

## TENDENZE

### Alto Adriatico, le mezze stagioni ora attirano più turisti

Il prolungamento della stagione estiva tradizionale, che si allunga primavera e autunno, segna la maggiore crescita del turismo sulle spiagge dell'Alto Adriatico. La stagionalità rimane ancora molto marcata, ma i flussi al di fuori del periodo tradizionalmente di piene sono ormai una realtà, come dimostra una analisi della **Fondazione Think Tank Nord Est** che ha analizzato i flussi turistici negli ultimi 25 anni. Nei mesi primaverili registra buoni risultati soprattutto aprile (+37%), ma è positivo anche il trend di marzo (+11%); raddoppiano le presenze in ottobre (+95%), e crescono anche in novembre (+20%).

—a pag. 8



## RIGENERAZIONE URBANA

Pordenone si prepara ad essere Capitale della cultura italiana 2027 restituendo alla città le aree dismesse

Saini —a pag. 11

Supplemento al numero 93 del Sole 24 Ore - DL 353/2003 art. 1, L. 46/2004 art. 1, comma 1, DGR 1099/2004

Audi MOTORCLASS

Gamma Audi e-tron  
100% elettriche



NUOVO REGOLAMENTO  
FRINGE BENEFIT 2025

Tassazione agevolata al 10%

Mestre | Portogruaro | Musile di Piave

## Nord Turismo

# Le spiagge dell'Alto Adriatico crescono nelle mezze stagioni

**Il report.** **Fondazione Think Tank Nord Est:** buoni risultati in aprile (+37%), ma è positivo anche il trend di marzo (+11%). In autunno, raddoppiano le presenze in ottobre ma crescono pure a novembre (+20%)

Il prolungamento della stagione estiva tradizionale, che si allunga a primavera e autunno, segna la maggiore crescita del turismo sulle spiagge dell'Alto Adriatico. La stagionalità rimane ancora molto marcata, i flussi al di fuori del periodo tradizionalmente di piene sono dunque ormai una realtà, come dimostra una analisi della **Fondazione Think Tank Nord Est**, che ha analizzato i flussi turistici negli ultimi 25 anni. Dal 1999 al 2016 solo in un'occasione il movimento turistico in bassa stagione aveva superato il milione di presenze (nel 2007); invece, dal 2017 in poi, questa soglia è stata oltrepassata o sfiorata tutti gli anni, con l'eccezione del 2020 e 2021. Nei mesi primaverili si registrano buoni risultati soprattutto in aprile (+37%), ma è positivo anche il trend di marzo (+11%); raddoppiano le presenze in ottobre (+95%), ma crescono pure in novembre (+20%). Buoni i risultati nei mesi contraddistinti dalle festività di Natale e Capodanno, con +120% per dicembre e +27% per gennaio. Per Antonio Ferrarelli, presidente della **Fondazione**, «i numeri testimoniano «il valore del lavoro degli operatori turistici, che hanno sviluppato un sistema d'ospitalità di eccellenza, e certificano l'importanza degli investimenti pubblici delle istituzioni locali. Oggi le più interessanti opportunità di crescita riguardano i mesi primaverili e autunnali, fondamentali per rendere più competitivo e sostenibile l'ecosistema turistico del litorale, ma anche dell'entroterra. In questa prospettiva, è necessario sviluppare progetti ambiziosi di territorio per intercettare nuovi target di turisti - suggerisce Ferrarelli - ad esempio rilanciando i collegamenti via mare, per promuovere nuove modalità di fruizione di tutta la Venezia Orientale, in connessione con i percorsi cicloturistici, le esperienze culturali e le visite naturalistiche». Sul fronte delle infrastrutture e dei collegamenti, **Fondazione Think Tank Nord Est** ha chiamato a un dialogo anche Autostrade Alto Adriatico per discutere su tempi, modalità e risorse per la costruzione del casello di Alvisopoli/Bibione per esaminare eventuali soluzioni alternative economiche, all'interno dei vincoli del piano economico finanziario della Società. «Un piano che prevede, prima di tutto, la costruzione della terza corsia della A4 Venezia - Trieste tra Quarto d'Altino e Villesse - sottolineano i ricercatori - e in particolare, in questo momento, il completamento del tratto mancante in area veneta di 25 chilometri tra Portogruaro e San Donà, per il quale è stato emanato a novembre il bando di gara per un quadro economico dell'opera da 870 milioni di euro». È un segnale di quanto economia turistica e viabilità sono collegate: arriva anche dal riconoscimento della strada provinciale 59 San Stino di Livenza - Caorle che cambia status, diventando una strada di interesse regionale: così anche la località



La viabilità. Caorle ha ottenuto un accesso da strada di interesse regionale

che ha raggiunto nel 2023 il massimo volume di presenze turistiche con oltre 4 milioni e mezzo di permottamenti, dopo Jesolo e Bibione, baserà il suo principale accesso su una via di collegamento di competenza regionale. Caorle è ora stabilmente tra i primi dieci Comuni italiani per movimento turistico e per valore dell'economia turistica. In un quadro che ha visto nel 2024 il litorale di Cavallino, Bibione, Jesolo, Caorle ed Eraclea registrare 22 milioni e 737 mila presenze: un dato praticamente in linea con il massimo raggiunto nel 2023. Dall'analisi della **Fondazione** emerge anche come nei cinque mesi di alta stagione (da maggio a settembre), si osserva una maggiore distribuzione del movimento turistico. In-

fatti, in media, i valori degli ultimi due anni, confrontati con il periodo 1999-2019, mostrano aumenti significativi nei mesi di inizio e fine dell'estate, a fronte di una sostanziale "tenuta" di giugno (+3%), luglio (-1%) e agosto (-3%). Tra 2023 e 2024, rispetti ai due decenni pre-covid, i flussi turistici sono cresciuti del 40% a maggio e del 25% a settembre. Il lieve calo complessivo del trimestre giugno-luglio-agosto è stato quindi più che compensato dall'aumento riscontrato nei mesi di maggio e settembre: l'alta stagione, in totale, ha generato un effetto netto positivo pari a oltre 1 milione di presenze in più, rispetto alla media del periodo 1999-2019.

—B.Ga.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# Dazi e guerre minacciano il vino A rischio quattro miliardi di export

**Commercio.** I produttori tremano per l'istituzione delle tariffe alle dogane: particolarmente colpita la produzione di prosecco. Gli Stati Uniti sono il primo mercato di sbocco e da soli assorbono il 21% del totale delle vendite estere. Calo dei consumi in Cina

Il Veneto la regione leader nella viticoltura nazionale: l'anno scorso il vigneto della regione - che ha raggiunto i 103.500 ettari (+2,3% rispetto al 2023), per 13,7 milioni di quintali di uva raccolta (+0,7% sulla precedente vendemmia) - ha prodotto 11 milioni di ettolitri di vino e spedito le proprie forniture su circa 150 destinazioni globali. È la patria del fenomeno Prosecco, oltre che dei rossi della Valpolicella, dei bianchi Soave e Pinot Grigio delle Venezie, si è confermata locomotiva delle vendite tricolore oltreconfine, a 3 miliardi di euro di valore, in progressione del +7,3% sull'anno precedente, pesando per circa il 37% delle esportazioni enologiche dal Belpaese. Stati Uniti, Germania, Canada e Regno Unito sono i primi quattro acquirenti globali delle cantine venete. I primi 20 Paesi di sbocco rappresentano da soli il 90% del valore fatturato sui mercati internazionali. Il trend di crescita non ha riguardato tutto il Triveneto. Il Trentino Alto Adige, ad esempio, rimane al quarto posto a valore nella classifica delle regioni esportatrici ma arretra a 611,2 milioni di euro (-2,8%), chiudendo l'anno in negativo, mentre guadagna posizioni il Friuli Venezia Giulia, altra regione a trazione bianchista, decima nella top ten a valore, a 226,17 milioni di euro (+9%).

Un totale che sfiora i 4 miliardi, e che oggi guarda con preoccupazione allo scenario mondiale. A cominciare dalle sue eccellenze: secondo l'Osservatorio Uiv, già a ottobre dell'anno scorso, per la prima volta, le bottiglie di spumante dirette all'estero (528 milioni) hanno superato quelle di rossi erosiati (524 milioni), staccando ulteriormente i bianchi (460 milioni). L'Italia si sta quindi sempre più trasformando in uno Sparkling Wine Country, con la provincia di Treviso come capitale, e gli spumanti sono in testa su diverse destinazioni: dal Re-

6mila

VITICOLTORI PIONIERI

Il Consorzio Pinot Grigio Delle Venezie a dicembre ha approvato la modifica del disciplinare che inserirà un Pinot Grigio a bassa gradazione alcolica

## TENDENZE

No (e low) alcol alla conquista del mercato dei più giovani

Zanetti —a pag. 3

Ganz —a pag. 6

## INNOVAZIONE

Così la filiera corta è la chiave del successo della ricerca trentina



Con una densità di start up pari a 9,4 ogni 1.000 società di capitale la Provincia di Trento è classificata come uno Strong Innovator, al pari del Friuli Venezia Giulia e meglio del Veneto. Alla base c'è la costruzione di un ecosistema dell'innovazione in grado di supportare lo sviluppo economico e sociale del territorio attraverso la collaborazione tras-

stema della ricerca, sistema produttivo e istituzioni territoriali. Obiettivo, agevolare il trasferimento tecnologico ed della conoscenza e accelerare la trasformazione digitale. La prossimità tra centri di ricerca, università, imprese e istituzioni facilita il dialogo e la collaborazione, rafforzando il legame tra formazione e mercato del lavoro.

Saini —a pag. 9

Finotto —a pag. 6



Produzione. Oltre 11 milioni di ettolitri

gno Unito, a Francia, Polonia e Repubblica Ceca, Spagna, Russia.

Quanto agli Usa, sono per il vino veneto il primo mercato di sbocco, gli Usa: da soli assorbono il 21% del totale, con un valore di 600 milioni di euro circa nel 2023 che nel 2024 risulterà incrementato, dati gli acquisti massicci effettuati negli ultimi mesi dagli importatori americani in vista dei dazi minacciati dal presidente Trump.

Ganz e Zanetti —a pag. 2 e 3



**Nuova Audi Q5**  
Performance oltre la solita strada.

Prestazioni eccellenti, design esclusivo e tecnologia all'avanguardia si uniscono a un comfort raffinato. La nuova Audi Q5 ridefinisce eleganza, potenza e innovazione per un'esperienza di guida senza pari.

Vieni a scoprirla nei nostri Showroom.

Mestre | Portogruaro | Musile di Piave  
www.motorclass.it - info@motorclass.it

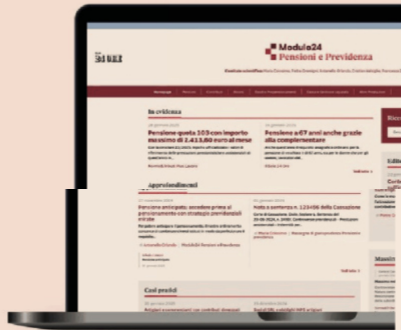
## Modulo24 Pensioni e Previdenza

# La piattaforma digitale dedicata ai temi pensionistici e previdenziali

Soluzione ragionata che offre **aggiornamento continuo e approfondimenti esclusivi** su tutte le novità legislative, interpretative e giurisprudenziali.

- **News quotidiane**, analisi e approfondimenti sulle tematiche di attualità.
- Una **rivista digitale** di aggiornamento e approfondimento con i contributi delle firme più autorevoli.
- Una **banca dati** che raccoglie l'intera base normativa e strumenti operativi.
- Un **prontuario pratico** e completo delle norme e delle novità legislative.

Gli **Esperti del Sole 24 Ore**, sempre a disposizione per rendere più semplice il lavoro.



## APPROFITTA DELL'OFFERTA



modulo24pensioniprevidenza.com

**24 ORE**  
PROFESSIONALE

## Abano e Montegrotto puntano sui mercati esteri per rilanciare le terme

### Industria dell'ospitalità L'offerta

Enrico Netti

Un percorso per recuperare presenze e ricavi. È quello avviato da Abano Terme e Montegrotto Terme, storiche stazioni termali che ora vogliono incrementare gli arrivi dall'estero puntando su una clientela altospesante. «Puntiamo sui mercati esteri per avere metà della clientela che arriva da oltre le ad aumentare la durata media del soggiorno per arrivare a una settimana - dice Marco Gottardo, direttore generale di Federalberghi Abano Terme e Montegrotto -, Cambierà anche l'offerta che non sarà solo termale ma legata a un modello di benessere, salute e cura della persona a 360 gradi. Potremmo anche avvicinarci al mercato del turismo sanitario considerando che l'area offre 20 mila posti letto». Attualmente il 70% della clientela è italiana e una parte arriva anche grazie alle cure, fangoterapia e inalazioni, erogate dal Servizio sanitario nazionale. Prestazioni che valgono 21 milioni di euro di rimborsi dal SSN.

In un prossimo futuro metà degli ospiti sarà straniero. Si punta così sugli ospiti di lingua tedesca guardando con attenzione ai mercati dell'Europa dell'Est, in particolare quello polacco e ungherese dove è più forte la cultura del termalismo e vive un'upper class che ben apprezza l'offerta turistica termale del Belpaese. Si potrebbe anche pensare al mercato statunitense agevolato dalla vicinanza con l'aeroporto internazionale di Venezia. Prima della guerra in Ucraina parecchi russi, il loro peso era pari al 7% delle presenze, sceglievano questa zona termale. Stessa situazione per la clientela israeliana assente dall'ottobre 2023. Al termalismo si possono aggiungere una serie di pacchetti a 360 gradi per la cura della persona, il benessere, l'estetica. Mercati complementari al turismo sanitario che potrebbe rappresentare un'altra opportunità per il distretto termale Euganeo i cui hotel dispongono di circa 20 mila posti letto. Alberghi che offrono una particolarità: molti, quasi tutti dispongono di uno o più pozzi termali le cui acque servono per le cure termali e la maturazione

dei fanghi termali.

Strutture alberghiere che si lasciano alle spalle un discreto 2024 perché le presenze sono rimaste sostanzialmente stabili. «Non possiamo dirci completamente soddisfatti sia perché il dato del 2024 non è superiore a quello del 2023, ma soprattutto perché rispetto al 2019 registriamo ancora 9 punti percentuali di divario, legati quasi esclusivamente dalla mancanza di turisti provenienti dall'estero da aree interessate ancora da conflitti bellici - spiega Walter Poli, presidente di Federalberghi Terme Abano Montegrotto -, Abbiamo strutture che nel 2024 hanno registrato risultati molto importanti, ciò significa che complessivamente il prodotto turistico che offriamo è attraente e questo deve essere di traino per tutti gli imprenditori del nostro territorio per intravedere spazi di miglioramento in termini di occupazione e di marginalità».

**Cambierà l'offerta che sarà più vicina al modello di salute benessere e cura della persona a 360 gradi**

Alberghi al centro di un rischio di compravendite. Negli ultimi quattro anni del distretto si sono registrate 18 acquisizioni di hotel dimessi o almeno metà degli atti vede come acquirenti nuovi investitori indiretta conferma delle potenzialità del territorio. Qui l'industria dell'ospitalità e il termalismo danno lavoro a circa 5.500 addetti che in alta stagione diventano circa 6 mila persone. Il fatturato degli alberghi termali è di 400 milioni e per i prossimi cinque anni si confida in un trend di crescita del 15% legato prevalentemente alla crescita delle tariffe collegato al trend inflattivo e alla crescita dei costi di gestione. I circa tre milioni di presenze nell'area alimentare un indotto che, secondo Marco Gottardo vale per Abano Terme «circa 450 milioni mentre per Montegrotto Terme l'indotto supera i 200 milioni». Circa 1,05 miliardi che tra un decennio dovrebbero raggiungere 1,5 miliardi di euro sia al cambio del mix della clientela che l'aumento dei giorni medi di permanenza.

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA