

Indagine sulla valutazione della situazione

Condotta dal 5 al 10 ottobre 2022 tra i soci e le socie di HotellerieSuisse



1. Retrospectiva Stagione estiva 2022



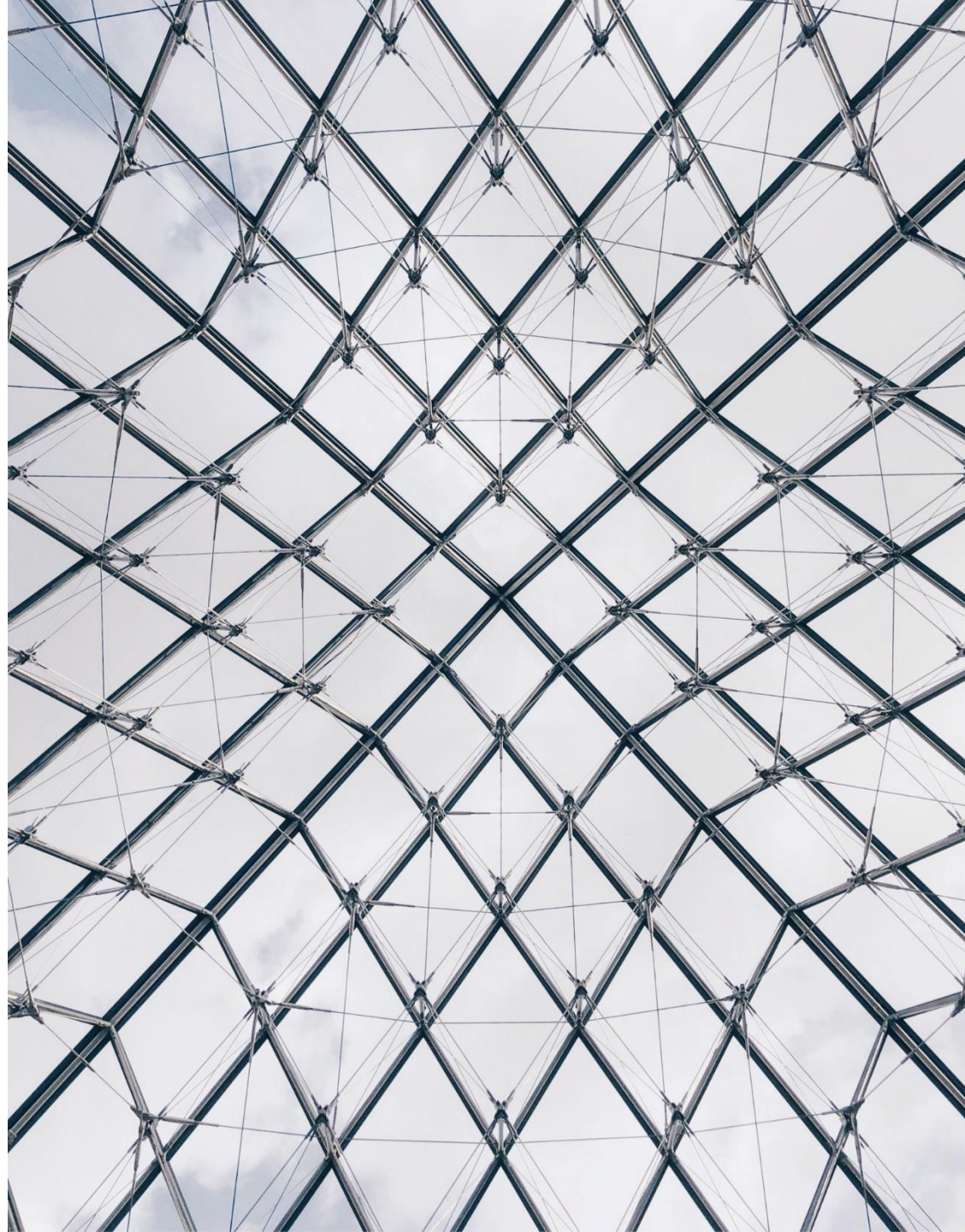
Summary: Stagione estiva 2022

Panoramica dei risultati

- In termini di fatturato, il settore alberghiero svizzero ha vissuto un'estate perlopiù prospera. La maggior parte delle aziende è riuscita ad aumentare il proprio fatturato rispetto all'anno precedente.
- La percentuale delle imprese con un aumento del fatturato è particolarmente elevata nelle città (83%).
- Nel confronto con il periodo pre-crisi, un terzo delle imprese dei grandi centri ha un fatturato più basso e un terzo un giro d'affari più elevato.
- In totale, solo un'azienda su quattro dichiara di aver realizzato un fatturato inferiore a quello registrato prima della crisi.

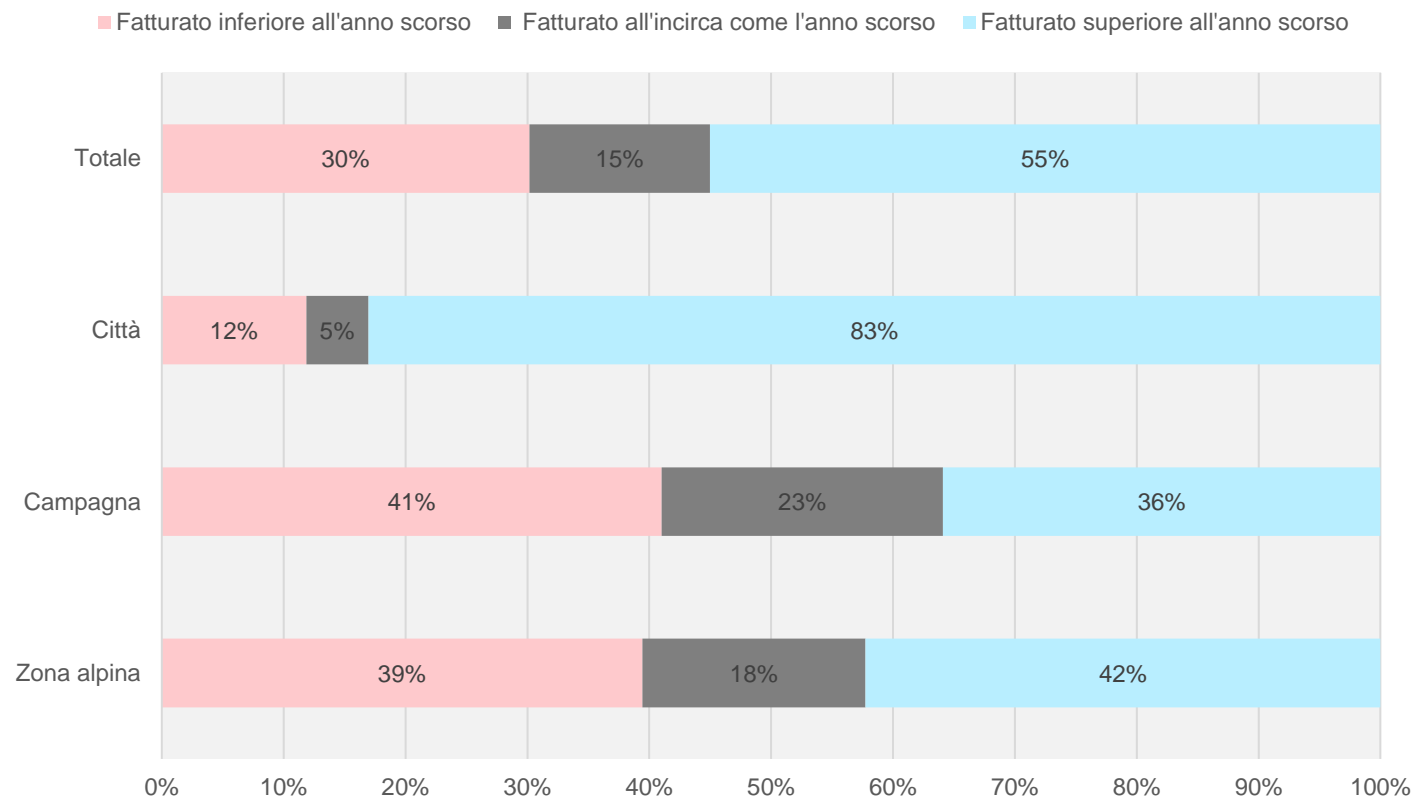
Inquadramento

In termini di fatturato, il settore alberghiero svizzero ha registrato un'ulteriore ripresa. La statistica della ricettività turistica dell'UST conferma il trend. Nel confronto tra maggio-agosto 2022 e lo stesso periodo del 2019 manca solo il 3% delle bed night. Rispetto all'anno precedente, le bed night sono aumentate del 27%.



Stagione estiva 2022 Confronto con l'anno precedente: la maggior parte delle aziende registra un aumento del fatturato

Confronto con l'anno precedente: come classifica il fatturato della sua attività nella scorsa stagione estiva (da maggio a ottobre 2022)?



Risultati

Il 55% delle aziende ha raggiunto un fatturato maggiore rispetto all'anno scorso. Questa percentuale è molto elevata soprattutto nelle città, dove arriva all'83%. È invece più bassa nelle destinazioni di vacanza classiche, dove si attesta intorno al 42 e 36%. Solo una minoranza ha realizzato un fatturato inferiore rispetto all'anno precedente.

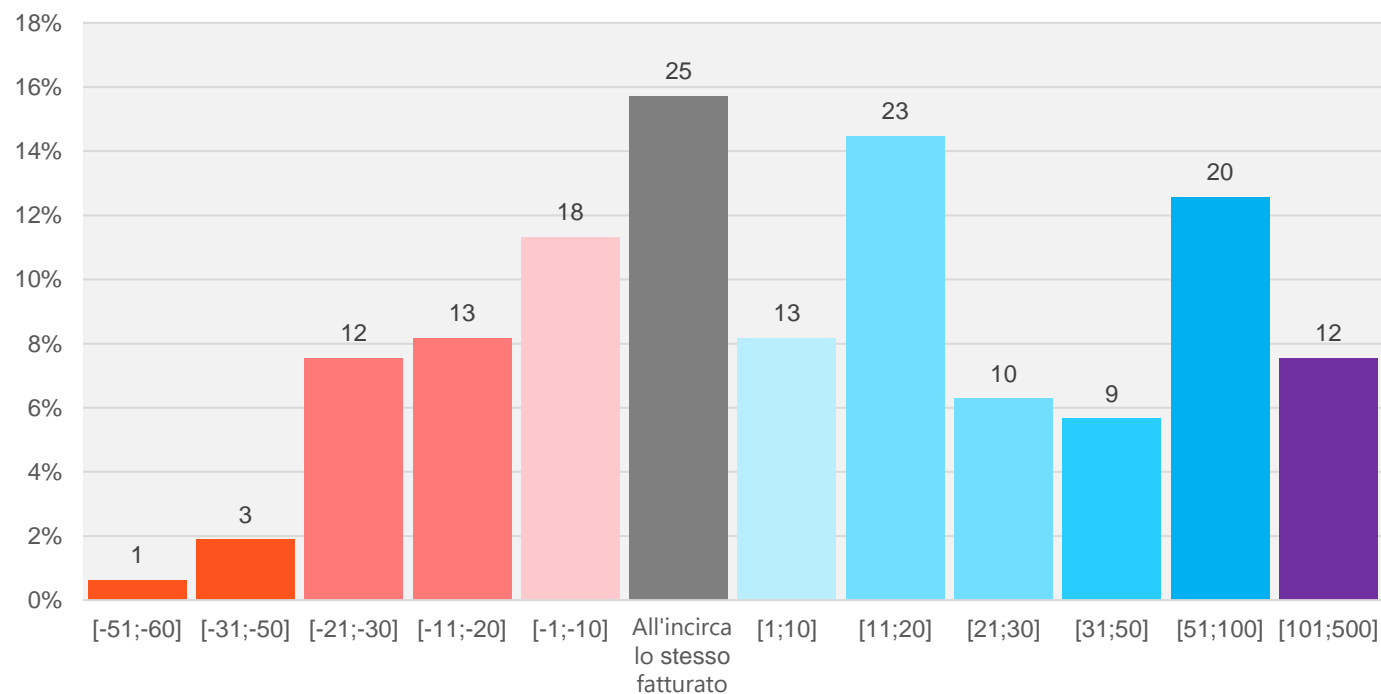
Interpretazione

A causa della pandemia, il fatturato è stato basso soprattutto nelle città e nelle altre destinazioni frequentate da un'alta percentuale di ospiti intercontinentali. Il miglioramento dei risultati è dovuto alla ripresa.

Risposte (n)	
Totale	169
Città	59
Campagna	40
Zona alpina	71

Stagione estiva 2022 Confronto con l'anno precedente: aumento del fatturato di oltre il 10% per quasi la metà delle aziende

Fatturato nel confronto con l'anno precedente in percentuale:
distribuzione delle aziende
(n = 156)



Risultati

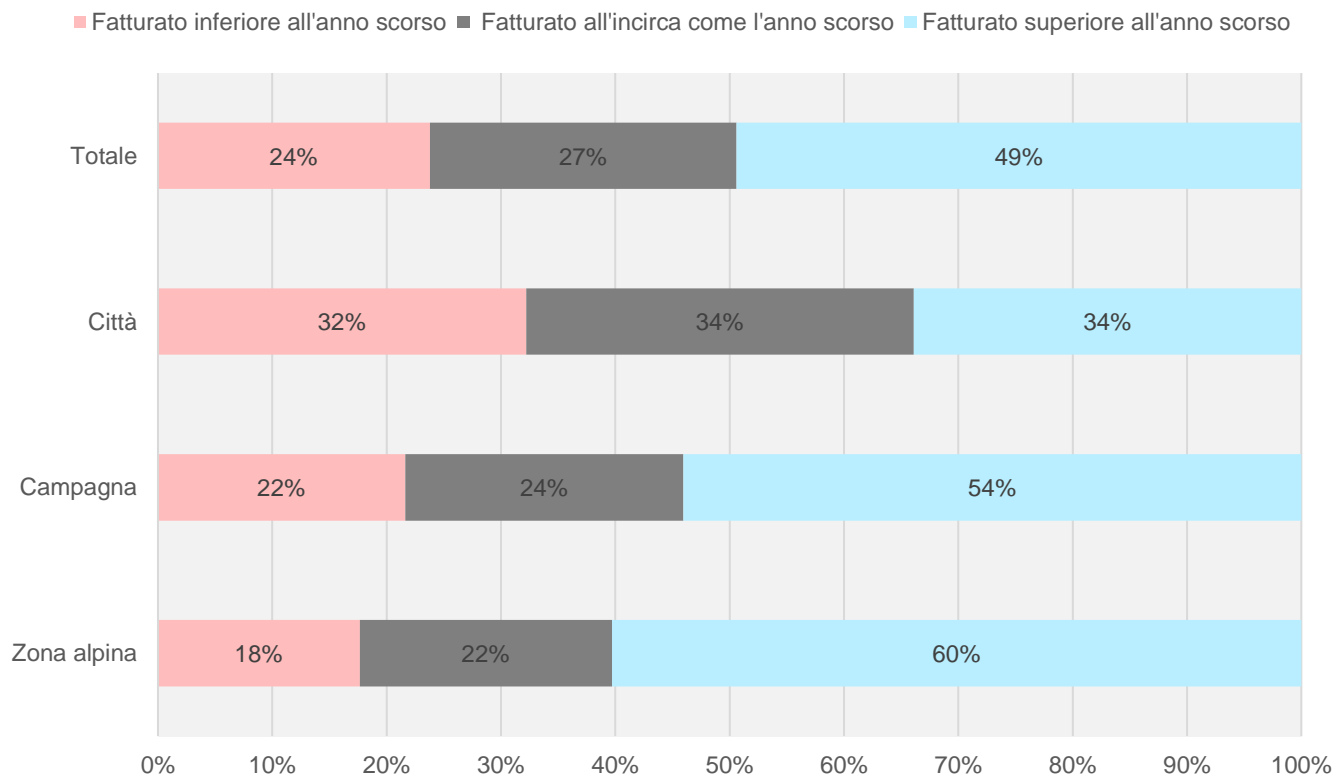
Quasi la metà delle aziende ha registrato un incremento di fatturato di oltre il 10% rispetto all'anno precedente. Per contro, la percentuale di quelle con un calo del fatturato superiore al 10% è inferiore a un quinto. Complessivamente 12 aziende, pari all'8%, sono riuscite a raddoppiare ampiamente il fatturato.

Interpretazione

La gamma di variazioni del fatturato rispetto all'anno precedente è molto ampia. Ciò è dovuto probabilmente alla diversa incidenza della pandemia da coronavirus nell'anno precedente.

Stagione estiva 2022 Confronto pre-crisi: quasi la metà delle aziende raggiunge almeno lo stesso fatturato di prima della crisi

Confronto pre-crisi: come classifica il fatturato della sua azienda nella scorsa stagione estiva (da maggio a ottobre 2022)?



Risultati

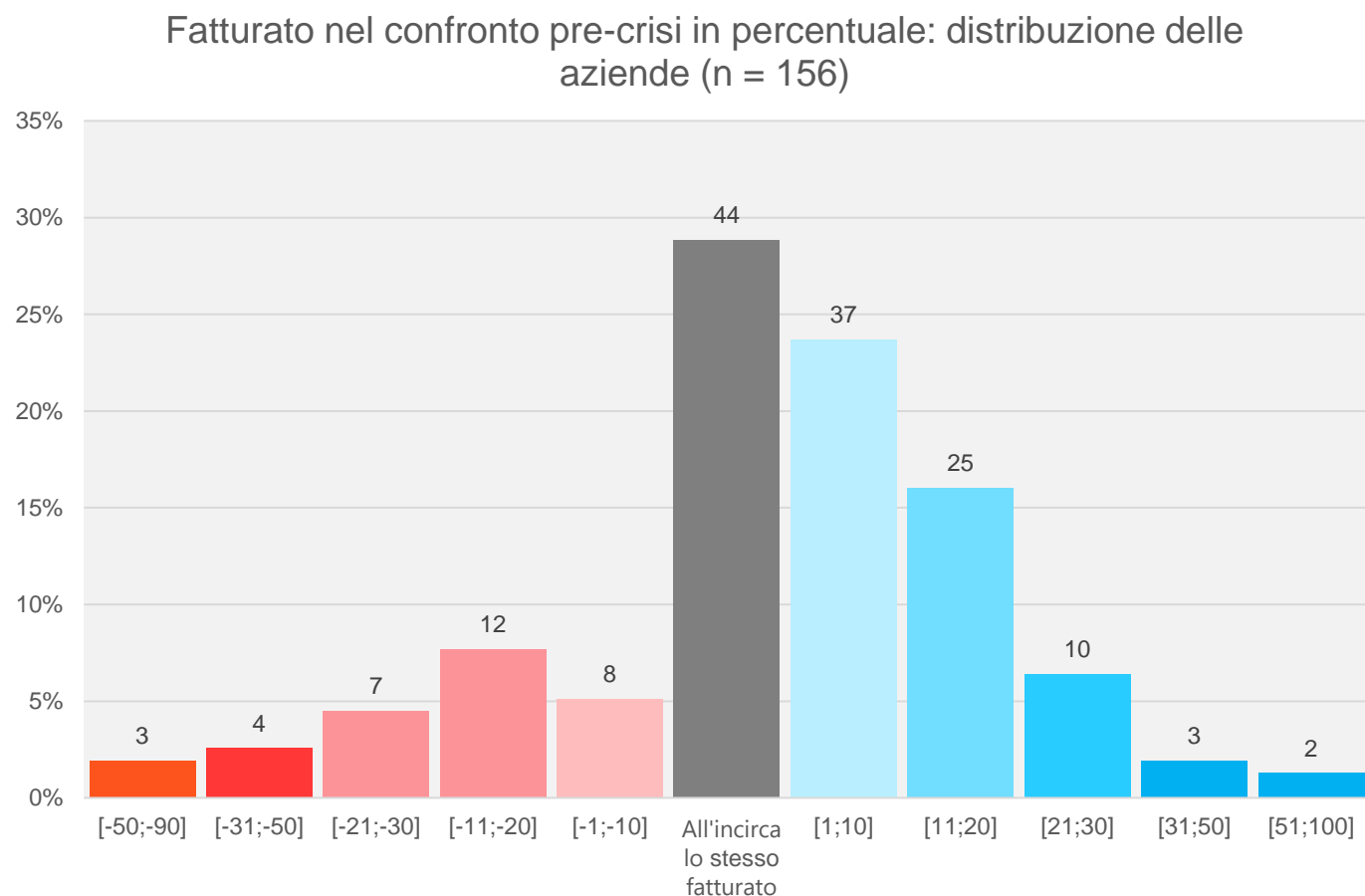
Quasi la metà delle aziende ha realizzato un fatturato superiore rispetto alla stagione estiva 2019, mentre solo un quarto ne ha registrato un calo. Nelle città le aziende con un fatturato in flessione, quelle con un fatturato uguale e quelle con un fatturato più elevato raggiungono rispettivamente una quota di un terzo circa. In compenso, la quota delle aziende con un fatturato più elevato è maggiore nelle zone alpine (60%) e nelle zone rurali (54%).

Inquadramento delle bed night secondo l'UST

Secondo la statistica della ricettività turistica dell'UST, nelle città risulta una flessione delle bed night del 5% nel confronto dei dati fino ad agosto 2022 e quelli del periodo maggio-agosto 2019. Tuttavia, lo scarto rispetto al periodo pre-crisi è diminuito costantemente.

Risposte (n)	
Totale	164
Città	59
Campagna	37
Zona alpina	68

Stagione estiva 2022 Confronto pre-crisi: per quasi un quarto delle aziende il fatturato è aumentato di oltre il 10%



Risultati

Rispetto a prima della crisi, un quarto delle aziende è riuscito ad aumentare il fatturato di oltre il 10% e un'impresa su dieci lo ha addirittura superato del 20%. Per contro, il 17% delle aziende ha registrato un calo superiore all'11%.

Inquadramento delle bed night secondo l'UST

Secondo la statistica della ricettività turistica dell'UST, nel confronto tra il periodo maggio 2022 e agosto 2022 e lo stesso periodo del 2019 manca il 3% delle bed night. Tuttavia, lo scarto rispetto al periodo pre-crisi è diminuito costantemente. Fino ad agosto la flessione era solo dello 0.3%.

2. Previsioni sulla stagione invernale



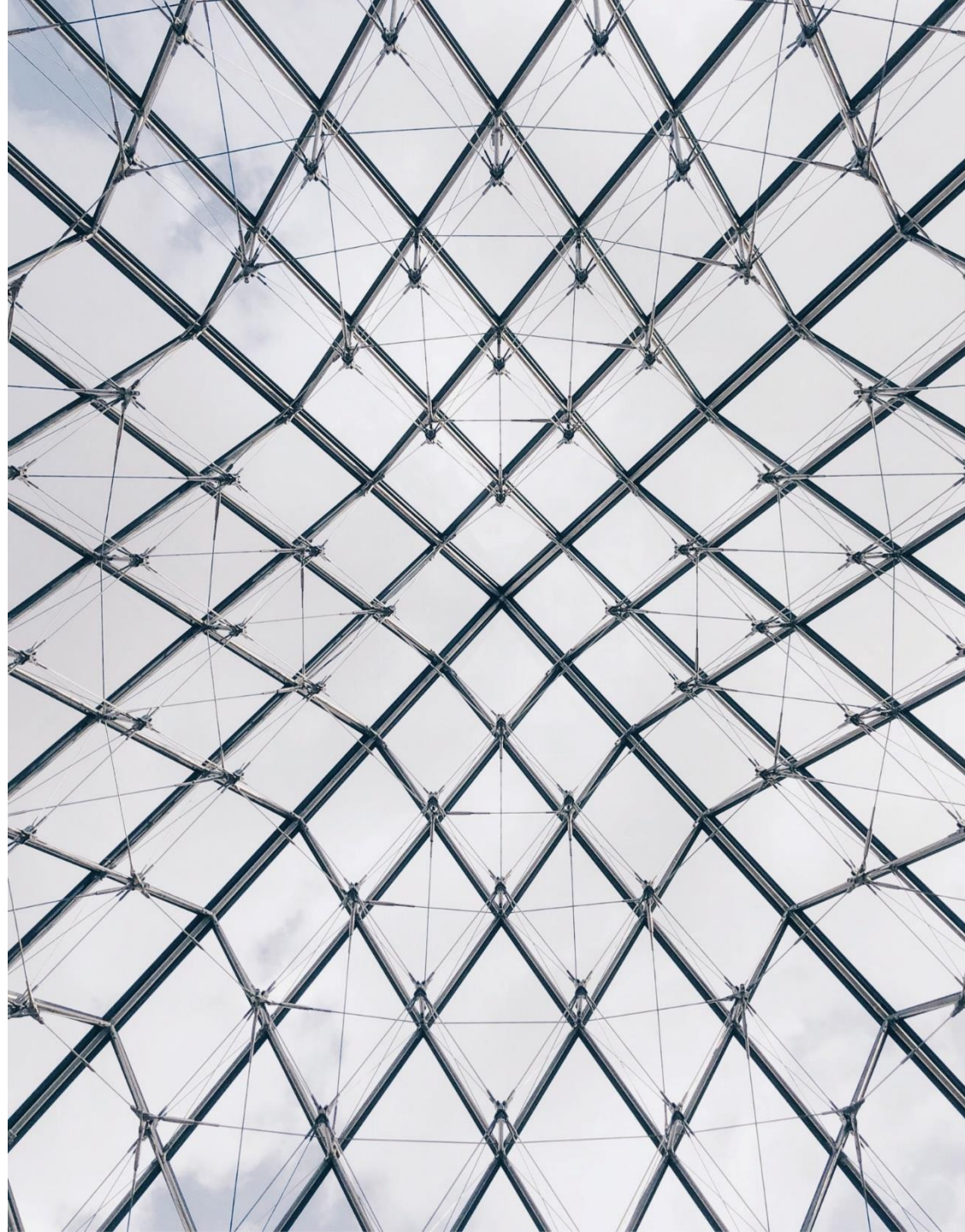
Summary: Previsioni sulla stagione invernale

Panoramica dei risultati

- La percentuale delle aziende che prevedono di raggiungere quest'inverno almeno il livello di fatturato pre-crisi supera il 50% in tutte le regioni. Il picco massimo (75%) è stato registrato nelle regioni alpine.
- Solo un'azienda su cinque si aspetta un fatturato inferiore rispetto all'anno precedente. Nelle città sono più di due terzi che prevedono di superarlo.
- Tre aziende su quattro hanno adeguato i loro prezzi rispetto all'anno precedente. Le cause sono l'aumento dei prezzi dell'energia e l'inflazione.

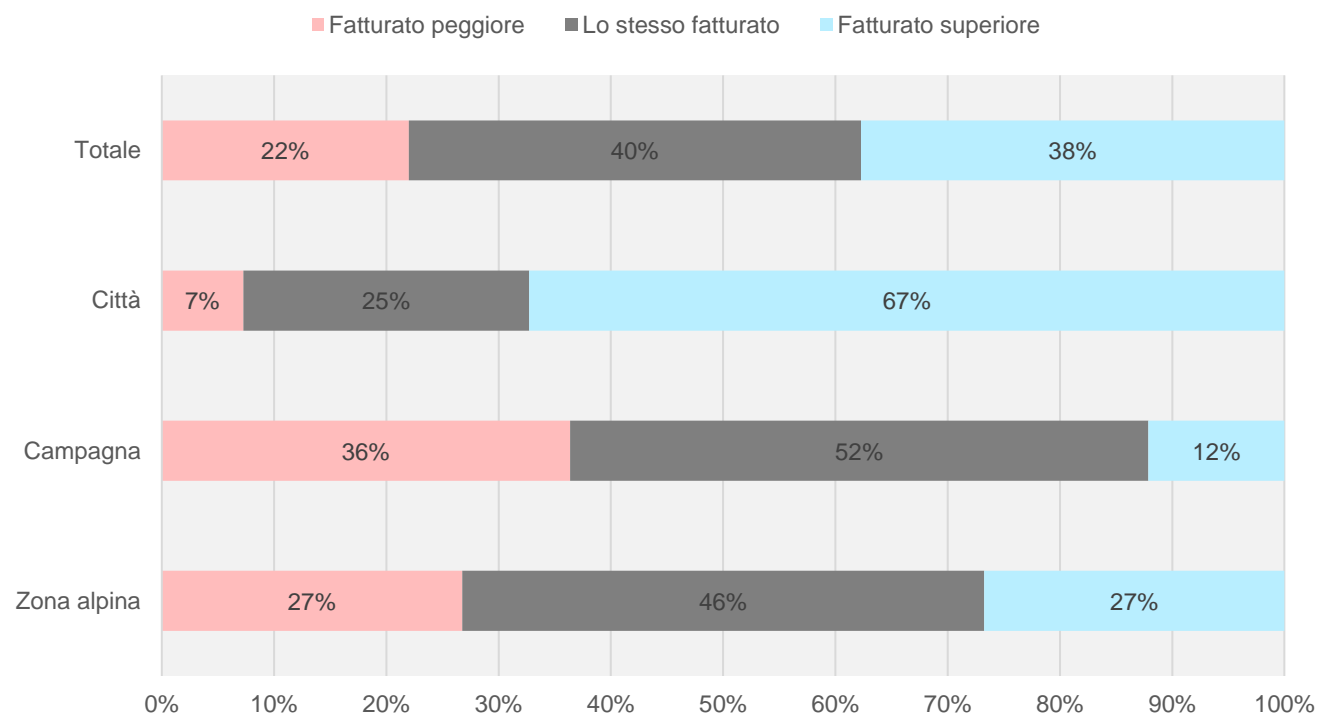
Interpretazione

Anche se i risultati delle previsioni sono leggermente più negativi di quelli della retrospettiva, sul versante della domanda si profila una ripresa, almeno rispetto all'anno precedente. L'industria si trova però ad affrontare nuove sfide a causa dell'aumento dei prezzi dell'energia e dell'inflazione.



Stagione invernale Confronto con l'anno precedente: due imprese su tre nelle città prevedono un fatturato più elevato

Confronto con l'anno precedente: che tipo di fatturato prevede per la stagione invernale 2022/2023 (da ottobre 2022 ad aprile 2023)?



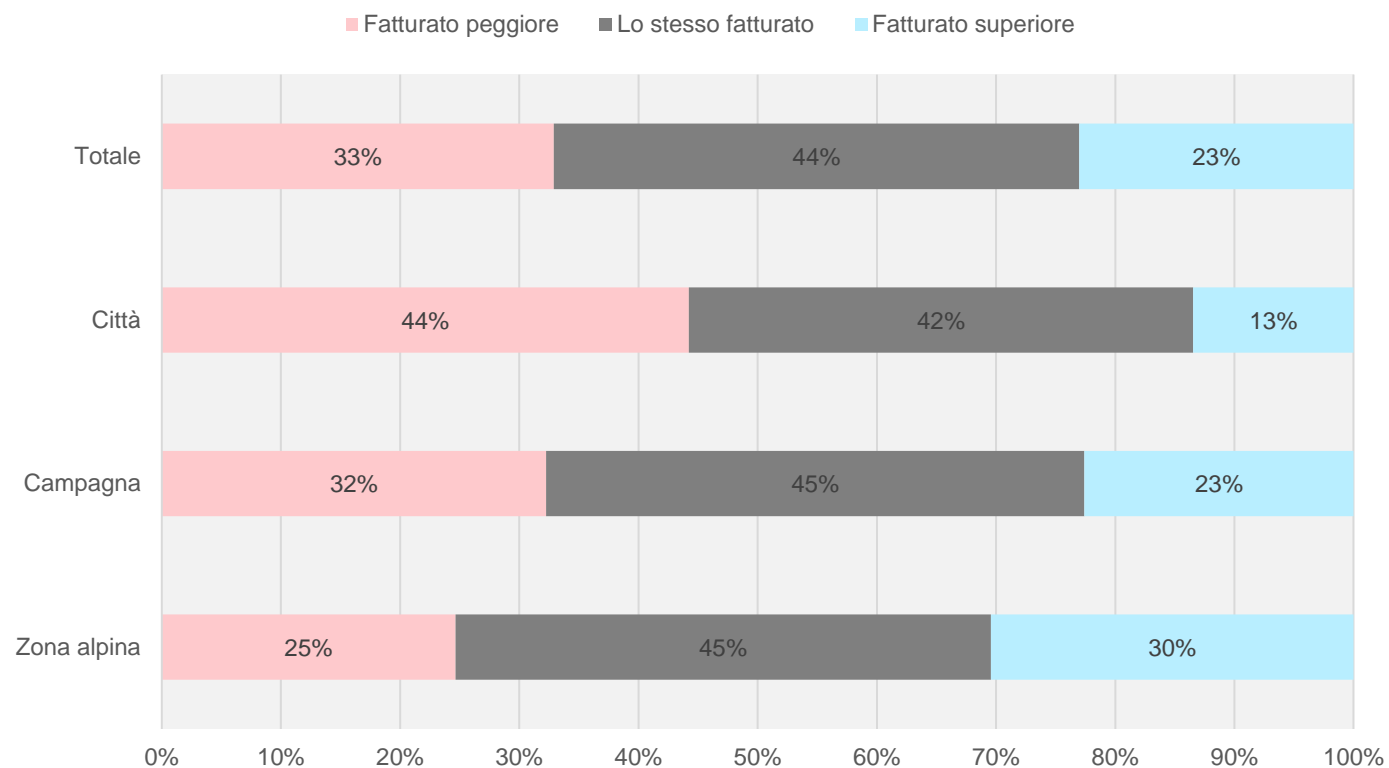
Risultati

Nel complesso, circa il 40% delle aziende prevede di realizzare circa lo stesso fatturato dell'anno precedente. Quasi la stessa percentuale ne prevede un aumento. Nelle città questa percentuale è particolarmente elevata (70%). Nelle zone rurali e alpine, solo una piccola percentuale prevede invece di poter aumentare il proprio fatturato rispetto all'anno precedente.

Risposte (n)	
Totale	159
Città	55
Campagna	33
Zona alpina	71

Stagione invernale Confronto pre-crisi: due aziende su tre si aspettano un fatturato almeno uguale a quello precedente alla crisi

Confronto pre-crisi: che tipo di fatturato prevede per la stagione invernale 2022/2023 (da ottobre 2022 ad aprile 2023) in totale?



Risultati

Due imprese su tre prevedono di realizzare almeno lo stesso fatturato di prima della crisi. La percentuale delle aziende che dovrebbero registrare un fatturato inferiore supera di poco quella delle aziende che pensano di conseguire uno più elevato.

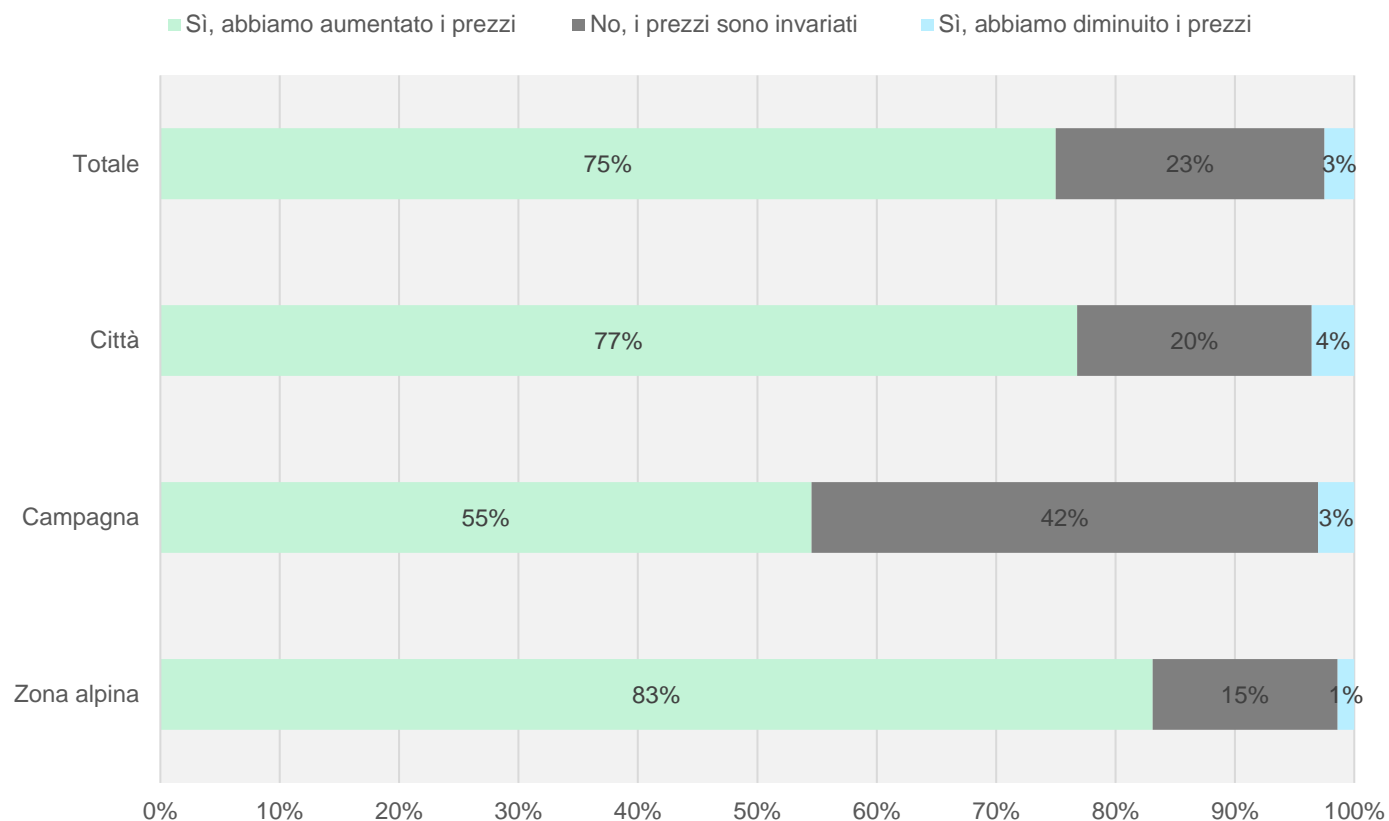
Risposte (n)	
Totale	152
Città	52
Campagna	31
Zona alpina	69

3. Aumenti dei prezzi in vista della stagione invernale



Tre aziende su quattro hanno aumentato i prezzi per la stagione invernale rispetto all'anno precedente

Ha adeguato i prezzi per la prossima stagione invernale rispetto all'anno precedente?



Risultati

La maggior parte degli hotel ha aumentato i prezzi rispetto all'anno precedente e solo una piccolissima minoranza li ha abbassati. Le percentuali delle aree alpine e quelle urbane non differiscono di molto.

Interpretazione

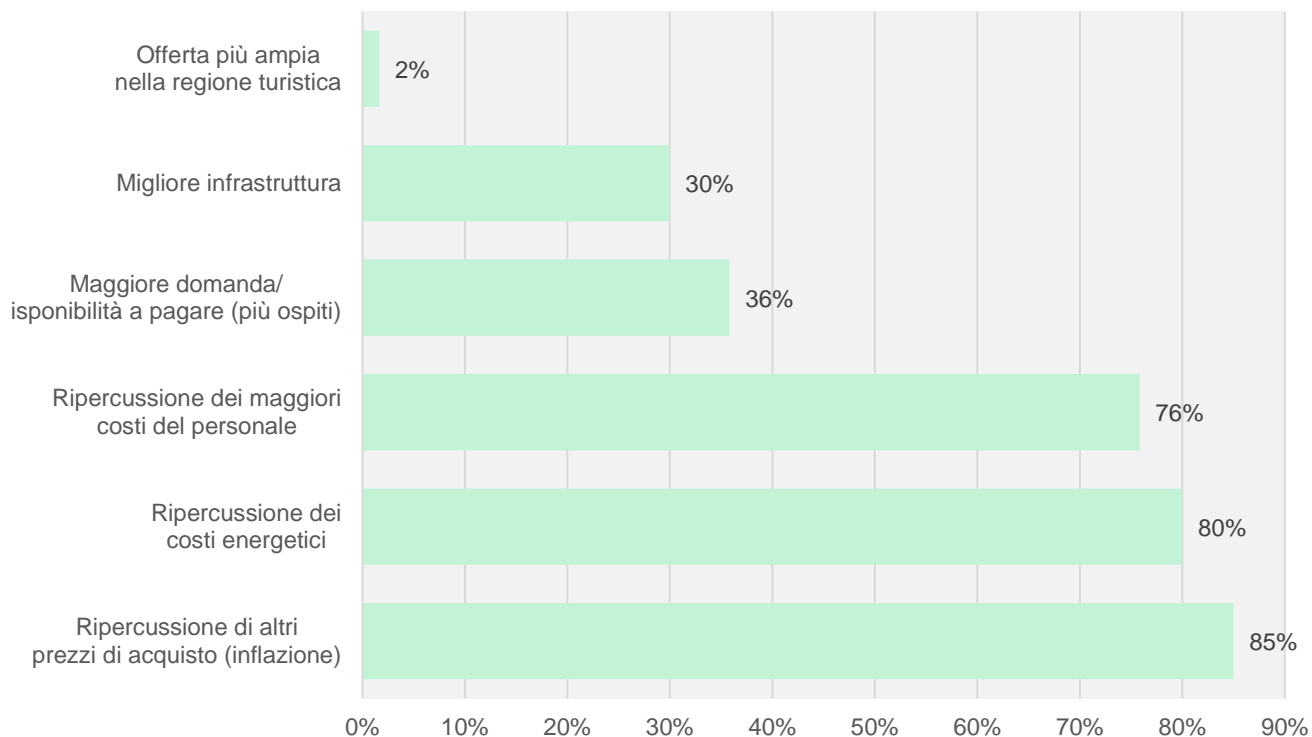
La domanda nelle città è cresciuta notevolmente rispetto all'anno precedente – più di quanto sia successo nelle aree alpine. Tuttavia, le quote sono simili. Le ragioni degli aumenti non sono quindi da ricercarsi nell'incremento della domanda, bensì nell'attuale contesto economico (cfr. slide successiva).

Risposte (n)	
Totale	160
Città	56
Campagna	33
Zona alpina	71

L'aumento dei prezzi dell'energia e di acquisto nonché dei costi del personale costringe gli hotel ad alzare i prezzi

Quali sono le ragioni dell'aumento dei prezzi?

n=120



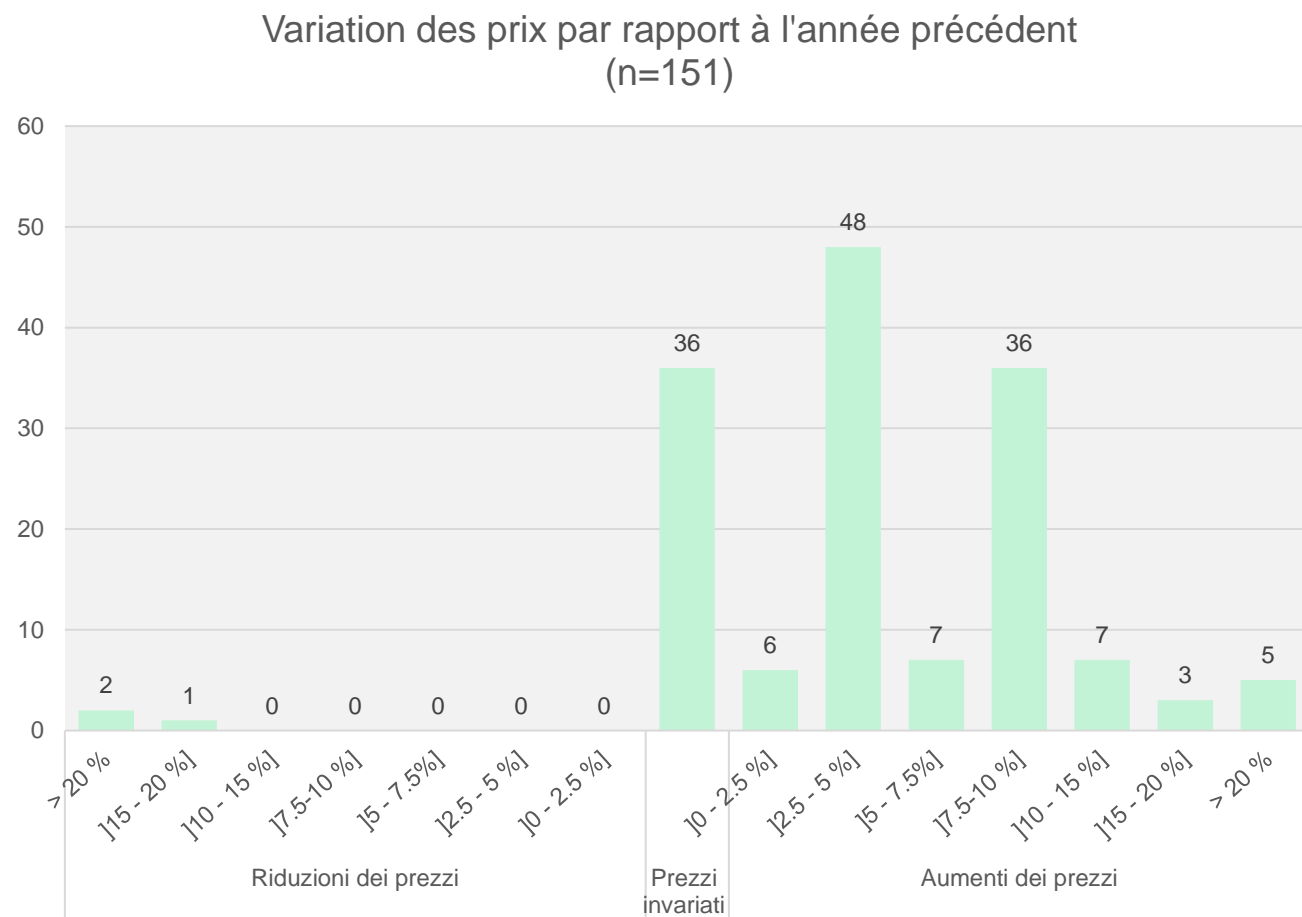
Risultati

L'80% delle aziende vede la causa del rincaro nell'aumento dei prezzi dell'energia e l'85% menziona l'inflazione in generale.

Interpretazione

Gli hotel hanno dovuto aumentare i prezzi per contrastare il calo del margine di copertura dovuto all'inflazione. I rincari non sono quindi legati alla domanda, bensì all'offerta.

I prezzi per la stagione invernale aumentano in media di circa il 5%



Risultati

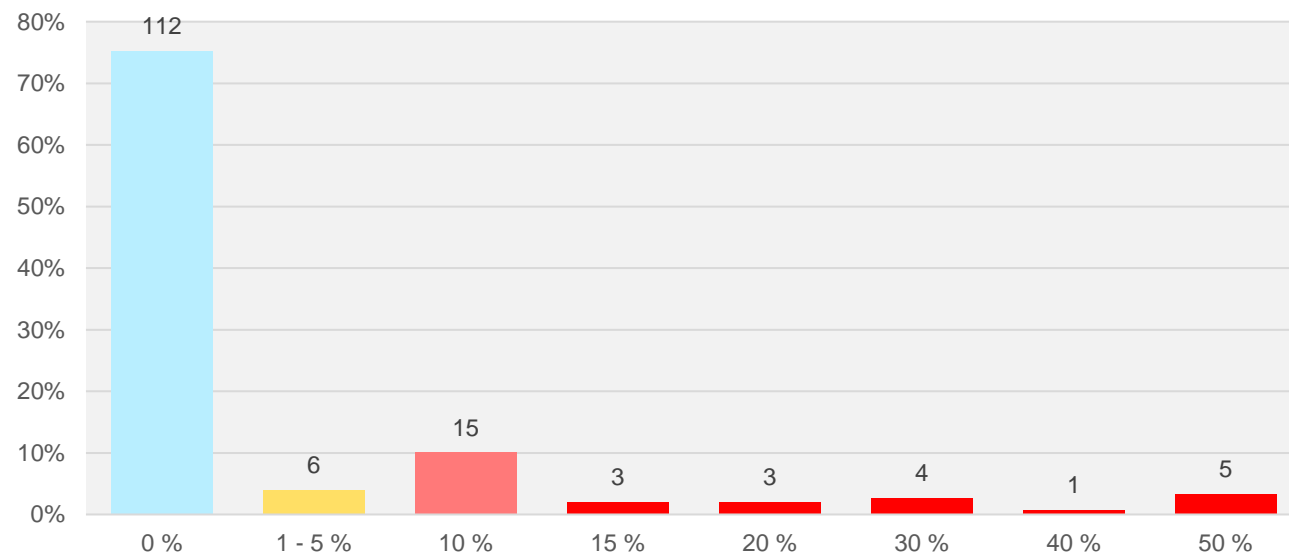
In media è stato indicato un aumento dei prezzi di circa il 5%. Solo un'azienda su dieci li ha incrementati di oltre il 10%.

Interpretazione

Il rincaro del 5% è di poco superiore all'attuale tasso di inflazione per i consumatori e le consumatrici. Tuttavia, gli aumenti dei prezzi nel settore dell'energia, che colpiscono molti hotel, sono più elevati. A ciò si aggiunge il fatto che alcuni hotel che nel 2021 registravano ancora una domanda debole sono riusciti a rialzare leggermente i prezzi, il che spiega le impennate.

Tre aziende su quattro dichiarano di non rischiare il fallimento nei prossimi due anni

Come valuta il rischio di fallimento della sua azienda per i prossimi due anni (in percentuale)? (n=149)



Risultati

Il valore medio indicato per il rischio di fallimento è di circa il 4%. Il dato si impenna per via dei dati erratici. Tre quarti delle imprese prevedono un rischio di fallimento pari a zero, con un valore mediano pari a zero. Il 21% delle aziende prevede un rischio di fallimento del 10% o più.

Interpretazione

Sebbene negli ultimi due anni molte aziende abbiano subito gravi perdite finanziarie a causa della pandemia, per la maggior parte di esse la situazione si è stabilizzata.

4. Penuria energetica e prezzi dell'energia



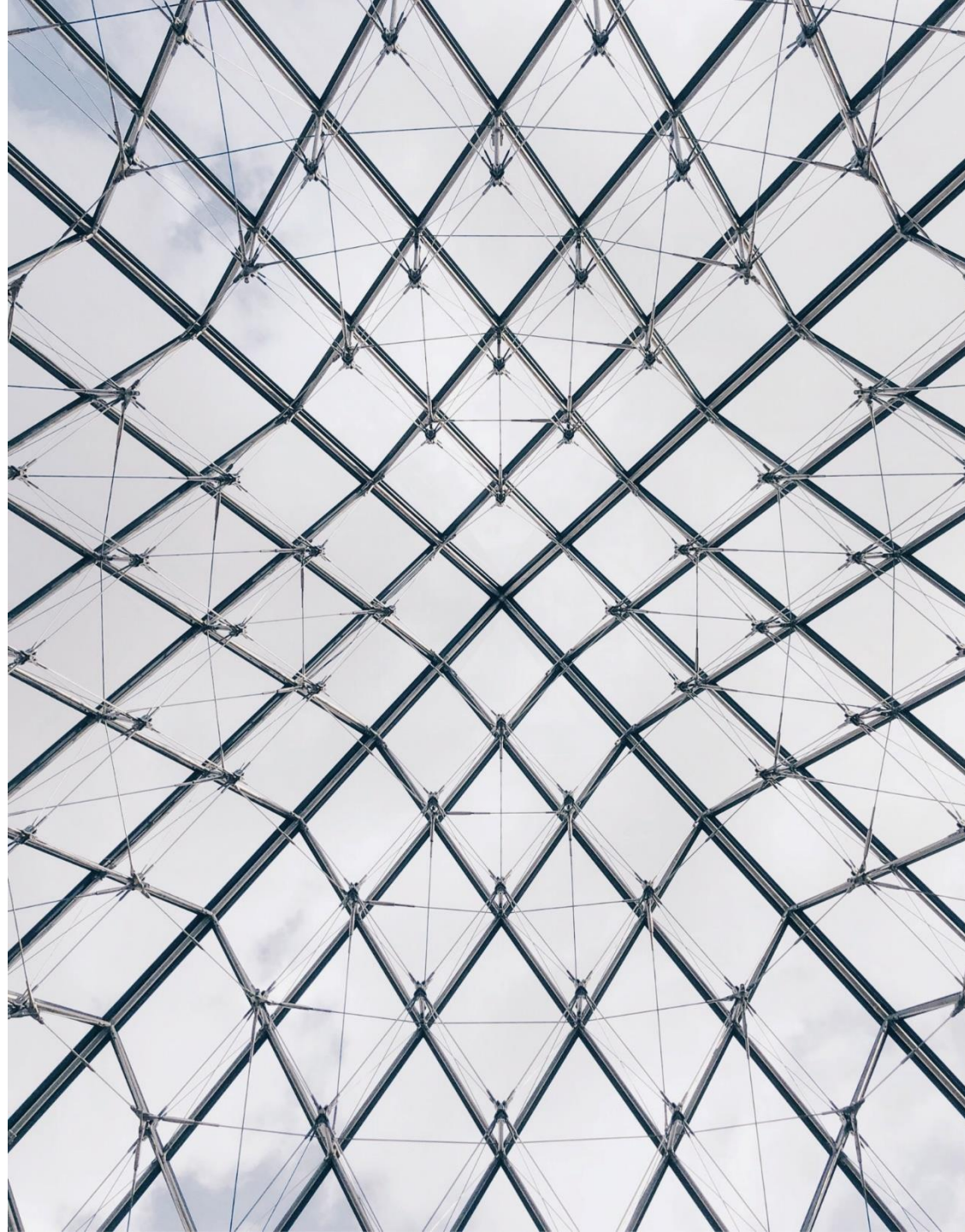
Summary: Penuria energetica e prezzi dell'energia

Panoramica dei risultati

- Quasi la metà delle aziende che hanno partecipato al sondaggio acquista elettricità sul mercato libero.
- Più della metà delle imprese dichiara di essere costretta a chiudere se i prezzi dell'energia elettrica dovessero triplicarsi.
- Le aziende che si approvvigionano sul mercato libero e che hanno dovuto acquistare quest'anno l'energia elettrica per il 2023 la pagano in media più di tre volte e mezzo rispetto al 2021.
- L'aumento dei prezzi dell'energia mette circa il 50% delle aziende in gravi difficoltà finanziarie.

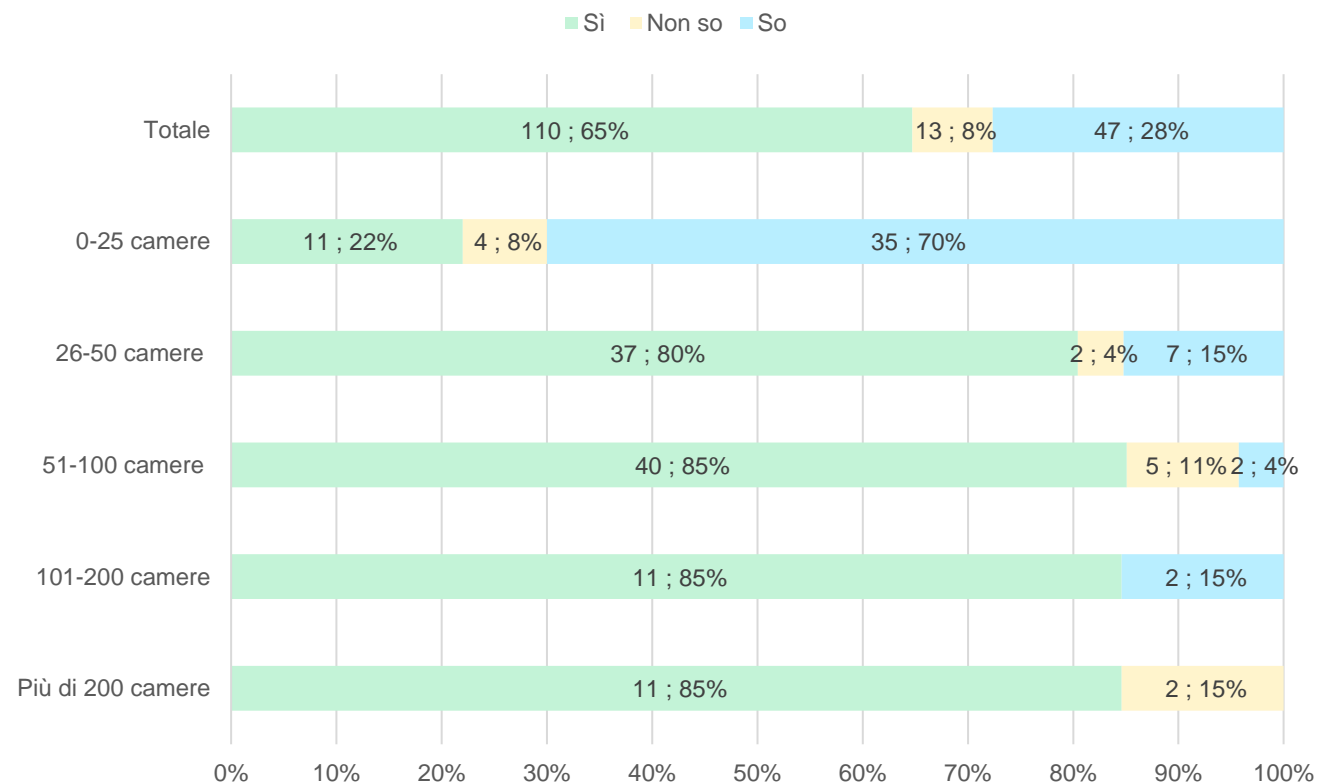
Interpretazione

L'aumento dei prezzi dell'energia rappresenta una grande sfida per le aziende, anche se la maggior parte di esse ha già attuato misure di risparmio energetico. Se necessario, la politica dovrà quindi adottare rapidamente delle misure di sostegno.



Due terzi delle strutture alberghiere sono grandi consumatori

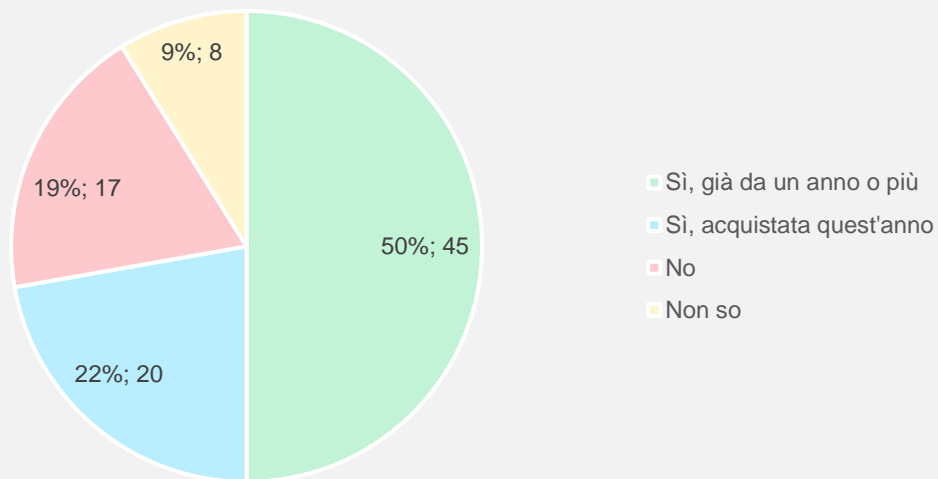
Acquistate più di 100'000 kWh di energia elettrica all'anno e siete quindi considerati un grande consumatore?



Risposte (n)	
Totale	170
Città	59
Campagna	40
Zona alpina	71

Notevoli aumenti dei prezzi dell'energia elettrica per il prossimo anno per le aziende che hanno appena concluso un contratto

Ha già concluso il contratto con il fornitore di energia elettrica per il 2023?



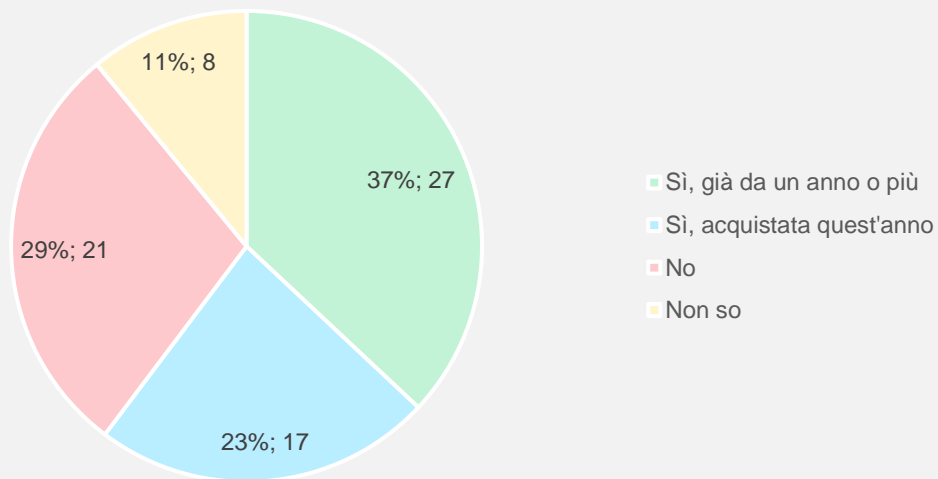
	Aumento dei prezzi in percentuale	Numero
Sì, già da un anno o più	57,9	32
Sì, acquistata quest'anno	274,4	15

Risultati

Le aziende che hanno rinnovato il loro contratto nel 2022 hanno dovuto sostenere quasi il quadruplo dei prezzi dell'energia. Ma anche quelle che hanno acquistato l'elettricità in precedenza hanno registrato un aumento di quasi il 60%. Circa un'impresa su cinque che si approvvigiona sul mercato libero non ha ancora concluso un contratto con un fornitore di energia elettrica per il 2023.

Quadro simile per il 2024 – ma gli aumenti dei prezzi sono leggermente più bassi

Ha già concluso il contratto con il fornitore di energia elettrica per il 2024?



	Aumento dei prezzi in percentuale	Numero
Sì, già da un anno o più	58,0	22
Sì, acquistata quest'anno	197,6	14

Risultati

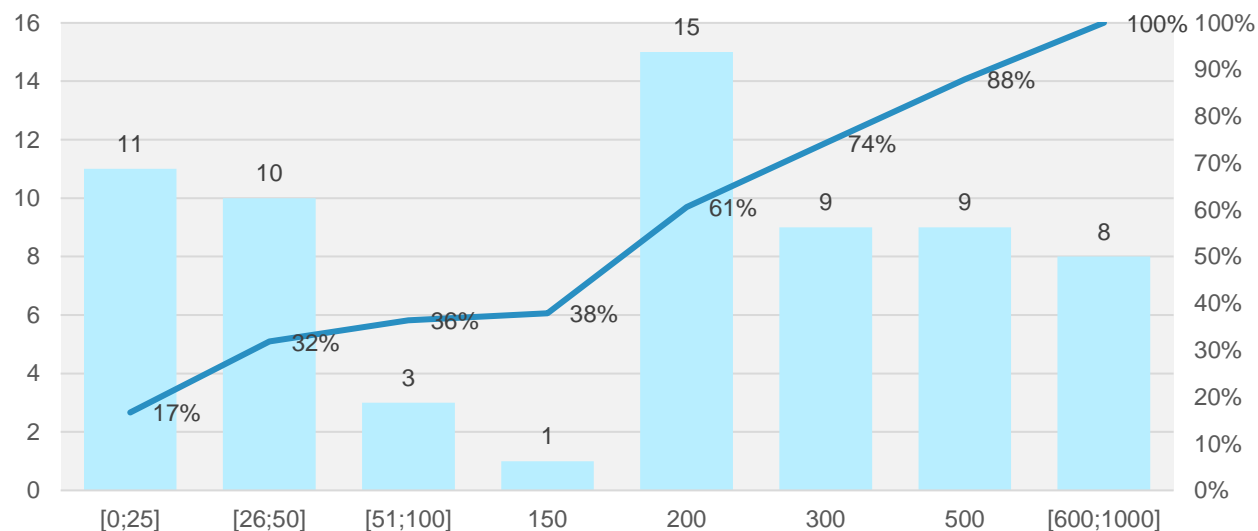
Nel caso di quel 70% che ha già acquistato l'elettricità per il 2023, il 60% ha provveduto all'acquisto anche per il 2024 (totale 43%). Le imprese che hanno concluso il contratto quest'anno pagheranno l'elettricità circa tre volte di più nel 2024.

Interpretazione

Gli aumenti dei prezzi sono dolorosi; perlomeno i rincari per il 2024 sono leggermente inferiori a quelli del 2023. Gli operatori prevedono attualmente che il prezzo dell'energia elettrica diminuirà nuovamente tra il 2023 e il 2024.

Con una triplicazione dei prezzi dell'energia, oltre il 60% degli hotel dovrebbe chiudere la propria attività

Distribuzione: a quale percentuale di aumento dei prezzi dell'energia rispetto al 2021 dovrebbe chiudere la sua attività?
(n=66)



Risultati

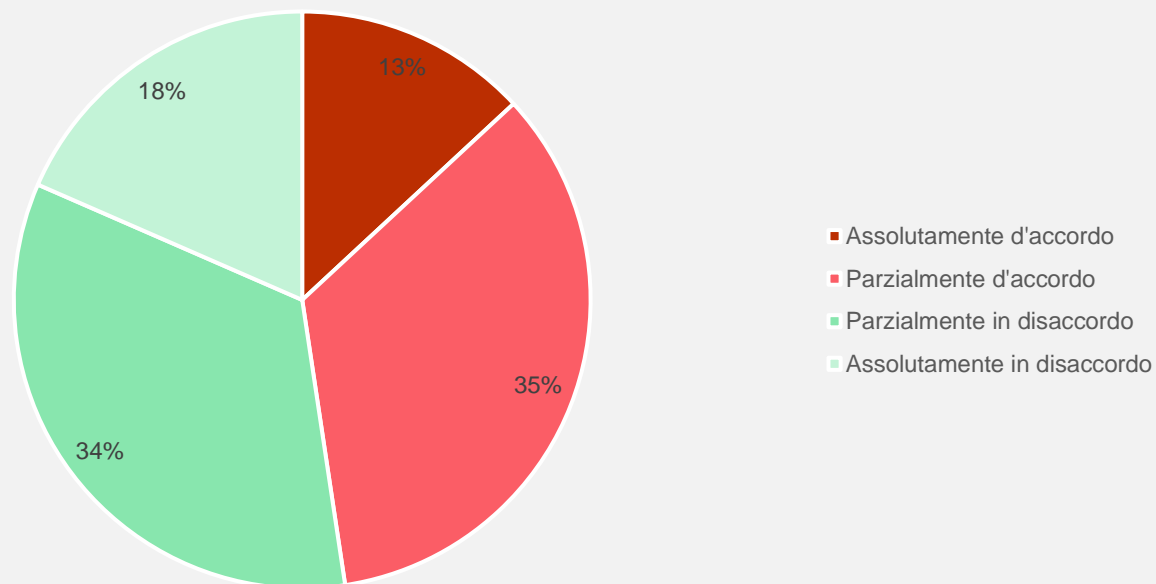
Se i prezzi dell'energia aumentassero del 50%, il 32% delle strutture alberghiere dovrebbe chiudere. Se si triplicassero, dovrebbe chiudere il 61% e se si quadruplicassero, quasi tre quarti delle aziende cesserebbero le attività.

Interpretazione

Secondo il sondaggio, la mediana dei costi dell'energia si attesta intorno al 3% del fatturato del 2021. Per il 2022 questa mediana è salita al 5%. Trattandosi di un settore dai margini storicamente bassi, le aziende si trovano di fronte a grandi sfide.

Gli aumenti dei prezzi dell'energia provocano gravi difficoltà finanziarie per quasi un'impresa su due

L'attuale aumento dei prezzi dell'energia (confronto tra il 2023 e il 2021) metterà la nostra azienda in gravi difficoltà finanziarie (n=168).



Risultati

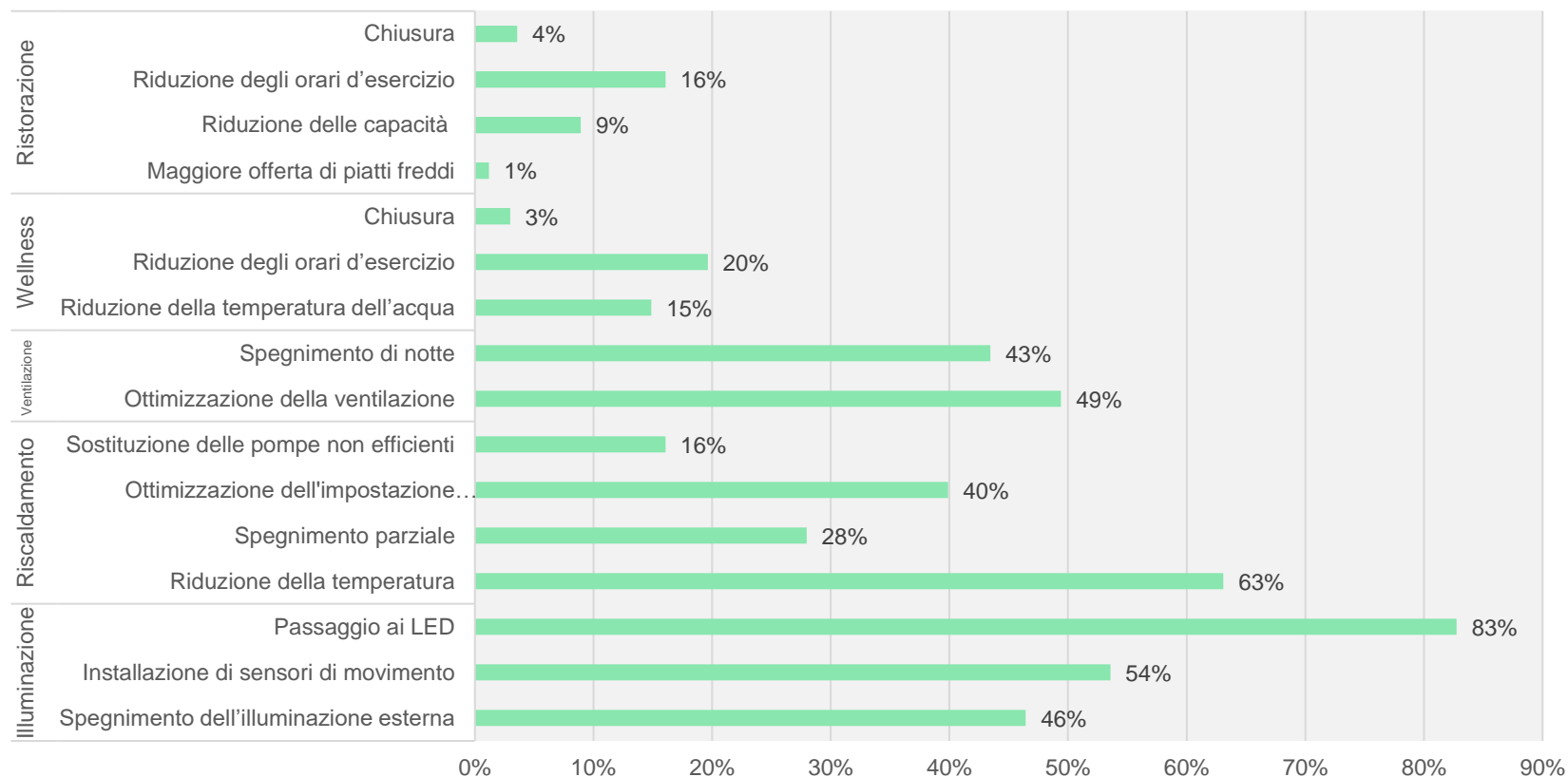
Nel complesso, il 13% delle aziende è pienamente d'accordo sul fatto che gli attuali aumenti stanno comportando gravi difficoltà finanziarie; un altro 35% è parzialmente d'accordo e il 52% non condivide in parte o assolutamente l'idea.

Interpretazione

L'aumento dei prezzi dell'energia costituisce una grave minaccia per il settore.

Misure di risparmio energetico: gli hotel fanno la loro parte

Quali misure ha già attuato? (n=168)



Risultati

L'83% degli hotel è già passato ai LED e il 63% ha abbassato la temperatura del riscaldamento. Misure drastiche come la chiusura di locali adibiti alla ristorazione e al wellness sono, per ora, ancora casi eccezionali.

Interpretazione

La maggior parte degli hotel applica già delle misure. Il settore contribuisce quindi a prevenire la penuria.

5. Sfide del settore



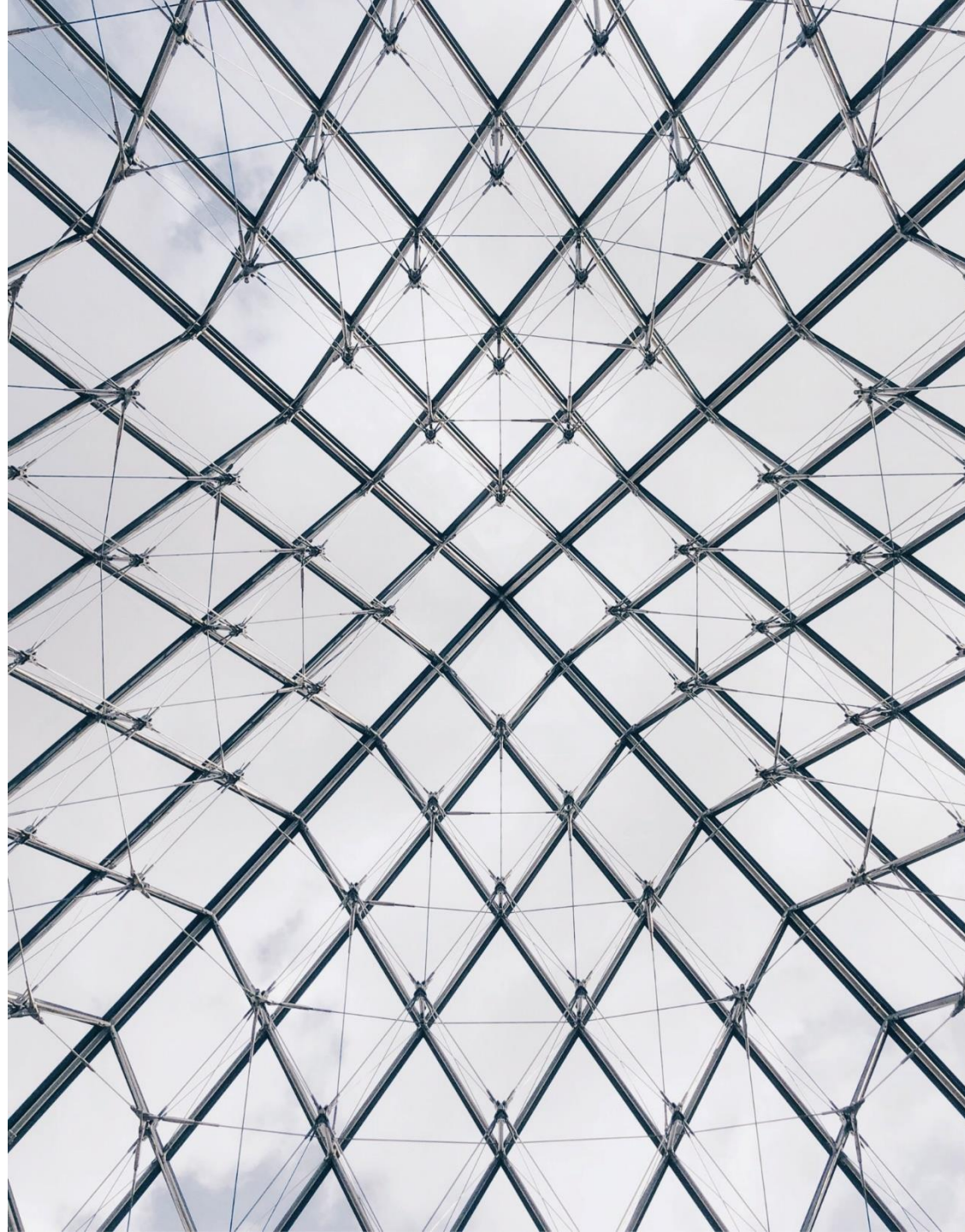
Summary: Principali sfide

Panoramica dei risultati

- La sfida principale per la prossima stagione invernale è rappresentata dall'aumento dei prezzi dell'energia, seguito da vicino dalla carenza di personale qualificato.
- Al momento la pandemia di coronavirus è considerata la sfida minore.
- Un numero maggiore di strutture alberghiere fa fatica a trovare nuovi apprendisti e apprendiste rispetto a prima della pandemia.

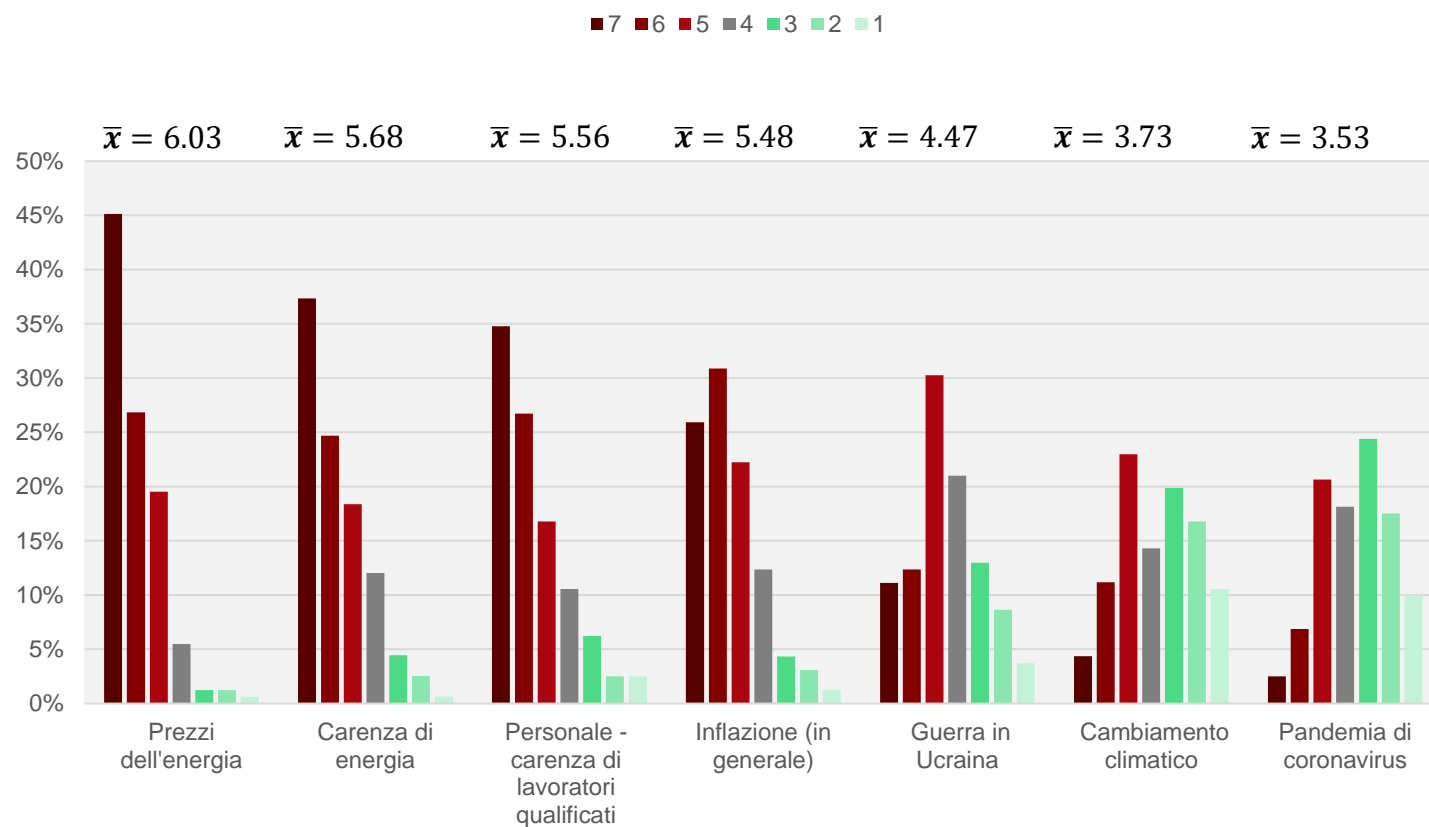
Interpretazione

I risultati sono un'istantanea. Le minacce immediate per il settore, come la crisi energetica e la carenza di personale qualificato, mettono in secondo piano temi come la pandemia di coronavirus e il cambiamento climatico.



La crisi energetica ridimensiona le preoccupazioni legate al coronavirus

Secondo lei, quali sono le maggiori sfide per il settore alberghiero svizzero nella prossima stagione invernale?
[7 = sfida maggiore; 0 = nessuna sfida].



Risultati

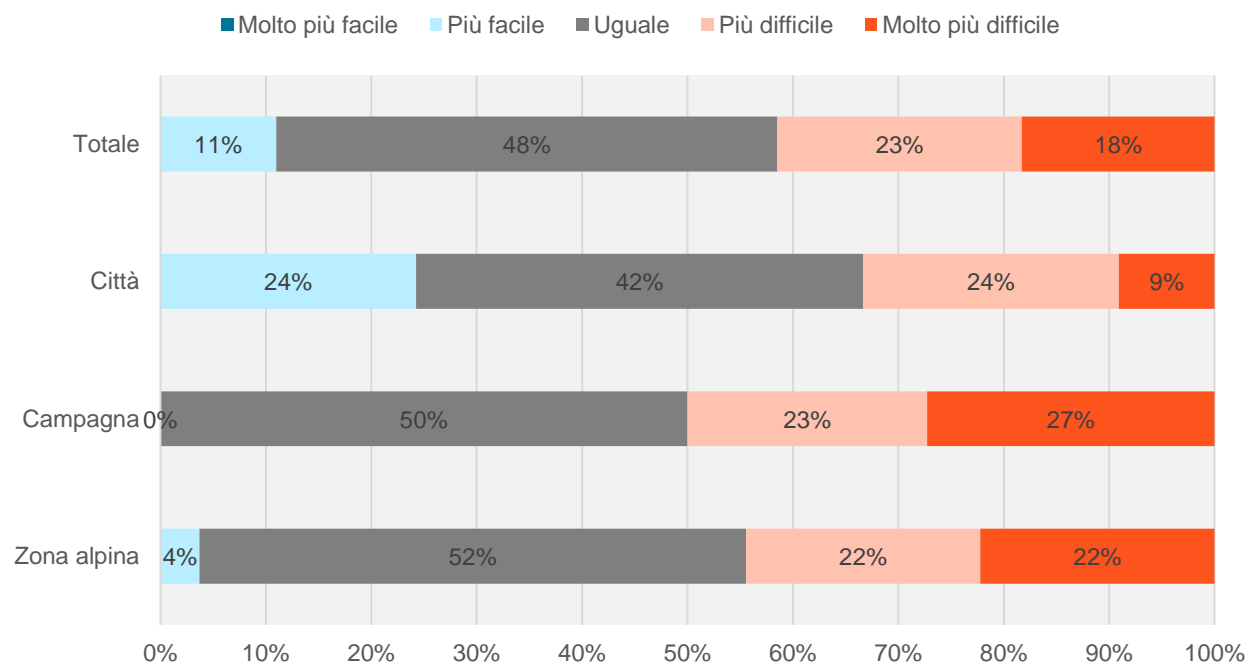
Gli hotel ritengono che i prezzi dell'energia e l'imminente carenza di energia siano la sfida principale per questo inverno, subito seguiti dalla carenza di personale e di lavoratori qualificati. La problematica del coronavirus è passata in secondo piano.

Interpretazione

Il coronavirus non è ancora scomparso dalla scena, ma con la crisi energetica sono emerse nuove sfide e il problema della carenza di personale specializzato, emerso sin da prima della pandemia, si è aggravato.

Tendenzialmente, l'assunzione di nuovi apprendisti e apprendiste è diventata ancora più difficile rispetto all'anno precedente

comment s'est passé le recrutement de nouveaux et nouvelles apprenti-e-s pour la rentrée 2022 par rapport à l'année précédente?



Risultati

Il 41% delle aziende ritiene che sia diventato più difficile trovare nuovi apprendisti e apprendiste. Anche se nessuno ritiene che la ricerca sia diventata molto più facile, nelle città un quarto delle imprese afferma che è diventato più semplice reclutare personale rispetto all'anno precedente.

Interpretazione

Il reclutamento di apprendisti e apprendiste era già difficile nel 2021. I risultati indicano più un aggravamento che un ridimensionamento del problema.

Risposte (n)	
Totale	160
Città	56
Campagna	33
Zona alpina	71