

# Indagine Valutazione della situazione novembre 2021

Condotta dal 6 all'11 novembre 2021 tra i soci di HotellerieSuisse

**Nota:** dallo svolgimento dell'indagine, la situazione pandemica è evoluta negativamente. È pertanto lecito supporre che l'andamento tendenzialmente positivo delle presenti previsioni sia stato sovrastimato.

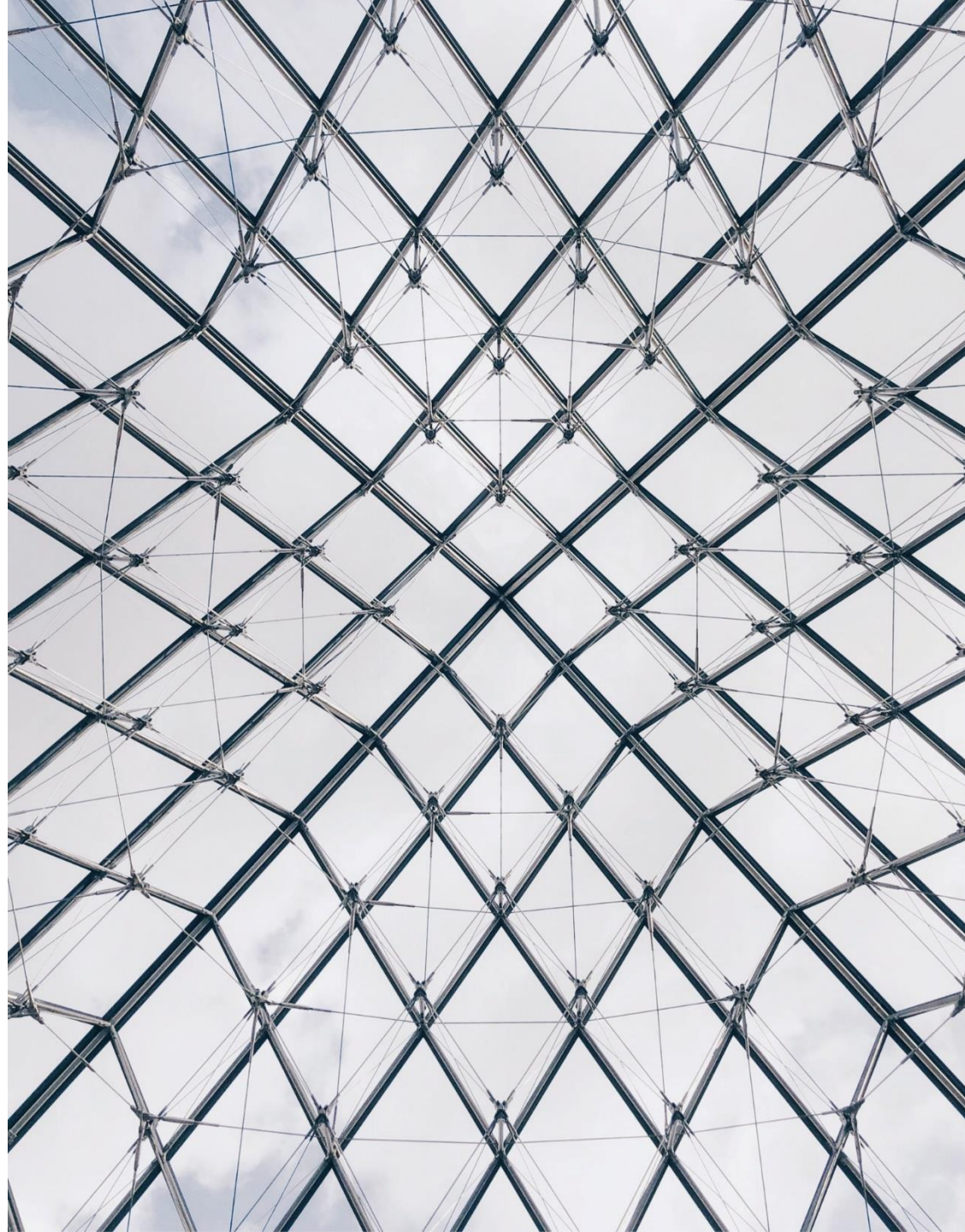


# 1. Retrospektiva mesi autunnali settembre – novembre 2021

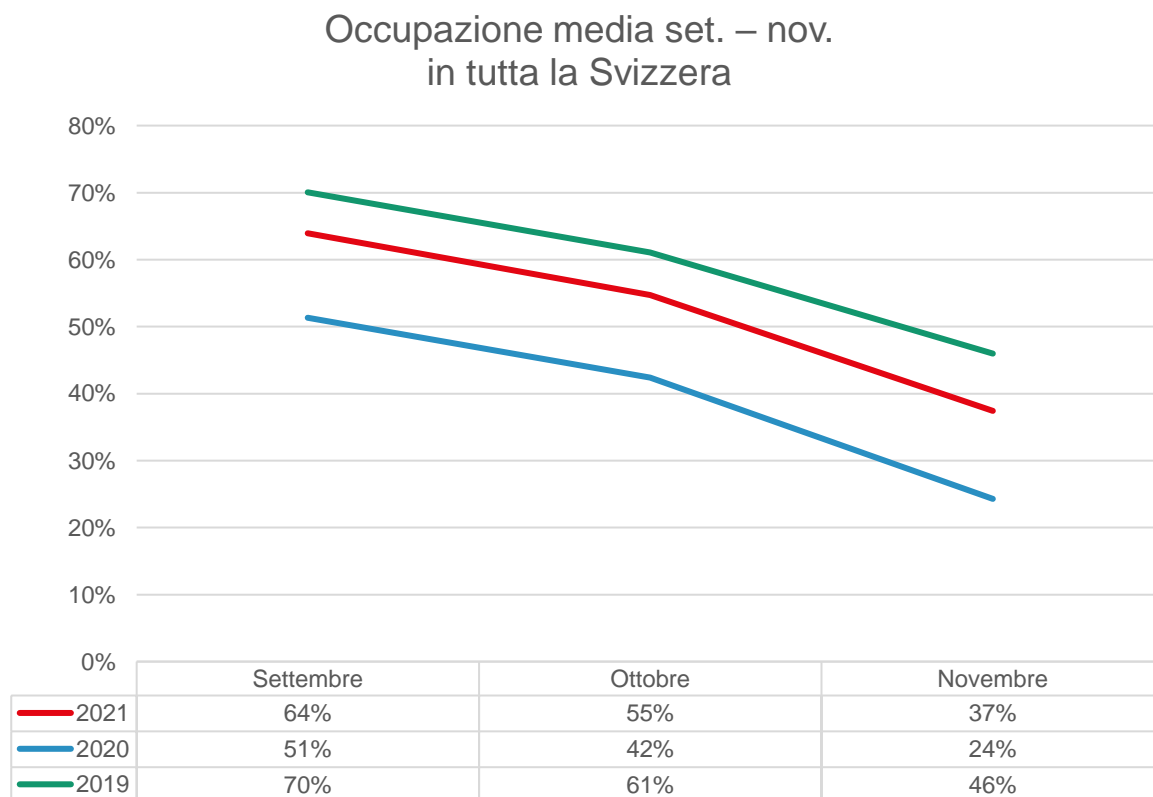


## Summary: mesi autunnali 2021

- Negli ultimi mesi autunnali l'occupazione è stata superiore rispetto all'anno precedente. A questo risultato hanno contribuito l'aumento costante del tasso di vaccinazione e la conseguente situazione epidemiologica relativamente stabile.
- Questo ha permesso, tra l'altro, al settore alberghiero svizzero di accogliere un maggior numero di ospiti stranieri dai mercati vicini.
- La tendenza leggermente positiva è stata favorita dalla sicurezza di pianificazione in seguito all'introduzione dell'obbligo di certificato COVID. Ciononostante, questo potrebbe aver avuto anche effetti negativi sull'occupazione, aumentando gli ostacoli per gli ospiti (non vaccinati e non guariti).
- Inoltre, si osserva che soprattutto le strutture in città sono ancora ben lontane dai livelli pre-crisi.



## In tutta la Svizzera l'occupazione in autunno è ancora inferiore ai livelli pre-crisi e al contempo superiore a quelli del 2020

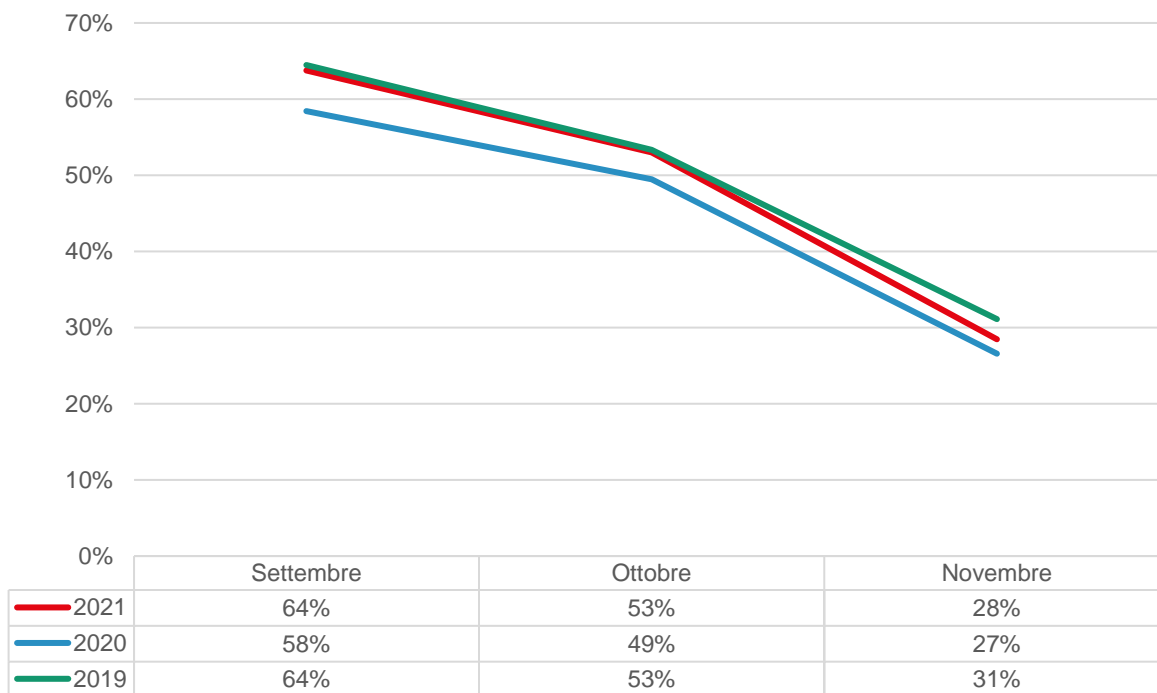


Risposte (n)	
Set. 21	213
Set. 20	210
Set. 19	203
Ott. 21	205
Ott. 20	200
Ott. 19	193
Nov. 21	196
Nov. 20	197
Nov. 19	189

- La discesa delle curve riflette un effetto stagionale, come dimostrato dal confronto con gli anni precedenti.
- Confrontando gli anni, a settembre e ottobre l'occupazione è stata inferiore del 6% rispetto al livello pre-crisi e al contempo superiore del 13% rispetto al 2020. Si osserva quindi un certo effetto recupero.
- Rispetto al periodo pre-crisi, a novembre si è registrato un -11%.

## Stesso quadro per le destinazioni di vacanza classiche, seppur con qualche leggera differenza

Occupazione media set. – nov. nelle regioni rurali-alpine

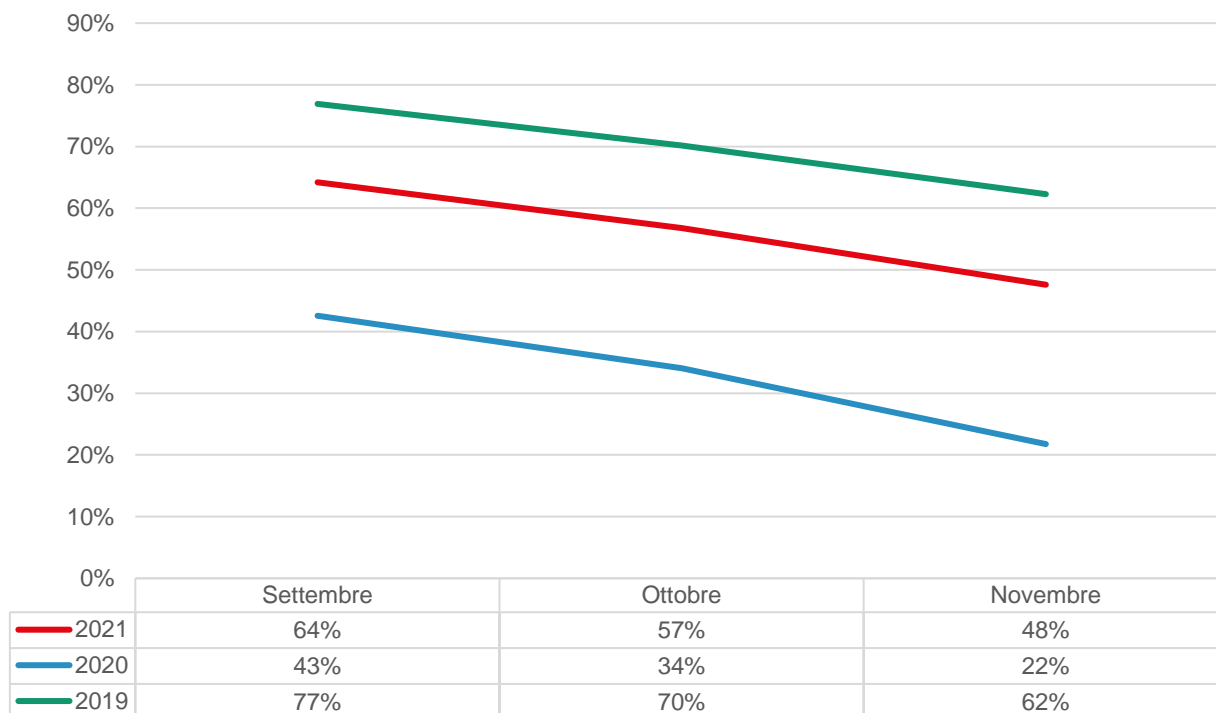


- A settembre e ottobre le regioni rurali-alpine hanno raggiunto un tasso di occupazione simile a quello precedente la crisi.
- L'ottimo clima autunnale ha sicuramente favorito questo risultato positivo.
- A novembre l'occupazione è inferiore di 3 punti percentuali rispetto al periodo pre-crisi.

Risposte (n)	
Set. 21	119
Set. 20	116
Set. 19	112
Ott. 21	112
Ott. 20	108
Ott. 19	104
Nov. 21	104
Nov. 20	104
Nov. 19	99

# Nelle città svizzere la strada verso una ripresa completa è ancora lunga

Occupazione media set. – nov.  
nelle città



Risposte (n)	
Set. 21	94
Set. 20	94
Set. 19	91
Ott. 21	93
Ott. 20	92
Ott. 19	89
Nov. 21	92
Nov. 20	93
Nov. 19	90

- Le aree urbane sono colpite dalla crisi più della media e rendono quindi relativa la tendenza positiva che interessa tutta la Svizzera.
- Poiché le città sono meno soggette agli effetti stagionali, l'andamento delle curve risulta più piatto.
- Le differenze rispetto ai mesi pre-crisi sono relativamente stabili, quindi si esclude una ripresa a breve termine.

**2. Prospettiva:  
previsioni da dicembre 2021  
fino a febbraio 2022**



## Summary I: prospettiva per i mesi invernali

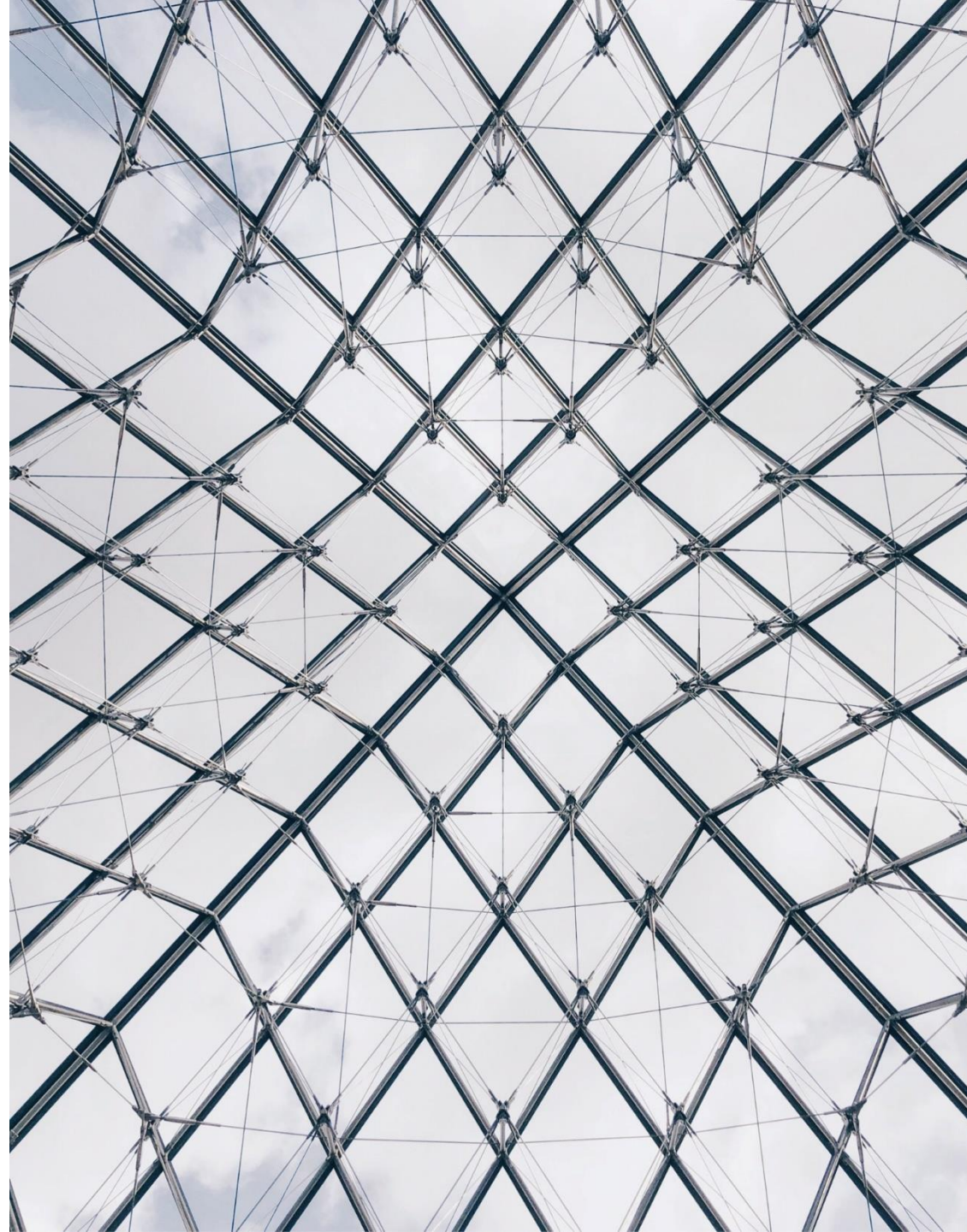
- Nonostante le tendenze di ripresa, l'occupazione prevista per i prossimi mesi nel settore alberghiero non raggiunge ancora i livelli pre-crisi.
- La tendenza leggermente positiva (confronto con l'anno precedente) è dovuta soprattutto al ritorno dei mercati vicini.
- I risultati del sondaggio sono confermati dalle attuali previsioni del KOF per il turismo, che pronosticano per la prossima stagione invernale un livello di occupazione superiore a quello dell'anno precedente, sebbene ancora inferiore rispetto al periodo pre-crisi.





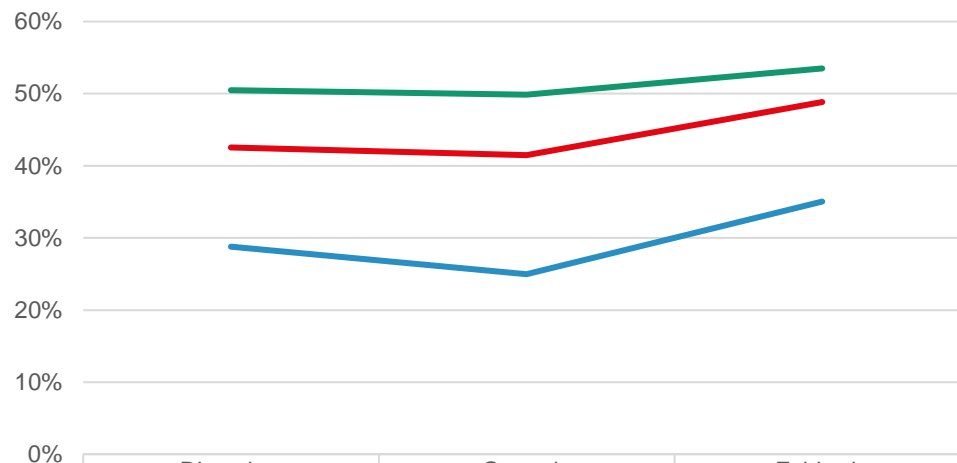
## Summary II: prospettiva per i mesi invernali

- La tendenza leggermente positiva è relativizzata dalla precarietà della situazione epidemiologica e dalla domanda dei mercati lontani, quasi totalmente assente.
- Inoltre, si può supporre che gli svizzeri torneranno a prenotare più vacanze all'estero. L'aumento della domanda interna dovuto alla crisi, che finora è riuscito a ammortizzare lievemente gli effetti negativi della pandemia, potrebbe di nuovo calare leggermente.



## Tutta la Svizzera: tendenze di ripresa dell'occupazione per la stagione invernale, ma con livelli ancora inferiori rispetto al periodo pre-crisi

Occupazione media attesa  
Dic. 21 – feb. 22, tutta la Svizzera



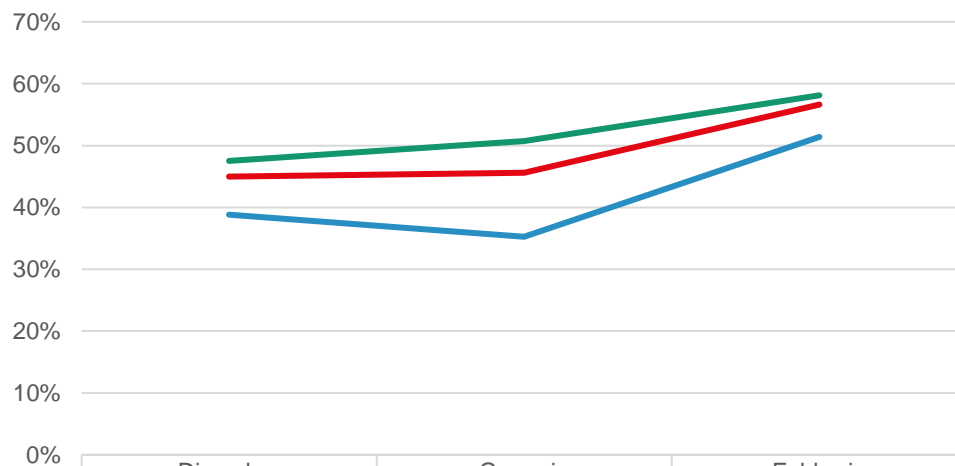
	Dicembre	Gennaio	Febbraio
Previsione dic. 2021 – feb. 2022	43%	41%	49%
Anno precedente dic. 2021 – feb. 2022	29%	25%	35%
Anno pre-crisi dic. 2021 – feb. 2022	50%	50%	53%

Risposte (n)	
Dic. 21	172
Dic. 20	175
Dic. 19	172
Gen. 22	153
Gen. 21	159
Gen. 20	155
Feb. 22	150
Feb. 21	154
Feb. 20	149

- Nei prossimi mesi invernali si osserva una certa ripresa nel settore.
- Allo stesso tempo, l'occupazione resta inferiore ai livelli pre-crisi e la situazione epidemiologica è precaria.
- L'effettiva realizzazione delle previsioni positive per i prossimi mesi dipenderà, ad esempio, dall'eventuale emissione di avvisi di viaggio per la Svizzera nei mercati principali o dall'eventuale introduzione di restrizioni a livello nazionale.

## Regioni di vacanza: tendenze di ripresa dell'occupazione per la stagione invernale, ma con livelli ancora inferiori rispetto al periodo pre-crisi

Occupazione media attesa  
Dic. 21 – feb. 22, nelle regioni rurali-alpine



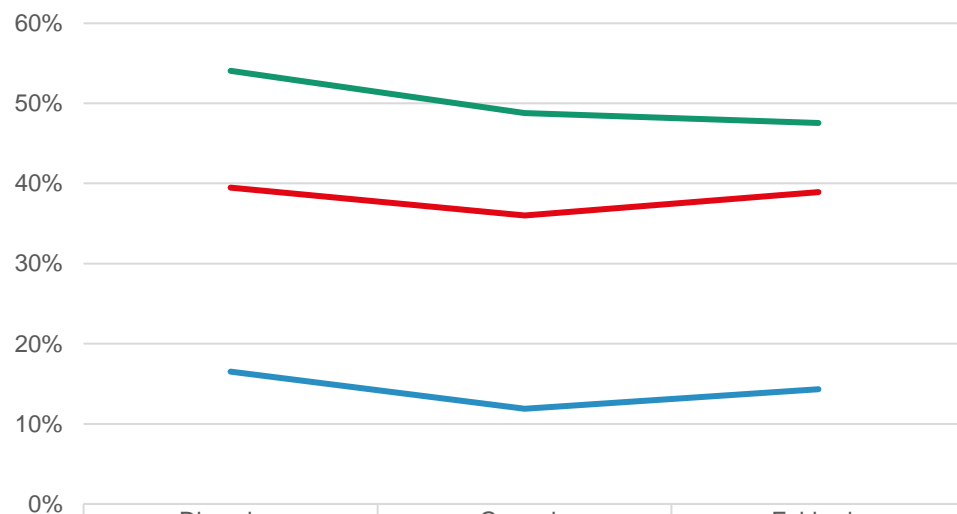
	Dicembre	Gennaio	Febbraio
Previsione dic. 2021 – feb. 2022	45%	46%	57%
Anno precedente dic. 2021 – feb. 2022	39%	35%	51%
Anno pre-crisi dic. 2021 – feb. 2022	48%	51%	58%

Risposte (n)	
Dic. 21	96
Dic. 20	96
Dic. 19	94
Gen. 22	87
Gen. 21	89
Gen. 20	86
Feb. 22	84
Feb. 21	86
Feb. 20	83

- La tendenza presso le destinazioni turistiche classiche è simile a quella valida per l'intera Svizzera, sebbene le differenze tra gli anni siano minori.
- Il motivo è che le regioni rurali-alpine sono state meno colpite dalla pandemia e l'aumento della quota nazionale ha compensato maggiormente gli effetti negativi del crollo della domanda.

# Città: l'occupazione è ancora lontana dai livelli pre-crisi

Occupazione media attesa  
Dic. 21 – feb. 22, nelle città

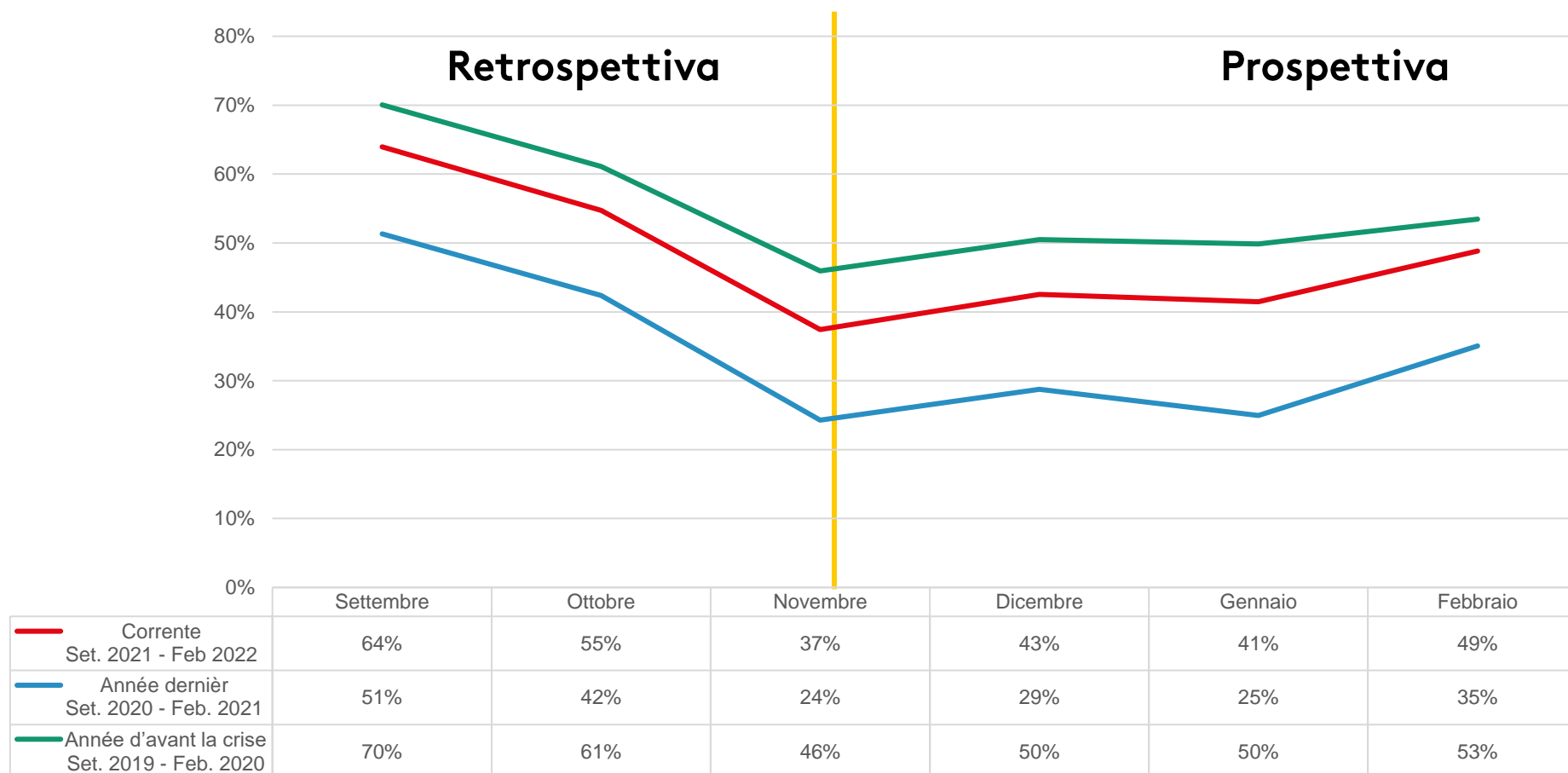


	Dicembre	Gennaio	Febbraio
Previsione dic. 2021 – feb. 2022	39%	36%	39%
Anno precedente dic. 2021 – feb. 2022	17%	12%	14%
Anno pre-crisi dic. 2021 – feb. 2022	54%	49%	48%

Risposte (n)	
Dic. 21	76
Dic. 20	79
Dic. 19	78
Gen. 22	66
Gen. 21	70
Gen. 20	69
Feb. 22	66
Feb. 21	68
Feb. 20	66

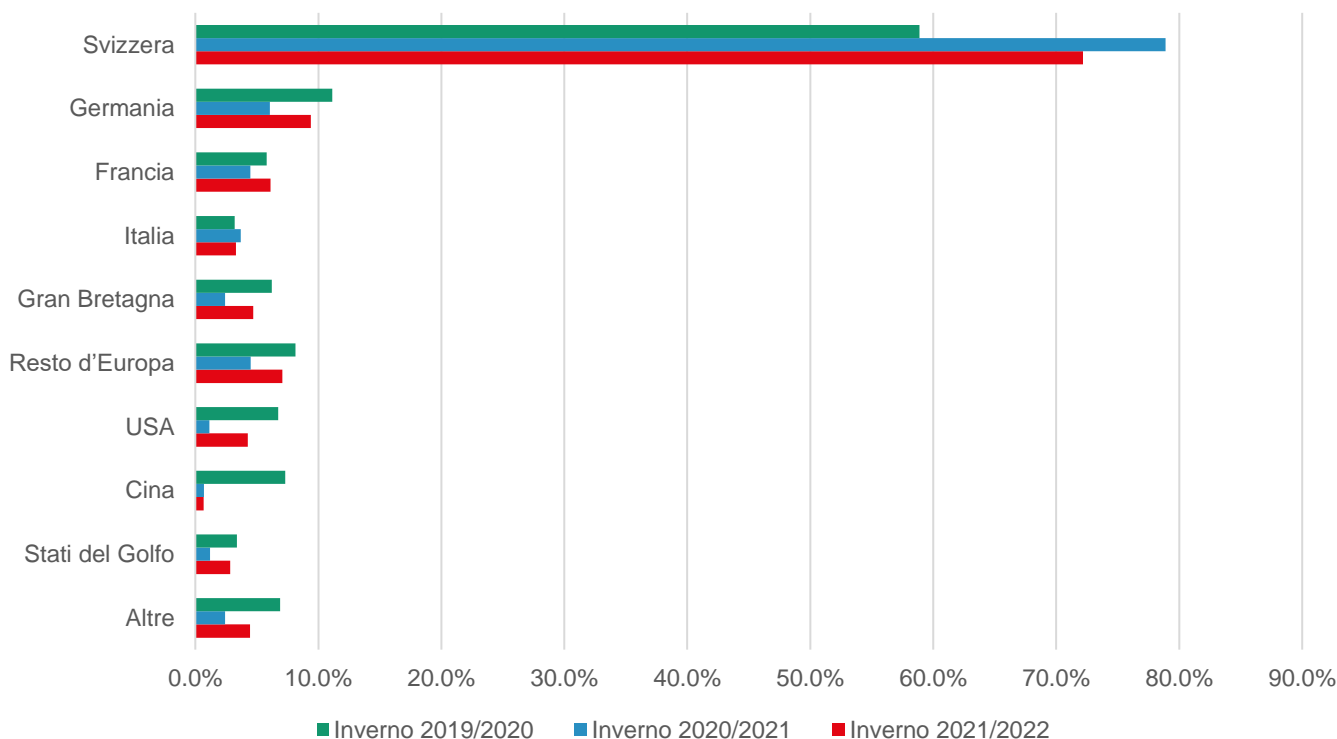
- Le aziende in città si aspettano un tasso di occupazione del 38% nei mesi invernali, che corrisponde a un calo del 12% rispetto al periodo pre-crisi.
- Questo dipende da un lato dagli ospiti che aspettano di prenotare a causa della situazione epidemiologica, dall'altro dagli svizzeri che viaggiano sempre più spesso all'estero.
- Una ripresa sostenibile è quindi realistica, soprattutto nelle città, solo per il 2023.

## Panoramica generale: prevista stagnazione della ripresa, almeno fino al mese di febbraio



## Quota di ospiti nazionali ancora elevata e mercati lontani ancora molto deboli

Che percentuale di ospiti si aspetta dai seguenti paesi di provenienza per i mesi invernali da dicembre 2021 a febbraio 2022?

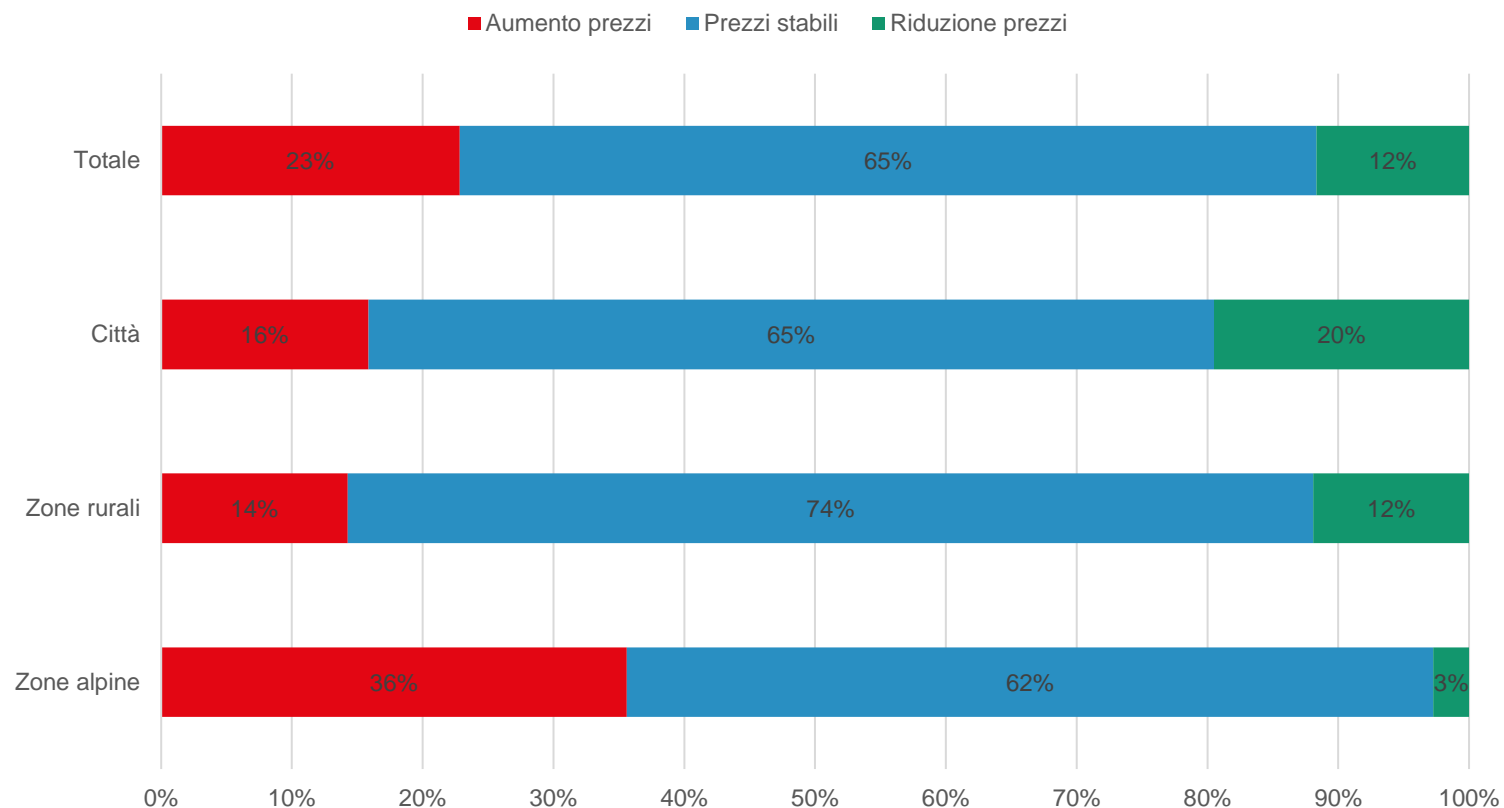


- L'elevata quota di ospiti svizzeri, che è riuscita ad ammortizzare leggermente la crisi, subisce una leggera contrazione.
- In compenso si prevede una ripresa della domanda dai mercati vicini.
- La domanda dalla Cina continua a rimanere praticamente nulla, almeno fino alla conclusione delle Olimpiadi invernali a fine febbraio.
- Il presupposto per una ripresa sostenibile dei mercati vicini e l'attrazione dei mercati lontani è una situazione epidemiologica stabile.

Risposte (n)	Inverno 21/20	Inverno 20/19
Altre	47	49
Stati del Golfo	43	42
Cina	34	42
USA	52	54
Resto d'Europa	76	64
Gran Bretagna	59	56
Italia	59	55
Francia	72	67
Germania	107	86
Svizzera	121	96

## Prezzi ancora bassi nelle città

Ha adeguato i prezzi per la stagione invernale (a confronto con il prezzo dei pernotti della stagione invernale 2020/2021)?



- Dopo la riduzione dei prezzi, che oltre il 40% delle aziende ha dovuto applicare nell'ultima stagione, si prevede un mantenimento dei prezzi per i mesi invernali (al livello più basso).
- Nelle città, dove l'anno scorso due terzi delle aziende ha dovuto ridurre i prezzi, un'azienda su quattro ha dovuto ridurre ulteriormente i prezzi rispetto all'anno precedente.
- Ciò dimostra la precarietà della situazione del turismo urbano.

Risposte (n)	
Totale	197
Città	73
Zone rurali	42
Zone alpine	82

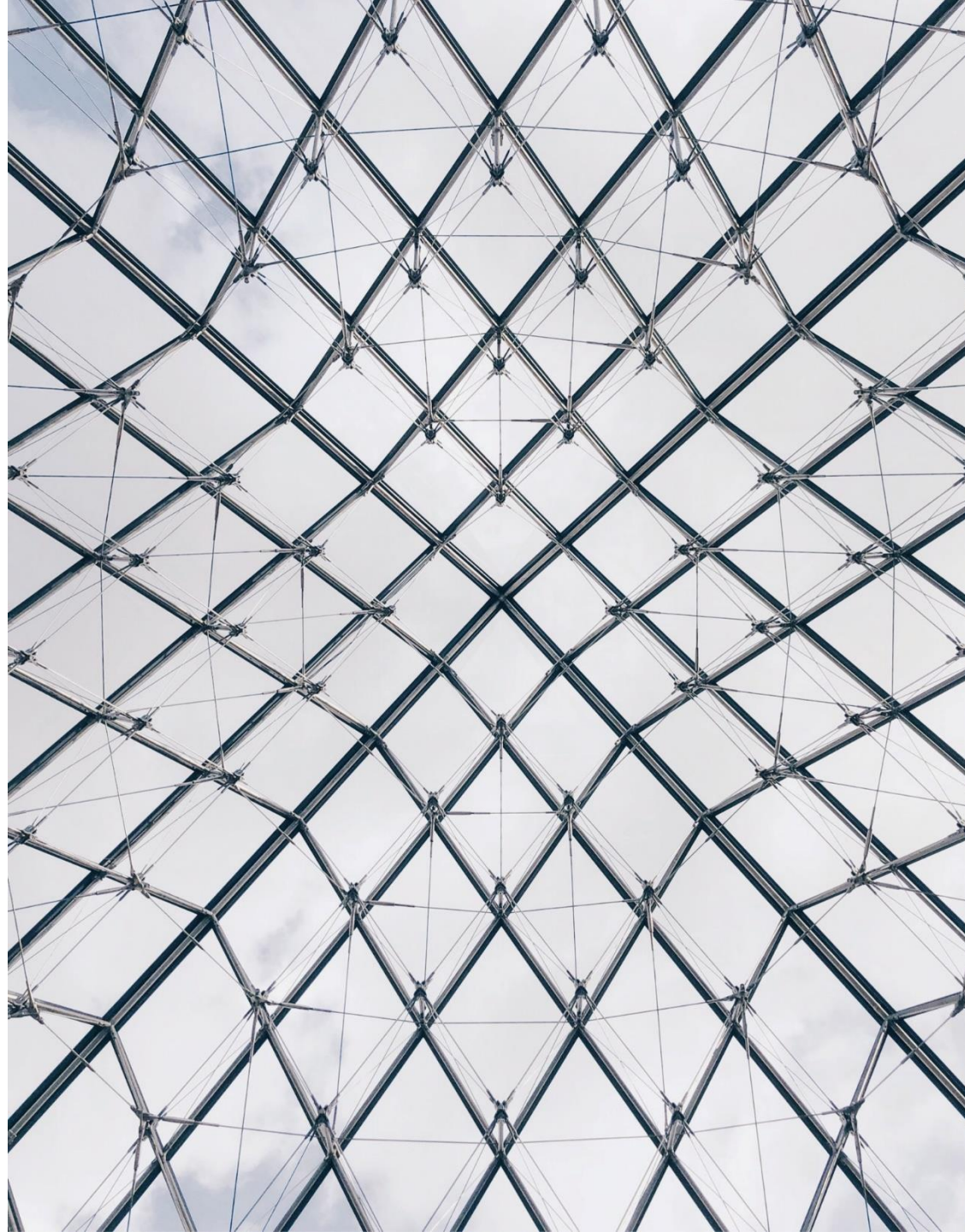
### 3. Risanamento energetico





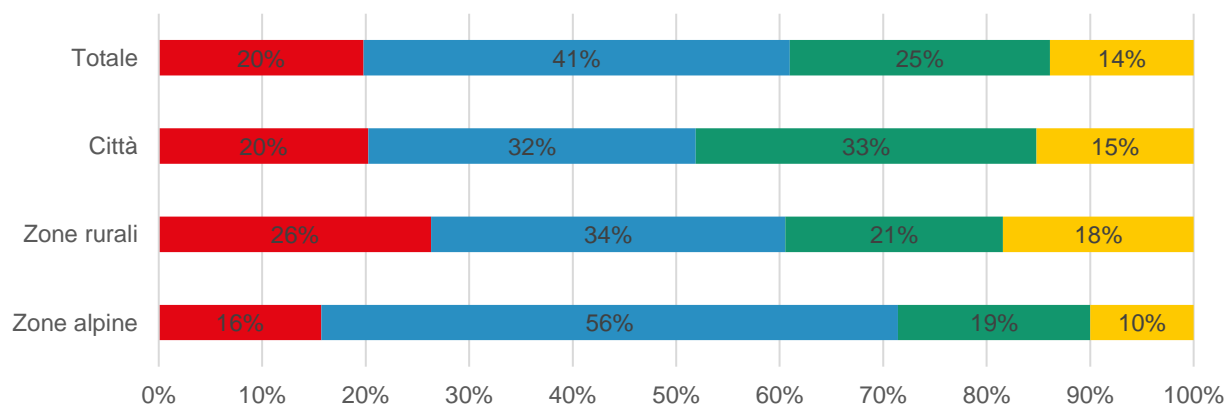
## Summary: risanamento energetico

- Mentre la ripresa sostenibile procede solo lentamente, gli investimenti di molte aziende continuano ad essere inferiori rispetto a quelli del periodo pre-crisi. Tuttavia, nell'attuale fase di precarietà, è importante passare dalla garanzia di liquidità a investimenti sostenibili in qualità e infrastrutture, ad esempio nell'ambito dei risanamenti energetici.
- L'indagine rileva un grande interesse da parte delle aziende in questo campo. Tuttavia, solo un'azienda su cinque ha realizzato un risanamento energetico completo. Oltre alla capacità finanziaria, le ragioni più frequenti per non affrontare l'argomento sono il mancato accesso a programmi di incentivo e i relativi ostacoli, ma anche caratteristiche specifiche del settore come la protezione dei monumenti storici.
- Il Parlamento ha incaricato il Consiglio federale di avviare un programma speciale per i risanamenti energetici, che deve essere elaborato rapidamente e rispondere alle esigenze del settore.



## Grande interesse per i risanamenti energetici, ma solo un'azienda su cinque ha realizzato un risanamento energetico completo

La sua azienda è stata risanata sul piano energetico (ammodernamento di un edificio per ridurre al minimo il consumo di energia per riscaldamento, acqua calda e aerazione)?



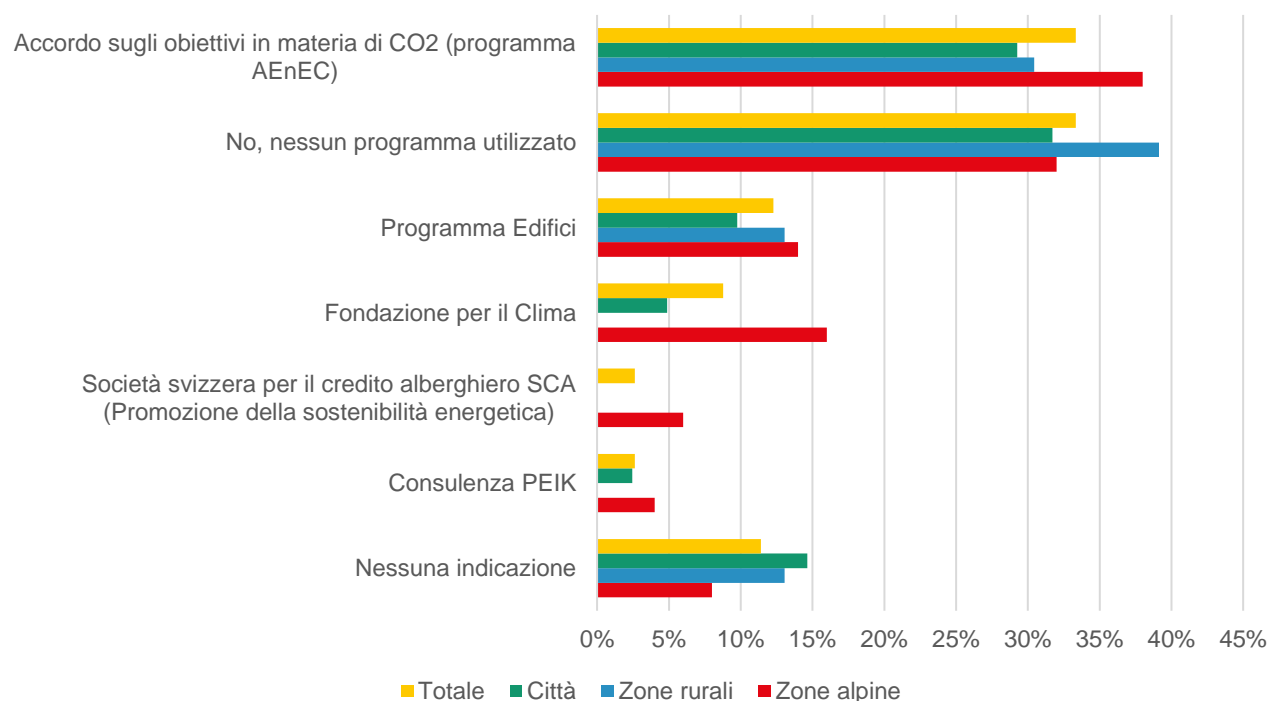
- Sì, abbiamo realizzato un risanamento energetico completo (intervento completo riscaldamento, acqua calda e aerazione)
- Sì, abbiamo realizzato un risanamento energetico completo (intervento completo riscaldamento, acqua calda e aerazione)
- No, ma abbiamo già effettuato una consulenza energetica (check-up energetico)
- No, non abbiamo ancora affrontato l'argomento

Risposte (n)	
Totale	187
Città	79
Zone rurali	38
Zone alpine	70

- Delle aziende intervistate, solo una su cinque ha realizzato un risanamento energetico completo.
- Ciononostante, l'interesse per gli interventi di risanamento energetico è notevole e meno del 15% delle aziende non si è ancora confrontato con quest'argomento.
- La percentuale di aziende che hanno attuato risanamenti energetici quantomeno parziali è più alta nelle regioni alpine, dove raggiunge il 56%. Tuttavia, sempre in queste regioni si registra la percentuale più bassa di aziende che hanno realizzato un risanamento energetico completo.

## Solo un terzo delle aziende che ha realizzato risanamenti quantomeno parziali ha beneficiato di un programma di incentivazione AEnEC

Nell'ambito del risanamento energetico ha utilizzato offerte e/o programmi di incentivazione dell'Ufficio federale dell'energia o di altri enti?

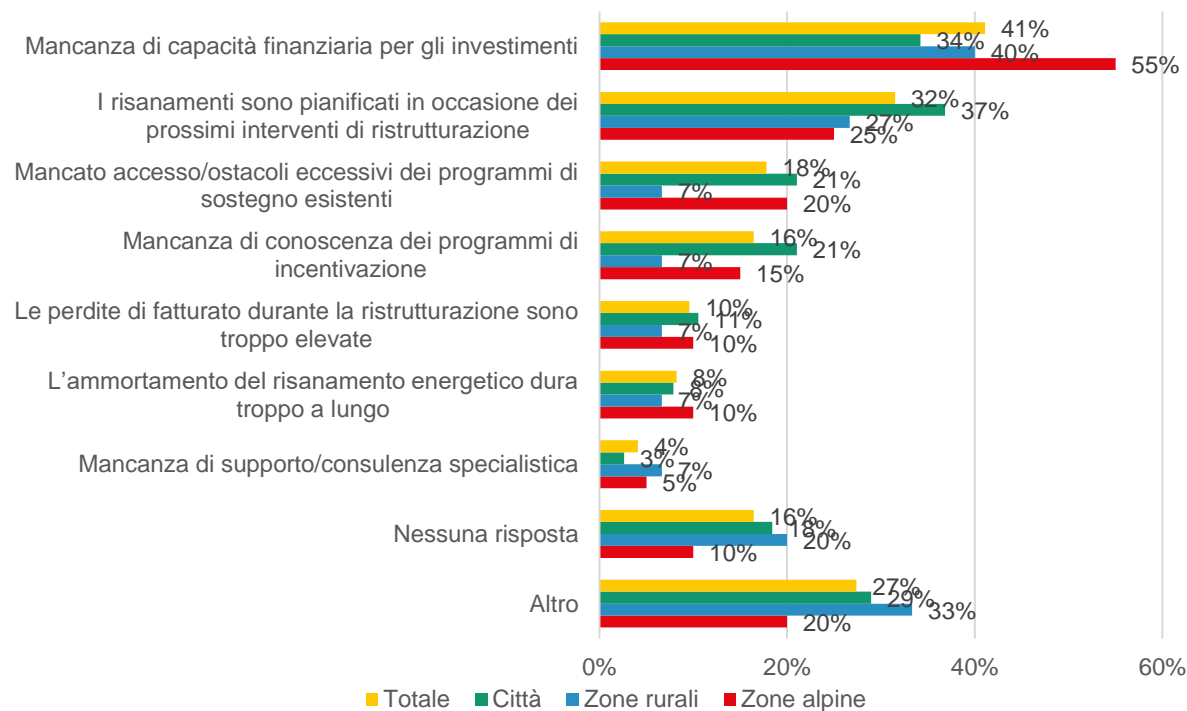


Risposte (n)	
Totale	114
Città	41
Zone rurali	23
Zone alpine	50

- Il programma AEnEC è di gran lunga il più utilizzato. Circa un terzo delle aziende risanate dal punto di vista energetico ha partecipato a questo programma.
- Il Programma Edifici, la Fondazione per il Clima e il programma PEIK sono ancora poco utilizzati.
- In questo ambito la consulenza della SCA non viene praticamente utilizzata.

# La mancanza di accesso ai programmi di incentivazione e i relativi ostacoli sono tra i motivi più frequenti per cui non vengono realizzati risanamenti energetici

Se non avete ancora effettuato una riqualificazione energetica: Quali sono le ragioni?



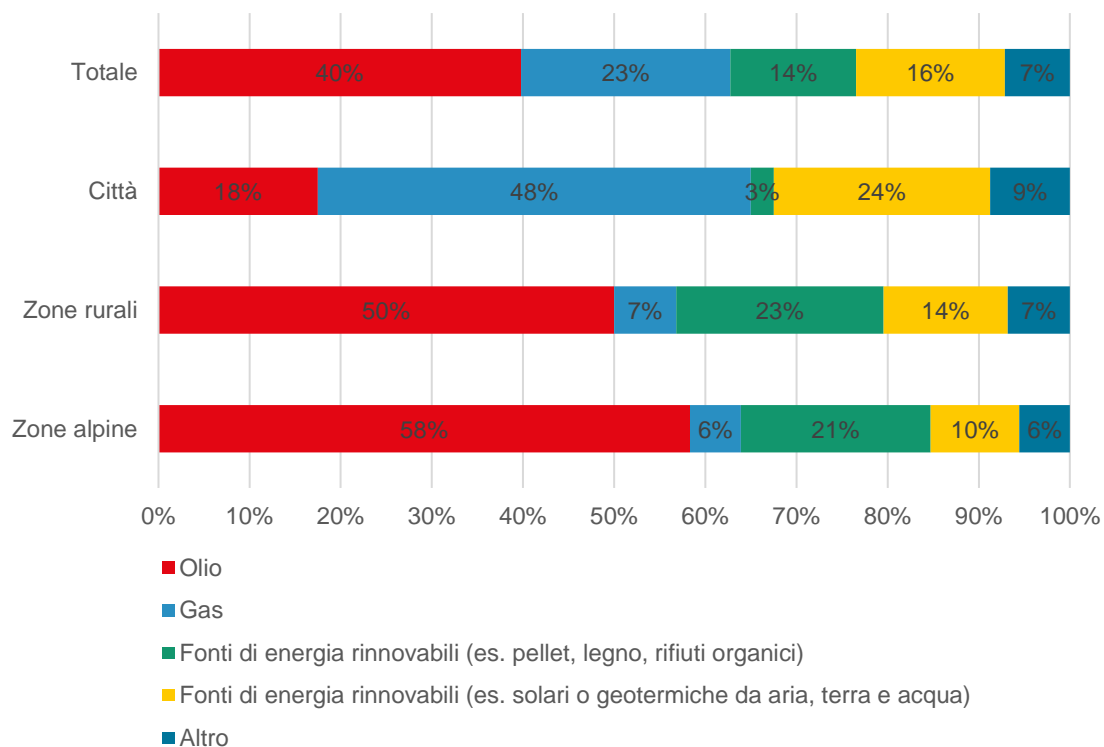
Risposte (n)	
Totale	73
Città	38
Zone rurali	15
Zone alpine	20

Menzionato soprattutto alla voce «Altro»
Edificio classificato come monumento storico
Protezione dei monumenti storici
Ristrutturare edifici sotto tutela dei monumenti storici è difficile
Edificio classificato come monumento storico

- Più di un'azienda su due della regione alpina dichiara di non aver ancora effettuato un risanamento energetico per mancanza di capacità finanziaria.
- Inoltre, gli ostacoli sono elevati: a rendere difficoltosi i risanamenti energetici sono le perdite di fatturato dovute alla chiusura temporanea dell'azienda, la rumorosità dei cantieri o la mancanza di accesso, nonché gli elevati requisiti dei programmi di incentivazione esistenti e della protezione dei monumenti storici.

## Quota di petrolio e gas praticamente uguale nelle zone urbane e rurali-alpine

Al momento quale fonte energetica utilizza prevalentemente per riscaldare?



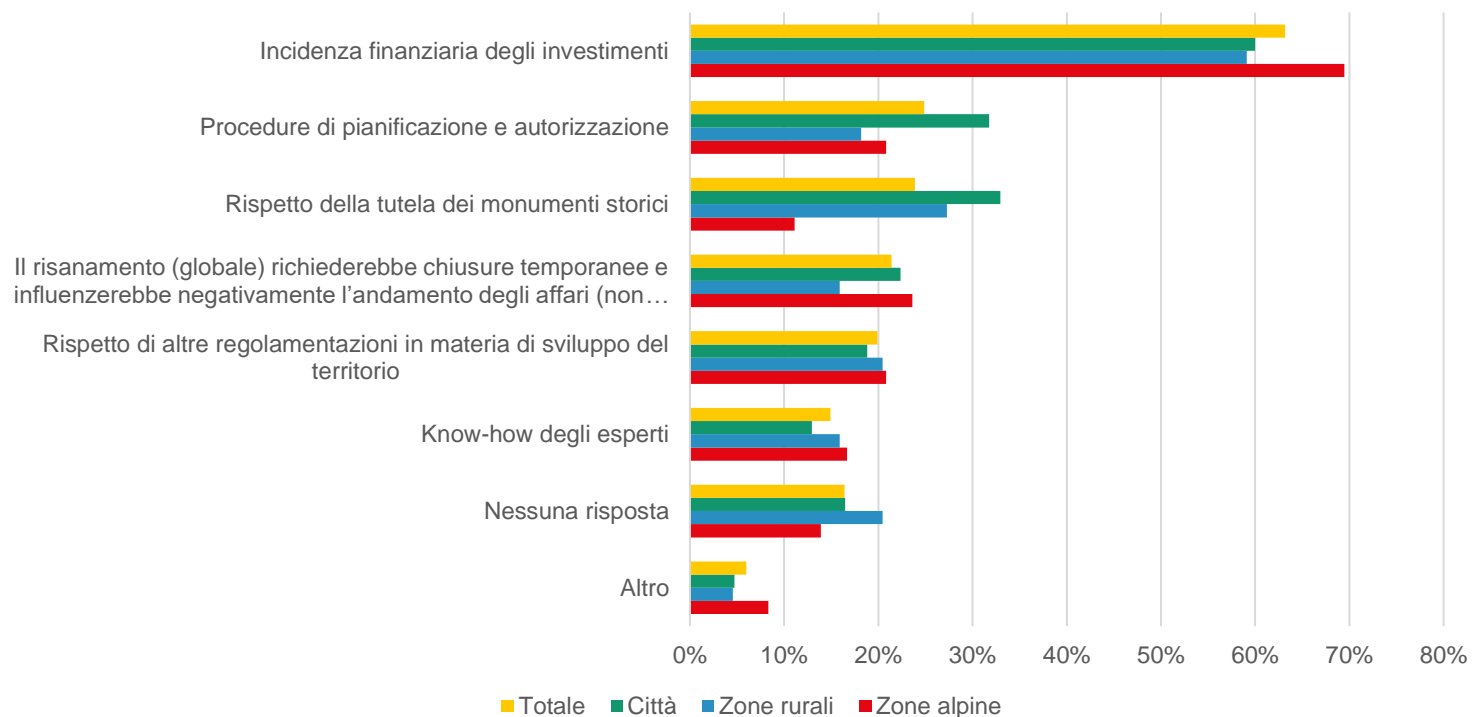
Risposte (n)	
Totale	196
Città	80
Zone rurali	44
Zone alpine	72

Esempi «Altro»	
Elettricità	(4 risposte)
Teleriscaldamento	(6 volte)

- La quota di petrolio e gas è del 66% nelle aree urbane, del 64% nelle zone alpine e del 57% nelle zone rurali.
- Soprattutto nelle regioni alpine, la quota di aziende che riscaldano principalmente a olio è molto alta (58%). Le città hanno invece una quota elevata di aziende che riscaldano per lo più a gas.
- Le differenze tra le zone urbane e quelle alpine potrebbero essere dovute, tra l'altro, alla mancanza di collegamenti e di accessi.

# Dopo gli oneri finanziari, le procedure di approvazione e la protezioni dei monumenti storici sono i principali ostacoli per i risanamenti energetici

Quali sono, secondo lei, i maggiori ostacoli nel campo delle riqualificazioni energetiche?



- Complessivamente, quasi due aziende su tre hanno indicato l'onere finanziario degli investimenti come un ostacolo per il risanamento energetico.
- Questo fattore sembra centrale soprattutto nelle regioni alpine.
- Quasi un partecipante al sondaggio su quattro considera la protezione dei monumenti un ostacolo al risanamento energetico.
- Quest'ostacolo viene percepito con maggiore evidenza nelle aree urbane con un consenso di un terzo.

Risposte (n)	
Totale	196
Città	80
Zone rurali	44
Zone alpine	72

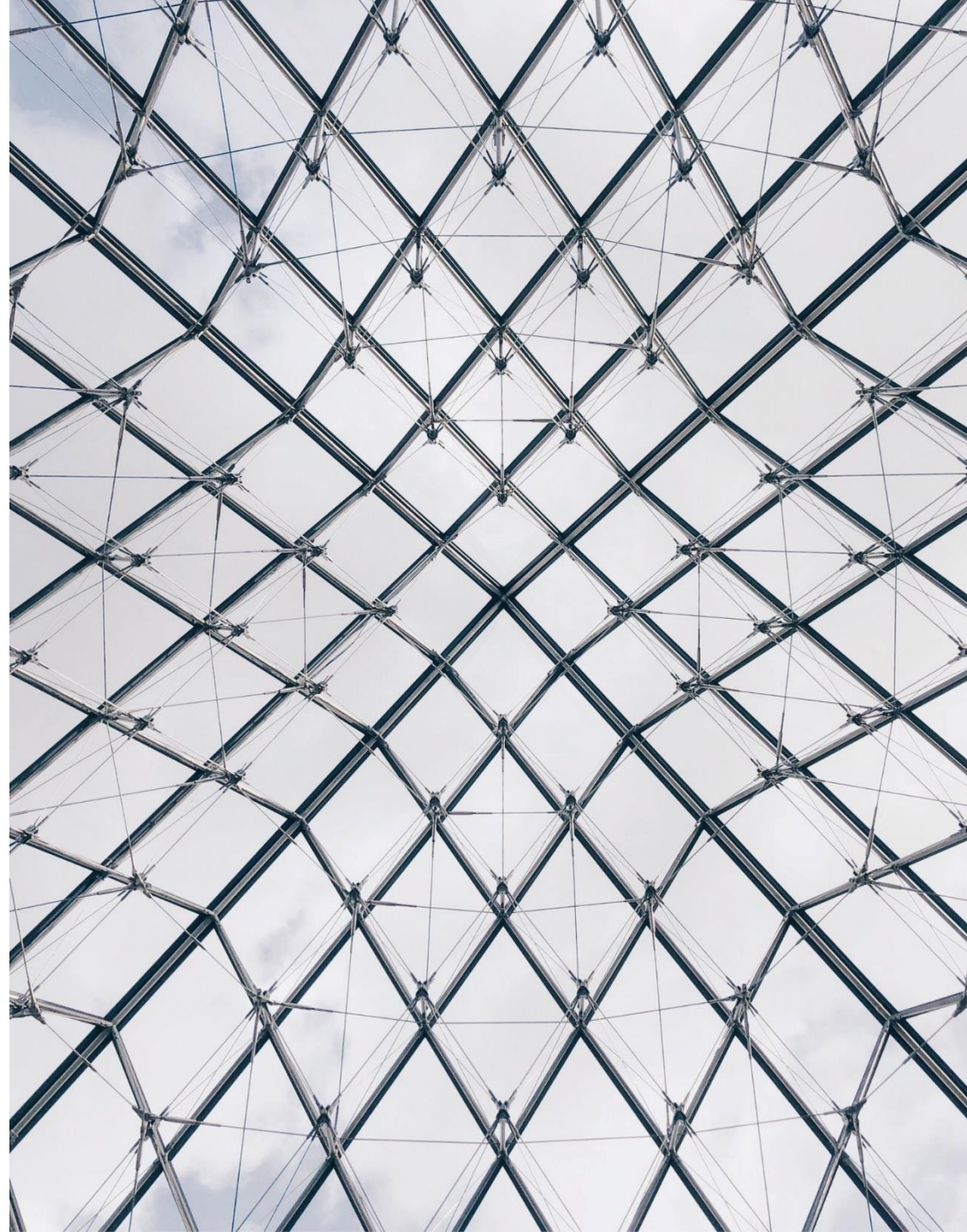
Esempi «Altro»
Disponibilità di energie alternative
Carenza di artigiani

## 4. Crediti Covid



## Summary I: crediti Covid

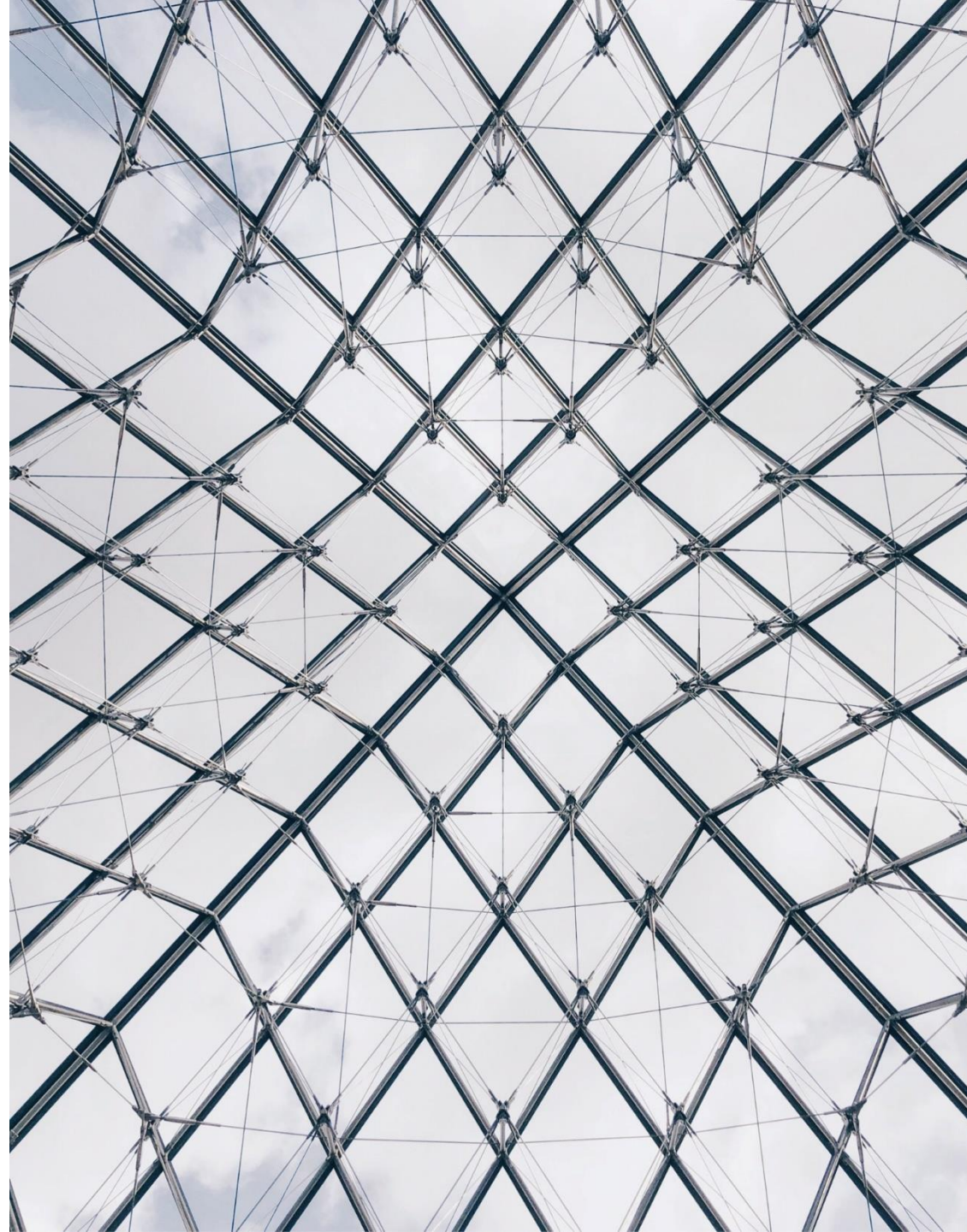
- Circa il 60% delle aziende intervistate ha ottenuto un credito Covid. È interessante notare che la percentuale più elevata (quasi il 70%) si registra nelle regioni alpine. È possibile che i crediti siano stati ottenuti all'inizio della crisi, quando l'incertezza era molto elevata, e non siano stati sempre effettivamente utilizzati.
- Originariamente l'ammortamento dei crediti sarebbe dovuto iniziare nel 2021. Per oltre un terzo delle aziende intervistate è effettivamente così. Tra queste, però, potrebbero esserci anche aziende che non hanno mai utilizzato il credito.



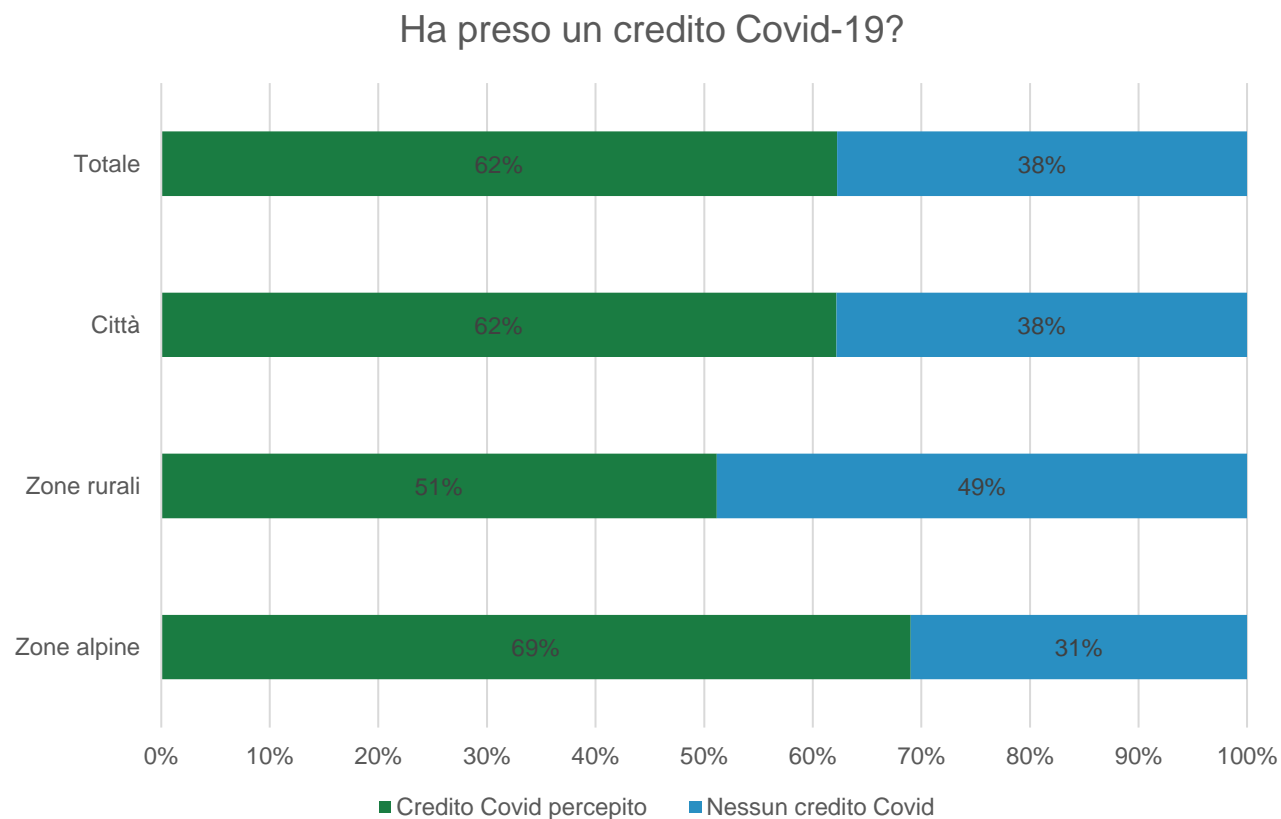


## Summary II: crediti Covid

- La raccomandazione dell'Associazione dei banchieri di posticipare l'inizio degli ammortamenti al 2022 sembra aver dato i suoi frutti. Alla luce dell'attuale incertezza e del fatto che nel 40% delle aziende il rimborso dei crediti impedisce gli investimenti, chiediamo un'ulteriore flessibilizzazione degli ammortamenti.
- Quando è stato lanciato il programma di credito nel 2020, la durata e l'entità della crisi non erano chiare. Alla luce di questo, è opportuno concedere alle aziende più tempo per il rimborso.



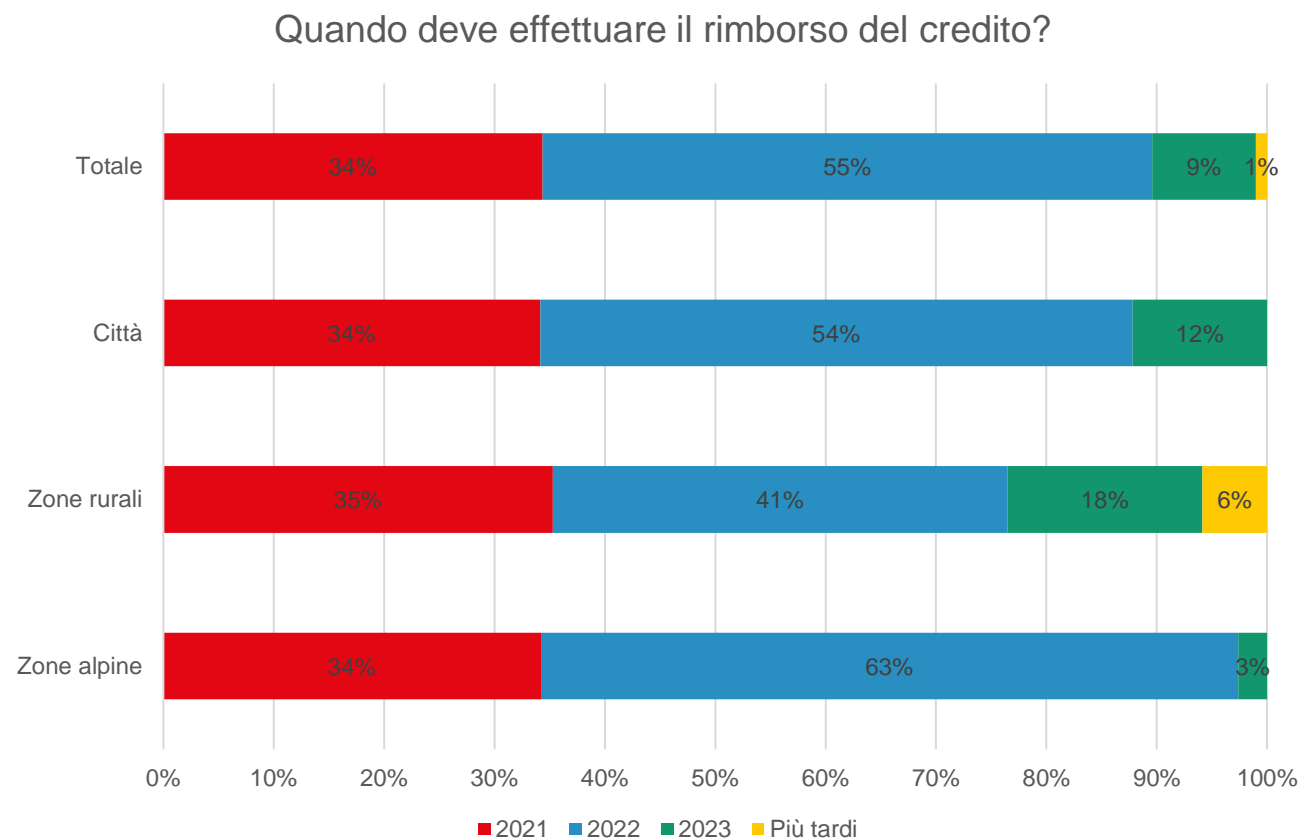
## Nelle regioni alpine richiesti più crediti Covid



- Nelle regioni alpine la percentuale di aziende che hanno beneficiato di un credito Covid è più alta e raggiunge il 69%.
- La percentuale più bassa riguarda le zone rurali, con il 51%. La percentuale nelle aree urbane è del 62%.
- Sorprende vedere che la percentuale più alta di crediti riscossi riguardi le regioni alpine perché queste zone hanno superato meglio la crisi e in parte ne hanno addirittura beneficiato. Tuttavia non è chiaro se i crediti ricevuti siano stati effettivamente utilizzati.

Risposte (n)	
Totale	196
Città	82
Zone rurali	43
Zone alpine	71

## Oltre un terzo delle aziende ha già iniziato a rimborsare i crediti Covid

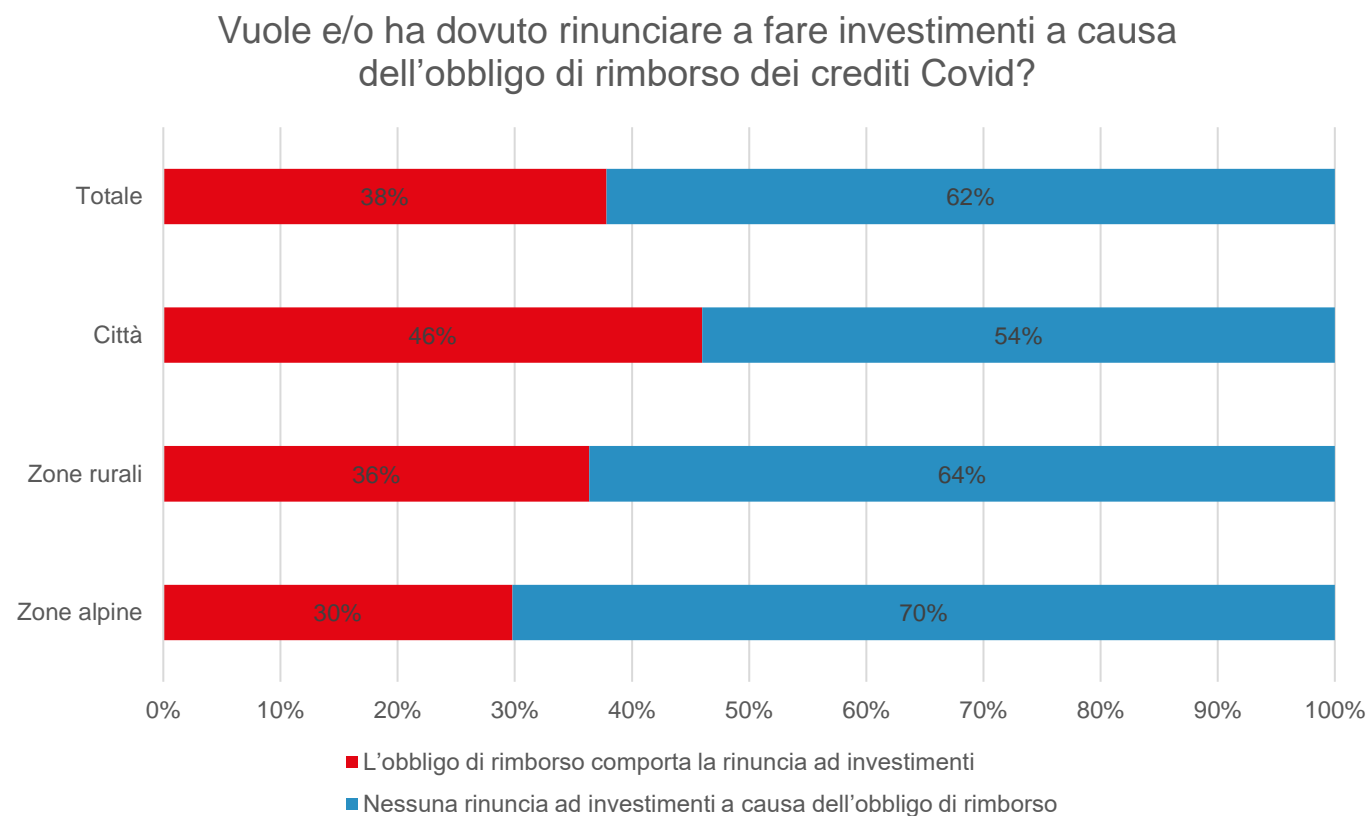


- Complessivamente, un terzo delle aziende ha già iniziato a rimborsare i crediti. A questo proposito, le differenze tra le regioni sono minime.
- Balza all'occhio il fatto che nelle zone rurali e urbane una quota del 12-18% inizierà il rimborso solo nel 2023.
- Questa percentuale è nettamente inferiore nelle regioni alpine dove riguarda solo il 3% delle aziende. Ciò potrebbe essere dovuto, tra l'altro, ai minori effetti della crisi in queste regioni.

Risposte (n)

Totale	96
Città	41
Zone rurali	17
Zone alpine	38

## Nelle città l'obbligo di rimborso dei fondi Covid impedisce gli investimenti quasi in un caso su due



- Nelle città l'obbligo di rimborso comporta un rinvio degli investimenti in quasi un caso su due.
- Nelle regioni alpine questa percentuale, pari al 30% delle aziende, è nettamente più bassa e riflette ancora una volta il fatto che queste regioni abbiano superato meglio la crisi, sebbene non senza danni.
- Le zone rurali sono a metà con il 36%.

Risposte (n)	
Totale	119
Città	41
Zone rurali	17
Zone alpine	38

## 5. Campagna di sensibilizzazione alla vaccinazione



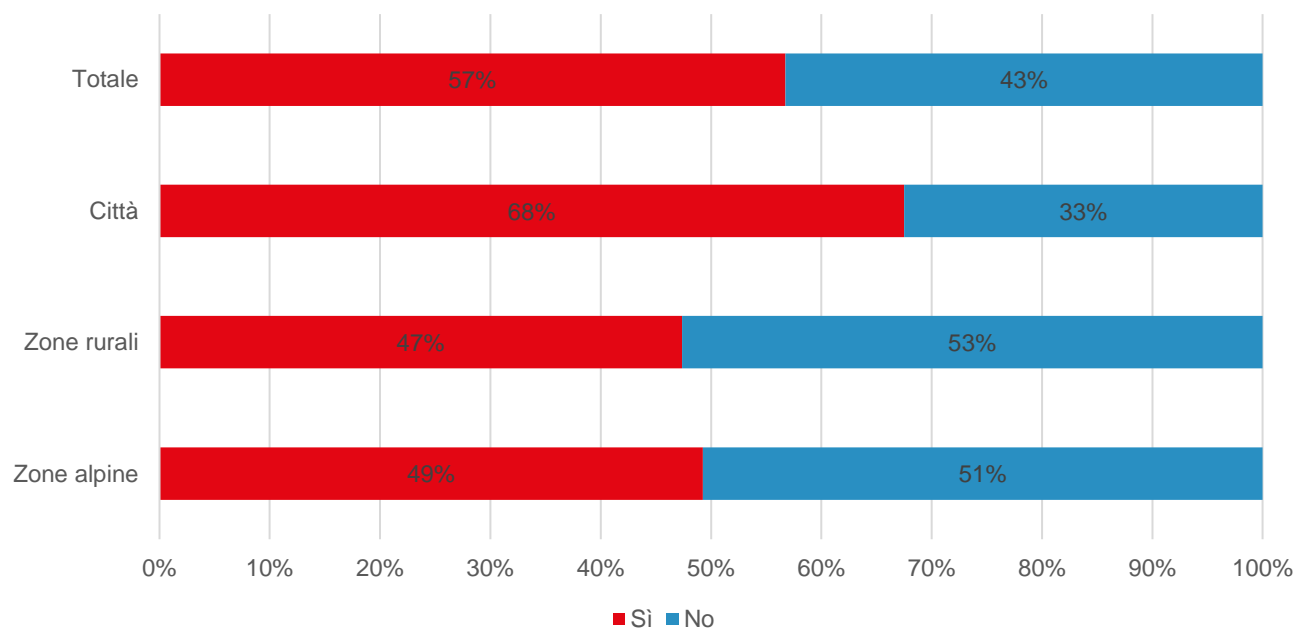
## Summary: campagna di vaccinazione

- La grande maggioranza delle aziende intervistate (90%) ha partecipato alla campagna di sensibilizzazione del personale condotta da HotellerieSuisse e si è avvalsa degli strumenti messi a disposizione (manifesti, scheda informativa consigli per la vaccinazione, modello di lettera per il personale).
- In tutta la Svizzera, le aziende stimano un tasso medio di vaccinazione dei collaboratori pari all'80%.
- Essendo nettamente superiore alla media della popolazione, il risultato è soddisfacente. In questo modo il settore si assume le proprie responsabilità e contribuisce a garantire agli ospiti un'esperienza di vacanza sicura.



## Gli strumenti di sensibilizzazione al vaccino sono stati attivamente utilizzati; nelle città ne hanno fatto uso addirittura 7 aziende su 10

Ha utilizzato i diversi strumenti (manifesti, scheda informativa consigli per la vaccinazione, modello di lettera per il personale) nell'ambito della campagna di sensibilizzazione vaccinale?

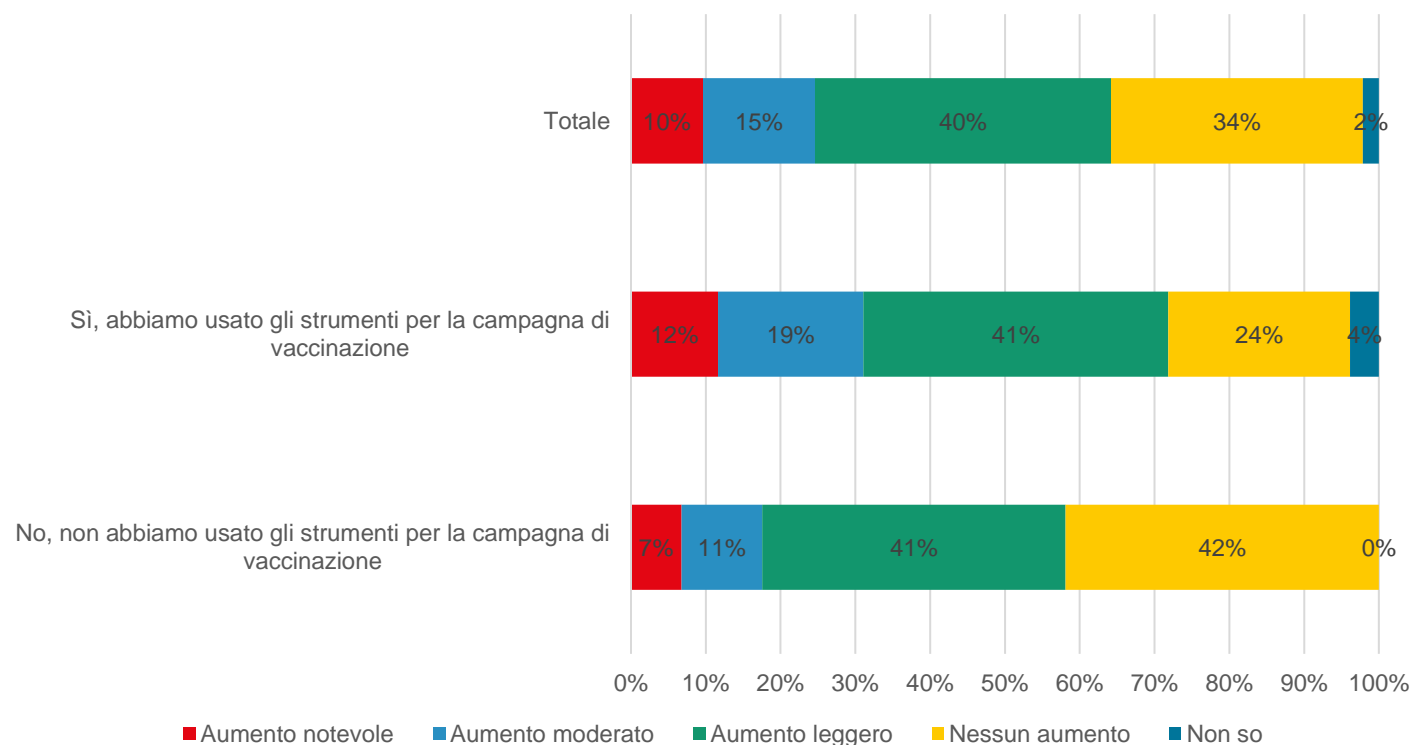


- Oltre la metà delle aziende (57%) ha utilizzato gli strumenti per sensibilizzare alla vaccinazione i propri collaboratori.
- Nelle zone rurali (47%) e nelle zone alpine (49%) questa percentuale è inferiore rispetto alle città, dove quasi 7 aziende su 10 hanno utilizzato tali strumenti.

Risposte (n)	
Totale	201
Città	85
Zone rurali	44
Zone alpine	71

## Utilizzo degli strumenti per la sensibilizzazione al vaccino correlato all'aumento percepito del tasso di vaccinazione

Qual è l'andamento della quota di vaccinazioni nella sua azienda dall'inizio di settembre (momento della campagna)?



- Le aziende che hanno utilizzato gli strumenti della campagna di vaccinazione registrano un aumento percepito della quota di vaccinazioni dovuto alla stessa campagna.
- Tra le aziende che hanno utilizzato gli strumenti, il 31% afferma che il tasso di vaccinazione è più che lievemente aumentato.
- L'impatto della campagna è quindi notevole. HotellerieSuisse ha tenuto fede alla responsabilità di aumentare il tasso di vaccinazione.

Risposte (n)

Totale	187
Sì, utilizzati	103
No, non utilizzati	74

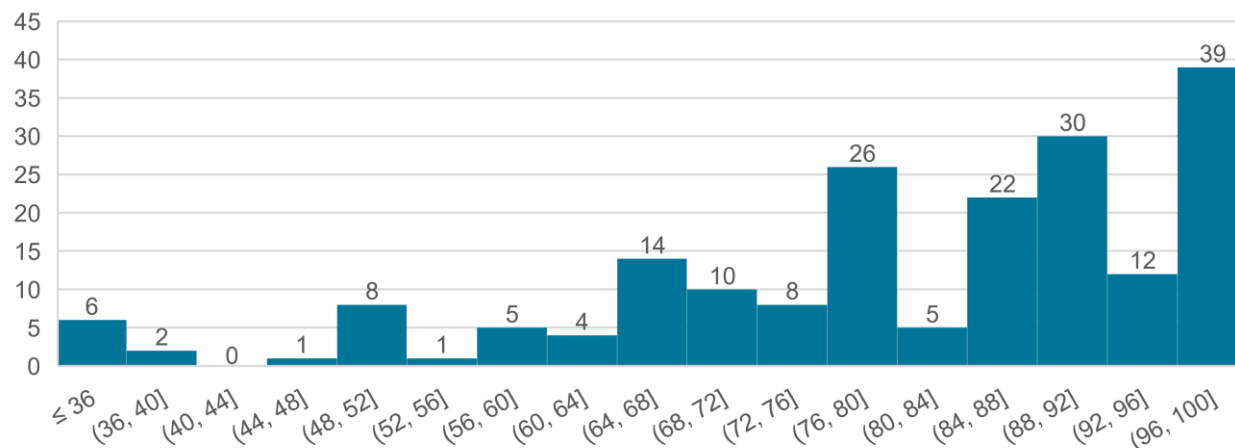


# In tutta la Svizzera, le aziende stimano un tasso medio di vaccinazione dei propri collaboratori pari all'80%

Come valuta l'attuale tasso di vaccinazione dei suoi collaboratori?

	Valore medio	Numero	Numero aziende con 100%
Totale	80,24%	193	31 (16%)
Zone urbane	84,08%	84	12 (14%)
Zone rurali	78,83%	40	9 (23%)
Zone alpine	76,38%	69	10 (14%)

Distribuzione



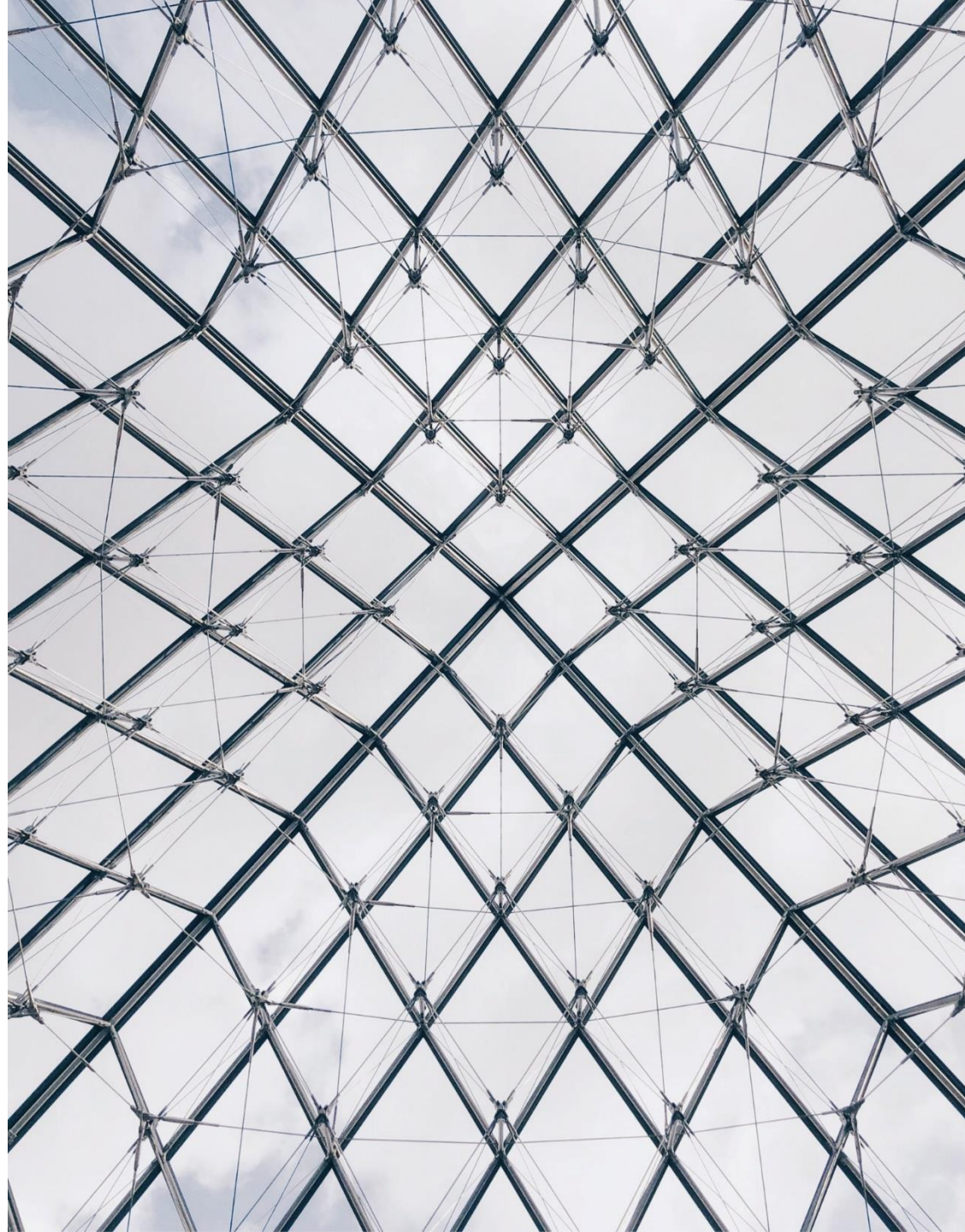
- Le aziende intervistate stimano un tasso medio di vaccinazione dei propri collaboratori pari all'80%. Questo dato è nettamente superiore alla media svizzera.
- La percentuale è leggermente più elevata nelle città che nelle zone rurali-alpine. Tale risultato rispecchia la realtà dell'intera società.

## 6. Certificato Covid



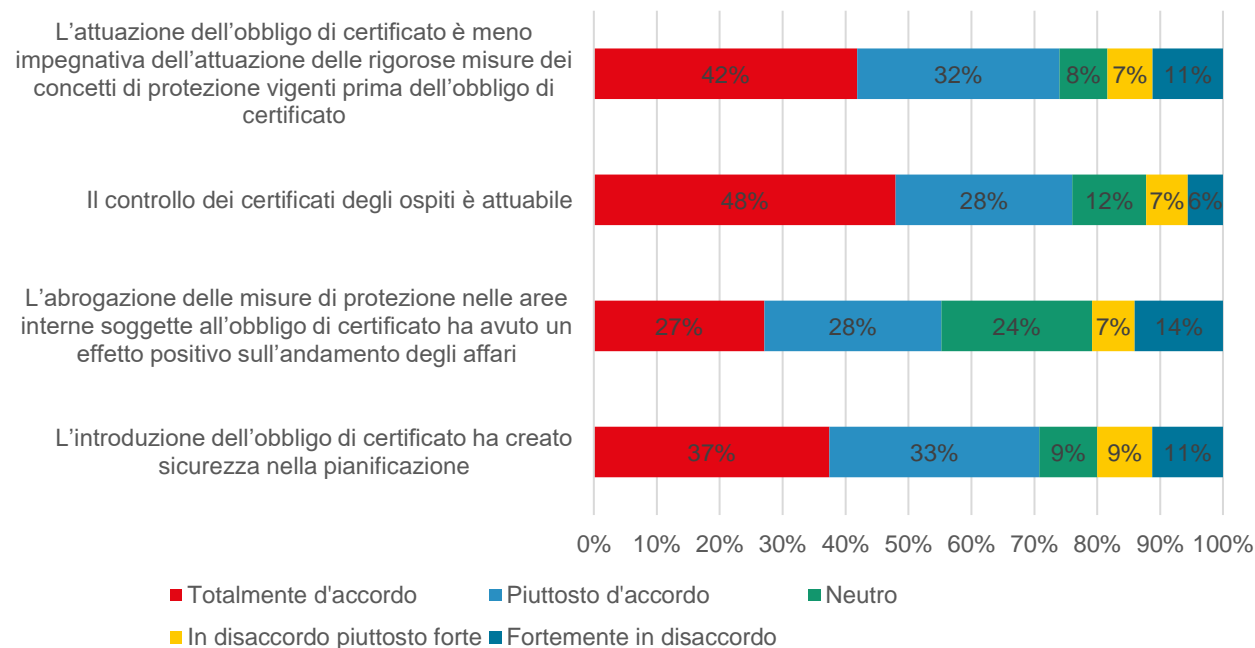
## Summary I: certificato Covid e struttura degli ospiti 3G

- L'abolizione della maggior parte delle misure di protezione nelle aree interne, possibile grazie all'introduzione del certificato Covid, ha influito positivamente sull'andamento degli affari delle aziende intervistate su tutto il territorio svizzero.
- Gli intervistati stimano che circa l'80% degli ospiti sia vaccinato o guarito. A tal proposito occorre ricordare come molti ospiti che devono sottoporsi al test rinuncino all'albergo o al ristorante.
- Inoltre, durante la stagione invernale le aziende generano fatturato con numerosi piccoli eventi e occasioni di ritrovo. Anche in questo caso si possono supporre cancellazioni dovute ai test a pagamento, con conseguenti effetti negativi sull'andamento degli affari.



# Il certificato Covid è ampiamente accettato dalle aziende alberghiere

In che misura si trova d'accordo con la seguente affermazione?

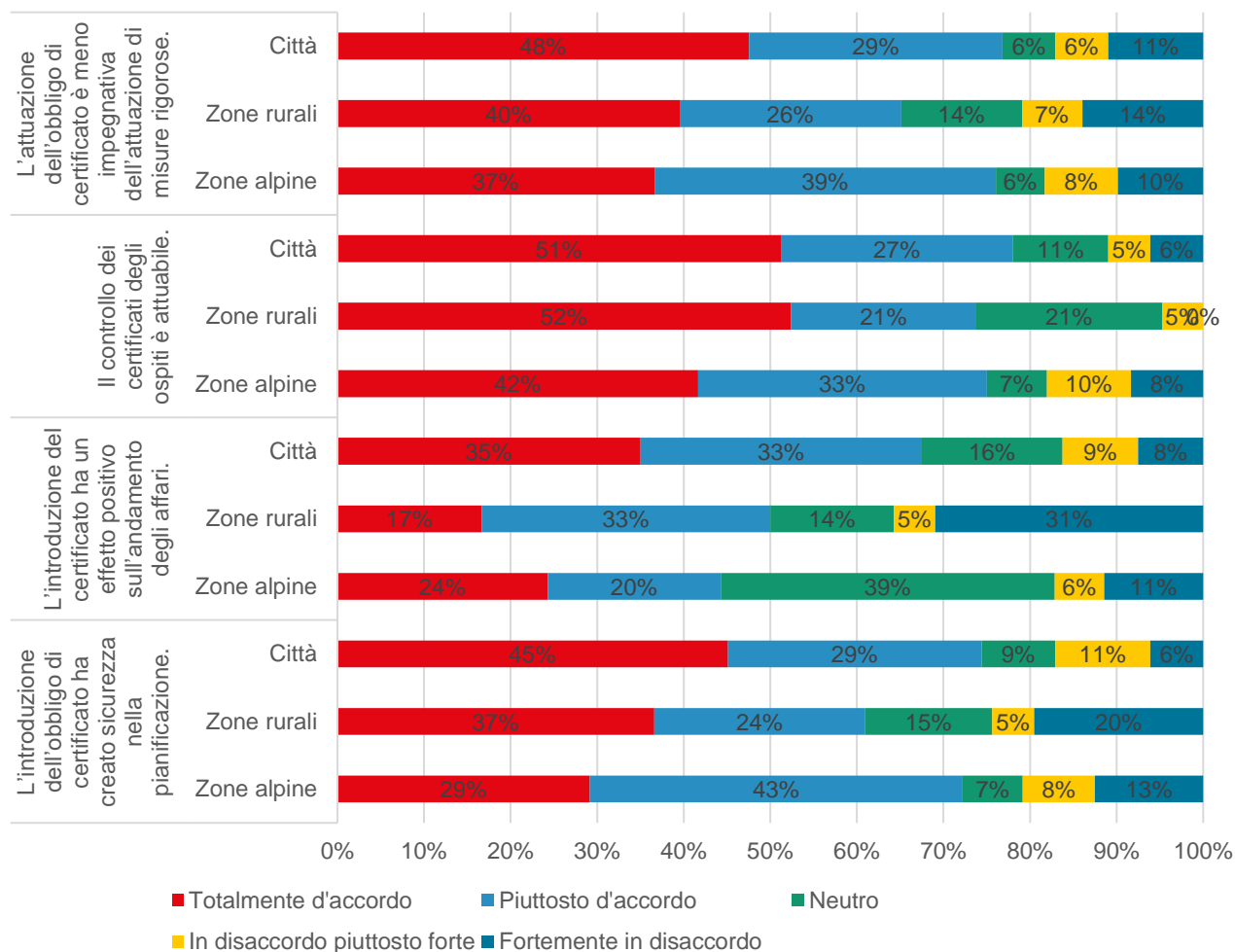


- Quasi tre quarti degli intervistati preferiscono l'obbligo di certificato alle rigide misure di protezione.
- Lo stesso numero di intervistati ritiene che le attività di controllo siano realizzabili.
- Il 70% degli intervistati afferma che l'introduzione dell'obbligo di certificato ha aumentato la sicurezza di pianificazione.

Risposte (n)	
A1	196
A2	196
A3	192
A4	195

# Nelle zone rurali l'obbligo di certificato ha comportato più difficoltà che nelle città

In che misura sei d'accordo con le seguenti affermazioni?



- Per quanto riguarda la valutazione dell'obbligo di certificato si osservano differenze regionali.
- In particolare, le aziende delle regioni rurali hanno subito perdite a causa dell'obbligo di certificato, mentre le aziende di città valutano l'obbligo di certificato per lo più positivamente.

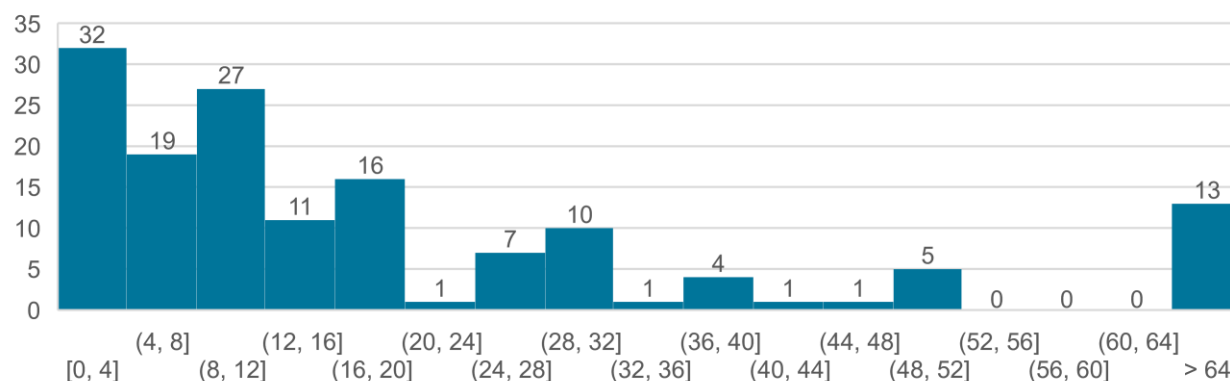
Risposte (n)		
A1	Città	72
	Zone rurali	42
	Zone alpine	82
A2	Città	82
	Zone rurali	42
	Zone alpine	72
A3	Città	80
	Zone rurali	42
	Zone alpine	70
A4	Città	82
	Zone rurali	41
	Zone alpine	72

# La maggior parte degli ospiti che pernottano è vaccinata o guarita

Può indicare quanti dei suoi ospiti non sono né vaccinati né guariti?

	Valore medio	Numero	Numero 0%
Totale	20,1%	148	12
Zona urbana	20,8%	61	5
Zona rurale	23,3%	29	2
Zona alpina	17,7%	58	10

Distribuzione



- Le aziende intervistate stimano che attualmente l'80% degli ospiti sia vaccinato o guarito.
- A questo proposito occorre ricordare che molti ospiti che devono sottoporsi a test rinunciano del tutto a dormire in albergo o andare al ristorante.
- Le aziende delle regioni rurali-alpine, ad esempio, registrano perdite per l'assenza di ospiti a causa dell'obbligo di certificato.

## Stesso quadro per gli ospiti F&B: la maggior parte è vaccinata o guarita

Può indicare quanti dei suoi ospiti del settore F&B (gastronomia) non sono né vaccinati né guariti?

	Valore medio	Numero	Numero 0%
Totale	17,3%	121	24 (20%)
Zone urbane	13,0%	46	13 (28%)
Zone rurali	20,06%	24	6 (25%)
Zone alpine	19,6%	51	5 (10%)

- Nel settore F&B, oltre l'80 % degli ospiti è vaccinato o guarito.
- Ulteriori spiegazioni alla slide precedente.

Distribuzione

