



## Indagine congiunturale sulle imprese dei servizi TURISTICI

### Questionario di rilevazione - II TRIMESTRE 2020

Si prega di restituire il questionario compilato via fax al numero 041 0999303  
oppure scansionato via e-mail a: [osservatorioturismo@opinioni.net](mailto:osservatorioturismo@opinioni.net).

Le domande contrassegnate con \* sono obbligatorie.

\* **Dichiaro di aver letto l'informativa sulla privacy**

### Informazioni preliminari alla compilazione

**1. \* L'attività dell'impresa è svolta:**

- Solo nell'unità locale intervistata [passare direttamente alla sezione A]  
 Anche in altre unità locali oltre che nell'unità intervistata

**2. \* Può indicare le quote di fatturato attribuibili alle diverse unità?**

- unità locale intervistata	..... %
- altre unità locali in provincia	..... %
- altre unità locali in regione	..... %
- altre unità locali in Italia	..... %
- altre unità locali all'estero	..... %
TOTALE	100%

**3. \* Per permettere una corretta interpretazione dei dati che fornirà, Le chiedo di specificare se le risposte sono riferite:**

- alla **singola unità locale** intervistata (scelta preferibile o consigliata)  
 alla somma delle unità locali dell'impresa presenti nella **stessa provincia**  
 alla somma delle unità locali dell'impresa presenti in **regione**  
 alla somma delle unità locali dell'impresa presenti in **Italia**  
 alla somma di tutte le unità locali dell'impresa (**comprese quelle estere**)

### Sezione A - Andamento congiunturale nel secondo trimestre 2020 (aprile - giugno)

A1. * Nel secondo trimestre 2020 quale è stato l'andamento di:	Rispetto al trimestre precedente (gennaio-marzo 2020)	Rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno (aprile-giugno 2019)
- FATTURATO (volume di affari)	.....%	.....%
- PREZZI DI VENDITA	.....%	.....%

Per il fatturato, considerare la variazione del valore (in termini monetari) del totale delle fatture registrate nel trimestre (comprensive d'IVA).

Per i prezzi di vendita, considerare le variazioni dei prezzi senza considerare l'incidenza di eventuali sconti o promozioni in atto (in periodo di promozioni, ad esempio, considerare le eventuali variazioni di prezzi sul prezzo intero).

In caso di variazione % nulla (quindi non ci sono stati né incrementi né diminuzioni) inserire "+0" (zero in cifra). In caso di variazioni % infinite mettere convenzionalmente "+99999" (5 volte 9). Se il fatturato si azzerava mettere "-100". Non possono essere inseriti valori minori di -100 o maggiori di +2000.

**A2. Nel 2019 l'attività svolta ha risentito di effetti di stagionalità?**  Si  No

**A2.1 Se SI, può dirci quali sono stati i periodi di maggiore o minore stagionalità, sempre con riferimento al 2019?** (segnare con una crocetta le celle corrispondenti)

	gen.	feb.	mar.	apr.	mag.	giu.	lug.	ago.	set.	ott.	nov.	dic.
Alta stagionalità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bassa stagionalità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Attività sospesa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Sezione B - Previsione per III trimestre 2020 (luglio-settembre 2020)

### Indicare le prospettive per il prossimo trimestre (rispetto a quello in esame)

<b>FATTURATO</b> .....	%	Per il fatturato, indicare la variazione attesa delle fatture (comprehensive d'IVA) nel prossimo trimestre rispetto a quello in esame.
<b>PREZZI DI VENDITA</b> .....	%	Per i prezzi di vendita, indicare le variazioni attese dei prezzi nel prossimo trimestre rispetto a quello in esame senza considerare l'incidenza di eventuali sconti o promozioni in atto (in periodo di promozioni, ad esempio, considerare le eventuali variazioni di prezzi sul prezzo intero). In caso di previsione % nulla (quindi non ci saranno né incrementi né diminuzioni) inserire "+0" (zero in cifra). In caso di variazioni % infinite mettere convenzionalmente "+99999" (5 volte 9). In caso di perdita totale inserire "-100". Non possono essere inseriti valori minori di -100 o maggiori di +2000.

## Sezione C - Dati strutturali

### C1. \* Descrizione dell'attività economica prevalente svolta considerando i principali servizi erogati:

#### C1.1 \* Settore di attività economica prevalente:

- Alberghi e strutture simili, alloggi per vacanze, aree di campeggio e aree attrezzate
- Ristoranti e attività di ristorazione anche mobile (inclusi asporto, gelaterie, pasticcerie.....)
- Attività delle agenzie di viaggio, dei tour operator, dei servizi di prenotazione e attività connesse
- Altre imprese del turismo

Quando l'azienda svolge più attività e nessuna è prevalente fare riferimento a quella dove è maggiore il valore aggiunto prodotto. In mancanza di tale dato, la prevalenza si stabilisce, nell'ordine, sulla base del fatturato, delle spese per il personale, delle retribuzioni lorde annue, del numero medio annuo di addetti impiegati nelle diverse attività.

### C2. \* L'unità locale intervistata vende i propri servizi anche attraverso internet (ad esempio sito web, booking, airbnb, deliveroo, just eat...)?

Se si risponde per un insieme di unità e non una singola, far riferimento alla prevalenza.

- Sì
- No

#### C2.1 \* Se sì, qual è la quota percentuale del fatturato che deriva dalla vendita attraverso internet?

- nel trimestre precedente (gennaio - marzo 2020) ..... %
- nel trimestre in esame (aprile - giugno 2020) ..... %

### C3. \* Qual è il numero medio degli addetti nel 2019, comprese le eventuali altre unità locali? .....

Per numero medio di addetti si intende la somma di lavoratori dipendenti e indipendenti che hanno lavorato in azienda nell'ultimo anno. In questo caso il numero di addetti deve essere riferito all'unità intervistata e alle eventuali altre unità locali. Nel calcolo degli addetti considerare i lavoratori con contratto a part-time in proporzione alle ore effettivamente lavorate in azienda. Esempio: posto pari a 1 il lavoratore che ha contratto full-time (8 ore giornaliere), un lavoratore con contratto a mezza giornata (4 ore giornaliere) deve essere conteggiato come 0,5.

Se l'unità appartiene ad un gruppo/holding, riportare solo le informazioni dell'unità intervistata e non quelle dell'eventuale gruppo di appartenenza.

### C4. Qual è stato il fatturato dell'impresa nel 2019, comprese le eventuali altre unità locali?.....€

Il fatturato deve essere riferito all'impresa intervistata, comprese le eventuali unità locali secondarie. Se l'impresa appartiene ad un gruppo/holding, riportare solo le informazioni dell'impresa intervistata e non quelle del gruppo di appartenenza.

#### C5. \* Classe di fatturato dell'impresa nel 2019:

- fino a 49mila €
- 50mila - 99mila €
- 100mila - 199mila €
- 200mila - 999mila €
- 1 milione - 2 milioni €
- oltre 2 milioni €

## Sezione D - I canali di prenotazione e i social network

### D1. Attraverso quali canali ricevete prenotazioni: (valori in %)

- |   |             |
|---|-------------|
| <input type="checkbox"/> contatto diretto con la struttura            | ..... %     |
| <input type="checkbox"/> sito web della struttura                     | ..... %     |
| <input type="checkbox"/> portali commerciali/OLTA (booking, ecc.)     | ..... %     |
| <input type="checkbox"/> accordi con tour operator                    | ..... %     |
| <input type="checkbox"/> agenzie di viaggio                           | ..... %     |
| <input type="checkbox"/> accordi con cral, associazioni, scuole, ecc. | ..... %     |
| <input type="checkbox"/> convenzioni con aziende                      | ..... %     |
| <input type="checkbox"/> altro (specificare)                          | ..... %     |
| <b>Totale</b>   | <b>100%</b> |

### D2. Tra gli strumenti digitali di promozione di seguito elencati quali usa?

- sito web
- social network
- email marketing
- app mobile
- blog su community dedicate ai viaggi
- social tour (influencer, blogger)
- non utilizzo

### D3. Come valuta l'importanza dei social network per la sua struttura?

- per nulla importanti
- poco importanti
- piuttosto importanti
- molto importanti

### D4. Su quali di questi siete presenti e attivi

- Facebook pagina personale
- Facebook pagina aziendale
- Twitter
- Instagram
- YouTube
- Tik tok
- altro (specificare) \_\_\_\_\_
- non li utilizzo

### E. È interessato a ricevere il rapporto di ricerca con i principali risultati dell'indagine?

- Sì
- No

#### NOTE E/O OSSERVAZIONI:

.....  
.....  
.....  
.....

\*Denominazione impresa:

\*Codice fiscale dell'impresa:

\*Indirizzo (via, n. civico):

\*CAP:

\*Comune:

\*Prov.:

\*Nome del rispondente:

\*Ruolo del rispondente:

\*Telefono:

\*Email:

Se in possesso di una PEC inserire questo indirizzo nel campo Email.

### **SEGRETO STATISTICO, TUTELA DELLA RISERVATEZZA E DIRITTI DEGLI INTERESSATI**

Ai dati raccolti nell'ambito della presente indagine si applicano il segreto statistico di cui all'art. 9 del D.lgs. 322 del 1989 e s.m.i., nonché la tutela della riservatezza ed i diritti degli interessati di cui al Reg. UE 2016/679. Il testo completo dell'informativa sulla privacy è disponibile all'interno del sito web [www.venetocongiuntura.it](http://www.venetocongiuntura.it) al seguente link: <https://www.venetocongiuntura.it/metodologia/>