACCOGLIENZA



PROMOZIONE



COMMERCIALIZZAZIONE



INNOVARE E DIFFERENZIARE L'OFFERTA
TURISTICA



PRIORITÀ 1: Un'Europa più competitiva e intelligente attraverso la promozione di una trasformazione economica innovativa e intelligente e della connettività regionale alle TIC

Os ii) Permettere ai cittadini, alle imprese, alle organizzazioni di ricerca e alle autorità pubbliche di cogliere i vantaggi della **digitalizzazione (Smart Tourism Destination):**

18 PROGETTI FINANZIATI

Destinatari: soggetti pubblici e partecipati, capofila di **destinazioni (OGD)** o marchi d'area che utilizzano il DMS regionale

Os iii) Rafforzare la crescita sostenibile e la **competitività delle PMI** e la creazione di posti di lavoro nelle PMI, anche grazie agli investimenti produttivi (**rigenerazione imprese ricettive, club di prodotto, aggregazioni per la promozione**):

FINANZIATE OLTRE 500 IMPRESE (di cui 180 in ambito montano) e oltre 20 RETI/AGGREGAZIONI

Destinatari: **PMI della filiera turistica**, in forma singola o aggregata

PRIORITÀ' 5: Un'Europa più vicina ai cittadini attraverso la promozione dello sviluppo sostenibile e integrato

Os ii) Sviluppo sociale, economico e ambientale integrato e inclusivo nelle Aree interne (**affiancamento Aree Interne**):

6 PROGETTI FINANZIATI

Destinatari: nelle **Aree interne**, i soggetti pubblici capofila di marchi d'area turistici

TOTALE specificatamente dedicato al settore turistico nel PR FESR: circa **€ 81 milioni** + 4 milioni Fondi Regionali, **già impegnati 70 milioni di Euro.**

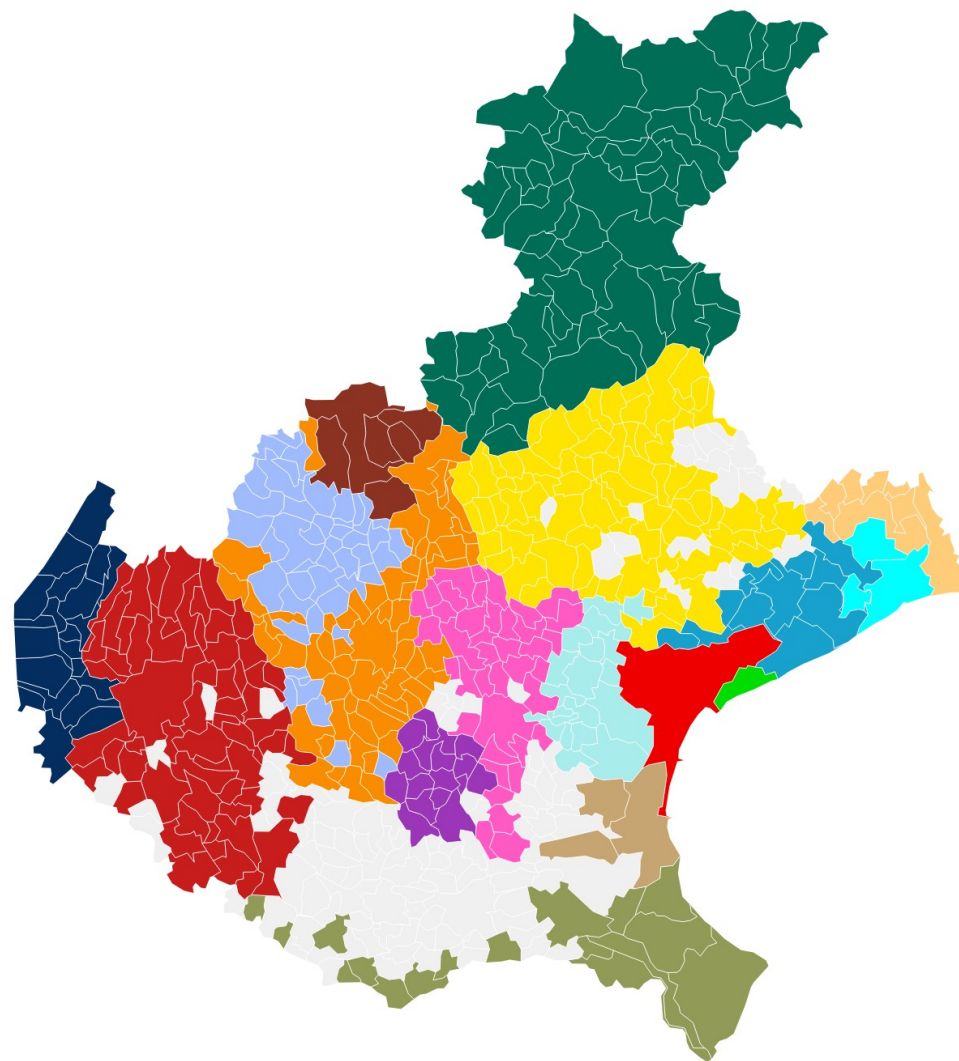
CON IL POR FESR 2014-2020: **OLTRE 50 MILIONI DI EURO**
A FAVORE DELLE IMPRESE TURISTICHE

LE OGD IN VENETO

Organizzazioni di Gestione della Destinazione (OGD)

(Riconosciute da Regione del Veneto Dgr. 2286/2013 e Dgr. 190/2017)

DMO CAORLE DMO LAGO DI GARDA FONDAZIONE DMO DOLOMITI BELLUNESI OGD BIBIONE E
SAN MICHELE AL TAGLIAMENTO OGD CAVALLINO TREPORTI OGD CITTA' D'ARTE E VILLE VENETE DEL
TERRITORIO TREVIGIANO OGD ALTOPIANO ASIAGO 7 COMUNI OGD JESOLO ERACLEA OGD
PADOVA OGD PEDEMONTANA VENETA E COLLI OGD PO E SUO DELTA OGD RIVIERA DEL BRENTA
E TERRA DEI TIEPOLO OGD TERME E COLLI EUGANEI OGD TERRE VICENTINE OGD
VENEZIA OGD VERONA NESSUNA OGD FONDAZIONE DMO CHIOGGIA TOURISM



(ultimo aggiornamento settembre 2024)

Fonte: Direzione turismo - Regione Veneto • Creato con Datawrapper

Governance multilivello nel turismo

Livello regionale

- Legislazione e organizzazione turistica
- Piano strategico del turismo
- Standard e coordinamento della rete IAT/infopoint
- Gestione dell'Osservatorio del turismo e condivisione dei dataset con le destinazioni
- Disseminazione, networking, ricerca e sviluppo
- Incentivi a destinazioni e imprese
- Strategia di branding su più livelli: marchio ombrello, marchi derivati, linee guida per i marchi di destinazione
- Coordinamento e innovazione di prodotto quando lo spazio vitale va oltre la singola destinazione
- Promozione sui mercati interni e su quelli di medio-lungo raggio, in coordinamento con le destinazioni
- Piattaforme comuni (DMS e vetrina istituzionale)

DMO di area vasta

- Destination Management Plan (DMP) e programmazione strategica d'ambito
- Coordinamento di destinazione, applicazione degli standard IAT e gestione diretta degli IAT di rilevanza strategica
- Gestione della dashboard di destinazione, utilizzo dei dataset regionali e integrazione con dati proprietari
- Matrice prodotti di destinazione e costruzione del catalogo esperienze
- Strategia di branding di destinazione coerente e integrata con il marchio ombrello e con i marchi derivati regionali
- Promozione sui mercati interni e sui mercati di medio raggio, in coordinamento con il livello regionale
- Promo-commercializzazione avanzata e supporto tecnico a reti, consorzi e imprese

Ambito territoriale

- Piano esecutivo (declinazione del DMP a livello locale)
- Informazione, accoglienza e gestione degli IAT locali (non delegabile)
- Partecipazione alla costruzione dei prodotti e al catalogo di destinazione
- Inserimento di offerte ed esperienze nel DMS e commercializzazione diretta ove abilitati
- Applicazione corretta dei marchi regionali e di destinazione nella comunicazione locale, sensibilizzando e coinvolgendo le imprese
- Collaborazione alle attività promozionali della destinazione



SMART TOURISM DESTINATION

Approccio multidimensionale al management delle destinazioni:

- definizione di strategie specifiche e modelli di governance efficaci;
- identificazione di flussi di dati e dataset rilevanti;
- strategie volte a migliorare la sostenibilità ambientale delle destinazioni;
- tecnologie e infrastrutture idonee;
- competenze e politiche orientate alle imprese dell'ecosistema turistico

Diventare una destinazione intelligente
richiede un approccio globale





GRAZIE!



Veneto
The Land of Venice

®

www.veneto.eu