

SETTORI. Studio della Fondazione Think Tank Nord Est sui dati Infocamere dei Registri delle Camere di commercio

# Imprese turistiche in calo dopo un ventennio di crescita

A Verona -01% dopo il +12,1%  
In Veneto la flessione è dello 0,7%  
è solo il primo segnale della crisi che diventerà acuta quest'anno

Valeria Zanetti

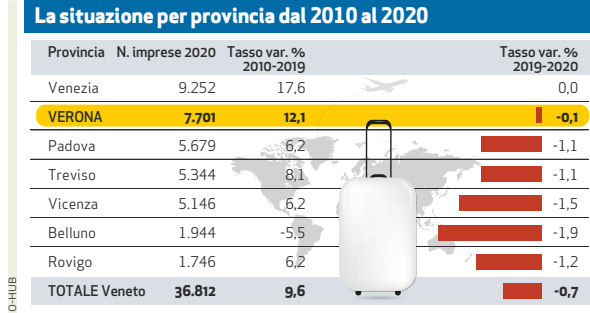
L'anno scorso, per la prima volta dal 2000, in Veneto si è interrotta la crescita delle imprese del turismo. Nemmeno le conseguenze degli attentati terroristici dell'11 settembre 2001, alle Torri Gemelli, a New York, o la crisi economico-finanziaria di fine decennio erano riusciti a frenare l'ascesa di un comparto dalle performance sempre brillanti.

**TENDENZA BLOCCATA.** La pandemia però ha bloccato la tendenza, come evidenzia l'ultimo studio di Fondazione Think Tank Nord Est, che ha analizzato il numero di imprese attive nella ricettività, agenzie di viaggio e tour operator, bar e ristoranti, trasporti e noleggi, cultura, eventi e attività ricreative. Tutte gravemente colpite dallo stop agli spostamenti e dalle misure anti assembramento, con le quali si è cercato di contrastare la diffusione del virus. In Veneto, al 31 dicembre scorso, si trattava di

36.812 aziende (8,6% del totale); cresciute tra 2010 e 2019 del 9,6%. Alcuni comparti più di altri hanno messo a segno aumenti record: +27,5% le strutture ricettive; +26,6% trasporti e noleggi; +7,2% cultura, eventi, attività ricreative; +6,2% bar e ristoranti; +3% agenzie di viaggio e tour operator.

**IL 2020.** I numeri del 2020 sono già inferiori all'anno precedente. La diminuzione è ancora modesta (-0,7%), con la performance peggiore per il segmento «cultura, eventi, attività ricreative» (-1,3%). Ma le anche agenzie di viaggio e tour operator (-0,9%), bar e ristoranti (-0,8%), strutture ricettive (-0,5%). Solo trasporti e noleggi hanno continuato a crescere (+0,8%).

**PRIMO SEGNALE.** Questi decrementi sono, secondo la fondazione veneziana, sono solo il primo segnale di crisi. Le limitazioni agli spostamenti che permangono, l'incertezza della situazione sanitaria e le difficoltà per l'economia nel suo complesso, com-



Fonte: elaborazioni Fondazione Think Tank Nord Est sui dati Infocamere

porteranno una flessione più marcata nel 2021. Il problema grava sulla prima regione turistica d'Italia, dove il settore produce 18,4 miliardi di euro di fatturato tra impatto diretto e indiretto, circa l'11,3% del Pil regionale.

**PRESENZE E ARRIVI.** L'anno scorso, infatti, le presenze si sono fermate a 32,5 milioni (-54,4% sul 2019), gli arrivi a 7,9 milioni (-61,1%). Le città d'arte hanno perso il 65,3% di pernotti e il 72,1% di turisti. Il Garda ha chiuso l'anno con un -56,6% di presenze e un -54,8% di arrivi. Le imprese più fragili hanno già ceduto su tutto il territorio.

**TERRITORI.** Nel Veneziano si trova il maggior numero di attività: 9.252, in forte crescita tra 2010 e 2019 (+17,6%) e stabili nell'ultimo anno. Segue Verona con 7.701 unità (+12,1% in 19 anni) in lievisimo calo nel 2020 (-0,1%). Poi Padova, Treviso, Vicenza e Rovigo tutte con una demografia d'impresa nel segno della decrescita. Nel Bellunese si registra un calo già tra 2010 e 2019 (-5,5%), confermato dalla peggior performance del 2020 (-1,9%) che fa crollare il totale a 1.944.

**COMMENTO.** «Gli operatori vivono nella massima incertezza», afferma Antonio Fer-

rarelli, presidente della Fondazione Think Tank Nord Est, «perché non si sa quando le persone potranno tornare a muoversi liberamente. I ristori non bastano: è fondamentale l'accesso a finanziamenti agevolati garantiti, aumentando l'importo massimo per azienda ed allungare i tempi di rimborso, considerata che la marcata stagionalità di molte destinazioni turistiche costituisce un freno agli investimenti». Una sfida da affrontare subito per il ministro del Turismo, Massimo Garavaglia, «che dovrà creare le condizioni del rilancio», auspica Ferrarelli.

© FIDUCIOSA RICEVUTA

## Federalberghi Veneto

### «Pasqua compromessa Penalizzate le città d'arte»

Federalberghi Veneto guarda con apprensione alle prospettive della stagione estiva, che in molte località turistiche, come ad esempio il Garda, si apre con la Pasqua, per la quale erano già iniziati i preparativi. Le prime vacanze di primavera potrebbero essere compromesse dalla diffusione delle varianti e dalle limitazioni dell'ultimo Dpcm «che, prorogato al 6 aprile, limita gli spostamenti tra le regioni», afferma il neo presidente, Massimiliano Schiavon.



Massimiliano Schiavon

La federazione, salvo ulteriori complicazioni legate al trend di contagi, stima una stagione estiva sulla falsariga del 2020, ben lontana dai valori del 2019, basata su un turismo di prossimità, per lo più interno determinato dagli spostamenti dei connazionali e con flussi dal mercato estero ancora scarsi.

Se gli operatori del settore balneare, insieme a quelli della montagna, molto penalizzata dalla cancellazione della stagione sciistica, possono sperare di raggiungere almeno in estate i risultati dell'anno scorso, il comparto delle città d'arte resta in grande sofferenza. Venezia, Verona e Padova sono ancora ferme perché molto legate ai flussi internazionali e penalizzate dal traffico aereo praticamente azzerato. «I tempi della ripresa per questo segmento turistico si prospettano più lunghi del previsto e le imprese alberghiere non possono

supportare altre perdite che finora hanno sfiorato il 90% dei fatturati», avverte Schiavon. «La nostra attenzione è rivolta allo scema dei "sostegni" che il Governo si accinge a varare - dice - e che sembrerebbe includere un meccanismo di calcolo basato sul 33% del calo di fatturato sul 2019, calcolato su gennaio e febbraio», unici due mesi senza Covid. «Proponiamo invece di ragionare sulla flessione dei ricavi», specifica Schiavon, «nell'intero periodo pandemico, ovvero da marzo 2020 al febbraio scorso». Da eliminare, inoltre, secondo la Federazione nazionale, anche il tetto di 5 milioni di euro di fatturato per accedere al Decreto sostegni, che esclude le imprese alberghiere di dimensioni medie e grandi. «Oltre a ciò, riteniamo che il limite massimo di ristori, pari a 150mila euro, debba essere applicato a ogni singola struttura alberghiera e non all'impresa che può essere a capo di diverse attività ricettive», aggiunge Schiavon. **VaZa.**

TURISMO. L'Osservatorio creato da Regione e Unioncamere rileva cali di 7,6 milioni di giornate

## Garda, la promozione del lago con agenzia e strumenti nuovi

Alla Pomilio Blumm affidata la prossima campagna: il post-pandemia

Pomilio Blumm, player internazionale nel mercato della comunicazione per gli enti pubblici e l'agenzia che si è aggiudicata la gara europea, promossa a dicembre dalla Camera di commercio di Verona, coordinatrice della Dmo (destination management organization) del Garda (che raggruppa 21 Comuni e altri soggetti istituzionali, ndr), dal valore di 700mila euro. Si occuperà della promozione turistica dell'area da subito a marzo 2022. «Grazie a una vasta esperienza al servizio di più di 200 partner istituzionali nel mondo, Pomilio Blumm opera adottando un approccio multidisciplinare che attinge al campo delle neuroscienze, della semiotica e della data science», osserva in una nota il presidente dell'ente, Giuseppe Riello. «A capo di un network indipendente di 103 uffici in Europa e nel mondo, la società conta un team di 7300 persone, con esperti provenienti da 39 Paesi che parlano diverse lingue, comprese l'arabo, il russo e il cinese».

L'annuncio è arrivato ieri, nel corso del webinar che ha presentato agli operatori del Garda l'Osservatorio turistico regionale veneto federato, creato dalla Regione in colla-

borazione con Unioncamere e la carta dell'accoglienza: due nuovi strumenti a disposizione degli operatori del turismo veneto. Collegati oltre cento tra imprenditori e stakeholders del turismo benavente, che stanno cercando di interpretare i segnali del mercato per impostare la prossima campagna. Il lavoro non mancherà. «Solo l'avoro del Lago nel 2020 ha "perso" 7,6 milioni di giornate di presenza (-56,6%). Il calo maggiore si è verificato per

gli stranieri (-63%)», aggiunge Riello.

Con l'Osservatorio del turismo regionale federato (<https://osservatorioturismoveneto.it/>) ogni soggetto è «sia fruitore che fornitore di informazioni e dati», precisa l'assessore regionale al Turismo, Federico Caner, «conoscere per programmare non è solo un lavoro, ma un metodo di lavoro condiviso con chi aderisce al progetto». Una sezione del portale è de-

dicata agli indicatori di reputazione online. «Strumento di conoscenza oggi necessario», precisa.

Dall'analisi semantica dei contenuti online si ricava, ad esempio, che il Garda soddisfa l'88,9% dei visitatori, con apprezzamenti in crescita da parte di connazionali, clientela tedesca, austriaca, spagnola ed olandese. Negli ultimi tre mesi è stato meta soprattutto di coppie (51%) e famiglie (18,7%). **• VaZa.**

## Il nuovo report

Ospiti, crollo a gennaio: -85,9%

L'Osservatorio turistico federato veneto ha pubblicato ieri il nuovo report sugli arrivi e presenze di gennaio, confrontandole con i dati dello stesso mese di un anno fa,

l'ultimo prima della pandemia. I primi 30 giorni 2021, trascorsi con l'intera regione in «rosso», tra Capodanno e l'Epifania e poi in arancione, evidenziano un crollo di ospiti (111 mila arrivi; -85,99%) e di permanenze nelle strutture ricettive regionali (489.229; -76,91%) con una permanenza media di 4,4 giorni, differenziata tra settore alberghiero (2,5 giorni) e altre strutture (10,9). Il turismo domestico è in affanno (-62%), ma quello estero è al lumicino (circa -93%). La scelta dei viaggiatori si è orientata alle città d'arte (72% di arrivi e presenze), con Venezia e Verona in testa in termini di presenze, rispettivamente oltre 77mila e a poco più di 73mila. Il lago a gennaio passa dalla 79mila presenze del 2020 alle 13mila di due mesi fa. «La Camera di Commercio, insieme alle destinazioni Garda e Verona», assicura il vicepresidente, Paolo Tosi, «e ai quattro marchi d'area provinciali (Lessinia, Pianura dei Dogi, Soave Est Venonese, Valpolicella) sta lavorando per creare una organizzazione unica di promozione per il territorio». **VaZa.**

## FINANZA. Dopo Verona, Milano e Benevento Cnf Gruppo Frascino si allarga a Sud con una sede a Bari

Per il nuovo centro operativo sono stati assunti 15 professionisti

Credit Network & Finance, società del Gruppo Frascino specializzata nella gestione di crediti problematici e attiva nel settore dei concessionari alla riscossione, rafforza la sua presenza sul territorio nazionale e apre una nuova sede a Bari. Lo comunica Cnf in una nota in cui informa che per il nuovo centro operativo sta assumendo 15 professionisti. La sede di Bari si affianca a quelle di Verona, Milano e Benevento per servire, sottolinea la nota, un contesto economico ricco e complesso sia imprenditoriale sia di enti pubblici. Cnf, oltre che nella gestione di crediti problematici è specializzata nei servizi a supporto di Comuni ed enti locali, nella riscossione dei tributi e di supporto ai cittadini nelle pratiche burocratiche.



Luigi Frascino

«Cnf è una realtà nazionale nella gestione dei crediti problematici e nella riscossione dei tributi», commenta nella nota Luigi Frascino, Presidente e fondatore di Cnf, «e l'apertura della sede di Bari è frutto della volontà di investire e rafforzare la presenza nel Sud Italia. Stiamo assumendo e metteremo risorse pro-

fessionali specializzate a disposizione di un tessuto economico importante», precisa Frascino «e sempre alla ricerca, nel settore della riscossione dei tributi, di professionalità, efficienza e capacità di dialogo con la cittadinanza». Cnf, nata nel 2007, Credit è il più grande Special Servicer indipendente sul mercato italiano in termini di Ebitda, specializzato nel recupero e nella gestione di crediti problematici in Italia. La società, con uno staff di più di 180 professionisti, è parte del Gruppo Frascino, realtà che offre servizi finanziari in molteplici settori di business con Aum, Asset under management per 3,4 miliardi. Dal 2017, il Gruppo ha licenza di concessionario alla riscossione dei tributi in Italia. **•**