cciaa_vr AOO1-CCIAA_VR - REG. CVRRP - PROTOCOLLO 0006929/U DEL 11/03/2016 09:39:05

Camera di Commercio
Verona

cciaa.verona@vr.legalmail.camcom.it

PARTITA IVA E COD.FISC.: N. 00653240234 37122 Verona - Corso P. Nuova,96 - Tel. 045 8085011 – Fax 045 8085789

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 1 di 89

Data

N. prot.:
Uff. :_____Sigla: _____
Rif. :_____ del :
Allegati : 1

Egregio Presidente
della Regione Veneto
Dott. Luca Zaia

Egregio Assessore al Turismo
della Regione Veneto
Dott. Federico Caner

Egregio Direttore
del Dipartimento Turismo della Regione Veneto
Dott. Paolo Rosso

OGGETTO: DMO LAGO DI GARDA – Invio Linee Strategiche 2016-2018

Egregi Signori,

sono lieto di comunicarVi che nel corso di un incontro tenutosi il 3 marzo 2016 **gli enti sottoscrittori del Tavolo di Confronto "DMO LAGO DI GARDA" hanno deliberato all'unanimità l'approvazione delle Linee Strategiche della destinazione per il triennio 2016-2018.**

Si tratta di un traguardo di grande importanza, risultato di un articolato percorso di confronto tra i numerosi soggetti pubblici e privati aderenti alla DMO, che insieme hanno fortemente voluto dare al territorio gardesano una visione unitaria delle strategie, delle linee di intervento e delle azioni da intraprendere, ispirandosi ad un modello di turismo sostenibile dal punto di vista economico, sociale e ambientale.

Il Documento approvato, allegato alla presente, è quindi il risultato di ampia discussione e di condivisione di idee, obiettivi e strumenti tra tutti i soggetti che a vario titolo operano nel territorio gardesano e nel suo entroterra, consapevoli del fatto che solo mettendo in rete risorse e know-how si possono superare le logiche di parte, a favore dello sviluppo della destinazione.

Il lavoro portato avanti in questi mesi dalla DMO è testimoniato **dall'ingresso di nuovi soggetti nella DMO**: **Comune di Sona, Federalberghi Garda Veneto e Assogardacamping hanno sottoscritto il Protocollo di Intesa** in occasione dell'incontro del 3 marzo. Sempre nella stessa data, il Tavolo di Confronto si è dotato di un Regolamento di funzionamento, uno stumento che consente di dare la massima operatività nel perseguimento delle azioni previste dal Piano Strategico.

Responsabile del Servizio Studi e Ricerca:
Stefania Crozzoletti
Telefono 045 80.85.725 – Fax 045 80.85.881
E-mail: statistica@vr.camcom.it

Member of CISQ Federation RINA ISO 9001:2008 Sistema Qualità Certificato
Certificato RINA n. 24060/99/S

Camera di Commercio
Verona

cciaa.verona@vr.legalmail.camcom.it

PARTITA IVA E COD.FISC.: N. 00653240234 37122 Verona - Corso P. Nuova,96 - Tel. 045 8085011 – Fax 045 8085789

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 2 di 89

La Camera di Commercio di Verona ha voluto offrire il proprio contributo in queste fasi particolarmente delicate, sia ponendosi come promotore dell'istanza di riconoscimento della DMO presso la Regione Veneto, sia assumendo con senso di responsabilità il ruolo di soggetto coordinatore del Tavolo di Confronto, con l'obiettivo di mettere in relazione e armonizzare i bisogni e le istanze di tutti i sottoscrittori.

Le Linee Strategiche qui allegate sono il risultato di un grande lavoro di sintesi tra tante sensibilità e molteplici punti vista. Un punto di arrivo, ma anche di partenza, per dare alla destinazione Lago di Garda una governance efficace e rispondente ai cambiamenti in atto.

L'occasione è gradita per porgere i miei più cordiali saluti.

Il Presidente

Dott. Giuseppe Riello

Documento informatico originale, sottoscritto con firma digitale, ai sensi dell'art. 24 D. Lgs. 82/2005.

Responsabile del Servizio Studi e Ricerca:
Stefania Crozzoletti
Telefono 045 80.85.725 – Fax 045 80.85.881
E-mail: statistica@vr.camcom.it

Member of CISQ Federation RINA
Signed by RIELLO GIUSEPPE
Date 10.03.2016 14:00:30 CET

DMO LAGO DI GARDA

LINEE STRATEGICHE 2016-2018

approvate all'unanimità dal Tavolo di Confronto «DMO LAGO DI GARDA» in data 3 marzo 2016

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 3 di 89

Sommario

- DMO LAGO DI GARDA – Linee Strategiche 2016-2018
- Allegato 1 - Rapporto sul turismo nella provincia di Verona
- Allegato 2 – Piano Strategico di marketing per lo sviluppo e la promo- commercializzazione della destinazione Lago di Garda 2016-2018

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 4 di 89

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 5 di 89

DMO LAGO DI GARDA
LINEE STRATEGICHE 2016-2018

1) CONDIVISIONE DELLA PROGRAMMAZIONE

2) STATO DELL'ARTE E DELLE PERFORMANCE

3) LE LINEE STRATEGICHE

4) LE AZIONI

5) MONITORAGGIO E VERIFICA DEI RISULTATI

1) CONDIVISIONE DELLA PROGRAMMAZIONE

La Legge Regionale n. 11/2013 ha introdotto all'art. 9 il concetto di *destinazione turistica*, intesa come contesto geografico nel quale il turista trova tutte le prestazioni (infrastrutture, servizi, risorse) necessarie al proprio soggiorno. L'*Organizzazione di Gestione della Destinazione (OGD),* o *Destination Management Organization (DMO)* assume il ruolo di moderna forma di presidio del territorio e delle risorse che lo compongono, definendo la governance turistica della destinazione stessa e la pianificazione strategica unitaria delle attività dei diversi soggetti coinvolti.

Alla luce della nuova normativa regionale in materia di turismo, in data 28/1/2015 è stato sottoscritto da Camera di Commercio di Verona, Provincia di Verona, Comuni di Affi, Bardolino, Brenzone sul Garda, Bussolengo, Caprino Veronese, Castelnuovo del Garda, Cavaion Veronese, Costermano, Ferrara di Monte Baldo, Garda, Lazise, Malcesine, Pastrengo, Peschiera del Garda, San Zeno di Montagna, Torri del Benaco, Valeggio sul Mincio, Aeroporto Valerio Catullo di Verona, Fondazione Arena di Verona, Ente Autonomo Fiere di Verona e Consorzio Lago di Garda Veneto un Protocollo di Intesa per la costituzione di un Tavolo di Confronto finalizzato

all'istituzione della OGD denominata "*DMO LAGO DI GARDA*", riconosciuta dalla Regione Veneto con DGR n. 421/2015. Successivamente, la DMO LAGO DI GARDA, a seguito di formale richiesta degli interessati, ha ammesso al Tavolo di Confronto Federalberghi Garda Veneto, Comune di Sona, Comune di Rivoli Veronese e Assogardacamping.

A seguito della sottoscrizione del protocollo di intesa, i sottoscrittori della DMO LAGO DI GARDA si sono riuniti in più occasioni:

- 26 marzo 2015, presso la sede della Camera di Commercio di Verona, per un incontro con il Dott. Rosso, Direttore del Dipartimento Turismo della Regione Veneto;
- 12 novembre 2015, presso la Sala Consiliare del Comune di Lazise, per la presentazione, in sessione plenaria aperta alle Associazioni di Categoria e ai soggetti interessati, del Piano strategico di marketing per lo sviluppo e la promo-commercializzazione della destinazione, e l'approvazione dello stesso da parte del Tavolo di Confronto;
- 11 dicembre 2015, presso la Palazzina Storica nel Comune di Peschiera del Garda, per la presentazione alla stampa del Piano strategico di marketing per lo sviluppo e la promo-commercializzazione della DMO LAGO DI GARDA.
- 3 marzo 2016, per approvazione del Destination Management Plan 2016-2018 e del Regolamento di funzionamento del Tavolo di Confronto della DMO LAGO DI GARDA.

Le linee strategiche contenute nel presente documento sono quindi il risultato di ampia discussione e di condivisione di idee, obiettivi e strumenti tra i soggetti pubblici e privati del territorio, consapevoli del fatto che solo mettendo in rete azioni e risorse e superando le logiche di parte, si possa far crescere la destinazione turistica LAGO DI GARDA.

2) LO STATO DELL'ARTE

"*Il Lago di Garda, autentica perla naturale, è uno dei fiori all'occhiello del territorio italiano e del turismo internazionale. Vi regala un angolo di mediterraneo nella parte meridionale, pianeggiante e abbracciata dai dolci declivi della Riviera degli Olivi, ma muta sorprendentemente pochi chilometri a nord, dominato dalle alte vette del*

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 6 di 89

Monte Baldo, restringendosi e assumendo la forma di un fiordo. Rocce e pareti a strapiombo a difesa di castelli arroccati e pievi antichissime pregne di storia, guardano suggestivi e graziosi porticcioli. A sud del bacino, nel cuore delle colline moreniche, si trovano Valeggio sul Mincio, Borghetto e Custoza, antichi borghi dove il tempo sembra essersi fermato. Quiete e serenità, sport e divertimento, natura e arte, tradizione e moderni comfort soddisfano in ogni periodo dell'anno la voglia di vacanza di numerosi turisti e degli abituali estimatori di questa zona. Le possibilità di escursioni sono illimitate, anche nell'entroterra, celato e suggestivo: escursioni culturali, naturalistiche, sportive e di puro divertimento" (dal sito www.tourism.verona.it).

Con oltre 12 milioni di presenze annue, per l'84% di turisti stranieri (principalmente provenienti da Germania, Paesi Bassi, Regno Unito, Austria e Danimarca), il Lago di Garda è un luogo unico al mondo. In quest'area convivono differenti "turismi" in grado di soddisfare esigenze diverse: natura, benessere e relax, enogastronomia, sport (sport acquatici, trekking, bike), i parchi tematici, numerosi eventi culturali. Si tratta di proposte che devono essere organizzate e promosse congiuntamente. Il ruolo della DMO è quello di mettere in rete tutti i Soggetti, pubblici e privati, coinvolti nella filiera turistica, progettando STRATEGIE e AZIONI COMUNI, al fine di creare e promuovere un prodotto che rispecchi il profilo e le caratteristiche della DESTINAZIONE.

I dati che seguono, insieme al "***Rapporto sul turismo nella provincia di Verona***", realizzato dal Servizio Studi e Ricerca della Camera di Commercio di Verona (in allegato, altresì disponibile sul sito camerale www.vr.camcom.it) evidenziano l'importanza rivestita dal Lago di Garda dal punto di vista turistico, nonché l'elevata propensione ad ospitare turisti provenienti dall'estero.

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 7 di 89

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 8 di 89

LAGO DI GARDA - Turisti per paese di provenienza (anno 2015)

	TOTALE		var. % presenze 2015/2014
	Arrivi	Presenze	
Italia	**745.418**	**1.960.518**	**6,8**
Stati esteri			
Germania	963.526	5.128.687	7,6
Paesi Bassi	158.767	1.472.981	-8,5
Regno Unito	106.801	699.585	5,4
Austria	137.426	542.731	2,9
Danimarca	61.136	463.163	-5,2
Svizzera-Lichtenst.	81.002	330.520	8,5
Belgio-Lussemburgo	35.696	259.715	-2,5
Irlanda	26.451	204.516	25,7
Paesi Scandinavi	36.276	145.383	5,7
Francia	36.715	121.102	9,4
Russia	12.753	40.389	-24,2
Spagna	6.703	18.555	18,2
Portogallo	1.514	4.592	34,8
Grecia	1.049	3.233	-3,1
Altri paesi europei	124.338	385.491	1,0
U.S.A.	11.183	32.064	14,0
Canada	2.689	7.303	1,1
Altri paesi America	6.118	18.175	19,2
Australia	3.357	10.497	8,5
Sud-Africa	642	2.086	44,5
Giappone	495	1.109	-16,8
Altri non europei	40.807	159.861	36,7
Totale stati esteri	**1.855.444**	**10.051.738**	**3,9**
Italia + Stati esteri	**2.600.862**	**12.012.256**	**4,4**

Elaborazioni della Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat - Regione Veneto

3) LE LINEE STRATEGICHE

Le linee strategiche condivise dai Soggetti che partecipano alla DMO sono volte a creare i presupposti per rendere sempre più attrattiva la destinazione per i turisti che già hanno avuto modo di soggiornare nell'area del Lago di Garda, spingendoli a tornare, nonché capace di suscitare l'interesse di potenziali nuovi visitatori e nuovi mercati, in un contesto dove la concorrenza di altre destinazioni turistiche è sempre più pressante.

Gli obiettivi dovranno essere perseguiti ponendo la massima attenzione alla sostenibilità ambientale e alla qualità dell'offerta turistica.

Le linee strategiche possono essere sintetizzate nelle seguenti macro-aree di intervento:

a) **NATURA E AMBIENTE**
b) **NUOVI TURISMI - CICLOTURISMO**
c) **ENO-GASTRONOMIA**
d) **IMPRESE, RICETTIVITÀ E ATTENZIONE AL CLIENTE**
e) **IMPRESE**
f) **INFRASTRUTTURE E TRASPORTI**
g) **MARKETING E COMMERCIALIZZAZIONE**

Nel paragrafo che segue saranno evidenziate le azioni da intraprendere per perseguire gli obiettivi e le strategie delineate dalla DMO.

4) LE AZIONI

a) NATURA E AMBIENTE

- Investimenti volti a migliorare la qualità dell'acqua, in particolare un efficace sistema di depurazione, in grado di fronteggiare le esigenze derivanti dall'incremento residenziale e dalla crescente offerta turistica del territorio; favorire il ripopolamento della fauna del lago di Garda
- Salvaguardia del territorio e delle aree naturalistiche (Monte Baldo) e delle aree termali
- Azioni volte a far conoscere la Funivia Malcesine Monte Baldo e Funivia Prada-Costabella (che riaprirà nel 2017), da promuovere sia nella stagione invernale che in quella estiva
- Investimenti in piste e percorsi ciclabili e in segnaletica turistica. Questa azione è strettamente connessa ai "nuovi turismi" previsti alla lettera b)

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 9 di 89

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 10 di 89

b) NUOVI TURISMI - CICLOTURISMO

- Arricchire la proposta della destinazione LAGO DI GARDA, sostenendo e promuovendo i "nuovi turismi" (cicloturismo, turismo eno-gastronomico, trekking, escursionismo, eco-turismo legato alle bellezze paesaggistiche e naturalistiche, sport acquatici, golf, parchi termali e acquatici, parchi tematici, …) per attrarre nuove e diverse tipologie di turisti
- Particolare attenzione va posta allo sviluppo del cicloturismo, in tutte le sue declinazioni (slow bike, road bike, mountain bike), sia nei comuni del Lago di Garda, che in quelli dell'entroterra gardesano e dell'area del Monte Baldo. Si tratta di un'offerta particolarmente attrattiva, in grado di cogliere nuovi segmenti turistici, legata ad un'idea di turismo eco-sostenibile e di contrastare i rischi di stagionalità che caratterizza l'area del Lago di Garda. Lo sviluppo del cicloturismo va inteso sia come investimenti strutturali (creazione e/o potenziamento) in piste ciclabili (vedi al punto precedente), sia come sostegno alla nascita o al consolidamento di imprese, presenti lungo i percorsi degli Itinerari della Rete Escursionistica Veneta, che siano fortemente innovative dal punto di vista dello sviluppo di nuovi prodotti e servizi
- Coordinamento delle diverse offerte turistiche, anche attraverso la creazione di "pacchetti" finalizzati all'aumento delle giornate di permanenza del turista e alla destagionalizzazione delle presenze, nonché allo sviluppo di un turismo "taylor-made", ovvero su misura, personalizzato rispetto alle esigenze del turista stesso

c) ENO-GASTRONOMIA

- Favorire, attraverso una campagna di formazione, sensibilizzazione e promozione presso gli operatori del canale Ho.Re.Ca. del Lago di Garda, l'utilizzo dei prodotti tipici del territorio gardesano e più in generale veronese: Vini veronesi DOC e DOCG, Olio extravergine di Oliva Garda DOP, Riso Vialone Nano IGP, Formaggio Monte Veronese DOP, Asparago e Radicchio di Verona, Pesca di Verona, Marrone di San Zeno DOP, Tortellini di Valeggio, Pandoro di Verona, Guancette di Vitello, Bacio di San Valentino, Tartufo del Baldo, Asparago bianco di Rivoli

- Azioni volte alla creazione e al potenziamento di circuiti eno-gastronomici, anche in prospettiva un'offerta turistica destagionalizzata (eventi, manifestazioni, ecc.)

d) IMPRESE

- Favorire la nascita e/o il consolidamento di imprese a carattere fortemente innovativo, non solo nel settore turistico in senso stretto, ma anche nei settori complementari. La creazione di prodotti e servizi che presentano caratteri di novità e di creatività e che stimolano l'interconnessione tra i diversi settori del territorio e i territori stessi possono contribuire a dare maggiore vitalità al turismo gardesano e a favorire il superamento della stagionalità
- Incentivare le reti di impresa e/o di club di prodotto. Il tessuto imprenditoriale dell'area del Lago di Garda, costituito in gran parte da imprese di piccole dimensioni, può trarre benefici dall'unione e dalla condivisione di energie e risorse, per rendere più competitivo il settore, favorire il riposizionamento delle imprese e sviluppare nuovi prodotti e/o servizi in base a precise analisi di mercato
- Stimolare la crescita dimensionale delle imprese
- sviluppare le sinergie tra imprese del turismo e di altri settori economici

e) RICETTIVITÀ E ATTENZIONE AL CLIENTE

- Incentivare le ristrutturazioni e l'ammodernamento tecnologico degli esercizi alberghieri ed extra-alberghieri, e più in generale delle imprese della filiera turistica, in un'ottica di eco-compatibilità e di salvaguardia ambientale
- Favorire gli investimenti in impianti di energie alternative e rinnovabili, finalizzate alla riduzione dell'impatto ambientale e del consumo delle risorse (energia/acqua)
- Ottimizzazione e costante aggiornamento delle informazioni turistiche del portale LAGO DI GARDA e della piattaforma web per prenotazioni on-line
- Miglioramento dei collegamenti con Verona città d'arte (stagione areniana, fiere e manifestazioni, ecc.) e con le strutture museali presenti in tutto il territorio provinciale

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 11 di 89

- Sicurezza dei turisti
- Azioni per favorire la destagionalizzazione, affinché il Lago di Garda sia visitato anche in stagioni diverse da quella estiva
- radio-music per il turista con informazioni in diverse lingue sulle varie manifestazioni in programma

f) INFRASTRUTTURE E TRASPORTI

- Potenziamento dei collegamenti con l'Aeroporto e con Verona
- Potenziamento dei servizi di trasporto pubblico
- Favorire la viabilità da e per il Lago di Garda e il suo entroterra, in un'ottica di sostenibilità ambientale
- Sicurezza stradale: controlli e campagne di sensibilizzazione
- Navigazione sul Lago di Garda: modernizzazione del sistema di trasporto
- Rete WI-FI;

g) MARKETING E COMMERCIALIZZAZIONE

- programmazione triennale delle azioni di marketing:
  - Brand LAGO DI GARDA
  - campagne di comunicazione
  - potenziamento della visibilità sul web
  - organizzazione di eventi e manifestazioni
  - organizzazione di fiere e missioni in Italia e all'estero
  - creazione di APP per il turista

(per il dettaglio delle azioni, si veda l'allegato ***Piano strategico di marketing per lo sviluppo e la promo-commercializzazione della destinazione,*** che prevede anche le relative risorse finanziarie).

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 12 di 89

4) VERIFICA DEI RISULTATI

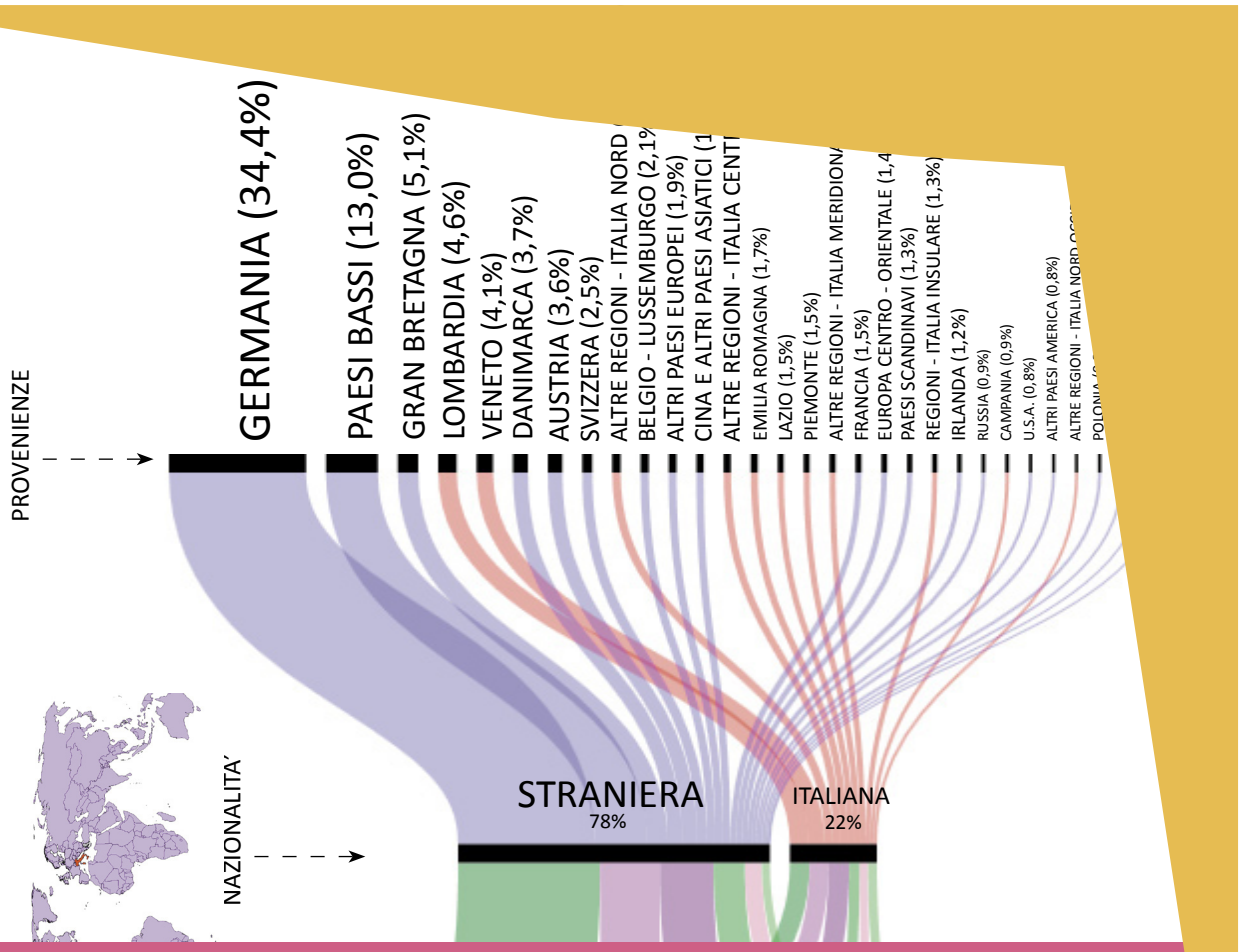
I risultati dell'attuazione delle linee strategiche adottate dalla DMO LAGO DI GARDA, soprattutto quelle legate al piano di marketing, potranno essere monitorati attraverso i seguenti indicatori:

- dati sulle presenze turistiche (fonte: Regione Veneto)
- dati sulla nati-mortalità delle Imprese (fonte: CCIAA-Infocamere)
- dati sui bilanci (fonte: CCIAA-Infocamere)

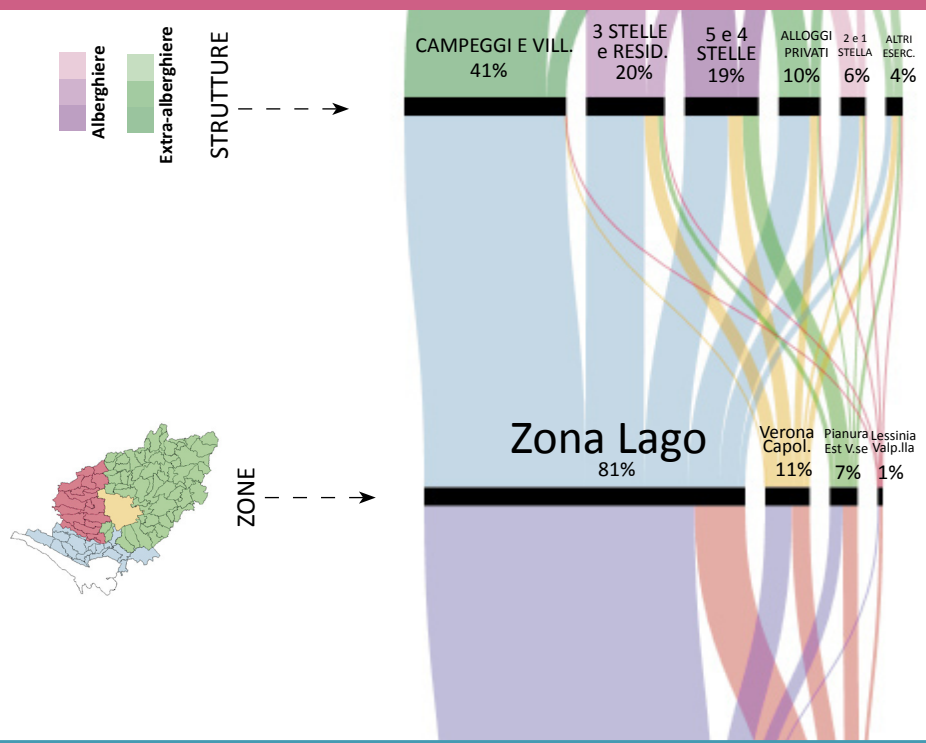
tenendo tuttavia conto dell'esistenza di variabili esogene, in particolare quelle legate alla situazione economica e socio-politica nazionale e internazionale, che possono modificare gli effetti delle azioni adottate. Il raggiungimento dei risultati delle azioni relative alle infrastrutture e all'ambiente sono strettamente connessi all'esistenza di risorse pubbliche messe a disposizione.

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 13 di 89

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 14 di 89



RAPPORTO SUL TURISMO
NELLA PROVINCIA DI VERONA



A cura del Servizio Studi e Ricerca

Camera di Commercio Verona

Edizione 2014

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 15 di 89

RAPPORTO SUL TURISMO NELLA PROVINCIA DI VERONA

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 17 di 89

INDICE

Presentazione ..... pag. 3

CAPITOLO 1 - LA DOMANDA TURISTICA

1.1 Verona, provincia turistica ..... pag. 5
1.2 Le provenienze ..... pag. 7
1.3 Le destinazioni: zone ..... pag. 9
1.4 Le destinazioni: strutture ..... pag. 10
1.5 Analisi flussi turistici mensili ..... pag. 14
1.6 Dieci anni di turismo a Verona ..... pag. 18
1.7 La spesa dei turisti stranieri ..... pag. 19
1.8 Arrivi e presenze nei primi otto mesi del 2014 ..... pag. 21

CAPITOLO 2 - L'OFFERTA TURISTICA

2.1 Le imprese ..... pag. 23
2.2 Imprese femminili, giovanili e straniere ..... pag. 26
2.3 I primi sei mesi del 2014 ..... pag. 28
2.4 Le strutture ricettive ..... pag. 29

APPENDICE STATISTICA

Tavola 1 - Classifica delle province italiane per numero presenze turistiche
Tavola 2 - Comuni della provincia di Verona. Arrivi e presenze
Tavola 3 - Provenienza turisti italiani e stranieri
Tavola 4 - Serie storiche arrivi e presenze turistiche
Tavola 5 - Classifica delle province italiane per numero di imprese turistiche
Tavola 6 - Comuni della provincia di Verona. Imprese settore turistico

LEGENDA

Codici Ateco2007 relativi al settore turistico
Mappa dei comuni della provincia di Verona
Mappa dei Sistemi Turistici Tematici della Regione Veneto

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 18 di 89

La presente pubblicazione, realizzata dal Servizio Studi e Ricerca della Camera di Commercio I.A.A. di Verona, è stata chiusa in data 20 ottobre 2014 ed è disponibile sul sito camerale www.vr.camcom.it.
E' consentita la riproduzione dei testi, tabelle e grafici citando gli estremi della pubblicazione.

Si ringrazia, per la gentile collaborazione, l'area statistica della Provincia di Verona - Turismo srl.

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 19 di 89

PRESENTAZIONE

In un contesto economico sempre più complesso e difficile da affrontare, il turismo può diventare uno dei settori chiave su cui intervenire per creare nuove opportunità di crescita. Se adeguatamente valorizzato, esso può far nascere imprese e occupazione, creando una ricchezza misurabile non solo in termini di valore aggiunto, ma anche di crescita culturale e sociale.

Verona gode di una posizione privilegiata nel panorama nazionale e internazionale. Il nostro territorio è conosciuto e apprezzato in tutto il mondo: ogni anno, milioni di turisti italiani e stranieri arrivano nella nostra provincia, attirati da un'offerta ricca e variegata. A Verona convivono tanti tipi di turismo, che possono – e devono – dialogare tra loro, lavorare insieme per far crescere questo settore così vitale e dinamico, per farlo diventare un vero e proprio antidoto alla crisi.

La recente legislazione regionale in materia di turismo (L.R. n. 11 del 14 giugno 2013), riconoscendo il ruolo strategico del turismo per lo sviluppo economico ed occupazionale del Veneto, pone l'accento sulla necessità di una efficace pianificazione e di un lavoro sinergico tra soggetti pubblici e privati coinvolti nel governo delle destinazioni turistiche, intese come località o ambiti territoriali nei quali hanno sede un complesso di risorse, infrastrutture e servizi connesse con un prodotto turistico o una gamma di prodotti. Per Verona, così come per le altre realtà del Veneto, questo significa superare le vecchie logiche che in passato hanno talvolta impedito di operare con una visione ampia e condivisa.

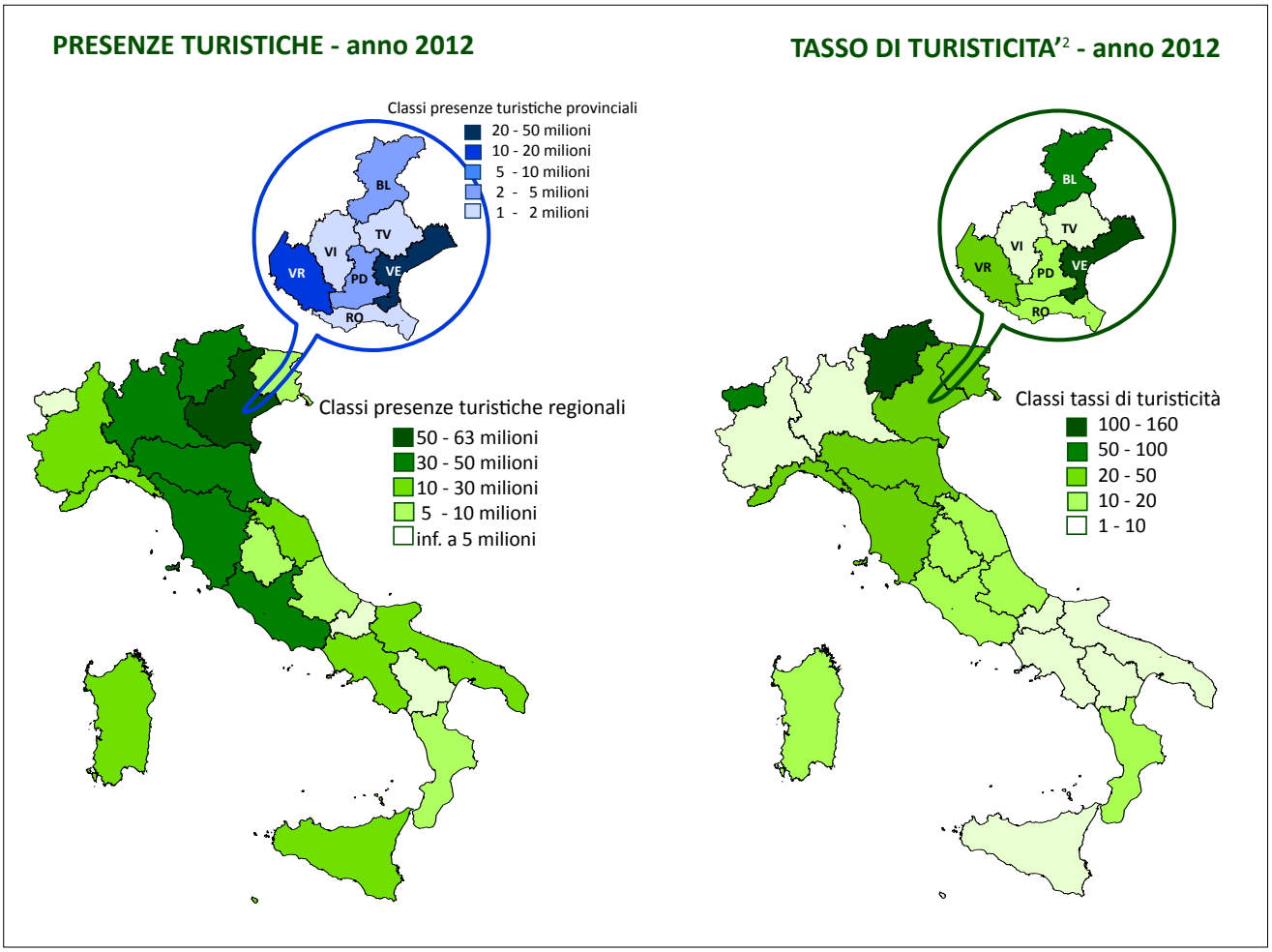
L'azione, tuttavia, non può prescindere dalla conoscenza dei fenomeni, che passa attraverso una lettura consapevole dei dati statistici. La Camera di Commercio di Verona, da sempre osservatore autorevole e imparziale delle dinamiche economiche provinciali, intende offrire alle Istituzioni e agli operatori del settore la presente pubblicazione, con l'augurio che essa possa fornire spunti di riflessione utili a delineare percorsi e strategie comuni.

Il Presidente
Camera di Commercio di Verona
Dott. Giuseppe Riello

CAPITOLO 1 - LA DOMANDA TURISTICA

1.1 Verona, provincia turistica

Nel 2013, Verona si conferma seconda provincia veneta per flussi turistici (3.695.038 arrivi, 14.094.314 presenze[1]), dopo Venezia (8.207.371 arrivi, 34.037.263 presenze). Insieme, queste due province soddisfano il 78% della domanda turistica veneta: la provincia di Venezia registra il 55% delle presenze turistiche regionali, mentre nella provincia scaligera si concentra il 23% delle presenze e degli arrivi di turisti nel Veneto.
Nella classifica della province italiane dell'anno 2012 (*ultimi dati provinciali messi a disposizione dall'Istat)*, Verona si colloca al sesto posto, dopo Venezia, Bolzano, Roma, Rimini e Trento, precedendo importanti destinazioni turistiche quali Milano e Firenze.
Nella graduatoria regionale, il Veneto mantiene il primato, fra le regioni italiane, per presenze turistiche (62.352.831, il 16,4% del totale nazionale).



Elaborazione Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati Istat

[1]*Presenze:* numero di notti trascorse consecutivamente dal cliente nella stessa struttura ricettiva. *Arrivi*: il numero di clienti, italiani e stranieri, ospitati negli esercizi ricettivi (alberghieri o complementari) nel periodo considerato. Si calcola un arrivo ogni volta che un cliente prende alloggio nell'esercizio (il turista che nel corso del viaggio fa più tappe in diverse strutture dà luogo a più arrivi).
[2]T*asso di turisticità:* rappresenta l'effettivo peso del turismo rispetto alle dimensioni della zona. Moltiplicato per mille per comodità di lettura, è ottenuto dividendo il numero medio di turisti (ossia il rapporto tra presenze e numero di giorni del periodo considerato) negli esercizi ricettivi per gli abitanti della stessa area.

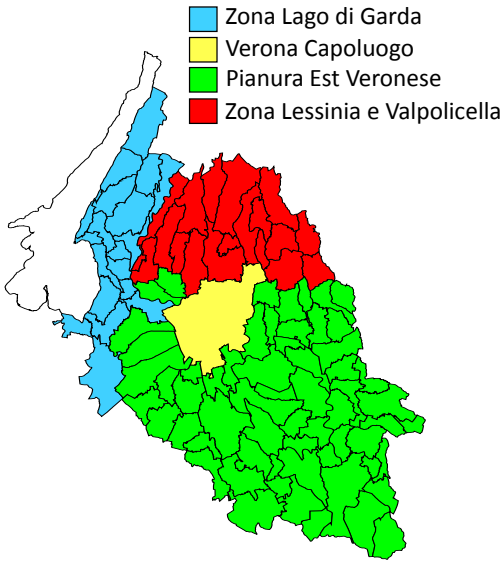
Camera di Commercio Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 21 di 89

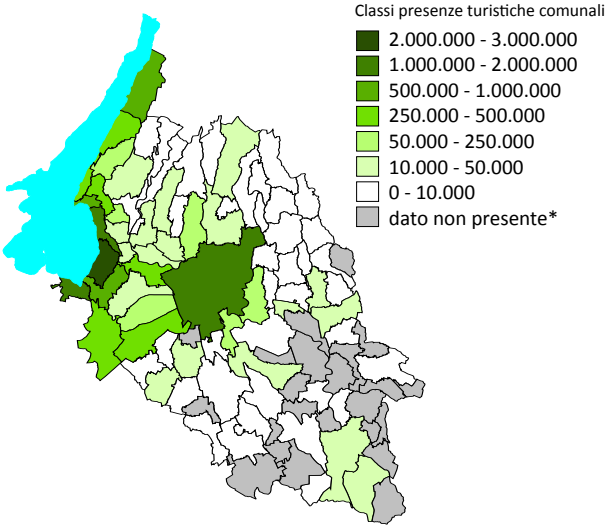
L'importante settore turistico veronese può contare su una vasta gamma di opportunità dal punto di vista dell'offerta. La provincia di Verona può offrire il lago, la montagna e la città d'arte, oltre che essere sede di uno sviluppato turismo d'affari e congressuale e di un apprezzato turismo eno-gastronomico legato alla produzione di vino e di altri tipici prodotti locali (riso, olio, radicchio, asparago, ecc.).

Rispecchiando questo suo aspetto multiforme, il settore turistico nel veronese si è articolato, storicamente, in quattro zone: Lago di Garda, Verona Capoluogo, Lessinia-Valpolicella e Pianura-Est veronese.

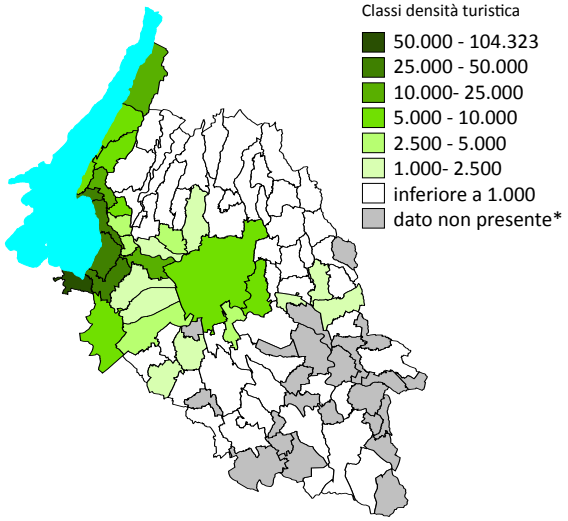
SUDDIVISIONE ZONE TURISTICHE - PROVINCIA DI VERONA



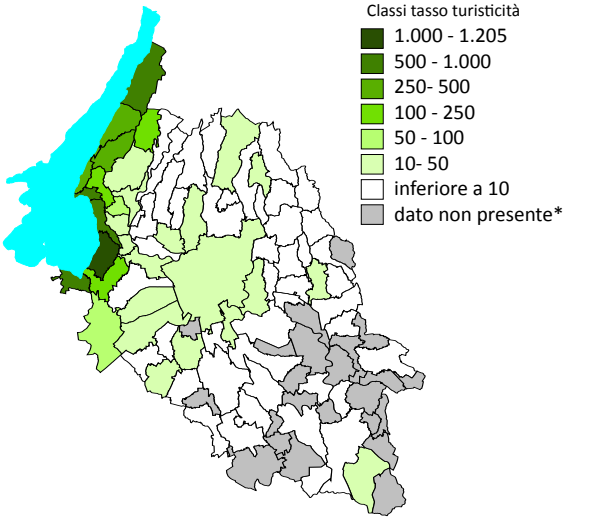
DISTRIBUZIONE COMUNALE DELLE PRESENZE TURISTICHE
anno 2013 - PROVINCIA DI VERONA



DENSITA' TURISTICA[3] COMUNALE
anno 2013 - PROVINCIA DI VERONA



TASSO DI TURISTICITA' COMUNALE
anno 2013 - PROVINCIA DI VERONA



Elaborazioni Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati della Regione Veneto

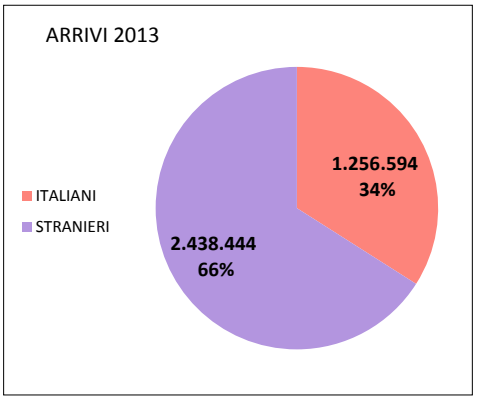
[3] *La densità turistica* è data dal rapporto tra il numero di presenze (ovvero il numero di notti trascorse dai turisti) e la superficie del territorio ed individua il numero di turisti per kmq.
[*] *Dato non presente:* in osservanza delle norme sul segreto statistico e sulla privacy, vengono trattati solo i dati dei comuni con almeno 3 strutture ricettive.

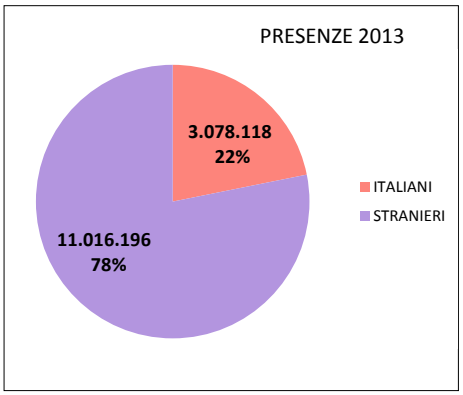
Camera di Commercio Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 22 di 89

1.2 Le provenienze

Nell'ambito del turismo veronese, il flusso turistico straniero svolge un ruolo fondamentale rappresentando il 66% degli arrivi e il 78% del totale delle presenze registrate nel 2013.





La nazione più rappresentata è la Germania che copre più di un terzo (34%, 4.842.921) del totale delle presenze turistiche, seguono i Paesi Bassi (13%) e la Gran Bretagna (5%). Per quanto riguarda il turismo nazionale, i primi per numerosità di presenze, sono i turisti provenienti dalla vicina Lombardia (5% del totale, 651.780 presenze nel 2013), seguiti a breve distanza dagli stessi veneti (4%, 579.479 presenze).

ZONE TURISTICHE DELLA PROVINCIA DI VERONA. Arrivi e presenze - Anno 2013

ZONA TURISTICA	ITALIANI		STRANIERI		TOTALE		var.% anni 2013/2012	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
ZONA LAGO DI GARDA	637.238	1.789.155	1.700.872	9.554.270	2.338.110	11.343.425	0,5	-1,8
VERONA CAPOLUOGO	317.729	640.731	471.130	938.568	788.859	1.579.299	3,8	-0,9
PIANURA-EST VERONESE	268.088	522.921	243.984	465.741	512.072	988.662	1,1	-4,8
ZONA LESSINIA-VALPOLICELLA	33.539	125.311	22.458	57.617	55.997	182.928	-11,6	-26,3
TOTALE PROVINCIA DI VERONA	**1.256.594**	**3.078.118**	**2.438.444**	**11.016.196**	**3.695.038**	**14.094.314**	**1,1**	**-2,3**

Elaborazione Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati della Provincia di Verona

Il Lago di Garda costituisce il maggior polo di attrazione turistica, soprattutto di turisti stranieri (84% del totale presenze della zona). Al vertice della graduatoria del turismo lacustre, troviamo gli affezionati turisti tedeschi (4.586.279 presenze nel 2013) e olandesi (1.797.482 presenze), seguiti dai turisti provenienti dalla Gran Bretagna (622.813). Fra i turisti italiani, che prediligono la zona lago, spiccano quelli provenienti dalla Lombardia (429.774 presenze nel 2013), dal Veneto (352.158) e dall'Emilia Romagna (156.439).

Verona, città d'arte, è la seconda località turistica della provincia scaligera. Qui la concentrazione tra turisti stranieri (59%) e turisti italiani (41%) è piu equilibrata rispetto alla zona lago. Ai primi posti della classifica, si alternano tedeschi (151.033 presenze), lombardi (111.232), britannici (79.610) e veneti (77.530).

Nelle restanti località turistiche veronesi, soggiornano più turisti italiani (55% del totale presenze del 2013) che stranieri (45%). I turisti provenienti dal Veneto (149.791 presenze), dalla Lombardia (110.774 presenze) e dalla Germania (105.609) occupano il vertice della graduatoria.

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 23 di 89

Nella provincia di Verona, nel 2013, le presenze legate al turismo straniero registrano, complessivamente, gli stessi numeri del 2012. Disaggregando il dato per le principali nazioni di provenienza, emerge una sostanziale tenuta dei turisti tedeschi, una contrazione delle presenze di olandesi ed austriaci, contrapposta ad un aumento di quelle di britannici, danesi e svizzeri.

Nel 2013, il turismo veronese ha subìto una consistente dimunizione delle presenze di turisti italiani (-9,96%), rispetto all'anno precedente. Dall'analisi dei dati delle principali regioni di provenienza della clientela italiana, risultano in aumento solo le presenze dei turisti provenienti dal Lazio (+2,21%); per la quasi totalità delle altre regioni, si registra una significativa contrazione dei flussi turistici, in particolare dalla Lombardia, dal Veneto e dall'Emilia-Romagna.

PROVENIENZA DEI TURISTI STRANIERI - ANNO 2013

Arrivi, presenze e permanenza media nelle strutture alberghiere ed extra-alberghiere

PROVENIENZA	ARRIVI	PRESENZE	Var. % 2013/12 presenze	Giorni perman.za media albergh.	Giorni perman.za media extra-alb.
GERMANIA	993.806	4.842.921	0,04	3,8	6,3
PAESI BASSI	201.859	1.835.617	-1,55	4,1	10,3
GRAN BRETAGNA	138.312	722.965	2,26	5,0	5,9
DANIMARCA	72.772	526.580	1,03	3,7	8,6
AUSTRIA	143.377	513.393	-4,81	2,7	5,4
SVIZZERA	102.149	354.259	9,06	2,7	5,0
BELGIO - LUSSEMBURGO	46.193	289.378	2,12	4,7	8,0
FRANCIA	85.647	208.888	-2,95	2,0	3,6
PAESI ASIATICI	74.986	202.685	-11,08	2,4	4,3
EUROPA CENTRO - ORIENTALE	90.476	200.561	10,21	1,9	3,6
PAESI SCANDINAVI	53.268	184.924	1,55	3,1	4,4
IRLANDA	24.810	163.000	7,87	4,0	8,6
ALTRI PAESI EUROPEI	63.768	149.994	-2,70	2,1	4,2
RUSSIA	63.831	133.802	99,63	1,9	2,8
U.S.A.	48.439	111.217	1,84	2,1	3,4
ALTRI PAESI AMERICA	52.381	110.875	-2,97	1,9	3,3
POLONIA	31.586	106.754	8,76	2,0	5,1
REP. CECA	28.021	85.827	2,35	2,6	3,9
ALTRI PAESI	27.338	68.740	-35,35	2,2	3,6
SPAGNA	27.432	61.572	-9,99	2,0	3,1
ROMANIA	16.586	60.708	6,27	2,2	10,8
CINA	44.436	56.231	19,72	1,2	2,6
PAESI AFRICA	6.971	25.305	-25,15	2,9	6,8
TOTALE STRANIERI	**2.438.444**	**11.016.196**	**0,03**	**3,1**	**6,7**

Elaborazione Servizio Studi e Ricerca CCIAA di Verona su dati della Provincia di Verona

PROVENIENZA DEI TURISTI ITALIANI - ANNO 2013

Arrivi, presenze e permanenza media nelle strutture alberghiere ed extra-alberghiere

PROVENIENZA	ARRIVI	PRESENZE	Var. % 2013/12 presenze	Giorni perman.za media albergh.	Giorni perman.za media extra-alb.
LOMBARDIA	278.946	651.780	-13,71	1,7	3,7
VENETO	171.403	579.479	-15,12	2,0	6,2
EMILIA ROMAGNA	112.402	243.879	-11,05	1,7	3,1
LAZIO	98.128	211.869	2,21	1,9	3,3
PIEMONTE	107.676	211.859	-6,97	1,6	2,9
TOSCANA	86.124	169.243	-4,97	1,7	2,8
BOLZANO	54.140	153.975	-18,04	1,8	4,2
SICILIA	41.941	131.863	-7,62	2,3	6,4
CAMPANIA	50.179	129.267	-2,05	2,1	4,5
PUGLIA	40.104	100.760	-11,71	2,2	4,1
LIGURIA	47.612	99.973	0,73	1,8	3,0
FRIULI VENEZIA GIULI	37.903	73.120	-2,41	1,7	2,9
TRENTO	21.965	69.084	-13,00	1,7	4,7
MARCHE	26.988	57.026	-3,25	1,9	2,9
SARDEGNA	18.088	46.060	-7,93	2,2	4,2
CALABRIA	15.928	43.198	-2,21	2,1	5,7
ABRUZZO	19.156	43.126	-8,02	1,9	3,7
UMBRIA	15.599	32.583	1,54	1,8	3,5
BASILICATA	5.675	15.724	1,87	2,5	4,4
VALLE D'AOSTA	3.641	7.222	-10,63	1,6	2,9
MOLISE	2.996	7.028	-4,22	2,2	2,8
TOTALE ITALIANI	**1.256.594**	**3.078.118**	**-9,96**	**1,8**	**4,0**

Elaborazione Servizio Studi e Ricerca CCIAA di Verona su dati della Provincia di Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 24 di 89

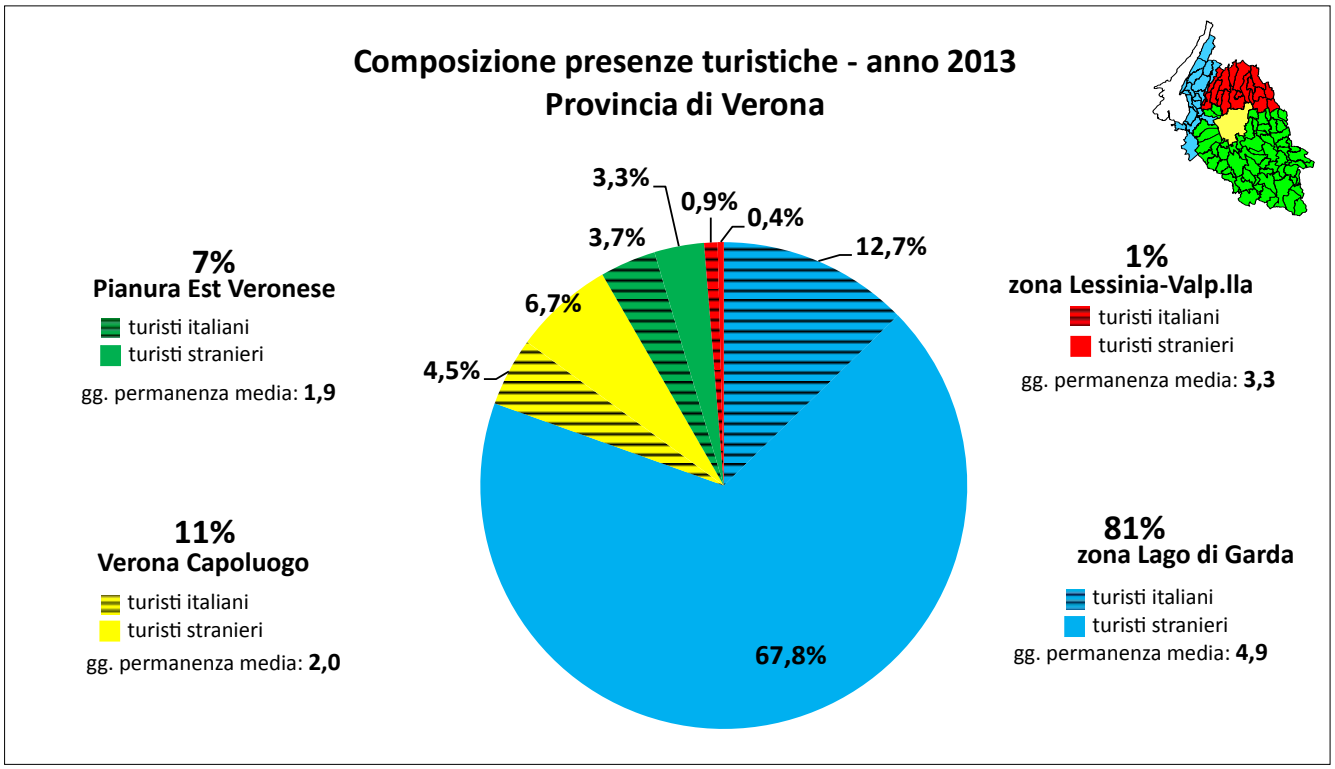
1.3 Le destinazioni: zone

Nella provincia di Verona, nel 2013, aumentano gli arrivi dei turisti (+1,09%), ma diminuiscono i pernottamenti (-2,33%): le presenze dei turisti stranieri sono stabili (+0,03%), mentre diminuiscono quelle dei turisti italiani (-9,96%).

Delle 14.094.314 presenze turistiche registrate nella Provincia di Verona nel corso del 2013, più del 78% è riferito a turisti stranieri, i quali hanno scelto prevalentemente (87% delle presenze straniere) come destinazione la zona del lago di Garda, località preferita anche dalla maggioranza dei turisti italiani (58%) che hanno soggiornato nella provincia scaligera. Nella zona del lago di Garda, dove si concentra l'**81%** dei flussi turistici veronesi, nel 2013, aumentano gli arrivi (+0,55%) e diminuiscono le presenze (-1,80%), in particolare si registra una diminuzione consistente della clientela italiana (-12,11%) non compensata dalla lieve crescita di quella straniera (+0,41%)

La seconda località più visitata è stata Verona Capoluogo che ha accolto, nel 2013, 78.859 turisti (il 21% degli arrivi totali) con 1.579.299 pernottamenti (l'**11%** del totale presenze). Anche nella città scaligera i turisti stranieri sono stati più numerosi di quelli nazionali (41% presenze italiane, 59% presenze straniere), sebbene in misura meno marcata rispetto alla zona del lago di Garda (16% presenze italiane, 84% presenze straniere). In città si registra lo stesso andamento dei flussi turistici rilevati a livello provinciale, aumentano gli arrivi (+3,81%) e calano le presenze (-0,89%), sia dei turisti stranieri (-0,21%) e sia della clientela italiana (-1,87%).

Le altre due località turistiche si dividono il restante **8%** delle presenze turistiche provinciali. A differenza delle mete precedenti, il turismo di queste zone è in maggioranza di lingua italiana, soprattutto nella zona della Lessinia-Valpolicella.



ZONA TURISTICA	TOTALE 2013		TOTALE 2012		gg. perman.za media		var. % anni 2013/2012	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	nel 2013	nel 2012	arrivi	presenze
ZONA LAGO DI GARDA	2.338.110	11.343.425	2.325.421	11.550.887	4,9	5,0	0,55	-1,80
VERONA CAPOLUOGO	788.859	1.579.299	759.884	1.593.521	2,0	2,1	3,81	-0,89
PIANURA-EST VERONESE	512.072	988.662	506.547	1.038.557	1,9	2,1	1,09	-4,80
ZONA LESSINIA-VALPOLICELLA	55.997	182.928	63.347	248.114	3,3	3,9	-11,60	-26,27
TOTALE PROVINCIA DI VERONA	**3.695.038**	**14.094.314**	**3.655.199**	**14.431.079**	**3,8**	**3,9**	**1,09**	**-2,33**

Elaborazioni Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati della Provincia di Verona

Camera di Commercio Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 25 di 89

1.4 Le destinazioni: strutture

ARRIVI E PRESENZE TURISTICHE PER TIPO DI STRUTTURA RICETTIVA - PROVINCIA DI VERONA

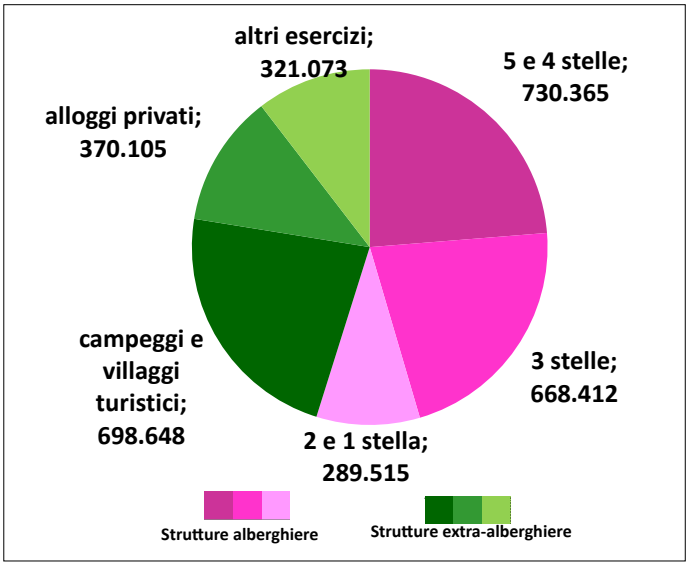
Strutture ricettive	ANNO 2013			Var. % 2013/12		PESO anno 2013
	ARRIVI	PRESENZE	Perm.za media in gg	ARRIVI	PRESENZE	
Alberghi 5 stelle	34.255	72.048	2,1	32,37%	20,54%	1%
Alberghi 4 stelle	1.067.451	2.551.774	2,4	2,92%	-0,91%	18%
Alberghi 3 stelle e res.	994.447	2.771.840	2,8	0,82%	-1,81%	20%
Alberghi 2 stelle	254.494	772.623	3	-6,44%	-7,22%	5%
Alberghi 1 stella	42.638	124.966	2,9	-14,25%	-12,01%	1%
Totale Alberghiero	**2.393.285**	**6.293.251**	**2,6**	**0,93%**	**-2,17%**	**45%**
Campeggi e villaggi turistici	831.416	5.725.499	6,9	-3,36%	-3,74%	41%
Alloggi privati[4]	268.033	1.469.550	5,5	14,74%	4,75%	10%
Altri esercizi[5]	202.304	606.014	3	6,39%	-6,42%	4%
Totale Extra Alberghiero	**1.301.753**	**7.801.063**	**6**	**1,38%**	**-2,47%**	**55%**
Totale Generale	**3.695.038**	**14.094.314**	**3,8**	**1,09%**	**-2,33%**	**100%**

Elaborazione Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati della Provincia di Verona

Nella provincia di Verona, le strutture ricettive maggiormente frequentate sono i campeggi e i villaggi turistici, che registrano, nel 2013, il 41% delle presenze turistiche. La quasi totalità di queste strutture si trova nella zona del lago di Garda. Nel 2013, i campeggi e i villaggi turistici gardesani hanno registrato il 99,6% delle presenze totali di questa tipologia di struttura. Sono soprattutto turisti stranieri (88%) e, in particolare, tedeschi (2.063.475 presenze) e olandesi (1.579.057 presenze) che da soli rappresentano il 73% della clientela gardesana di questi esercizi.

Appartengono, invece, al settore alberghiero la seconda e terza struttura ricettiva per numero di presenze turistiche. Nel 2013, il 38% del totale delle presenze turistiche sono state registrate negli alberghi a 3 e 4 stelle. I turisti che pernottano negli esercizi alberghiere veronesi, sono, per quasi tre quarti, di nazionalità straniera, tedeschi, in primis, (33% delle presenze alberghiere), seguiti dai britannici (8%).

Presenze turistiche italiane per tipo di struttura
Anno 2013 - Provincia di Verona



Le strutture alberghiere veronesi ottengono il favore della maggioranza della clientela italiana (55% del totale delle presenze turistiche italiane). In particolare, il 43% di questi pernottamenti avviene negli alberghi a 5 e 4 stelle, il 40% negli alberghi a 3 stelle e nei residence ed il rimanente 17% dei turisti italiani sceglie di pernottare negli alberghi a 2 e 1 stella. Provengono, principalmente, dalla Lombardia (325.431 presenze), dal Veneto (234.519 presenze) e a seguire dal Lazio, dall'Emilia Romagna, dal Piemonte e dalla Toscana.

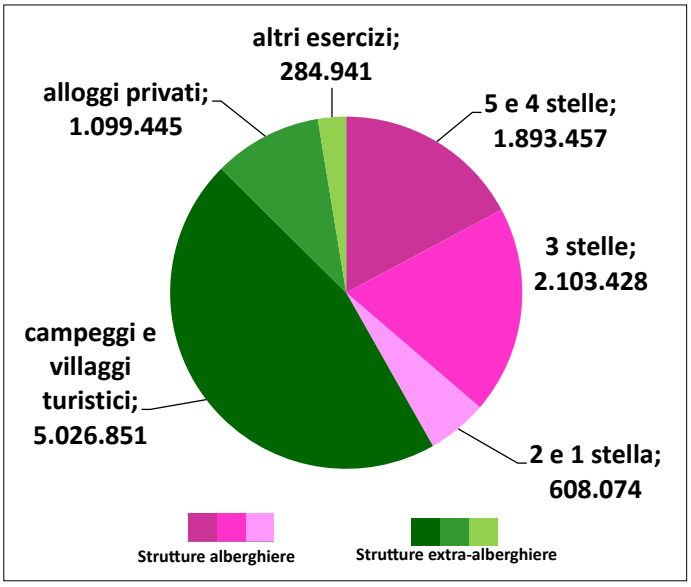
Per quanto riguarda le strutture complementari, la scelta dei turisti italiani ricade per il 50% sui campeggi e villaggi turistici. L'altra metà delle presenze extra-alberghiere si divide equamente fra gli alloggi privati (27%) e gli altri esercizi complementari (23% del presenze turistiche italiane extra-alberghiere).

[4] *Alloggi privati:* alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale (affittacamere, appartamenti gestiti da agenzie immobiliari, country house).
[5] *Altri esercizi:* agriturismi, bed and breakfast, foresterie, ricettivo sociale, rifugi.

Camera di Commercio Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 26 di 89

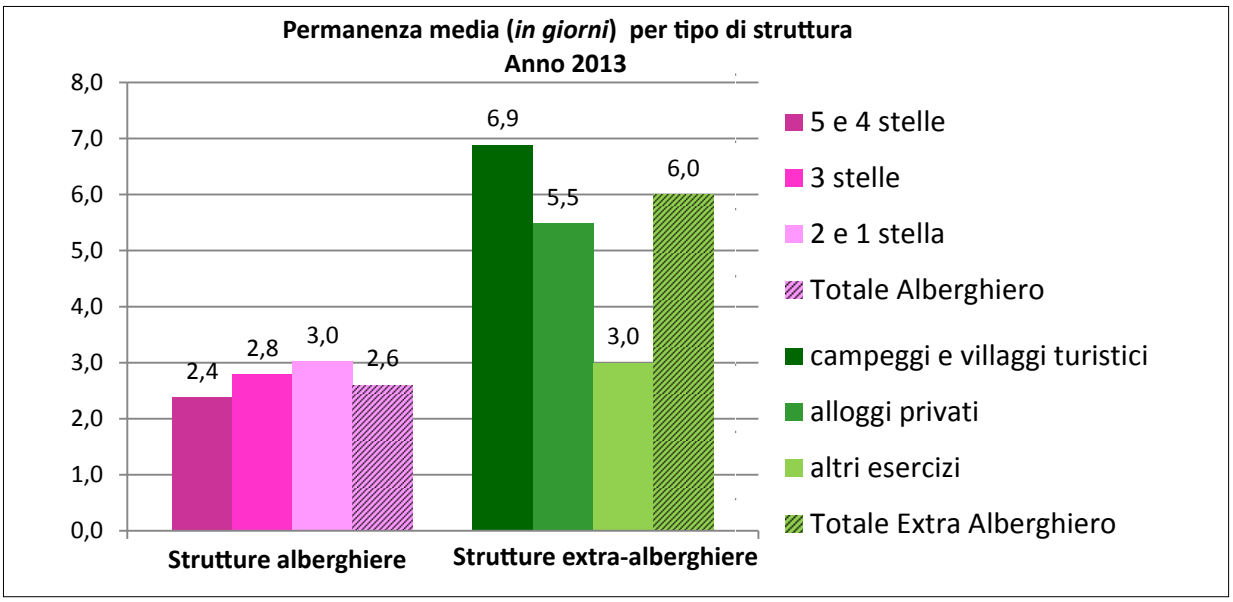
Presenze turistiche straniere per tipo di struttura
Anno 2013 - Provincia di Verona



La maggioranza dei turisti stranieri predilige, invece, la struttura extra-alberghiera (58% delle presenze turistiche straniere). Il 78% dei pernottamenti extra-alberghieri stranieri avviene nei campeggi e il rimanente 22% si divide fra alloggi privati, agriturismi, bed and breakfast, ecc.
Le strutture alberghiere accolgono il restante 42% del totale delle presenze turistiche straniere. Di questi pernottamenti il 41% avviene negli alberghi a 5 e 4 stelle, il 46% negli alberghi a 3 stelle e il rimanente 13% nelle strutture alberghiere a 2 e 1 stella.

Nel 2013, rispetto all'anno precedente, le presenze sono in calo del 2,17% nelle strutture alberghiere e del 2,47% nelle strutture extra-alberghiere. Soprattutto sono mancati i turisti italiani (- 2,99% negli esercizi alberghieri e -17,18% negli esercizi extra-alberghieri). Il contemporaneo calo delle presenze e aumento degli arrivi (+1,51%) di turisti italiani testimonia la progressiva e continua riduzione della permamenza media nelle località turistiche della clientela nazionale (2,4 giornate nel 2013 rispetto alle 2,8 giornate della stagione precedente). Nel 2013, le presenze di turisti stranieri, complessivamente stabili rispetto al 2012, sono risultate in aumento nelle strutture extra-alberghiere (+1,44%) e in calo dell'1,86% nelle strutture alberghiere. Anche i turisti di nazionalità straniera, sono arrivati più numerosi (+0,88%), ma hanno ridotto la loro permanenza media da 4,6 giornate del 2012 alle 4,5 giornate del 2013.

I turisti italiani si fermano, mediamente, di meno (1,8 giorni nell'alberghiero e 4,0 nell'extra alberghiero) rispetto ai turisti stranieri (3,1 giorni nell'alberghiero e 6,7 nell'extra alberghiero).



Elaborazioni Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati della Provincia di Verona

Camera di Commercio Verona

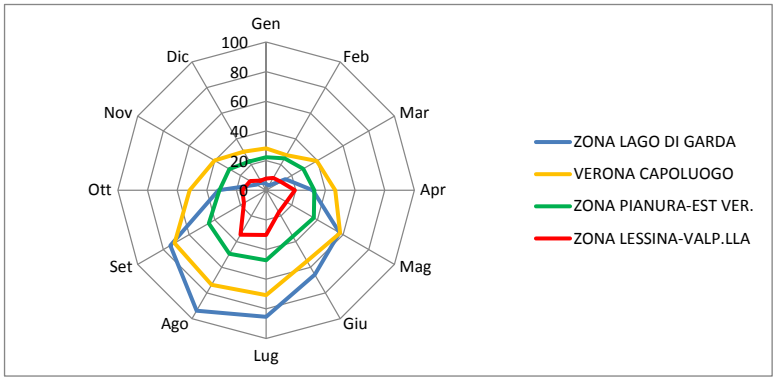
Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 27 di 89

INDICE DI UTILIZZAZIONE LORDA[6] PER ZONE - ANNO 2013

ZONA TURISTICA	indice di utilizzazione lorda			giorni di utilizzo posti letto		
	Es. Albergh.	Es. Compl.*	Totale	Es. Albergh.	Es. Compl.*	Totale
ZONA LAGO DI GARDA	40,0	24,2	28,5	146	88	104
VERONA CAPOLUOGO	49,5	23,5	36,7	181	86	134
PIANURA-EST VERONESE	33,9	14,3	27,4	124	52	100
ZONA LESSINIA-VALPOLICELLA	16,7	7,7	10,4	61	28	38
TOTALE PROVINCIA DI VERONA	**39,6**	**23,2**	**28,5**	**145**	**85**	**104**

Elaborazione Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati della Provincia di Verona

INDICE DI UTILIZZAZIONE LORDA NEGLI ESERCIZI ALBERGHIERI PER ZONE TURISTICHE VERONESI - ANNO 2013



Verona Capoluogo è la zona turistica veronese che presenta il più alto grado di utilizzo delle strutture alberghiere, con un indice (49,5) di dieci punti superiore a quello medio (39,6), registrato negli alberghi della provincia di Verona.

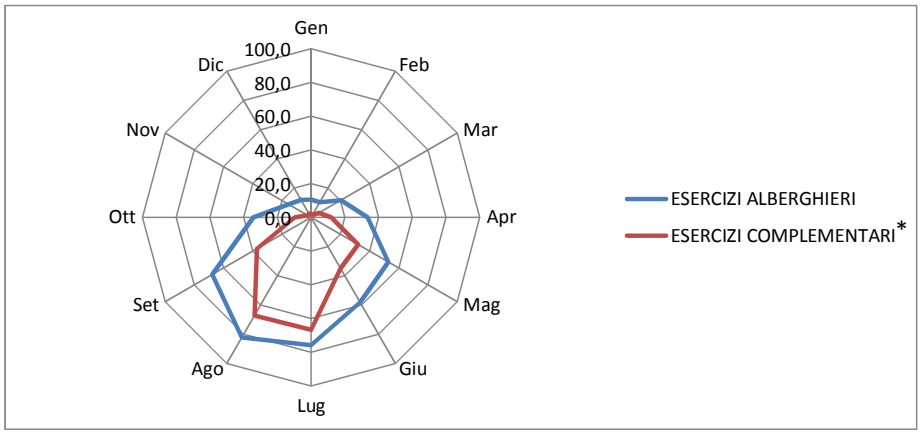
Anche la zona Lago si caratterizza per un elevato utilizzo dei posti letto, con un indice (40,0) di poco superiore all'indice medio provinciale.

Negli alberghi della Pianura-Est veronese, ogni posto letto è risultato occupato, nel corso 2013, per 124 giorni, che equivale a un indice di utilizzazione (33,9) inferiore alla media provinciale. Fanalino di coda di questa classifica è la zona della Lessina-Valpolicella che registra il più basso grado di utilizzo (16,7) dei posti letto nelle strutture alberghiere.

Nella lettura dei dati sul grado di utilizzazione di posti letto, si deve tener presente che si tratta di un indice lordo, cioè spalmato sull'intero anno solare e non sul periodo di effettiva apertura delle strutture ricettive. Ciò vale soprattutto per località turistiche, quali il lago di Garda e la montagna della Lessinia che presentano una forte stagionalità nei flussi turistici.

INDICE DI UTILIZZAZIONE LORDA PER MESI - ANNO 2013 - PROVINCIA DI VERONA

MESI	ESERCIZI ALBERG.	ESERCIZI COMPL.
Gen	10,5	1,9
Feb	10,4	1,7
Mar	20,4	5,4
Apr	33,4	11,9
Mag	52,8	32,1
Giu	58,1	34,8
Lug	75,7	66,7
Ago	82,3	67,2
Set	67,7	37,1
Ott	34,2	9,8
Nov	15,4	2,5
Dic	11,9	2,3
media annua	**39,6**	**23,2**



Elaborazioni Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati della Provincia di Verona

[6] *INDICE DI UTILIZZAZIONE LORDA* si ottiene dal rapporto tra il numero di presenze turistiche e la disponibilità di letti espressi in giornate (numero di letti per 365) per 100.

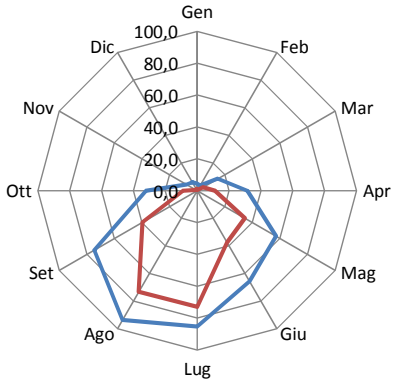
* *Esercizi Complementari (o Extra alberghieri)*

Camera di Commercio Verona

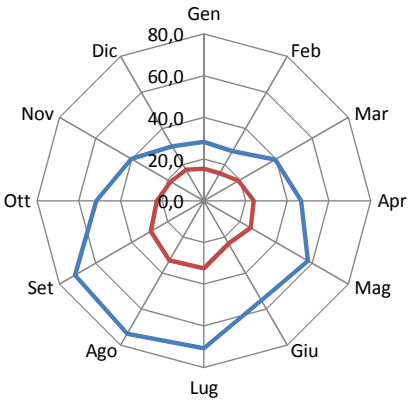
Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 28 di 89

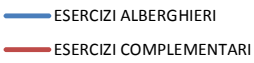
INDICE DI UTILIZZAZIONE LORDA PER ZONE TURISTICHE VERONESI - ANNO 2013

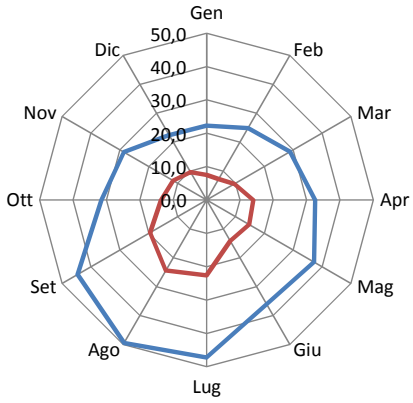
ZONA LAGO DI GARDA



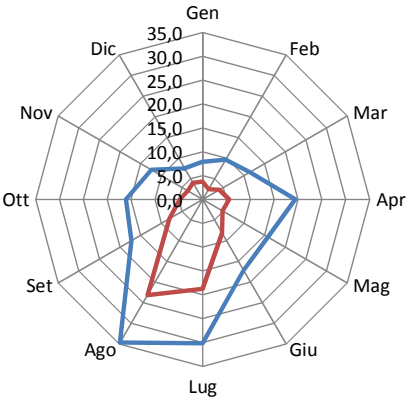
VERONA CAPOLUOGO







PIANURA-EST VERONESE

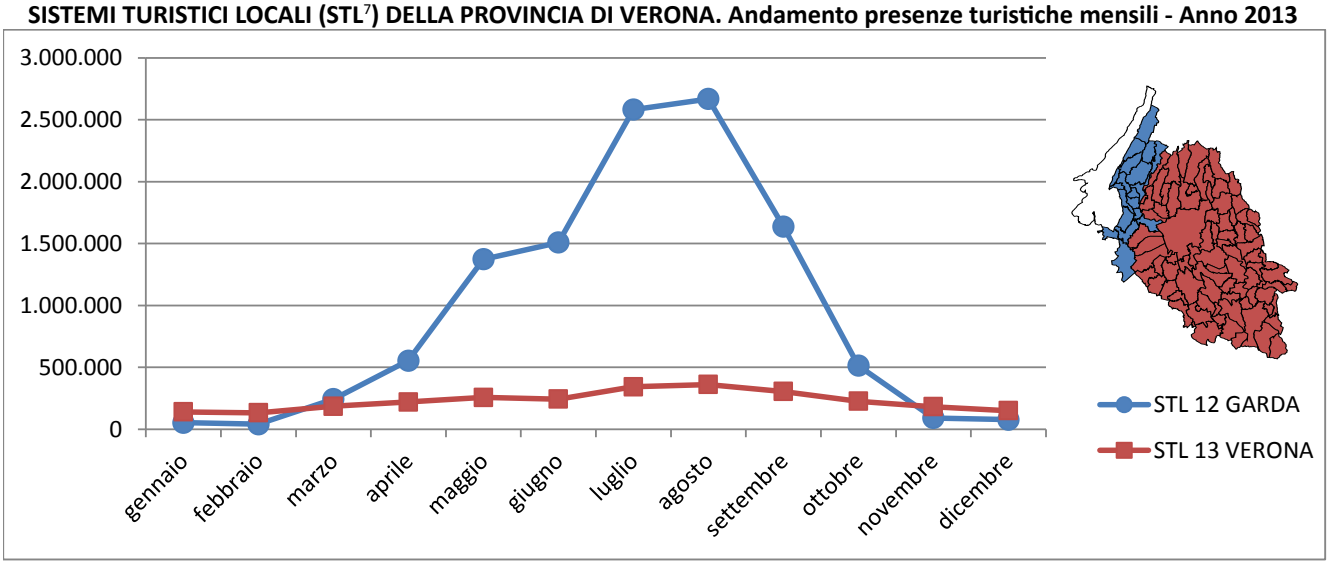


ZONA LESSINIA-VALPOLICELLA

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 29 di 89

1.5 Analisi dei flussi turistici mensili

SISTEMI TURISTICI LOCALI (STL[7]) DELLA PROVINCIA DI VERONA. Andamento presenze turistiche mensili - Anno 2013

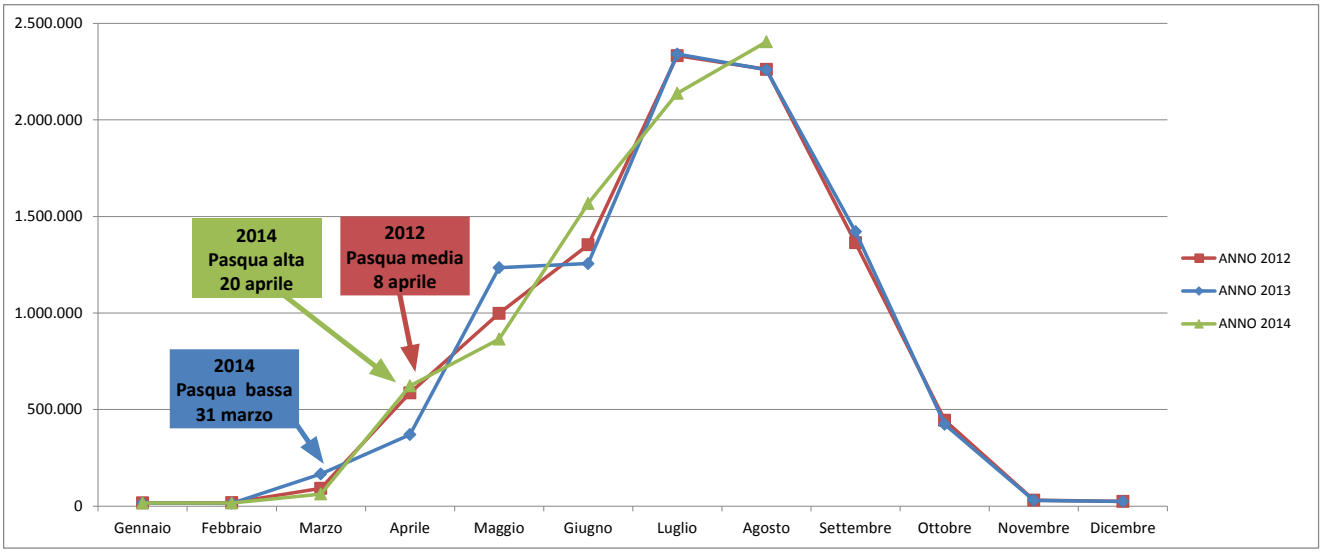


Il trend mensile dei flussi turistici della provincia di Verona è pesantemente influenzato dall'andamento del turismo del lago di Garda.

I due sistemi turistici scaligeri, STL 12 GARDA e STL 13 VERONA, analizzati separatamente mostrano sostanziali differenze. Nel 2013, il trend del STL GARDA, con un turismo prettamente di matrice straniera, ha un andamento legato alle festività pasquali e post-pasquali ed è quasi un turismo balneare: i mesi estivi di luglio e agosto sono l'apice della stagione. I turisti italiani frequentano il lago di Garda in occasione delle festività primaverili e nella stagione estiva prediligono i mesi di giugno ed agosto.

Luglio ed agosto 2013 sono i mesi con maggior affluenza turistica anche per il STL VERONA, ma in misura molto meno marcata rispetto a quanto si registra sul lago di Garda. Il turimo nazionale è più rappresentato e scorporando il dato per la nazionalità dei turisti, si nota una forte affluenza della clientela italiana nei periodi di svolgimento di importanti manifestazioni fieristiche, quali la fiera agricola (febbraio ad anni alterni), Vinitaly (marzo/aprile), Marmomacc (settembre) e Fieracavalli (novembre), in alcuni casi anche superiore a quella dei mesi estivi.

PRESENZE TURISTICHE STRANIERE - STL 12 GARDA

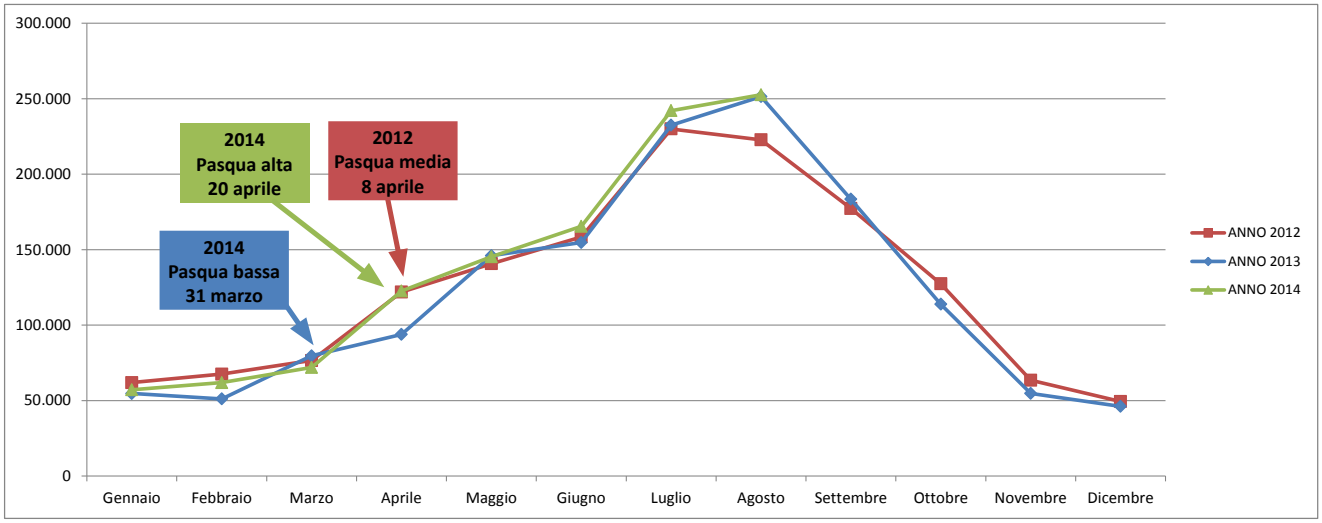


[7] *SISTEMI TURISTICI LOCALI (STL):* contesti turistici omogenei o integrati, comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a regioni diverse, caratterizzati dall'offerta integrata di beni culturali, ambientali e di attrazioni turistiche, compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e dell'artigianato locale, o dalla presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate. Il Veneto era organizzato in 14 Sistemi Turistici Locali, di cui 2 localizzati nella provincia di Verona. La nuova normativa regionale prevede il superamento dei tradizionali STL con l'individuazione di un numero limitato di Sistemi Turistici Tematici (STT): Venezia e laguna; Dolomiti; Montagna veneta; Lago di Garda; Mare e spiagge; Pedemontana e colli; Terme Euganee e termalismo veneto; Po e suo delta; Città d'arte, centri storici, città murate e sistemi fortificati e ville venete.

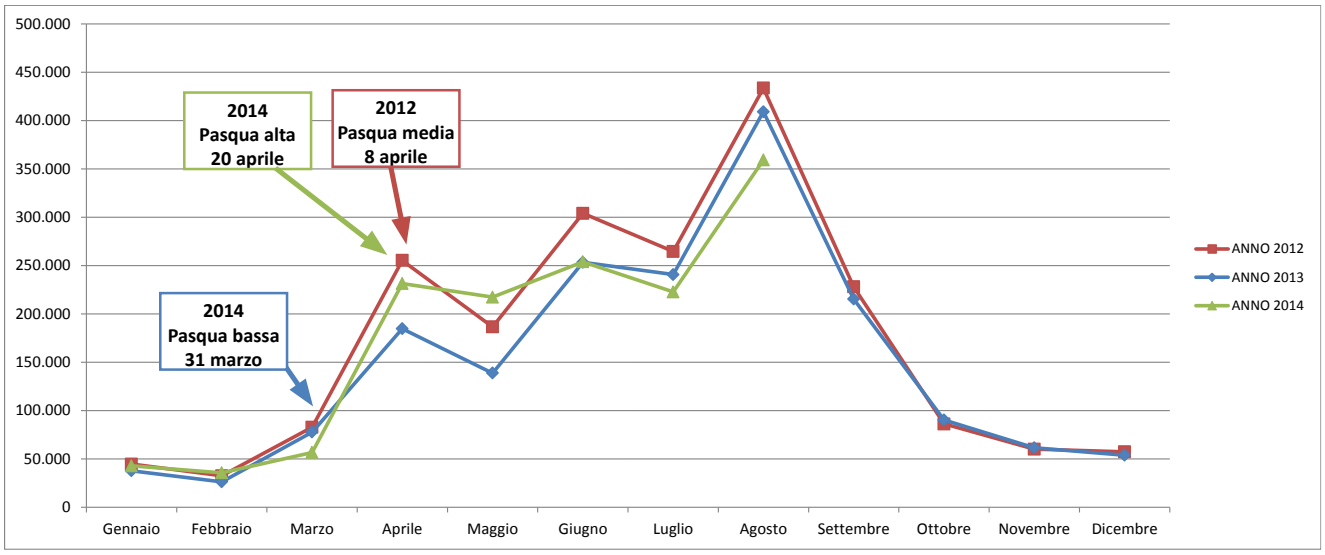
Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 30 di 89

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 31 di 89

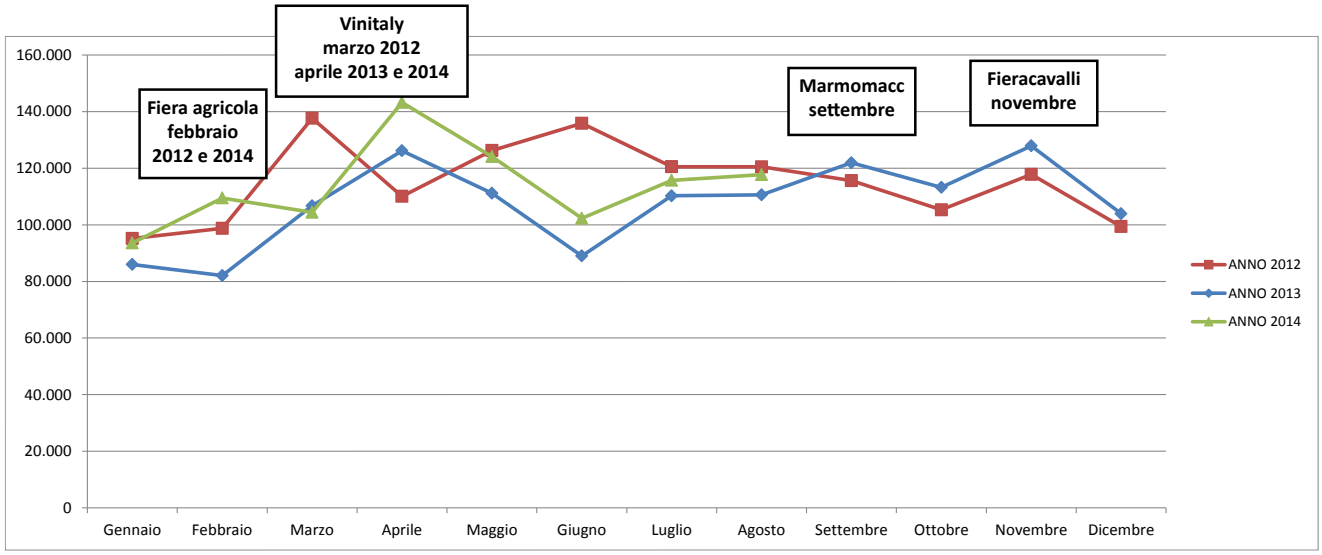
PRESENZE TURISTICHE STRANIERE - STL 13 VERONA



PRESENZE TURISTICHE ITALIANE - STL 12 GARDA



PRESENZE TURISTICHE ITALIANE - STL 13 VERONA



Elaborazioni Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati della Regione Veneto

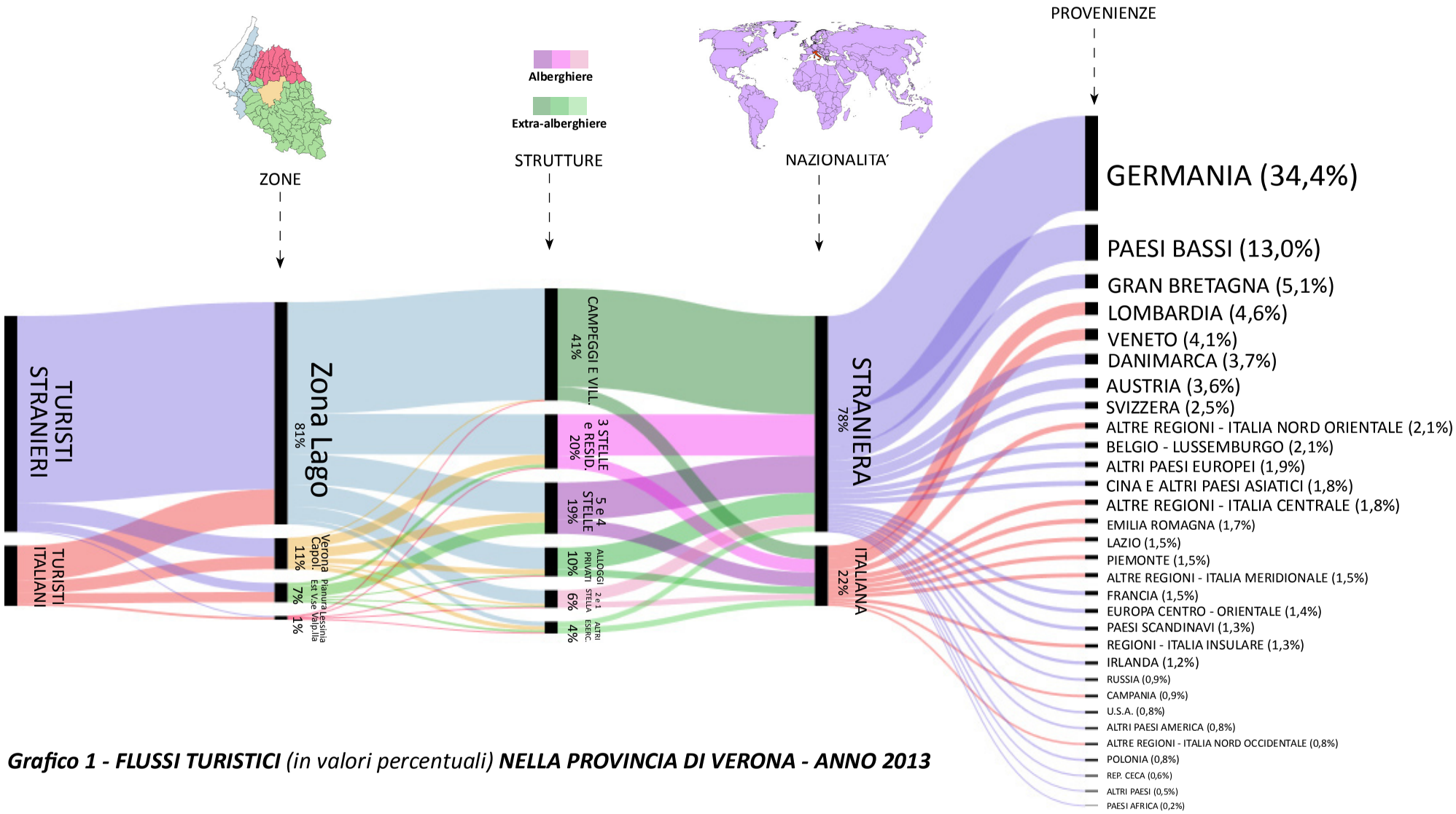


Grafico 1 - FLUSSI TURISTICI *(in valori percentuali)* ***NELLA PROVINCIA DI VERONA - ANNO 2013***

Elaborazione del Servizio Studi e Ricerca della CCIAA di Verona su dati della Provincia di Verona

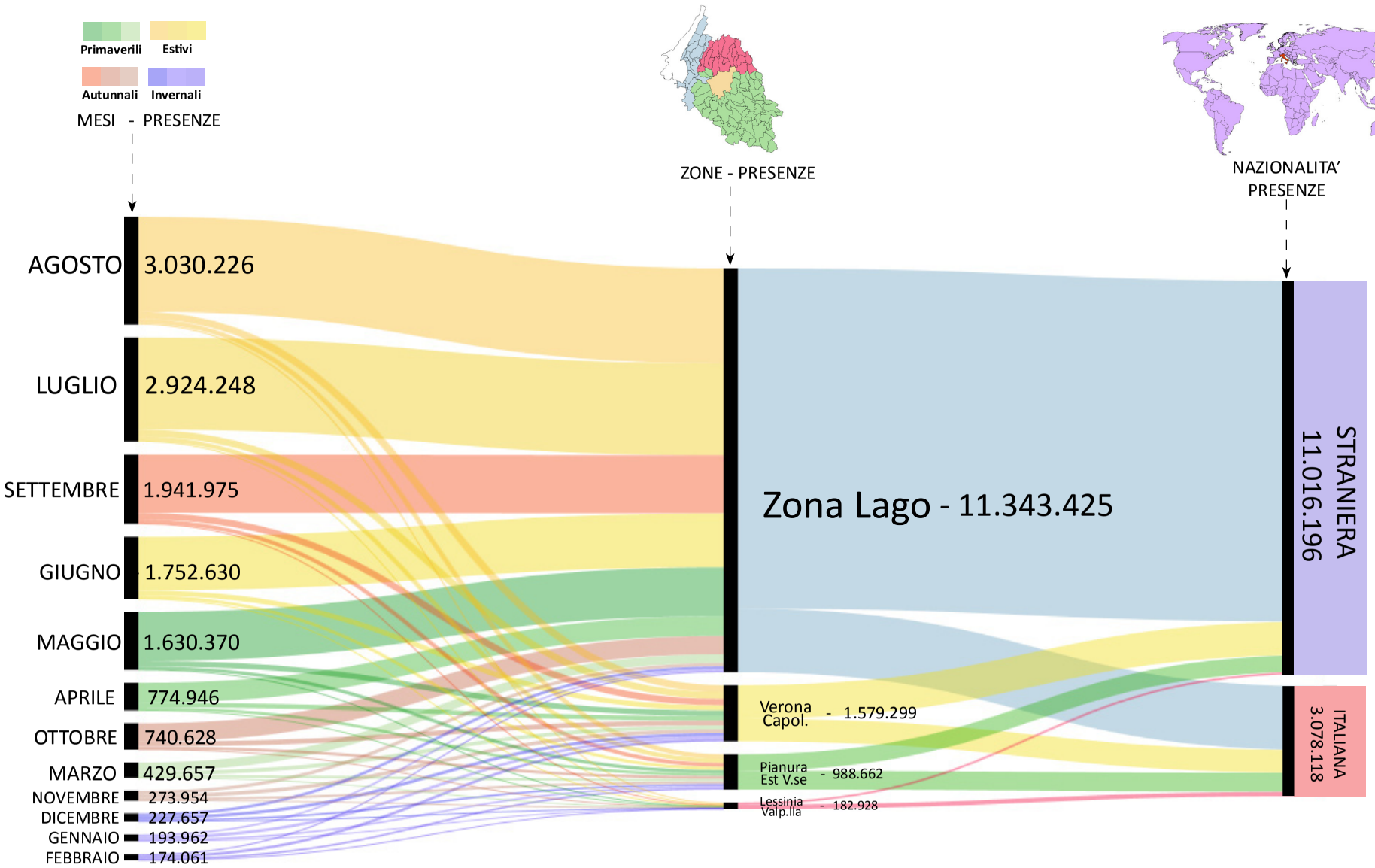


Grafico 2 - FLUSSI MENSILI DELLE PRESENZE TURISTICHE** (in valori assoluti) **NELLA PROVINCIA DI VERONA - ANNO 2013

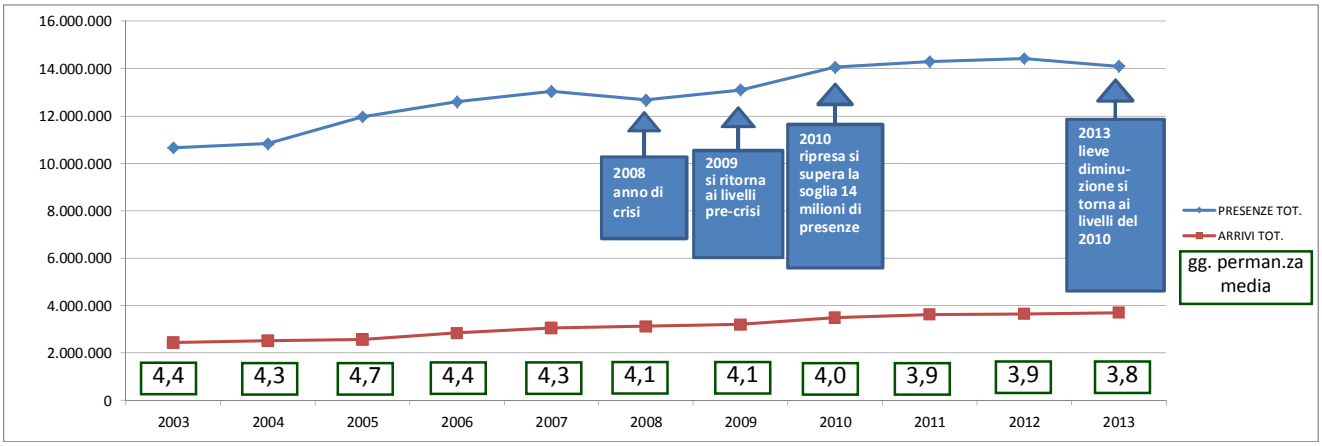
Elaborazione del Servizio Studi e Ricerca della CCIAA di Verona su dati della Provincia di Verona

1.6 Dieci anni di turismo a Verona

Negli ultimi dieci anni, l'andamento dei flussi turistici nel territorio veronese rispecchia, fondamentalmente, il trend registrato dai flussi turistici stranieri.

Dopo il 2008, anno di inizio della crisi economica globale che ha avuto ricadute negative anche sul turismo veronese (-2,82% nelle presenze), si assiste ad una buona ripresa del settore già nel 2009 e il trend si mantiene positivo fino al 2012. Nell'anno successivo, si registra una flessione del 2,33% delle presenze turistiche, determinata, soprattutto, dal calo di 10 punti percentuali nelle presenze della clientela italiana, in particolare nelle strutture extra-alberghiere. L'analisi dei flussi turistici nazionali evidenzia come, già, dal 2006, dopo la forte crescita del 2005, le presenze di turisti italiani registravano numeri in costante diminuzione. Dinamica negativa contrastata, fino al 2012, dagli ottimi risultati realizzati dal turismo di provenienza estera.

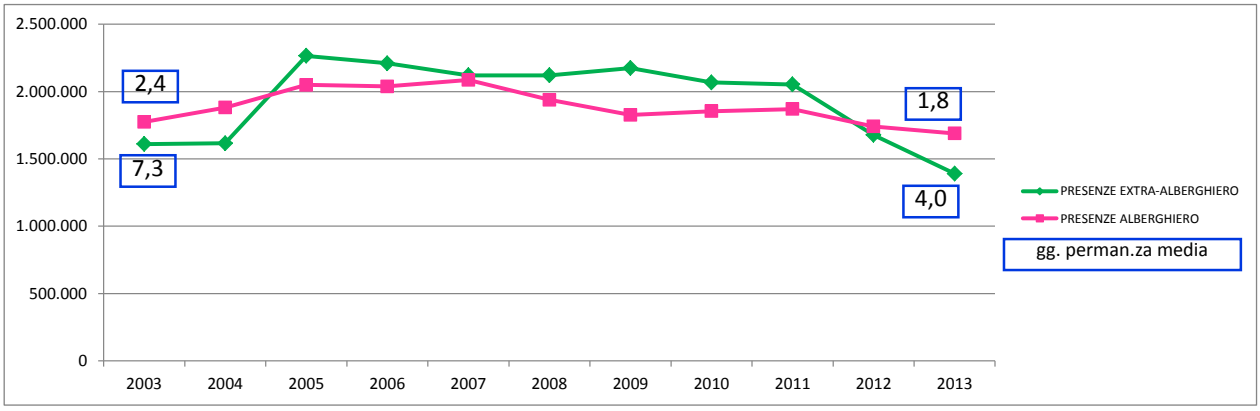
ANDAMENTO FLUSSI TURISTICI VERONESI DAL 2003 AL 2013



Elaborazioni Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati della Regione Veneto

STORICO PRESENZE TURISTI STRANIERI

STORICO PRESENZE TURISTI ITALIANI



Camera di Commercio Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 34 di 89

1.7 La spesa dei turisti stranieri

Nel 2013, secondo l'indagine UIC – Banca d'Italia[8], la spesa dei viaggiatori stranieri nella provincia di Verona è stata pari a 1.132 milioni di Euro. Pur con una diminuzione, rispetto all'anno precedente, pari a -10,1% (-5,8% il dato riferito al Veneto, +3,1% per l'Italia), Verona si pone al quinto posto a livello nazionale con una quota pari al 3,4%. Dal 2009 al 2013, si registra al contrario un aumento del +8,8%.
Nel Veneto, Verona si colloca dopo Venezia, con una quota pari al 24%. Il contributo della provincia scaligera sul totale della spesa dei turisti stranieri in Italia è pari al 3,4%.

Spesa turisti stranieri in Italia - Prime 20 province italiane in valore assoluto nel 2013

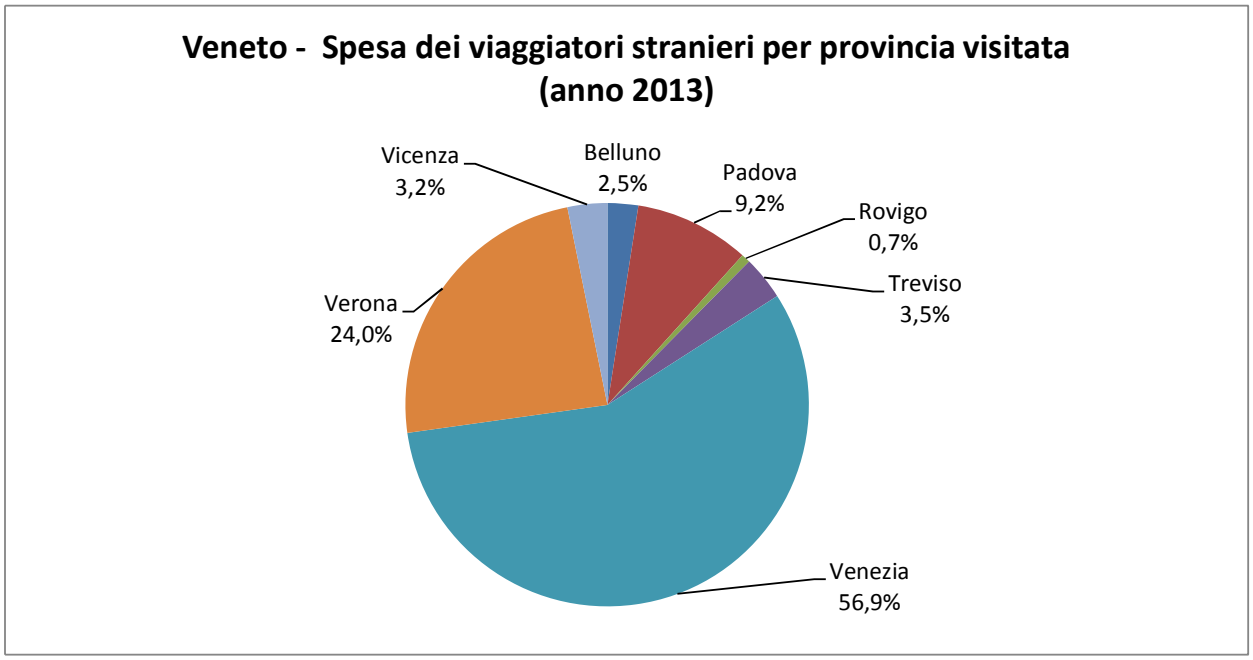
rank	PROVINCIA VISITATA	milioni di Euro		var. % 2013/2012	% su totale Italia	
		2012	2013		2012	2013
1	ROMA	5.168	5.574	7,9	16,1	16,9
2	MILANO	2.921	3.108	6,4	9,1	9,4
3	VENEZIA	2.780	2.678	-3,7	8,7	8,1
4	FIRENZE	2.030	2.211	8,9	6,3	6,7
5	**VERONA**	**1.259**	**1.132**	**-10,1**	**3,9**	**3,4**
6	BOLZANO	1.051	1.098	4,5	3,3	3,3
7	NAPOLI	1.014	1.018	0,4	3,2	3,1
8	COMO	655	736	12,4	2,0	2,2
9	TORINO	691	727	5,2	2,2	2,2
10	BRESCIA	712	671	-5,8	2,2	2,0
11	IMPERIA	488	596	22,1	1,5	1,8
12	RIMINI	476	581	22,1	1,5	1,8
13	BOLOGNA	549	544	-0,9	1,7	1,6
14	TRENTO	504	503	-0,2	1,6	1,5
15	SIENA	375	480	28,0	1,2	1,5
16	GENOVA	443	458	3,4	1,4	1,4
17	VARESE	459	456	-0,7	1,4	1,4
18	PADOVA	433	433	0,0	1,4	1,3
19	MESSINA	312	330	5,8	1,0	1,0
20	SALERNO	312	324	3,8	1,0	1,0
Totale prime 20 province		**22.632**	**23.658**	**4,5**	**70,6**	**71,6**
Altre province		**9.423**	**9.407**	**-0,2**	**29,4**	**28,5**
TOTALE		**32.056**	**33.064**	**3,1**	**100,0**	**100,0**

Elaborazione Servizio Studi e Ricerca CCIAA di Verona su dati indagine UIC-Banca d'Italia

[8] http://www.bancaditalia.it/statistiche/rapp_estero/turismo-int

Camera di Commercio Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 35 di 89



Elaborazione Servizio Studi e Ricerca CCIAA di Verona su dati indagine UIC-Banca d'Italia

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 36 di 89

1.8 Arrivi e presenze nei primi otto mesi del 2014

Il turismo veronese, nel periodo gennaio-agosto 2014, ha registrato, complessivamente, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, una crescita sia negli arrivi (+3,73%) e sia nelle presenze turistiche (+2,09%). Analizzando il dato mensile, si nota, nei primi mesi, un'alternanza di performance positive e negative legate alle diverse scadenze delle festività primaverili. Dopo un primo semestre 2014 caratterizzato da numeri promettenti (+6,53% negli arrivi e +6,68% nelle presenze), l'anomala piovosità della stagione estiva ha frenato quella che si preannunciava come un'ottima stagione turistica. Mesi cruciali per il turismo veronese, quali luglio ed agosto sono stati penalizzati dalle frequenti precipitazioni. Le perdite di questi mesi estivi, si sono concentrate, per lo più, nella zona del Lago, turisticamente più legata alle condizioni meteorologiche.
Le altre località veronesi hanno, invece, visto aumentare sia gli arrivi (+6,54%) che le presenze turistiche (+7,63%). Anche i piovosi mesi di luglio e agosto non sono stati negativi, ma la loro moderata crescita non ha permesso di mantere gli ottimi risultati realizzati nei primi sei mesi del 2014 (+8,28% negli arrivi e + 10,18% nelle presenze).

Nel periodo gennaio-agosto 2014, in termini percentuali, gli aumenti maggiori nelle presenze si sono registrati fra i turisti italiani (+6,40%), che, però, hanno fatto mancare la loro presenza sul Lago di Garda, nei mesi di luglio (-7,45%) ed agosto (-12,18%).
Le presenze dei turisti stranieri hanno registrato aumenti percentualmente minori (+1,01%), ma con numeri generalmente sempre positivi. Anche i non esaltanti mesi estivi di giugno, luglio ed agosto hanno visto, complessivamente, una tenuta delle presenze turistiche straniere (+0,43%), nonostante la forte contrazione registrata nel mese di luglio (-7,53%).

Della crescita dei pernottamenti nelle strutture ricettive veronesi (+2,09%), hanno beneficiato con aumenti dell'0,62% le strutture alberghiere e del 3,16% le strutture complementari.

PROVINCIA DI VERONA. Arrivi e presenze nel periodo gennaio-agosto 2013 e2014

Periodo	Anno 2014						Anno 2013		Var. % 2014/2013	
	ARRIVI		PRESENZE		TOTALE		TOTALE			
	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Gennaio	60.033	35.396	136.443	72.740	95.429	209.183	85.074	193.962	12,17	7,85
Febbraio	70.113	37.765	145.133	77.699	107.878	222.832	84.374	174.061	27,86	28,02
Marzo	78.650	59.910	161.088	134.358	138.560	295.446	183.286	429.657	-24,40	-31,24
Aprile	158.056	215.902	374.589	745.205	373.958	1.119.794	282.306	774.946	32,47	44,50
Maggio	152.750	266.373	341.503	1.009.638	419.123	1.351.141	442.348	1.630.370	-5,25	-17,13
Giugno	129.589	369.674	356.190	1.732.311	499.263	2.088.501	456.630	1.752.630	9,34	19,16
Luglio	117.171	431.000	338.494	2.379.628	548.171	2.718.122	564.336	2.924.248	-2,86	-7,05
Agosto	151.079	489.670	477.021	2.656.228	640.749	3.133.249	623.174	3.030.226	2,82	3,40
Totale gennaio-agosto	***917.441***	***1.905.690***	***2.330.461***	***8.807.807***	***2.823.131***	***11.138.268***	***2.721.528***	***10.910.100***	***3,73***	***2,09***

STL GARDA. Arrivi e presenze nel periodo gennaio-agosto 2013 e2014

Periodo	Anno 2014						Anno 2013		Var. % 2014/2013	
	ARRIVI		PRESENZE		TOTALE		TOTALE			
	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Gennaio	16.921	5.286	42.827	15.577	22.207	58.404	19.803	53.259	12,14	9,66
Febbraio	15.725	6.684	35.659	15.784	22.409	51.443	18.135	40.849	23,57	25,93
Marzo	27.724	23.364	56.654	62.450	51.088	119.104	88.432	243.270	-42,23	-51,04
Aprile	94.646	155.358	231.381	622.660	250.004	854.041	176.302	554.988	41,80	53,88
Maggio	90.226	192.410	217.356	864.371	282.636	1.081.727	309.252	1.373.206	-8,61	-21,23
Giugno	82.650	287.109	253.859	1.566.911	369.759	1.820.770	334.654	1.508.936	10,49	20,67
Luglio	65.423	311.927	222.765	2.137.542	377.350	2.360.307	401.083	2.581.610	-5,92	-8,57
Agosto	101.646	366.623	359.301	2.403.592	468.269	2.762.893	454.610	2.668.249	3,00	3,55
Totale gennaio-agosto	***494.961***	***1.348.761***	***1.419.802***	***7.688.887***	***1.843.722***	***9.108.689***	***1.802.271***	***9.024.367***	***2,30***	***0,93***

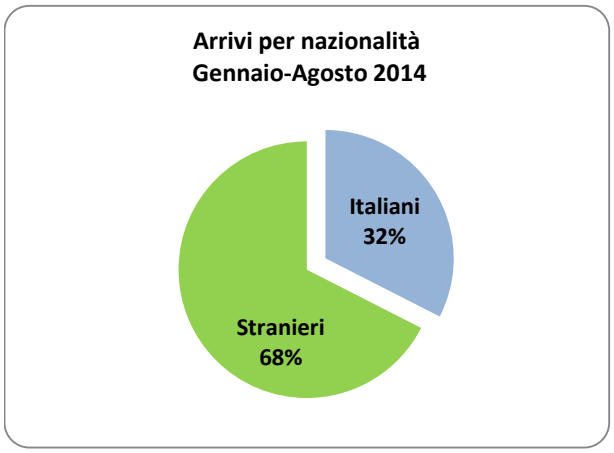
Elaborazioni Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati della Regione Veneto

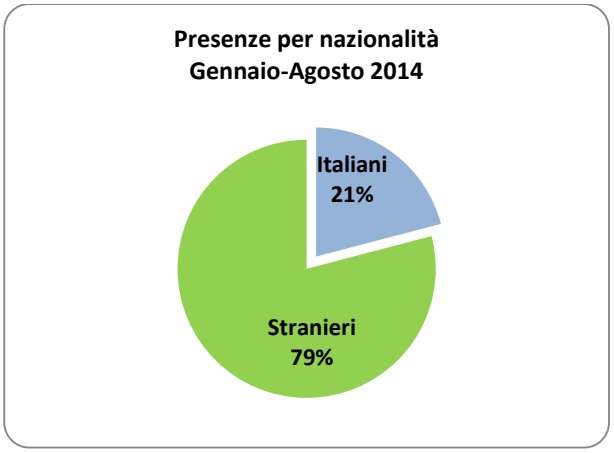
Camera di Commercio Verona

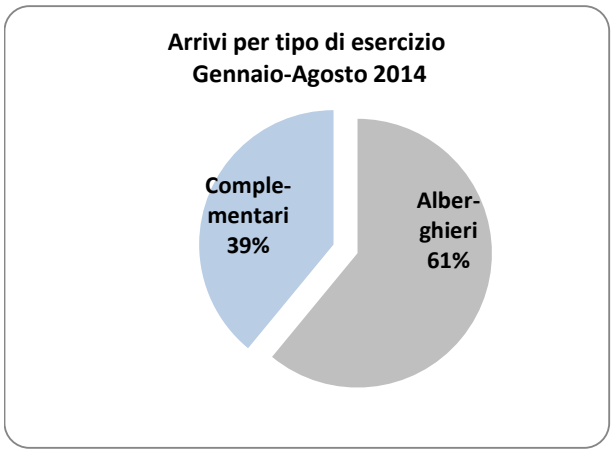
Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 37 di 89

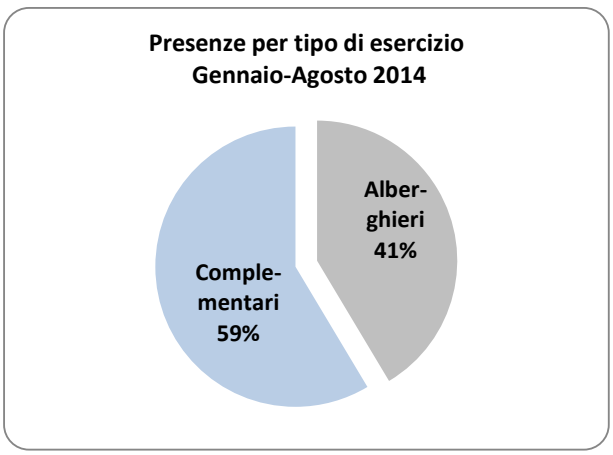
STL VERONA. Arrivi e presenze nel periodo gennaio-agosto 2013 e2014

Periodo	Anno 2014						Anno 2013		Var. % 2014/2013	
	ARRIVI		PRESENZE		TOTALE		TOTALE			
	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Gennaio	43.112	30.110	93.616	57.163	73.222	150.779	65.271	140.703	12,18	7,16
Febbraio	54.388	31.081	109.474	61.915	85.469	171.389	66.239	133.212	29,03	28,66
Marzo	50.926	36.546	104.434	71.908	87.472	176.342	94.854	186.387	-7,78	-5,39
Aprile	63.410	60.544	143.208	122.545	123.954	265.753	106.004	219.958	16,93	20,82
Maggio	62.524	73.963	124.147	145.267	136.487	269.414	133.096	257.164	2,55	4,76
Giugno	46.939	82.565	102.331	165.400	129.504	267.731	121.976	243.694	6,17	9,86
Luglio	51.748	119.073	115.729	242.086	170.821	357.815	163.253	342.638	4,64	4,43
Agosto	49.433	123.047	117.720	252.636	172.480	370.356	168.564	361.977	2,32	2,31
Totale gennaio-agosto	***422.480***	***556.929***	***910.659***	***1.118.920***	***979.409***	***2.029.579***	***919.257***	***1.885.733***	***6,54***	***7,63***









Elaborazioni Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati della Regione Veneto

Camera di Commercio
Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 38 di 89

CAPITOLO 2 - L'OFFERTA TURISTICA

2.1 Le imprese

Sono 6.692 le imprese del settore turistico iscritte al 31 dicembre 2013 alla Camera di commercio di Verona. Le attività considerate riguardano in particolare i servizi di alloggio e ristorazione, le agenzie di viaggio e i tour operator, i parchi di divertimento e i parchi tematici, gli stabilimenti termali[1].
La maggioranza delle imprese turistiche (pari all'83,4%) svolge attività dei servizi di ristorazione (ristoranti, bar, servizi di catering), con 5.578 imprese registrate. Seguono le imprese dei servizi di alloggio (alberghi, alloggi per vacanze, aree di campeggio) che, con 831 unità, rappresentano il 12,4% delle imprese turistiche veronesi. Le imprese che svolgono attività di agenzie di viaggio, tour operator, nonché servizi di prenotazione e attività connesse sono 270 (pari al 4,0%). Meno numerose in termini assoluti (13 unità), ma di grandissima rilevanza in termini di creazione di valore aggiunto per tutto il territorio provinciale, sono le imprese che gestiscono parchi di divertimento, parchi tematici e stabilimenti termali.

Provincia di Verona. Imprese e unità locali del settore turistico al 31 dicembre 2013

Codici Ateco2007	Imprese registrate al 31/12/2013	Unità locali al 31/12/2013 (**)	Totale localizzazioni al 31/12/2013 (***)
55 - Alloggio (*)	-	1	1
551 - Alberghi e strutture simili	549	154	703
552 - Alloggi per vacanze e altre strutture per brevi soggiorni	231	160	391
553 - Aree di campeggio e aree attrezzate per camper e roulotte	51	14	65
559 - Altri alloggi	-	3	3
Servizi di alloggio	**831**	**332**	**1.163**
56 - Attività dei servizi di ristorazione	28	3	31
561 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile	2.769	680	3.449
562 - Fornitura di pasti preparati (catering) e altri servizi di ristorazione	36	209	245
563 - Bar e altri servizi simili senza cucina	2.745	572	3.317
Servizi di ristorazione	**5.578**	**1.464**	**7.042**
79 - Attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse	6	1	7
791 - Attività delle agenzie di viaggio e dei tour operator	235	87	322
799 - Altri servizi di prenotazione e attività connesse	29	20	49
Agenzie di viaggio e tour operator	**270**	**108**	**378**
9321 - Parchi di divertimento e parchi tematici	11	9	20
96042 - Stabilimenti termali	2	1	3
Altre attività turistiche	**13**	**10**	**23**
TOTALE ATTIVITA' DEI SERVIZI TURISTICI	**6.692**	**1.914**	**8.606**

(*) codifica generica dell'attività economica
(**) sedi secondarie, filiali, succursali, agenzie, uffici di rappresentanza, depositi, magazzini, negozi, ecc.
(***) sedi legali e unità locali

Elaborazione Servizio Studi e Ricerca CCIAA di Verona su dati Infocamere

[1] I codici Ateco2007 analizzati in questo studio sono elencati nella legenda posta alla fine della presente pubblicazione.

Camera di Commercio Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 39 di 89

Aggiungendo alle quasi 7mila imprese del settore turistico-ricettivo le 1.914 unità locali presenti in provincia [2] (sedi secondarie, filiali, succursali, negozi, ecc.), si arrivano a contare sul territorio 8.606 localizzazioni.

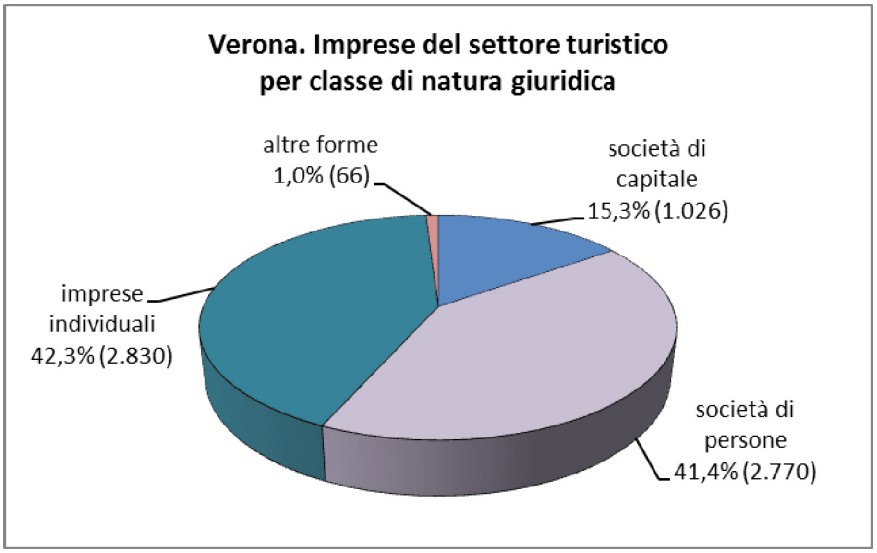
La imprese del settore turistico veronese rappresentano il 6,9% del totale delle imprese del territorio (la media nazionale è pari a 7,1%, quella regionale è del 7,0%). Con le sue 6.692 imprese a dicembre 2013, Verona si pone al 13° posto nella graduatoria nazionale, 2° nel Veneto dopo Venezia.

Provincia di Verona. Imprese del settore turistico registrate al 31/12/2013

Provincia	imprese dei servizi turistici	totale imprese (tutti i settori)	% imprese turistiche su totale
BELLUNO	2.091	16.311	12,8
PADOVA	5.501	99.781	5,5
ROVIGO	1.719	28.495	6,0
TREVISO	5.407	90.986	5,9
VENEZIA	8.056	77.288	10,4
VERONA	**6.692**	**96.842**	**6,9**
VICENZA	4.974	83.473	6,0
TOTALE VENETO	**34.440**	**493.176**	**7,0**
ITALIA	**428.554**	**6.061.960**	**7,1**

Elaborazione Servizio Studi e Ricerca CCIAA di Verona su dati Infocamere

Le imprese del settore turistico sono costituite per lo più da imprese individuali (il 42,3%) e da società di persone (41,4%). Le società di capitale sono il 15,3%, mentre le "altre forme" (cooperative, consorzi) sono l'1,0%.



Elaborazione Servizio Studi e Ricerca CCIAA di Verona su dati Infocamere

[2] Le imprese possono essere istituite ed operare in unico luogo, ovvero in luoghi diversi mediante varie unità locali. Le varie unità locali, create nella stessa o in diverse province, assumono rilevanza giuridica diversa a seconda delle funzioni che vengono loro attribuite dall'imprenditore. In pratica gli operatori economici adottano liberamente varie definizioni: filiale, succursale, agenzia, ufficio di rappresentanza, deposito, magazzino, negozio, ecc.

Camera di Commercio Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 40 di 89

Provincia di Verona. Serie storica 2009-2013 delle imprese turistiche registrate alla Camera di commercio di Verona (dati al 31/12)

Attività economica	2009	2010	2011	2012*	2013*	var. % 2013/2009
Alloggio	790	804	804	819	831	5,2
Attività dei servizi di ristorazione	5.263	5.385	5.404	5.525	5.578	6,0
Attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse	258	263	272	271	270	4,7
Parchi di divertimento e parchi tematici; stabilimenti termali	9	11	11	11	13	44,4
TOTALE IMPRESE TURISTICHE	**6.320**	**6.463**	**6.491**	**6.626**	**6.692**	**5,9**
TOTALE IMPRESE	**99.774**	**99.230**	**98.452**	**98.215**	**96.842**	**-2,9**
% imprese turistiche su totale imprese	**6,3**	**6,5**	**6,6**	**6,7**	**6,9**	

Elaborazione Servizio Studi e Ricerca CCIAA di Verona su dati Infocamere
* Nel totale imprese sono comprese le "Persone fisiche" registrate per effetto della Nuova Direttiva Servizi

A fronte di un generale ridimensionamento, negli ultimi anni, del numero di imprese (nel periodo 2009-2013 le imprese registrate alla Camera di commercio di Verona hanno registrato in calo del 2,9%), il settore turistico ha visto al contrario un aumento di imprese (+5,9%, pari a una crescita di 372 imprese), soprattutto nelle attività dei servizi di ristorazione (+315 imprese, pari a +6,0%).
In valori assoluti, gli aumenti più significativi nel periodo considerato riguardano le imprese individuali (+210 unità, pari ad un tasso di crescita dell'8,0%) e le società di capitale (+151 imprese, pari a +17,3%).

Provincia di Verona. Imprese turistiche per classe di natura giuridica (anni 2009 e 2013)

Classe di Natura Giuridica	Registrate al 31/12/2009	Registrate al 31/12/2013	var. ass. 2009/2013	var. % 2009/2013
SOCIETA' DI CAPITALE	875	1.026	151	17,3
SOCIETA' DI PERSONE	2.773	2.770	-3	-0,1
IMPRESE INDIVIDUALI	2.620	2.830	210	8,0
ALTRE FORME	52	66	14	26,9
TOTALE	**6.320**	**6.692**	**372**	**5,9**

Elaborazione Servizio e Ricerca CCIAA di Verona su dati Infocamere

Secondo i dati del Censimento Industria e Servizi 2011, sono circa 22mila gli addetti (dipendenti e indipendenti) delle imprese attive del settore turistico presenti nella provincia di Verona. La maggior parte di essi (il 78%) si concentra nelle attività dei servizi di ristorazione. Il 15% è occupato nei servizi di alloggio, il 3% nei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse, il 4% nei parchi divertimento e parchi tematici e negli stabilimenti termali.

Camera di Commercio Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 41 di 89

2.2 Imprese femminili, giovanili e straniere

Il 34,9% delle imprese turistiche veronesi è femminile[3] (2.335 imprese al 31 dicembre 2013), percentuale superiore alla media regionale (33,5%) e nazionale (32,7%). Il dato conferma la vocazione "rosa" del settore: mediamente, infatti, le imprese femminili rappresentano – nella provincia di Verona - il 21,7% del totale delle imprese.

Provincia di Verona. Imprese femminili del settore turistico al 31/12/2013

Provincia	IMPRESE TURISTICHE FEMMINILI	% imprese turistiche femminili su totale imprese turistiche
BELLUNO	753	36,0
PADOVA	1.724	31,3
ROVIGO	677	39,4
TREVISO	1.829	33,8
VENEZIA	2.497	31,0
VERONA	**2.335**	**34,9**
VICENZA	1.721	34,6
VENETO	**11.536**	**33,5**
ITALIA	**139.966**	**32,7**

Elaborazioni Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati Infocamere

Le imprese giovanili rappresentano una quota pari al 12,8%. Il dato è di poco superiore a quello regionale (12,1%), ma inferiore alla media nazionale (14,5%). Nel Veneto, la provincia di Verona si posiziona dopo Rovigo (15,9%), Padova (13,8%) e Vicenza (13,0%). Delle 854 imprese turistiche veronesi under 35, il 40% è anche femminile.

Provincia di Verona. Imprese giovanili del settore turistico al 31/12/2013

Provincia	IMPRESE TURISTICHE "under 35"	% imprese turistiche "under 35" su totale imprese turistiche
BELLUNO	187	8,9
PADOVA	761	13,8
ROVIGO	274	15,9
TREVISO	651	12,0
VENEZIA	810	10,1
VERONA	**854**	**12,8**
VICENZA	647	13,0
VENETO	**4.184**	**12,1**
ITALIA	**62.110**	**14,5**

Elaborazioni Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati Infocamere

[3] Sono individuate come imprese *femminili, giovanili* o *straniere* le imprese la cui percentuale di partecipazione di donne, giovani e dei non nati in Italia è superiore al 50% . Il livello di partecipazione è misurato sulla base della natura giuridica dell'impresa, dell'eventuale quota di capitale sociale detenuta dalla classe di popolazione in esame e dalla percentuale di genere presente tra gli amministratori o titolari o soci dell'impresa.

Camera di Commercio Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 42 di 89

Al 31 dicembre 2013, le imprese straniere che operano nel settore turistico della provincia di Verona sono 688 (pari al 10,3% delle imprese turistiche del territorio). Il dato di Verona è inferiore alla media regionale (11,2%), ma superiore a quella nazionale (8,6%). Si tratta per lo più di attività con titolare o soci non comunitari (535 imprese)[4]; inoltre, il 91% delle imprese straniere svolge attività di ristorazione.

Provincia di Verona. Imprese straniere del settore turistico al 31/12/2013

Provincia	imprese turistiche straniere	% imprese turistiche straniere su totale imprese turistiche
BELLUNO	129	6,2
PADOVA	738	13,4
ROVIGO	194	11,3
TREVISO	601	11,1
VENEZIA	996	12,4
VERONA	**688**	**10,3**
VICENZA	525	10,6
VENETO	**3.871**	**11,2**
ITALIA	**37.038**	**8,6**

Elaborazioni Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati Infocamere

[4] I dati fanno riferimento a soggetti nati all'estero, e non alla cittadinanza.

Camera di Commercio Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 43 di 89

2.3 I primi sei mesi del 2014

Le imprese del settore turistico al 30 giugno 2014 raggiungono quota 6.762, registrando un tasso di crescita semestrale pari a +1,0% (mentre per il totale delle imprese il dato è negativo: -0,2%). Lo stesso risultato si riscontra confrontando i dati con quelli dello stesso periodo dell'anno precedente: a fronte di un calo complessivo del numero di imprese registrate (-0,9%), le imprese del settore turistico segnano una crescita del +1,0%. Aumentano in particolare, in termini assoluti e su base semestrale, le imprese che svolgono attività dei servizi di ristorazione (+39 imprese registrate, pari ad un tasso di sviluppo del +0,7%) e le imprese dei servizi di alloggio, che registrano nei primi sei mesi dell'anno un aumento dello stock di imprese pari a 26 unità, e un tasso di crescita del +3,1%.

Provincia di Verona. Stock delle imprese turistiche registrate alla Camera di commercio di Verona al 30/6/2014 e var. % annuale e semestrale

Attività economica	30/06/2013	31/12/2013	30/06/2014	var. % annuale (giu 2014/giu 2013)	var. % semestrale (giu 2014/dic 2013)
Alloggio	827	831	857	3,6	3,1
Attività dei servizi di ristorazione	5.587	5.578	5.617	0,5	0,7
Attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse	272	270	274	0,7	1,5
Parchi di divertimento e parchi tematici; stabilimenti termali	11	13	14	27,3	7,7
TOTALE IMPRESE TURISTICHE	**6.697**	**6.692**	**6.762**	**1,0**	**1,0**
TOTALE IMPRESE*	**97.411**	**96.701**	**96.505**	**-0,9**	**-0,2**
% imprese turistiche su totale imprese	**6,9**	**6,9**	**7,0**		

Elaborazioni Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati Infocamere

* A partire dal 2014, nelle statistiche Infocamere il dato sulle imprese è considerato al netto della classe di natura giuridica "Persona fisica", introdotta a partire dal II° trimestre 2012 per effetto della Direttiva Servizi. Al fine di consentire un corretto confronto tra le diverse variabili, in questa tabella anche i dati del 2013 sono stati calcolati al netto delle "Persone fisiche".

Camera di Commercio Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 44 di 89

2.4 Le strutture ricettive

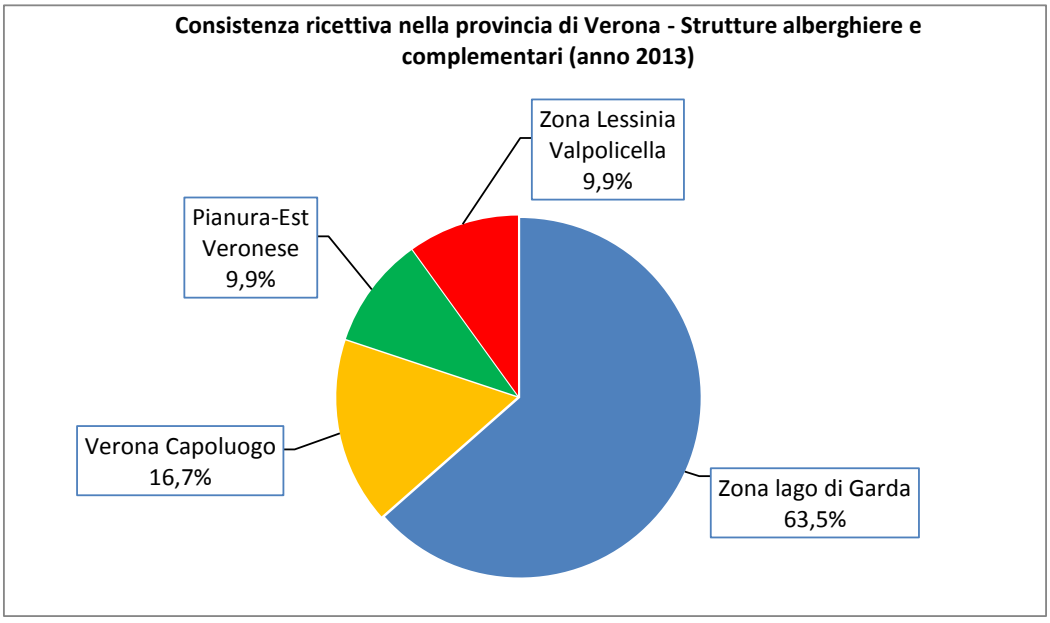
Nella provincia di Verona sono presenti complessivamente 5.279 strutture ricettive: 663 (pari al 12,6%) sono esercizi alberghieri, mentre 4.616 (l'87,4%) sono esercizi complementari (campeggi, agriturismi, alloggi privati, ecc.). Complessivamente, i posti letto potenzialmente disponibili sono oltre 135mila, concentrati per oltre i due terzi negli esercizi complementari. I posti letto per struttura sono mediamente 25,7, dato che aumenta per gli esercizi alberghieri (con una media di 65,7 posti letto per struttura), mentre risulta inferiore per gli esercizi complementari (19,9).

Provincia di Verona. Consistenza ricettiva potenziale - Anno 2013

	Esercizi alberghieri		Esercizi complementari (*)		Totale esercizi	
	Strutture	Posti letto	Strutture	Posti letto	Strutture	Posti letto
Zona lago di Garda	459	29.496	2.892	79.597	3.351	109.093
Verona Capoluogo	66	5.985	813	5.819	879	11.804
Pianura Est Veronese	98	6.626	427	3.243	525	9.869
Zona Lessinia e Valpolicella	40	1.438	484	3.380	524	4.818
TOTALE	**663**	**43.545**	**4.616**	**92.039**	**5.279**	**135.584**

(*) comprendono campeggi, alloggi privati, agriturismi, bed and breakfast, altri esercizi
Elaborazione Servizio Studi e Ricerca CCIAA di Verona su dati della Provincia di Verona

Gli esercizi ricettivi sono concentrati per lo più nel comprensorio del Garda (il 63,5%), seguito da Verona Capoluogo (16,7%); sia il comprensorio Est-Pianura Veronese che quello della Lessinia ospitano il 9,9% degli esercizi presenti in provincia.

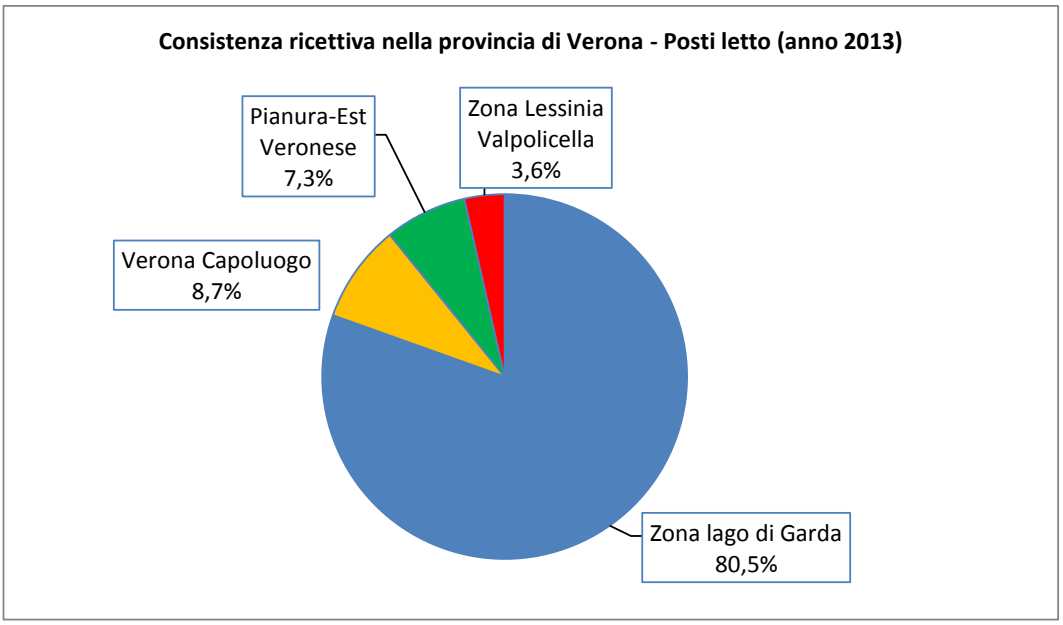


Elaborazione Servizio Studi e Ricerca CCIAA di Verona su dati della Provincia di Verona

La distribuzione dei posti letto vedono una maggior concentrazione degli stessi nella zona del Garda (80,5%), seguita da Verona Capoluogo (8,7%), Est e Pianura Veronese (7,3%) e Lessinia-Valpolicella (3,6%).

Camera di Commercio Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 45 di 89



Elaborazione Servizio Studi e Ricerca CCIAA di Verona su dati della Provincia di Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 46 di 89

APPENDICE STATISTICA

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 47 di 89

Tav. 1 - Classifica delle province italiane per numero di presenze turistiche - Anno 2012

Province	Turisti stranieri		Turisti italiani		Totale Complessivo		*Tasso turist.*
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	
VENEZIA	6.143.340	24.052.070	2.064.024	9.985.220	8.207.364	34.037.290	110
BOLZANO	3.866.629	19.599.438	2.177.349	9.799.462	6.043.978	29.398.900	158
ROMA	6.360.301	19.421.097	2.667.793	6.331.063	9.028.094	25.752.160	17
RIMINI	733.422	4.013.605	2.465.484	11.973.561	3.198.906	15.987.166	134
TRENTO	1.324.277	6.123.551	2.096.863	9.364.796	3.421.140	15.488.347	80
VERONA	2.417.276	11.012.580	1.237.913	3.418.695	3.655.189	14.431.275	44
MILANO	3.438.584	7.298.032	2.783.493	5.320.533	6.222.077	12.618.565	11
FIRENZE	3.131.093	8.853.384	1.323.216	3.219.363	4.454.309	12.072.747	33
NAPOLI	1.441.385	5.576.470	1.651.258	5.282.481	3.092.643	10.858.951	10
BRESCIA	1.159.277	5.937.922	1.025.983	2.893.244	2.185.260	8.831.166	19
LIVORNO	441.959	3.196.918	818.161	5.004.921	1.260.120	8.201.839	67
SALERNO	348.678	2.120.765	728.726	4.344.721	1.077.404	6.465.486	16
RAVENNA	229.991	1.243.041	1.056.245	5.060.879	1.286.236	6.303.920	45
TORINO	484.888	1.386.373	1.533.181	4.128.192	2.018.069	5.514.565	7
UDINE	586.596	2.695.444	611.254	2.743.509	1.197.850	5.438.953	28
GROSSETO	226.396	1.481.047	770.580	3.816.225	996.976	5.297.272	66
SAVONA	256.248	1.173.691	770.545	4.086.535	1.026.793	5.260.226	51
FORLI	181.674	1.024.408	793.624	4.174.867	975.298	5.199.275	36
PERUGIA	525.721	1.822.502	1.346.115	3.286.510	1.871.836	5.109.012	21
SIENA	850.255	2.907.512	775.760	2.177.907	1.626.015	5.085.419	52
LECCE	149.480	677.482	853.125	4.051.844	1.002.605	4.729.326	16
OLBIA-TEMPIO	352.495	1.965.233	412.607	2.697.211	765.102	4.662.444	84
PADOVA	644.457	2.044.754	802.345	2.426.582	1.446.802	4.471.336	13
FOGGIA	127.022	664.944	746.830	3.767.510	873.852	4.432.454	19
BELLUNO	269.623	1.002.988	577.846	3.172.893	847.469	4.175.881	55
TERAMO	75.185	571.081	456.471	3.134.127	531.656	3.705.208	33
LUCCA	412.149	1.628.929	505.670	1.958.958	917.819	3.587.887	25
MESSINA	464.770	2.003.885	406.671	1.462.131	871.441	3.466.016	15
GENOVA	588.864	1.427.797	760.859	1.984.287	1.349.723	3.412.084	11
BOLOGNA	597.581	1.297.178	1.004.247	2.107.664	1.601.828	3.404.842	9
PISA	517.059	1.567.132	430.289	1.625.126	947.348	3.192.258	21
AOSTA	337.626	1.130.915	672.268	2.035.380	1.009.894	3.166.295	68
COSENZA	59.980	315.402	547.277	2.792.466	607.257	3.107.868	12
PALERMO	462.391	1.615.982	583.569	1.491.149	1.045.960	3.107.131	7
IMPERIA	309.135	1.164.156	440.986	1.920.276	750.121	3.084.432	39
PESARO E URBINO	116.965	599.614	509.507	2.405.036	626.472	3.004.650	23
VERBANO-CUSIO-OSSOLA	521.809	2.189.355	193.642	592.413	715.451	2.781.768	48
LATINA	88.285	480.497	478.008	2.228.302	566.293	2.708.799	13
COMO	699.493	1.979.463	347.110	716.081	1.046.603	2.695.544	12
ANCONA	121.960	478.884	589.538	2.201.324	711.498	2.680.208	15
FERRARA	142.925	998.803	320.891	1.553.956	463.816	2.552.759	20
SONDRIO	238.833	1.118.978	446.525	1.405.740	685.358	2.524.718	38
PISTOIA	518.349	1.529.604	357.349	888.103	875.698	2.417.707	23
CAGLIARI	170.130	828.574	340.736	1.470.789	510.866	2.299.363	11
VIBO VALENTIA	100.051	858.119	199.912	1.296.584	299.963	2.154.703	36
TRAPANI	179.250	590.615	412.768	1.494.952	592.018	2.085.567	13
VICENZA	221.539	603.457	396.501	1.311.241	618.040	1.914.698	6
MACERATA	50.864	336.778	287.940	1.539.894	338.804	1.876.672	16
VARESE	563.157	1.017.744	500.536	854.498	1.063.693	1.872.242	6
CATANIA	258.307	730.443	476.247	1.141.636	734.554	1.872.079	5
BERGAMO	366.614	702.721	589.029	1.160.132	955.643	1.862.853	5
GORIZIA	191.549	937.746	146.175	864.895	337.724	1.802.641	35
ASCOLI PICENO	46.350	277.729	280.957	1.441.231	327.307	1.718.960	22
ROVIGO	125.774	846.099	150.802	853.222	276.576	1.699.321	19
FERMO	29.986	161.476	186.671	1.483.992	216.657	1.645.468	26
LA SPEZIA	309.065	903.928	243.500	740.877	552.565	1.644.805	21
TREVISO	408.460	825.427	358.590	797.603	767.050	1.623.030	5
CUNEO	211.108	565.636	348.320	1.020.246	559.428	1.585.882	7
BARI	168.505	400.829	486.972	1.067.258	655.477	1.468.087	3
PARMA	167.602	365.763	383.012	1.089.906	550.614	1.455.669	9
SASSARI	162.747	682.274	194.311	762.037	357.058	1.444.311	12
MODENA	144.576	355.319	349.874	1.012.570	494.450	1.367.889	5
CATANZARO	48.077	320.827	211.074	1.039.589	259.151	1.360.416	10
BRINDISI	70.644	299.726	245.363	1.049.564	316.007	1.349.290	9
AGRIGENTO	179.164	515.824	190.274	800.470	369.438	1.316.294	8

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 49 di 89

Tav. 1 (segue) **- Classifica delle province italiane per numero di presenze turistiche - Anno 2012**

Province	Turisti stranieri		Turisti italiani		Totale Complessivo		*Tasso turist.*
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	
MATERA	41.733	97.088	260.490	1.217.443	302.223	1.314.531	18
L'AQUILA	30.125	112.281	375.095	1.175.332	405.220	1.287.613	12
SIRACUSA	150.731	494.768	238.563	746.498	389.294	1.241.266	9
MASSA-CARRARA	65.766	243.022	207.286	938.698	273.052	1.181.720	16
CHIETI	33.302	119.727	271.012	1.028.942	304.314	1.148.669	8
PESCARA	53.196	227.708	284.024	883.628	337.220	1.111.336	10
AREZZO	144.814	609.815	225.844	494.154	370.658	1.103.969	9
FROSINONE	164.311	372.786	276.612	712.401	440.923	1.085.187	6
TRIESTE	169.903	440.218	210.589	618.885	380.492	1.059.103	13
TARANTO	36.752	177.739	215.835	854.033	252.587	1.031.772	5
NOVARA	157.718	483.828	229.607	532.877	387.325	1.016.705	8
CROTONE	7.200	57.607	111.183	946.286	118.383	1.003.893	16
VITERBO	41.531	219.362	161.338	773.699	202.869	993.061	9
OGLIASTRA	64.369	397.841	81.107	506.869	145.476	904.710	43
MONZA E DELLA BRIANZA	142.931	303.962	347.426	523.989	490.357	827.951	3
RAGUSA	61.108	296.186	145.925	516.604	207.033	812.790	7
CASERTA	54.460	225.325	240.696	565.967	295.156	791.292	2
NUORO	52.416	272.364	71.375	485.152	123.791	757.516	13
REGGIO CALABRIA	29.193	93.368	195.390	637.938	224.583	731.306	4
ALESSANDRIA	111.913	241.455	209.954	480.772	321.867	722.227	5
TERNI	93.573	246.430	215.631	470.447	309.204	716.877	9
REGGIO EMILIA	72.546	169.200	216.753	455.064	289.299	624.264	3
POTENZA	18.866	51.006	196.812	516.277	215.678	567.283	4
PAVIA	43.305	131.332	186.232	434.963	229.537	566.295	3
PRATO	141.062	290.063	75.806	220.245	216.868	510.308	6
LECCO	93.256	260.533	98.875	245.035	192.131	505.568	4
PORDENONE	56.622	189.754	120.382	312.270	177.004	502.024	4
MANTOVA	58.908	154.193	153.052	336.346	211.960	490.539	3
PIACENZA	75.023	165.359	161.931	322.039	236.954	487.398	5
CAMPOBASSO	8.798	29.129	117.662	397.073	126.460	426.202	5
ORISTANO	44.840	156.260	82.684	264.188	127.524	420.448	7
CREMONA	43.624	106.972	133.141	257.711	176.765	364.683	3
VERCELLI	19.829	70.253	63.957	232.312	83.786	302.565	5
BARLETTA-ADRIA-TRANI	25.876	65.875	99.570	215.059	125.446	280.934	2
ASTI	48.416	132.632	60.513	122.399	108.929	255.031	3
CARBONIA-IGLESIAS	17.240	76.498	43.603	175.022	60.843	251.520	5
CALTANISSETTA	6.689	27.018	54.281	217.799	60.970	244.817	2
BIELLA	22.052	56.653	60.037	179.641	82.089	236.294	4
LODI	35.124	62.747	101.465	143.765	136.589	206.512	3
AVELLINO	12.507	38.116	64.209	135.301	76.716	173.417	1
RIETI	9.816	22.717	50.413	119.055	60.229	141.772	2
ENNA	20.707	36.100	40.165	91.909	60.872	128.009	2
BENEVENTO	6.317	15.449	49.455	105.555	55.772	121.004	1
ISERNIA	4.284	12.684	47.261	101.164	51.545	113.848	4
MEDIO CAMPIDANO	7.878	21.605	20.580	81.260	28.458	102.865	3
TOTALE	**48.738.575**	**180.594.988**	**54.994.582**	**200.116.495**	**103.733.157**	**380.711.483**	

Elaborazione Servizio Studi e Ricerca CCIAA di Verona su dati Istat

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 50 di 89

Tav. 2 - Comuni della provincia di Verona. Arrivi e presenze turistiche - Anno 2013

Comune	Totale Alberghieri			Totale Complementari			Totale Complessivo			*Densità turistica*	*Tasso turist.*
	Arrivi	Presenze	*Giorni permanenza media*	Arrivi	Presenze	*Giorni permanenza media*	Arrivi	Presenze	*Giorni permanenza media*		
Affi	25.414	39.554	2	3.675	11.670	3	29.089	51.224	2	5.227	61
Albaredo d'Adige	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Angiari	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Arcole	0	0	0	47	690	15	47	690	15	37	0
Badia Calavena	*	*	*	*	*	*	125	274	2	10	0
Bardolino	181.205	721.249	4	176.749	1.083.779	6	357.954	1.805.028	5	32.938	723
Belfiore	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bevilacqua	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bonavigo	0	0	0	47	323	7	47	323	7	18	0
Boschi Sant'Anna	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bosco Chiesanuova	3.256	11.193	3	4.394	25.304	6	7.650	36.497	5	565	28
Bovolone	3.035	8.128	3	0	0	0	3.035	8.128	3	196	1
Brentino Belluno	*	*	*	*	*	*	2.303	4.039	2	152	8
Brenzone	59.413	265.655	4	18.014	95.763	5	77.427	361.418	5	7.214	396
Bussolengo	100.522	191.540	2	4.925	74.375	15	105.447	265.915	3	10.943	37
Buttapietra	*	*	*	*	*	*	789	2.370	3	138	1
Caldiero	*	*	*	*	*	*	6.793	13.545	2	1.302	5
Caprino Veronese	6.607	18.306	3	4.117	19.938	5	10.724	38.244	4	809	13
Casaleone	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Castagnaro	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Castel d'Azzano	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Castelnuovo del Garda	142.935	366.032	3	102.834	617.600	6	245.769	983.632	4	28.347	213
Cavaion Veronese	17.001	38.955	2	1.837	7.141	4	18.838	46.096	2	3.573	22
Cazzano di Tramigna	0	0	0	716	1.150	2	716	1.150	2	94	2
Cerea	*	*	*	*	*	*	1.424	3.716	3	53	1
Cerro Veronese	*	*	*	*	*	*	715	3.648	5	358	4
Cologna Veneta	*	*	*	*	*	*	805	2.353	3	55	1
Colognola ai Colli	*	*	*	*	*	*	475	1.305	3	63	0
Concamarise	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Costermano	42.022	157.859	4	16.627	114.127	7	58.649	271.986	5	16.094	203

Tav. 2 (segue) - **Comuni della provincia di Verona. Arrivi e presenze turistiche - Anno 2013**

Comune	Totale Alberghieri			Totale Complementari			Totale Complessivo			*Densità turistica*	*Tasso turist.*
	Arrivi	Presenze	*Giorni permanenza media*	Arrivi	Presenze	*Giorni permanenza media*	Arrivi	Presenze	*Giorni permanenza media*		
Dolcè	*	*	*	*	*	*	1.396	3.694	3	94	4
Erbè	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Erbezzo	*	*	*	*	*	*	157	274	2	8	1
Ferrara di Monte Baldo	2.790	8.181	3	309	403	1	3.099	8.584	3	319	105
Fumane	1.414	3.259	2	3.534	10.438	3	4.948	13.697	3	399	9
Garda	153.825	637.588	4	24.661	163.833	7	178.486	801.421	4	49.778	549
Gazzo Veronese	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Grezzana	*	*	*	*	*	*	6.307	17.367	3	334	4
Illasi	*	*	*	*	*	*	4.181	8.828	2	353	5
Isola della Scala	353	977	3	1.229	3.105	3	1.582	4.082	3	58	1
Isola Rizza	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Lavagno	0	0	0	480	2.120	4	480	2.120	4	145	1
Lazise	140.822	382.829	3	377.918	2.591.557	7	518.740	2.974.386	6	45.760	1.205
Legnago	11.576	22.221	2	1.299	5.985	5	12.875	28.206	2	354	3
Malcesine	145.000	705.273	5	47.805	276.003	6	192.805	981.276	5	14.388	726
Marano di Valpolicella	0	0	0	377	844	2	377	844	2	45	1
Mezzane di Sotto	0	0	0	538	4.824	9	538	4.824	9	246	5
Minerbe	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Montecchia di Crosara	*	*	*	*	*	*	289	1.218	4	58	1
Monteforte d'Alpone	0	0	0	459	1.099	2	459	1.099	2	54	0
Mozzecane	0	0	0	824	2.281	3	824	2.281	3	92	1
Negrar	18.515	46.289	3	3.919	23.940	6	22.434	70.229	3	1.734	11
Nogara	*	*	*	*	*	*	3.152	9.151	3	235	3
Nogarole Rocca	14.724	24.515	2	3.978	8.846	2	18.702	33.361	2	1.143	26
Oppeano	3.828	12.082	3	93	1.426	15	3.921	13.508	3	287	4
Palù	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Pastrengo	*	*	*	*	*	*	10.027	25.767	3	2.863	24
Pescantina	14.610	26.375	2	2.014	6.754	3	16.624	33.129	2	1.682	5
Peschiera del Garda	119.108	309.964	3	213.861	1.526.125	7	332.969	1.836.089	6	104.323	538
Povegliano Veronese	*	*	*	*	*	*	493	2.401	5	128	1

Tav. 2 (segue) - **Comuni della provincia di Verona. Arrivi e presenze turistiche - Anno 2013**

Comune	Totale Alberghieri			Totale Complementari			Totale Complessivo			*Densità turistica*	*Tasso turist.*
	Arrivi	Presenze	*Giorni permanenza media*	Arrivi	Presenze	*Giorni permanenza media*	Arrivi	Presenze	*Giorni permanenza media*		
Pressana	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Rivoli Veronese	0	0	0	4.199	8.454	2	4.199	8.454	2	457	11
Roncà	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Ronco all'Adige	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Roverchiara	*	*	*	*	*	*	324	2.107	7	106	2
Roverè Veronese	749	2.520	3	250	1.906	8	999	4.426	4	434	6
Roveredo di Guà	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Salizzole	0	0	0	258	2.437	9	258	2.437	9	79	2
San Bonifacio	18.463	41.769	2	1.017	5.433	5	19.480	47.202	2	1.392	6
San Giovanni Ilarione	0	0	0	64	142	2	64	142	2	6	0
San Giovanni Lupatoto	49.078	87.345	2	657	2.249	3	49.735	89.594	2	4.740	10
San Martino Buon Albergo	42.157	63.521	2	3.410	13.135	4	45.567	76.656	2	5.636	14
San Mauro di Saline	*	*	*	*	*	*	32	642	20	18	3
San Pietro di Morubio	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
San Pietro in Cariano	12.386	35.127	3	3.982	14.063	4	16.368	49.190	3	3.074	10
San Zeno di Montagna	54.575	167.225	3	4.337	29.810	7	58.912	197.035	3	9.754	392
Sanguinetto	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Sant'Ambrogio di Valpolicella	*	*	*	*	*	*	4.845	12.214	3	279	3
Sant'Anna d'Alfaedo	686	2.158	3	12	25	2	698	2.183	3	77	2
Selva di Progno	*	*	*	*	*	*	597	1.969	3	48	6
Soave	20.119	28.647	1	5.335	12.090	2	25.454	40.737	2	1.795	16
Sommacampagna	35.656	56.558	2	5.094	19.637	4	40.750	76.195	2	1.863	14
Sona	*	*	*	*	*	*	21.558	45.104	2	1.095	7
Sorgà	0	0	0	457	3.510	8	457	3.510	8	111	3
Terrazzo	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Torri del Benaco	58.765	247.574	4	15.761	83.698	5	74.526	331.272	4	6.445	307
Tregnago	*	*	*	*	*	*	2.730	6.817	2	182	4
Trevenzuolo	*	*	*	*	*	*	265	977	4	36	1
Valeggio sul Mincio	12.115	29.045	2	46.032	322.514	7	58.147	351.559	6	5.502	65
Velo Veronese	*	*	*	*	*	*	1.436	6.123	4	321	22

Tav. 2 (segue) **- Comuni della provincia di Verona. Arrivi e presenze turistiche - Anno 2013**

Comune	Totale Alberghieri			Totale Complementari			Totale Complessivo			*Densità turistica*	*Tasso turist.*
	Arrivi	Presenze	*Giorni permanenza media*	Arrivi	Presenze	*Giorni permanenza media*	Arrivi	Presenze	*Giorni permanenza media*		
Verona	627.308	1.081.115	2	161.551	498.184	3	788.859	1.579.299	2	7.644	17
Veronella	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Vestenanova	*	*	*	*	*	*	487	1.888	4	79	2
Vigasio	*	*	*	*	*	*	23.151	39.490	2	1.282	11
Villa Bartolomea	*	*	*	*	*	*	6.946	21.274	3	399	10
Villafranca di Verona	139.728	233.558	2	5.824	18.781	3	145.552	252.339	2	4.396	21
Zevio	2.705	4.442	2	337	2.797	8	3.042	7.239	2	132	1
Zimella	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

* Dato non presente: in osservanza delle norme sul segreto statistico e sulla privacy, vengono trattati solo i dati dei comuni con almeno 3 strutture ricettive.

Elaborazione Servizio Studi e Ricerca CCIAA di Verona su dati della Regione Veneto

Tav. 3 - Arrivi e presenze turistiche per provenienza - Anno 2013

PROVINCIA DI VERONA

	PROVENIENZA	Arrivi	Presenze
ITALIANI	LOMBARDIA	278.946	651.780
	VENETO	171.403	579.479
	EMILIA ROMAGNA	112.402	243.879
	LAZIO	98.128	211.869
	PIEMONTE	107.676	211.859
	TOSCANA	86.124	169.243
	BOLZANO	54.140	153.975
	SICILIA	41.941	131.863
	CAMPANIA	50.179	129.267
	PUGLIA	40.104	100.760
	LIGURIA	47.612	99.973
	FRIULI VENEZIA GIULIA	37.903	73.120
	TRENTO	21.965	69.084
	MARCHE	26.988	57.026
	SARDEGNA	18.088	46.060
	CALABRIA	15.928	43.198
	ABRUZZO	19.156	43.126
	UMBRIA	15.599	32.583
	BASILICATA	5.675	15.724
	VALLE D'AOSTA	3.641	7.222
	MOLISE	2.996	7.028
	TOTALE	1.256.594	3.078.118
STRANIERI	GERMANIA	993.806	4.842.921
	PAESI BASSI	201.859	1.835.617
	GRAN BRETAGNA	138.312	722.965
	DANIMARCA	72.772	526.580
	AUSTRIA	143.377	513.393
	SVIZZERA	102.149	354.259
	BELGIO - LUSSEMBURGO	46.193	289.378
	FRANCIA	85.647	208.888
	PAESI ASIATICI	74.986	202.685
	EUROPA CENTRO - ORIENTALE	90.476	200.561
	PAESI SCANDINAVI	53.268	184.924
	IRLANDA	24.810	163.000
	ALTRI PAESI EUROPEI	63.768	149.994
	RUSSIA	63.831	133.802
	U.S.A.	48.439	111.217
	ALTRI PAESI AMERICA	52.381	110.875
	POLONIA	31.586	106.754
	REP. CECA	28.021	85.827
	ALTRI PAESI	27.338	68.740
	SPAGNA	27.432	61.572
	ROMANIA	16.586	60.708
	CINA	44.436	56.231
	PAESI AFRICA	6.971	25.305
	TOTALE	2.438.444	11.016.196
	TOTALE COMPLESSIVO	**3.695.038**	**14.094.314**

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 55 di 89

Tav. 3 (segue) - **Arrivi e presenze turistiche per provenienza - Anno 2013**

ZONA LAGO DI GARDA

	PROVENIENZA	Arrivi	Presenze
ITALIANI	LOMBARDIA	152.294	429.774
	VENETO	94.894	352.158
	EMILIA ROMAGNA	64.216	156.439
	BOLZANO	44.591	136.206
	PIEMONTE	52.896	118.886
	LAZIO	35.275	94.517
	TOSCANA	41.846	91.530
	LIGURIA	26.230	60.765
	CAMPANIA	20.603	58.831
	SICILIA	14.907	55.204
	TRENTO	15.152	48.985
	PUGLIA	14.893	40.123
	FRIULI VENEZIA GIULIA	16.007	31.804
	MARCHE	10.966	26.796
	SARDEGNA	7.225	20.566
	ABRUZZO	7.638	19.717
	CALABRIA	5.979	18.162
	UMBRIA	6.167	14.473
	BASILICATA	2.224	6.481
	VALLE D'AOSTA	2.181	4.679
	MOLISE	1.054	3.059
	TOTALE	637.238	1.789.155
STRANIERI	GERMANIA	859.329	4.586.279
	PAESI BASSI	184.400	1.797.482
	GRAN BRETAGNA	95.279	622.813
	DANIMARCA	64.547	509.235
	AUSTRIA	115.100	463.873
	SVIZZERA	71.433	294.581
	BELGIO - LUSSEMBURGO	35.904	266.665
	IRLANDA	19.740	150.515
	PAESI SCANDINAVI	32.069	136.286
	EUROPA CENTRO - ORIENTALE	45.254	120.912
	FRANCIA	34.438	111.074
	POLONIA	20.703	87.055
	PAESI ASIATICI	19.290	74.366
	REP. CECA	21.364	74.146
	ALTRI PAESI EUROPEI	24.098	71.448
	RUSSIA	15.310	48.363
	ROMANIA	6.293	30.273
	U.S.A.	10.468	29.055
	ALTRI PAESI	8.733	28.690
	ALTRI PAESI AMERICA	7.975	21.860
	SPAGNA	5.480	15.227
	PAESI AFRICA	1.571	9.153
	CINA	2.094	4.919
	TOTALE	1.700.872	9.554.270
	TOTALE COMPLESSIVO	**2.338.110**	**11.343.425**

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 56 di 89

Tav. 3 (segue) **- Arrivi e presenze turistiche per provenienza - Anno 2013**

VERONA CAPOLUOGO

	PROVENIENZA	Arrivi	Presenze
ITALIANI	LOMBARDIA	63.910	111.232
	VENETO	27.230	77.530
	LAZIO	39.230	69.967
	PIEMONTE	30.214	49.638
	SICILIA	16.060	48.604
	TOSCANA	24.480	41.316
	CAMPANIA	15.951	38.905
	EMILIA ROMAGNA	22.871	38.896
	PUGLIA	13.933	31.458
	LIGURIA	11.781	21.367
	FRIULI VENEZIA GIULIA	10.355	19.440
	CALABRIA	5.707	15.235
	SARDEGNA	6.135	15.052
	MARCHE	8.144	13.920
	TRENTO	2.996	12.623
	ABRUZZO	5.920	12.153
	BOLZANO	4.212	8.537
	UMBRIA	4.898	7.803
	BASILICATA	1.911	4.100
	MOLISE	1.039	1.814
	VALLE D'AOSTA	752	1.141
	TOTALE	317.729	640.731
STRANIERI	GERMANIA	80.171	151.033
	GRAN BRETAGNA	33.633	79.610
	ALTRI PAESI AMERICA	37.160	73.754
	U.S.A.	30.522	66.864
	FRANCIA	35.487	65.716
	RUSSIA	31.368	60.497
	PAESI ASIATICI	27.587	57.815
	ALTRI PAESI EUROPEI	23.513	48.154
	SVIZZERA	22.614	41.630
	EUROPA CENTRO - ORIENTALE	21.811	38.179
	ALTRI PAESI	15.404	33.866
	AUSTRIA	18.960	32.271
	PAESI SCANDINAVI	14.079	31.620
	SPAGNA	16.009	31.609
	PAESI BASSI	12.706	27.468
	CINA	14.526	20.087
	ROMANIA	5.809	15.409
	BELGIO - LUSSEMBURGO	6.928	14.040
	POLONIA	6.557	11.396
	PAESI AFRICA	3.693	11.022
	DANIMARCA	4.585	10.076
	IRLANDA	4.019	10.002
	REP. CECA	3.989	6.450
	TOTALE	471.130	938.568
	TOTALE COMPLESSIVO	**788.859**	**1.579.299**

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 57 di 89

Tav. 3 (segue) **- Arrivi e presenze turistiche per provenienza - Anno 2013**

PIANURA EST-VERONESE

	PROVENIENZA	Arrivi	Presenze
ITALIANI	LOMBARDIA	57.733	96.347
	VENETO	38.283	90.188
	LAZIO	21.605	41.347
	EMILIA ROMAGNA	22.435	41.036
	PIEMONTE	22.781	38.824
	TOSCANA	18.328	33.085
	CAMPANIA	12.208	27.105
	PUGLIA	10.303	25.435
	SICILIA	9.612	23.809
	FRIULI VENEZIA GIULIA	10.600	19.240
	LIGURIA	8.905	16.250
	MARCHE	7.340	13.353
	ABRUZZO	5.039	9.684
	UMBRIA	4.213	9.119
	BOLZANO	4.949	8.443
	CALABRIA	3.713	8.297
	SARDEGNA	4.103	8.224
	TRENTO	3.128	5.764
	BASILICATA	1.408	4.461
	MOLISE	788	1.732
	VALLE D'AOSTA	614	1.178
	TOTALE	268.088	522.921
STRANIERI	GERMANIA	49.347	92.345
	PAESI ASIATICI	27.334	67.587
	EUROPA CENTRO - ORIENTALE	19.375	35.746
	CINA	27.740	30.988
	FRANCIA	14.195	28.659
	ALTRI PAESI EUROPEI	14.780	27.194
	RUSSIA	16.399	23.405
	GRAN BRETAGNA	8.483	17.414
	SVIZZERA	7.490	16.715
	AUSTRIA	8.937	15.979
	U.S.A.	7.150	14.485
	ALTRI PAESI AMERICA	6.717	14.286
	PAESI SCANDINAVI	5.342	12.742
	ROMANIA	4.132	11.853
	SPAGNA	5.284	11.214
	PAESI BASSI	4.378	9.688
	BELGIO - LUSSEMBURGO	2.898	7.387
	POLONIA	3.726	7.027
	DANIMARCA	3.177	6.013
	ALTRI PAESI	2.363	4.644
	REP. CECA	2.514	4.475
	PAESI AFRICA	1.215	3.489
	IRLANDA	1.008	2.406
	TOTALE	243.984	465.741
	TOTALE COMPLESSIVO	**512.072**	**988.662**

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 58 di 89

Tav. 3 (segue) - **Arrivi e presenze turistiche per provenienza - Anno 2013**

ZONA LESSINIA-VALPOLICELLA

	PROVENIENZA	Arrivi	Presenze
ITALIANI	VENETO	10.996	59.603
	LOMBARDIA	5.009	14.427
	EMILIA ROMAGNA	2.880	7.508
	LAZIO	2.018	6.038
	PIEMONTE	1.785	4.511
	CAMPANIA	1.417	4.426
	SICILIA	1.362	4.246
	PUGLIA	975	3.744
	TOSCANA	1.470	3.312
	MARCHE	538	2.957
	FRIULI VENEZIA GIULIA	941	2.636
	SARDEGNA	625	2.218
	TRENTO	689	1.712
	LIGURIA	696	1.591
	ABRUZZO	559	1.572
	CALABRIA	529	1.504
	UMBRIA	321	1.188
	BOLZANO	388	789
	BASILICATA	132	682
	MOLISE	115	423
	VALLE D'AOSTA	94	224
	TOTALE	33.539	125.311
STRANIERI	GERMANIA	4.959	13.264
	EUROPA CENTRO - ORIENTALE	4.036	5.724
	PAESI SCANDINAVI	1.778	4.276
	SPAGNA	659	3.522
	FRANCIA	1.527	3.439
	ALTRI PAESI EUROPEI	1.377	3.198
	ROMANIA	352	3.173
	GRAN BRETAGNA	917	3.128
	PAESI ASIATICI	775	2.917
	PAESI AFRICA	492	1.641
	ALTRI PAESI	838	1.540
	RUSSIA	754	1.537
	SVIZZERA	612	1.333
	BELGIO - LUSSEMBURGO	463	1.286
	POLONIA	600	1.276
	AUSTRIA	380	1.270
	DANIMARCA	463	1.256
	PAESI BASSI	375	979
	ALTRI PAESI AMERICA	529	975
	U.S.A.	299	813
	REP. CECA	154	756
	CINA	76	237
	IRLANDA	43	77
	TOTALE	22.458	57.617
	TOTALE COMPLESSIVO	**55.997**	**182.928**

Elaborazione Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati della Provincia di Verona

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 59 di 89

Tav. 4 - Serie storiche

ARRIVI E PRESENZE TURISTICHE IN STRUTTURE ALBERGHIERE ED EXTRA-ALBERGHIERE
PROVINCIA DI VERONA

ANNO	ARRIVI TOTALI	Differenze %								
		su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	2.519.722									
2005	2.565.682	**1,82%**								
2006	2.842.619	12,81%	**10,79%**							
2007	3.045.986	20,89%	18,72%	**7,15%**						
2008	3.120.077	23,83%	21,61%	9,76%	**2,43%**					
2009	3.197.172	26,89%	24,61%	12,47%	4,96%	**2,47%**				
2010	3.488.493	38,45%	35,97%	22,72%	14,53%	11,81%	**9,11%**			
2011	3.625.445	43,88%	41,31%	27,54%	19,02%	16,20%	13,40%	**3,93%**		
2012	3.655.199	45,06%	42,47%	28,59%	20,00%	17,15%	14,33%	4,78%	**0,82%**	
2013	3.695.038	**46,64%**	**44,02%**	**29,99%**	**21,31%**	**18,43%**	**15,57%**	**5,92%**	**1,92%**	**1,09%**

ANNO	PRESENZE TOTALI	Differenze %								
		su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	10.823.521									
2005	11.974.087	**10,63%**								
2006	12.593.699	16,35%	**5,17%**							
2007	13.036.905	20,45%	8,88%	**3,52%**						
2008	12.668.786	17,05%	5,80%	0,60%	**-2,82%**					
2009	13.092.390	20,96%	9,34%	3,96%	0,43%	**3,34%**				
2010	14.057.630	29,88%	17,40%	11,62%	7,83%	10,96%	**7,37%**			
2011	14.291.494	32,04%	19,35%	13,48%	9,62%	12,81%	9,16%	**1,66%**		
2012	14.431.079	33,33%	20,52%	14,59%	10,69%	13,91%	10,22%	2,66%	**0,98%**	
2013	14.094.314	**30,22%**	**17,71%**	**11,92%**	**8,11%**	**11,25%**	**7,65%**	**0,26%**	**-1,38%**	**-2,33%**

ANNO	ARRIVI ALBERGHIERO	Differenze %								
		su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	1.718.198									
2005	1.736.469	**1,06%**								
2006	1.893.844	10,22%	**9,06%**							
2007	2.049.364	19,27%	18,02%	**8,21%**						
2008	2.096.720	22,03%	20,75%	10,71%	**2,31%**					
2009	2.088.006	21,52%	20,24%	10,25%	1,89%	**-0,42%**				
2010	2.280.836	32,75%	31,35%	20,43%	11,29%	8,78%	**9,24%**			
2011	2.383.850	38,74%	37,28%	25,87%	16,32%	13,69%	14,17%	**4,52%**		
2012	2.371.168	38,00%	36,55%	25,20%	15,70%	13,09%	13,56%	3,96%	**-0,53%**	
2013	2.393.285	**39,29%**	**37,82%**	**26,37%**	**16,78%**	**14,14%**	**14,62%**	**4,93%**	**0,40%**	**0,93%**

ANNO	PRESENZE ALBERGHIERO	Differenze %								
		su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	5.166.129									
2005	5.508.154	**6,62%**								
2006	5.679.411	9,94%	**3,11%**							
2007	6.230.711	20,61%	13,12%	**9,71%**						
2008	5.933.499	14,85%	7,72%	4,47%	**-4,77%**					
2009	5.792.366	12,12%	5,16%	1,99%	-7,04%	**-2,38%**				
2010	6.237.211	20,73%	13,24%	9,82%	0,10%	5,12%	**7,68%**			
2011	6.430.050	24,47%	16,74%	13,22%	3,20%	8,37%	11,01%	**3,09%**		
2012	6.432.593	24,51%	16,78%	13,26%	3,24%	8,41%	11,05%	3,13%	**0,04%**	
2013	6.293.251	**21,82%**	**14,25%**	**10,81%**	**1,00%**	**6,06%**	**8,65%**	**0,90%**	**-2,13%**	**-2,17%**

ANNO	ARRIVI EXTRA-ALB.	Differenze %								
		su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	801.524									
2005	829.213	**3,45%**								
2006	948.775	18,37%	**14,42%**							
2007	996.622	24,34%	20,19%	**5,04%**						
2008	1.023.357	27,68%	23,41%	7,86%	**2,68%**					
2009	1.109.166	38,38%	33,76%	16,91%	11,29%	**8,39%**				
2010	1.207.657	50,67%	45,64%	27,29%	21,18%	18,01%	**8,88%**			
2011	1.241.595	54,90%	49,73%	30,86%	24,58%	21,33%	11,94%	**2,81%**		
2012	1.284.031	60,20%	54,85%	35,34%	28,84%	25,47%	15,77%	6,32%	**3,42%**	
2013	1.301.753	**62,41%**	**56,99%**	**37,20%**	**30,62%**	**27,20%**	**17,36%**	**7,79%**	**4,85%**	**1,38%**

ANNO	PRESENZE EXTRA-ALB.	Differenze %								
		su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	5.657.392									
2005	6.465.933	**14,29%**								
2006	6.914.288	22,22%	**6,93%**							
2007	6.806.194	20,31%	5,26%	**-1,56%**						
2008	6.735.287	19,05%	4,17%	-2,59%	**-1,04%**					
2009	7.300.024	29,04%	12,90%	5,58%	7,26%	**8,38%**				
2010	7.820.419	38,23%	20,95%	13,11%	14,90%	16,11%	**7,13%**			
2011	7.861.444	38,96%	21,58%	13,70%	15,50%	16,72%	7,69%	**0,52%**		
2012	7.998.486	41,38%	23,70%	15,68%	17,52%	18,75%	9,57%	2,28%	**1,74%**	
2013	7.801.063	**37,89%**	**20,65%**	**12,83%**	**14,62%**	**15,82%**	**6,86%**	**-0,25%**	**-0,77%**	**-2,47%**

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 60 di 89

Tav. 4 (segue) **- Serie storiche**

ARRIVI E PRESENZE TURISTI STRANIERI IN STRUTTURE ALBERGHIERE ED EXTRA-ALBERGHIERE
PROVINCIA DI VERONA

ANNO	ARRIVI	Differenze % su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	1.517.713									
2005	1.546.112	**1,87%**								
2006	1.719.101	13,27%	**11,19%**							
2007	1.864.378	22,84%	20,58%	**8,45%**						
2008	1.893.870	24,78%	22,49%	10,17%	**1,58%**					
2009	1.969.545	29,77%	27,39%	14,57%	5,64%	**4,00%**				
2010	2.226.427	46,70%	44,00%	29,51%	19,42%	17,56%	**13,04%**			
2011	2.337.821	54,04%	51,21%	35,99%	25,39%	23,44%	18,70%	**5,00%**		
2012	2.417.286	59,27%	56,35%	40,61%	29,66%	27,64%	22,73%	8,57%	**3,40%**	
2013	2.438.444	**60,67%**	**57,71%**	**41,84%**	**30,79%**	**28,75%**	**23,81%**	**9,52%**	**4,30%**	**0,88%**

ANNO	PRESENZE	Differenze % su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	7.326.726									
2005	7.660.434	**4,55%**								
2006	8.346.906	13,92%	**8,96%**							
2007	8.830.259	20,52%	15,27%	**5,79%**						
2008	8.609.751	17,51%	12,39%	3,15%	**-2,50%**					
2009	9.091.711	24,09%	18,68%	8,92%	2,96%	**5,60%**				
2010	10.135.803	38,34%	32,31%	21,43%	14,78%	17,72%	**11,48%**			
2011	10.368.201	41,51%	35,35%	24,22%	17,42%	20,42%	14,04%	**2,29%**		
2012	11.012.554	50,31%	43,76%	31,94%	24,71%	27,91%	21,13%	8,65%	**6,21%**	
2013	11.016.196	**50,36%**	**43,81%**	**31,98%**	**24,76%**	**27,95%**	**21,17%**	**8,69%**	**6,25%**	**0,03%**

ANNO	ARRIVI ALBERGHIERO	Differenze % su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	936.925									
2005	965.384	**3,04%**								
2006	1.061.852	13,33%	**9,99%**							
2007	1.189.557	26,96%	23,22%	**12,03%**						
2008	1.217.086	29,90%	26,07%	14,62%	**2,31%**					
2009	1.218.615	30,07%	26,23%	14,76%	2,44%	**0,13%**				
2010	1.372.646	46,51%	42,19%	29,27%	15,39%	12,78%	**12,64%**			
2011	1.459.069	55,73%	51,14%	37,41%	22,66%	19,88%	19,73%	**6,30%**		
2012	1.481.224	58,09%	53,43%	39,49%	24,52%	21,70%	21,55%	7,91%	**1,52%**	
2013	1.480.437	**58,01%**	**53,35%**	**39,42%**	**24,45%**	**21,64%**	**21,49%**	**7,85%**	**1,46%**	**-0,05%**

ANNO	PRESENZE ALBERGHIERO	Differenze % su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	3.284.880									
2005	3.459.468	**5,31%**								
2006	3.641.687	10,86%	**5,27%**							
2007	4.144.887	26,18%	19,81%	**13,82%**						
2008	3.994.932	21,62%	15,48%	9,70%	**-3,62%**					
2009	3.965.615	20,72%	14,63%	8,89%	-4,33%	**-0,73%**				
2010	4.382.900	33,43%	26,69%	20,35%	5,74%	9,71%	**10,52%**			
2011	4.559.853	38,81%	31,81%	25,21%	10,01%	14,14%	14,98%	**4,04%**		
2012	4.692.210	42,84%	35,63%	28,85%	13,20%	17,45%	18,32%	7,06%	**2,90%**	
2013	4.604.959	**40,19%**	**33,11%**	**26,45%**	**11,10%**	**15,27%**	**16,12%**	**5,07%**	**0,99%**	**-1,86%**

ANNO	ARRIVI EXTRA-ALB.	Differenze % su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	580.788									
2005	580.728	**-0,01%**								
2006	657.249	13,17%	**13,18%**							
2007	674.821	16,19%	16,20%	**2,67%**						
2008	676.784	16,53%	16,54%	2,97%	**0,29%**					
2009	750.930	29,30%	29,31%	14,25%	11,28%	**10,96%**				
2010	853.781	47,00%	47,02%	29,90%	26,52%	26,15%	**13,70%**			
2011	878.752	51,30%	51,32%	33,70%	30,22%	29,84%	17,02%	**2,92%**		
2012	936.062	61,17%	61,19%	42,42%	38,71%	38,31%	24,65%	9,64%	**6,52%**	
2013	958.007	**64,95%**	**64,97%**	**45,76%**	**41,96%**	**41,55%**	**27,58%**	**12,21%**	**9,02%**	**2,34%**

ANNO	PRESENZE EXTRA-ALB.	Differenze % su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	4.041.846									
2005	4.200.966	**3,94%**								
2006	4.705.219	16,41%	**12,00%**							
2007	4.685.372	15,92%	11,53%	**-0,42%**						
2008	4.614.819	14,18%	9,85%	-1,92%	**-1,51%**					
2009	5.126.096	26,83%	22,02%	8,94%	9,41%	**11,08%**				
2010	5.752.903	42,33%	36,94%	22,27%	22,78%	24,66%	**12,23%**			
2011	5.808.348	43,71%	38,26%	23,44%	23,97%	25,86%	13,31%	**0,96%**		
2012	6.320.344	56,37%	50,45%	34,33%	34,90%	36,96%	23,30%	9,86%	**8,81%**	
2013	6.411.237	**58,62%**	**52,61%**	**36,26%**	**36,84%**	**38,93%**	**25,07%**	**11,44%**	**10,38%**	**1,44%**

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 61 di 89

Tav. 4 (segue) **- Serie storiche**

ARRIVI E PRESENZE TURISTI ITALIANI IN STRUTTURE ALBERGHIERE ED EXTRA-ALBERGHIERE
PROVINCIA DI VERONA

ANNO	ARRIVI	Differenze % su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	1.002.009									
2005	1.019.570	**1,75%**								
2006	1.123.518	12,13%	**10,20%**							
2007	1.181.608	17,92%	15,89%	**5,17%**						
2008	1.226.207	22,37%	20,27%	9,14%	**3,77%**					
2009	1.227.627	22,52%	20,41%	9,27%	3,89%	**0,12%**				
2010	1.262.066	25,95%	23,78%	12,33%	6,81%	2,92%	**2,81%**			
2011	1.287.624	28,50%	26,29%	14,61%	8,97%	5,01%	4,89%	**2,03%**		
2012	1.237.913	23,54%	21,42%	10,18%	4,77%	0,95%	0,84%	-1,91%	**-3,86%**	
2013	1.256.594	**25,41%**	**23,25%**	**11,84%**	**6,35%**	**2,48%**	**2,36%**	**-0,43%**	**-2,41%**	**1,51%**

ANNO	PRESENZE	Differenze % su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	3.496.795									
2005	4.313.653	**23,36%**								
2006	4.246.793	21,45%	**-1,55%**							
2007	4.206.646	20,30%	-2,48%	**-0,95%**						
2008	4.059.035	16,08%	-5,90%	-4,42%	**-3,51%**					
2009	4.000.679	14,41%	-7,26%	-5,80%	-4,90%	**-1,44%**				
2010	3.921.827	12,15%	-9,08%	-7,65%	-6,77%	-3,38%	**-1,97%**			
2011	3.923.293	12,20%	-9,05%	-7,62%	-6,74%	-3,34%	-1,93%	**0,04%**		
2012	3.418.525	-2,24%	-20,75%	-19,50%	-18,74%	-15,78%	-14,55%	-12,83%	**-12,87%**	
2013	3.078.118	**-11,97%**	**-28,64%**	**-27,52%**	**-26,83%**	**-24,17%**	**-23,06%**	**-21,51%**	**-21,54%**	**-9,96%**

ANNO	ARRIVI ALBERGHIERO	Differenze % su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	781.273									
2005	771.085	**-1,30%**								
2006	831.992	6,49%	**7,90%**							
2007	859.807	10,05%	11,51%	**3,34%**						
2008	879.634	12,59%	14,08%	5,73%	**2,31%**					
2009	869.391	11,28%	12,75%	4,50%	1,11%	**-1,16%**				
2010	908.190	16,24%	17,78%	9,16%	5,63%	3,25%	**4,46%**			
2011	924.781	18,37%	19,93%	11,15%	7,56%	5,13%	6,37%	**1,83%**		
2012	889.944	13,91%	15,41%	6,97%	3,51%	1,17%	2,36%	-2,01%	**-3,77%**	
2013	912.848	**16,84%**	**18,38%**	**9,72%**	**6,17%**	**3,78%**	**5,00%**	**0,51%**	**-1,29%**	**2,57%**

ANNO	PRESENZE ALBERGHIERO	Differenze % su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	1.881.249									
2005	2.048.686	**8,90%**								
2006	2.037.724	8,32%	**-0,54%**							
2007	2.085.824	10,87%	1,81%	**2,36%**						
2008	1.938.567	3,05%	-5,38%	-4,87%	**-7,06%**					
2009	1.826.751	-2,90%	-10,83%	-10,35%	-12,42%	**-5,77%**				
2010	1.854.311	-1,43%	-9,49%	-9,00%	-11,10%	-4,35%	**1,51%**			
2011	1.870.197	-0,59%	-8,71%	-8,22%	-10,34%	-3,53%	2,38%	**0,86%**		
2012	1.740.383	-7,49%	-15,05%	-14,59%	-16,56%	-10,22%	-4,73%	-6,14%	**-6,94%**	
2013	1.688.292	**-10,26%**	**-17,59%**	**-17,15%**	**-19,06%**	**-12,91%**	**-7,58%**	**-8,95%**	**-9,73%**	**-2,99%**

ANNO	ARRIVI EXTRA-ALB.	Differenze % su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	220.736									
2005	248.485	**12,57%**								
2006	291.526	32,07%	**17,32%**							
2007	321.801	45,79%	29,51%	**10,39%**						
2008	346.573	57,01%	39,47%	18,88%	**7,70%**					
2009	358.236	62,29%	44,17%	22,88%	11,32%	**3,37%**				
2010	353.876	60,32%	42,41%	21,39%	9,97%	2,11%	**-1,22%**			
2011	362.843	64,38%	46,02%	24,46%	12,75%	4,69%	1,29%	**2,53%**		
2012	347.969	57,64%	40,04%	19,36%	8,13%	0,40%	-2,87%	-1,67%	**-4,10%**	
2013	343.746	**55,73%**	**38,34%**	**17,91%**	**6,82%**	**-0,82%**	**-4,04%**	**-2,86%**	**-5,26%**	**-1,21%**

ANNO	PRESENZE EXTRA-ALB.	Differenze % su 2004	su 2005	su 2006	su 2007	su 2008	su 2009	su 2010	su 2011	su 2012
2004	1.615.546									
2005	2.264.967	**40,20%**								
2006	2.209.069	36,74%	**-2,47%**							
2007	2.120.822	31,28%	-6,36%	**-3,99%**						
2008	2.120.468	31,25%	-6,38%	-4,01%	**-0,02%**					
2009	2.173.928	34,56%	-4,02%	-1,59%	2,50%	**2,52%**				
2010	2.067.516	27,98%	-8,72%	-6,41%	-2,51%	-2,50%	**-4,89%**			
2011	2.053.096	27,08%	-9,35%	-7,06%	-3,19%	-3,18%	-5,56%	**-0,70%**		
2012	1.678.142	3,87%	-25,91%	-24,03%	-20,87%	-20,86%	-22,81%	-18,83%	**-18,26%**	
2013	1.389.826	**-13,97%**	**-38,64%**	**-37,09%**	**-34,47%**	**-34,46%**	**-36,07%**	**-32,78%**	**-32,31%**	**-17,18%**

* Fino a giugno 2011 in "altri esercizi extra-alb." veniva rilevata anche la movimentazione turistica delle seconde case

Elaborazione Servizio Studi e Ricerca Camera di commercio di Verona su dati della Regione Veneto

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 62 di 89

Tav. 5 - Classifica delle province italiane per numero di imprese turistiche al 31/12/2013

Province	Imprese per servizi turistici	Totale imprese (tutti i settori)	% imprese turistiche su totale
ROMA	35.196	464.986	7,6
MILANO	21.047	358.006	5,9
NAPOLI	19.131	273.410	7,0
TORINO	15.848	231.081	6,9
BRESCIA	9.374	121.364	7,7
SALERNO	9.226	119.930	7,7
BARI	8.177	150.973	5,4
VENEZIA	8.056	77.288	10,4
GENOVA	7.828	86.574	9,0
FIRENZE	7.647	109.266	7,0
BOLZANO	7.538	57.849	13,0
BOLOGNA	6.839	96.766	7,1
VERONA	6.692	96.842	6,9
BERGAMO	6.511	96.019	6,8
RIMINI	5.620	40.752	13,8
PADOVA	5.501	99.781	5,5
SASSARI	5.445	55.752	9,8
TREVISO	5.407	90.986	5,9
CASERTA	5.298	89.774	5,9
LECCE	5.256	72.251	7,3
PALERMO	5.172	97.901	5,3
TRENTO	5.141	51.517	10,0
VARESE	5.063	71.412	7,1
CAGLIARI	5.043	69.881	7,2
COSENZA	5.010	66.079	7,6
VICENZA	4.974	83.473	6,0
PERUGIA	4.931	73.451	6,7
CATANIA	4.696	100.928	4,7
LATINA	4.624	57.952	8,0
UDINE	4.562	52.209	8,7
MODENA	4.386	75.158	5,8
LUCCA	4.208	43.936	9,6
MESSINA	4.030	60.223	6,7
FOGGIA	3.920	72.381	5,4
CUNEO	3.894	71.845	5,4
SAVONA	3.868	31.137	12,4
COMO	3.841	49.333	7,8
MONZA E BRIANZA	3.744	72.154	5,2
LIVORNO	3.656	32.395	11,3
PAVIA	3.508	48.961	7,2
RAVENNA	3.505	41.116	8,5
FORLI' - CESENA	3.393	43.554	7,8
FROSINONE	3.350	46.339	7,2
REGGIO EMILIA	3.226	56.460	5,7
PISA	3.150	43.299	7,3
PARMA	3.009	46.903	6,4
ANCONA	2.992	47.062	6,4
PESARO E URBINO	2.991	41.745	7,2
SIENA	2.951	29.369	10,0
REGGIO DI CALABRIA	2.944	49.946	5,9
L'AQUILA	2.907	30.978	9,4
TARANTO	2.906	47.902	6,1
CHIETI	2.795	45.985	6,1
ALESSANDRIA	2.777	45.096	6,2
TERAMO	2.760	36.487	7,6

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 63 di 89

Tav. 5 (segue) - **Classifica delle province italiane per numero di imprese turistiche al 31/12/2013**

Province	Imprese per servizi turistici	Totale imprese (tutti i settori)	% imprese turistiche su totale
GROSSETO	2.581	29.097	8,9
AREZZO	2.564	38.209	6,7
TRAPANI	2.561	46.814	5,5
BRINDISI	2.507	36.736	6,8
MANTOVA	2.505	42.291	5,9
PESCARA	2.463	35.884	6,9
AVELLINO	2.460	43.898	5,6
NOVARA	2.444	31.667	7,7
NUORO	2.397	27.549	8,7
LA SPEZIA	2.383	20.770	11,5
PISTOIA	2.337	32.909	7,1
AGRIGENTO	2.326	41.260	5,6
VITERBO	2.311	37.797	6,1
MACERATA	2.236	39.623	5,6
SIRACUSA	2.223	37.597	5,9
POTENZA	2.208	38.407	5,7
PIACENZA	2.195	30.758	7,1
CATANZARO	2.168	32.839	6,6
CREMONA	2.156	30.406	7,1
BELLUNO	2.091	16.311	12,8
MASSA CARRARA	1.996	22.595	8,8
LECCO	1.898	26.935	7,0
ASCOLI PICENO	1.880	24.705	7,6
TRIESTE	1.845	16.716	11,0
PORDENONE	1.842	27.614	6,7
RAGUSA	1.839	35.175	5,2
SONDRIO	1.829	15.383	11,9
BENEVENTO	1.823	34.720	5,3
AOSTA	1.801	13.544	13,3
ROVIGO	1.719	28.495	6,0
VERBANIA	1.713	13.585	12,6
CAMPOBASSO	1.629	26.011	6,3
TERNI	1.575	22.042	7,1
PRATO	1.478	33.488	4,4
ASTI	1.444	24.885	5,8
CALTANISSETTA	1.316	24.915	5,3
VERCELLI	1.291	17.277	7,5
FERMO	1.224	22.482	5,4
BIELLA	1.211	19.177	6,3
VIBO VALENTIA	1.158	13.056	8,9
MATERA	1.150	21.853	5,3
GORIZIA	1.143	10.879	10,5
LODI	1.128	17.367	6,5
RIETI	1.064	15.147	7,0
ORISTANO	1.033	14.573	7,1
CROTONE	1.030	16.869	6,1
ENNA	827	15.154	5,5
ISERNIA	655	9.008	7,3
TOTALE ITALIA	**428.554**	**6.061.960**	**7,1**

Elaborazione Servizio Studi e Ricerca CCIAA di Verona su dati Infocamere

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 64 di 89

Tav. 6 - Comuni della provincia di Verona. Imprese settore turistico registrate al 31/12/2013

Comuni della provincia di Verona	Imprese per servizi turistici	Totale imprese (tutti i settori)	% imprese turistiche su totale
AFFI	34	504	6,7
ALBAREDO D'ADIGE	23	562	4,1
ANGIARI	7	232	3,0
ARCOLE	26	652	4,0
BADIA CALAVENA	16	301	5,3
BARDOLINO	190	950	20,0
BELFIORE	16	356	4,5
BEVILACQUA	8	155	5,2
BONAVIGO	5	221	2,3
BOSCHI SANT'ANNA	5	137	3,6
BOSCO CHIESANUOVA	50	448	11,2
BOVOLONE	90	1.566	5,7
BRENTINO BELLUNO	10	207	4,8
BRENZONE	81	334	24,3
BUSSOLENGO	139	2.177	6,4
BUTTAPIETRA	41	532	7,7
CALDIERO	41	734	5,6
CAPRINO VERONESE	77	879	8,8
CASALEONE	24	580	4,1
CASTAGNARO	17	480	3,5
CASTEL D'AZZANO	62	985	6,3
CASTELNUOVO DEL GARDA	84	1.293	6,5
CAVAION VERONESE	39	571	6,8
CAZZANO DI TRAMIGNA	6	228	2,6
CEREA	107	1.910	5,6
CERRO VERONESE	14	209	6,7
COLOGNA VENETA	36	1.001	3,6
COLOGNOLA AI COLLI	46	919	5,0
CONCAMARISE	5	132	3,8
COSTERMANO	48	432	11,1
DOLCE'	17	372	4,6
ERBE'	7	185	3,8
ERBEZZO	13	120	10,8
FERRARA DI MONTE BALDO	7	33	21,2
FUMANE	34	465	7,3
GARDA	130	509	25,5
GAZZO VERONESE	24	520	4,6
GREZZANA	64	1.205	5,3
ILLASI	24	672	3,6
ISOLA DELLA SCALA	80	1.176	6,8
ISOLA RIZZA	11	374	2,9
LAVAGNO	35	726	4,8
LAZISE	202	1.004	20,1
LEGNAGO	172	2.560	6,7
MALCESINE	236	628	37,6
MARANO DI VALPOLICELLA	15	431	3,5
MEZZANE DI SOTTO	12	272	4,4
MINERBE	17	474	3,6
MONTECCHIA DI CROSARA	21	673	3,1
MONTEFORTE D'ALPONE	31	1.035	3,0
MOZZECANE	24	608	3,9
NEGRAR	111	1.744	6,4
NOGARA	62	851	7,3
NOGAROLE ROCCA	20	356	5,6

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 65 di 89

Tav. 6 (segue) **- Comuni della provincia di Verona. Imprese settore turistico registrate al 31/12/2013**

Comuni della provincia di Verona	Imprese per servizi turistici	Totale imprese (tutti i settori)	% imprese turistiche su totale
OPPEANO	56	978	5,7
PALU'	5	149	3,4
PASTRENGO	26	340	7,6
PESCANTINA	69	1.539	4,5
PESCHIERA DEL GARDA	215	1.269	16,9
POVEGLIANO VERONESE	36	708	5,1
PRESSANA	8	276	2,9
RIVOLI VERONESE	15	326	4,6
RONCA'	25	508	4,9
RONCO ALL'ADIGE	25	685	3,6
ROVERCHIARA	13	297	4,4
ROVEREDO DI GUA'	4	184	2,2
ROVERE' VERONESE	18	309	5,8
SALIZZOLE	14	440	3,2
SAN BONIFACIO	147	2.558	5,7
SAN GIOVANNI ILARIONE	21	661	3,2
SAN GIOVANNI LUPATOTO	143	2.410	5,9
SANGUINETTO	34	411	8,3
SAN MARTINO BUON ALBERGO	90	1.795	5,0
SAN MAURO DI SALINE	4	101	4,0
SAN PIETRO DI MORUBIO	12	302	4,0
SAN PIETRO IN CARIANO	80	1.270	6,3
SANT'AMBROGIO DI VALPOLICELLA	70	1.129	6,2
SANT'ANNA D'ALFAEDO	20	380	5,3
SAN ZENO DI MONTAGNA	30	170	17,6
SELVA DI PROGNO	16	146	11,0
SOAVE	47	903	5,2
SOMMACAMPAGNA	81	1.514	5,4
SONA	80	1.777	4,5
SORGA'	12	248	4,8
TERRAZZO	2	302	0,7
TORRI DEL BENACO	102	360	28,3
TREGNAGO	40	487	8,2
TREVENZUOLO	13	273	4,8
VALEGGIO SUL MINCIO	98	1.516	6,5
VELO VERONESE	9	140	6,4
VERONA	1.937	25.945	7,5
VERONELLA	19	397	4,8
VESTENANOVA	14	252	5,6
VIGASIO	30	713	4,2
VILLA BARTOLOMEA	27	642	4,2
VILLAFRANCA DI VERONA	180	3.331	5,4
ZEVIO	68	1.510	4,5
ZIMELLA	21	511	4,1
TOTALE VERONA	**6.692**	**96.842**	**6,9**

Elaborazione Servizio Studi e Ricerca CCIAA di Verona su dati Infocamere

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 66 di 89

LEGENDA

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 67 di 89

Il settore turistico

Codici Ateco2007

SERVIZI DI ALLOGGIO

55	Alloggio
55.1	Alberghi e strutture simili
55.2	Alloggi per vacanze e altre strutture per brevi soggiorni
55.3	Aree di campeggio e aree attrezzate per camper e roulotte
55.9	Altri alloggi

SERVIZI DI RISTORAZIONE

56	Attività dei servizi di ristorazione
56.1	Ristoranti e attività di ristorazione mobile
56.2	Fornitura di pasti preparati (catering) e altri servizi di ristorazione
56.3	Bar e altri servizi simili senza cucina

AGENZIE DI VIAGGIO E TOUR OPERATOR, SERVIZI DI PRENOTAZIONE E ATTIVITA' CONNESSE

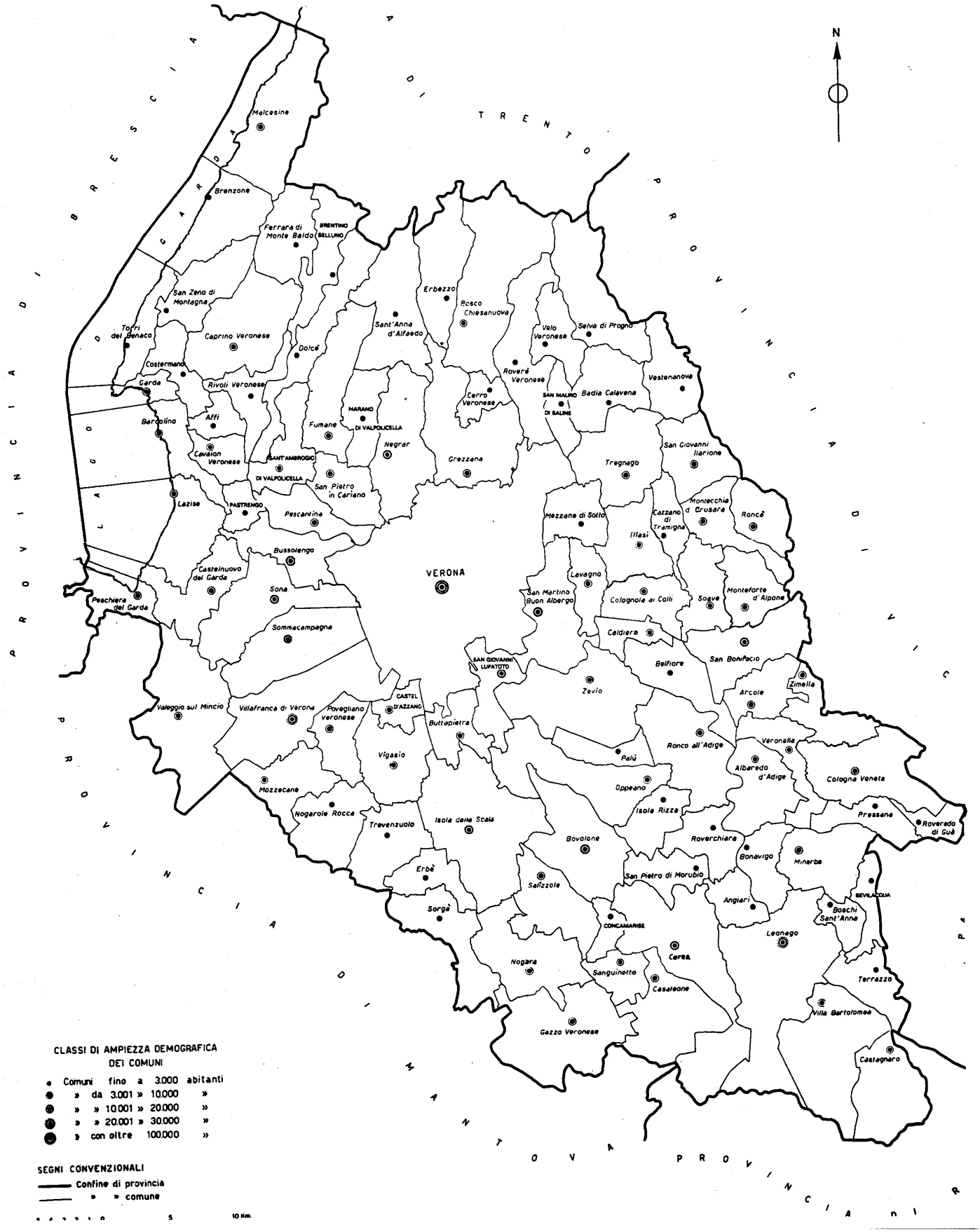
79	Attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse
79.1	Attività delle agenzie di viaggio e dei tour operator
79.9	Altri servizi di prenotazione e attività connesse

ALTRE ATTIVITA'

93.21	Parchi di divertimento e parchi tematici
96.04.2	Stabilimenti termali

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 69 di 89

CIRCOSCRIZIONI COMUNALI AL 25 OTTOBRE 1981



CLASSI DI AMPIEZZA DEMOGRAFICA DEI COMUNI

- Comuni fino a 3.000 abitanti
- » da 3.001 » 10.000 »
- » » 10.001 » 20.000 »
- » » 20.001 » 30.000 »
- » con oltre 100.000 »

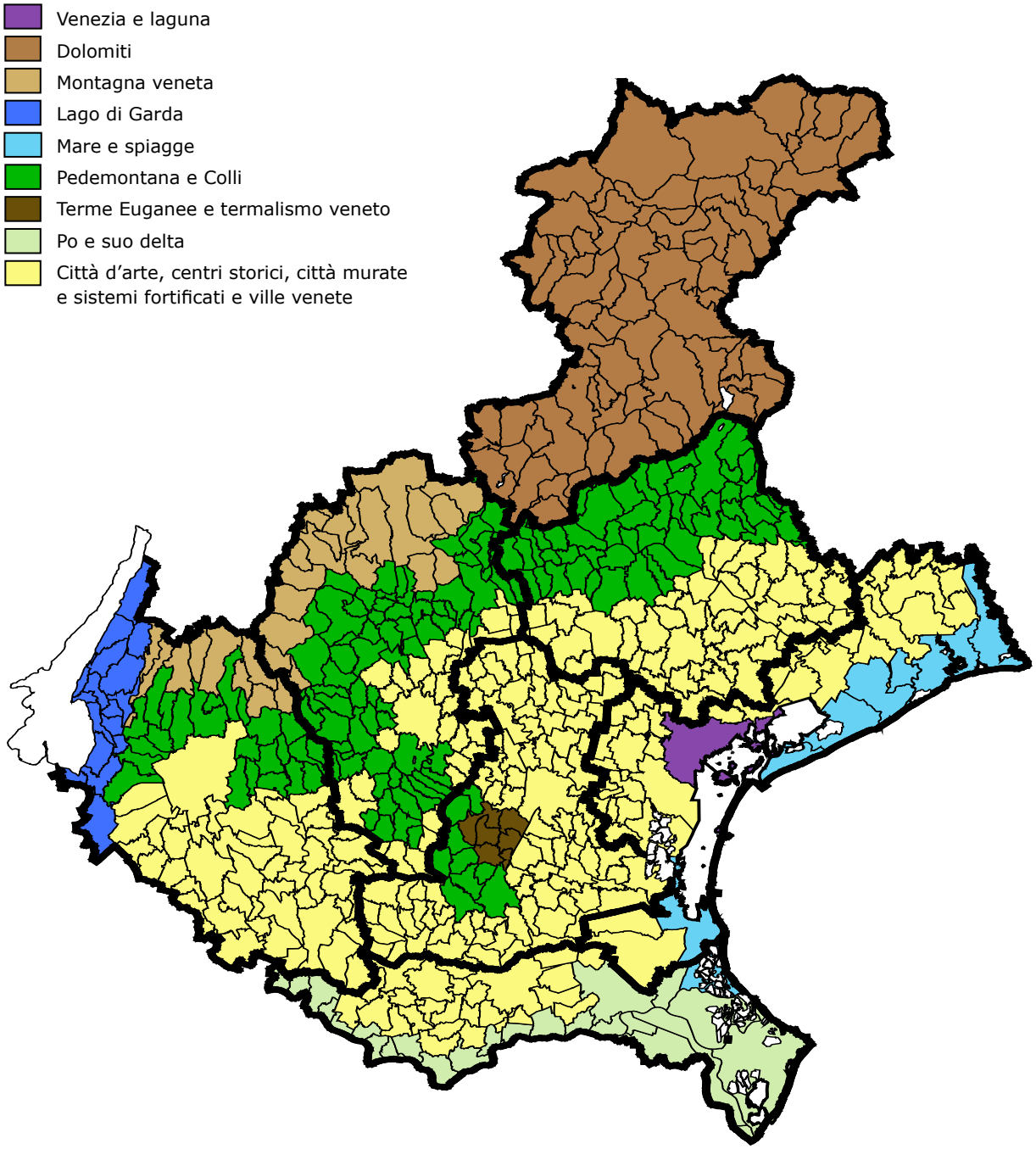
SEGNI CONVENZIONALI

- Confine di provincia
- » » comune

5 0 5 10 Km.

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 70 di 89

SISTEMI TURISTICI TEMATICI
L.R. 11/2013 art.11



Elaborazione del Servizio Studi e Ricerca della Camera di Commercio I.A.A. di Verona su dati della Regione Veneto

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 71 di 89

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 73 di 89

LAGO DI GARDA VENETO

www.lagodigardaveneto.com

2016 - 2018

Team del Consorzio Turistico Lago di Garda Veneto

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 74 di 89

Paolo Artelio/Presidente

Laura Bressan

Francesca Campagnari

RESPONSABILI OPERATIVITA'

Liliana Ardemagni

CONTABILITA'

Francesca Revelant

Antonio Maresca

Canins Manfred

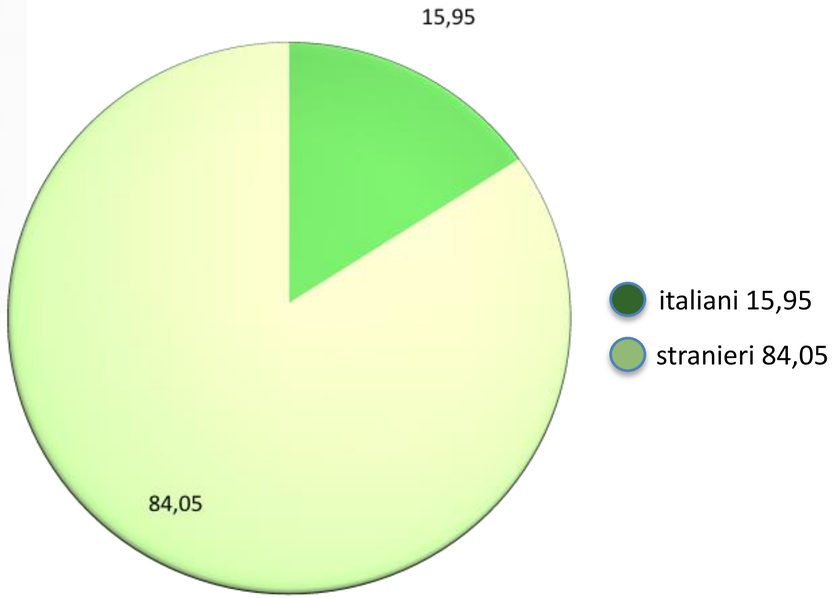
RELAZIONI ESTERNE

WEB MARKETING

COORDINATORE

TEAM DIFFUSO

Strategia di mercato



- Primi 3 anni: Germania, Austria, Svizzera, Italia, Paesi Bassi, Gran Bretagna;
- Azioni di mercato da definire in base alla rilevanza;
- Dal 4° anno nuovi mercati;
- Paesi emergenti solamente con partner;

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 75 di 89

L‘insieme delle peculiarità -

- Natura (lago/entroterra) – benessere
- Attività acquatiche e di terra
- Enogastronomia
- Cultura e storia
- Parchi tematici - Eventi
- Lifestyle – shopping
- Raggiungibilità – sicurezza

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 del 11/10/2016 pagina 1 di 1

USP dei singoli comuni creano il profilo della destinazione Garda - Veneto

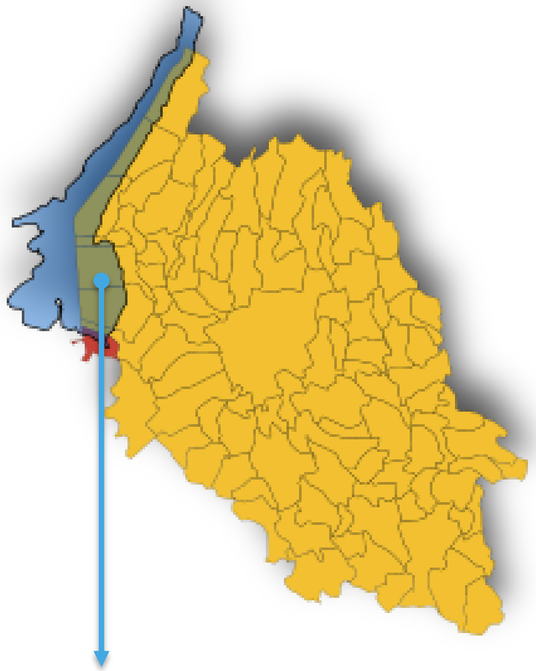
Il prodotto è dato dall’insieme di offerte dei singoli Comuni

- Enogastronomia: vanno valorizzati i prodotti locali e le relative zone di produzione. Si crea un circuito eno – gastronomico legato al bike – motorbike – cabrio – trekking. Eventi coordinati
- Bike: CIRCUITO BIKE PIÙ GRANDE D‘EUROPA – vanno messe in rete tutte le piste ciclabili del veronese ed organizzati eventi
- Trekking: va creata una rete dei percorsi tematici e migliorata la segnaletica
- Sport acquatici: la parte nord del lago va posizionata come la mecca per il kitesurf e altre attività di acqua
- Eventi: va coordinata la promozione degli eventi organizzati dai Comuni o dalle varie Associazioni. Va creato un sistema digitale che funga da raccoglitore sul sito ufficiale del Lago di Garda Veneto

Il prodotto deve rispecchiare il profilo della destinazione. Importante il packaging.

...-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 77 di 89

Vanno definiti bene i ruoli fra i singoli player !!!



- Oltre 19 COMUNI – Associazioni varie
- Accoglienza
- Eventi di ogni tipo
- Prodotti - servizi
- Gestione infrastrutture

GARDA
ESSENCE OF ITALY

LAGO DI GARDA VENETO
LAGO DI GARDA LOMBARDIA
LAGO DI GARDA TRENTINO

CONSORZIO LAGO DI GARDA UNICO

- Azioni in nuovi mercati – macro comunicazione
- Brand management Garda Lake
- Coordinamento delle azioni promozionali delle 3 realtà
- Fiere maggiori/sito/ufficio stampa/adv

- 3 CONSORZI REGIONALI
- Packaging del prodotto dei Comuni e Club di prodotto (bike/enogastronomia ….)
- Comunicazione - promozione nei mercati principali

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 78 di 89

Azioni di mercato

- PR – Ufficio stampa – Media tradizionali – ADV **
- WEB + Social
- Cooperazioni
- Co - marketing
- Tour Operator
- Print - media
- Fiere **

** Possibilmente attraverso Garda Unico

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 79 di 89

PR – ufficio stampa

A. <u>Ufficio stampa interno</u>

- Coordinamento giornalisti nazionali e internazionali
- Database di contatti/giornalisti
- Elaborazione testi e comunicati stampa
- Organizzazione conferenze stampa, sites events ed educationals
- Coordinamento attività uffici stampa esteri (Germania+Austria+CH/ Inghilterra)
- Gestione comunicazione interna on line e off line

B. <u>Ufficio stampa ester(n)o</u>

- Regno Unito e Germania [nord]
- Con Garda Unico ufficio stampa anche nei Paesi Bassi

C. <u>Realizzazione materiale audiovisivo</u>: è necessario creare un archivio fotografico e video per i canali digitali.

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 80 di 89

PR – ufficio stampa (2)

D. Advertising: in cooperazione con il consorzio Garda Unico, per Club di prodotto, per promozione eventi e con partner privati. Servizi publiredazionali nei mercati nei quali si ha un ufficio stampa

E. TV: Mediaset, Rai, Sky in Italia. In Germania: collaborazioni con trasmissioni legate alle auto (NTV) – musicali – gossip (ARD Brisant) – documentari – servizi turistici

F. Eventi: utilizzati ai fini della comunicazione

G. Testimonial: si creano degli eventi con testimonial/vip, promuovendo le peculiarità del territorio. Ciò assicura la presenza sui vari media

H. Spot radiofonici: in occasione di eventi e ai fini della brand awareness e della brand reputation

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 81 di 89

Gerarchia siti internet di rappresentanza

Regione

Veneto
Tra la terra e il cielo
www.veneto.eu

Macro territorio Lago di Garda

GARDA
ESSENCE OF ITALY

Portali territoriali

LAGO DI GARDA VENETO
LAGO DI GARDA LOMBARDIA
LAGO DI GARDA TRENTINO

Portali locali istituzionali

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 82 di 89

WEB – sito internet

A. I 3 Consorzi del Garda investono sul sito unitario VisitGarda.com, dal quale si passa sui vari siti dedicati ai 3 Consorzi. Ciò permette un maggior raggio di azione e incidenza nel mercato

B. Va ripensata la piattaforma ed il layout del sito www.lagodigardaveneto.com per renderlo più flessibile nella gestione, più usabile e compatibile per una navigazione in più contesti e su diversi dispositivi. Va previsto un blog per garantire contenuti e focus dinamici e sempre aggiornati

C. I contenuti istituzionali verranno aggiornati continuamente da un “team diffuso” di freelance che si occuperà anche di seguire tutte le azioni di Web Marketing affidate ad agenzie esterne

D. Sono previste azioni di ottimizzazione per i motori di ricerca

E. Oltre alle versioni in Italiano - Inglese e Tedesco è prevista la traduzione in Olandese del sito

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 83 di 89

WEB – sito internet

E. L'attività di social media marketing (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Pinterest, Google+) risulta prioritaria e va supportata da un'agenzia esterna che integrerà ed ottimizzerà le attività del "team diffuso"

F. La visibilità organica sarà supportata da campagne PPC – Google AdWords – DEM – Social Media Marketing e Advertising – Mobile Marketing – Remarketing

G. Al fine di incrementare le prenotazioni sul booking engine del Consorzio sono previste azioni PPC sui portali Google/HPA, Trivago, Tripadvisor/Instant booking, Holidaycheck

H. Si prevedono azioni di IM – Influence Marketing con blogger rinomati che fanno da testimonial e parlano della destinazione

I.Il Consorzio si impegnerà a creare una APP territoriale in tre lingue (italiano, inglese e tedesco)

L. Un'adeguata attività di analisi dei flussi di accesso e di utilizzo del sito e dei profili sociali sarà di prezioso supporto per le decisioni strategiche e di programmazione

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 84 di 89

Ulteriori azioni di mercato

Tour Operator	Vanno sviluppate delle collaborazioni con TO nuovi (educational e workshops in loco) e curati i contatti con TO già presenti sul lago. Una volta creata la rete di vendita in nuovi mercati si può pensare ad altre azioni di mercato
Co - marketing	Vanno sviluppate delle azioni di marketing comuni con partner di altri settori: automobilistico, caravan, alimentare, prodotti sportivi, settore turismo all'aria aperta, settore nautico
Cooperazioni	Camera commercio per le attività legate al vino all'estero(agroalimentare/+ fiere vinicole dei Consorzi) Fondazione Arena per promozione all'estero Fiera di VR (Vinitaly nel mondo + Marmo) Aeroporto di VR: con le varie compagnie e nelle città dai quali sono previsti i voli Museo Nicolis – Gardaland – Parco Natura Viva… Garda Unico: Web, fiere, Adv, PR/Educational Comuni/enti turistici locali: eventi/accoglienza/… Editori di pubblicazioni varie Sistema di prenotazione territoriale Privati – gruppi di prodotto: allegati tematici a riviste Navigazione sul Garda
Print - media	Si prevede una nuova brochure istituzionale della destinazione + l'attuale rivista territoriale "The Lake"
Fiere	Partecipazione alle principali fiere di settore in collaborazione con il Consorzio Lago di Garda Unico

Verona Aeroporto
Garda Aeroporti

VERONAFIERE
Sommiamo relazioni. Sottraiamo ostacoli.

Camera di Commercio Verona

Gestione Navigazione Laghi Italia

Fondazione Arena di Verona

Parco Natura Viva
Nature, all ways.

Gardaland Resort

MUSEONICOLIS
dell'Auto, della Tecnica, della Meccanica

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 86 di 89

Singole azioni di mercato nei principali mercati

Mercati	WEB +social	PR	Tour operator	Cooperazioni	Co - Marketing	Print	Fiere
Germania	Xxxx	A/B/C/D/E/F/G/H	XX	X	x	X	x
Italia	Xx	A/C/F/H			x	X	
Paesi Bassi	Xx	A/C/F	Xx	X		X	
Austria/ CH	X	A/B/C/F	X			X	
UK	x	A/B/C/D/F	Xx	x		x	

PR =

A	B	C	D	E	F	G	H
Uff.st. interno	Uff. st. esterno	Video	ADV	TV	Eventi	Eventi - Testimonial	Radio

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 86 di 89

	BILANCIO DI PREVISIONE 2016 - 2018			
	USCITE	2016	2017	2018
Marketing & Comunicazione	Produzione materiale informativo	55.000,00 €	45.000,00 €	45.000,00 €
	Creazione materiale informativo	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €
	Traduzione testi per print e internet	10.000,00 €	8.000,00 €	8.000,00 €
	Campagne di comunicazione con partner (inserzioni/publired./allegati...)	5.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €
	Contributi eventi principali	200.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €
	Progetto spiagge sicure	8.000,00 €	8.000,00 €	8.000,00 €
	Gadget e materiale di comunicazione	4.000,00 €	4.000,00 €	4.000,00 €
	Spese varie marketing & comunicazione (radio….)	50.000,00 €	55.000,00 €	55.000,00 €
Uff. Stampa	Produzioni TV	10.000,00 €	20.000,00 €	20.000,00 €
	Transfer, vitto e alloggio giornalisti	23.000,00 €	25.000,00 €	25.000,00 €
	Organizzazione eventi - PR/Testimonial	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €
	Agenzie PR (mercati target) e clipping	45.000,00 €	55.000,00 €	55.000,00 €
	Produzione materiale foto e video	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €
	Spese addetto stampa e/o collaboratore esterno	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €
	Spese varie Ufficio Stampa	5.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €
Internet	Nuova piattaforma + realizzazione sito mobile + content	90.000,00 €	60.000,00 €	60.000,00 €
	Campagne di comunicazione web	80.000,00 €	125.000,00 €	125.000,00 €
	Attività di commercializzazione	110.000,00 €	110.000,00 €	110.000,00 €
	Gestione social media	16.000,00 €	16.000,00 €	16.000,00 €
	Aggiornamenti App Lago di Garda	4.000,00 €	4.000,00 €	4.000,00 €
	Spese per il team diffuso	48.000,00 €	48.000,00 €	48.000,00 €
	Consulente internet	35.000,00 €	35.000,00 €	35.000,00 €
	Spese varie Ufficio Internet	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 87 di 89

	Informazione associati e ospiti	20.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €
	Club di prodotto	50.000,00 €	20.000,00 €	20.000,00 €
	Attività di commercializzazione	110.000,00 €	60.000,00 €	60.000,00 €
	Partecipazione a fiere	26.000,00 €	36.000,00 €	36.000,00 €
Vendita	Coordinamento e sviluppo del progetto + Marketing Coaching	95.000,00 €	95.000,00 €	95.000,00 €
Gestione	Amministrazione, collaboratori; interessi passivi da gestione e da anticipi IVA	200.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €
Riserva	Fondo di riserva per attività di marketing legate alle fluttuazioni di mercato	90.000,00 €	90.000,00 €	90.000,00 €
	Totale Uscite	1.495.000,00 €	1.495.000,00 €	1.495.000,00 €
	ENTRATE			
Soci	Contributo degli associati per la gestione del consorzio	140.000,00 €	140.000,00 €	140.000,00 €
Comuni	Contributo dei Comuni 11.400.000 presenze x 0,06 €	684.000,00 €	684.000,00 €	684.000,00 €
Regione	Contributo della Regione	300.000,00 €	300.000,00 €	300.000,00 €
DMO	Altri enti appartenenti alla DMO	371.000,00 €	371.000,00 €	371.000,00 €
	Totale Entrate	1.495.000,00 €	1.495.000,00 €	1.495.000,00 €

NOTA: ferme restando le voci di spesa e tipologie di intervento, saranno possibili delle compensazioni tra le varie voci per un massimo del 40%.

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 88 di 89

Regione del Veneto-A.O.O Giunta Regionale n.prot. 98491 data 11/03/2016, pagina 89 di 89

LAGO DI

GARDA

VENETO

www.lagodigardaveneto.com

The marketing consultant, **Manfred Canins.**

Dott. Manfred Canins
Marketing Consulting · Destinationsmanagement

Str. Damèz, 30 · I-39036 Badia (BZ)
Alta Badia · Italy · Dolomites

mail canins.manfred@rolmail.net
telephone +39 0471 839 585
mobile +39339 1494419
CNNMFR62E27A537C
vat. id. number 016006380218