

Report di Destinazione OGD «Verona»

*A cura dell'Osservatorio del Turismo Regionale Federato
in collaborazione con
Destination Verona & Garda Foundation*

aprile 2024



www.veneto.eu



OTRF OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO

OGD "Verona"

Si offre un approfondimento sullo **stato di performance dell'OGD "Verona"** attraverso sia dati accessibili sulla piattaforma dell'Osservatorio del Turismo Regionale Federato sia alcuni concessi in esclusiva attraverso una lettura personalizzata.

L'obiettivo è la sensibilizzazione ed il coinvolgimento delle destinazioni venete alla cultura del dato, essenziale per la progettazione e messa in atto di politiche e strategie di governance.



Highlights

- Nel **2023** nel sistema turistico locale “ **Verona**” è evidente la ripresa dei flussi turistici, con un aumento degli arrivi (+6%) rispetto al 2019 e un recupero quasi completo delle presenze (-1,5%).
- La **stagionalità non è accentuata**, sebbene il picco di turisti si registra in estate, le presenze si distribuiscono durante tutto l’arco dell’anno.
- **Vinitaly 2024** raggiunge **quasi il 96% di occupazione** nelle strutture alberghiere , in linea con l’edizione 2023, con un ricavo medio giornaliero di 266,10€. Mentre nelle **strutture extralberghiere** l’**85%** con un ricavo medio giornaliero di 254,55€.
- **Pentecoste 2024**, alla data del 19 Aprile, registra il **51,1%** di **occupazione** nelle **strutture ricettive** (per le notti 17 e 18 maggio) con un +3,3% rispetto alla stessa data di osservazione 2023, mentre il Ricavo Medio camera in BB pari a 132,4€ è in leggero calo(-5,2€).
Nel comparto **extralberghiero**, l’**occupazione** prevista (alla data 19 aprile) è circa il **40%**(per le notti 17-18 maggio) con una tariffa media giornaliera di circa 202€.

Highlights

- Nei primi 3 mesi dell'anno il **B&B** è stato **scelto dall'81,1% dei turisti** che hanno alloggiato negli **alberghi**. Il ricavo medio generato da una camera a Verona è di 112,8€ risultando più elevato rispetto al ricavo medio nelle altre città d'arte venete che è pari a 107,3€.
- Nel **52,4%** dei casi di **prenotazione negli alberghi a Verona**, si preferiscono i **canali di vendita diretti** (offline e sito web), una percentuale superiore rispetto alle altre città d'arte, dove si attesta mediamente al 49,2%. Al tempo stesso, nella città di Verona, si rileva un **minor utilizzo delle OTA** (online travel agencies) stimato al **20%**, contro il **29,8%** complessivo delle **città d'arte venete**.
- I visitatori del **portale di destinazione** sono prevalentemente italiani, con **Lombardia e Veneto** come regioni più rappresentate, mentre gli utenti stranieri provengono principalmente da **Irlanda, Regno Unito e Stati Uniti**. La ricerca avviene in modo organico, concentrandosi sugli **eventi offerti dalla destinazione**.
- Negli ultimi 10 anni l'acquisto e l'utilizzo della **Veronacard** ha avuto un **notevole incremento**, e nel 2023 si è ottenuto un aumento anche rispetto agli anni precedenti al Covid.

INDICE

1. Flussi turistici STL Verona
2. Sentiment e reputazione online
3. Hospitality Data Intelligence: strutture ricettive alberghiere
4. Hospitality Data Intelligence: strutture ricettive extralberghiere
5. Il portale di destinazione www.visitverona.it
6. Verona Card

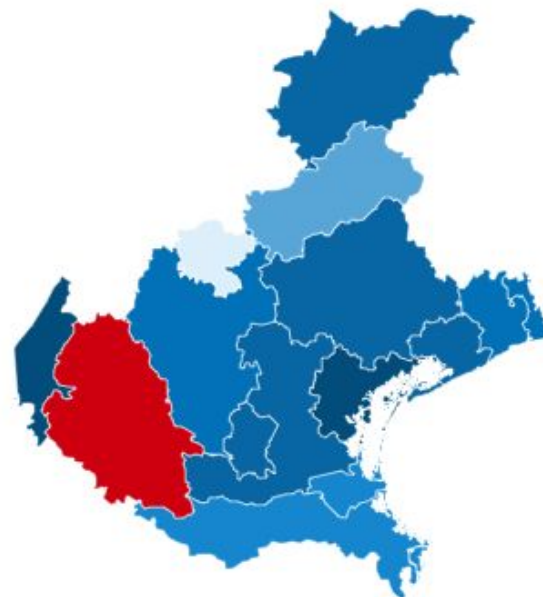
1.

FLUSSI TURISTICI STL VERONA

ARRIVI 2023

Anno 2023	STL Verona
Arrivi totali	2.236.537
Arrivi alberghi	1.330.932
Arrivi extra-alberghi	905.605

Regione Veneto - Elaborazioni a cura OTRF
su dati provvisori Sistar raccolti per Istat
<https://osservatorioturismoveneto.it/>

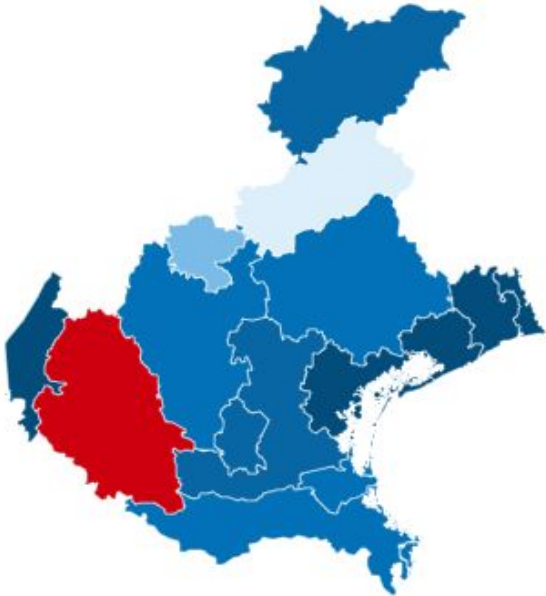


Estrazioni da [OTRF-Indicatori Arrivi e Presenze](#)

PRESENZE 2023

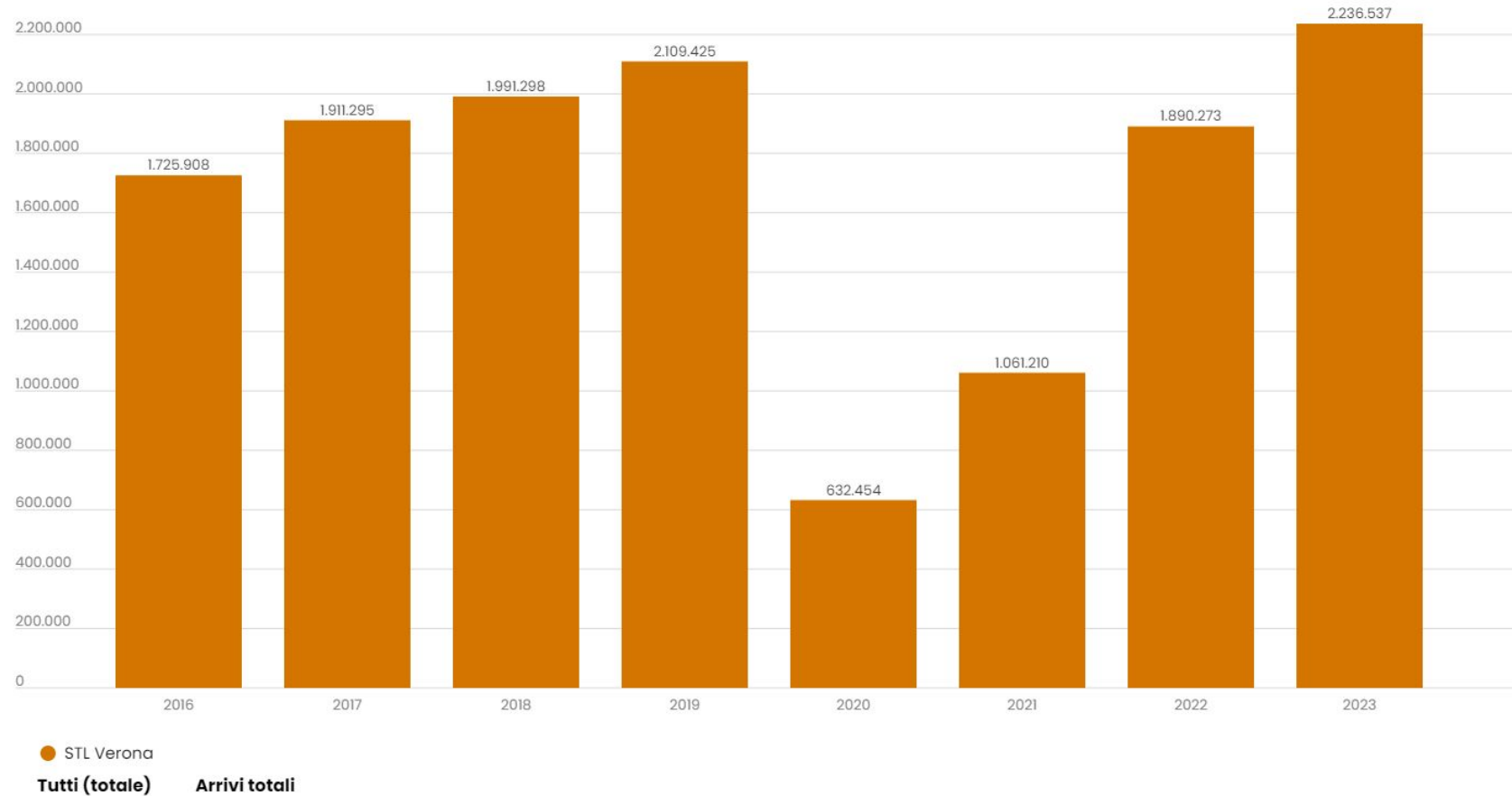
Anno 2023	STL Verona
Presenze totali	4.466.582
Presenze alberghi	2.376.486
Presenze extra-alberghi	2.090.096

Regione Veneto - Elaborazioni a cura OTRF
su dati provvisori SISTAR raccolti per Istat
<https://osservatorioturismoveneto.it/>



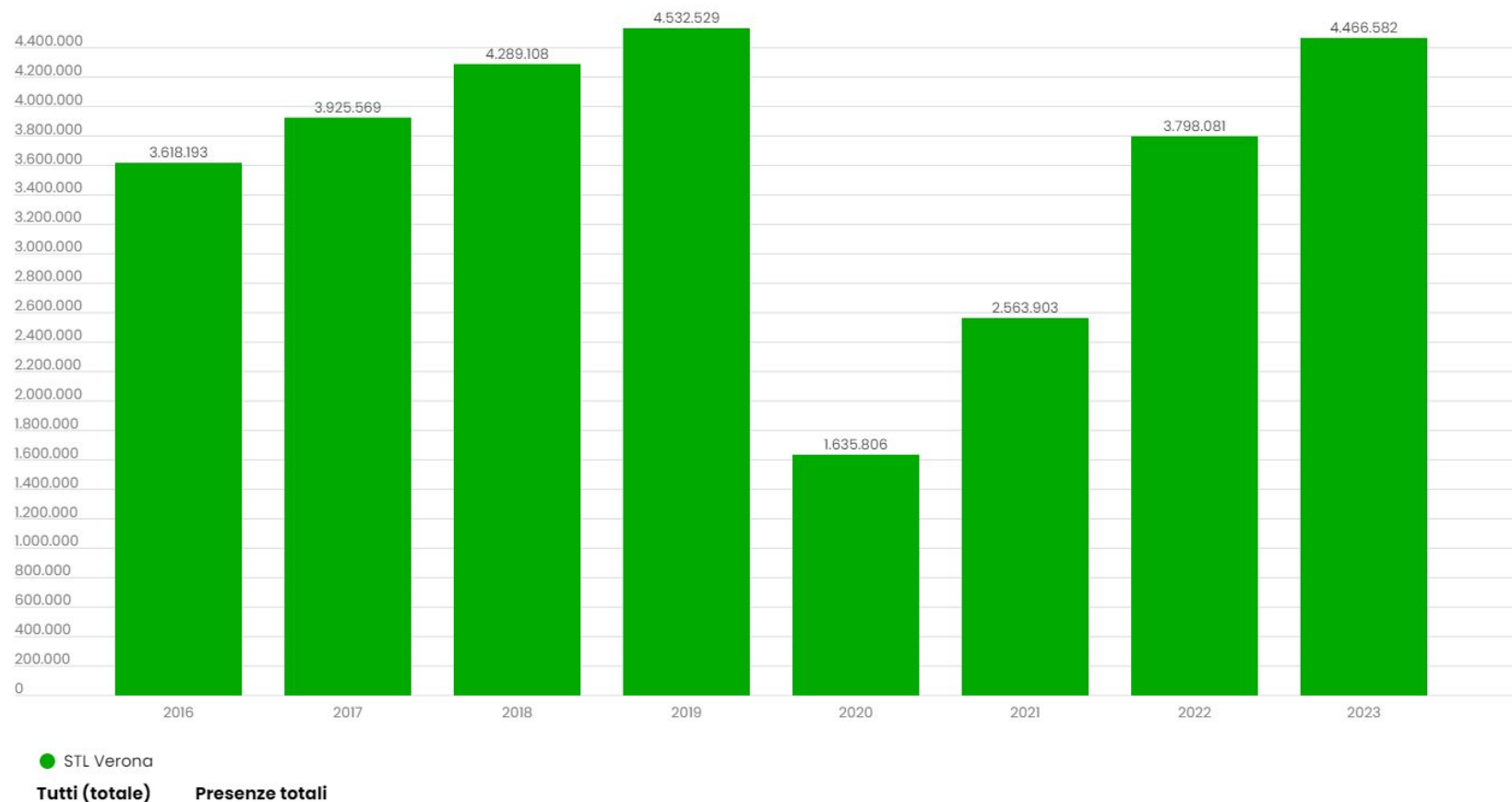
Estrazioni da [OTRF-Indicatori Arrivi e Presenze](#)

ARRIVI 2016-2023



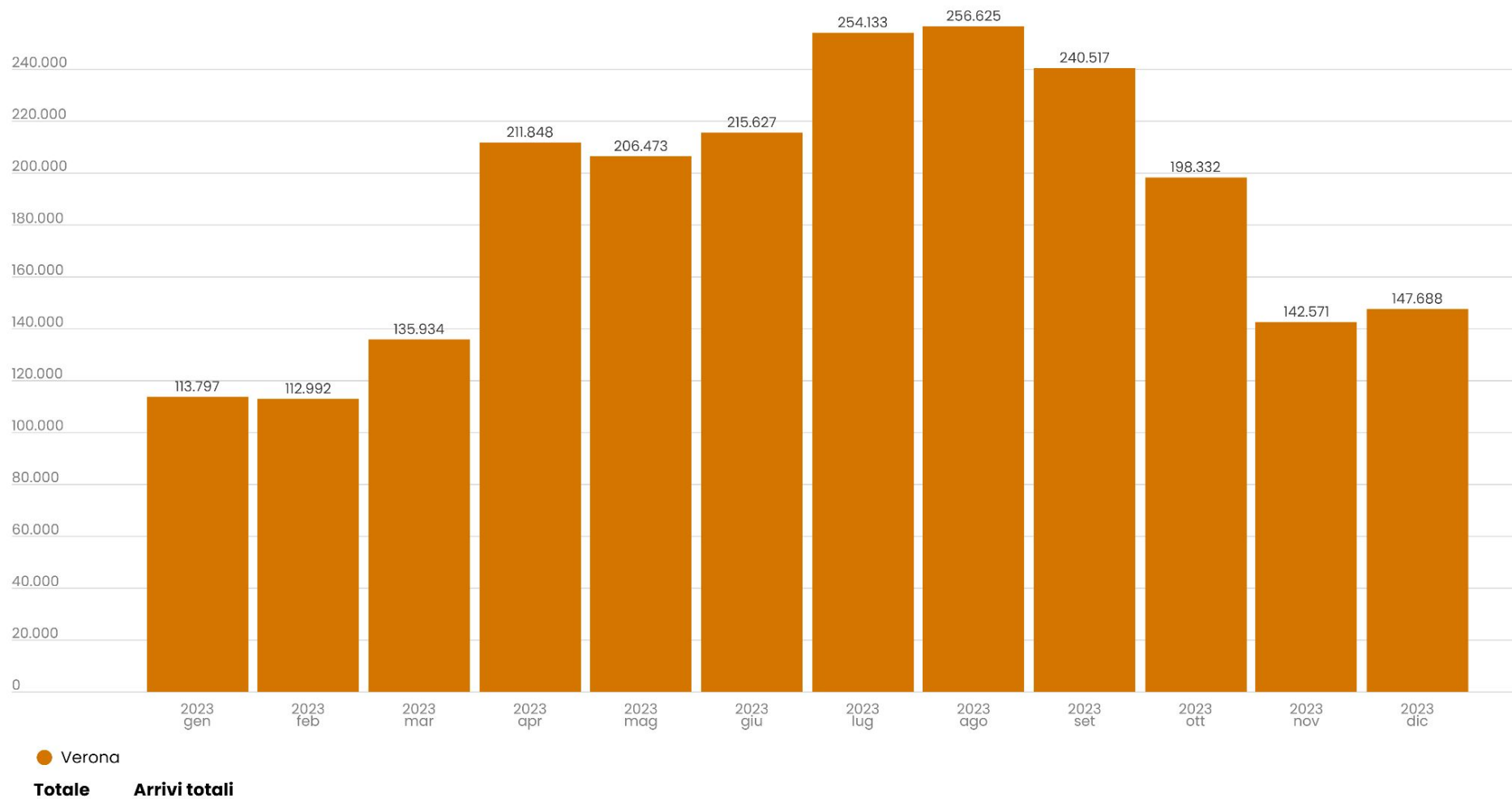
Estrazioni da [OTRF-Indicatori Arrivi e Presenze](#)

PRESENZE 2016-2023



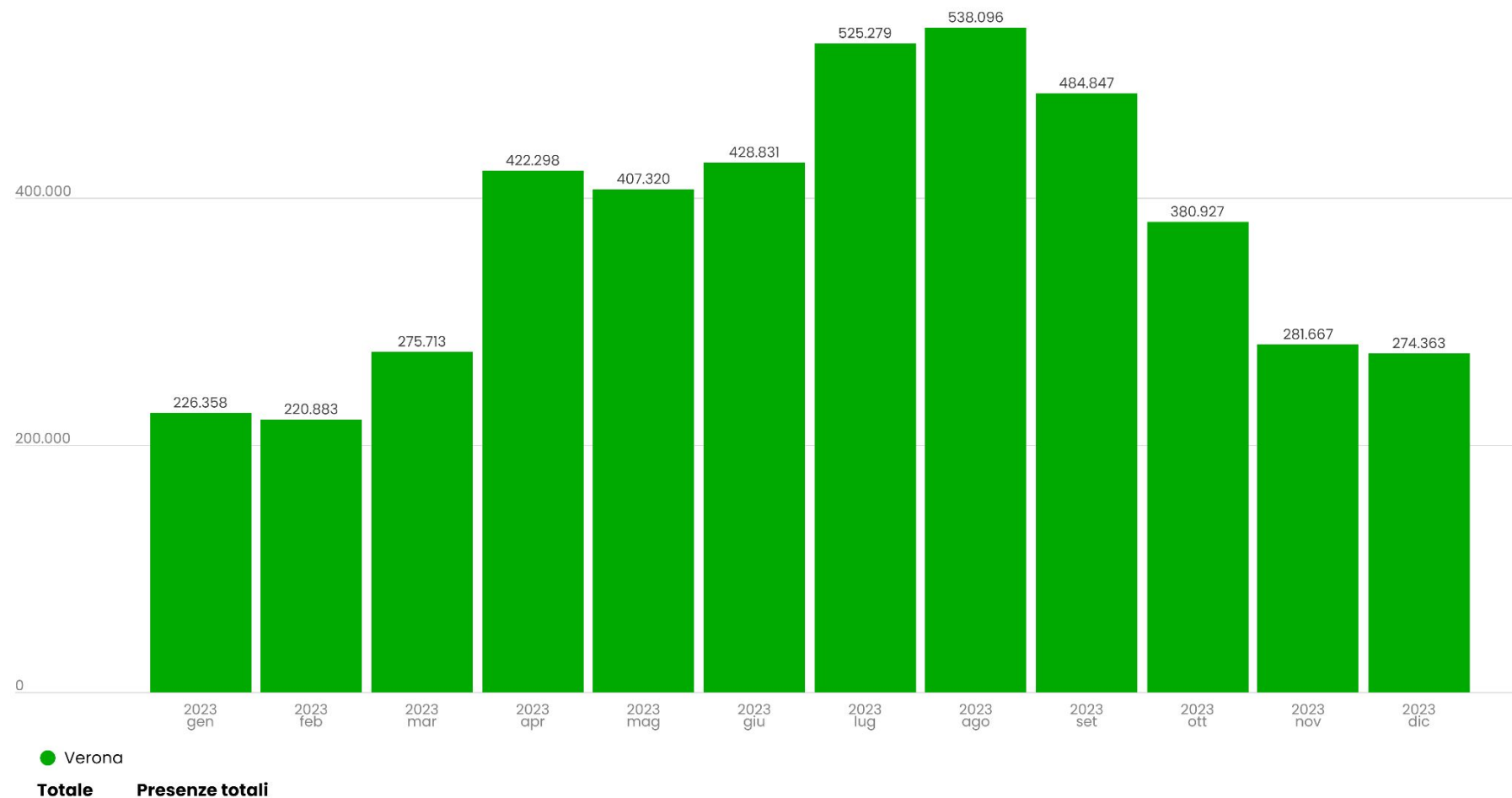
Estrazioni da [OTRF-Indicatori Arrivi e Presenze](#)

ANDAMENTO ARRIVI PER MESE 2023



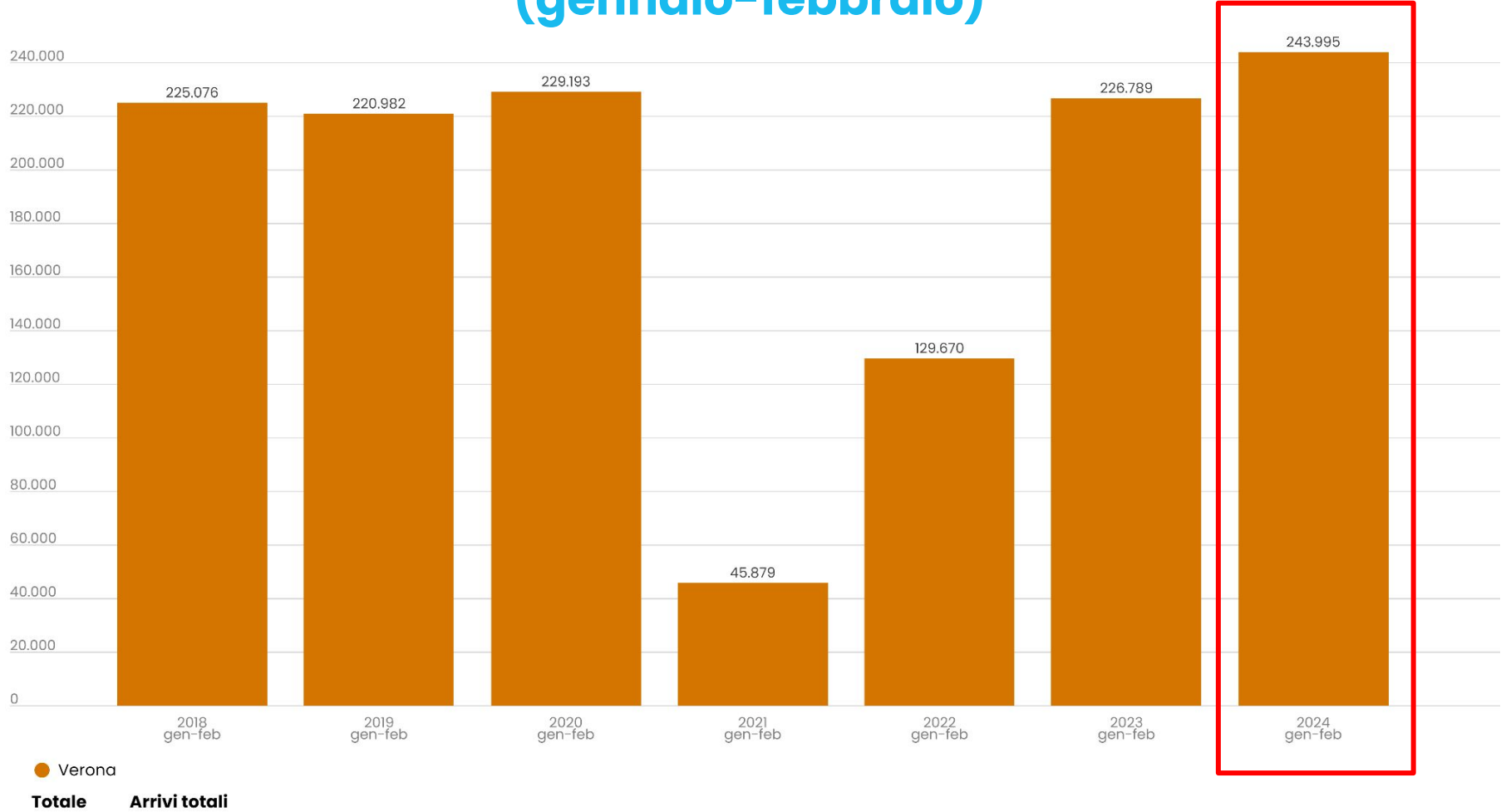
Estrazioni da [OTRF-Indicatori Arrivi e Presenze](#)

ANDAMENTO PRESENZE PER MESE 2023



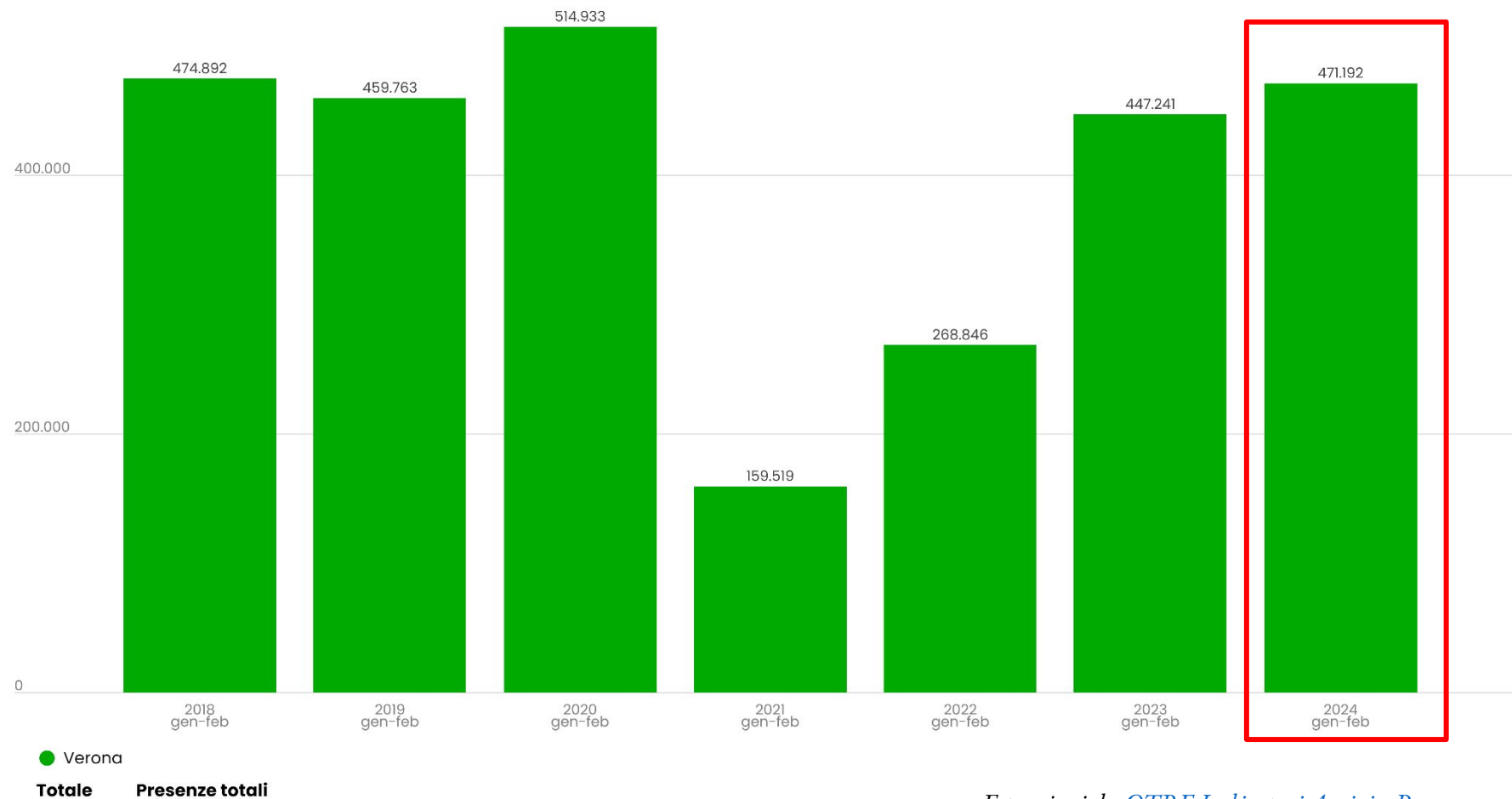
Estrazioni da [OTRF-Indicatori Arrivi e Presenze](#)

CONFRONTO ARRIVI PER MESE 2024 VS ANNI PRECEDENTI (gennaio-febbraio)



Estrazioni da [OTRF-Indicatori Arrivi e Presenze](#)

CONFRONTO PRESENZE PER MESE 2024 vs ANNI PRECEDENTI (gennaio-febbraio)



Estrazioni da [OTRF-Indicatori Arrivi e Presenze](#)

2.

SENTIMENT E REPUTAZIONE ONLINE

OGD Verona

SENTIMENT COMPLESSIVO OGD VERONA



Locali e ristoranti

Sentiment

88,0/100

+1,0 rispetto all'anno precedente

Contenuti
34.794

Ricettività

Sentiment

87,0/100

+0,3 rispetto all'anno precedente

Contenuti
28.288

Attrazioni

Sentiment

91,7/100

-0,0 rispetto all'anno precedente

Contenuti
8.015

Nell'ambito di destinazione Verona, il **sentiment medio** degli ultimi tre mesi (15 gennaio - 15 aprile 2024) è molto positivo, pari a **87,9/100**

Il comparto "**Attrazioni**" presenta il sentiment più elevato, pari a **91,7/100**, seguito da "**Ristorazione**" (88/100) e "**Ricettività**" (87/100) entrambi in lieve aumento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

*Il **sentiment** consente di comprendere il grado di soddisfazione espresso online dalle persone sulla destinazione come 'paniere' di beni e servizi.*

Estrazioni da [OTRF](#)

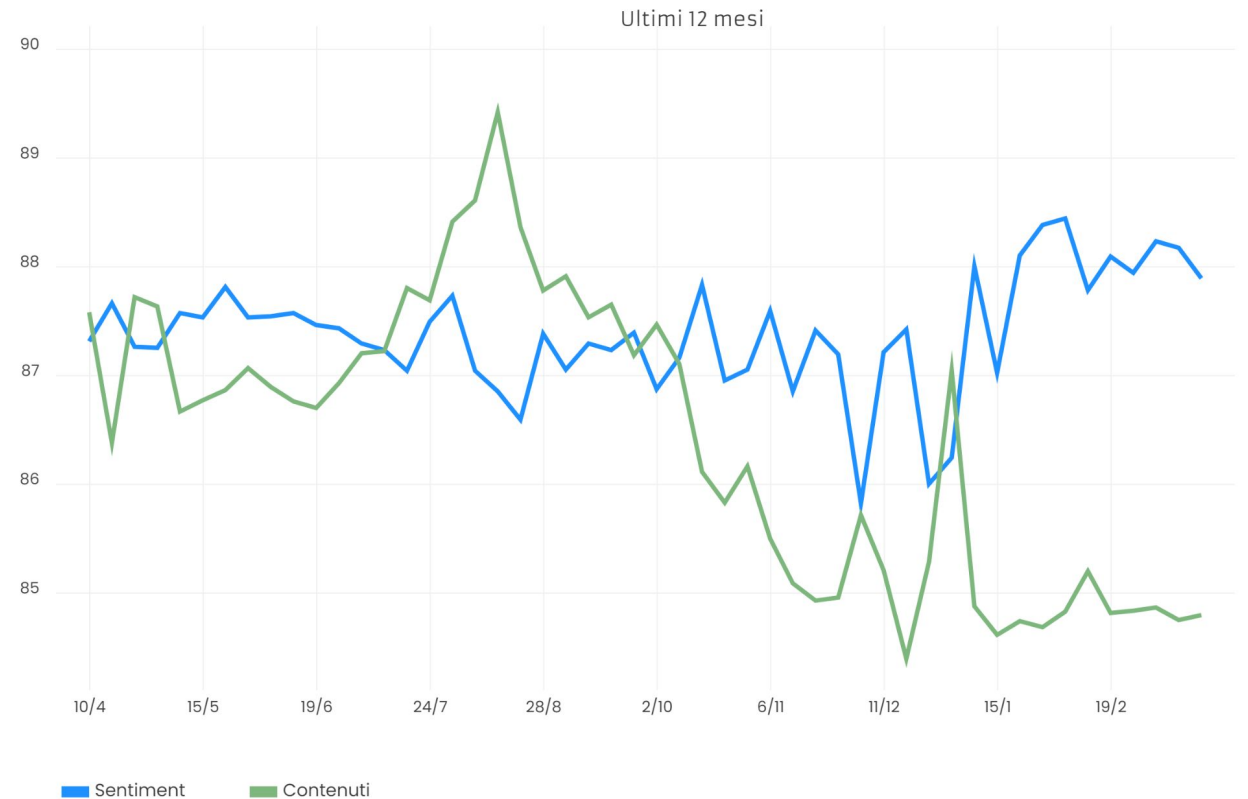


CORRELAZIONE CONTENUTI E SENTIMENT

Il grafico mette in luce la **correlazione tra volume di contenuti e sentiment**. Il sentiment medio, nella destinazione Verona, tende a diminuire nel momento in cui la destinazione è soggetta a una maggiore **pressione turistica**.

Infatti in corrispondenza di festività o eventi assistiamo ad un aumento esponenziale dei contenuti a cui corrisponde una diminuzione del sentiment.

Diversamente, nei mesi di bassa stagione, quali **febbraio** e **marzo**, vi è una diminuzione dei contenuti e un incremento della reputazione online.



Andamento - Verona
Ultimi 12 mesi

Estrazioni da [OTRF](#)

THE
DATA
APPEAL
COMPANY
ALMAWAVE GROUP

PROVENIENZA DEI VISITATORI

(ultimi tre mesi vs stesso periodo dell'anno precedente)

Nel periodo **15 gennaio - 15 aprile 2024**, i contenuti del **mercato domestico** rappresentano il 51,2%
I turisti internazionali che si recano nell'ambito OGD Verona provengono principalmente da **Germania, Spagna, Regno Unito e Svizzera.**

Sia il mercato domestico che quello straniero vedono un livello del sentiment invariato rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, ad eccezione del Regno Unito che si attesta in aumento.

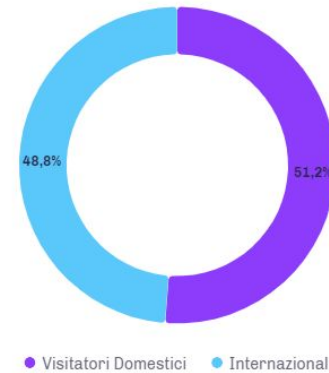
Estrazione da *Data Appeal Studio*

PERIODO
15/01/24 - 15/04/24

AREE
Verona

PROVENIENZA VIAGGIATORI

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto alla provenienza dei viaggiatori.



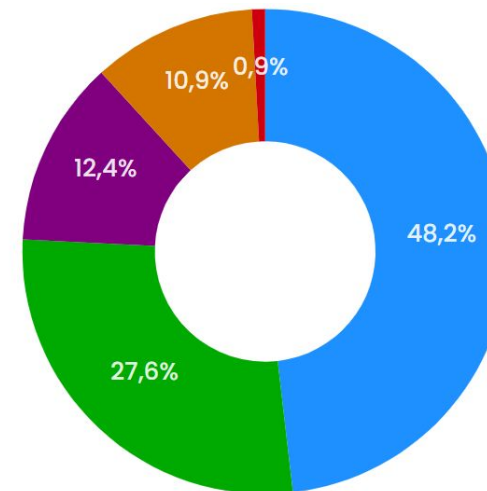
	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	51,2%	86,1/100
Germania	6,5%	85,8/100
Spagna	4,0%	86,1/100
Regno Unito	4,0%	89,3/100
Svizzera	3,0%	85,3/100

TIPOLOGIA VIAGGIATORE

(ultimi tre mesi vs stesso periodo dell'anno precedente)

Le **coppie** sono la tipologia di viaggiatore più presente nell'ambito di destinazione OGD Verona nel periodo 15 gennaio - 15 aprile 2024. Seguono le **famiglie**, il viaggiatore **singolo** e **amici/gruppo**.

Tra tutti, **coppie** e **famiglie** presentano un livello di **soddisfazione più elevato** e nel complesso il sentiment si attesta in aumento per tutte le tipologie, ad eccezione di amici/gruppo.



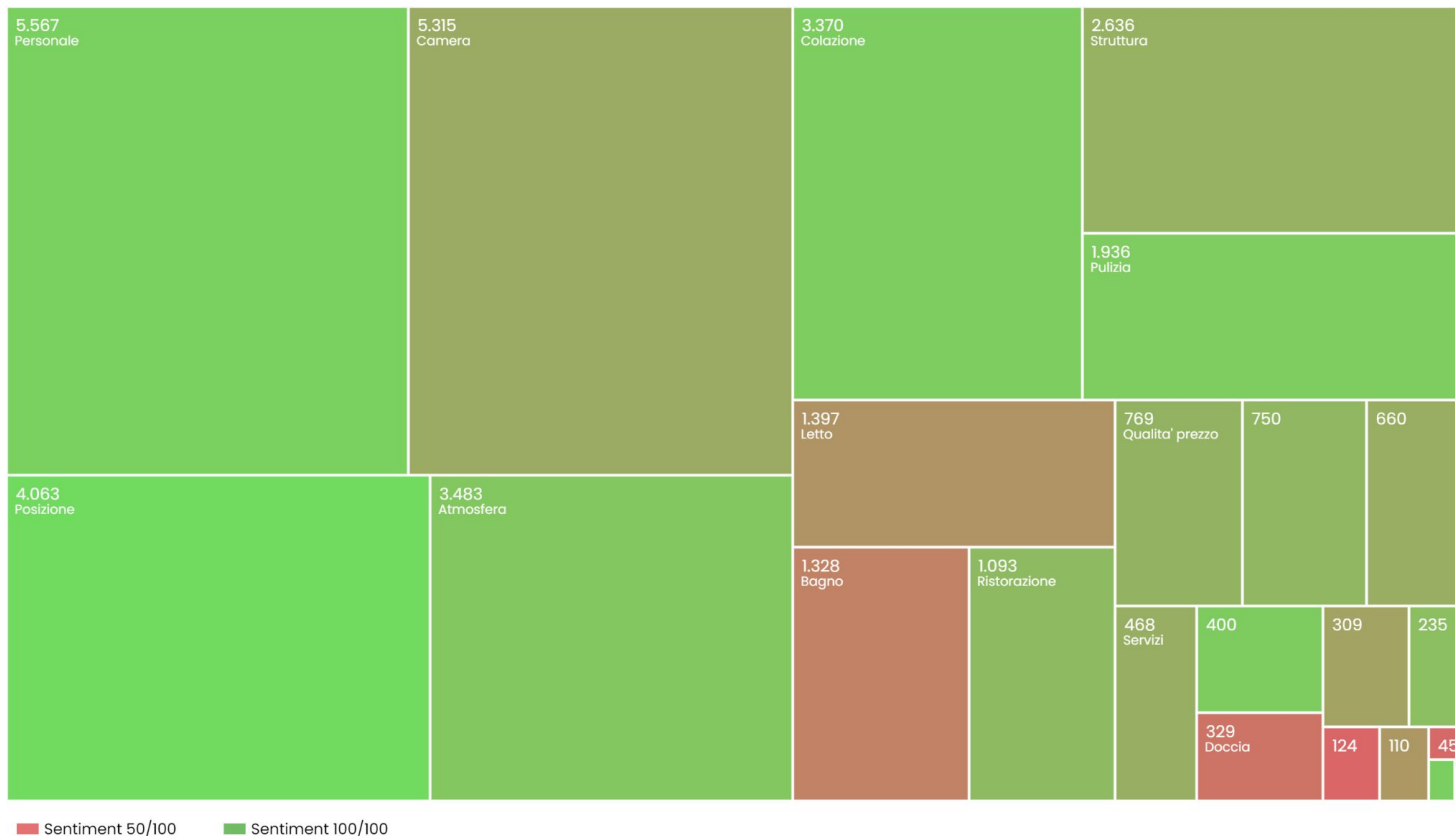
Tipologia	% sul totale	Sentiment
Coppie	48,2% ▼	87,3/100 ▲
Famiglie	27,6% ▲	87,4/100 ▲
Amici/Gruppo	12,4% ▲	86,9/100 ▼
Singolo	10,9% ▼	86,2/100 ▲
Viaggio di lavoro	0,9% ▲	83,5/100 ▼

RICETTIVITÀ

argomenti più discussi negli ultimi 3 mesi

I turisti che soggiornano nelle **strutture ricettive** nell'ambito OGD Verona:

- sono ampiamente soddisfatti della **posizione** in cui si trovano le strutture e le connessioni con il **trasporto pubblico**, della professionalità e cortesia del **personale** e della pulizia
- apprezzano molto la **colazione** offerta, sia per la qualità che per la varietà dei prodotti
- ritengono le camere idonee, anche se in alcune occasioni trovano delle criticità per quanto riguarda il **materasso, bagno/doccia e infissi**



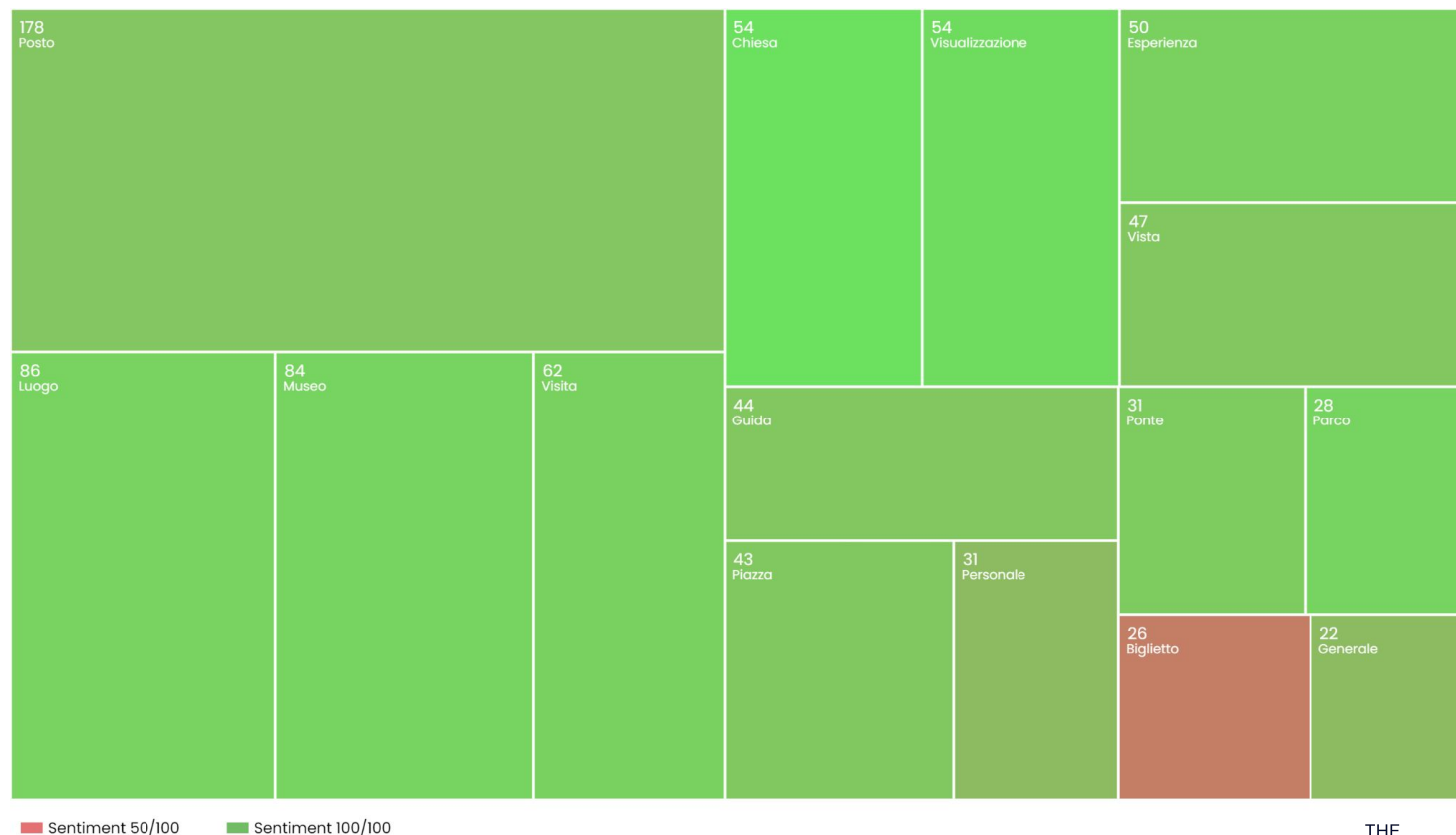
Tipologie di visitatori - Verona - Ricettività

ATTRATTORI

argomenti più discussi negli ultimi 3 mesi

Le “**Attrazioni**”, come visto in precedenza, sono il comparto più gradito dai turisti, grazie anche alla qualità dell’offerta storico-artistico, culturale e naturalistica della destinazione Verona:

- tutto risulta ampiamente soddisfacente per i turisti: musei, visite guidate, esperienze, piazze...
- i **luoghi più visitati** risultano l’Arena di Verona, Casa di Giulietta, Piazza delle Erbe, Museo e Ponte di Castelvecchio.
- unico punto in cui non tutti si trovano d’accordo è la voce “**biglietto d’ingresso**”



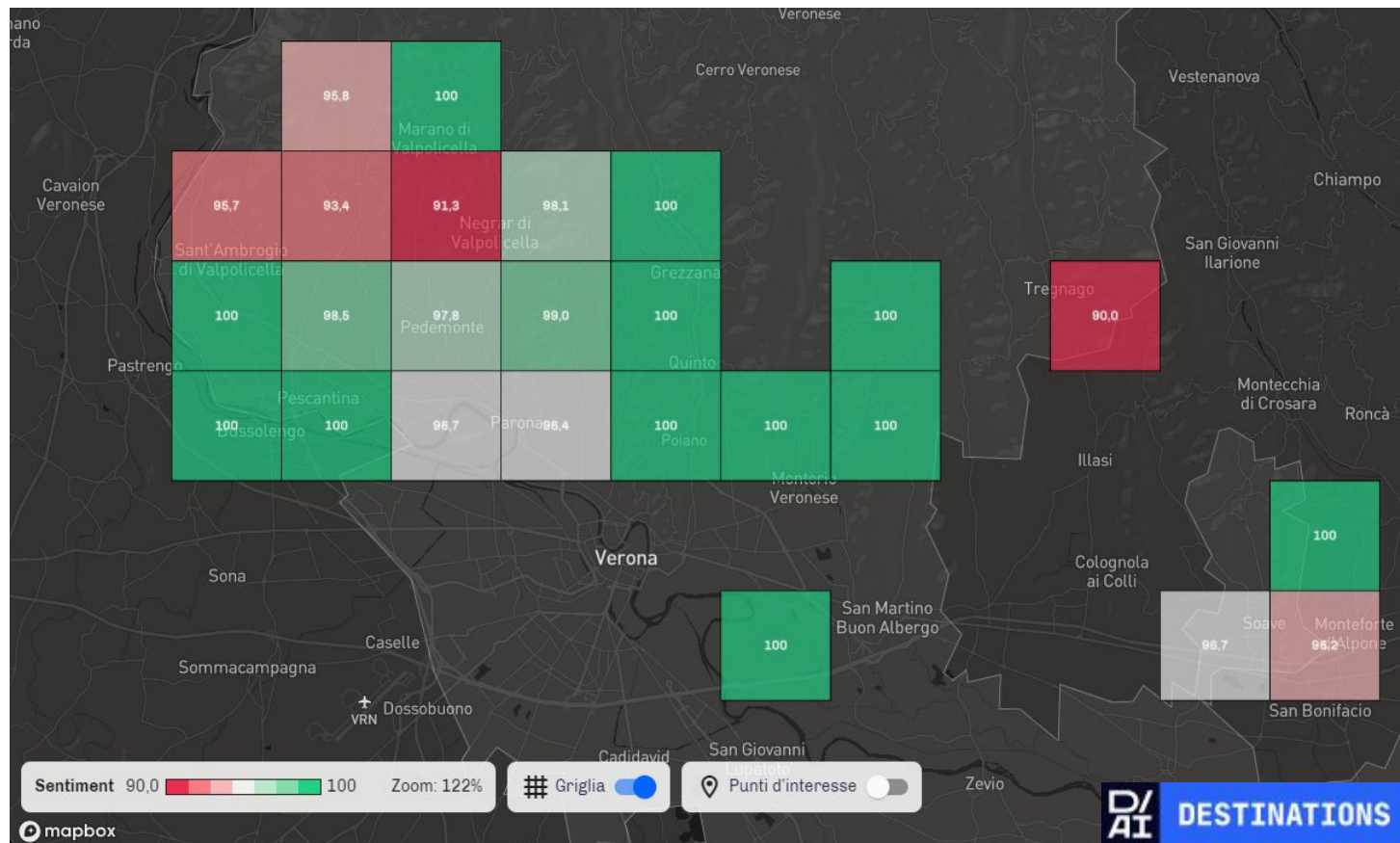
Tipologie di visitatori - Verona - Attrazioni

FOCUS AZIENDE VITIVINICOLE

argomenti più discussi negli ultimi 3 mesi

Nelle terre di **Valpolicella, Lessinia e Soave**, il comparto **vitivinicolo** gode di un ampio apprezzamento, come testimonia un sentiment di **96,2/100** nel periodo compreso tra il 15 gennaio e il 15 aprile 2024.

Oltre al vino, che rimane il punto focale, i turisti si dichiarano estremamente soddisfatti dell'**esperienza di visita e degustazione nelle cantine locali**. L'attenzione al dettaglio e il **livello di professionalità del personale** delle cantine emergono come elementi chiave che contribuiscono alla soddisfazione complessiva dei visitatori.



fonte grafico e dati : [The Data Appeal Company](https://www.the-data-appeal.com/)

3.

HOSPITALITY DATA INTELLIGENCE

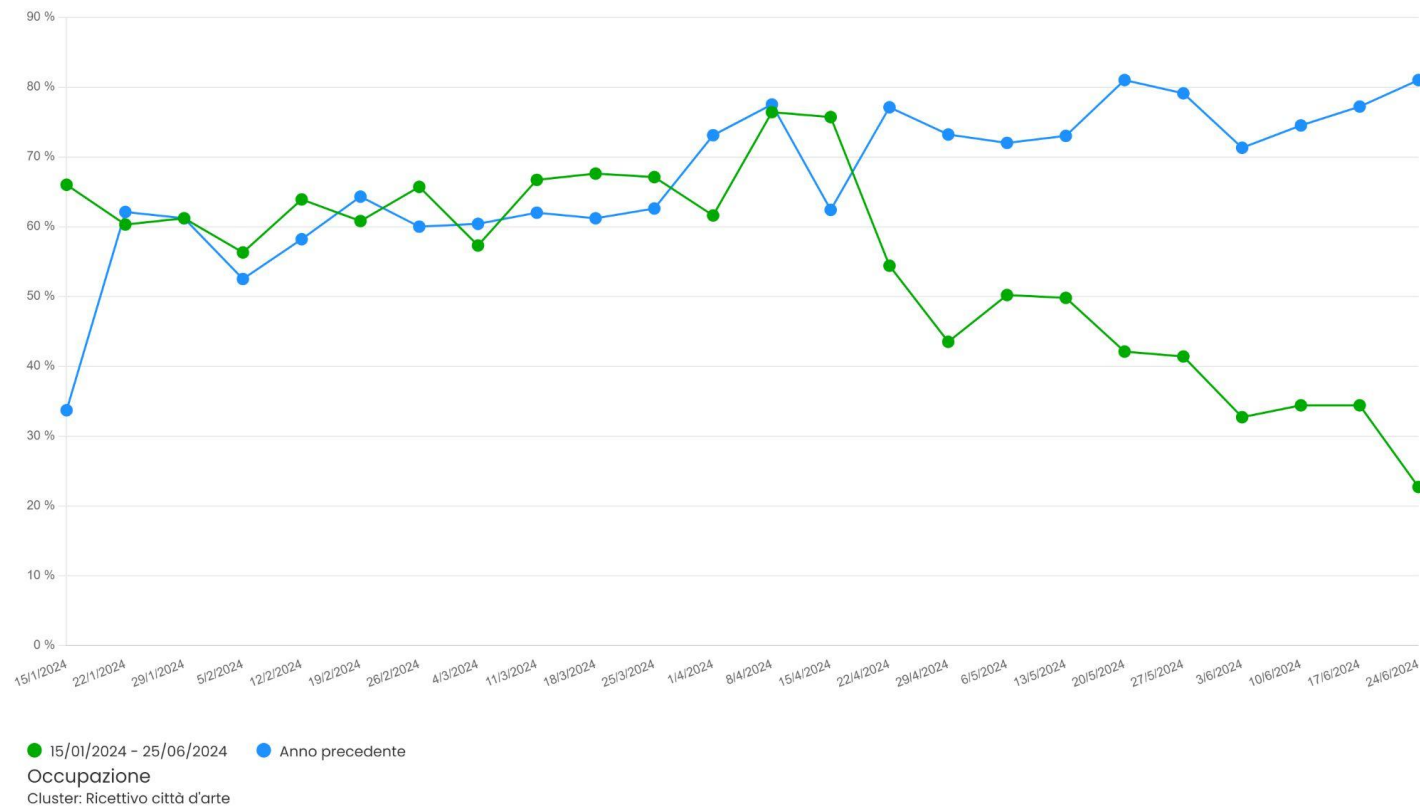
strutture ricettive alberghiere

CLUSTER CITTA' D'ARTE

Tasso di occupazione confronto 2024 vs 2023

Nel cluster "Ricettività Città d'Arte" del Veneto il tasso di occupazione medio per il periodo **15 gennaio - 15 aprile 2024** è pari a **63,8%** (+ 1,5 pp rispetto al 2023). Le **previsioni per Pentecoste 2024** rilevano, al 19 aprile, un tasso di occupazione di circa il **53,4% nelle Città d'Arte** (+0,3 % rispetto allo stesso periodo di osservazione nel 2023)

Tasso di occupazione: Indica la percentuale di camere vendute sul totale delle camere disponibili. L'occupazione è calcolata considerando solo gli hotel aperti nel periodo.



Fonte: Federalberghi Veneto e FAITA Veneto, Camera di Commercio Industria, Agricoltura e Artigianato di Padova, Padova Convention and Visitors

Bureau - Elaborazioni a cura di OTRF su dati  HBenchmark
Hospitality Data Intelligence

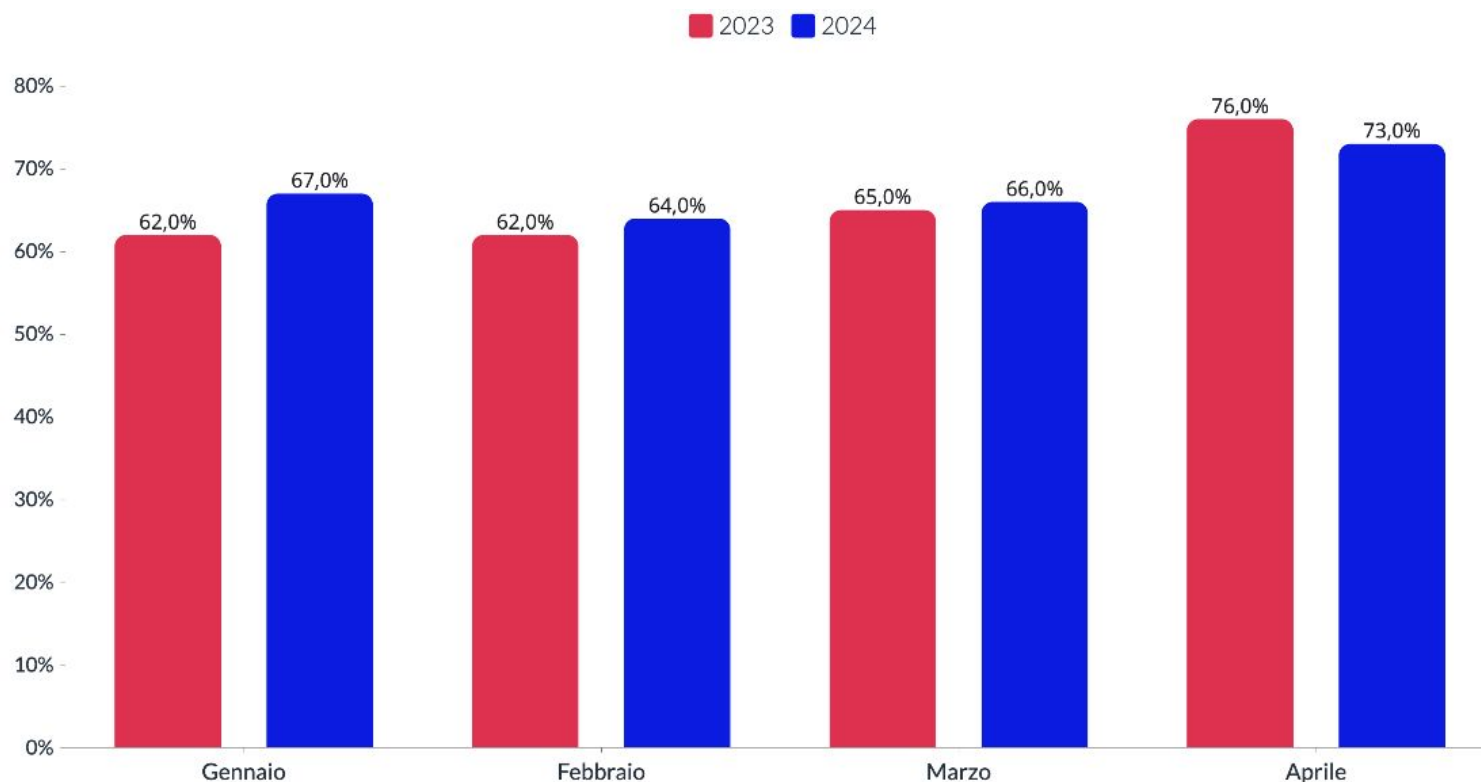
VERONA

Tasso di Occupazione confronto 2024 vs 2023

Nel periodo **15 gennaio - 15 aprile 2024** il tasso di occupazione medio nella **città di Verona** è stato del **66,8%** (+1,3 pp rispetto al 2023), maggiore rispetto alle altre città d'arte.

Rispetto al 2023, si nota un aumento nei primi tre mesi dell'anno 2024, mentre nei primi quindici giorni di aprile si registra un leggero rallentamento, probabilmente dovuto al fatto che nel 2023, a differenza dell'anno in corso, sia Pasqua che Vinitaly cadevano nei primi 15 giorni del mese.

Rilevanti sono le date legate alle **fiere** che hanno registrato nel complesso un **85% di occupazione medio con picchi fino al 97% l'MBE.**

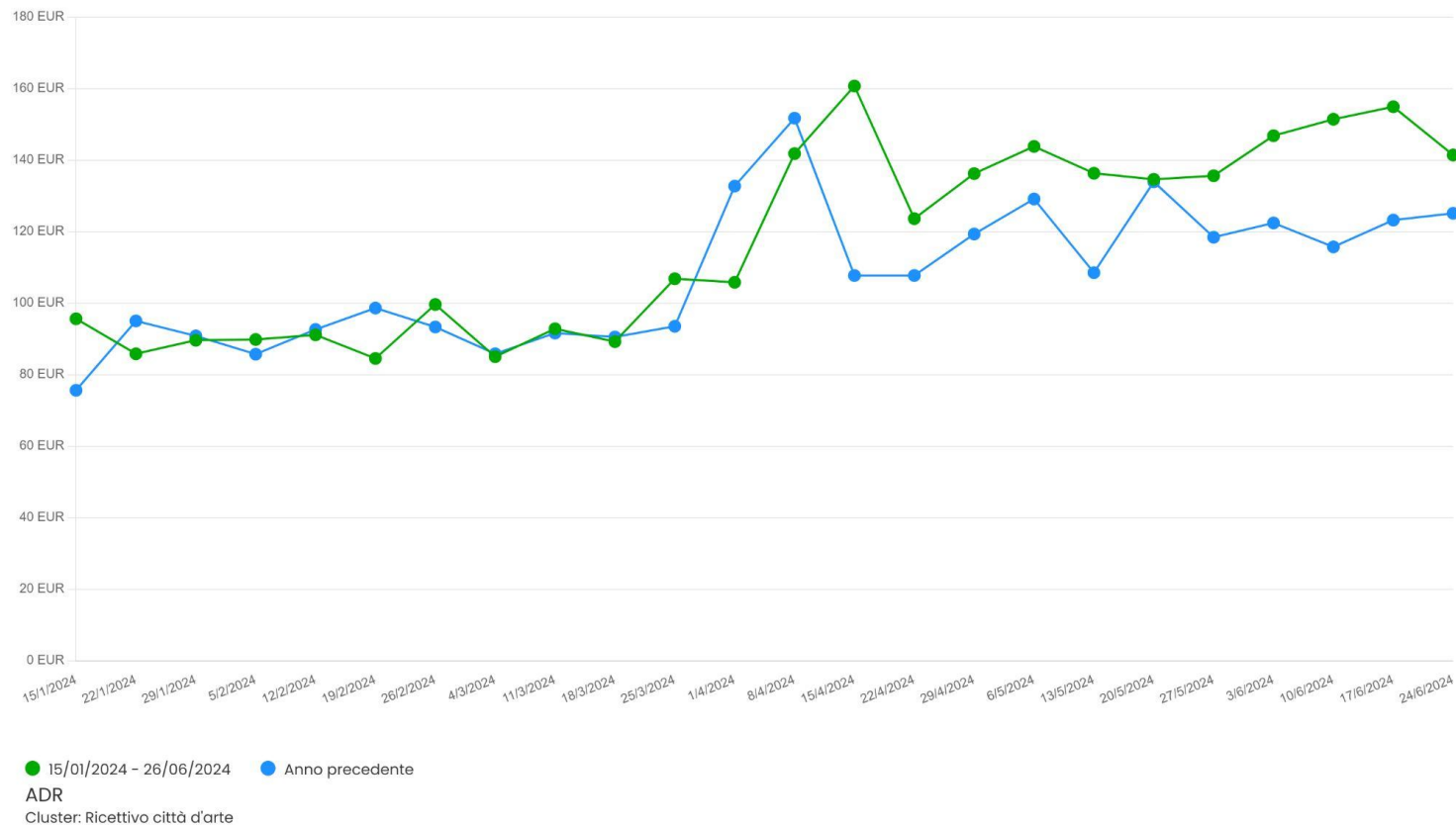


CLUSTER CITTA' D'ARTE

Prezzo medio di vendita di una camera

Nel periodo **15 gennaio - 15 aprile 2024** il **prezzo medio di vendita di una camera (ADR)** si attesta a **99,20€** per il cluster **"Città d'Arte"** leggermente inferiore rispetto allo stesso periodo del 2023 in cui si attestava a **102,40€**.

ADR (Average Daily Rate): indica il prezzo medio di vendita di una camera. Viene calcolato dividendo il ricavo camere per le camere vendute. Il ricavo camere è il valore di vendita della sola camera, escludendo il valore del trattamento, degli extra, e l'IVA.



Fonte: Federalberghi Veneto e FAITA Veneto, Camera di Commercio Industria, Agricoltura e Artigianato di Padova, Padova Convention and Visitors

Bureau - Elaborazioni a cura di OTRF su dati  HBenchmark
Hospitality Data Intelligence

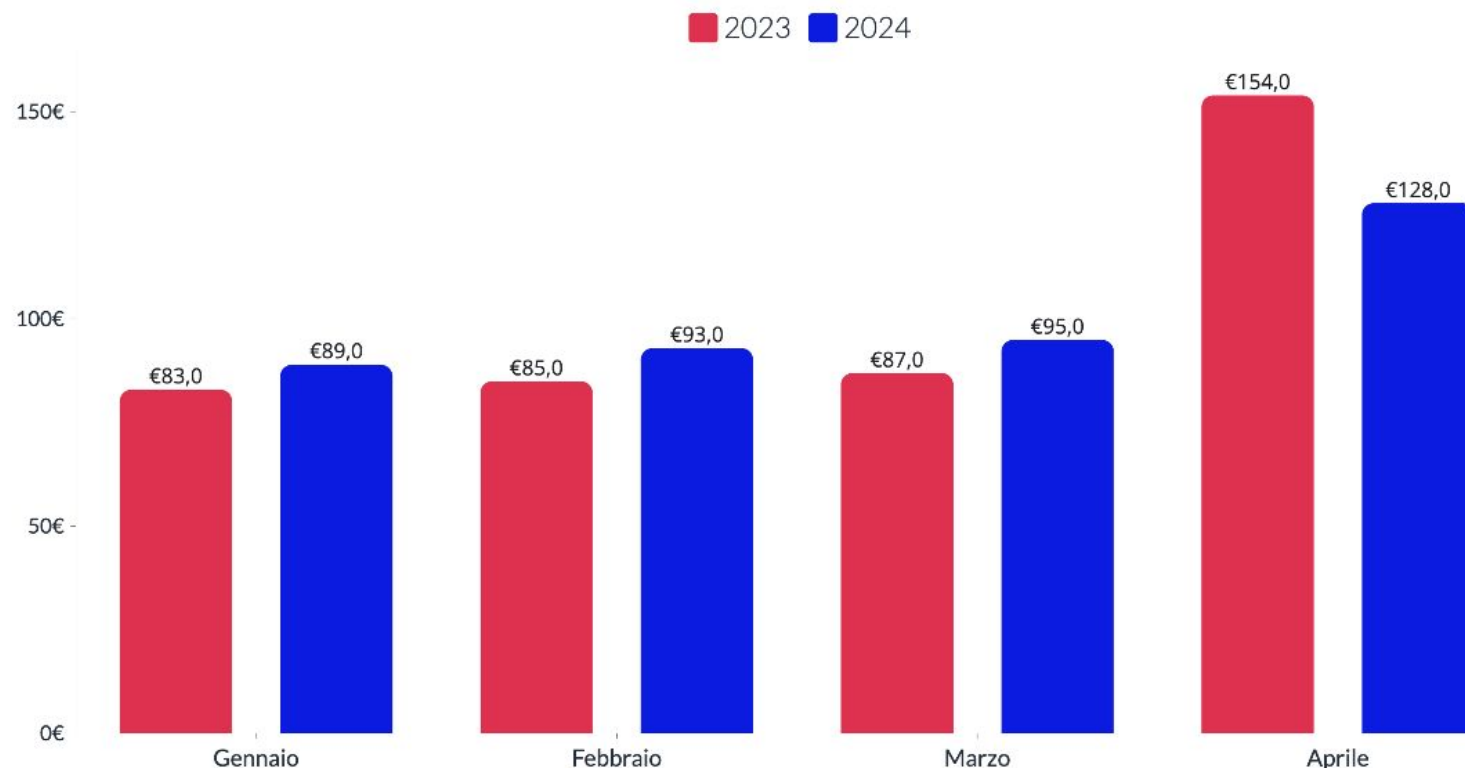
VERONA

Prezzo medio di vendita di una camera

Nel periodo **15 gennaio - 15 aprile 2024** il **prezzo medio di vendita per camera a Verona** è stato pari a **99,2€** (-0,6 € rispetto al 2023). L'aumento è stato costante nel periodo di analisi, mentre in calo ad aprile per i fattori citati anche in precedenza (Pasqua 2023 e Vinitaly 2023 cadevano in date diverse).

Di particolare interesse sono le date legate alle **fiere**: durante **MBE** l'ADR è stata di 121€; durante la **Fiera Agricola** di 98€, durante **Progetto Fuoco** di 120€ e durante **ModelExpo** di 105€.

Pasqua ha registrato un ADR di 134€ nella notte di sabato 30 Marzo 2024 (-5€ rispetto al 2023).

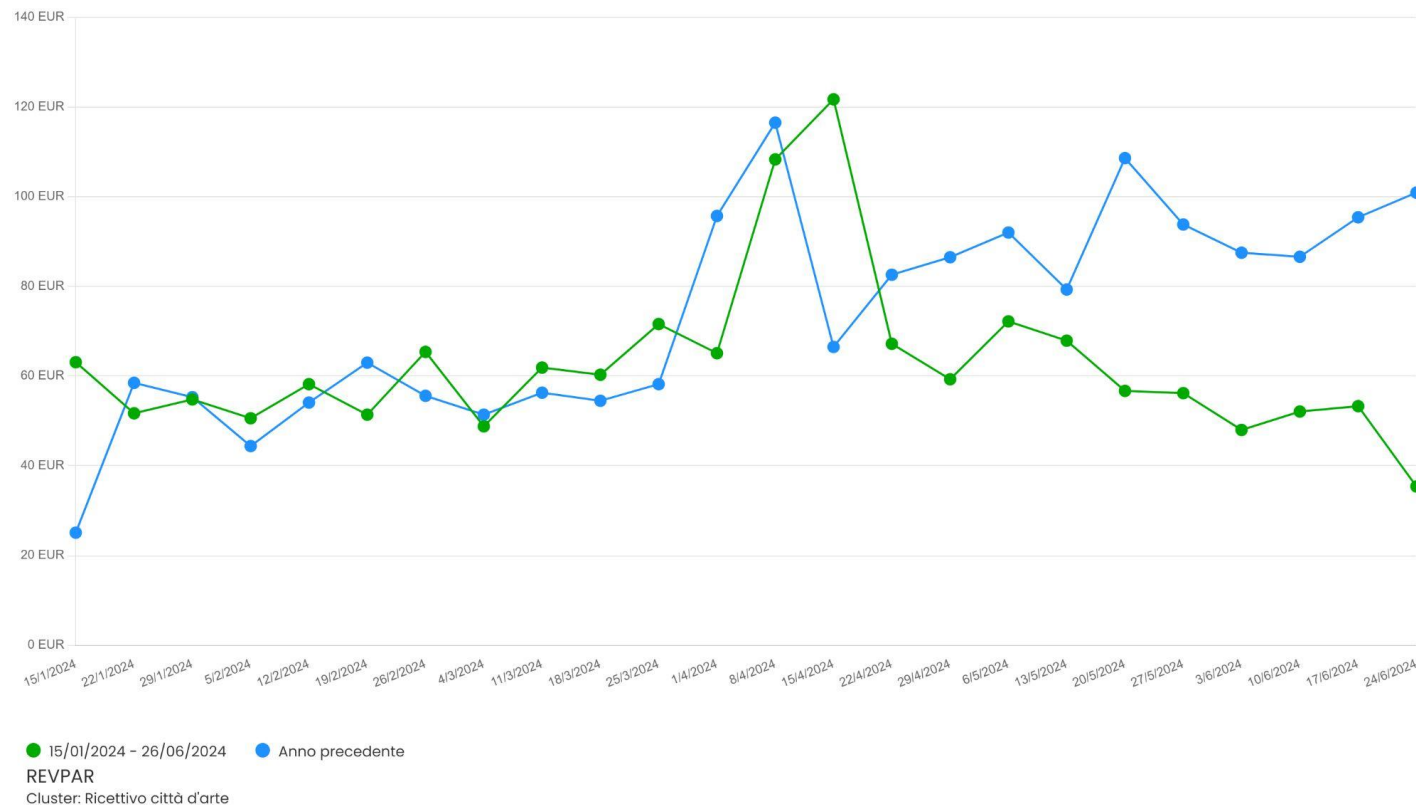


CLUSTER CITTA' D'ARTE

Ricavo medio generato per camera disponibile

Con riferimento alle **Città d'arte del Veneto**, nel periodo **15 gennaio - 15 aprile 2024**, il **ricavo medio generato per camera disponibile** (RevPAR) si attesta a **63,30€**, in linea con quanto registrato nello stesso periodo del 2023.

RevPAR (Revenue per Available Room): indica il ricavo medio generato per camera disponibile, a prescindere dal fatto che sia occupata. Viene calcolato dividendo il ricavo camere per le camere disponibili. Il ricavo camere è il valore di vendita della sola camera, escludendo il valore del trattamento, degli extra, e l'IVA.



Fonte: Federalberghi Veneto e FAITA Veneto, Camera di Commercio Industria, Agricoltura e Artigianato di Padova, Padova Convention and Visitors

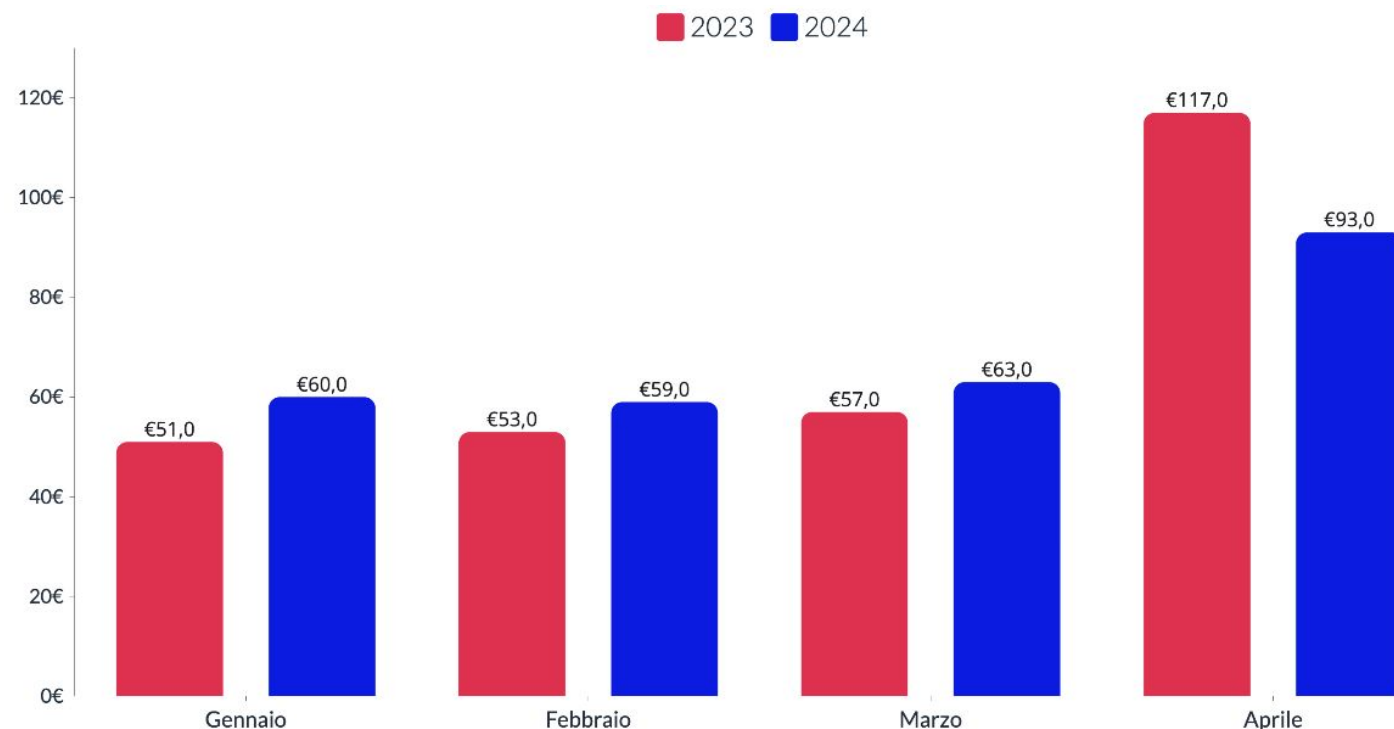
Bureau - Elaborazioni a cura di OTRF su dati  HBenchmark
Hospitality Data Intelligence

VERONA


Ricavo medio generato per camera disponibile

Il **ricavo medio generato per camera disponibile** (RevPAR) nella città di **Verona** si attesta a **66,3€** (+1,0€ rispetto al 2023) nel periodo di analisi **15 gennaio - 15 aprile 2024**. L'aumento è stato costante nel periodo di analisi, mentre in calo ad aprile per i fattori citati anche in precedenza (Pasqua 2023 e Vinitaly 2023 cadevano in date diverse).

Anche in questo caso le date legate alle **fiere** restituiscono dati interessanti: durante **MBE** il REVPAR è stato di 114€ e durante **Progetto Fuoco** di 110€. Il RevPar maggiore si attesta su **Vinitaly** con 248€ (+8€ rispetto all'edizione 2023).



Fonte: Federalberghi Veneto e FAITA Veneto, Camera di Commercio Industria, Agricoltura e Artigianato di Padova, Padova Convention and Visitors

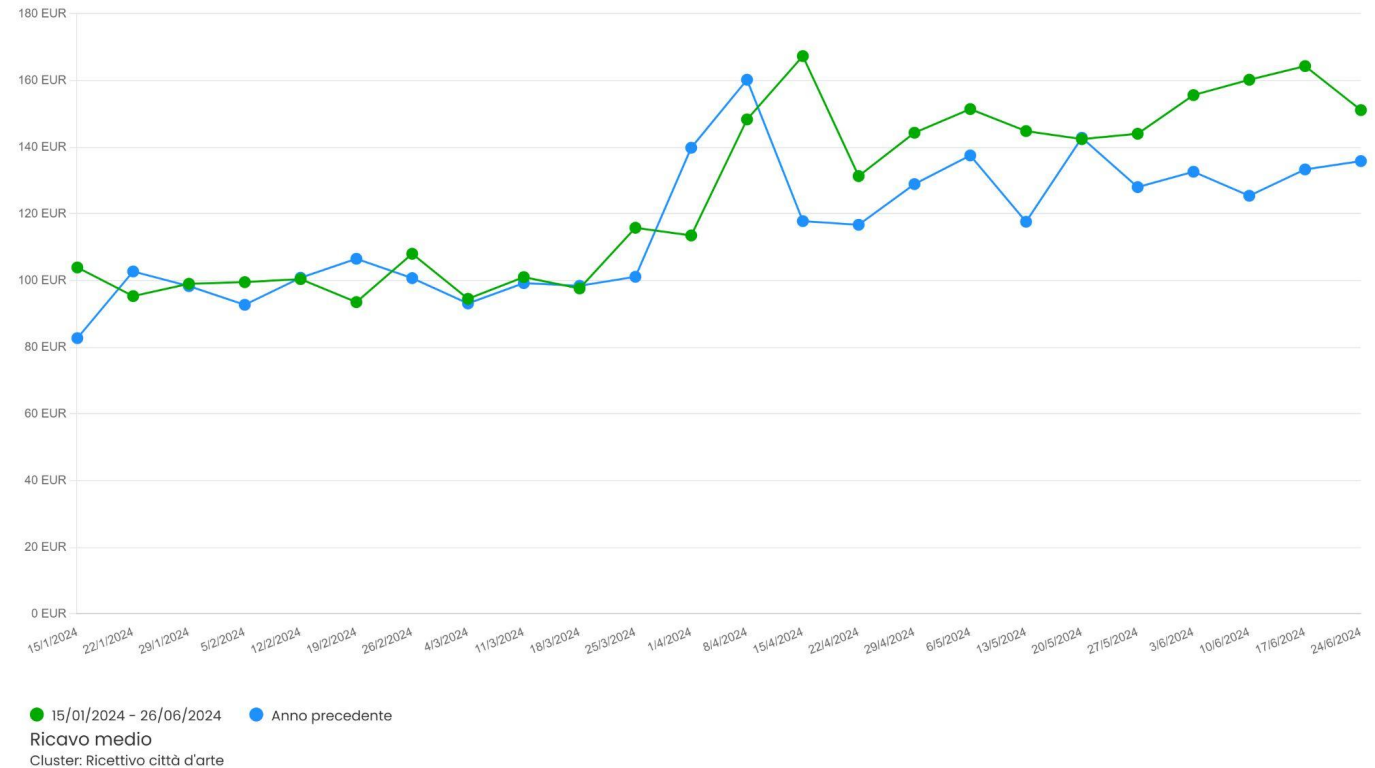
Bureau - Elaborazioni a cura di OTRF su dati  HBenchmark
Hospitality Data Intelligence

CLUSTER CITTA' D'ARTE

Ricavo medio camera

Il **Ricavo medio camera** nel periodo di analisi (15 gennaio - 15 aprile 2024) è pari a **107,40€**, mentre nello stesso periodo del 2023 risultava leggermente più elevato (109,30€).

Ricavo medio camera: Indica il ricavo medio per camera occupata. Viene calcolato dividendo tra il ricavo totale ed il numero delle camere vendute. Il ricavo totale è il valore di vendita della camera comprensivo di eventuali costi di trattamento (colazione e pasti), escludendo gli extra e l'IVA.



Fonte: Federalberghi Veneto e FAITA Veneto, Camera di Commercio Industria, Agricoltura e Artigianato di Padova, Padova Convention and Visitors

Bureau - Elaborazioni a cura di OTRF su dati  HBenchmark
Hospitality Data Intelligence

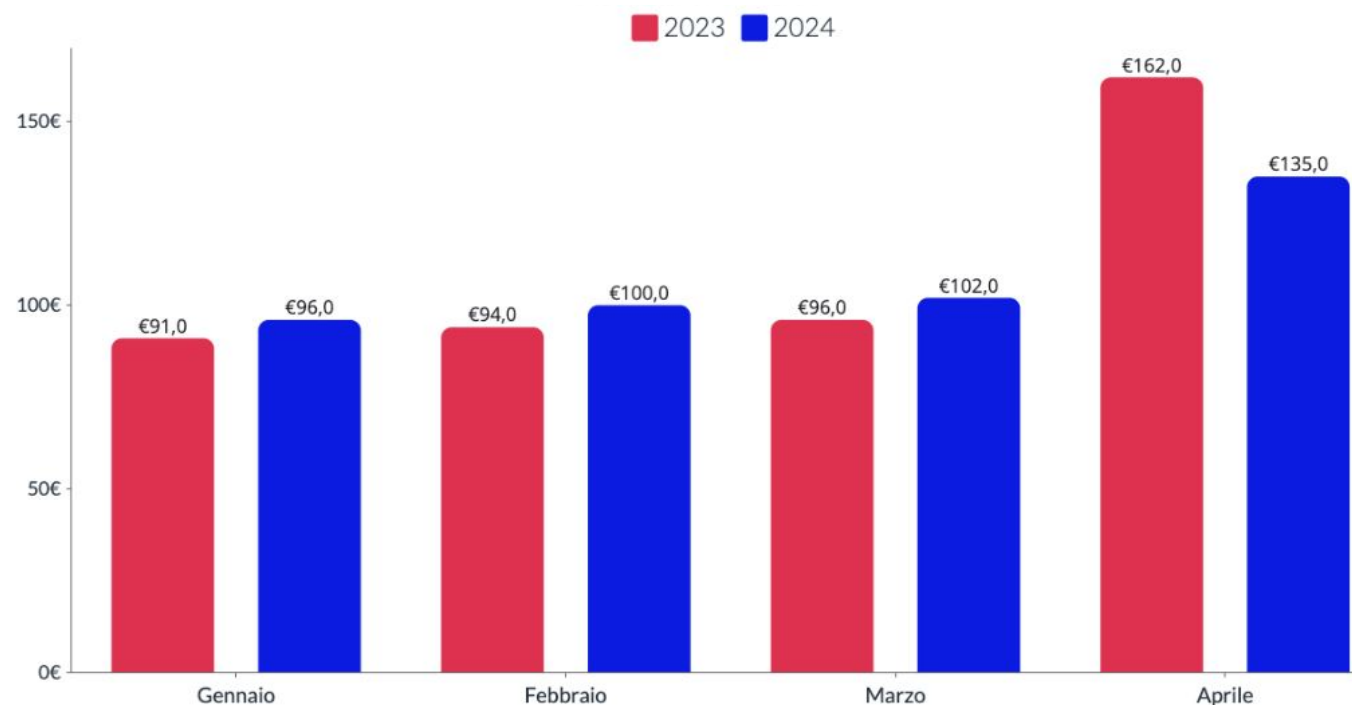
VERONA

Ricavo Medio Camera

Nel periodo 15 gennaio - 15 aprile 2024 il **Ricavo medio camera** è stato di **106,4€**, mentre il **ricavo media camera in BB** è stato pari a **110,7€** (- 2,0€ rispetto al 2023). Dati in linea con quanto si registra anche nelle altre città d'arte venete. L'aumento è stato costante nel periodo di analisi, mentre in calo ad aprile per i fattori citati anche in precedenza (Pasqua 2023 e Vinitaly 2023 cadevano in date diverse).

In relazione alle fiere: durante **MBE** il RMC BB è stato di 121€; durante la **Fiera Agricola** di 120€, durante **Progetto Fuoco** di 130€ e durante **ModelExpo** di 116€.

Infine, **Pasqua 2024** registra un Ricavo Medio Camera pari a 155€.



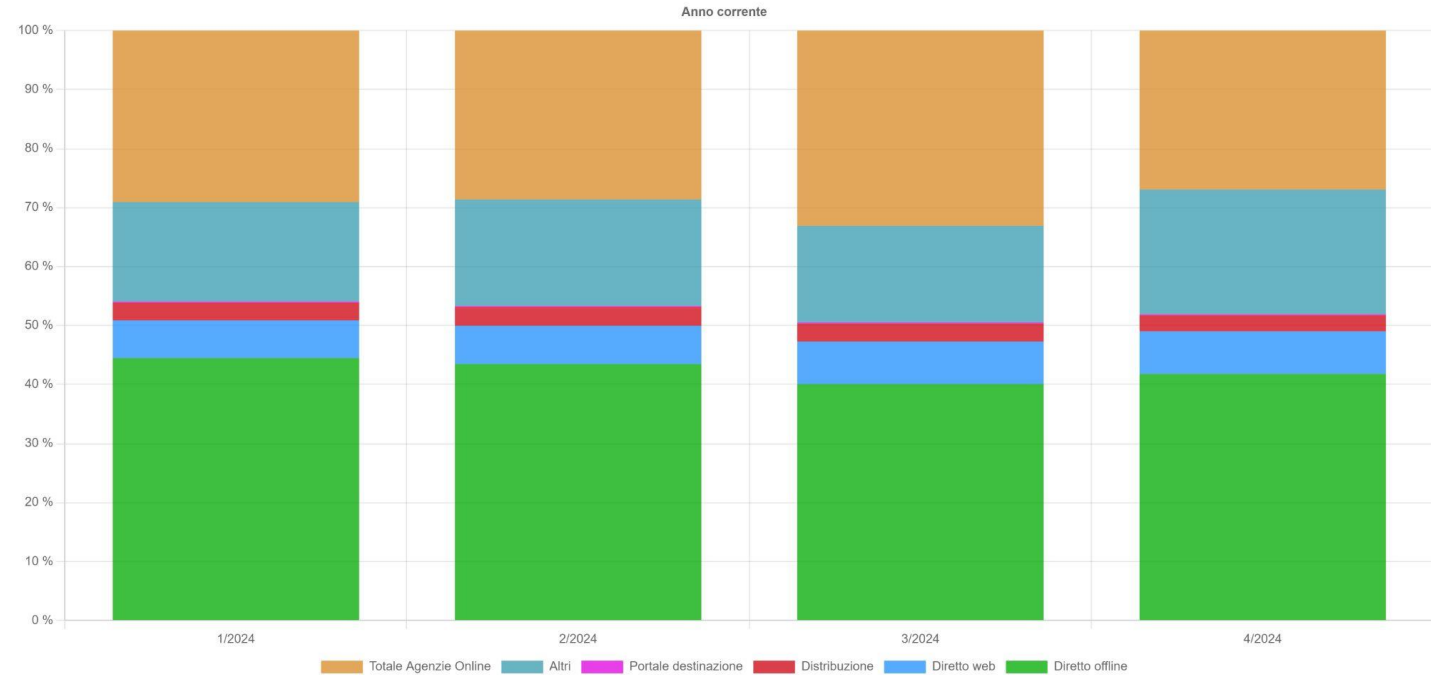
CLUSTER CITTA' D'ARTE

Canali di Vendita

Secondo i dati di **HBenchmark**, nel periodo 15 gennaio - 15 aprile 2024 in media il **42,3%** delle prenotazioni, del cluster **"Ricettivo Città d'Arte"** viene effettuata attraverso **canali diretti offline**, mentre il **6,9%** delle prenotazioni avviene attraverso il **sito web diretto**.

L'utilizzo di **canali alternativi** (tour operator, agenzie di viaggio offline) risulta il **17,8%**. Mediamente, però, nel periodo considerato gli **Online Travel Agencies (OTA)** rappresentano il **29,8%**.

Nel confronto con lo stesso periodo del 2023 si denota un **aumento delle prenotazioni** tramite **canale diretto offline** (+4,5%), a fronte di una **diminuzione di altri canali** (-2,9%) e **OTA** (-1,4%). Resta **invariato** l'utilizzo del **sito web** delle strutture ricettive.



Occupazione - Canali di vendita
Cluster: Ricettivo città d'arte

Fonte: Federalberghi Veneto e FAITA Veneto, Camera di Commercio Industria, Agricoltura e Artigianato di Padova, Padova Convention and Visitors

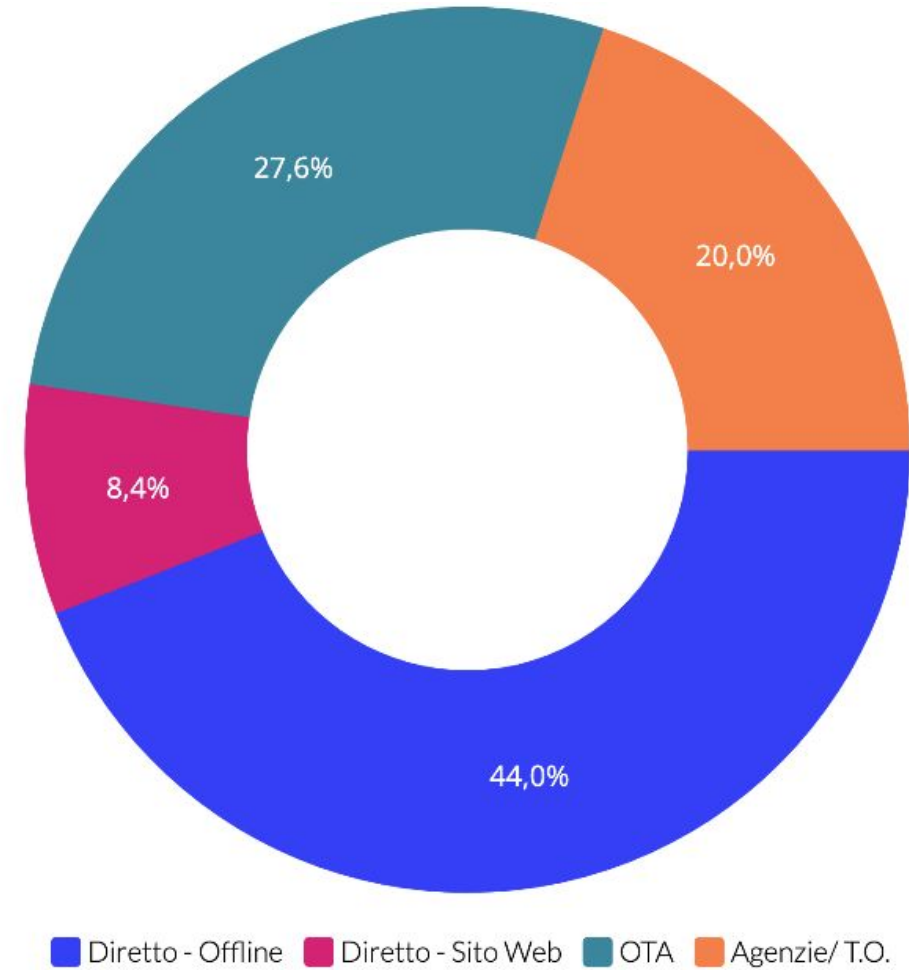
Bureau - Elaborazioni a cura di OTRF su dati  HBenchmark
Hospitality Data Intelligence

VERONA

Canali di vendita

Nel **periodo 15 Gennaio - 15 Aprile 2024** si evidenzia come il canale preferito dai turisti che si recano a **Verona** sia prevalentemente quello **diretto offline**, seguito dalle **OTA** e dai **Tour Operator** ed infine dal **sito web**.

Tra gli aspetti più interessanti nel confronto con il 2023 troviamo il lieve **aumento** delle vendite attraverso **canali diretti (+2,7 tra diretto offline e sito web)**. In netto calo invece le prenotazioni derivanti dai T.O. che diminuiscono di 2,9 pp.



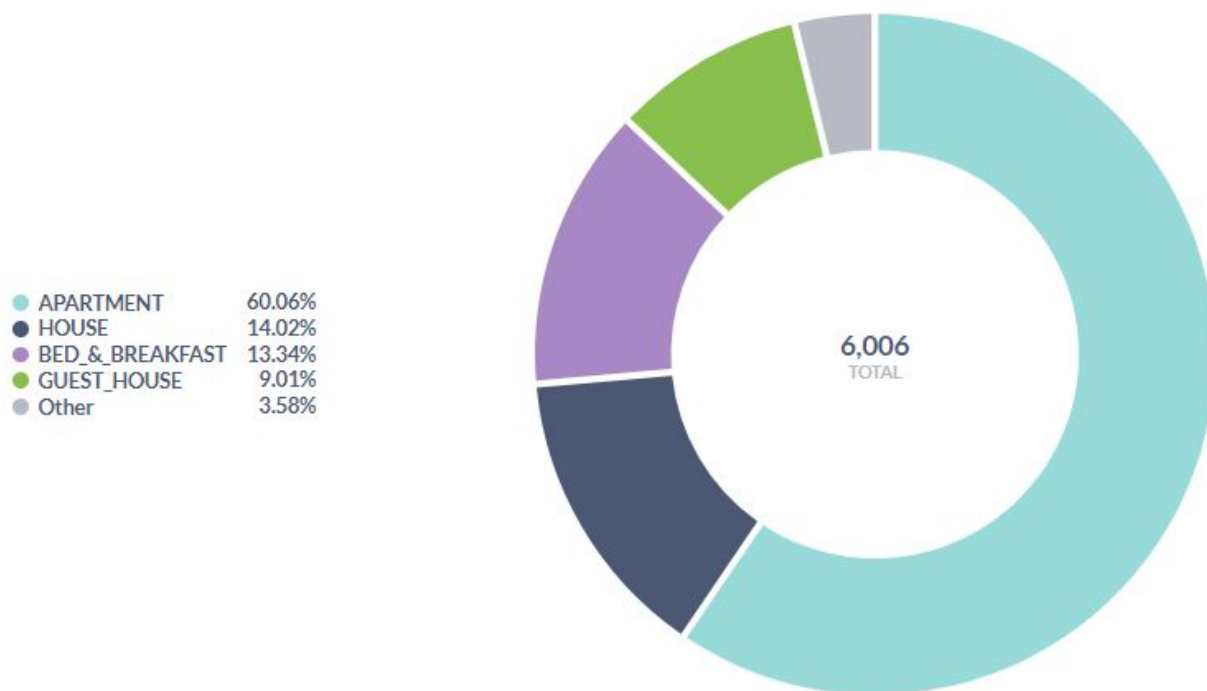
4.

HOSPITALITY DATA INTELLIGENCE

strutture ricettive extralberghiere

VERONA

Suddivisione della OGD in Lighthouse

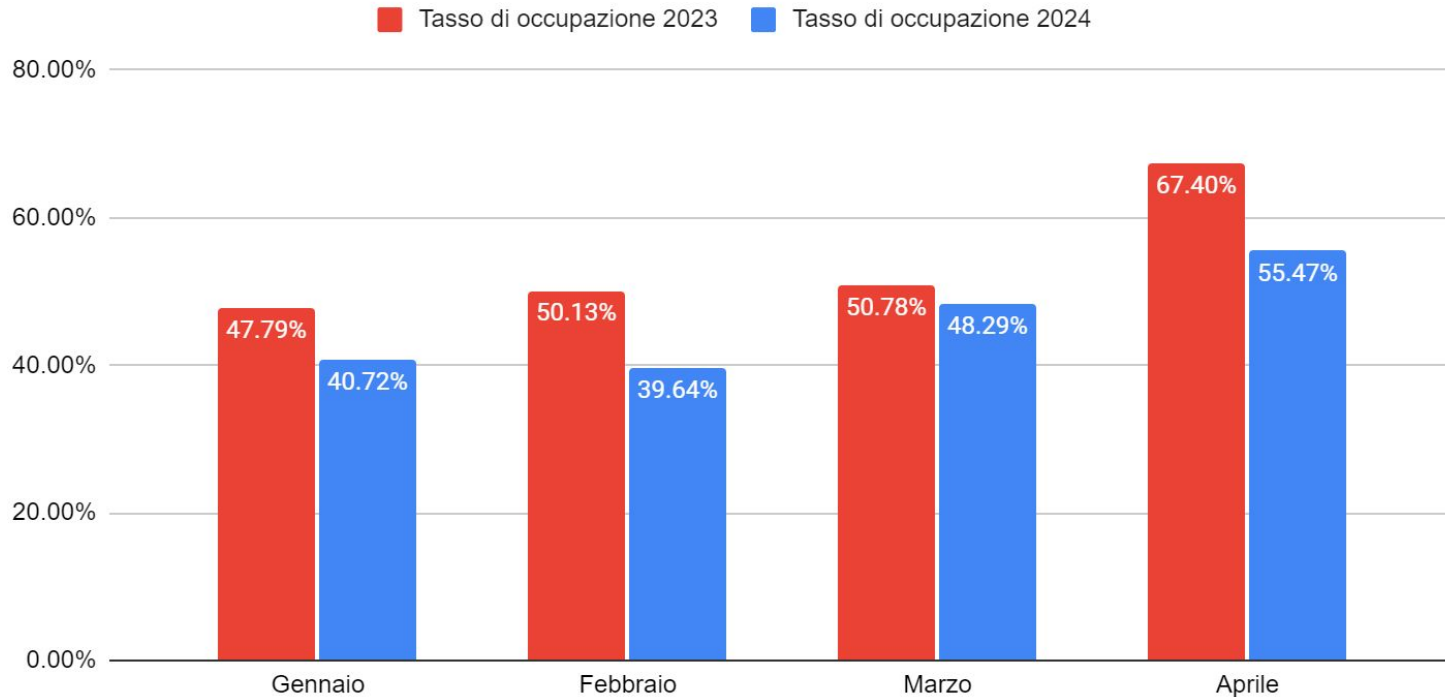


Nell'intera area di competenza dell'**OGD di Verona**, compresi i suoi 4 marchi d'area (Lessinia, Pianura Dei Dogi, Soave - Est Veronese, Valpolicella) si ha un totale di **6.006** proprietà attive per il comparto extralberghiero.

Il **72,8%** delle strutture si concentrano a **Verona città** (4.372). Tra queste, oltre il **68%** sono appartamenti, il **10,24%** Bed & Breakfast, il **10,15%** Guest House e a seguire case vacanza.

VERONA

Tasso di Occupazione

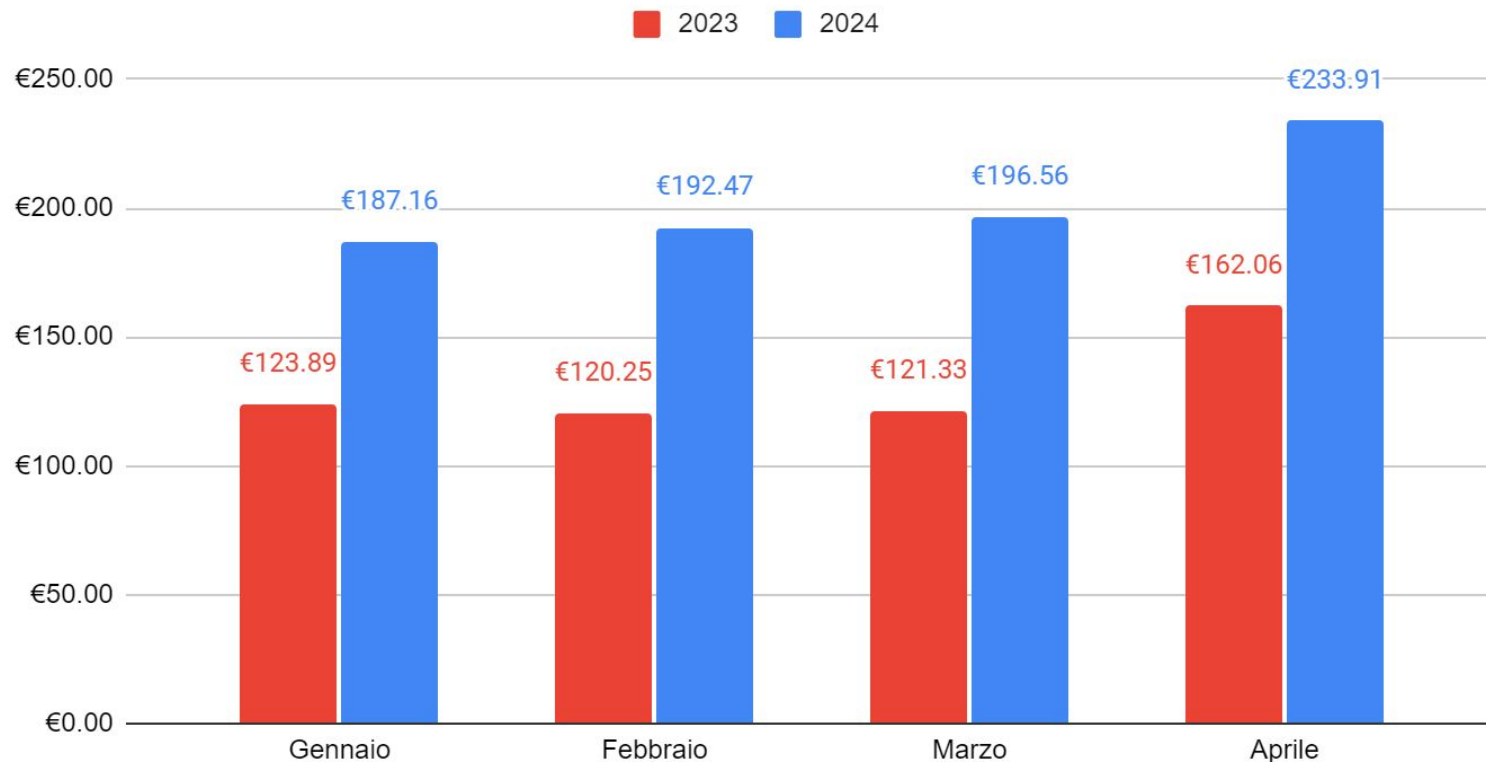


Nel periodo **15 Gennaio - 15 Aprile 2024** il tasso di occupazione nella **città di Verona** è stato del **45,70%** (-13 pp rispetto al 2023).

Questa differenza si verifica perché **il campione considerato nel confronto tra il 2023 e il 2024 non è uniforme**. Nel 2024, infatti, si è registrato un aumento del 23% rispetto all'anno precedente, ciò non rende al momento possibile un confronto diretto tra campioni. Di conseguenza, la diminuzione del tasso di occupazione è dovuta anche alla discrepanza tra i due gruppi di strutture presi in considerazione.

VERONA

Prezzo medio di vendita di una camera



Il **prezzo medio di vendita di una camera** delle strutture extra alberghiere nella città di **Verona** è stata pari a **202,53€** nel periodo di analisi (15 gennaio - 15 aprile 2024).

Pasqua ha registrato un' **ADR** pari a **211,73 €** nella notte di sabato 30 Marzo 2024.

N.B. Al momento il campione considerato nel confronto tra il 2023 e il 2024 non è uniforme.

5.

IL PORTALE DI DESTINAZIONE

www.visitverona.it

VISUALIZZAZIONI E UTENTI

15 Gennaio - 15 Aprile 2024
e confronto con anno precedente

L'improvviso incremento di visualizzazioni e utenti del sito di destinazione **www.VisitVerona.it** è dovuto a precise azioni:

- **ripresa del presidio del portale** da parte della Fondazione DVG dopo circa due anni di assenza di un gestore
- **prime attività di sponsorizzazione GOOGLE ADS** (dicembre/gennaio)
- **Promo su canali social FB e IG** (META ADV)

↓ Visualizzazioni

201.663
rispetto a 31.592
↑ 538,34%

Utenti

92.616
rispetto a 13.169
↑ 603,29%

Visualizzazioni per
utente

2,18
rispetto a 2,40
↓ -9,24%

NAZIONALITÀ UTENTI


Utenti per Paese



PAESE	UTENTI
Italy	64.396
Ireland	7.160
United Kingdom	6.202
United States	2.932
Germany	1.737
Switzerland	1.233
Spain	1.183

[Visualizza paesi →](#)

PROVENIENZA UTENTI PER CITTA'

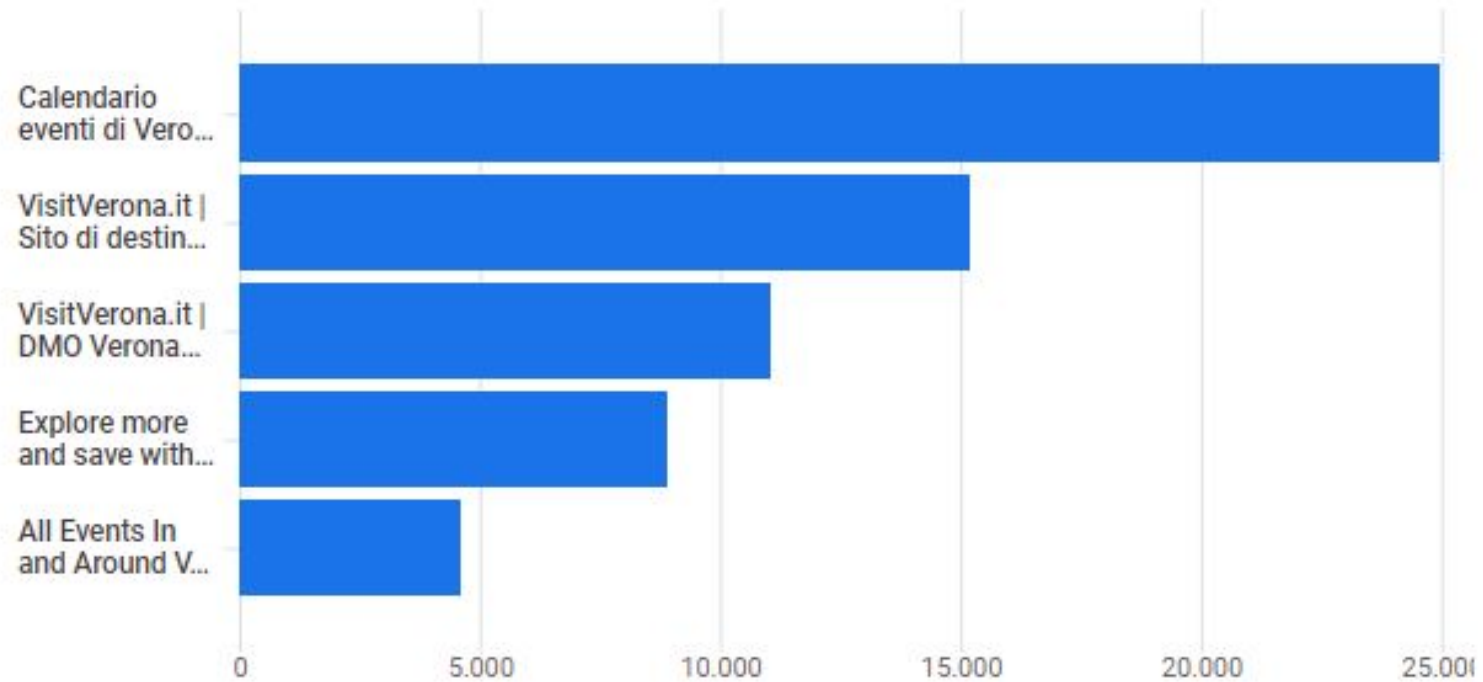
Utenti per Città 

CITTÀ	UTENTI
Milan	20.202
Verona	7.519
Dublin	6.941
Rome	4.586
Turin	3.063
London	2.782
Bologna	2.033
-	-

[Visualizza città →](#)

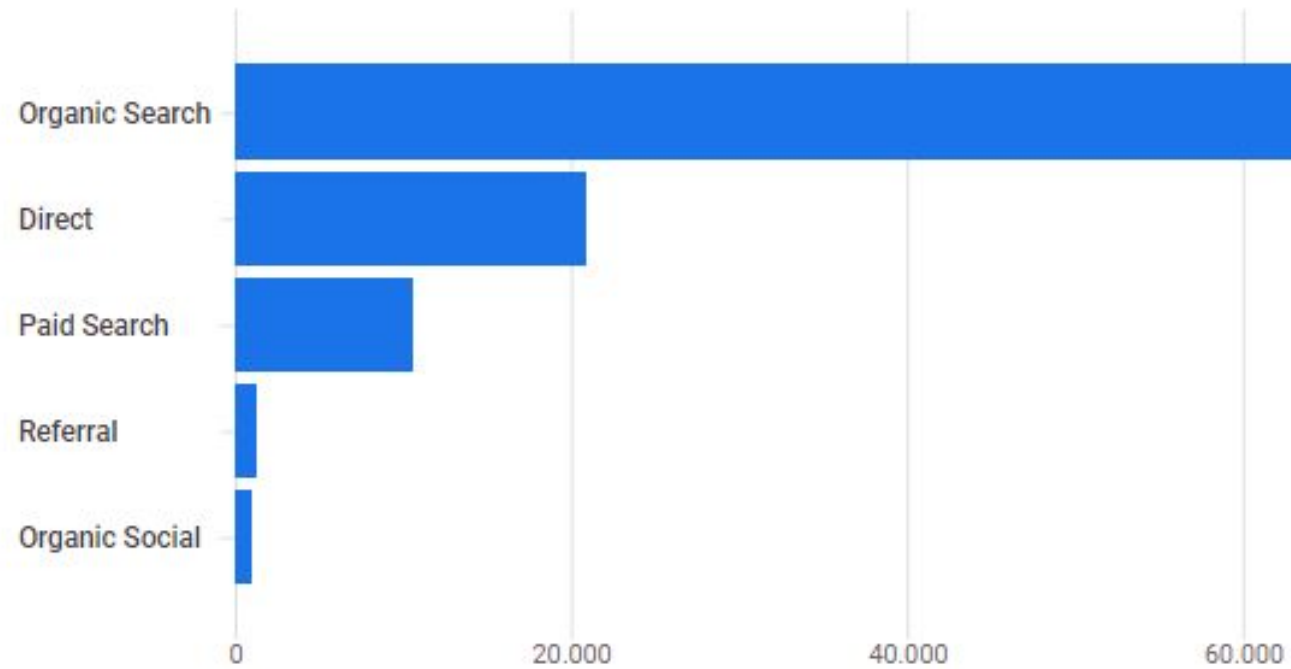
PAGINE PIÙ' VISITATE

Visualizzazioni per Titolo pagina e classe schermata



SORGENTI TRAFFICO

Utenti per Gruppo di canali principale della sessione (Gruppo di canali predefinito)



6. VERONA CARD

Verona Card

Dati di vendita delle Veronacard del Comune di Verona

Anno	n. Card vendute
2013	2.736
2014	72.001
2015	73.889
2016	78.561
2017	92.017
2018	88.991
2019	80.281
2020	7.914
2021	27.266
2022	90.339
2023	119.404

