

## Secondo Forum Nazionale sul Turismo Sostenibile

18 novembre 2024  
**CastelBrando, Treviso**

## PRESENTAZIONE DI BENEDETTA BRIOSCHI



*Founding partner*



REGIONE DEL VENETO



*Main partner*



**PROSECCO DOC**  
ITALIAN GENIO

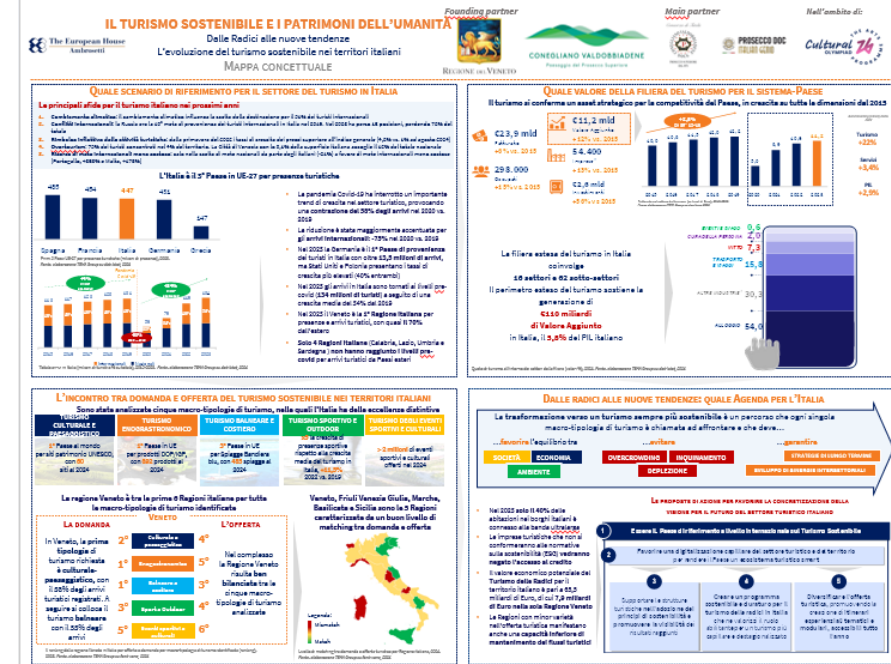
*Nell'ambito di:*



# La 2ª edizione del Rapporto Turismo Sostenibile e Patrimoni dell'umanità

## AMBITI DI APPROFONDIMENTO DEL RAPPORTO STRATEGICO 2024:

- Quale **scenario di riferimento** per il settore del turismo in Italia
- Quale **valore della filiera del turismo** per il sistema-Paese
- L'incontro tra **domanda e offerta di turismo sostenibile** nei territori italiani
- Dalle radici alle nuove tendenze: quale **Agenda per l'Italia**



# Un ringraziamento ai Partner dell'iniziativa

## REGIONE VENETO

**Luca Zaia** (Presidente)

**Federico Caner** (Assessore a Fondi UE, Turismo, Agricoltura e Commercio estero, Regione Veneto)

**Federico Meneghesso** (Direttore della Presidenza, Regione Veneto)

**Mauro Giovanni Viti** (Direzione Turismo, Regione Veneto)

## ASSOCIAZIONE PER IL PATRIMONIO DELLE COLLINE DEL PROSECCO DI CONEGLIANO E VALDOBBIADENE

**Marina Montedoro** (Presidente)

**Giuliano Vantaggi** (Site Manager)

**Monica Zoppas** (Assistant)

**Mattia Pepe** (Assistant)

**Veronica Civiero** (Social media manager)

**Alessia Marsigalia** (Ufficio Stampa Joya PR)

## CONSORZIO DI TUTELA DEL CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO DOCG

**Franco Adami** (Presidente)

**Filippo Polegato** (Consigliere)

**Diego Tomasi** (Direttore Generale)

**Renata Toninato** (Public relations and Communications manager)

## CONSORZIO DI TUTELA DEL PROSECCO DOC

**Giancarlo Guidolin** (Presidente)

**Luca Giavi** (Responsabile Direttore Generale)

**Elena Maccatrozzo** (Communications manager)



REGIONE DEL VENETO



# Struttura metodologica e attività



# Le principali metodologie utilizzate



Analisi dei principali **trend di cambiamento** dello scenario di riferimento tramite database nazionali e internazionali



Elaborazione di **indicatori socio-economici chiave** che descrivono il ruolo del turismo a livello Nazionale e Regionale



**Ricostruzione del valore del settore** del turismo in Italia e della **filiera allargata** che coinvolge **16 settori** e **62 sotto-settori** economici



**Analisi della specializzazione regionale** dell'offerta con la costruzione di **12 Key Performance Indicator** (KPI) per le **5 macro-tipologie di turismo sostenibile**: turismo culturale-paesaggistico, enogastronomico, balneare-costiero, sportivo-outdoor e turismo legato agli eventi sportivi-culturali



Sviluppo di un **modello di matching della specializzazione regionale dell'offerta** per le diverse macro-tipologie di turismo sostenibile e rispondenza alla domanda nei diversi territori italiani



Elaborazione di **raccomandazioni e indirizzi di azione** per il futuro del turismo sostenibile in Italia

# I 10 messaggi chiave del Rapporto Strategico

1. Il settore del turismo italiano si inserisce in uno **scenario macroeconomico e geopolitico incerto** ed è chiamato ad affrontare **cinque principali sfide** nei prossimi anni
2. Con quasi **450 milioni di presenze** turistiche annuali, l'Italia è la **3<sup>a</sup> meta più visitata in UE-27** ed è al **4° posto per arrivi**. Nonostante l'«annus horribilis» 2020, dovuto alla pandemia, il settore si è risollevato rapidamente e **nel 2023 ha superato i livelli pre-pandemici**
3. Nonostante l'incertezza dello scenario internazionale, il turismo si conferma **un asset strategico per la competitività dell'Italia**, in **crescita su tutte le dimensioni** dal 2015
4. Il turismo in Italia sottende una filiera industriale e di servizio complessa e articolata: **16 settori economici e 62 sotto-settori**, per un Valore Aggiunto complessivo di **110 miliardi di Euro**, pari al **5,8% del PIL** italiano e **oltre 2,5 milioni di occupati**
5. Sono state analizzate **cinque macro-tipologie di turismo**: culturale-paesaggistico, enogastronomico, balneare-costiero, sportivo-outdoor e degli eventi sportivi e culturali. L'Italia può vantare un **posizionamento distintivo** in tutte queste declinazioni
6. Per la prima volta TEHA ha sviluppato un **modello per l'analisi della specializzazione regionale dell'offerta** per le diverse tipologie di turismo e la **rispondenza alla domanda** nei diversi territori italiani
7. Dall'analisi della domanda, emerge che il turismo **balneare-costiero e culturale-paesaggistico** insieme rappresentano il **70%** degli arrivi turistici e costituiscono i principali fattori di attrazione per l'Italia
8. Lo sviluppo dell'**offerta turistica** per le macro-tipologie identificate è eterogeneo all'interno del Paese. Un'ampia **varietà dell'offerta** rinforza il settore turistico e **contribuisce al mantenimento dei flussi** nel corso dell'anno
9. **Veneto, Friuli Venezia Giulia, Marche, Basilicata e Sicilia** sono le 5 Regioni caratterizzate da un **buon livello di matching tra domanda e offerta**
10. Per guidare la **transizione sostenibile del settore** del turismo italiano nei prossimi anni è necessaria una **visione-Paese unificante**, con alcune **proposte di azione concrete**

## **MESSAGGIO 1**

Il settore del turismo italiano si inserisce in uno **scenario macroeconomico e geopolitico incerto** ed è chiamato ad affrontare **cinque principali sfide** nei prossimi anni

# Le principali sfide per il turismo italiano nei prossimi anni



## CAMBIAMENTO CLIMATICO

Il cambiamento climatico influenza la scelta della destinazione per il **51%** dei turisti internazionali

1



## RICERCA DI METE MENO COSTOSE

Calo nella scelta di mete nazionali da parte degli italiani (-**21%**) a favore di mete internazionali meno costose (Portogallo, +**383%** e Malta, +**173%**)

5

## CONFLITTI INTERNAZIONALI



La Russia era il **10°** Paese di provenienza dei turisti internazionali in Italia nel **2019** (vs. **28°** nel **2023**, -**18 posizioni** e -**72%** di turisti)

2

## Le sfide per il settore turistico italiano

4



## OVERTOURISM

**75%** dei turisti si concentra nell'**4%** del territorio italiano e la Città di Venezia con lo **0,1%** della superficie italiana accoglie il **12%** del totale nazionale

3

## RIMBALZO INFLATTIVO DELLE ATTIVITÀ TURISTICHE



Dalla primavera del 2022 il tasso di crescita dei prezzi è superiore all'indice generale (**4,2%** vs. **1%** ad agosto 2024)

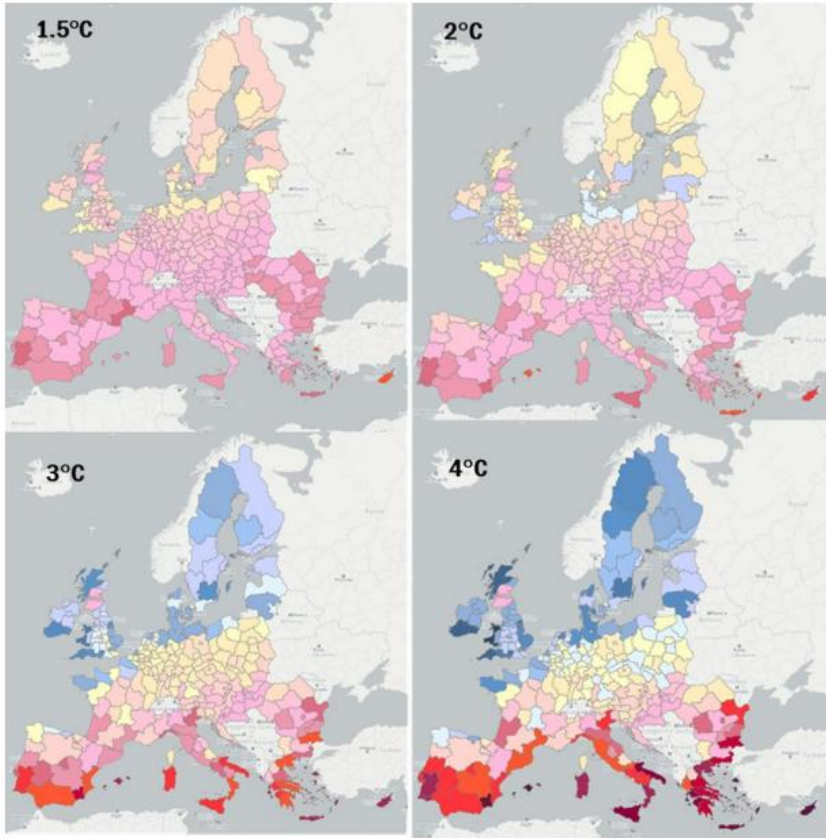


# All'aumentare delle temperature i flussi turistici in Italia rischiano di contrarsi fino al 2%

1

CAMBIAMENTO CLIMATICO

## Variazione dei flussi turistici in Europa a seconda dell'aumento delle temperature (var. % rispetto al 2019), 2024



Scenario climatico	Impatto sui flussi turistici italiani
+1,5°C	+0,03%
+2,0°C	+0,06%
+3,0°C	-0,54%
+4,0°C	-1,69%

- All'aumento delle **temperature di 4,0°C** i flussi turistici in Italia rischiano di **contrarsi** fino al **2%**, con variazioni tra le diverse Regioni
- Oltre il **51% dei turisti** è **influenzato dal cambiamento climatico** nelle proprie decisioni di vacanza
- I **turisti stranieri nei siti UNESCO** italiani diminuiscono del **-25%** nei **mesi estivi**

Legenda

**TEHA**



Fonte: elaborazione TEHA Group su su dati JRC Commissione Europea e ENIT, 2024

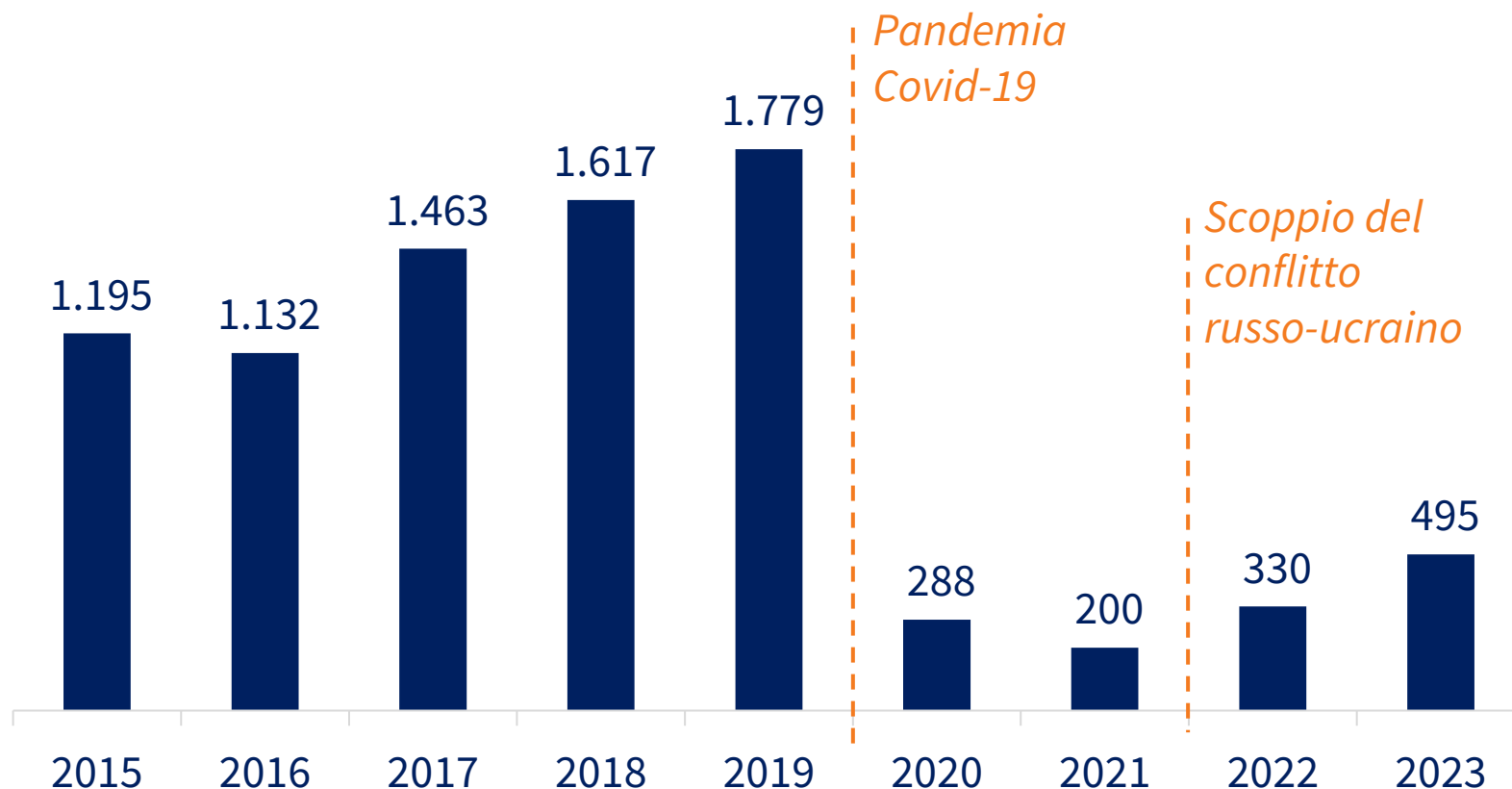


# La situazione geopolitica internazionale ha portato ad una riduzione del 72% degli arrivi di turisti russi in Italia tra il 2019 e il 2023

2

CONFLITTI  
INTERNAZIONALI

Arrivi di turisti russi in Italia  
(migliaia di turisti), 2015-2023



- La **situazione geopolitica internazionale** porta cambiamenti significativi nei flussi turistici
- Nel **2019** la **Russia** era **10° Paese** di provenienza per arrivi turistici in Italia
- Nel **2023**, il numero di arrivi si è ridotto del **-72%** rispetto al 2019, rendendo la Russia il **28° Paese** di provenienza per arrivi turistici in Italia

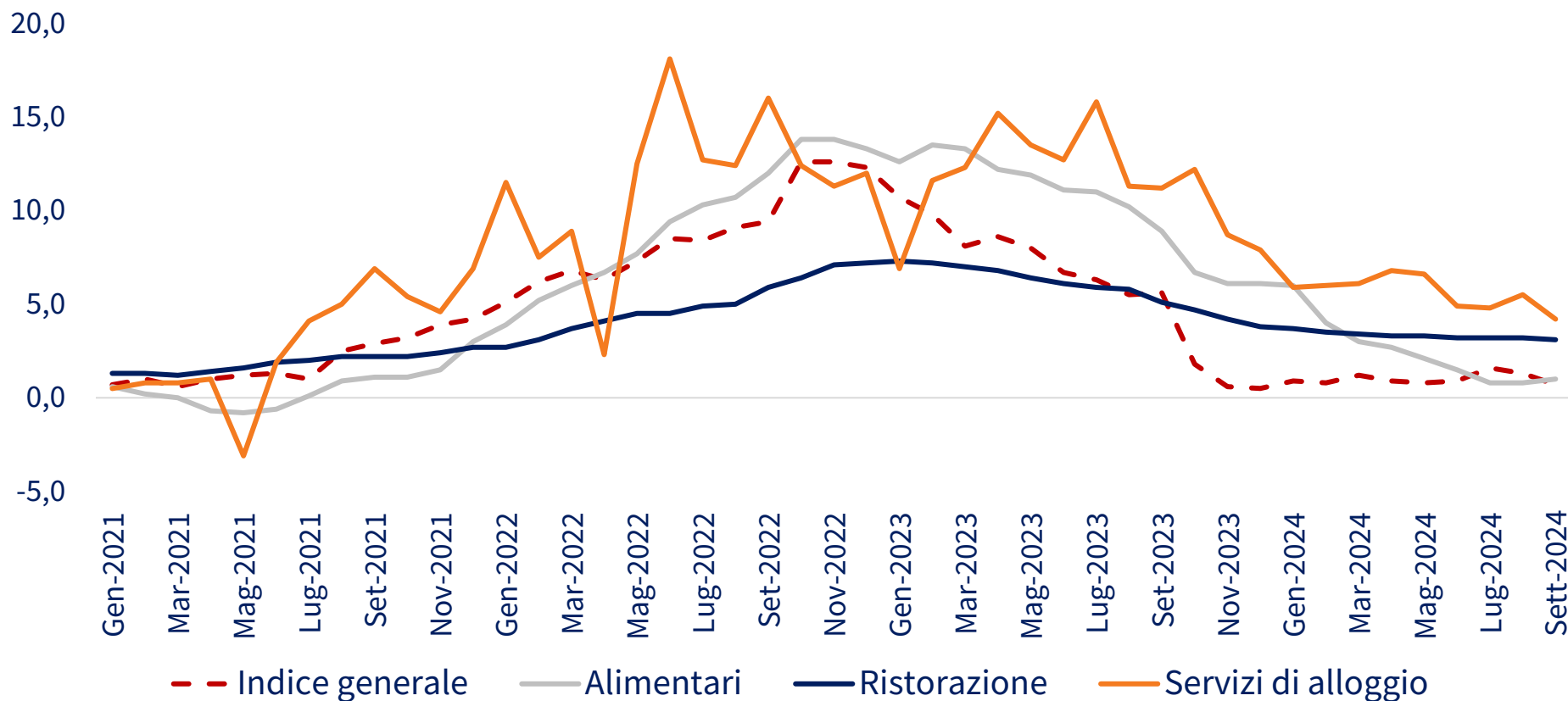
# I servizi ricettivi e alberghieri hanno subito l'inflazione più alta registrata in Italia, raggiungendo +18,0% a giugno 2022 (vs. 8,5% medio)

3

RIMBALZO INFLATTIVO

## Indice armonizzato dei prezzi al consumo in Italia per l'intera economia, per alimentazione, ristorazione e servizi ricettivi

(var. % tendenziali), gennaio 2021 - settembre 2024



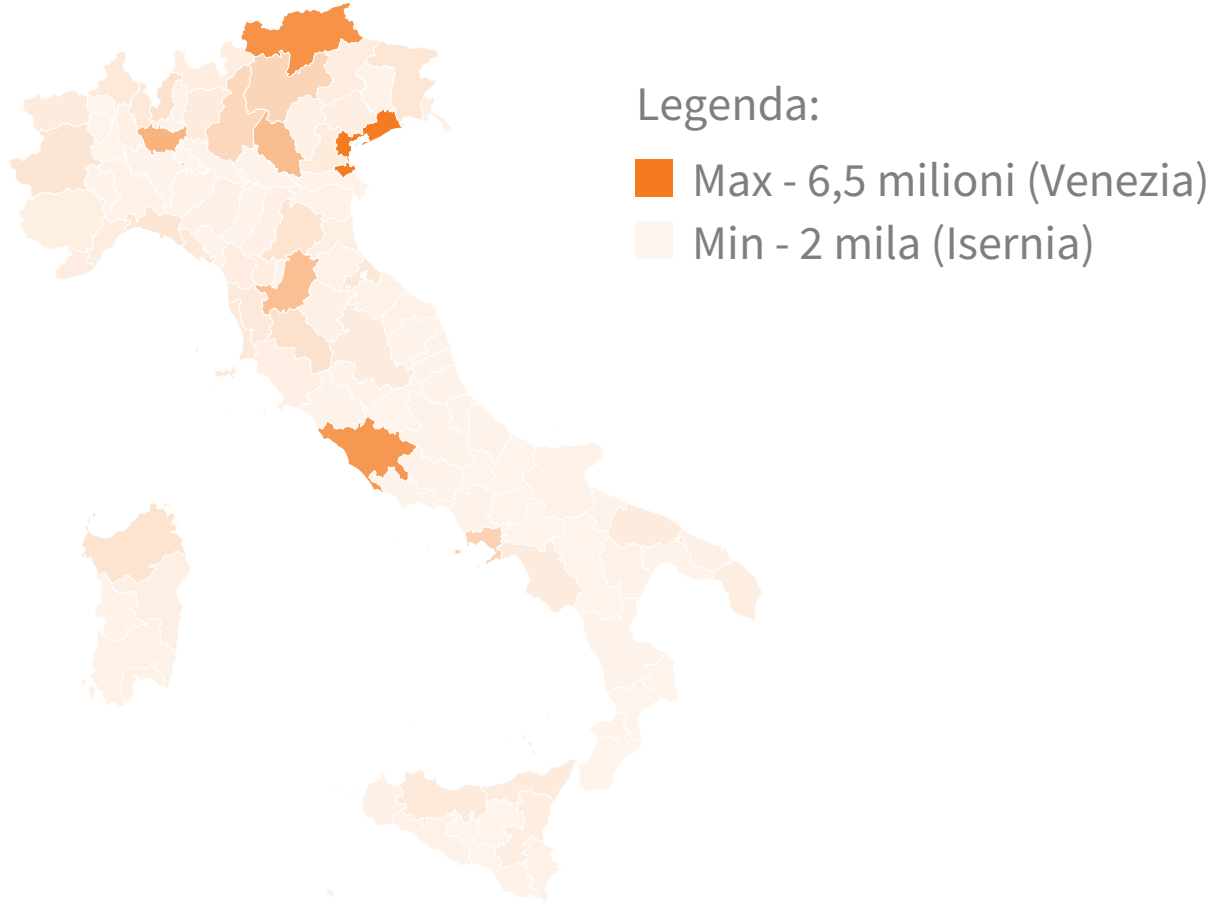
Le attività alberghiere sono state il settore a raggiungere l'**inflazione più alta** in Italia nell'estate del 2022 e mantengono ad oggi una crescita mensile **superiore all'indice generale**

# Nel 2022 il 75% dei turisti in Italia si è concentrato nel 4% della superficie nazionale

4

OVERTOURISM

## Arrivi turistici per Provincia italiana (milioni di turisti), 2022



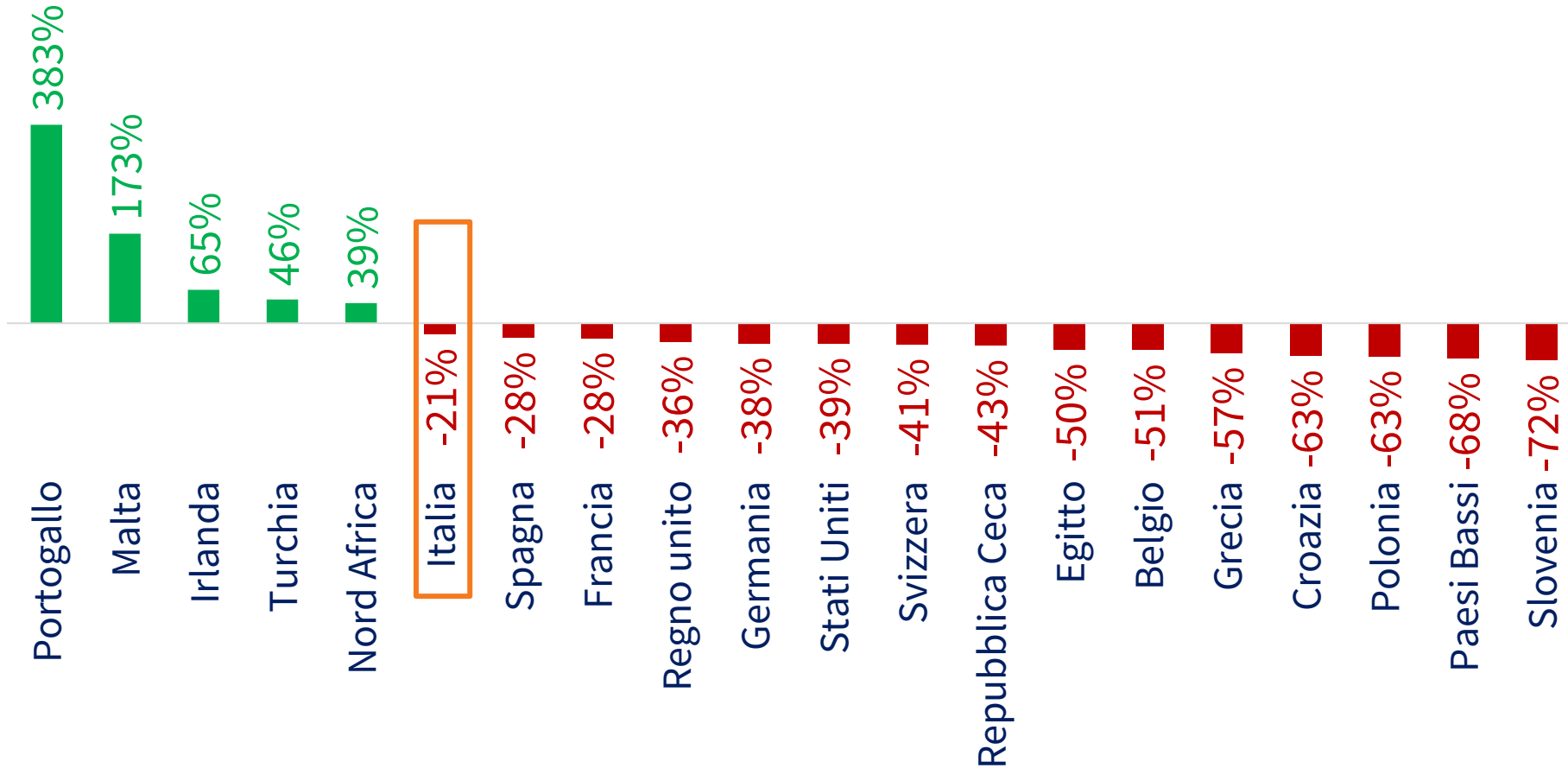
- Nel 2022 il **75% degli arrivi** turistici in Italia si è concentrato nel **4% della superficie**
- La Città di **Venezia** costituisce lo **0,1% della superficie italiana**, ma ha ospitato il **12% del totale degli arrivi** in Italia

# Rispetto al periodo pre-Covid, i turisti italiani si sono orientati verso mete internazionali meno costose, a discapito di destinazioni nazionali

5

METE MENO COSTOSE

### Variazione della scelte di mete turistiche da parte dei turisti italiani (var. %), 2023 vs. 2019



Rispetto al periodo pre-pandemico, i turisti italiani prediligono **mete estere meno costose** rispetto alle mete nazionali

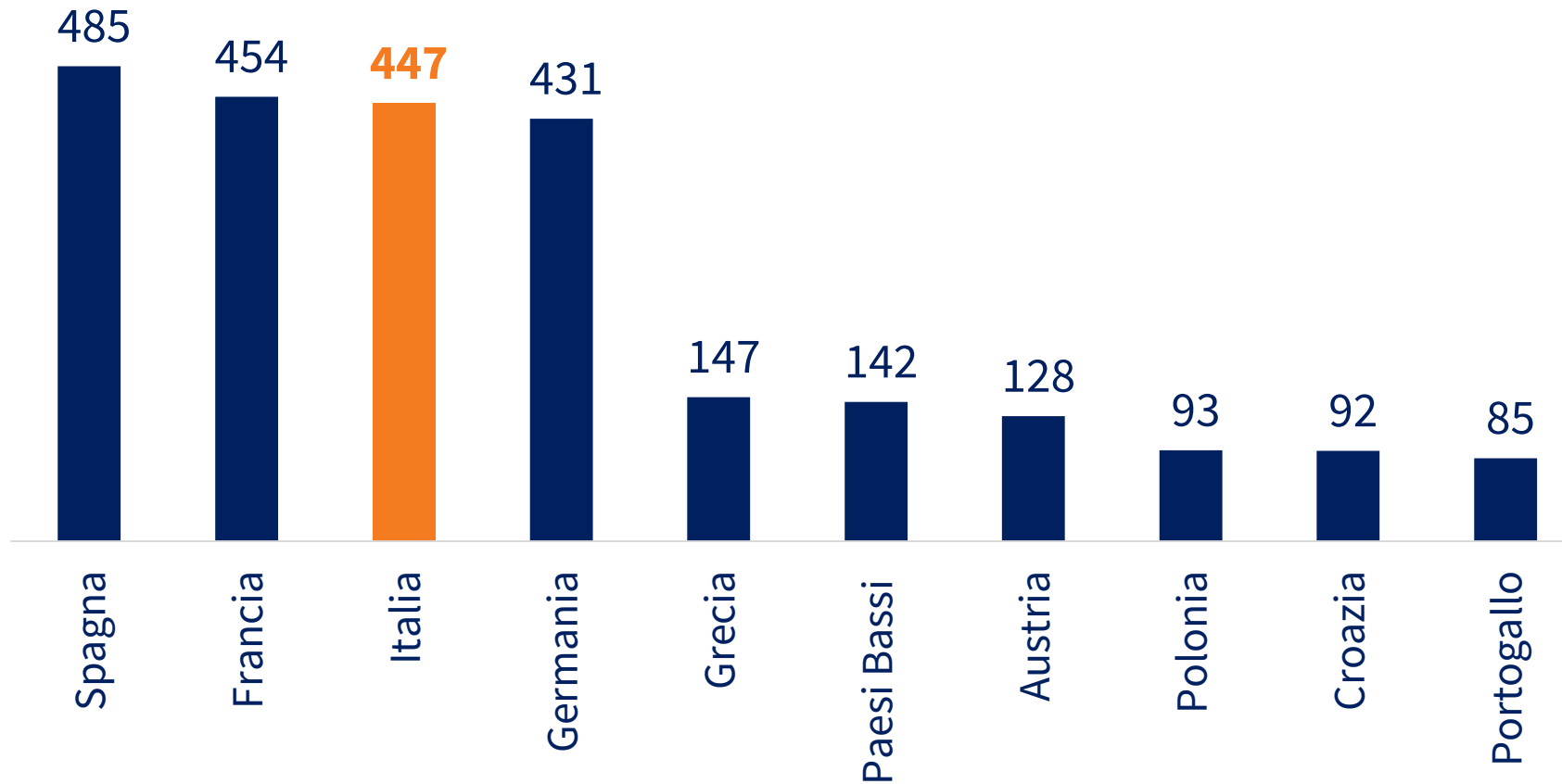
## **MESSAGGIO 2**

Con quasi **450 milioni di presenze** turistiche annuali, l'Italia è la **3<sup>a</sup> meta più visitata in UE-27** ed è al **4° posto per arrivi**.

Nonostante l'«annus horribilis» 2020, dovuto alla pandemia, il settore si è risollevato rapidamente e **nel 2023 ha superato i livelli pre-pandemici**

# Con quasi 450 milioni di presenze turistiche annuali, l'Italia è la 3<sup>a</sup> meta più visitata in UE-27...

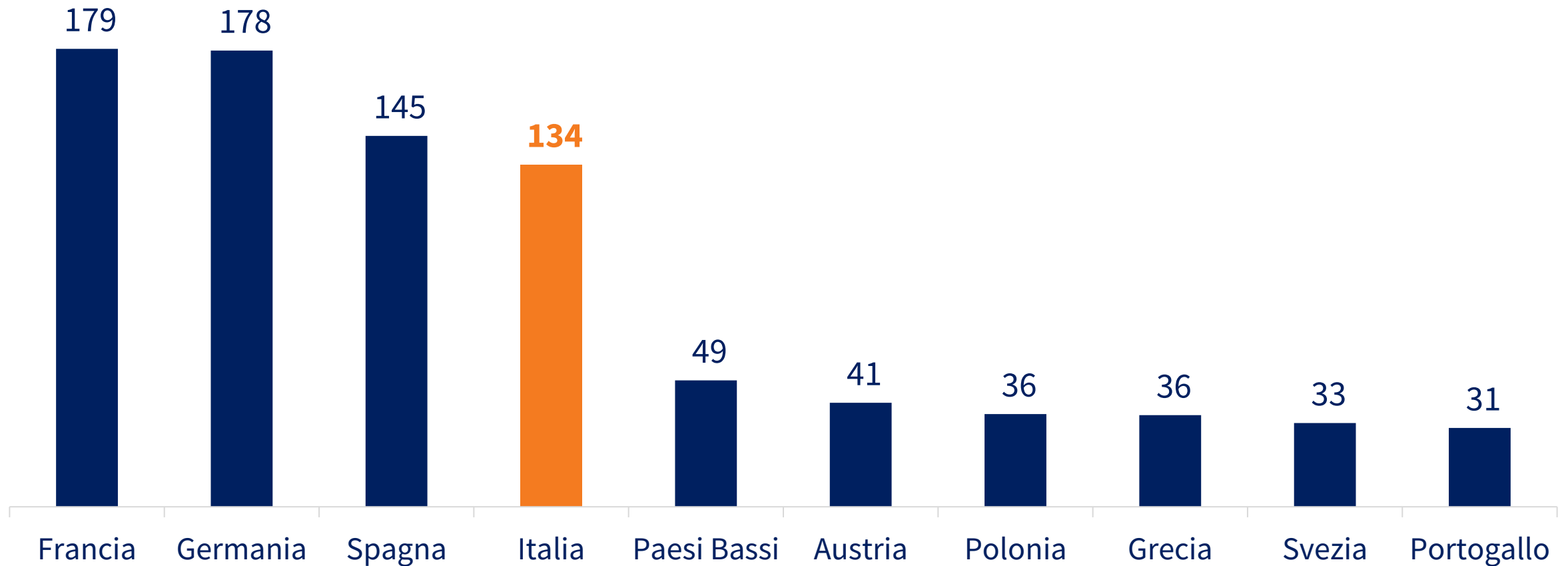
**Primi 10 Paesi UE-27 per presenze turistiche**  
(milioni di presenze), 2023



**Il turismo in crescita nei primi mesi\* del 2024:**  
le presenze totali aumentano del **+3,4%** vs. 2023 e la crescita è trainata soprattutto dalle presenze estere (**+10%**), mentre quella italiana è in lieve calo (**-2,1%**)

## ... ed è al 4° posto per arrivi turistici

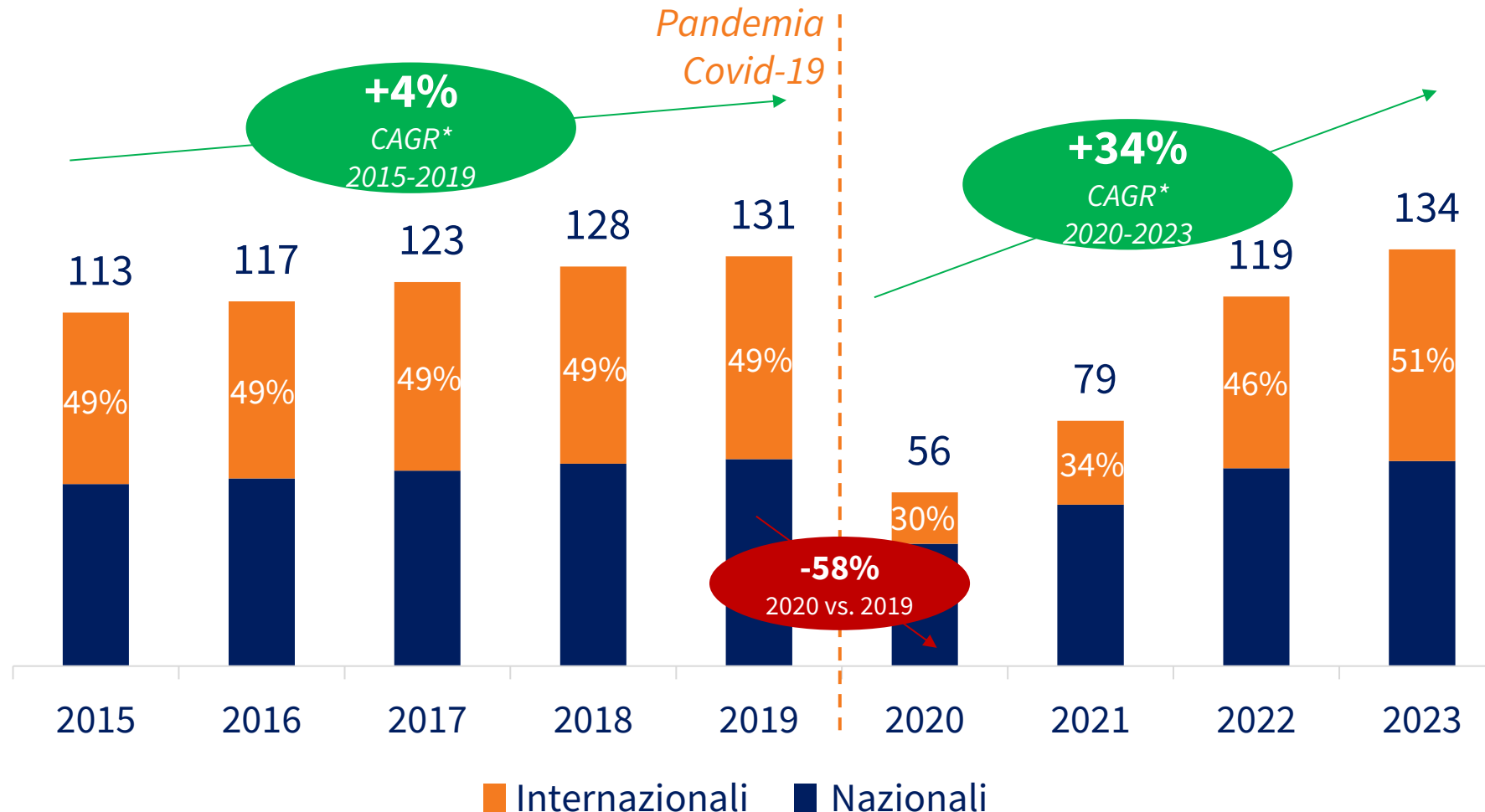
**Primi 10 Paesi UE-27 per arrivi turistici**  
(milioni di arrivi), 2023





# La pandemia di Covid-19 ha interrotto un importante trend di crescita nel settore turistico provocando una contrazione del 58% degli arrivi

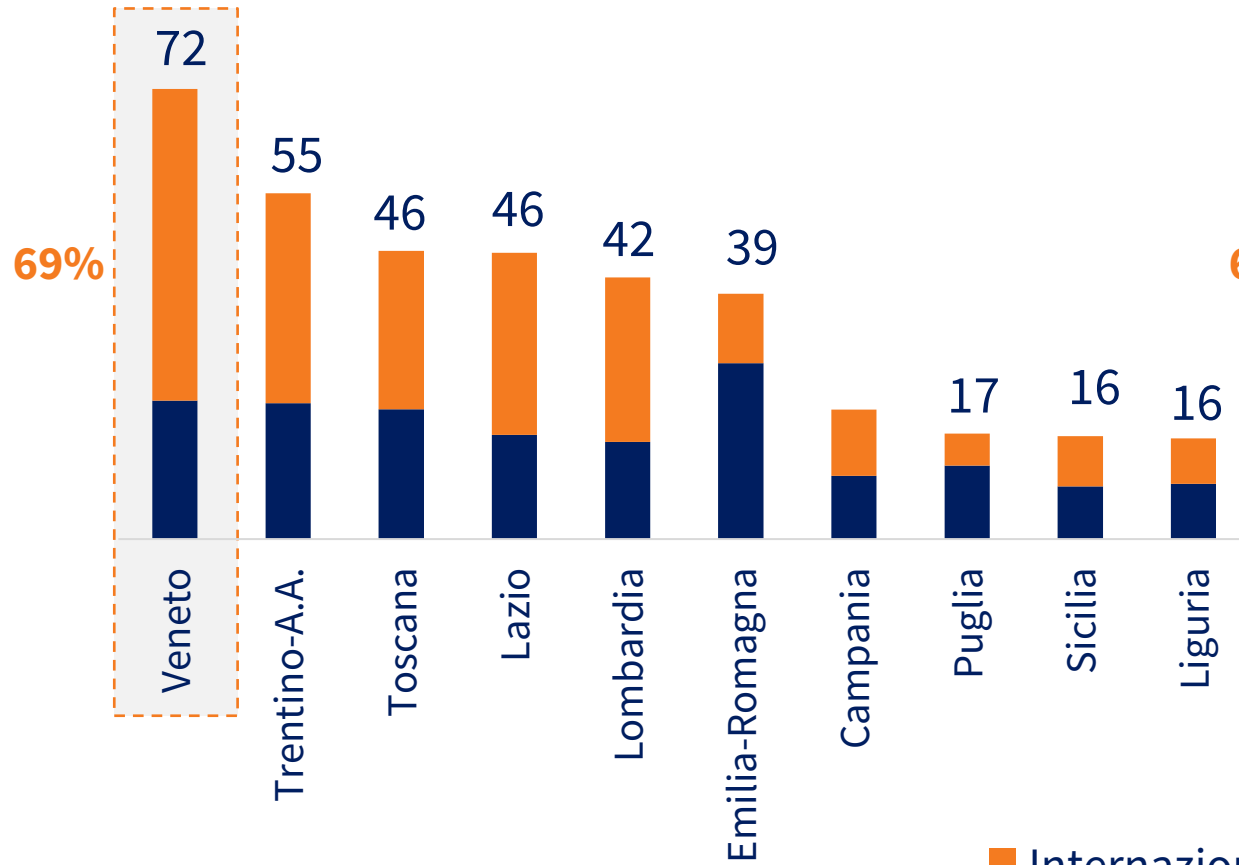
**Totale arrivi in Italia** (milioni di turisti e % su totale), 2015-2023



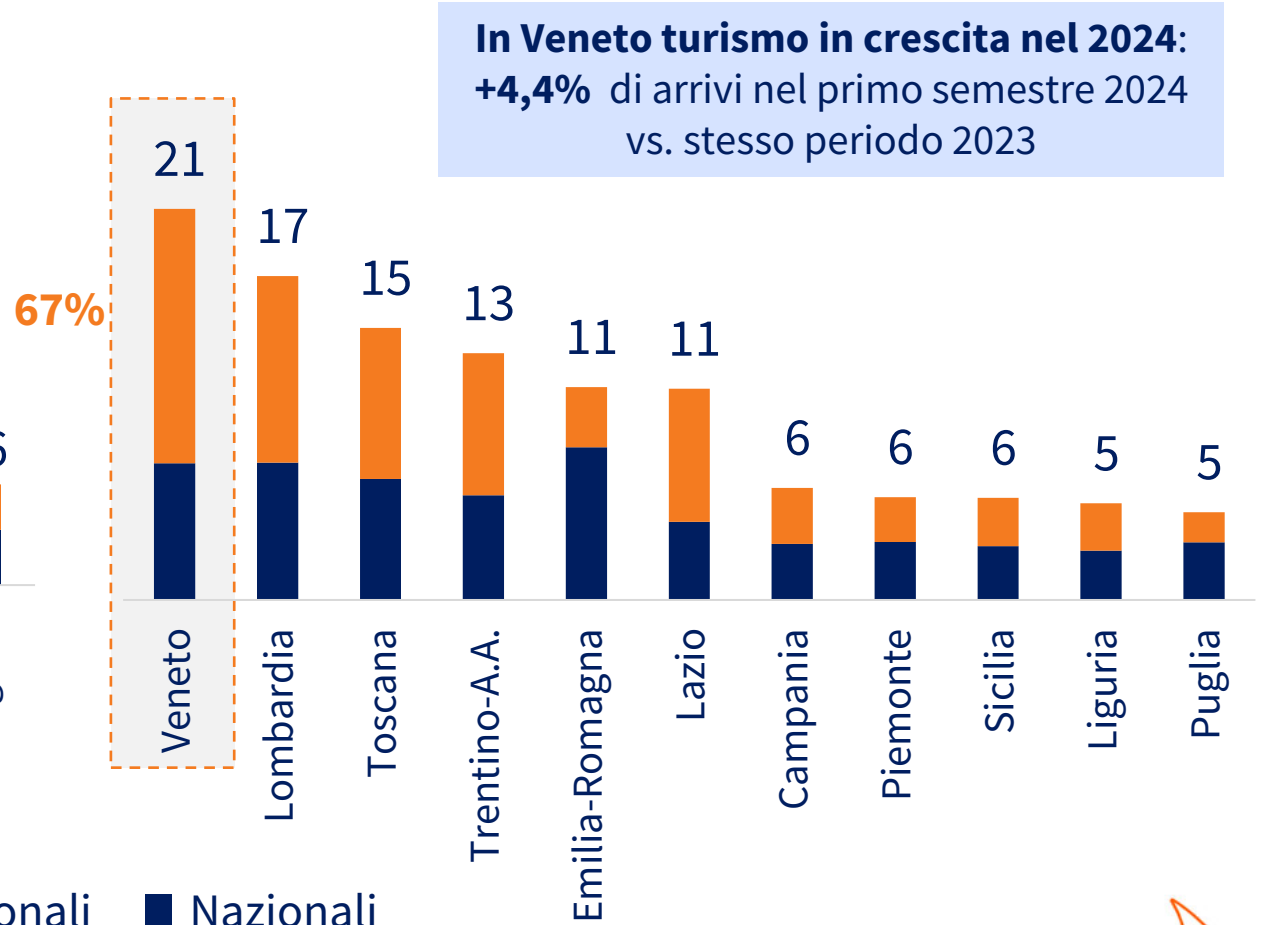
Nel 2020 la pandemia di **Covid-19** ha provocato una **contrazione di arrivi in Italia** pari al **-58%** rispetto al 2019. La riduzione è stata maggiormente accentuata per gli **arrivi internazionali: -75%**

# Nel 2023 il Veneto è la 1<sup>a</sup> Regione italiana per presenze e arrivi turistici, con quasi il 70% dall'estero

## Prime 10 Regioni italiane per presenze turistiche (milioni di presenze), 2023



## Prime 10 Regioni italiane per arrivi turistici (milioni di arrivi), 2023



**In Veneto turismo in crescita nel 2024:**  
**+4,4%** di arrivi nel primo semestre 2024  
vs. stesso periodo 2023

## **MESSAGGIO 3**

Nonostante l'incertezza dello scenario internazionale,  
il turismo si conferma **un asset strategico per la competitività dell'Italia,**  
in **crescita su tutte le dimensioni** dal 2015

# Il turismo si conferma un asset strategico per la competitività del Paese, in crescita su tutte le dimensioni dal 2015



**€23,9 mld**

Fatturato

**+6% vs. 2015**



**€11,2 mld**

Valore Aggiunto

**+12% vs. 2015**



**298.000**

Occupati

**+15% vs. 2015**



**54.400**

Imprese\*

**+13% vs. 2015**



**€2,6 mld**

Investimenti

**+56% vs 2015**

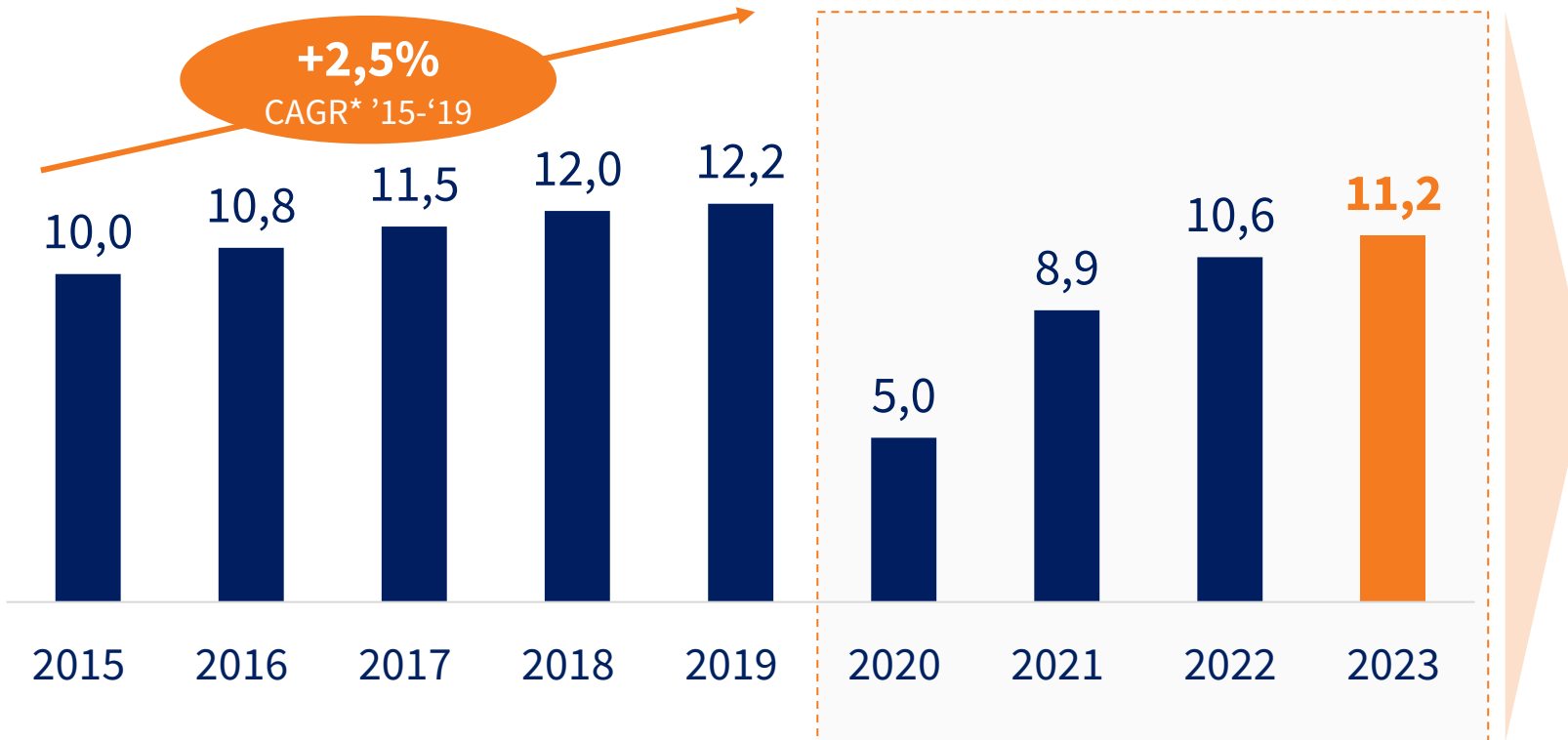
**N.B. I dati fanno riferimento al 2023 o all'ultimo anno disponibile**

(\* ) Il numero di imprese comprende anche le micro imprese che ammontano a 25.325 nel 2022.

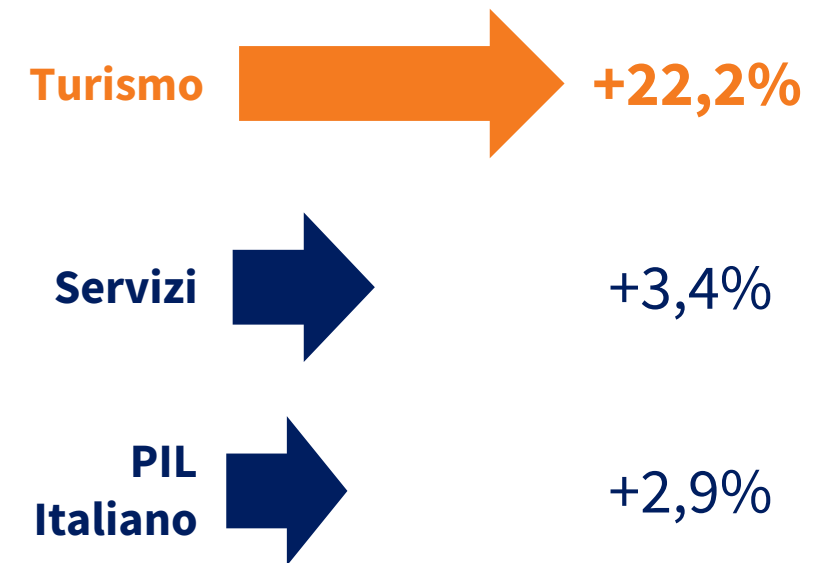
Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Istat e Eurostat, 2024

# Con 11,2 miliardi di Valore Aggiunto, il settore registra una crescita annua nel post-pandemia del 22%, 6 volte i servizi e 7,5 volte il PIL

## Valore Aggiunto nel settore del turismo (miliardi di Euro), 2015-2023

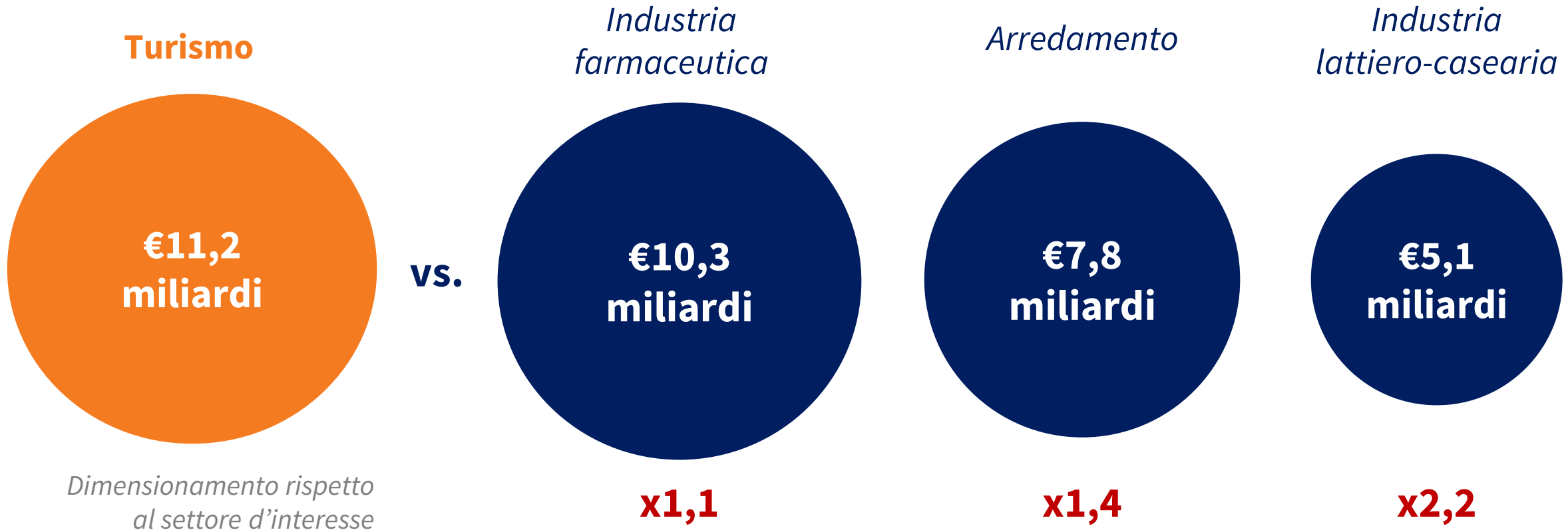


## Benchmarking tra il turismo e i comparti nazionali (CAGR\*), 2020-2023



# Il turismo ha un Valore Aggiunto comparabile a quello dell'industria farmaceutica, 1,4 volte l'arredo e oltre 2 volte il lattiero-caseario

## Valore Aggiunto del turismo e confronto con altri settori italiani (miliardi di Euro), 2023



## **MESSAGGIO 4**

Il turismo in Italia sottende una filiera industriale e di servizio complessa e articolata: **16 settori economici e 62 sotto-settori**, per un Valore Aggiunto complessivo di **110 miliardi di Euro**, pari al **5,8% del PIL** italiano e **oltre 2,5 milioni di occupati**

# Il turismo sostiene quote rilevanti, sia nel settore alberghiero sia in quello dei trasporti

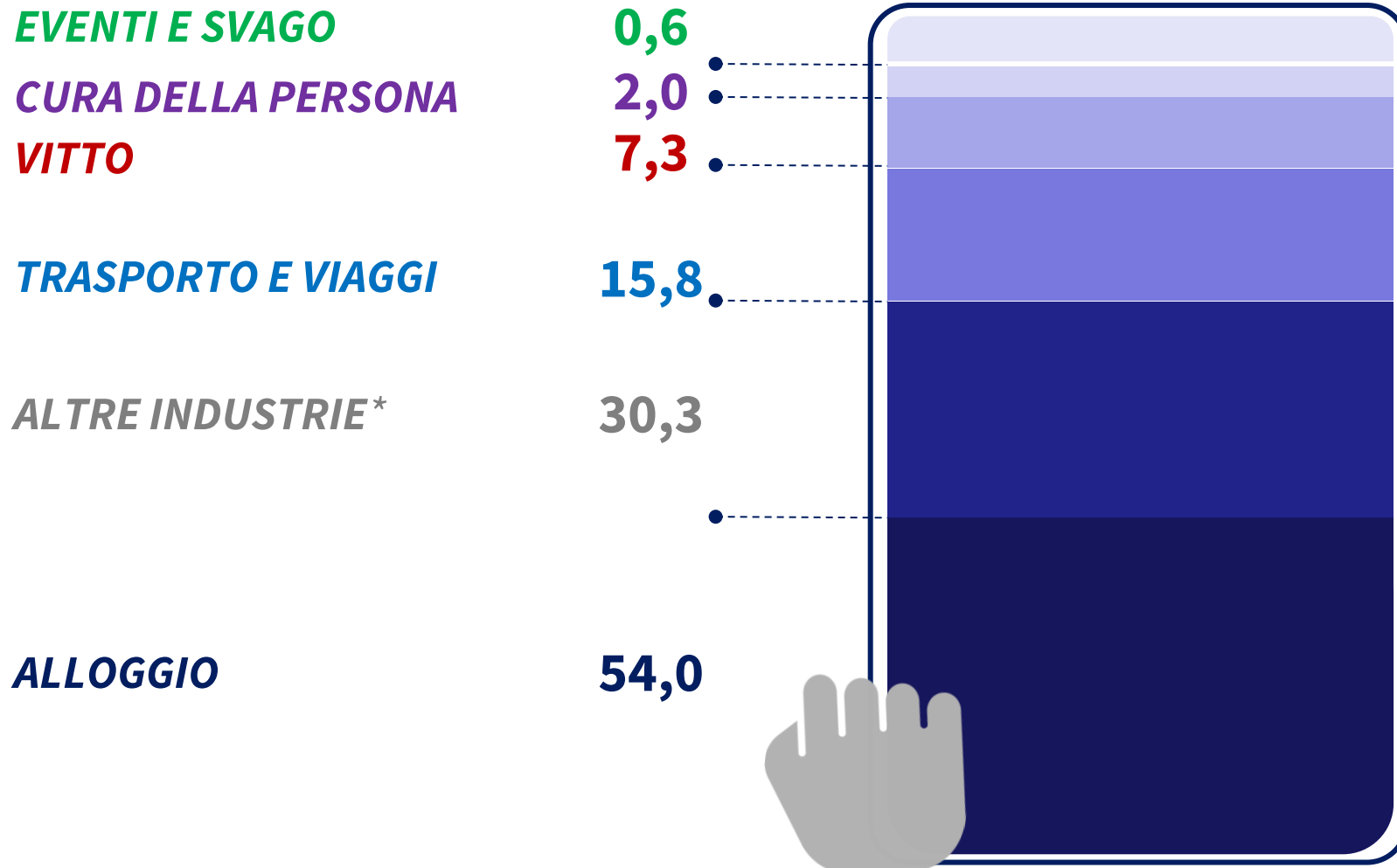
Quota di turismo all'interno dei settori della filiera (valori %), 2024





# La filiera estesa del turismo attiva 110 miliardi di Euro di Valore Aggiunto, pari al 5,8% del PIL italiano

Valore Aggiunto della filiera estesa del turismo in Italia (miliardi di Euro), 2023

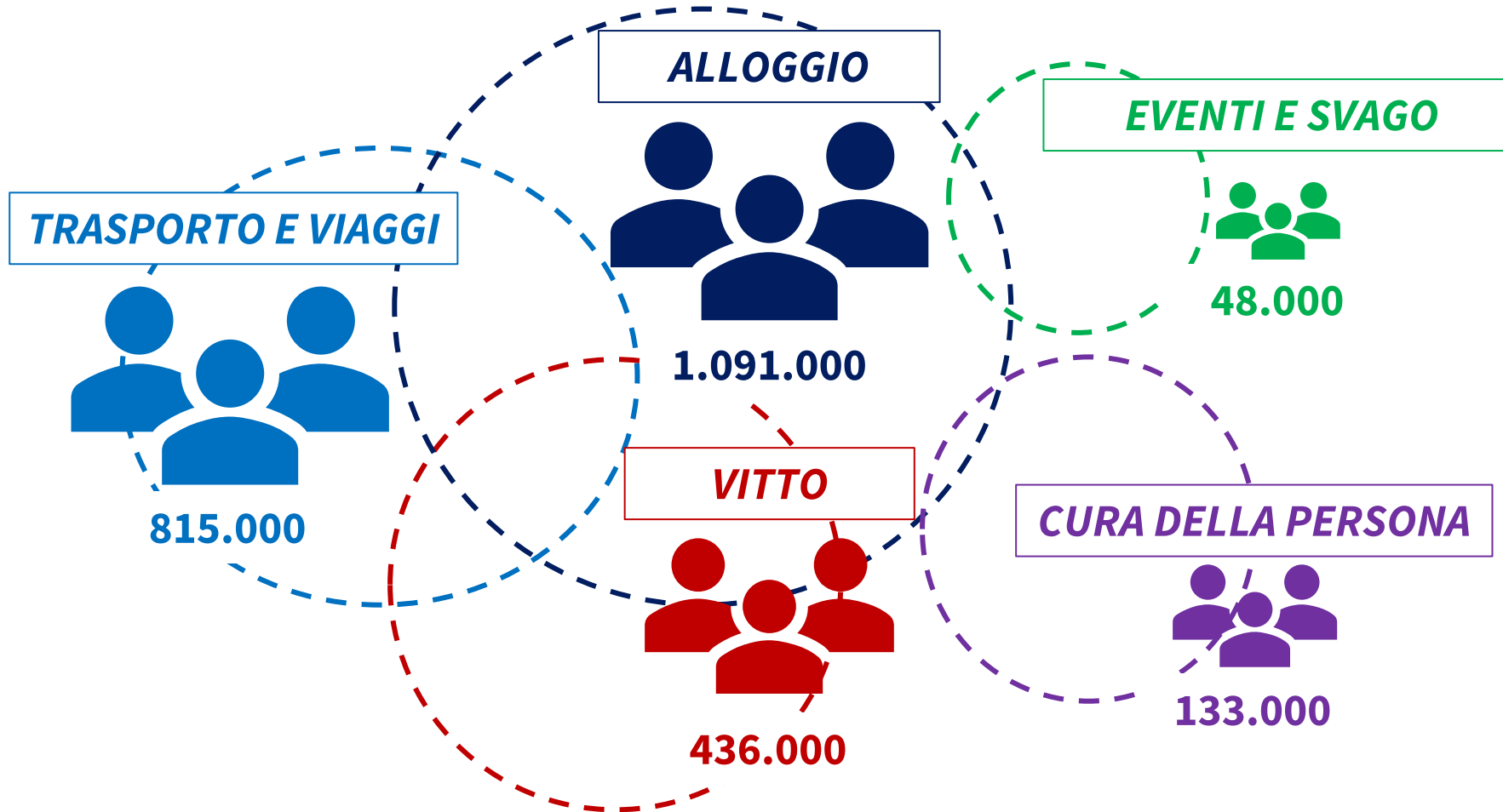


Il perimetro esteso del turismo sostiene la generazione di **€110,0 miliardi** di Valore Aggiunto in Italia...

... il **5,8%** del PIL italiano

# La filiera estesa del turismo coinvolge oltre 2,5 milioni di lavoratori in Italia, il 10,6% del totale nazionale

Occupazione nella filiera estesa del turismo in Italia (val. assoluto), 2023



Il perimetro esteso del turismo genera lavoro per oltre

**2,5 milioni**

di occupati in Italia...

... **10,6%** del totale italiano

# Per 1 Euro di Valore Aggiunto nel settore del turismo, si generano 1,36 Euro aggiuntivi nell'economia

## Valore Aggiunto totale generato dal settore del turismo in Italia (milioni di Euro), 2023



Grazie all'attivazione di filiere sul territorio nazionale, per **ogni Euro di Valore Aggiunto diretto** generato dal turismo, si generano **€1,36 aggiuntivi** nell'intera economia italiana

# Focus: il Turismo delle Radici potrebbe generare 65,8 miliardi di Euro aggiuntivi in Italia

Il **Turismo delle Radici** è un settore in crescita all'interno dell'industria turistica. La diaspora offre **un'opportunità significativa** per il turismo in cui i discendenti visitano la loro patria di origine

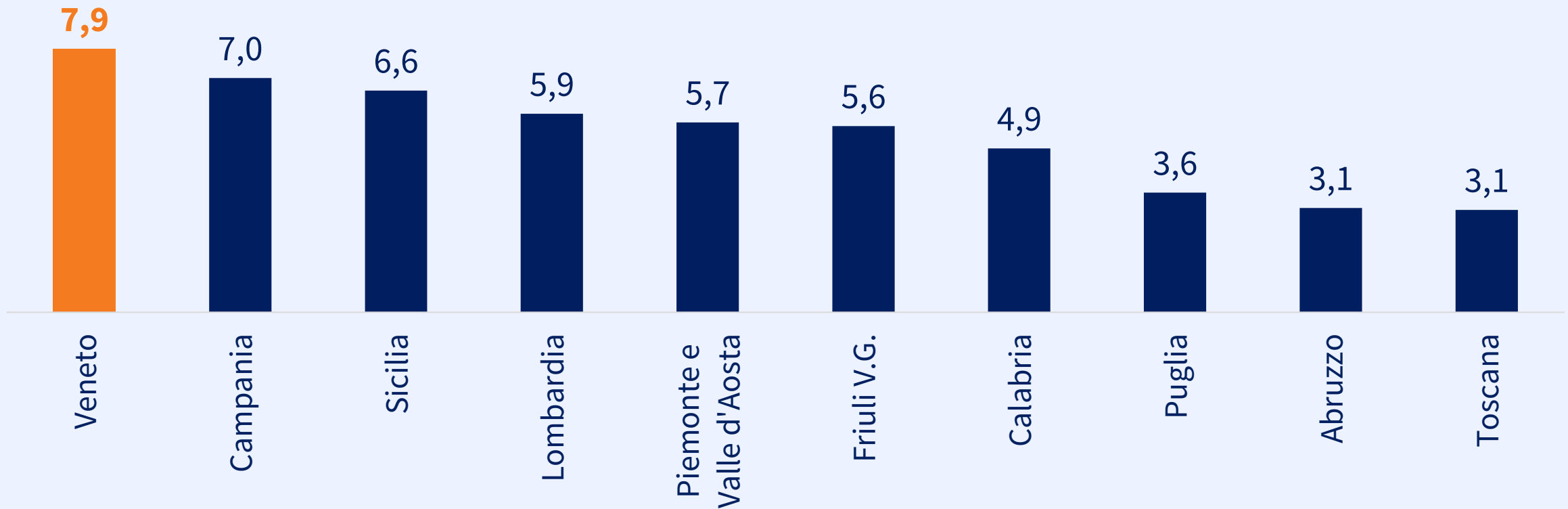
Attualmente il Turismo delle Radici rappresenta circa il **15%** delle **presenze turistiche totali** in Italia

**65,8 miliardi**  
di potenziale del Turismo delle Radici in Italia (principalmente da Brasile, Argentina e Stati Uniti)



# Focus: il Turismo delle Radici potrebbe generare quasi 8 miliardi di Euro aggiuntivi in Veneto

Stima dei potenziali benefici economici generati dal Turismo delle Radici per le prime 10 Regioni italiane (miliardi di Euro), 2023



## MESSAGGIO 5

Sono state analizzate **cinque macro-tipologie di turismo:** culturale-paesaggistico, enogastronomico, balneare-costiero, sportivo-outdoor e degli eventi sportivi e culturali.

L'Italia può vantare un **posizionamento distintivo** in tutte queste declinazioni

# Sono state analizzate cinque macro-tipologie di turismo, nelle quali l'Italia ha delle eccellenze distintive

## TURISMO CULTURALE-PAESAGGISTICO

**1°** Paese al mondo per siti patrimonio UNESCO, con **60** siti al 2024

## TURISMO ENOGRASTRONOMICICO

**1°** Paese in UE per prodotti DOP/IGP, con **892** prodotti al 2024

## TURISMO BALNEARE-COSTIERO

**3°** Paese in UE per Spiagge Bandiera blu, con **485** spiagge al 2024

## TURISMO SPORTIVO-OUTDOOR

**x5** la crescita di presenze sportive rispetto alla crescita media del turismo in Italia, **+11,5%** 2022 vs. 2019

## TURISMO DEGLI EVENTI SPORTIVI-CULTURALI

**> 2 milioni** di eventi offerti nel 2024

## MESSAGGIO 6

Per la prima volta TEHA ha sviluppato un **modello per l'analisi della specializzazione regionale dell'offerta** per le diverse tipologie di turismo e la **rispondenza alla domanda** nei diversi territori italiani



# La mappatura TEHA di domanda e offerta nelle Regioni italiane per macro-tipologia di turismo identificata

Per **ognuna delle 5 macro-tipologie** di turismo identificate, TEHA ha mappato lo stato dell'arte del turismo nelle Regioni italiane, attraverso un'**analisi della specializzazione regionale dell'offerta** per le diverse tipologie di turismo sostenibile e **rispondenza alla domanda** nei diversi territori italiani

## DOMANDA

Misurata attraverso gli arrivi turistici suddivisi per macro-tipologia di turismo

*(fonte: Istat)*



## OFFERTA

Misurata attraverso 12 indicatori specifici suddivisi nelle 5 macro-tipologie di turismo

# I KPI utilizzati da TEHA Group per mappare l'offerta delle Regioni italiane per le 5 macro-tipologie di turismo identificate

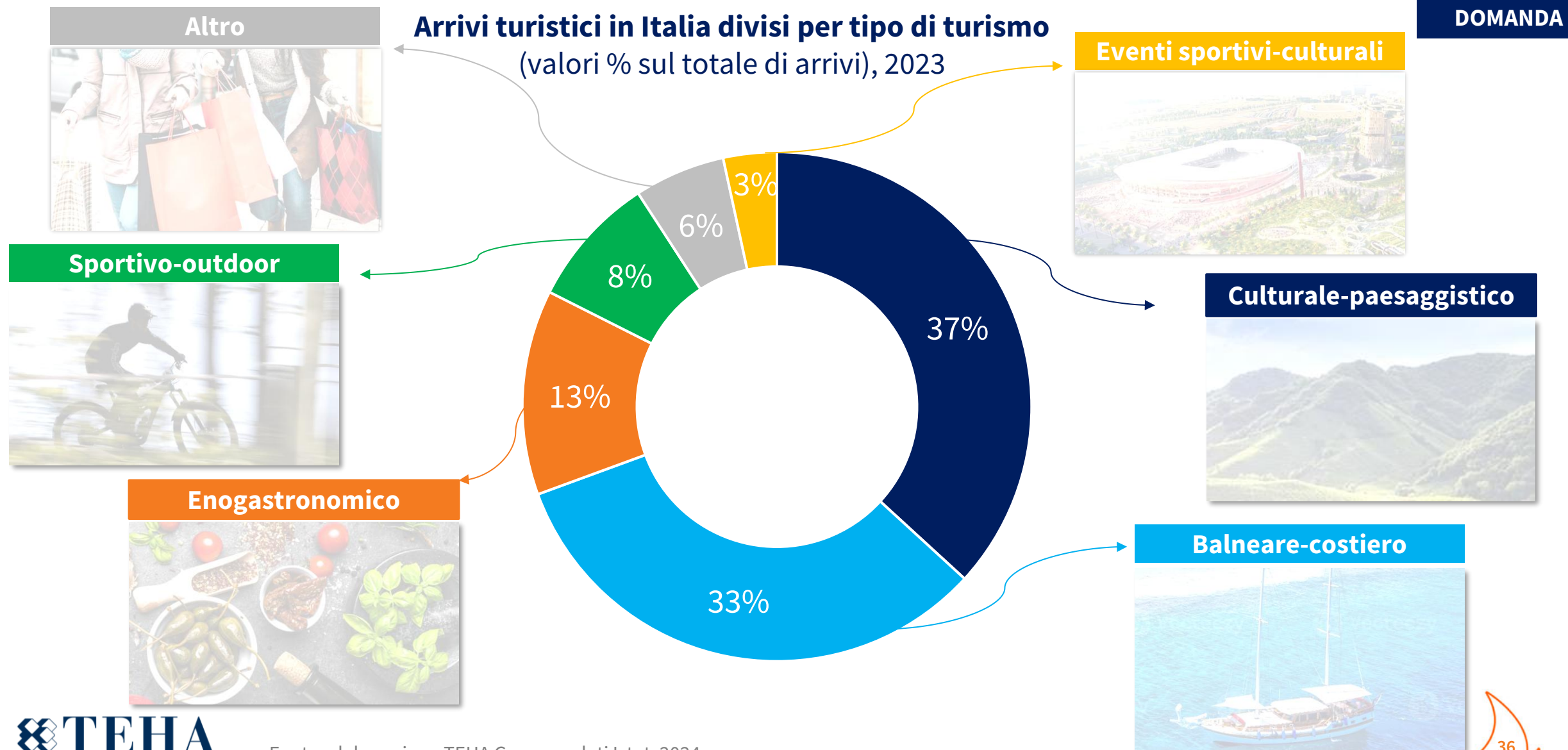
OFFERTA

Culturale-paesaggistico	Enogastronomico	Balneare-costiero	Sportivo-outdoor	Eventi sportivi-culturali
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Densità di musei</b> (numero di musei su area, ISTAT, 2015)</li><li>• <b>Densità di siti UNESCO</b> (numero di siti UNESCO su area, UNESCO, 2024)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Densità di agriturismi</b> (% imprese agricole regionali che offre servizi di ristorazione o degustazione, ISTAT, 2021)</li><li>• <b>Prodotti DOP/IGP</b> (% su totale nazionale, Fondazione Qualivita, 2023)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Densità di spiagge bandiera blu</b> (numero di spiagge bandiera blu su Km di costa, Legambiente, 2023)</li><li>• <b>Densità di concessioni del demanio marittimo</b> (numero di concessioni su Km di costa, Legambiente, 2023)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Densità di cammini</b> (Km di cammini area, fonti varie, 2023)</li><li>• <b>Densità di piste ciclabili</b> (numero di piste ciclabili per 100 km ISTAT, 2021)</li><li>• <b>Concentrazione di maestri di sci</b> (val. assoluto su comprensori sciistici, Albo Nazionale Maestri di Sci, 2024)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Capienza degli stadi</b> (capienza su popolazione, fonti varie, 2024)</li><li>• <b>Concentrazione di eventi sportivi</b> (eventi sportivi su area, cicloturismo.it e fonti varie, 2024)</li><li>• <b>Concentrazione di eventi culturali</b> (eventi culturali su area, Ministero della Cultura, 2024)</li></ul>

## **MESSAGGIO 7**

Dall'analisi della domanda, emerge che il turismo **balneare-costiero e culturale-paesaggistico** insieme rappresentano il **70%** degli arrivi turistici e costituiscono i principali fattori di attrazione per l'Italia

# Il turismo balneare-costiero e culturale-paesaggistico insieme rappresentano il 70% degli arrivi turistici



# I turisti al Nord e al Centro vengono al 40% per motivi culturali, mentre il Sud registra una prevalenza di turismo balneare con il 57% degli arrivi

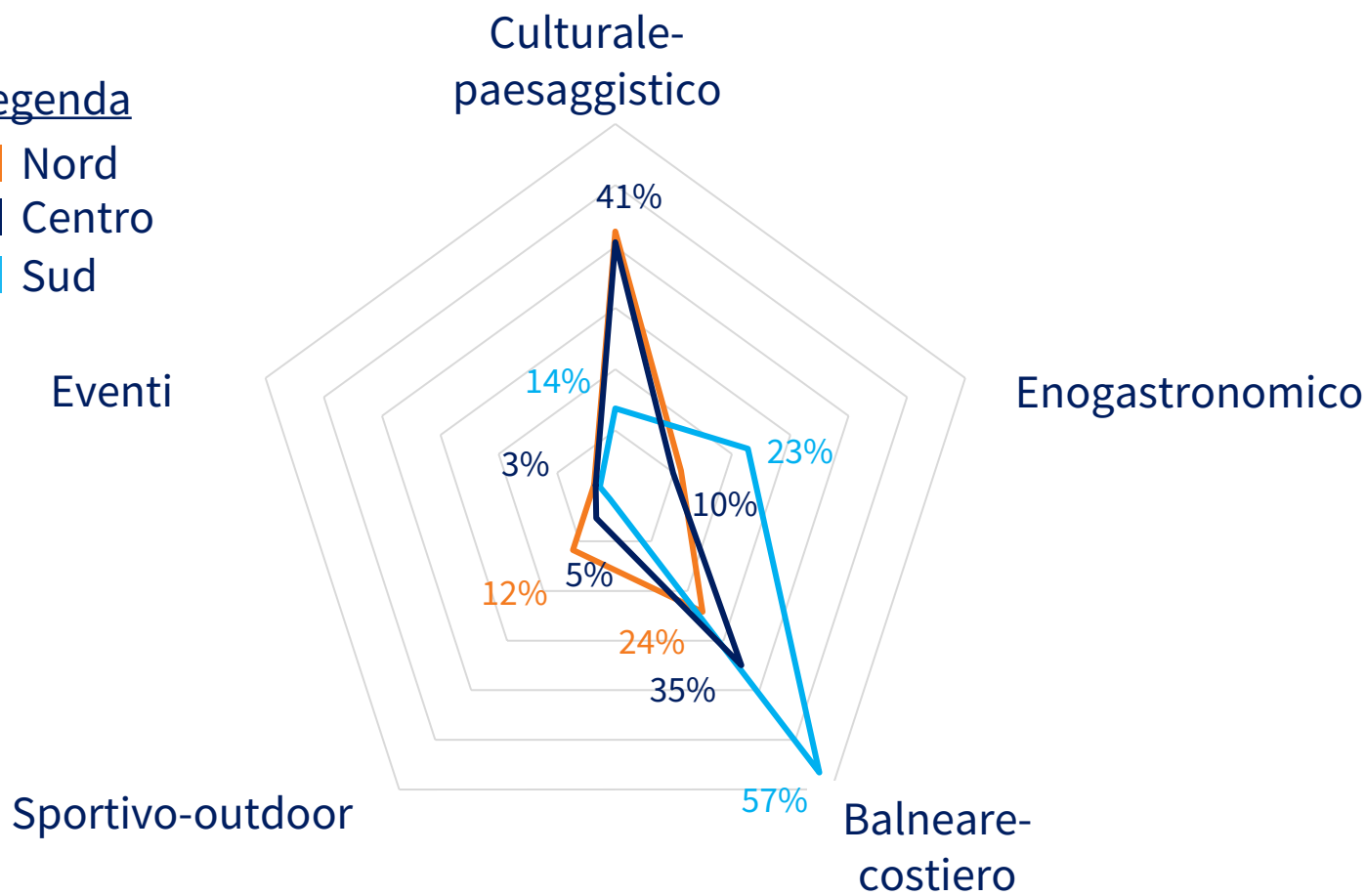
DOMANDA

## Incidenza di ogni tipologia di turismo per macro-Regione

(valori % sul totale per macro-Regione), 2023

### Legenda

- Nord
- Centro
- Sud



I turisti al **Nord** e al **Centro** vengono al **40% per motivi culturali**

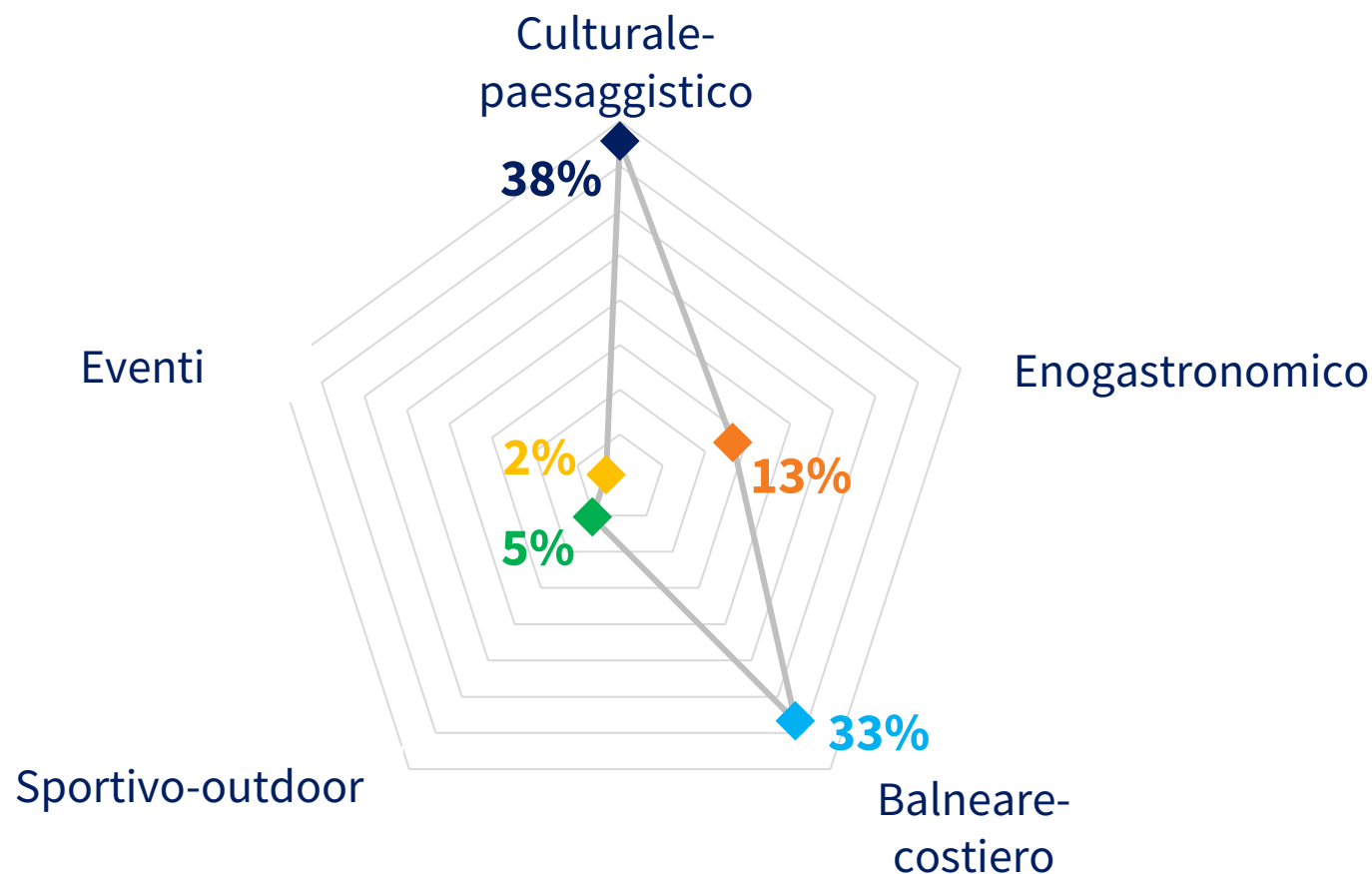
Il **Sud** registra una prevalenza di **turismo balneare-costiero** con il **57%** degli arrivi

# Una visione di sintesi sulla domanda turistica in Veneto: i turisti scelgono la Regione principalmente per la cultura e i paesaggi e per le sue coste

DOMANDA

## Percentuale di arrivi per tipologia di turismo in Veneto

(valori %), 2023



Tipologia di turismo e Ranking sulle Regioni Italiane



## MESSAGGIO 8

Lo sviluppo dell'**offerta turistica** per le macro-tipologie identificate è eterogeneo all'interno del Paese. Un'ampia **varietà dell'offerta** rinforza il settore turistico e **contribuisce al mantenimento dei flussi** nel corso dell'anno

# Dall'analisi di TEHA emerge una distinzione nella specializzazione delle macro-area del Paese per macro-tipologia di turismo

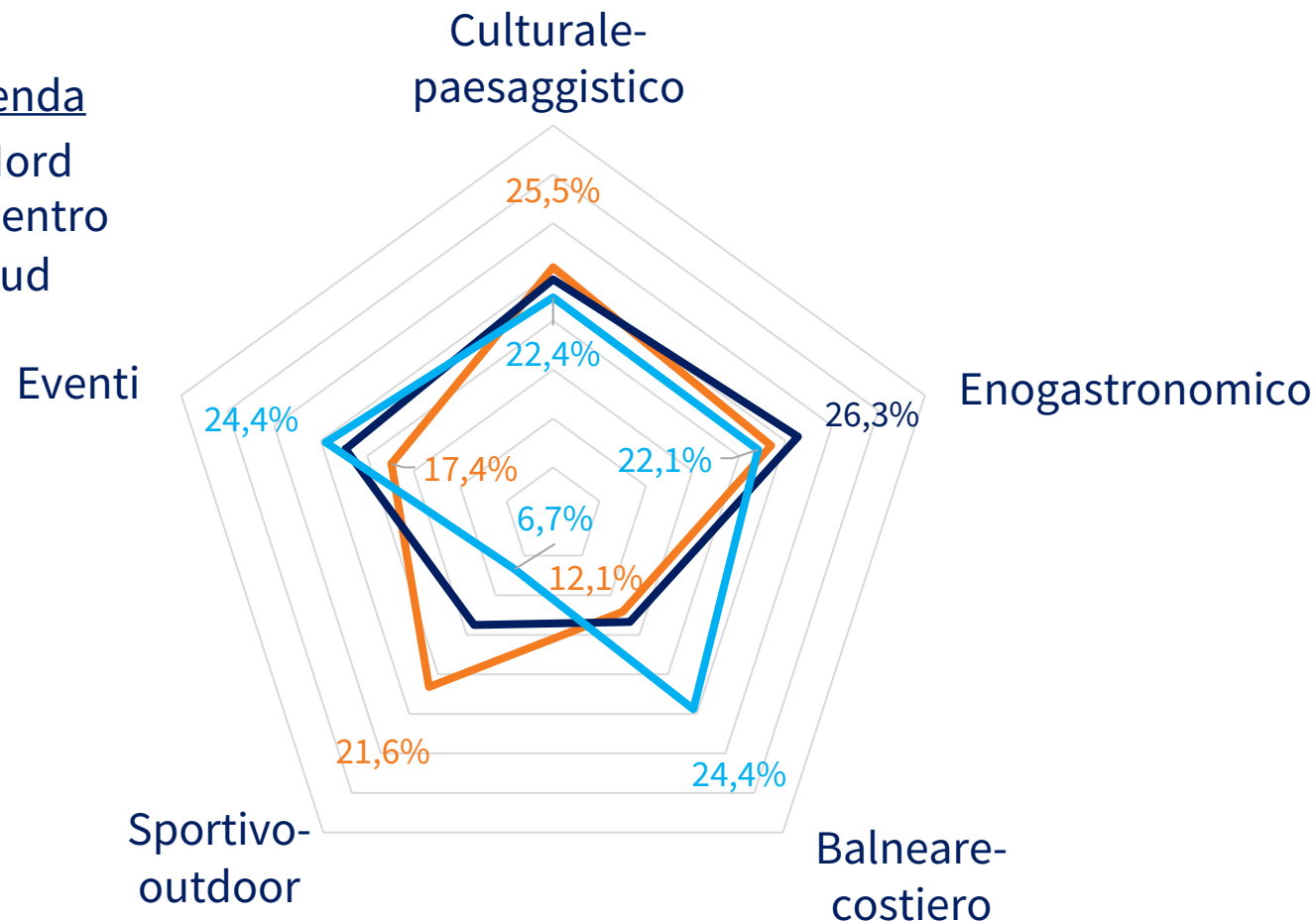
OFFERTA

## Incidenza per macro-tipologia di turismo per Macro-area

(valori % su totale), 2023 o ultimo anno disponibile

### Legenda

- Nord
- Centro
- Sud



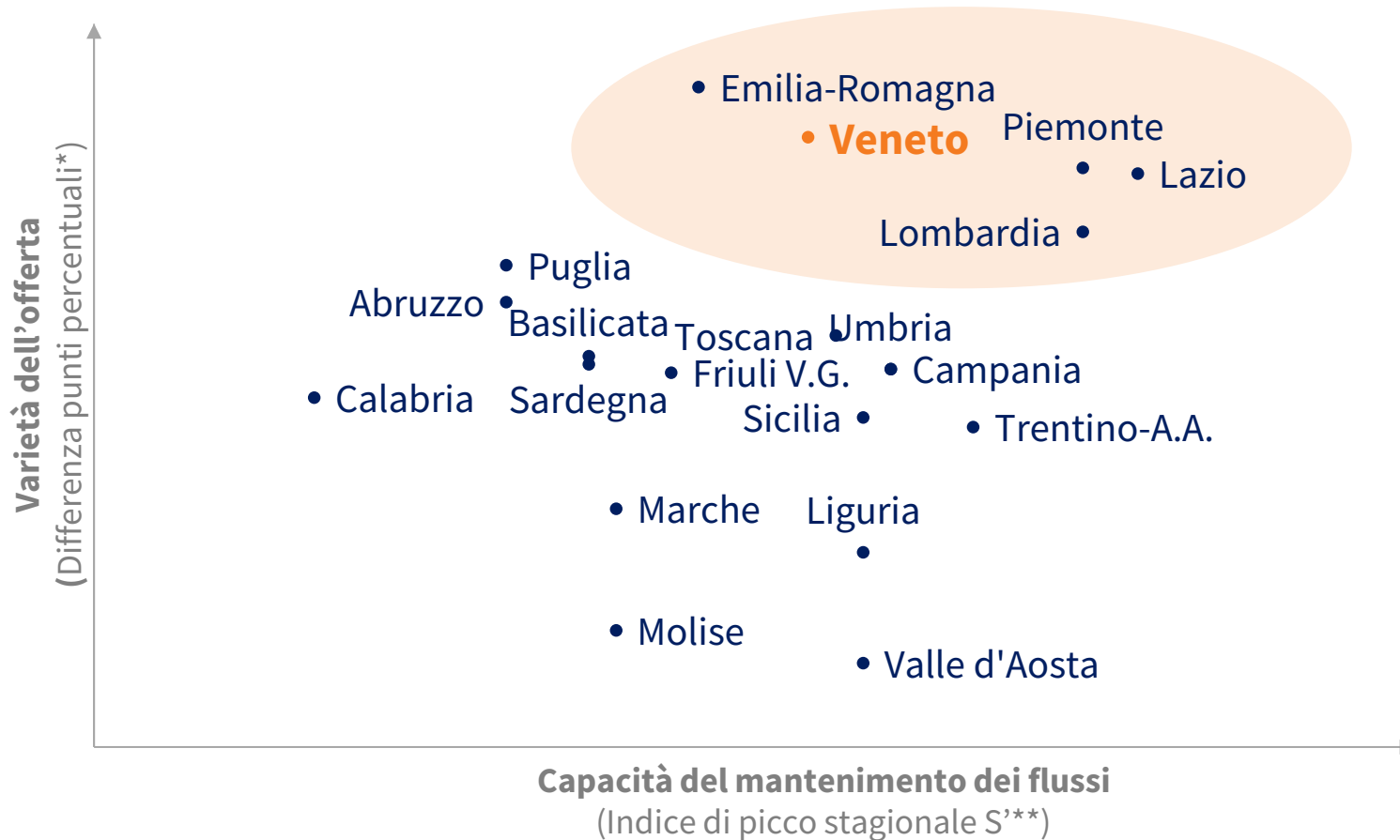
- L'offerta turistica del **Nord** d'Italia propende verso il turismo **paesaggistico e culturale (25,5%)**
- Il **Centro Italia** propende verso il turismo **enogastronomico (26,3%)**
- Nel **Sud** del Paese l'offerta turistica è più sviluppata per il **balneare (24,4%)**



# Un'ampia varietà dell'offerta rinforza il settore turistico e contribuisce al mantenimento dei flussi nel corso dell'anno

OFFERTA

## Correlazione tra stagionalità turistica e varietà dell'offerta (valori indice), 2024 o ultimo anno disponibile



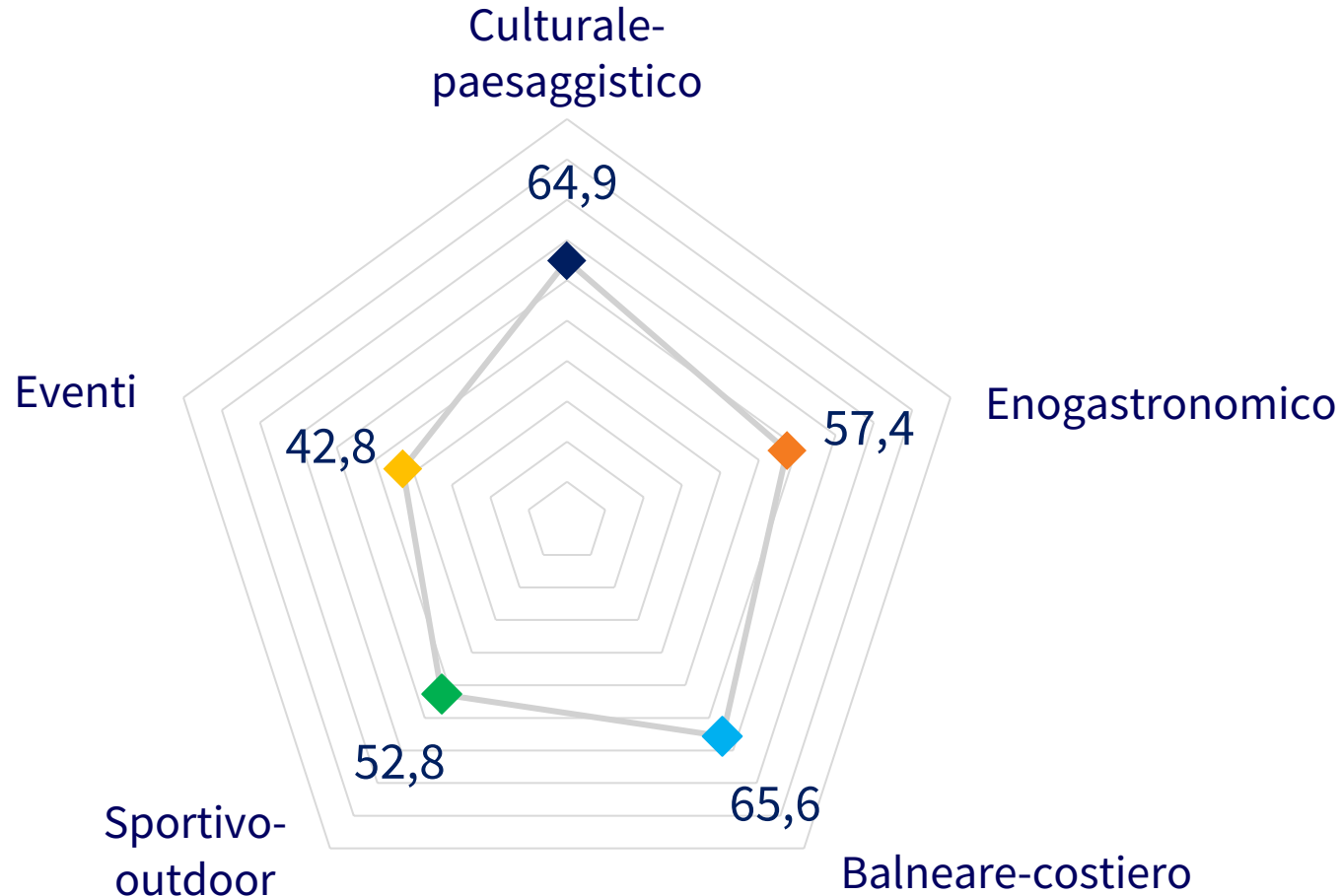
**Veneto, Emilia-Romagna, Piemonte, Lazio e Lombardia** sono le **Regioni best performer** a livello nazionale

Grazie alla forte varietà nell'offerta e ampia capacità di mantenimento dei flussi nel corso dell'anno, rimangono **più resilienti al problema della stagionalità turistica**

# Nel complesso la Regione Veneto risulta ben bilanciata tra le cinque macro-tipologie di turismo

OFFERTA

## Punteggio per macro-tipologia di turismo per la Regione Veneto (valori), 2023 o ultimo anno disponibile



Nel complesso la **Regione Veneto** risulta ben **bilanciata** tra le cinque macro-tipologie di turismo, anche se la macro-tipologia più sviluppata è quella del turismo balneare-costiero

# La Regione Veneto è tra le prime 6 regioni italiane per tutte le macro-tipologie di turismo identificate

## Il ranking della Regione Veneto per offerta e domanda per macro-tipologia di turismo identificata (ranking), 2023

*Tipologia di turismo e ranking sulle Regioni italiane*



## **MESSAGGIO 9**

**Veneto, Friuli Venezia Giulia, Marche, Basilicata e Sicilia** sono le 5 Regioni caratterizzate da un **buon livello di matching tra domanda e offerta**

# Veneto, Friuli Venezia Giulia, Marche, Basilicata e Sicilia sono le 5 Regioni caratterizzate da un buon livello di matching tra domanda e offerta

**Livello di match tra domanda e offerta turistica per Regione italiana, 2024**

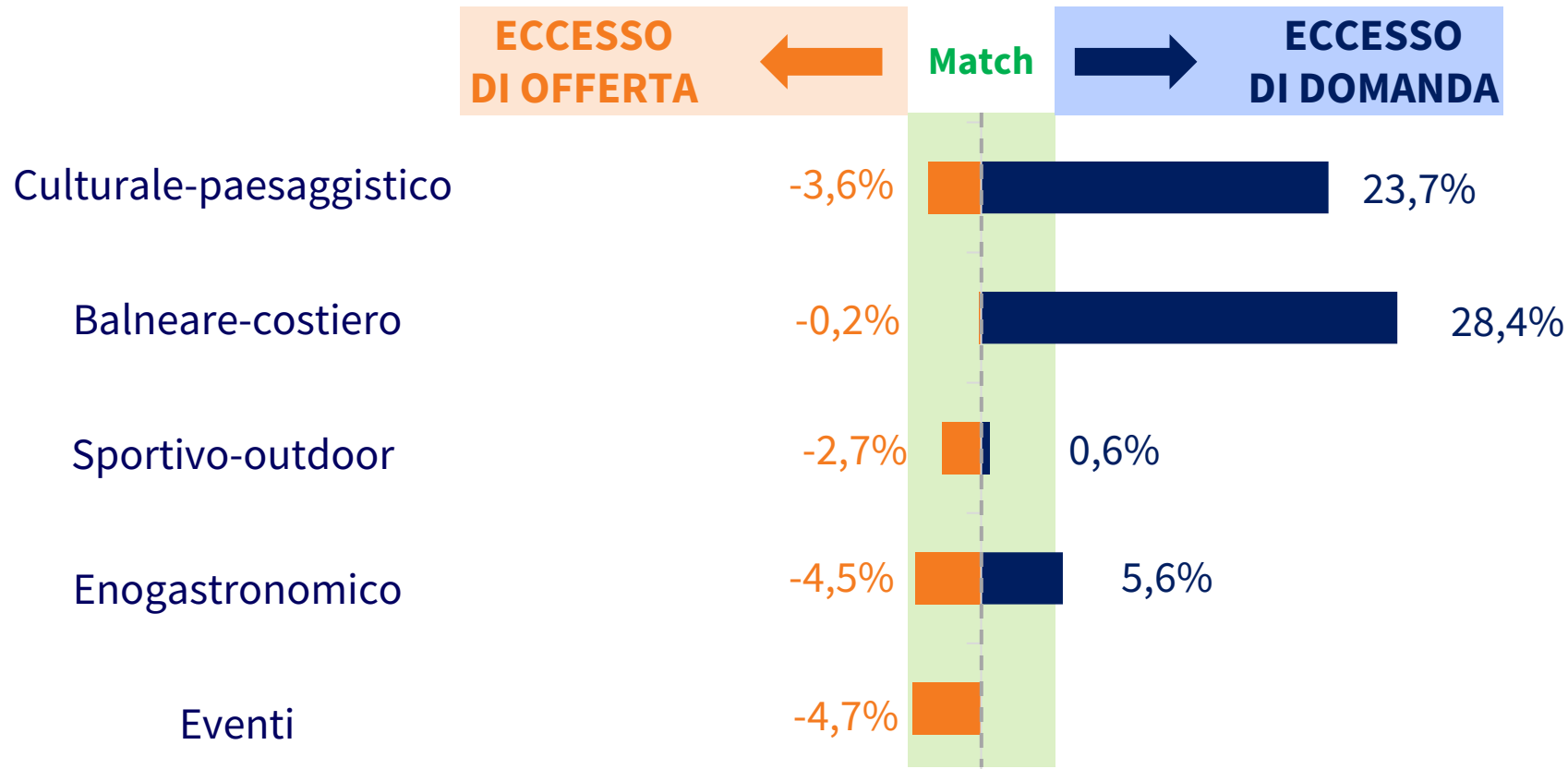
Legenda:



Analizzando la domanda e l'offerta di turismo sostenibile, **Veneto, Friuli Venezia Giulia, Marche, Basilicata e Sicilia** sono le **5 Regioni** in cui la **domanda e l'offerta** regionale **si incontrano** (matching)

# Il problema dell'eccesso di domanda è in media molto più significativo dell'eccesso di offerta nelle Regioni italiane

**Livello di match e mismatch medio per macro-tipologia di turismo tra domanda e offerta turistica a livello nazionale (differenza di p.p. media), 2024**

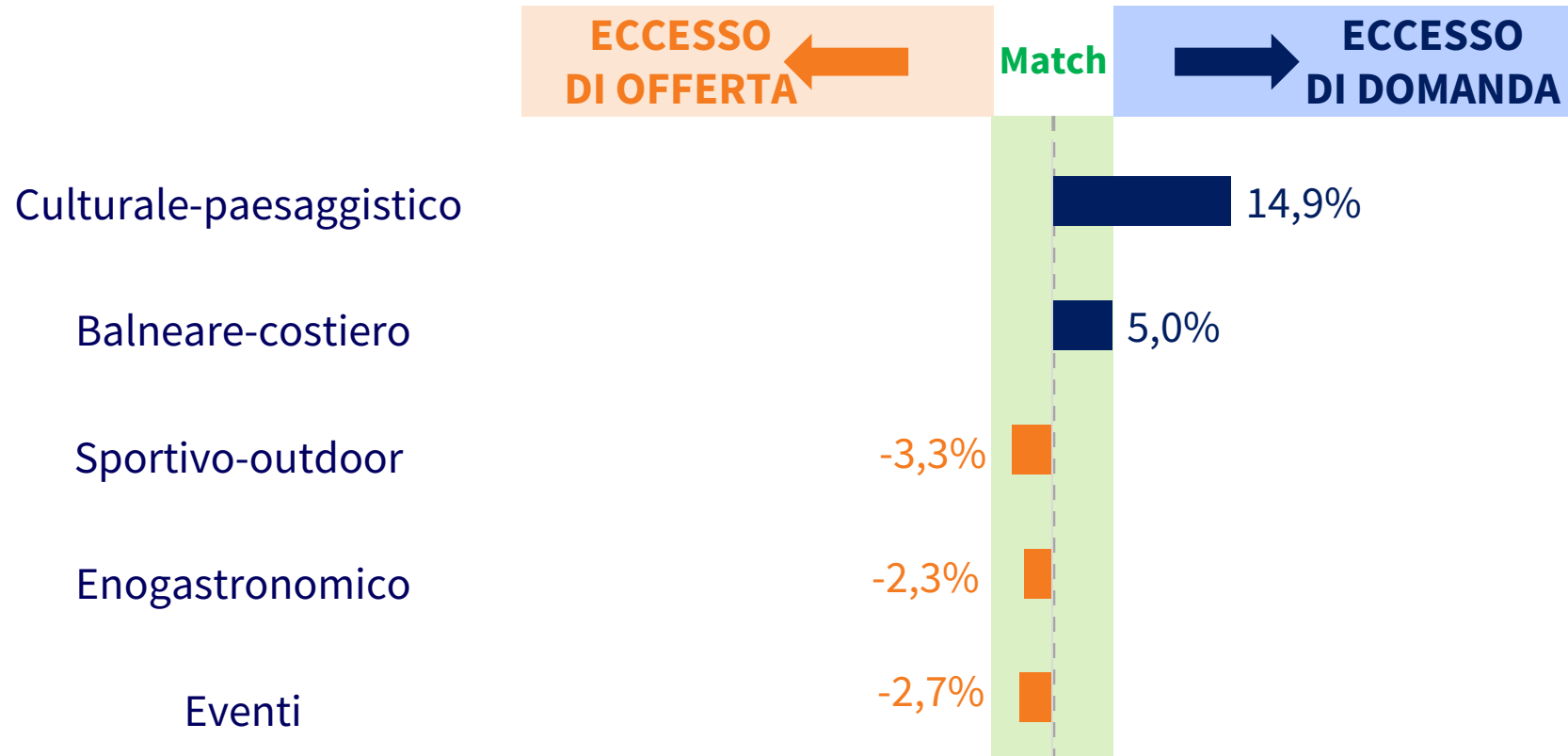


(\*) Per tenere conto di trend temporali e le variazioni nella domanda turistica annuale, l'eccesso di domanda o di offerta è considerato all'interno di un intorno di 5 p.p.

Fonte: elaborazione TEHA Group su fonti varie, 2024

# Il rapporto tra domanda e offerta turistica nella Regione Veneto è equilibrato, ad eccezione del turismo culturale e paesaggistico

**Livello di match e mismatch medio per macro-tipologia di turismo tra domanda e offerta turistica per la regione Veneto (differenza p.p.), 2024**



(\*) Per tenere conto di trend temporali e le variazioni nella domanda turistica annuale, l'eccesso di domanda o di offerta è considerato all'interno di un intorno di 5 p.p.

## MESSAGGIO 10

Per guidare la **transizione sostenibile del settore** del turismo italiano nei prossimi anni è necessaria una **visione-Paese unificante**, con alcune **proposte di azione concrete**



# La transizione verso un settore del turismo sempre più sostenibile deve interessare tutte le macro-tipologie di turismo

La **trasformazione verso un turismo sempre più sostenibile** è un percorso che ogni singola macro-tipologia di turismo (turismo culturale e paesaggistico, enogastronomico, balneare e costiero, sportivo e outdoor, degli eventi sportivi e culturali) è chiamato ad affrontare.  
Il turismo sostenibile è da intendere come **percorso di sviluppo** che...

...**deve favorire** l'equilibrio tra le **3 dimensioni della sostenibilità** (economica, sociale e ambientale)



...**deve evitare** qualsiasi **perdita di valore** nei territori



...**deve garantire** la capacità di **perdurare nel tempo**



# La visione-Paese «unificante» sul turismo sostenibile condivisa durante la 1° edizione del Forum 2023

---

**Primati** del patrimonio turistico italiano

*“Essere **IL** Paese di riferimento  
a livello internazionale  
per il Turismo Sostenibile”*

**Tutti i settori di attività** del Paese

# Le proposte di azione per favorire la concretizzazione della visione per il futuro del settore turistico italiano

1

**Essere IL Paese di riferimento a livello internazionale sul Turismo Sostenibile**

2

**Favorire una digitalizzazione capillare del settore turistico e del territorio per rendere il Paese un **ecosistema turistico smart****

3

Supportare le strutture turistiche **nell'adozione dei principi di sostenibilità e promuovere la visibilità** dei risultati raggiunti

4

**Creare un programma sostenibile e duraturo per il turismo delle radici in Italia** che ne valorizzi il ruolo abilitante per un turismo più capillare e destagionalizzato

5

**Diversificare l'offerta turistica**, promuovendo la creazione di **itinerari esperienziali tematici e modulari, accessibili tutto l'anno**

# Grazie per l'attenzione

## Benedetta Brioschi

Partner e Responsabile Food&Retail e Sustainability  
TEHA Group

Email: [benedetta.brioschi@ambrosetti.eu](mailto:benedetta.brioschi@ambrosetti.eu)

*Dal 2013 The European House - Ambrosetti è stata nominata nella categoria "Best Private Think Tanks" - 1° Think Tank in Italia, 4° nell'Unione Europea e tra i più rispettati indipendenti al mondo su 11.175 a livello globale (fonte: "Global Go To Think Tanks Report" dell'Università della Pennsylvania). The European House - Ambrosetti è stata riconosciuta da Top Employers Institute come una delle 147 realtà Top Employer 2024 in Italia.*

