



# FOCUS

## Il turismo e la filiera produttiva

Il focus elaborato da Ciset presenta una valutazione del valore economico del turismo nella provincia di Treviso, incrociando i dati disponibili dal lato domanda con quelli dal lato offerta. Sulla base dei comportamenti di acquisto e di consumo dei turisti, si è giunti ad una stima del fatturato turistico nella provincia di Treviso e alla definizione della filiera turistica, determinando i principali settori produttivi coinvolti. In secondo luogo, si è cercato di stimare quanta parte della produzione di tali settori possa essere imputabile al consumo turistico (e non ad altri consumi, quali quelli di residenti, etc.), a partire dalle risposte degli operatori del terziario contenute nell'indagine condotta in collaborazione con il Centro Studi, in mancanza di dati ufficiali sulla produzione. Considerando innanzitutto la componente internazionale, a fronte di una spesa media pro-capite giornaliera dei turisti stranieri di 86€, la spesa complessiva da questi sostenuta è stimata in circa 248 milioni di euro, alimentati da due prodotti turistici prevalenti: il turismo "business" (127 milioni di euro) e il turismo "leisure" (48 milioni di euro), soprattutto culturale e del paesaggio culturale, ai quali si aggiunge la componente dei viaggi per "altri motivi personali" (73 milioni di euro). Dal lato della domanda domestica, invece, data una spesa media pro-capite giornaliera di 104€, la spesa prodotta dai turisti italiani equivale a circa 240 milioni di euro, derivanti anche in questo caso principalmente dal turismo culturale e dal turismo business. Complessivamente, quindi, il fatturato del turismo in provincia di Treviso è stimato in circa 488 milioni di euro, di cui il 75% assorbiti dai settori della ricettività, della ristorazione e del commercio, che si qualificano quindi come le attività più rilevanti della filiera turistica. Dalla ricettività è prodotto il 38% dei 488 milioni di fatturato, dalla ristorazione il 19% e dal commercio un altro 18%. Seguono i trasporti usati dai turisti per gli spostamenti a destinazione (14% del fatturato), i servizi (ricreativi e di intrattenimento, culturali, etc.) e altre attività produttive non classificate (circa il 5% ciascuno). Dal lato dell'offerta, secondo l'opinione diretta degli operatori della provincia intervistati, è mediamente del 6% la quota di produzione nelle imprese del terziario imputabile ai consumi turistici. Tale quota risulta inferiore nel comparto del commercio e in quello dei servizi, nei quali al turismo si deve circa il 2% del business delle imprese (5% secondo gli operatori del commercio Moda-Fashion), mentre è ovviamente superiore nel comparto delle attività turistiche e del tempo libero, in cui circa il 16% del fatturato è ascrivibile al turismo. Nelle attività ricettive il contributo del turismo arriva al 47%, mentre si ferma all'11% nella ristorazione. Tuttavia, vuoi forse per una percezione del turismo un po' sfocata da parte di alcuni operatori, legata alla difficoltà di riconoscere tutti i possibili turisti e di distinguerli da altre categorie di clienti, c'è motivo di credere che la quota imputabile al turismo sia sottostimata e che il turismo ricopra un ruolo più rilevante. Per questo, ci si auspica che in futuro sia possibile disporre dei dati sulla produzione con dettaglio provinciale, per poter applicare un approccio simile a quello usato a livello nazionale nel Conto Satellite Nazionale e giungere così ad una stima più completa e metodologicamente più idonea del peso del turismo sull'economia provinciale.



# IL TURISMO E LA FILIERA PRODUTTIVA

nella provincia di Treviso

A CURA DI CISET – CENTRO INTERNAZIONALE DI STUDI SULL'ECONOMIA TURISTICA

## Introduzione

*Per stimare il valore del turismo e il suo contributo all'economia di una destinazione (un Paese, una regione, etc.) non si può prescindere dal fatto che il settore del turismo si definisce sulla base delle attività dei visitatori e, in particolare, sulla base dell'insieme di beni e servizi da loro acquistati durante e in funzione della loro esperienza di soggiorno. Ne deriva che, a differenza di altre industrie, quella turistica ricavi le sue caratteristiche strutturali e la sua dimensione dalle dinamiche quantitative e qualitative della domanda che la attiva. Si tratta di una peculiarità estremamente significativa e sulla quale è necessario soffermarsi, in quanto è responsabile di una certa difficoltà nel definire sia a livello terminologico sia a livello operativo il turismo stesso e la relativa industria. La filiera produttiva può essere infatti opportunamente definita e misurata solo a partire dal comportamento di consumo del visitatore.*

È il visitatore stesso che, attraverso i suoi atti di consumo, determina i beni e i servizi (alloggio, ristorazione, trasporto, attività ricreative, prodotti artigianali ed enogastronomici, etc.) che compongono il suo paniere di spesa e così la produzione turistica. Se è vero che i turisti richiedono prevalentemente alloggio, trasporto, vitto e ricreazione, è vero anche che non c'è motivo per cui i turisti debbano limitarsi solo a questi servizi. Si pensi, solo a titolo esemplificativo, all'acquisto da parte dei visitatori di souvenir, capi di abbigliamento, prodotti artigianali ed enogastronomici locali, libri, etc. Il consumo turistico può inoltre differenziarsi in ciascuna destinazione, in relazione alla capacità di spesa e ai comportamenti di consumo che possono variare anche consistentemente a seconda degli specifici segmenti (si pensi, ad esempio, alla differenza tra italiani e stranieri e, tra questi, tra turisti europei ed extraeuropei o alla differenza tra turisti culturali e turisti balneari).

Al tempo stesso, non si può ignorare il fatto che i beni e servizi acquistati dai turisti siano difficilmente distinguibili da quelli

comprati da altri consumatori non turisti. Basti pensare al sistema di trasporto o ai ristoranti, sfruttati principalmente da residenti, pendolari o da altre persone non considerabili come turisti. Il consumo turistico è, in altre parole, non esclusivo e così anche le imprese che danno luogo a tali beni e servizi non necessariamente producono in via esclusiva per i turisti.

Di conseguenza, i consumi turistici si qualificano come "tutti", mentre solo i beni e servizi acquistati di volta in volta dai turisti e, in parallelo, l'industria turistica come "l'insieme di tutte le imprese che producono in toto o in parte i beni e servizi oggetto del consumo turistico". L'industria turistica si contraddistingue così per essere multiforme (essendo il consumo turistico composito), atipica (la produzione turistica diventa tale nel momento e nel luogo in cui essa viene acquistata dal consumatore turista) e non definibile una volta per tutte.

Dal punto di vista dei prodotti, vengono considerati caratteristici del turismo quei beni e servizi che, in assenza di visitatori, tenderebbero a scomparire o il cui consumo verrebbe

ridotto significativamente. In analogia, sono identificate come “caratteristiche” quella attività economiche il cui *output* principale è rappresentato da beni e servizi caratteristici del turismo. Le altre attività, a seconda di quanto la produzione sia destinata al turismo o meno, sono considerate come attività “connesse o non specifiche”.

Quantificare il ruolo economico del turismo in un determinato sistema produttivo implica definire in primo luogo la filiera e le varie interdipendenze - risalendo al comparto turistico a partire dal consumo turistico (la spesa turistica) - e in secondo luogo incrociare le informazioni dal lato della domanda con le informazioni dal lato dell’offerta. Una volta definita per un certo livello territoriale la struttura della filiera turistica, sulla base del comportamento di consumo del turista, è necessario mettere in relazione la domanda turistica (ossia la spesa generati dai turisti) con l’offerta (ossia con il valore della produzione), quantificando così, da una parte, quanto ciascun settore economico contribuisca al fatturato turistico e, dall’altra, in che misura la produzione di ciascun settore venga attivata direttamente dai consumi turistici.

La valutazione della dimensione economica del turismo rappresenta un’operazione complessa, data la necessità di impiegare e integrare dati sul turismo derivanti da diverse fonti statistiche, che necessitano di essere armonizzati e che non sempre purtroppo sono disponibili, soprattutto tanto più il livello territoriale si riduce. A livello nazionale, la valutazione è condotta attraverso il Conto Satellite - CST, predisposto per l’Italia dall’ISTAT, che costituisce lo strumento riconosciuto e raccomandato a livello internazionale per la rappresentazione del settore turistico, in quanto integra (in un quadro coerente e in un contesto statistico armonizzato) informazioni sulla domanda e sull’offerta turistica. A livello regionale, invece,

nonostante non sia ancora possibile contare su un CST specifico per la regione, sono state condotte per il Veneto diverse valutazioni che hanno consentito di dare una misura del peso del turismo sull’economia regionale. Molto più complesso è, invece, lo studio dal lato sub-regionale, data la mancanza o l’incompletezza di alcuni dati sulla spesa turistica e sul valore della produzione, che rendono difficoltosa una stima dell’impatto del turismo sull’economia territoriale.

Ciò nonostante, l’obiettivo della presente analisi consiste nel fornire - attraverso l’elaborazione dei dati disponibili e integrando il lato della domanda e quello dell’offerta - una stima della spesa turistica specificatamente per la provincia di Treviso e una ricostruzione della filiera turistica, identificando le principali attività produttive che ne fanno parte e il contributo del turismo a ciascuna di queste.

Il focus presenta e commenta, innanzitutto, i dati riferiti al paniere di consumo dei turisti stranieri e italiani della provincia di Treviso e alla spesa media da questi sostenuta in loco, per arrivare così ad una stima della spesa turistica complessiva - di fatto il fatturato turistico - e ad una valutazione delle attività produttive coinvolte. Accanto a tale approccio che possiamo definire “da domanda”, a partire dall’elaborazione dei risultati dell’indagine sulle aspettative delle aziende terziarie, condotta in collaborazione con il Centro Studi, si propone anche un’analisi dal lato dell’offerta, esaminando le risposte fornite dagli stessi operatori del terziario su quanta parte del loro fatturato dipendenta o meno dal turismo. Sulla base dell’analisi congiunta e del confronto di tali informazioni (lato domanda e lato offerta), si ragionerà in seguito sulla possibilità di derivare una misura del peso del comparto turistico per l’economia locale.

# DALLA SPESA TURISTICA ALLA FILIERA

## Il lato internazionale del turismo: le caratteristiche della spesa sostenuta dai turisti stranieri

### Alcuni cenni metodologici

Il turismo internazionale esercita un peso rilevante in provincia di Treviso, considerato che movimentata oltre la metà dei flussi turistici (55% del totale arrivi e 52% del totale presenze). Per questo, si ritiene utile iniziare l'analisi sulla spesa turistica, partendo dal lato internazionale del turismo e fornendo innanzitutto un quadro sui comportamenti di spesa specifici dei turisti stranieri e sulle caratteristiche della spesa da questi generata nella provincia di Treviso, per l'acquisto di tutti i beni e servizi consumati e fruiti in loco durante il loro soggiorno (dall'alloggio alla ristorazione, dai trasporti alla visita delle attrazioni, dai *souvenir* e altri prodotti ad altre attività ricreative, etc.). Come anticipato nell'introduzione, è proprio a partire dall'analisi dei comportamenti di spesa e da come questi si caratterizzano a seconda dei principali mercati e prodotti, che è possibile risalire ad una stima della spesa turistica complessiva.

Le informazioni di seguito commentate derivano dall'analisi e dalle elaborazioni condotte da Ciset (a partire dai dati

dell'indagine di Banca d'Italia sul turismo internazionale in Italia<sup>1</sup>, riferiti specificatamente alla provincia di Treviso). Considerato che, ad un livello di dettaglio provinciale, i dati di Banca d'Italia potrebbero risentire di qualche anomalia, l'analisi svolta si è basata su un confronto dei dati dell'ultimo anno disponibile (2018) con quelli degli anni precedenti e ha tenuto conto anche delle statistiche ufficiali su arrivi e presenze pubblicate dalla Direzione Statistica della Regione Veneto, al fine di costruire un quadro quanto più veritiero possibile.

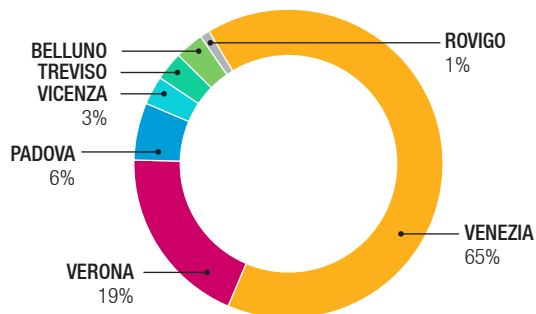
### I turisti internazionali visti attraverso la loro spesa

Un primo elemento utile per contestualizzare la dimensione della spesa turistica provinciale viene dal confronto con il dato regionale (fig. 7.1). Dalle rilevazioni di Banca d'Italia, emerge come la spesa turistica degli stranieri in provincia di Treviso equivalga a circa il 3% dell'intera spesa turistica internazionale in Veneto, in linea con le quote che si ricavano dalle statistiche ufficiali su arrivi e presenze. Se ad una prima lettura la quota della provincia sul totale della spesa regionale possa sembrare piuttosto marginale, non si deve dimenticare che il ruolo rilevante della città di Venezia - come pure quello del litorale e del lago di Garda - tendano a "sminuire" quello

---

1. I dati di Banca d'Italia sul turismo internazionale in Italia derivano dall'indagine condotta annualmente da Banca d'Italia alle frontiere tra i turisti internazionali che hanno fatto un viaggio in Italia e che stanno per lasciare il Paese. L'indagine sul turismo internazionale in Italia di Banca d'Italia può essere ritenuta la principale fonte a riguardo della spesa sostenuta dai turisti stranieri in Italia e dei loro comportamenti di spesa, considerata l'autorevolezza dell'istituto che conduce l'indagine stessa (Banca d'Italia per l'appunto). I dati si riferiscono alla spesa sostenuta dai turisti per tutti i servizi da loro fruiti durante il loro soggiorno (alloggio, vitto, trasporti all'interno della destinazione, intrattenimento e altre attività, etc.) e include sia i turisti che alloggiano in strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere registrate sia quelli che alloggiano in case private (parenti e amici, etc.) e in altri alloggi non registrati.

**Fig. 7.1 - Ripartizione % della spesa turistica internazionale nella regione Veneto per provincia (val. %)**

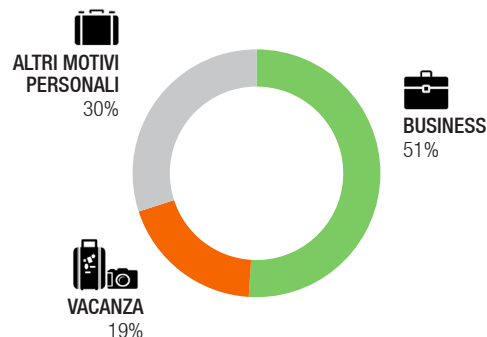


Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

che è l'apporto delle altre località venete (tra cui la provincia di Treviso), che invece non è affatto da sottovalutare.

Una seconda informazione importante è quella sui **“motivi del viaggio”**. Essa consente di fare delle valutazioni sui prodotti turistici che maggiormente contribuiscono a generare valore per la provincia di Treviso. In figura 7.2 emerge come il turismo business (congressuale e di lavoro), movimentato dal consistente e vivace tessuto produttivo che caratterizza la Marca, rappresenti un prodotto turistico di estrema rilevanza per la provincia, tanto che il 51% della spesa degli stranieri in provincia è generato da turisti in viaggio per affari e/o per partecipare a fiere ed eventi congressuali. In termini di turismo business, la Marca gioca tra l'altro un ruolo importante a livello regionale, tanto che sul totale della spesa turistica internazionale per viaggi d'affari e congressuali in Veneto, il 16% è da attribuire proprio alla provincia di Treviso (contro una quota del 4% se si considera la

**Fig. 7.2 - Ripartizione % della spesa turistica internazionale in provincia di Treviso per motivo del viaggio (val. %)**

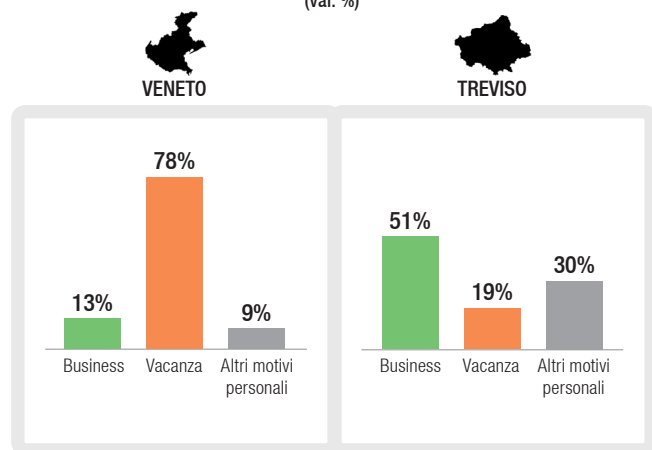


Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

spesa complessiva). Accanto al 51% del turismo business, un altro 30% della spesa in provincia è alimentato da viaggi per altri motivi personali, principalmente la visita a parenti e amici, mentre la componente di turismo da vacanza leisure vera e propria vale il 19% della spesa.

Come evidenziato nel grafico successivo (fig. 7.3), il confronto con il dato riferito all'intera regione Veneto mette in luce le specificità che caratterizzano il turismo della Marca rispetto alla media regionale, rendendo ancora più evidente l'importanza del turismo business. Mentre, infatti, questo vale oltre la metà della spesa in provincia di Treviso, nell'intera regione si riduce mediamente al 13%. Considerata la varietà di destinazioni presenti nel territorio regionale (dal culturale al lacuale, dal balneare al montano) e la presenza di alcune destinazioni molto forti, in media in Veneto prevale nettamente il turismo legato alla vacanza leisure *tout court* (78% della spesa regionale), mentre

**Fig. 7.3 - Ripartizione % della spesa turistica internazionale nella regione Veneto e in provincia di Treviso per motivo del viaggio (val. %)**



Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

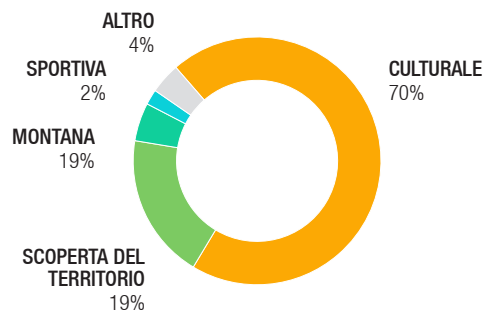
è limitato il ruolo dei viaggi alimentati da altri motivi personali (9%), che invece in provincia di Treviso è piuttosto significativo.

Focalizzando l'attenzione sulla sola spesa per vacanza, si osserva come il turismo leisure nella Marca (fig. 7.4) si contraddistingua per una connotazione di tipo prevalentemente culturale. Il 70% della spesa per vacanza (13% della spesa complessiva) è sostenuto, infatti, da turisti motivati dalla visita alle città d'arte e alle principali attrazioni culturali, quali musei, mostre, etc. (si pensi in primis alla città di Treviso, ma anche agli altri principali centri storici e artistici della provincia - quali Aso, Conegliano, etc. - come anche ai luoghi della Grande Guerra). Sempre più, oggi, si osservano da parte del turista un interesse e una fruizione allargata del patrimonio culturale della destinazione, includendo beni storico-artistici "minori," piccoli borghi, aspetti della cultura materiale e immateriale (tradizioni, antichi saperi, etc.) legati,

ad esempio, alle produzioni artigianali ed enogastronomiche tipiche. Questo turismo, che potremmo definire "di scoperta del territorio", è solitamente motivato non da una singola attrazione, ma dall'insieme di caratteristiche ambientali, socioeconomiche e culturali che identificano e distinguono una determinata area.

Per questo, secondo la definizione coniata dal Ciset, si può parlare di "turismo del paesaggio culturale". Questo turismo è senza dubbio rintracciabile anche e soprattutto in provincia di Treviso, nella quale quasi il 20% della spesa per vacanza deriva proprio da viaggi di scoperta del territorio, motivati per l'appunto dal cosiddetto paesaggio culturale nel suo insieme, basato in questo caso sulle risorse enogastronomiche (in primis la produzione vitivinicola, con il Prosecco - tra l'altro da poco riconosciuto Patrimonio Unesco) e sulla presenza di contesti naturalistici e paesaggistici di pregio (le colline del Prosecco, il Montello, l'area pedemontana, i piccoli borghi, etc.), in cui

**Fig. 7.4 - Ripartizione % della spesa turistica internazionale per vacanza in provincia di Treviso per motivazione della vacanza (val. %)**

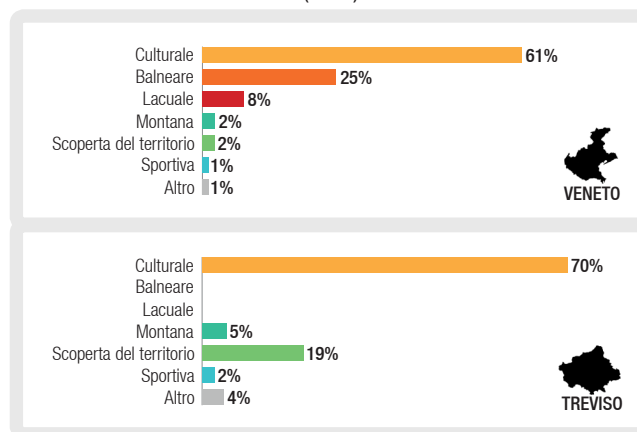


Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

la storia lasciata dall'attività dell'uomo si fonde con la natura. Come spiegato, dato che il turista manifesta un interesse ampio per tale patrimonio, è difficile distinguere un'attenzione prevalente per uno specifico elemento. Cercando comunque di "scomporre" le motivazioni alla base del turismo del paesaggio culturale in provincia di Treviso, emerge su tutti l'interesse di conoscere e provare l'enogastronomia locale, a cui si deve l'11% dell'intera spesa per vacanza nella provincia. Non si deve dimenticare, inoltre, che turismo culturale in senso stretto e turismo di scoperta sono molto legati tra loro: molto frequentemente il turista è motivato, ancora una volta, da più componenti e svolge attività in loco associabili in parte all'uno e in parte all'altro, tanto che questo può avere difficoltà nel definire esattamente la motivazione della sua vacanza. Questo spiega perché le quote del turismo culturale e di quello di scoperta siano in alcuni anni differenti, con un maggiore peso del primo in alcuni anni e del secondo in altri. Non vi è dubbio comunque che il turismo culturale in provincia di Treviso, dato il tipo di esperienza vissuta dai turisti e in relazione al tipo di risorse presenti nell'area, debba essere inteso in un senso più ampio del termine e non solo limitato alle città d'arte e ai principali beni monumentali e storico-artistici. Tra l'altro, la spesa generata dal turismo di scoperta e del paesaggio culturale in provincia di Treviso rappresenta il 12% dell'intera spesa regionale riferita a questo prodotto, evidenziando così il peso per nulla irrilevante della Marca su questo tipo di fruizione (contro una quota del 4% rispetto alla spesa complessiva).

Guardando al confronto con il dato medio regionale (fig. 7.5), emerge ancor di più come il turismo di scoperta, che in Veneto

**Fig. 7.5 - Ripartizione % della spesa turistica internazionale per vacanza nella regione Veneto e in provincia di Treviso per motivazione della vacanza (val. %)**



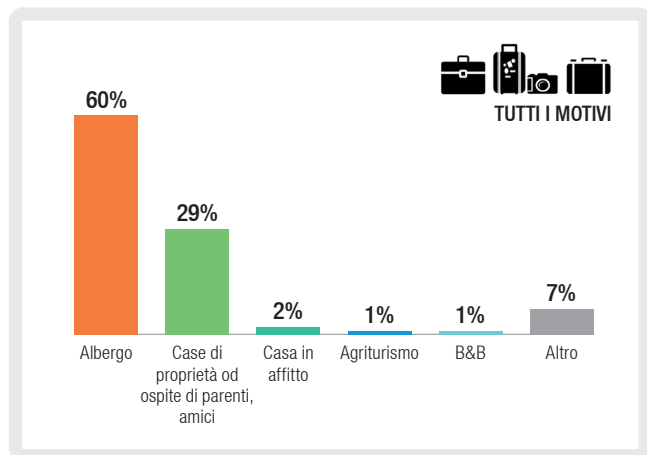
Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

vale appena il 2% (superato ovviamente da altri prodotti molto più forti, come il culturale tradizionale delle città d'arte, che alimenta ben il 61% della spesa in Veneto, il balneare e il lago), assume invece un ruolo di primo piano in provincia di Treviso.

Oltre ai motivi del viaggio e ai prodotti turistici economicamente più rilevanti, un ulteriore elemento utile da considerare in questa analisi, strettamente collegato al precedente, è la **"forma di alloggio"**. Essa consente di valutare quali tipologie di ricettività rivestano un peso maggiore in termini di spesa turistica, risultato sia di una diversa preferenza dei turisti per una soluzione piuttosto che un'altra, che di una diversa capacità/disponibilità di spesa del turista a seconda della tipologia di alloggio scelto. I dati di Banca d'Italia consentono di rilevare non solamente la ricettività/ospitalità registrata, alberghiera e extralberghiera, ma anche quella fornita da abitazioni private (case proprie, case di parenti e amici) e da altre soluzioni non commerciali.



**Fig. 7.6 - Ripartizione % della spesa turistica internazionale (tutti i motivi) in provincia di Treviso per tipo di alloggio (val. %)**

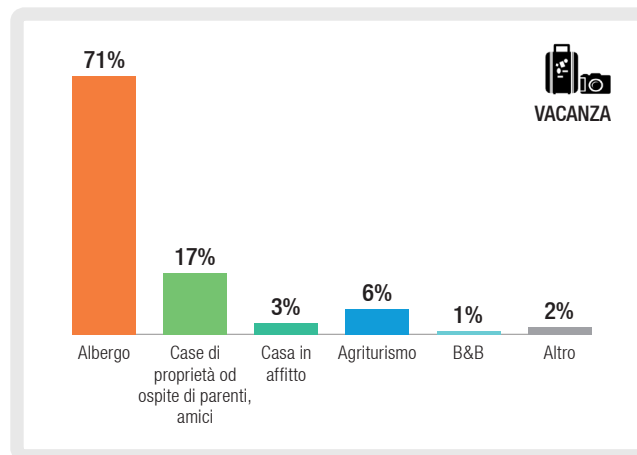


Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

Come mostrato in figura 7.6, emerge quindi che in provincia di Treviso la componente prevalente è rappresentata dalla ricettività alberghiera, dato che i turisti che pernottano in albergo alimentano ben il 60% dell'intera spesa turistica internazionale nella provincia; quota che sale al 71%, se si considera la sola spesa per vacanza (figura 7.7). Il dato è tutto sommato in linea con quello derivante dalle statistiche ufficiali su arrivi e presenze che, limitatamente alle strutture aperte al pubblico, vedono la netta supremazia del comparto alberghiero (80% degli arrivi e 70% delle presenze).

A seguire, si colloca l'ospitalità presso parenti e amici o case di proprietà (29% della spesa complessiva, ma 17% della spesa per vacanza), dato che non stupisce più di tanto, se si considera che uno dei motivi prevalenti del viaggio per i turisti stranieri in provincia di Treviso è costituito proprio dalla visita a parenti e amici e altri motivi personali.

**Fig. 7.7 - Ripartizione % della spesa turistica internazionale per vacanza in provincia di Treviso per tipo di alloggio (val. %)**



Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

Tutte le altre soluzioni di alloggio, ossia le strutture extralberghiere (alloggi in affitto, B&B, etc.) hanno un peso più marginale, anche se nell'insieme valgono più del 10%.

Si evidenzia che, considerando la sola spesa per vacanza, emergono gli agriturismi con una quota del 6% della spesa per vacanza (contro un 1%), a dimostrazione che tale forma di ospitalità è maggiormente preferita dai turisti leisure piuttosto che da altri viaggiatori, come i turisti business.

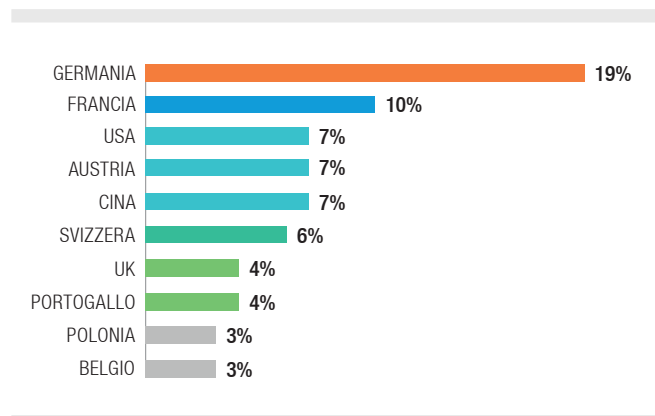
L'interesse per gli alloggi agrituristici da parte dei turisti leisure è da leggere in stretto collegamento con l'importanza del turismo di scoperta rilevato per l'appunto tra i turisti stranieri in provincia di Treviso, che porta proprio a preferire forme di ricettività alternative al classico hotel o che comunque presentano caratteri di tipicità in sintonia con il territorio visitato.

Relativamente alle forme di alloggio extralberghiere, sarebbe interessante poter conoscere il dato riferito alla scelta di

soluzioni veicolate tramite i portali di *sharing economy* (Air&b&b su tutti), data la crescita esponenziale di tale fenomeno, ma purtroppo i dati non contemplano ancora questo dettaglio.

Nell'analizzare le caratteristiche della spesa, non si può ovviamente non considerare il dettaglio del **Paese di origine**, evidenziando il contributo di ciascun mercato alla spesa turistica complessiva. Il grafico seguente (fig. 7.8) evidenzia, per i primi dieci Paesi stranieri generatori di spesa in provincia di Treviso, la quota sul totale della spesa. La Germania rappresenta il primo mercato, tanto che i turisti tedeschi alimentano ben il 19% della spesa turistica internazionale nella Marca. Al secondo posto si colloca la Francia, con una quota del 10%, e a seguire gli Stati Uniti, l'Austria e la Cina, con il 7%. La classifica dei mercati in termini di spesa presenta delle somiglianze con quella delle

**Fig. 7.8 - Primi 10 Paesi per spesa turistica internazionale in provincia di Treviso e loro quota % sul totale della spesa internazionale (val. %)**



Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

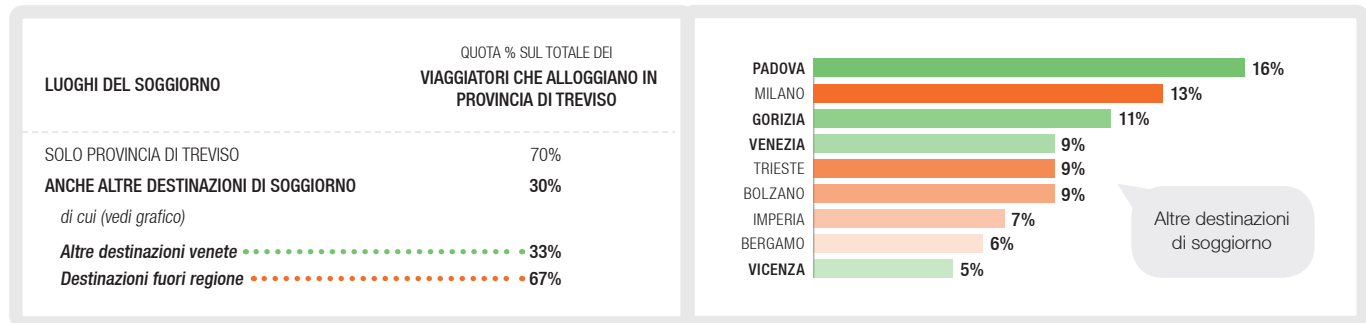
statistiche ufficiali a livello di arrivi e presenze, dove i principali mercati sono di fatto gli stessi (la Germania si conferma sempre al primo posto). Sussistono comunque delle differenze, dovute al fatto che ciascun mercato si caratterizza per una diversa capacità di spesa e che la classifica di Banca d'Italia, a differenza delle statistiche ufficiali di arrivi e presenze, riesce a cogliere anche quei turisti che alloggiano in forme di ricettività non commerciali (case di parenti e amici, etc.).

Un ulteriore elemento che merita attenzione consiste nel considerare se i turisti abbiano pernottato e visitato altre località nel corso del loro intero soggiorno, oltre a quella oggetto di analisi – in questo caso la provincia di Treviso. Tale elemento è importante, in quanto consente di meglio comprendere i comportamenti di fruizione e di spesa dei turisti in una data destinazione, dato che turisti che intraprendono un viaggio multi-destinazione presentano in molti casi un budget di tempo e di spesa diverso rispetto ai turisti che concentrano il loro viaggio in un unico luogo. Nel primo caso, infatti, il turista potrebbe dedicare a ciascuna destinazione toccata un numero di notti e una spesa mediamente inferiori rispetto alle notti che trascorrerebbe e alla spesa che sosterrrebbe nel caso in cui si fermasse in un'unica destinazione.

Grazie ai dati di Banca d'Italia, è possibile conoscere se i turisti che soggiornano nella Marca si rechino anche in altre località e quali di queste siano le più frequenti (fig. 7.9). Quello che emerge è che circa il 70% dei turisti che alloggiano nella provincia di Treviso hanno la Marca come unica meta e qui vi trascorrono quindi tutte le notti del loro viaggio. Il rimanente 30%, invece, prima o dopo aver soggiornato a Treviso, si reca

**Fig. 7.9 - Altre destinazioni di soggiorno dei turisti che alloggiano in provincia di Treviso  
(quota % sul totale dei viaggiatori che alloggiano in provincia di Treviso)**

(val. %)



Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

anche in altre destinazioni, di cui per il 33% sempre all'interno del Veneto, come l'area di Padova (16%) o di Venezia (8%), mentre il rimanente in città di altre regioni, principalmente vicine al Veneto (Milano e Bergamo, Trieste, Gorizia, Bolzano, etc.). La scelta di queste altre mete è da interpretare alla luce del motivo del viaggio, che, come sopra evidenziato, nel caso dei turisti che alloggiano in provincia di Treviso, è molto legato al business. Questo, quindi, potrebbe spiegare l'abbinamento di Treviso con Gorizia, Bolzano o Bergamo, mentre la scelta di destinazioni come Venezia, Padova, Milano o Trieste potrebbe essere maggiormente legata anche a vacanze leisure.

Si conclude questa analisi delle caratteristiche della spesa dei turisti internazionali in provincia di Treviso, con un'informazione che sarà ripresa nel successivo capitolo, al fine di stimare il valore di spesa complessivo dei turisti stranieri. Si tratta della loro **spesa media pro-capite giornaliera**, ossia dell'importo che

mediamente ciascun turista che alloggia nella Marca spende al giorno per l'acquisto di tutti i beni e servizi di cui ha bisogno durante il suo soggiorno. Secondo i dati di Banca d'Italia, la spesa media pro-capite giornaliera dei turisti internazionali in provincia di Treviso si aggira attorno a 86€, circa 20€ in meno rispetto alla spesa media rilevata su scala regionale. Il divario può essere imputato a diversi fattori: si cita, ad esempio, la forte componente di turisti in viaggio per motivi personali ma non di vacanza, principalmente visita a parenti e amici (che si ricorda essere circa il 50% delle notti e il 30% della spesa), e che alloggiano presso case di proprietà o comunque di familiari o amici, i quali, abbattendo i costi dovuti all'alloggio e in parte a pranzi e cene fuori casa, si caratterizzano per un budget più basso; a questi si aggiungono coloro che alloggiano presso strutture extralberghiere (16% delle notti e 11% della spesa) che solitamente sono più convenienti rispetto agli hotel. Si pensi inoltre che in provincia di Treviso i prezzi della ricettività

**Tab. 7.1 - Spesa media pro-capite giornaliera dei turisti internazionali in provincia di Treviso per motivo del viaggio e motivazione della vacanza**  
(val. in euro)

MOTIVO DEL VIAGGIO	SPESA MEDIA PRO-CAPITE GIORNALIERA
BUSINESS	180€
ALTRI MOTIVI PERSONALI	43€
VACANZA	100€
di cui	
Culturale	94€
Scoperta del territorio	137€
<b>TOTALE VIAGGI</b>	<b>86€</b>

Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

**Tab. 7.2 - Spesa media pro-capite giornaliera dei turisti internazionali in provincia di Treviso per Paese di provenienza (primi 10 Paesi per spesa)**  
(val. in euro)

PAESE DI ORIGINE	SPESA MEDIA PRO-CAPITE GIORNALIERA
GERMANIA	110€
FRANCIA	95€
USA	250€
AUSTRIA	112€
CINA	132€
SVIZZERA	80€
UK	155€
PORTOGALLO	80€
POLONIA	74€
BELGIO	120€
<b>TOTALE PAESI</b>	<b>86€</b>

Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

e in parte di altri servizi potrebbero essere inferiori rispetto a quelli di destinazioni del Veneto a maggiore vocazione turistica come Venezia, Verona o le località balneari o del Lago.

A questo si collega il fatto che, come verrà meglio evidenziato nel capitolo successivo nel confronto tra la spesa media degli italiani e quella degli internazionali, una parte dei turisti stranieri della Marca, data la convenienza dei prezzi delle strutture e la buona posizione logistica, sceglie di alloggiare in provincia di Treviso anche se la motivazione di vacanza è un'altra città, in primis Venezia. In questo caso, quindi, la spesa di tali viaggiatori si limita solo al servizio ricettivo e a qualche pasto, mentre il resto è speso nella destinazione visitata. Si consideri comunque che sussistono differenze, anche significative, in termini di comportamenti e capacità di spesa dei turisti in relazione al motivo del viaggio (generalmente più alta per business e vacanza) come anche al mercato di origine.

Con riferimento alla provincia di Treviso (tab. 7.1), si osserva che i turisti d'affari e congressuali arrivano a spendere fino a 180€ per persona al giorno (dovuti ad esempio alla scelta di hotel e ristoranti di categoria più elevata, a frequenti spostamenti, etc.) e quelli leisure circa 100€. Tra questi, i turisti di scoperta del territorio presentano una spesa ancora maggiore e pari a circa 137€, mentre i culturali tradizionali spendono circa 94€. Come però già osservato, è invece nettamente inferiore e ben al di sotto della media la spesa dei turisti con altri motivi personali (43€).

Riguardo ai mercati di provenienza (tab. 7.2), la spesa media pro-capite giornaliera tende a essere superiore alla media per alcuni turisti europei - ad esempio, tedeschi (110€), austriaci (112€) e inglesi (155€) - e per alcuni turisti extraeuropei - come, statunitensi (250€) e cinesi (135€, inferiore comunque al dato rilevato su scala regionale).

# UNA STIMA DELLA SPESA TURISTICA COMPLESSIVA

## Alcuni cenni metodologici

Per stimare la spesa turistica complessiva è necessario ovviamente considerare sia la componente internazionale sia quella domestica e in particolare, per ciascuna di queste, conoscere non solo “quanto”, ma anche “come” i turisti spendono durante la loro permanenza in loco. Si tratta cioè di capire come i turisti distribuiscono il loro budget tra i diversi beni e servizi di cui hanno bisogno, ovvero di definire il loro paniere di consumo riferito al soggiorno nella destinazione, che sia una vacanza leisure, un viaggio di lavoro o per altre motivazioni.

In entrambi i casi si è proceduto, di conseguenza, con una valutazione del comportamento di spesa e della spesa media pro-capite giornaliera dei turisti specificatamente riferita alla provincia di Treviso per poi risalire - anche sulla base delle statistiche ufficiali su arrivi e presenze, rivalutate in relazione ad un moltiplicatore che tiene conto delle presenze nelle strutture non registrate (case di proprietà o di parenti e amici, altri alloggi privati, etc.)<sup>2</sup> - ad una stima del valore della spesa complessiva sostenuta dai turisti italiani e stranieri nell'area.

Mentre l'analisi dei comportamenti di spesa degli stranieri è

stata condotta a partire dai dati di Banca d'Italia del 2018, confrontati con quelli degli anni precedenti più recenti (si vedano i cenni metodologici spiegati nel capitolo 2.1), quella riferita ai turisti italiani si è basata su diversi studi e indagini condotti negli anni da Ciset sul turismo domestico nella regione Veneto e sull'attività svolta da Ciset fino a qualche anno fa per l'Osservatorio Turistico della Provincia di Treviso<sup>3</sup>. Quest'ultima fonte è comunque stata utile anche per affinare l'analisi della domanda internazionale.

## Spesa media e comportamenti di spesa dei turisti stranieri e italiani

Mentre, come evidenziato nel capitolo precedente, la spesa media pro-capite giornaliera dei turisti internazionali in provincia di Treviso è stimata sui circa 86€, quella dei turisti domestici si aggira attorno a 104€ (tab. 7.3). Il budget medio giornaliero delle due componenti di domanda non è molto diverso, anche se gli italiani spendono mediamente 18€ euro in più rispetto agli stranieri. Si osserva che, mentre in altre destinazioni, la spesa media degli italiani è solitamente inferiore a quella degli internazionali, in provincia di Treviso vi è una situazione

---

2. Mentre per la domanda internazionale, si dispone dei dati di Banca d'Italia che tengono conto dei pernottamenti sia nelle strutture registrate, alberghiere ed extralberghiere, sia in altri alloggi privati (case di proprietà o di parenti e amici, etc.), per la domanda domestica si dispongono delle sole statistiche ufficiali ISTAT, su arrivi e presenze, rilevate tra le strutture registrate. Per rilevare, quindi, la componente di presenze non registrate anche per la domanda italiana, è stato applicato un moltiplicatore derivato a partire da quello relativo alla domanda internazionale confrontato con le informazioni provenienti da altre indagini condotte (veda nota successiva).

3. Ciset. (2013). I turisti italiani in Veneto: caratteristiche del viaggio, comportamento di spesa e livelli di fatturato. Rapporto finale per Regione Veneto. - Ciset (2010-2015). Rapporto Annuale sul Turismo della Provincia di Treviso. Ciset per Osservatorio Turistico della Provincia di Treviso.

**Tab. 7.3 - Spesa media pro-capite giornaliera del turista italiano e straniero in provincia di Treviso**  
(val. in euro)

	SPESA MEDIA PRO-CAPITE GIORNALIERA
<b>TURISTA ITALIANO</b>	104 €
<b>TURISTA STRANIERO</b>	86 €

Fonte: elaborazioni Ciset su stime Ciset

opposta. Se a prima vista, questo potrebbe apparire strano, in realtà non stupisce, dato che i turisti domestici che alloggiano in provincia di Treviso tendono ad avere un profilo superiore rispetto a quello degli stranieri. Si tratta prevalentemente di turisti culturali o in viaggio per affari e molto spesso *repeaters*, quindi maggiormente motivati a ritornare nella Marca per approfondire la conoscenza di specifici elementi del territorio (ad esempio la produzione vitivinicola) o in occasione di specifici eventi (visitare una mostra, partecipare ad un festival, ad una manifestazione sportiva, etc.). Per questo, presentano un comportamento di spesa un po' "più fine" e tendono a spendere un po' di più sul territorio per servizi e altro. Tra gli stranieri, invece, accanto alla componente dei turisti "high spender" (si pensi a certi viaggiatori d'affari e ai turisti del paesaggio culturale) che manifestano un comportamento simile a quello sopra descritto per gli italiani, vi è anche una quota di turisti che, soprattutto in alcune aree della provincia, si caratterizza per una capacità di spesa inferiore, in quanto motivata da una visita più sommaria del territorio e soprattutto dalla visita di altre destinazioni fuori provincia. Si fa riferimento a quei turisti che, approfittando della posizione strategica di alcune aree della provincia (vicinanza all'aeroporto e alla città di Venezia) e della convenienza dei prezzi delle strutture

ricettive, alloggiano in provincia di Treviso, anche se la loro motivazione di vacanza prevalente è la visita di altre città (ad esempio Venezia). Di conseguenza, il valore di quanto speso in provincia da questi turisti è più limitato (principalmente la spesa per alloggio e in parte per il cibo). È il caso, ad esempio del mercato cinese, ben rappresentato nella Marca (anche se per una buona parte motivato da Venezia), per il quale si rileva in provincia di Treviso una spesa media pro-capite giornaliera inferiore rispetto a quella registrata in Veneto.

La combinazione tra turisti stranieri "high spender" e turisti più "low cost" porta di conseguenza ad avere una spesa media per gli stranieri leggermente inferiore rispetto a quella degli italiani.

Esaminando nel dettaglio i comportamenti di consumo, si osserva che, oltre alla differenza di capacità di spesa, anche il paniere è piuttosto diverso tra italiani e stranieri. Come evidenziato in figura 7.10 e nella tabella 7.4, ad eccezione dell'alloggio, per cui la quota del budget dedicata è uguale (38% per gli italiani, pari a 39€ per persona al giorno, e 37% per gli stranieri, pari a 32€), sussistono notevoli differenze rispetto alle altre voci di spesa che compongono il paniere.

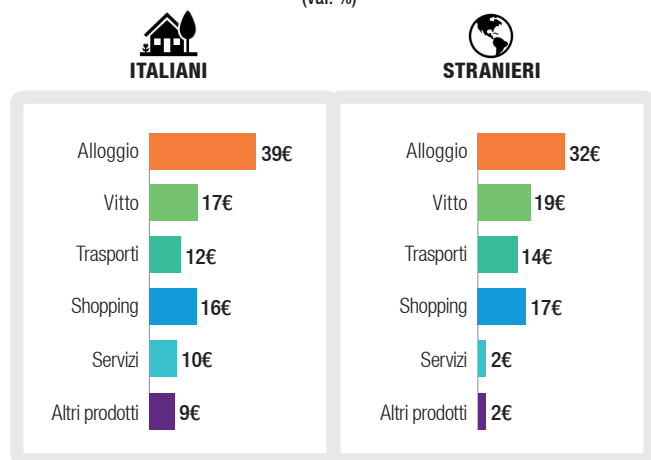
Gli stranieri, in particolare, spendono in valore assoluto e in percentuale di più degli italiani per il vitto (22% contro il 16% degli italiani), per i trasporti (16% contro 12%) e per lo shopping (20% contro 16%). Tale comportamento può trovare spiegazione nel fatto che i turisti stranieri (leisure, ma anche business e con altri motivi) possano essere maggiormente interessati a provare le tipicità enogastronomiche e della cucina locale, come pure a comprare prodotti tipici, in virtù del fatto che, conoscendoli meno, sono più curiosi e che non hanno spesso occasione di provarli e di poterli acquistare a casa, come invece è per un

turista italiano. Non si deve dimenticare, tra l'altro, che tra i turisti stranieri leisure che soggiornano nella Marca si distingue una quota significativa di turismo di scoperta del territorio e in particolare proprio di turismo enogastronomico. Relativamente alla quota elevata della voce del trasporto, si ricorda che i turisti stranieri tendono solitamente, più degli italiani, a viaggiare con mezzi pubblici o comunque non propri, spendendo quindi di più per questa voce. Inoltre, pensando ancora una volta al turismo di scoperta, questo si caratterizza per essere itinerante, favorendo quindi frequenti spostamenti durante il soggiorno e così una spesa in proporzione maggiore per il trasporto.

Per contro, gli italiani tendono a spendere di più (sia in valore assoluto sia in percentuale) per servizi (ricreativi, culturali, sportivi, etc.) e per altri prodotti non classificati, molto probabilmente perché, anche in virtù del fatto che possono essere già stati in altre occasioni nella Marca, tendono ad essere più motivati dalla partecipazione a particolari eventi a

**Fig. 7.10 - Spesa media pro-capite giornaliera di turisti italiani e stranieri in provincia di Treviso per voce di spesa**

(val. %)



Fonte: elaborazioni Ciset su stime Ciset

**Tab. 7.4 - Ripartizione % della spesa media pro-capite giornaliera di turisti italiani e stranieri in provincia di Treviso per voce di spesa**  
(val. %)

VOCI DI SPESA	ITALIANI	STRANIERI
ALLOGGIO	38%	37%
VITTO	16%	22%
TRASPORTI	12%	16%
SHOPPING	16%	20%
SERVIZI (CULTURALI, RICREATIVI, ETC.)	10%	3%
ALTRI PRODOTTI	8%	2%
<b>TOTALE</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborazioni Ciset su stime Ciset

pagamento (rassegne, festival, competizioni sportive, etc.) o dalla visita ad una mostra, tendendo così a spendere di più per i servizi in loco (servizi culturali come il biglietto d'ingresso ad una mostra o la visita guidata oppure il biglietto di ingresso ad una rassegna o la quota di iscrizione ad un evento sportivo, etc.). I turisti stranieri, invece, sono più interessati a visitare la destinazione e a conoscere il patrimonio culturale, ma (anche gli stessi turisti culturali in senso stretto) potrebbero essere incuriositi dal paesaggio e dal contesto storico-artistico nel suo insieme, preferendo ad esempio scoprire la destinazione passeggiando nel centro storico e perdersi tra strade e vicoli o facendo acquisti di souvenir, piuttosto che entrare per visitare edifici, monumenti, mostre o partecipare ad eventi a pagamento, etc. Non è da dimenticare, inoltre, che una buona parte di questi sono in viaggio per motivi personali non di vacanza (ad esempio la visita di parenti e amici), per cui potrebbero non necessitare di molti servizi in loco.

Fig. 7.11 - Spesa turistica internazionale in provincia di Treviso per prodotto turistico  
(val. %)



Fonte: elaborazioni Ciset su stime Ciset

## La spesa turistica complessiva e la filiera coinvolta

La spesa sostenuta dai **turisti stranieri** che alloggiano in provincia di Treviso ammonta a circa 248 milioni di euro (fig. 7.11), che - considerando i dati derivanti dall'indagine di Banca d'Italia in relazione ai motivi del viaggio, commentati in precedenza - sono alimentati da due prodotti turistici prevalenti: da una parte il turismo business, a cui si devono ben 127 milioni di euro, e dall'altra il turismo leisure che genera 48 milioni di euro, attribuibili per la quasi totalità al turismo culturale e del paesaggio culturale. A questi si aggiunge un'altra componente comunque rilevante, rappresentata da viaggi per altri motivi personali, che nell'insieme producono circa 73 milioni di euro.

In riferimento invece ai **turisti italiani** (tab. 7.5), la spesa da questi prodotta equivale a circa 240 milioni di euro che, anche se non si dispongono di fonti così dettagliate come per gli stranieri (Banca d'Italia), sono prodotti anche in questo caso principalmente dal turismo culturale e dal turismo business.

Complessivamente, quindi, l'intera spesa turistica in provincia di Treviso è stimata in circa 488 milioni di euro, di cui il 49% prodotti dalla domanda domestica e il rimanente 51% da quella internazionale.

Sulla base dei dati sul paniere di consumo e del valore della spesa complessiva dei turisti, che altro non è che il fatturato attivato dal turismo nel sistema produttivo, è possibile definire le attività produttive prevalenti della filiera turistica e come il fatturato turistico complessivo si ripartisca tra queste.

Tab. 7.5 - Spesa turistica complessiva in provincia di Treviso per provenienza del mercato  
(val. in euro e val. %)

VOCI DI SPESA	VALORE ASSOLUTO	%
ITALIANI	240 MILIONI €	49%
STRANIERI	248 MILIONI €	51%
<b>TOTALE</b>	<b>488 MILIONI €</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborazioni Ciset su stime Ciset



Emerge quindi che, dei 488 milioni di euro attivati dai turisti in provincia di Treviso, ben 183 milioni sono assorbiti dalle attività ricettive della provincia, 94 milioni dalla ristorazione e 88 milioni dalle attività del commercio (tab. 7.6). Non irrilevante è inoltre il fatturato generato dai turisti nei trasporti (67 milioni), mentre 30 milioni sono prodotti nel settore dei servizi. Tali dati dimostrano che anche in provincia di Treviso la ricettività, come è ovvio pensare, rappresenta l'attività produttiva prevalente della filiera turistica, tanto da concentrare ben il 38% dell'intero fatturato turistico. Ristorazione e commercio sono le altre due attività più importanti, con un peso di quasi il 20% ciascuno, come anche il settore dei trasporti, con una quota del 14% del fatturato, non è da sottovalutare. I servizi e altre attività produttive non classificate assorbono, invece, una quota minoritaria del fatturato turistico della provincia di Treviso, circa il 5% ciascuno. Come si ha già avuto modo di spiegare, i turisti della provincia di Treviso, soprattutto quelli di provenienza straniera, al momento tendono a non avvalersi di molti altri servizi oltre a quelli ricettivo, ristorativo e di trasporti, rendendo così modesto il fatturato turistico prodotto nel comparto dei servizi. C'è comunque motivo di

credere che l'aumento di turisti con un profilo più maturo e "high spender" a cui si potrà assistere nel prossimo futuro, anche in relazione all'ulteriore sviluppo nell'area del turismo di scoperta e del paesaggio culturale, possa favorire una crescita più consistente del fatturato turistico nei servizi e in altre attività produttive, rendendo così più rilevante il loro ruolo nella filiera.

**Tab. 7.6 - Filiera turistica e fatturato turistico (valore assoluto e percentuale) per attività produttiva in provincia di Treviso**  
(val. in euro e val. %)

MACROSETTORI	VALORE ASSOLUTO	%
RICETTIVITÀ	183 milioni €	38%
RISTORAZIONE	94 milioni €	19%
COMMERCIO	88 milioni €	18%
TRASPORTI	67 milioni €	14%
SERVIZI (CULTURALI, RICREATIVI, ETC.)	30 milioni €	6%
ALTRE ATTIVITÀ PRODUTTIVE	26 milioni €	5%
<b>FATTURATO TURISTICO TOTALE</b>	<b>488 milioni €</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborazioni Ciset su stime Ciset

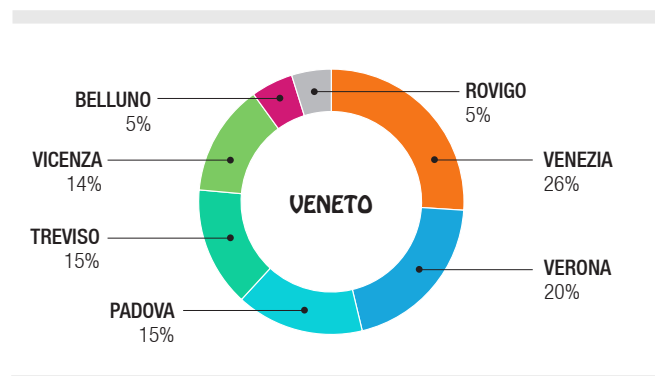
# LA VALUTAZIONE DA PARTE DELLE ATTIVITÀ PRODUTTIVE DEL TERZIARIO

## Un quadro di partenza: unità loca e posti di lavoro nelle attività del turismo

Prima di commentare le risposte degli operatori circa il contributo del turismo al loro fatturato, è utile dare uno sguardo al contesto di riferimento delle attività del terziario associabili al comparto turistico, in termini di numero di unità locali (dati Camera di Commercio) e di dinamica del mercato del lavoro (dati Veneto Lavoro). In particolare, sulla base della classificazione ATECO 2007, si considerano le attività afferenti a:

- servizi di alloggio (codice 55);
- servizi di ristorazione (codice 56);
- servizi delle agenzie di viaggio e dei tour operator e di prenotazione (codice 79);
- organizzazione di convegni e fiere (82.3);
- attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento (codici 90, 91, 92);
- servizi sportivi e centri di benessere fisico (codici 93 e 96.04).

**Fig. 7.12 - Ripartizione delle unità locali riferite alle attività del turismo in Veneto per provincia, 2018**  
(val. %)



Fonte: elaborazioni Ciset su dati Infocamere

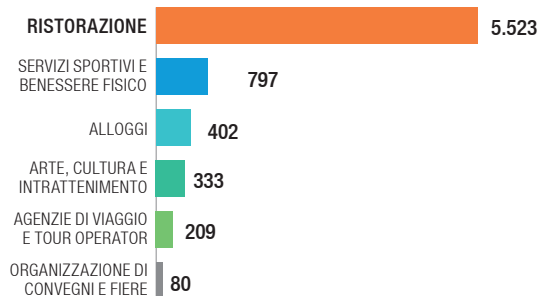
Come si può osservare si tratta di attività che, fatta eccezione per le strutture ricettive, non sono destinate esclusivamente al consumo turistico (si pensi alla ristorazione, di cui si avvalgono in primis i residenti) e per le quali, proprio per questo, è necessario stabilire quanto del loro fatturato sia imputabile al turismo stesso; come pure anche altre attività qui non contemplate potrebbero, in particolari contesti, essere fatte rientrare in parte nel comparto turistico, a seconda di quello che è il comportamento di consumo del turista stesso (si pensi a titolo esemplificativo alle attività del comparto alimentare, alcune delle quali forniscono beni e/o servizi che possono essere consumati e/o fruiti anche dai turisti). Tali valutazioni sono per l'appunto condotte nei successivi sottocapitoli.

Relativamente alle attività sopra considerate, si contano in provincia di Treviso 7.344 unità locali attive (dato 2018), ossia il 13% di tutte le unità rilevate nel terziario a livello provinciale. In confronto con il dato regionale, la provincia di Treviso ospita il 15% di tutte le attività "turistiche" presenti nella regione Veneto (fig. 7.12).

Entrando nel dettaglio delle singole attività prese in esame (fig. 7.13), si osserva che è la ristorazione, con 5.523 unità locali, a fare la parte del leone, seguita a notevole distanza dai servizi sportivi e legati al benessere fisico (797 unità) e al terzo posto dai servizi di alloggio (402).

In merito alla dinamica negli ultimi 5 anni (2014-2018), le attività in esame, considerate nel loro insieme, hanno beneficiato di un aumento del +5%, passando dalle 7.006 unità del 2014 alle attuali 7.344. Tale incremento è in linea con quello degli altri servizi del terziario della provincia e nettamente migliore rispetto a quello registrato nel commercio, in cui le unità hanno subito un calo del

**Fig. 7.13 - Numero di unità locali riferite alle attività del turismo in provincia di Treviso per tipo di attività, 2018**  
(val. ass.)



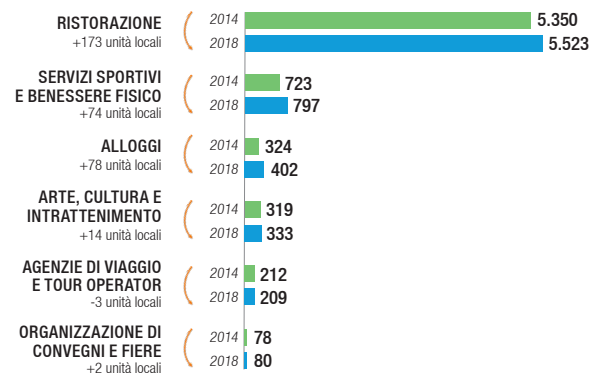
Fonte: elaborazioni Ciset su dati Infocamere

-3,5%. Considerando l'intero terziario, le unità sono aumentate del +1,4%. Si rileva, però, come la crescita nella provincia di Treviso sia più contenuta rispetto alla dinamica regionale, in cui le unità del terziario sono aumentate del +3% negli ultimi cinque anni e quelle associabili alle attività turistiche del +7,1%. Entrando nel dettaglio provinciale delle singole attività, è in particolare la categoria più direttamente connessa al turismo, ossia quella dei servizi di alloggio, ad aver registrato il tasso di incremento più consistente (+24%, da 324 attività locali nel 2014 a 402 nel 2018); segnale questo che può indicare una certa vivacità del fenomeno turistico nella Marca. Curiosa è anche la crescita delle unità nei servizi sportivi e riferiti al benessere fisico, tra cui centri benessere e beauty farm (+10%), mentre si aggira attorno al +3-4% l'aumento nell'organizzazione di convegni e fiere e nelle attività artistiche, culturali e ricreative. Nella ristorazione il tasso di crescita è del +3%, pari ad aumento di 173 unità locali. In controtendenza è invece l'ambito delle agenzie di viaggio e tour operator, in cui le unità sono diminuite del -1,4% (da 212 a 209).

Relativamente, invece, alla dinamica del mercato del lavoro, le attività prese in esame hanno creato nel 2018 in provincia di Treviso 275 nuove posizioni dipendenti (saldo tra assunzioni e cessazioni), 20 parasubordinate e 375 posizioni di lavoro intermittente (saldo tra attivazioni e cessazioni). Mentre a livello di lavoro dipendente, i posti creati dalle attività considerate rappresentano il 5,4% di tutti i nuovi posti dipendenti nel terziario, tale percentuale sale al 22,2% in termini di lavoro parasubordinato e addirittura al 50,7% in termini di lavoro intermittente.

Si osserva che il mercato del lavoro dipendente si era mostrato più vivace negli anni precedenti, tanto che il saldo tra assunzioni e cessazioni era stato più elevato rispetto a quello registrato nel 2018: nel 2015 sono state rilevate 1.075 nuove posizioni, 875 nel 2016 e 450 nel 2017, probabilmente come risultato della stabilizzazione di parte dei contratti con termine in contratti a tempo indeterminato. A livello di lavoro parasubordinato non vi sono state, invece, particolari variazioni negli ultimi 3 anni, mentre nel lavoro intermittente si è registrato un saldo tra attivazioni e cessazioni particolarmente elevato nel 2017 e pari a 1.940.

**Fig. 7.14 - Numero di unità locali riferite alle attività del turismo in provincia di Treviso per tipo di attività, confronto 2014 e 2018**  
(val. ass.)



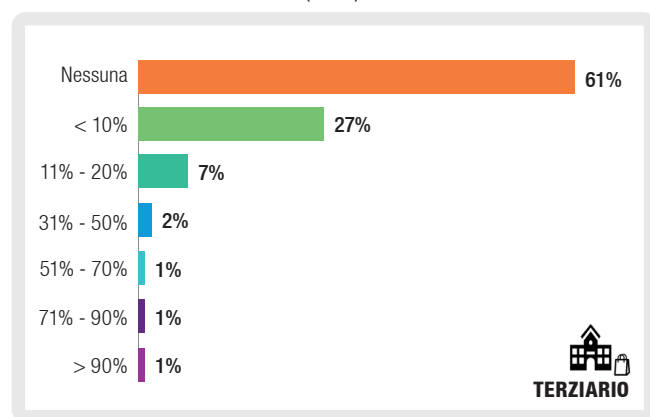
Fonte: elaborazioni Ciset su dati Infocamere

## Le risposte degli operatori del terziario sul contributo del turismo

I dati di seguito commentati derivano dalle risposte ad alcune domande mirate inserite appositamente, su indicazione di Ciset, nel questionario sulle aspettative delle imprese terziarie della provincia adottato dal Centro Studi, al fine di misurare quanto il turismo incida sul fatturato degli operatori del terziario.

In particolare, agli intervistati è stato chiesto qual è stata la quota di fatturato generata dal turismo nel 2018, come questa sia cambiata negli ultimi tre anni (aumentata, diminuita o invariata) e come prevedono possa evolvere nel 2019 e nel 2020. I dati di seguito commentati derivano quindi dall'opinione degli operatori stessi, sulla base della loro personale esperienza e percezione del loro business e dell'influenza esercitata dal turismo, per quanto non sempre sia facile distinguere un turista da un non turista.

**Fig. 7.15 - Qual è stata la quota parte del fatturato della Sua impresa generata dal turismo nel 2018? - Percentuale sul totale di intervistati (val. %)**

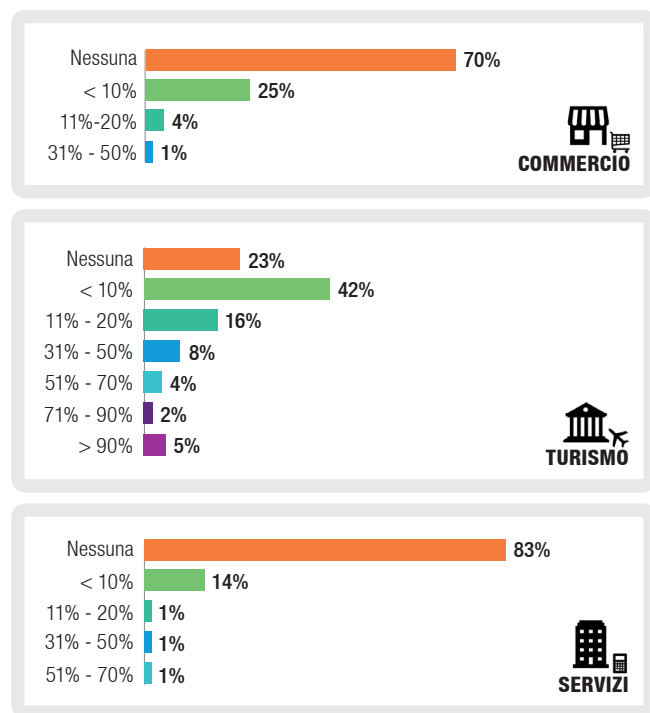


Fonte: elaborazioni Ciset su dati indagine EBiComLab

Con riferimento alla prima domanda e considerando innanzitutto il terziario nel suo complesso (fig. 7.15), dall'indagine emerge che è di circa il 40% la quota di operatori secondo cui il turismo nel 2018 ha contribuito in qualche misura al proprio fatturato: in particolare, per il 27% degli intervistati il turismo ha prodotto fino al 10% degli introiti e per circa il 7% il contributo del turismo si è aggirato, invece, tra l'11% e il 20%. Solo per il 3% degli operatori il peso del turismo si è attestato oltre la metà del fatturato.

Significative differenze si riscontrano ovviamente in relazione al **tipo di attività**, a seconda che queste siano caratteristiche del turismo (e quindi di fatto dipendenti da questo) oppure ad esso connesse. Per valutare quindi il peso del turismo, è necessario entrare maggiormente nel dettaglio dei tre principali settori che compongono il terziario: commercio (all'ingrosso, al dettaglio, etc.), servizi (logistica, servizi finanziari, editoria, servizi alla persona, etc.), turismo e tempo libero (ricettività, ristorazione, agenzie di viaggio, intrattenimento, etc.). Il grafico seguente (fig. 7.16) mette a confronto le risposte degli operatori afferenti ai tre settori di attività, evidenziando come l'apporto del turismo al fatturato delle imprese sia ovviamente più rilevante per quelle attività maggiormente caratteristiche e quindi collegate al turismo stesso, in quanto produttrici di quei beni e servizi più richiesti in loco da turisti e visitatori, senza dei quali queste attività verrebbero meno o sarebbero comunque ridimensionate. Nel settore del turismo e tempo libero, infatti, è del 77% la quota di operatori secondo cui il turismo ha influenzato il loro business (contro la media del terziario del 40%): in particolare, per il 42% degli intervistati il contributo è arrivato fino al 10% del fatturato, mentre per il 24% è valso tra l'11% e

**Fig. 7.16 - Qual è stata la quota parte del fatturato della Sua impresa generata dal turismo nel 2018? - Percentuale sul totale degli intervistati per comparto di attività: commercio, turismo, servizi (val. %)**



Fonte: elaborazioni Ciset su dati indagine EBiComLab

il 50%, e per l'11% del campione il turismo ha prodotto oltre la metà del fatturato (contro una media del 3%).

Nel settore del commercio si riscontrano quote inferiori rispetto a quelle registrate nel settore turismo e tempo libero, ma comunque significative. Il turismo ha contribuito al fatturato per ben il 30% degli operatori, per la maggior parte con un apporto entro il 10% (25% degli imprenditori). Per un 5% del campione, comunque, il contributo è arrivato fino al 20%.

Il settore dei servizi è, invece, quello che sembra essere meno connesso al turismo. Infatti, "solo" il 17% degli operatori

ha registrato un qualche apporto proveniente dal turismo, comunque limitato a non più del 10% del fatturato. Tale risultato non deve stupire se si considera che tale settore comprende, tra le altre, attività che non trovano molta richiesta da parte dei turisti; si pensi ai servizi finanziari, ai servizi alle imprese o ai servizi alla persona (come la Pubblica Amministrazione, la Sanità, l'Istruzione, etc.). Inoltre, come si è commentato nel capitolo precedente, la spesa dei turisti per servizi ricreativi e culturali è di gran lunga inferiore rispetto a quella sostenuta per altri prodotti, essendo così il fatturato turistico prodotto in questo comparto piuttosto limitato e quindi poco rilevante per gli operatori.

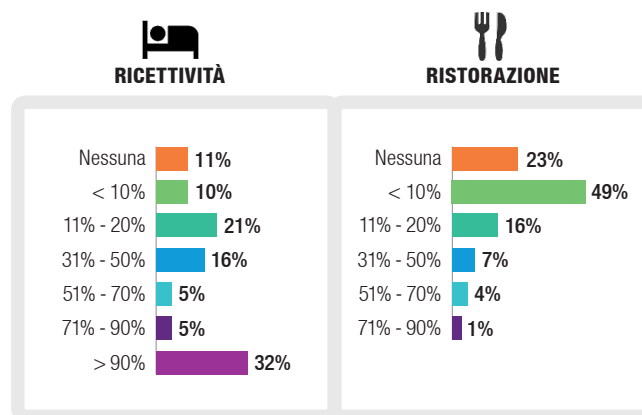
Scendendo ulteriormente nel dettaglio di alcune delle principali attività dei diversi settori del terziario, non si può non considerare innanzitutto l'**attività ricettiva** che, in base anche a quanto emerso nel capitolo precedente, è quella a cui i turisti internazionali e domestici destinano la parte più consistente del loro budget di spesa. In merito al comparto degli alberghi e di strutture simili, per la quasi totalità degli operatori il turismo è rilevante per la loro attività. In particolare, per il 32% degli intervistati (fig. 7.17) oltre il 90% del fatturato è imputabile al turismo e per un altro 10% degli operatori si tratta comunque di oltre la metà del loro business (dal 50% al 90%). Si riscontra, tuttavia, un 47% di imprenditori secondo cui meno della metà del loro fatturato è stata prodotta dal turismo. Questo potrebbe stupire, dato che ci si aspetterebbe che almeno nella ricettività, l'intero business fosse dipendente dal turismo. Un dato che però può essere spiegato dal fatto che alcuni operatori potrebbero ospitare presso le loro strutture viaggiatori che, anche se secondo le definizioni ufficiali<sup>4</sup> sarebbero da qualificare a tutti gli effetti come turisti,

non vengono ritenuti tali da questi. È il caso, ad esempio, di strutture ricettive localizzate in contesti poco turistici e magari più industrializzati, che hanno a che fare non tanto con i “classici” turisti leisure, ma piuttosto con viaggiatori business o addirittura lavoratori in trasferta presso aziende locali (magari anche per periodi piuttosto lunghi) o viaggiatori saltuari in loco per motivi personali e simili.

Oltre alla ricettività, anche la **ristorazione** rappresenta una voce di spesa importante nel paniere del turista e, per questo, il turismo dovrebbe quindi esercitare un peso rilevante per questo comparto di attività. Con riferimento, quindi, agli operatori della ristorazione, è del 77% la quota di operatori che hanno ricevuto un qualche contributo dal turismo. Per il 49% degli intervistati il contributo è stato di non più del 10% del fatturato, mentre per il 16% è stato compreso tra l’11% e il 20%. Emerge, quindi, che l’apporto del turismo per i ristoratori della provincia di Treviso non è da sottovalutare, anche se ovviamente vi è una grossa fetta del fatturato che deriva da altre componenti di domanda, ossia dai residenti o comunque da clienti provenienti dal territorio limitrofo.

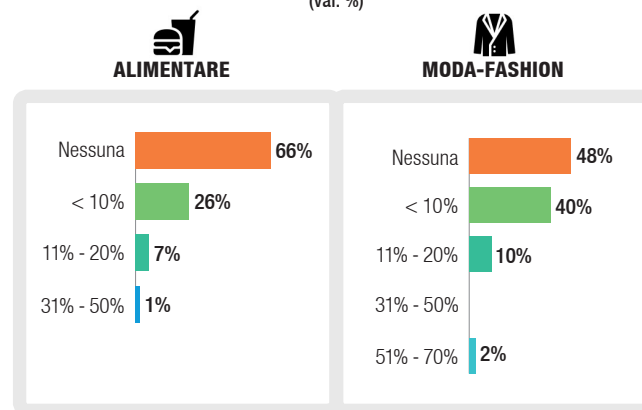
Con riferimento, invece, al comparto del commercio, un peso rilevante sul totale delle attività commerciali è rivestito dall’alimentare e dalla moda/fashion (fig. 7.18). Nel settore dell’**alimentare**, il 44% degli intervistati ha realizzato una parte del business grazie al turismo, anche se il 26% gli assegna una quota non superiore al 10% del fatturato. Il settore **Moda-Fashion** sembra invece contraddistinguersi per un peso

Fig. 7.17 - Qual è stata la quota parte del fatturato della Sua impresa generata dal turismo nel 2018? - Percentuale sugli intervistati operanti nella ricettività e nella ristorazione (comparto turismo) (val. %)



Fonte: elaborazioni Ciset su dati indagine EBIComLab

Fig. 7.18 - Qual è stata la quota parte del fatturato della Sua impresa generata dal turismo nel 2018? - Percentuale sugli intervistati operanti nell’alimentare e nella moda/fashion (comparto commercio) (val. %)



Fonte: elaborazioni Ciset su dati indagine EBIComLab

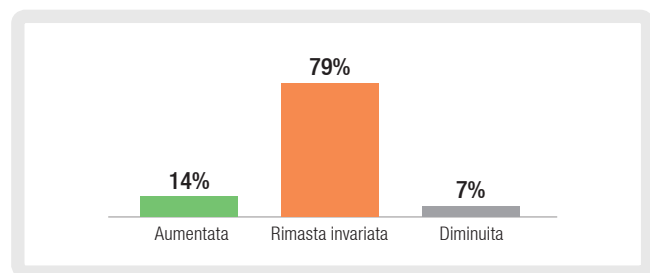
4. Si ricorda che secondo la definizione ufficiale, riconosciuta e condivisa a livello internazionale e presa come riferimento anche ai fini delle statistiche sul turismo, il turista è colui che si allontana dal luogo di residenza e trascorre almeno una notte (o più di 24 ore), ma meno di 1 anno nella località di destinazione, per svariati motivi eccetto lo svolgimento di un lavoro remunerato.

più rilevante del turismo, dato che sale al 50% la quota di coloro il cui fatturato è dovuto anche al turismo, mediamente per un apporto fino al 20%. Questo trova riscontro nel dato commentato nel capitolo precedente, secondo cui lo shopping (tra cui anche di capi di abbigliamento made in Italy) rappresenta una voce di spesa non trascurabile per i turisti, soprattutto per quelli stranieri.

L'indagine ha indagato anche se e in che misura l'incidenza del turismo sul fatturato sia cambiata negli **ultimi tre anni**. Considerando innanzitutto il terziario nel suo complesso (fig. 7.19), emerge che per l'80% degli operatori la quota è rimasta invariata, mentre per il 14% è aumentata, per la maggior parte con un incremento fino al 5% degli introiti dovuti al turismo.

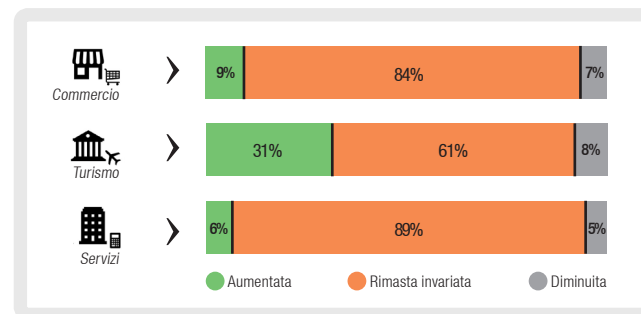
È ancora una volta nel settore turismo e tempo libero che si registra la percentuale maggiore di operatori che hanno rilevato una crescita del fatturato dovuto al turismo (fig. 7.20). Il 30% ha infatti assistito ad un aumento della quota di business imputabile al turismo, con incrementi di fatturato fino al 5% per il 17% degli operatori e fino al 10% per l'11% di questi.

**Fig. 7.19 - Nel corso degli ultimi 3 anni (2016-17-18), ritiene che la componente del Suo fatturato generata dal turismo sia aumentata, rimasta invariata o diminuita? - Percentuale sul totale di intervistati (val. %)**



Fonte: elaborazioni Ciset su dati indagine EBiComLab

**Fig. 7.20 - Nel corso degli ultimi 3 anni (2016-17-18), ritiene che la componente del Suo fatturato generata dal turismo sia aumentata, rimasta invariata o diminuita? - Percentuale sul totale degli intervistati per comparto di attività: commercio, turismo, servizi (val. %)**



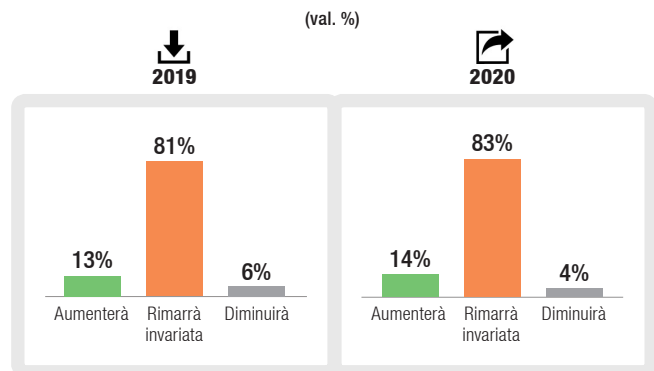
Fonte: elaborazioni Ciset su dati indagine EBiComLab

Tale aumento sembra essere stato evidente soprattutto per la ristorazione, in cui ben il 32% degli imprenditori ha rilevato un incremento della componente turistica nel proprio business (contro il 26% nella ricettività). Nel commercio, invece, è il 9% di intervistati ad aver beneficiato di un aumento della componente turistica; percentuale che arriva al 19% degli operatori Moda-Fashion.

In merito all'evoluzione per il 2019 e per il 2020, i dati non si discostano di molto da quelli sopra commentati in riferimento agli ultimi tre anni (fig. 7.21 e 7.22). È, infatti, sempre attorno al 13% la percentuale di operatori che si aspetta un aumento della quota imputabile al turismo sul loro fatturato sia nel 2019 sia nel 2020, mentre la maggior parte dei rimanenti prevede una situazione invariata. Ancora una volta, sono soprattutto gli operatori afferenti al settore del turismo e tempo libero ad attendersi un aumento del business dovuto al turismo (circa il 30% degli intervistati).

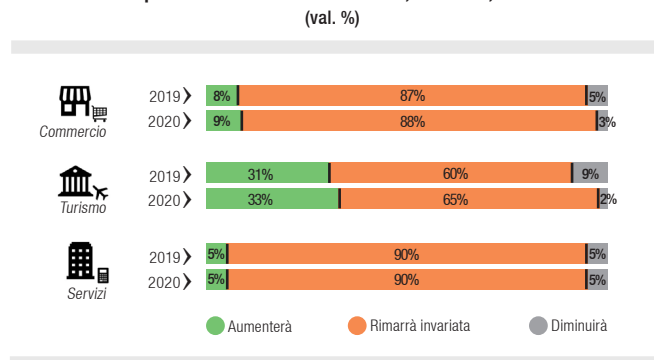
Sulla base delle risposte degli operatori, in particolare di quelli operanti nelle attività più caratteristiche del turismo,

**Fig. 7.21 - Nel corso del 2019 e del 2020, stima che la quota parte di fatturato della Sua impresa generata dal turismo aumenterà, rimarrà invariata o diminuirà? - Percentuale sul totale di intervistati**



Fonte: elaborazioni Ciset su dati indagine EBiComLab

**Fig. 7.22 - Nel corso del 2019 e del 2020, stima che la quota parte di fatturato della Sua impresa generata dal turismo aumenterà, rimarrà invariata o diminuirà? - Percentuale sul totale degli intervistati per comparto di attività: commercio, turismo, servizi**



Fonte: elaborazioni Ciset su dati indagine EBiComLab

si può riconoscere che la crescita dei flussi turistici che ha gradualmente interessato la Marca nell'ultimo decennio si sta riflettendo anche in un aumento del business per le imprese locali della ricettività e della ristorazione.

Tra le altre attività produttive, il peso del turismo è invece rimasto invariato, secondo la maggior parte degli operatori,

anche se è sicuramente molto incoraggiante, in ottica futura, il fatto che il crescente ruolo del turismo sia rilevato anche da parte di alcune attività non esclusivamente connesse al turismo, come quelle del commercio (Moda-Fashion in particolare).

### Quanto vale allora il turismo per gli operatori del terziario?

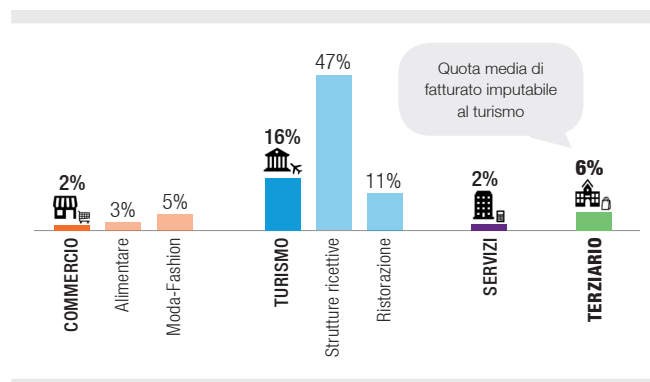
Sintetizzando le informazioni sopra commentate, è possibile derivare un dato medio che esprima la quota di fatturato delle imprese del terziario imputabile al turismo in provincia di Treviso, secondo l'opinione e la percezione degli operatori. Come evidenziato in figura 7.23, emerge che nell'intero terziario il turismo è responsabile mediamente del 6% del fatturato degli operatori. Tale quota è inferiore nel comparto del commercio e in quello dei servizi, nei quali al turismo si deve circa il 2% del business delle imprese. Si osserva però che, secondo gli operatori del commercio Moda-Fashion, il peso del turismo è un po' più elevato e pari a circa il 5%.

La quota è ovviamente superiore nel comparto delle attività turistiche e del tempo libero, in cui circa il 16% del fatturato è ascrivibile al turismo. Con riferimento proprio a quest'ultimo, nelle attività ricettive il contributo del turismo arriva al 47%, mentre si ferma all'11% nella ristorazione.

La quota relativa al contributo del turismo nel terziario che emerge dalle risposte degli operatori intervistati potrebbe apparire a prima vista non molto elevata. Si deve però ricordare innanzitutto che tale quota rappresenta una media riferita all'intera provincia di Treviso, nella quale, se è vero che il turismo è progressivamente cresciuto negli anni un po' in tutto il territorio, è vero anche che vi sono delle aree che rimangono meno turisticizzate di altre e in cui i flussi turistici



**Fig. 7.23 - Quota media del fatturato imputabile al turismo nel terziario e nei relativi comparti commercio, turismo e servizi (val. %)**



Fonte: elaborazioni Ciset su dati indagine EBiComLab

sono ancora limitati, e in cui quindi l'apporto del turismo per gli operatori del terziario non è ancora così percepito. Si può ritenere che per quelle aree della Marca in cui il turismo è più sviluppato (si pensi alla città di Treviso e al territorio che gravita attorno al capoluogo, all'area di Conegliano-Valdobbiadene, all'Asolano), il contributo del turismo al fatturato degli operatori sia più rilevante.

In secondo luogo, si deve ricordare che i dati commentati si basano sull'opinione degli operatori, di fatto sulla loro percezione del fenomeno turistico con riferimento al loro business e sulla loro capacità di distinguere un turista da un non turista. Come si ha già avuto modo di evidenziare, gli operatori potrebbero non aver messo a fuoco completamente l'entità del turismo, sia per il fatto che non sempre è facile riconoscere un turista (si pensi ad una persona che entra in bar e che potrebbe essere anche

confuso per un residente), sia per il fatto che gli operatori, soprattutto quelli non turistici, potrebbero essere portati a etichettare come turisti solo quelli leisure e a non classificare come turisti clienti che in realtà, secondo le definizioni ufficiali, lo sono (è il caso, ad esempio, di persone in viaggio d'affari o per motivi personali).

Questo effetto è già stato evidenziato nel commentare le risposte degli operatori della ricettività, i quali, in quanto produttori di un servizio (l'alloggio per l'appunto) destinato quasi esclusivamente o comunque in buona parte ai turisti, dovrebbero caratterizzarsi per un fatturato quasi totalmente dipendente dal consumo turistico. Tuttavia, le risposte degli operatori rivelano che non è per nulla trascurabile il numero di operatori secondo cui gli introiti sono dovuti solo in parte al turismo, tanto che, sulla base di queste stesse risposte, mediamente nella ricettività il turismo contribuisce "solamente" al 47% del fatturato, quando invece il suo apporto dovrebbe essere ben superiore.

Per questo stesso effetto legato ad una percezione un po' sfocata, c'è motivo di credere che il turismo possa ricoprire un ruolo più rilevante non solo per la ricettività, ma anche per altre attività, come quella della ristorazione, del commercio e anche di alcuni servizi (ad esempio i trasporti).

Ovviamente tali considerazioni non vogliono di certo sminuire il valore delle informazioni raccolte, le quali, costituiscono una fonte preziosa, dato che, in assenza di altri dati a livello provinciale, rappresentano un punto di partenza da cui iniziare a valutare, anche se in misura ancora parziale, il valore del turismo per la provincia di Treviso.

## CONSIDERAZIONI FINALI

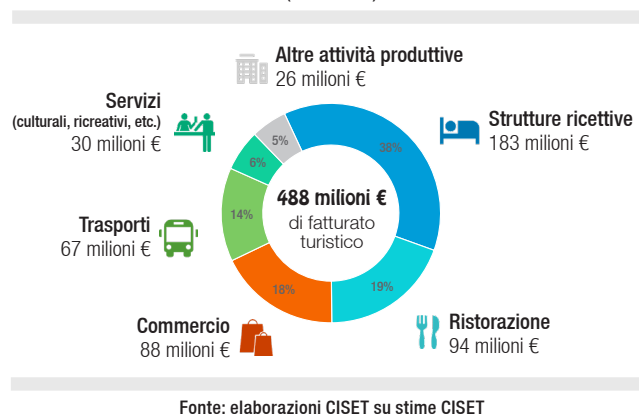
Il presente report si è posto principalmente tre obiettivi: 1) stimare il fatturato prodotto dal turismo nella provincia di Treviso; 2) definire la filiera turistica, determinando in che misura ciascuno dei principali settori produttivi sia coinvolto nella filiera e, di fatto, assorba il fatturato del turismo; 3) stimare in che misura la produzione di ciascuno dei settori della filiera sia imputabile al consumo turistico.

Nel capitolo introduttivo si ha già avuto modo di evidenziare che si tratta di un'analisi complessa e non sempre possibile, soprattutto a livello territoriale sub-regionale, data la necessità di integrare fonti diverse e non sempre disponibili.

Ciò nonostante, lo studio svolto da Ciset, a partire dai comportamenti di consumo dei turisti, ha permesso di perseguire innanzitutto il **primo obiettivo**, arrivando ad una stima della spesa sostenuta complessivamente dai turisti italiani e stranieri in provincia di Treviso. La spesa altro non è che il fatturato turistico, che, secondo le stime, ammonta a circa 488 milioni di euro l'anno per l'intera provincia.

Relativamente, invece, al **secondo obiettivo**, è stato possibile quantificare il ruolo delle principali attività produttive nella filiera turistica e quindi il loro concorso al fatturato turistico. Come evidenziato nell'immagine seguente (fig. 7.24), le attività più rilevanti si identificano nella ricettività, nella ristorazione e nel commercio, che assorbono ben il 75% del fatturato turistico. Dalla ricettività è prodotto il 38% dei 488 milioni di fatturato, dalla ristorazione il 19% e dalle attività del commercio un altro 18%.

Fig. 7.24 - Filiera e concorso delle principali attività produttive al fatturato turistico totale  
(val. in euro)



Fonte: elaborazioni Ciset su stime Ciset

Relativamente, infine, al **terzo obiettivo**, la quota di produzione imputabile al turismo nelle varie attività che compongono la filiera turistica è stata derivata direttamente sulla base dell'opinione degli operatori. Come precisato nel capitolo precedente, si tratta di una prima approssimazione legata alla personale percezione e consapevolezza degli operatori, che potrebbero non mettere a fuoco interamente il fenomeno turistico e il peso che questo riveste sul loro business, data la difficoltà di riconoscere tutti i possibili turisti (leisure, business, etc.) e di distinguere i turisti da tutti gli altri clienti (ad esempio i residenti).

La valutazione qui condotta potrebbe quindi essere perfezionata, attraverso un confronto tra il fatturato turistico prodotto in ciascuna branca di attività e il valore totale della produzione in quella stessa branca, in modo così da quantificare la quota

precisa di produzione attivata dai consumi turistici. Tale metodologia è infatti applicata a livello nazionale attraverso il Conto Satellite del Turismo (CST), che, come già evidenziato, rappresenta lo strumento più affidabile, riconosciuto e raccomandato a livello internazionale, per la rappresentazione del settore turistico, in quanto basato sul confronto del lato da domanda con il lato da offerta e sull'armonizzazione delle diverse fonti statistiche. Il CST comprende inoltre anche altre voci, rispetto a quelle considerate in questo lavoro, e permette quindi di avere qualche indicazione aggiuntiva anche per altre attività produttive, quali i trasporti, l'intermediazione turistica, etc.

Una valutazione di questo tipo a livello provinciale richiede l'uso dei dati sul valore di produzione nei vari comparti, attualmente non disponibili. Per questo motivo, i risultati dell'indagine agli operatori sono molto importanti, in quanto, anche se non esaustivi e probabilmente sottostimati, possono costituire un primo riferimento utile sulla dimensione economica del turismo nella provincia di Treviso. La sfida è quella di giungere ad una valutazione più completa, potendo disporre dei dati necessari, e quindi di riuscire ad applicare uno strumento metodologico tanto più conforme possibile a quello raccomandato nel CST, per stimare il peso del turismo sull'intera economia territoriale.

