Indagine sulla valutazione della situazione Aprile 2024

Svolta dal 15 al 24 aprile 2024 tra gli alberghi associati a HotellerieSuisse

HotellerieSuisse

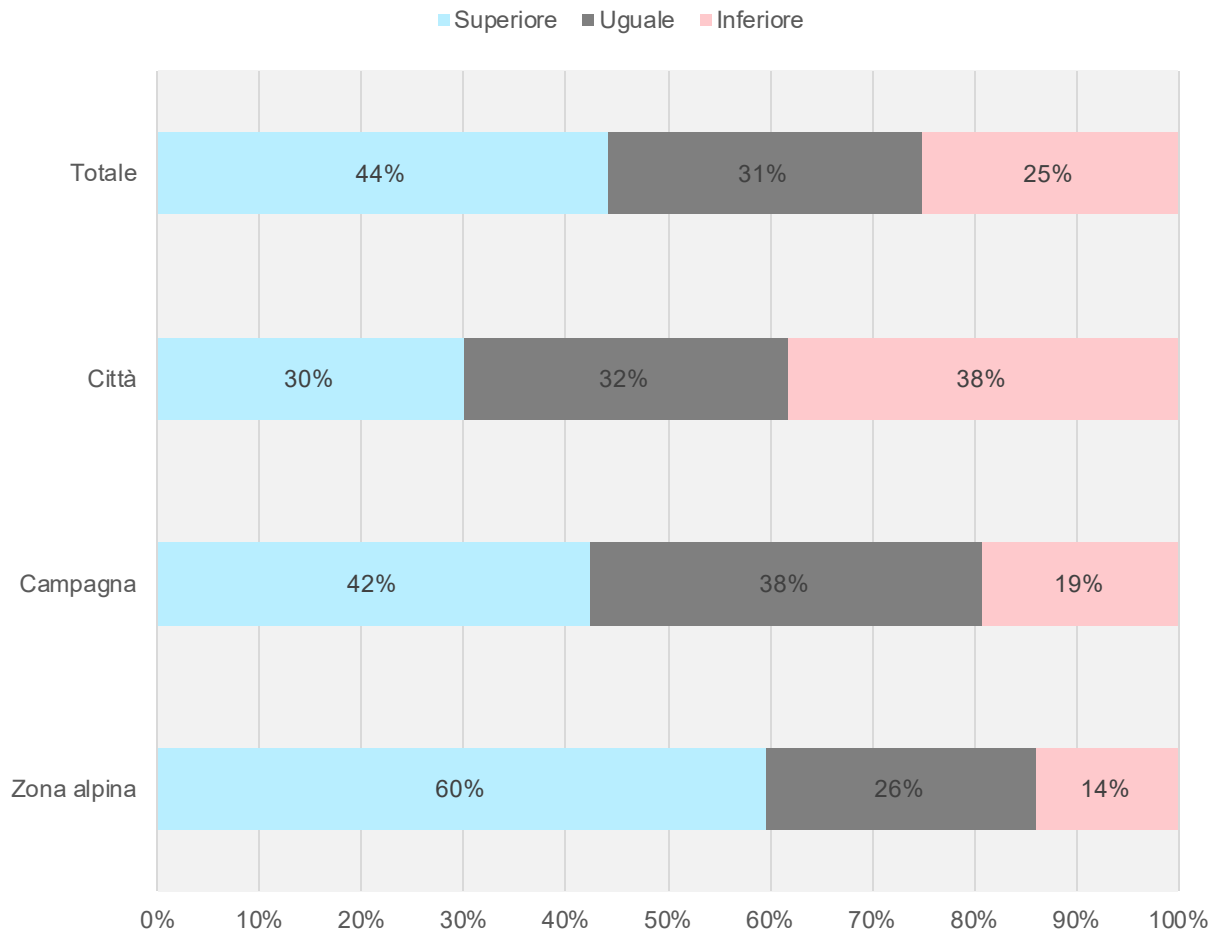
1. Retrospettiva: stagione invernale 2023/2024

Summary: retrospettiva stagione invernale 2023/24

- In termini di bed night, il livello pre-crisi è stato raggiunto o superato già nella stagione invernale 2022/23. In termini di fatturato, questo livello è stato adesso nuovamente sorpassato.
- Tuttavia, a causa dell'aumento dei costi, non è stato possibile tradurre direttamente il fatturato in un aumento dei profitti. Complessivamente, circa un terzo delle imprese ha aumentato il proprio utile.
- Se si considerano le sole vacanze primaverili, qui il fatturato ha registrato risultati peggiori nel confronto con l'anno scorso rispetto all'intera stagione invernale.
- Sia in termini di fatturato che di soddisfazione, le città hanno ottenuto risultati peggiori rispetto alle classiche zone turistiche.
- La causa potrebbe essere il forte aumento di camere e posti letto nelle aree urbane, che ha fatto diminuire il tasso di occupazione nonostante il record di bed night. Ciò si ripercuote indirettamente sia sui ricavi medi per room night sia direttamente sul RevPar (fatturato per camera disponibile).

HotellerieSuisse

Confronto con l'anno scorso: il fatturato è tornato a crescere

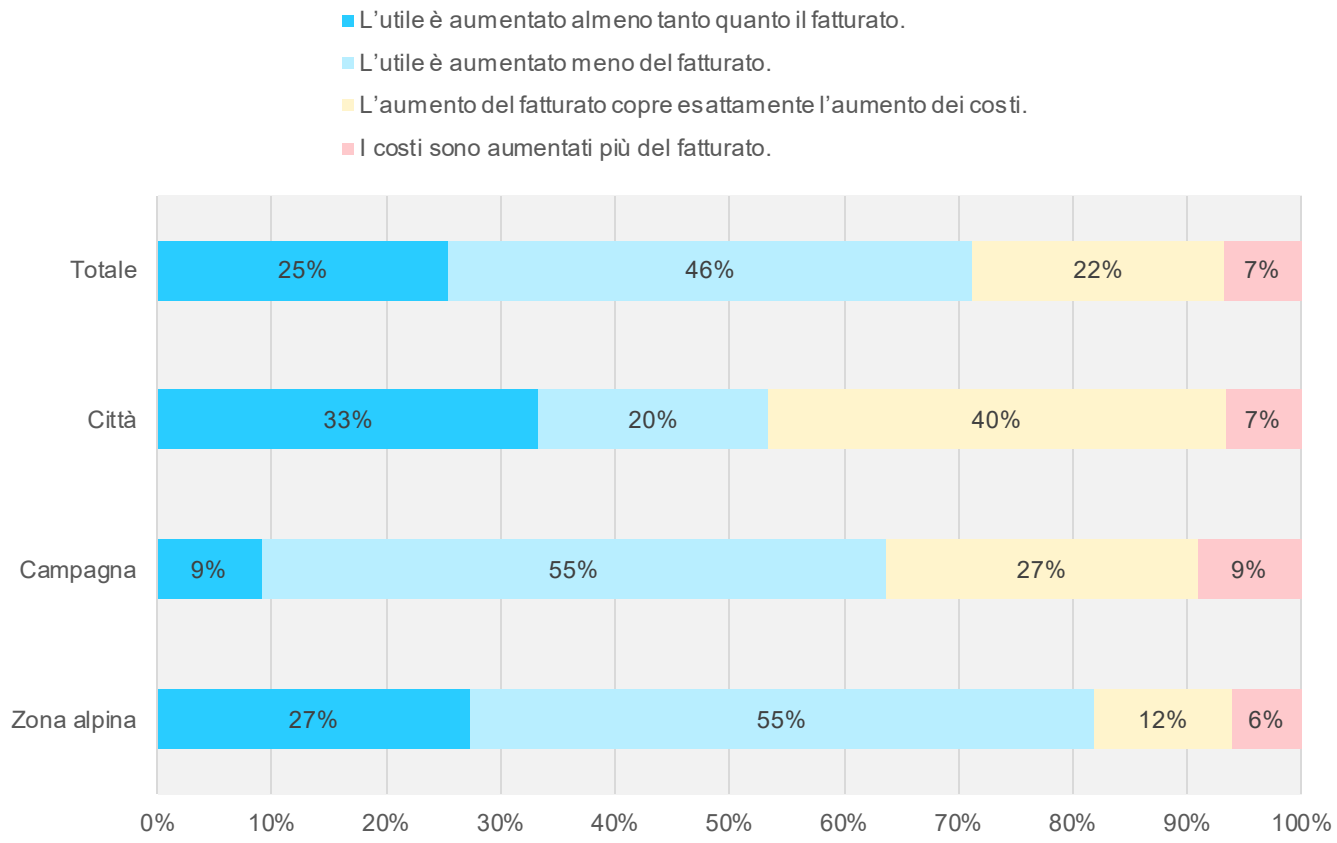


- Complessivamente, per la stagione invernale 2023/2024, il numero di imprese con fatturato più alto (44%) è superiore a quello delle imprese con fatturato più basso (25%). Questo rispetto alla stagione invernale 2022/2023.
- Tale tendenza è particolarmente marcata nelle zone alpine, mentre il fatturato è calato nelle città.
- Nelle città le bed night sono aumentate, ma, allo stesso tempo, è cresciuto notevolmente anche il numero di posti letto, con una conseguente riduzione di occupazione, ADR e RevPar.

Risposte (n)	
Totale	143
Città	60
Campagna	26
Zona alpina	57

HotellerieSuisse

L’aumento del fatturato non si è tradotto direttamente in maggiori utili

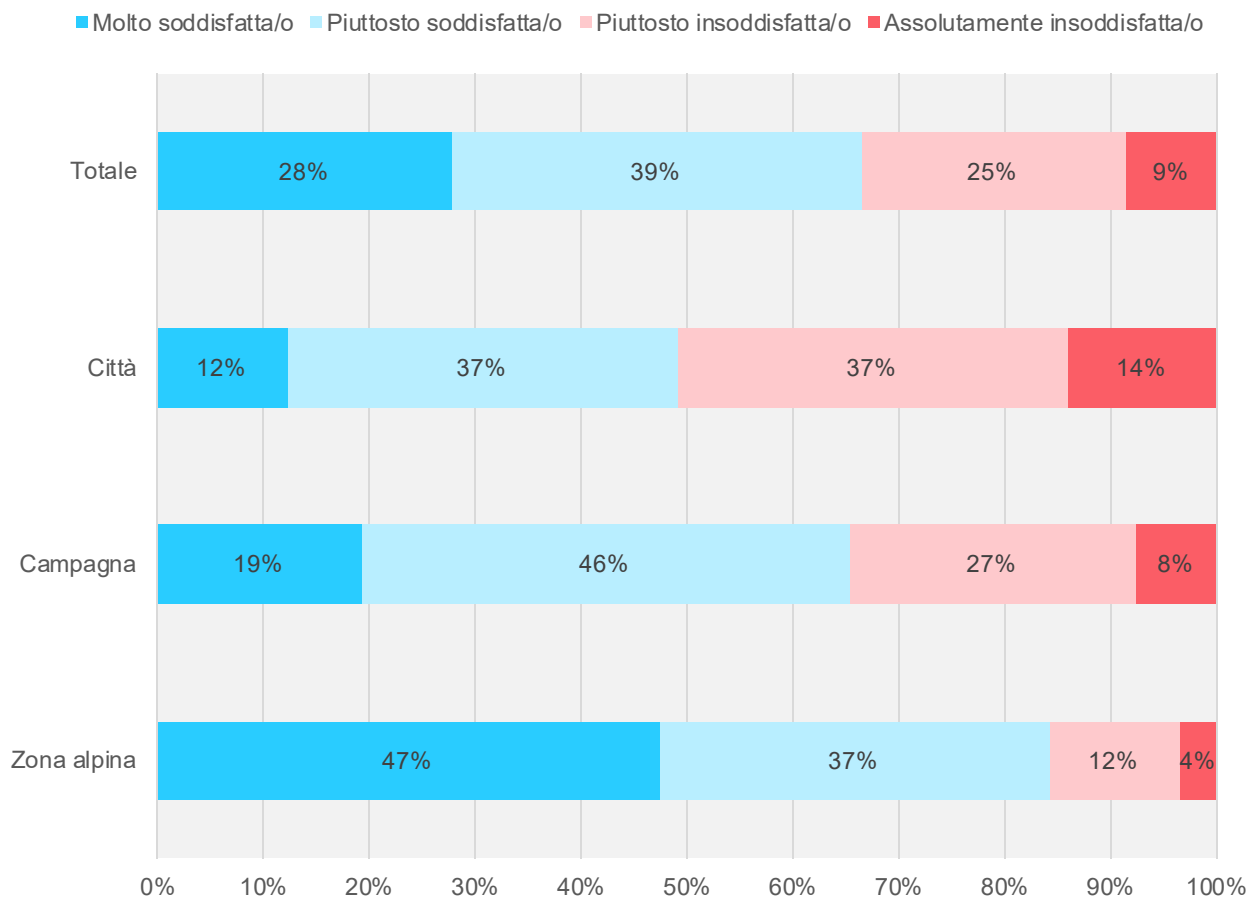


- Nonostante il fatturato sia aumentato, una parte dell’incremento è stata neutralizzata dall’aumento dei costi.
- Del 30% delle imprese urbane che hanno registrato un fatturato più alto, quasi la metà non ha incrementato l’utile.
- Nel complesso, quasi il 31% delle imprese è riuscito a incrementare l’utile rispetto all’anno scorso (il 44% ha un fatturato più alto e il 71% di queste è riuscito a incrementare il proprio profitto).

Risposte (n)	
Totale	59
Città	15
Campagna	22
Zona alpina	33

HotellerieSuisse

La maggior parte delle imprese è soddisfatta del fatturato della scorsa stagione invernale

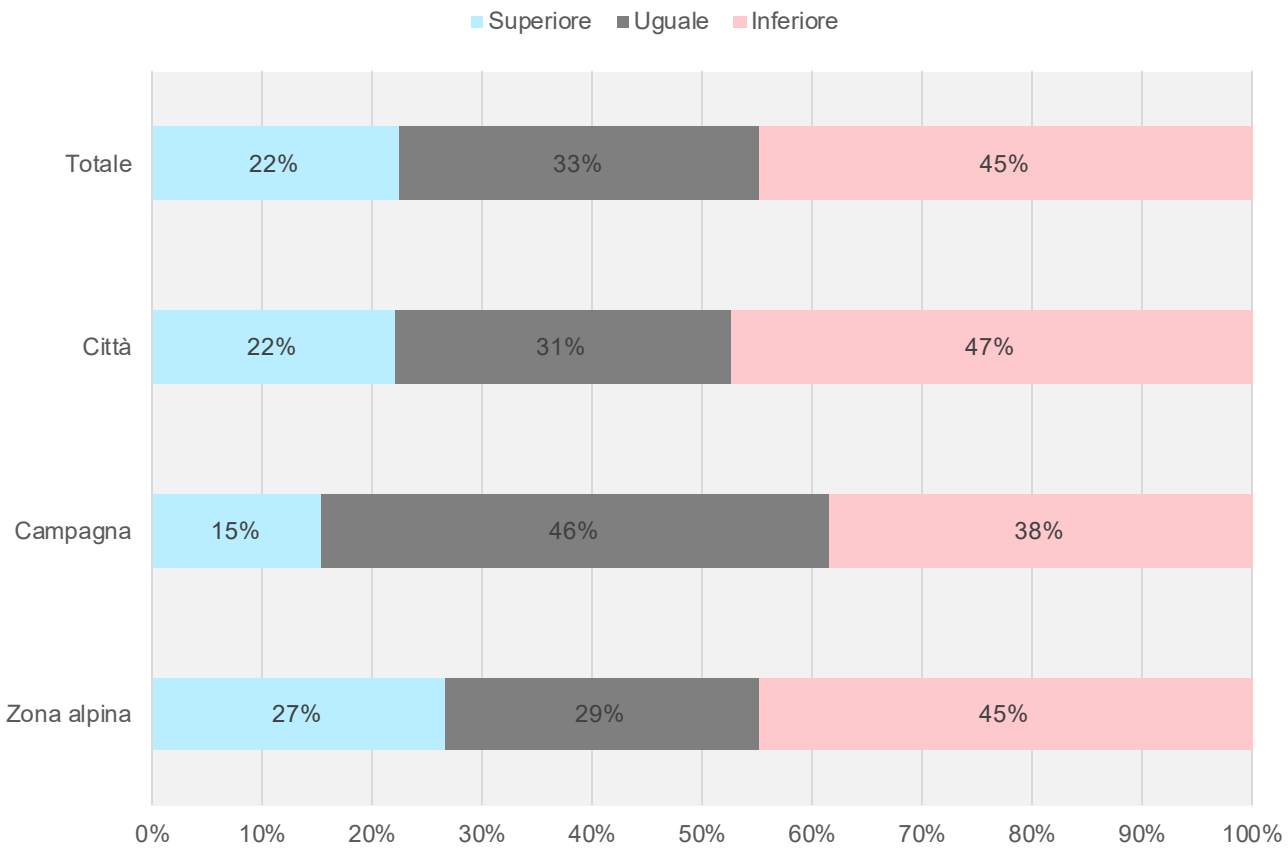


- Per due terzi delle imprese, il fatturato è soddisfacente almeno in parte. Nelle regioni alpine questa percentuale sale addirittura all'84%.
- Nelle città la maggioranza delle imprese è piuttosto insoddisfatta dell'andamento degli affari della scorsa stagione invernale.

Risposte (n)	
Totale	140
Città	57
Campagna	26
Zona alpina	57

HotellerieSuisse

Vacanze primaverili, confronto con l'anno scorso: solo una minoranza registra un fatturato più alto

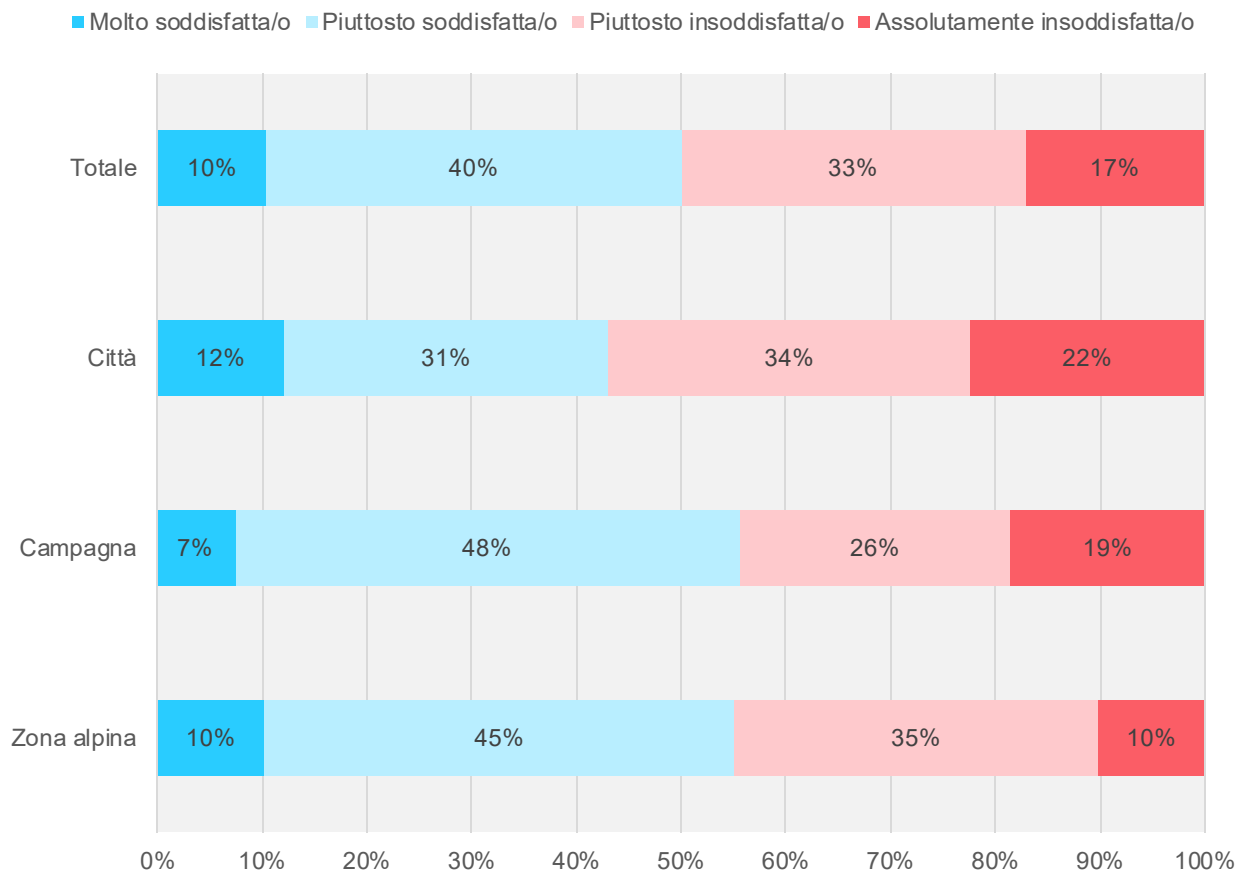


- Quasi la metà delle imprese ha generato meno fatturato rispetto alle vacanze primaverili 2023 e solo un quinto è riuscito ad aumentarlo.
- Non si riscontrano differenze marcate tra le zone turistiche (montagna, città, campagna).

Risposte (n)	
Totale	134
Città	59
Campagna	26
Zona alpina	49

HotellerieSuisse

Soddisfazione relativa al fatturato delle vacanze primaverili: quadro equilibrato nonostante il fatturato inferiore



- La metà delle imprese è soddisfatta almeno in parte del fatturato rispetto all'anno scorso. Questa percentuale è maggiore nelle regioni alpine.
- In città, un'impresa su cinque non è affatto soddisfatta del fatturato realizzato durante le vacanze primaverili.
- Il grado di soddisfazione espresso rispetto all'anno scorso nonostante il calo del fatturato, indica che – almeno in alcune regioni – lo scorso anno sono stati conseguiti risultati superiori alla media.

Risposte (n)	
Totale	1134
Città	58
Campagna	27
Zona alpina	49

HotellerieSuisse

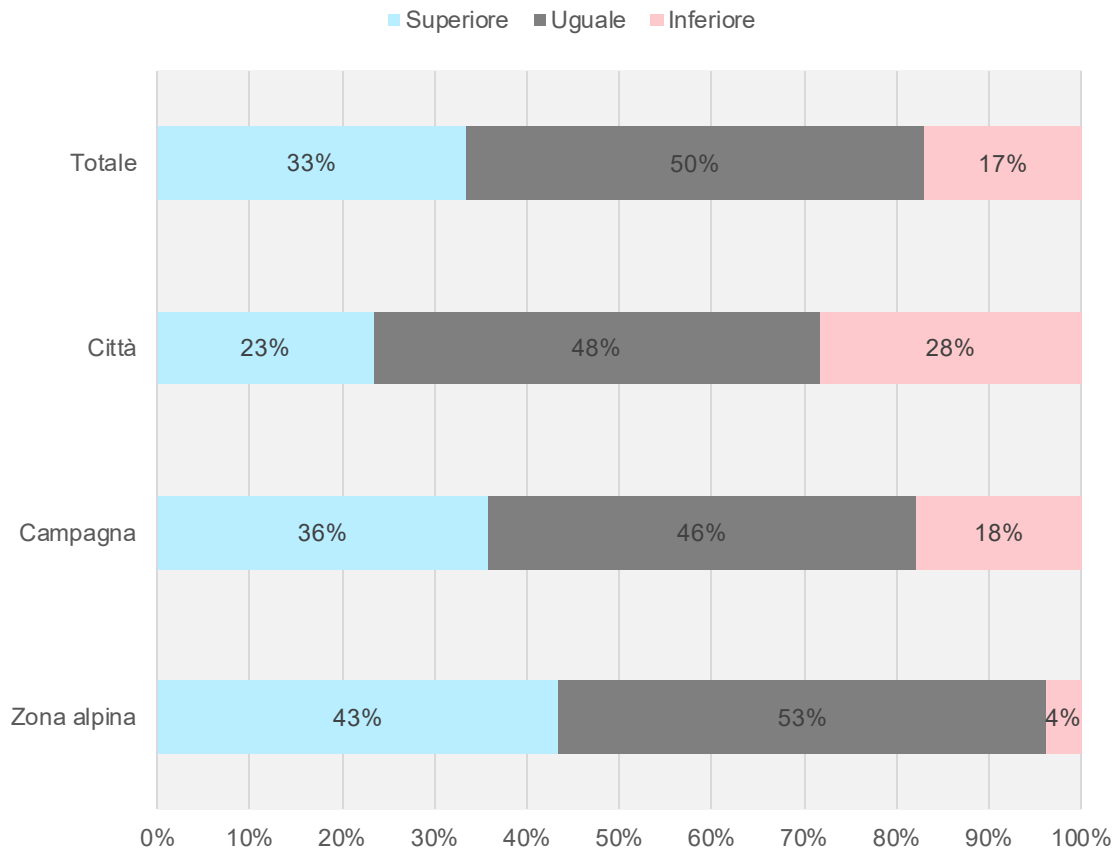
2. Prospettiva: stagione estiva 2024

Summary: prospettiva stagione estiva 2024

- Come la stagione invernale di un anno fa, anche quella estiva 2023 è stata una stagione record, almeno in rapporto al numero di bed night.
- Stando ai risultati del sondaggio, si prevede un'estate altrettanto buona, se non leggermente migliore.
- I prezzi tenderanno nuovamente ad aumentare, ma ciò interesserà meno imprese rispetto all'anno scorso. Nel 2023, ad esempio, tre quarti delle imprese prevedevano di aumentare i prezzi in vista della stagione estiva. Quest'anno solo una metà li incrementerà.
- L'aumento dei prezzi è dovuto soprattutto all'aumento dei costi, proprio come l'anno scorso.
- Un quadro simile, ma meno marcato, emerge per il prossimo weekend di Pentecoste, dove la maggioranza prevede di generare un fatturato simile a quello dell'anno scorso.

HotellerieSuisse

Prospettiva stagione estiva 2024: un'estate buona simile a quella dell'anno scorso

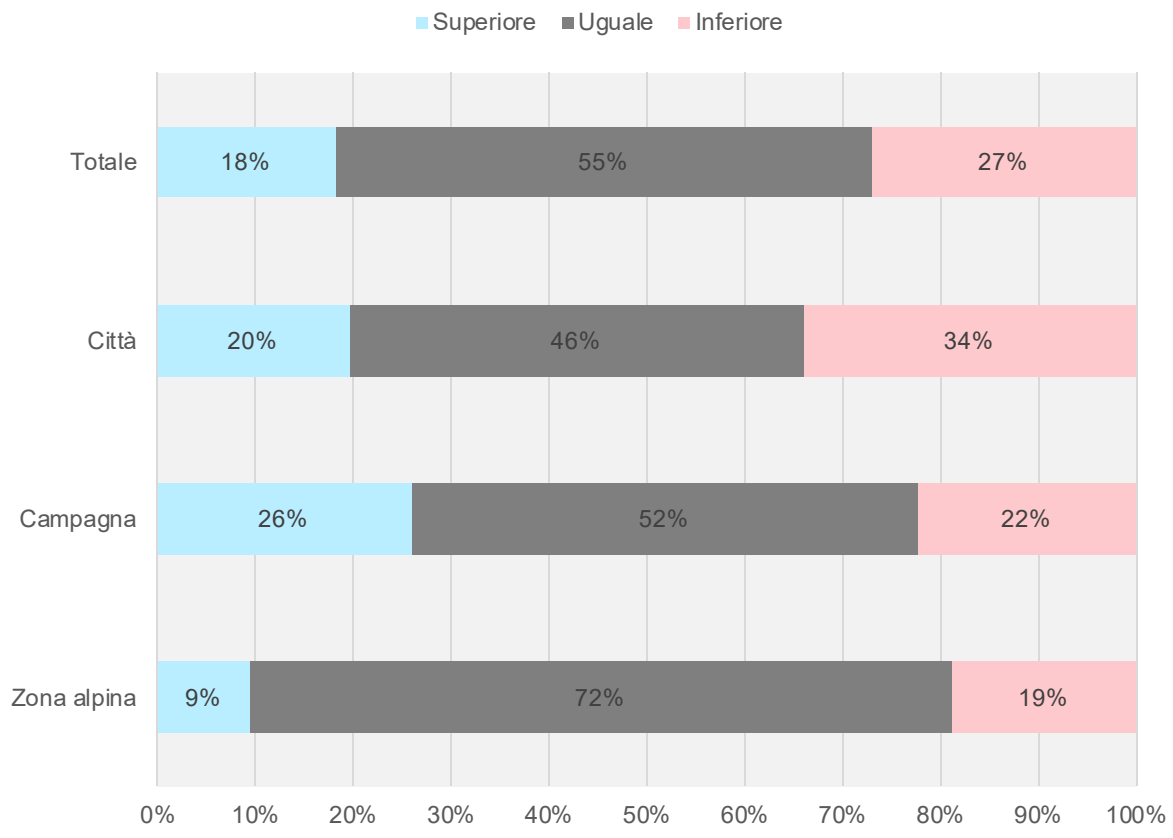


- In termini di bed night, l'estate 2023 è stata da record. La metà delle imprese prevede di realizzare un fatturato simile a quello dell'anno scorso, mentre un terzo si aspetta addirittura risultati migliori.
- Nelle regioni alpine, solo un'impresa su 25 prevede un peggioramento rispetto all'anno precedente.
- Nelle città le attese sono più contenute. Le imprese che prevedono un fatturato inferiore sono più numerose di quelle che prevedono un fatturato superiore.

Risposte (n)	
Totale	141
Città	60
Campagna	28
Zona alpina	53

HotellerieSuisse

Prospettiva Ascensione 2024: previsto un weekend dell'Ascensione da ugualmente buono a peggiore

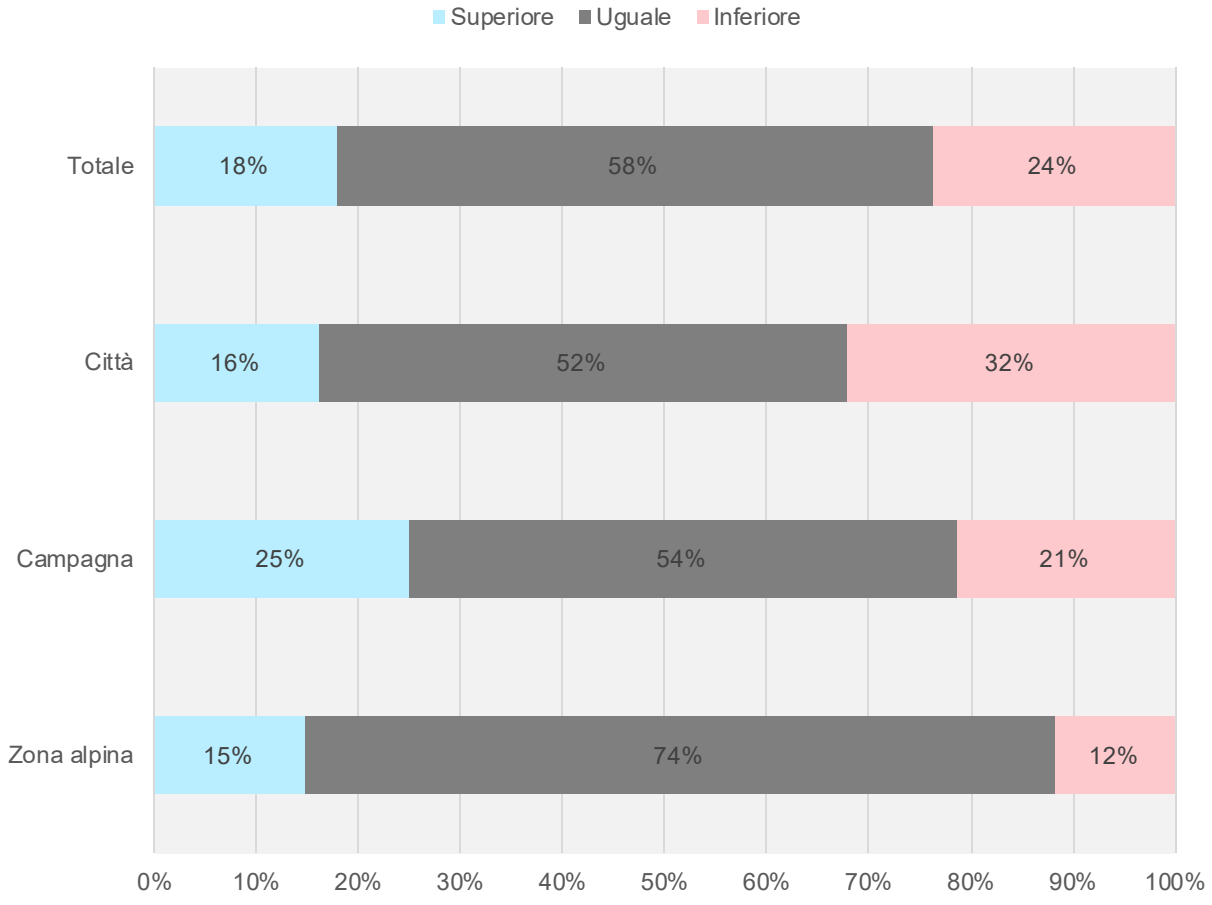


- Oltre la metà delle imprese prevede che il fatturato del weekend dell'Ascensione sarà simile a quello dell'anno scorso.
- Nelle città, un buon terzo delle imprese prevede un calo del fatturato, mentre un quinto conta su un suo incremento.

Risposte (n)	
Totale	115
Città	56
Campagna	27
Zona alpina	32

HotellerieSuisse

Prospettiva Pentecoste 2024: aspettative simili all'anno scorso

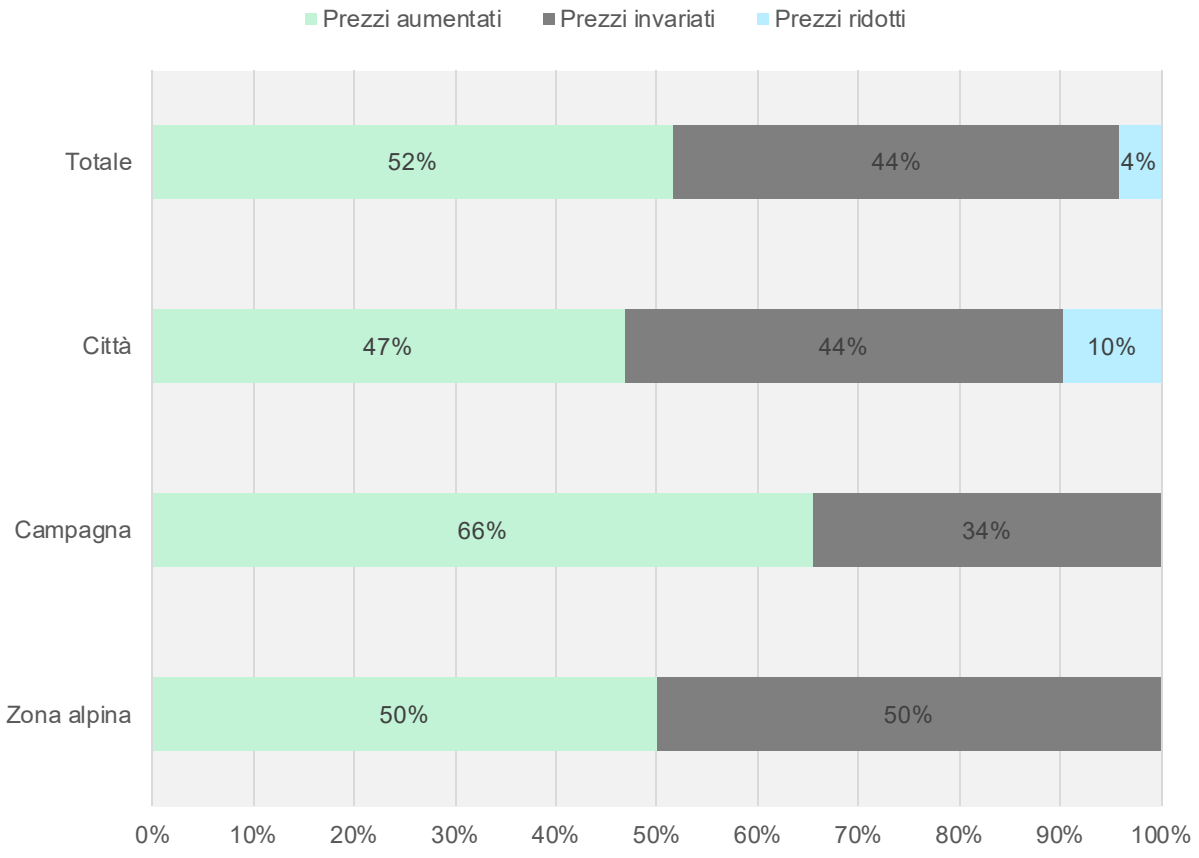


- Le aspettative per il weekend di Pentecoste non si discostano molto da quelle per il fine settimana dell'Ascensione.
- Nelle regioni alpine, tre quarti delle imprese si aspettano un risultato simile a quello dell'anno scorso.
- Solo nelle regioni alpine sono più numerose le aziende che prevedono un aumento del fatturato.

Risposte (n)	
Totale	118
Città	56
Campagna	28
Zona alpina	34

HotellerieSuisse

Adeguamenti dei prezzi: i prezzi continuano ad aumentare, ma con minore frequenza rispetto al 2023

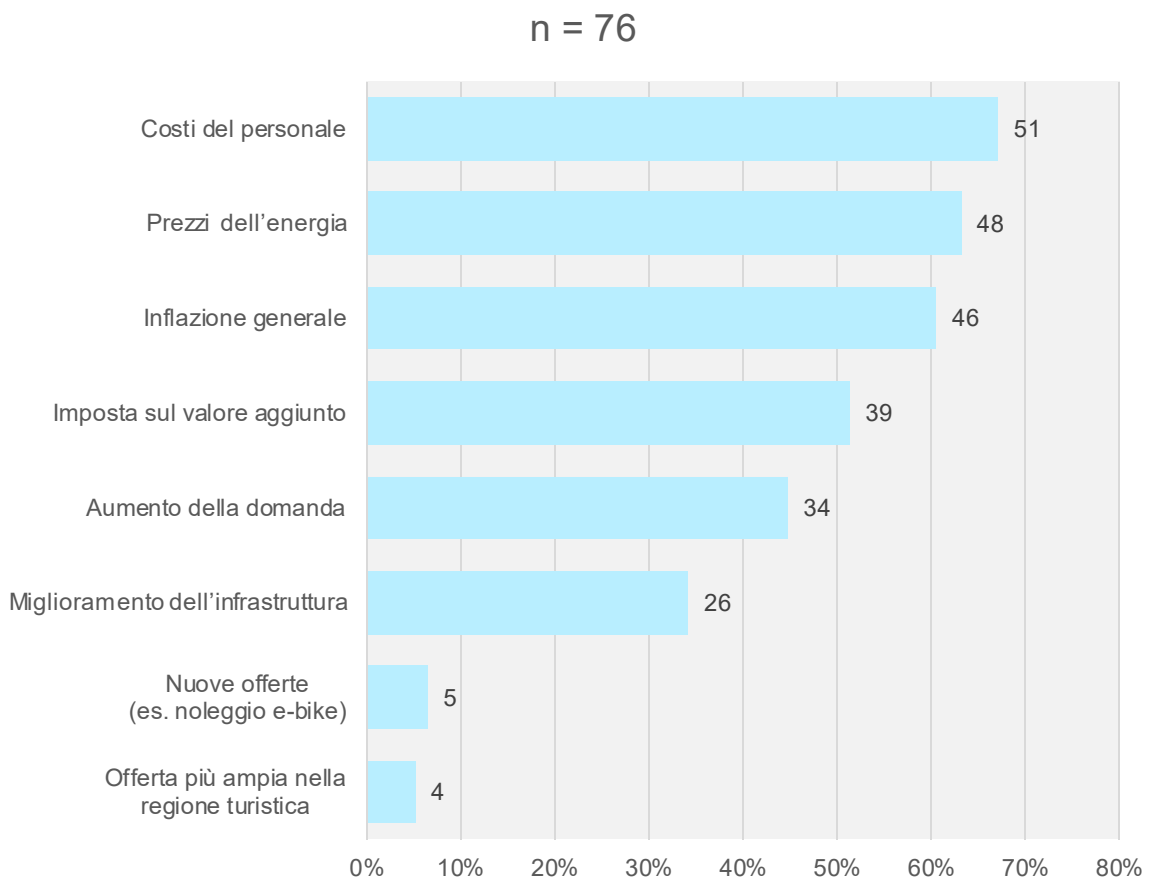


- Più della metà delle imprese dichiara di aver aumentato i prezzi rispetto all'anno scorso in vista della prossima stagione estiva. Nella valutazione della situazione di un anno fa, l'aumento riguardava tre aziende su quattro.
- Nelle regioni rurali, questo adeguamento riguarda due terzi delle imprese.
- Solo un'azienda su 25 ha abbassato i prezzi.

Risposte (n)	
Totale	147
Città	62
Campagna	29
Zona alpina	56

HotellerieSuisse

Aumenti dei prezzi dovuti alla crescente pressione dei costi



- Il 67% delle aziende giustifica l'aumento dei prezzi con l'incremento dei costi del personale.
- Al secondo e terzo posto figurano l'aumento dei costi energetici e l'inflazione generale.
- Più della metà ha dichiarato che l'aumento dell'imposta sul valore aggiunto ha comportato un aumento dei prezzi.
- Al quinto posto segue l'aumento della domanda, citato dal 45% come causa dell'aumento dei prezzi.
- Gli ultimi tre posti sono occupati da ragioni inerenti al miglioramento dell'offerta.

HotellerieSuisse

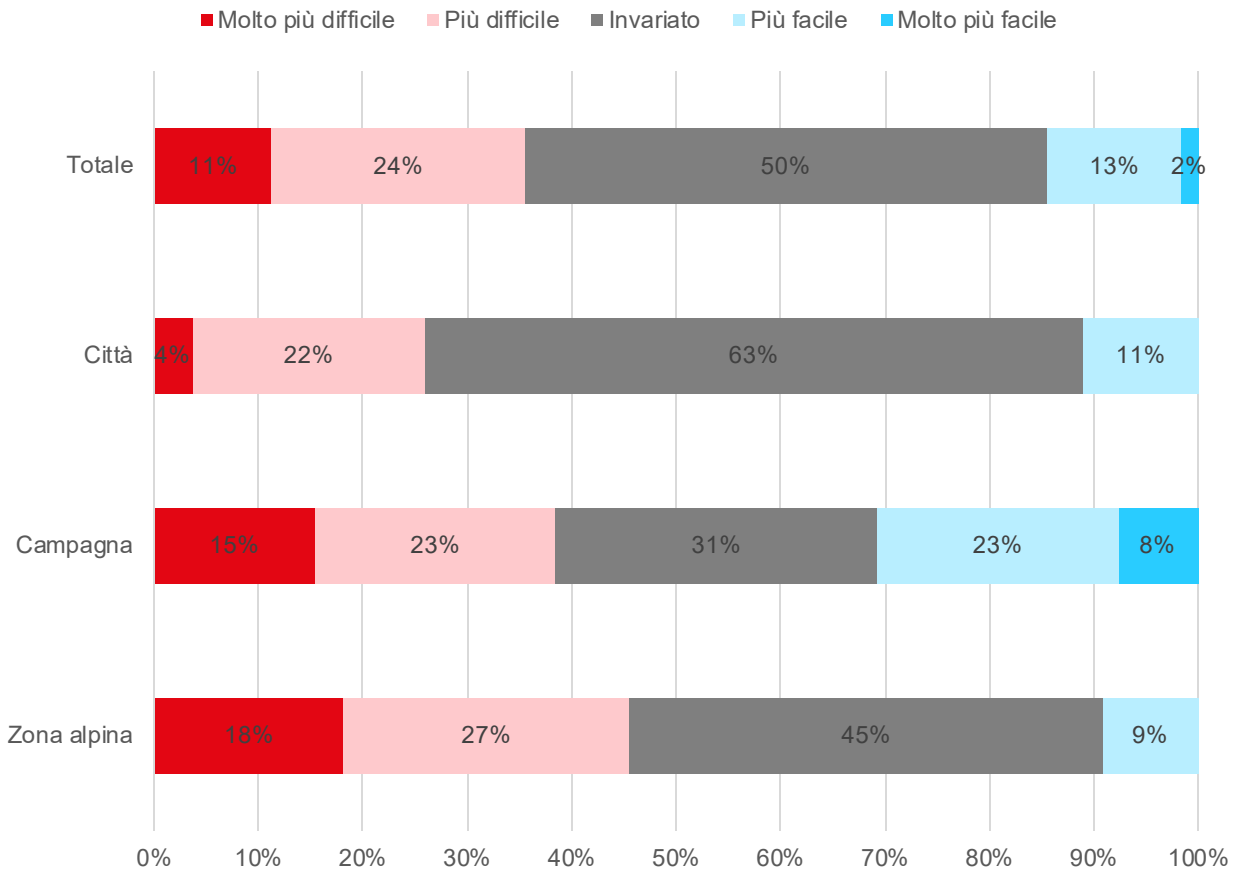
3. Apprendiste e apprendisti

Summary: apprendiste, apprendisti e personale

- Il numero di apprendiste e apprendisti nel settore alberghiero è in calo (cfr. UST – formazione professionale di base). Lo dimostrano anche i risultati dell'indagine, secondo cui, rispetto all'anno scorso, le imprese hanno tendenzialmente più difficoltà a trovare apprendiste e apprendisti. Si può quindi ipotizzare che tale numero diminuirà ulteriormente.
- L'80% delle aziende ha avuto difficoltà a coprire tutti i posti vacanti o è preoccupato per questa tendenza.
- Per contrastare la carenza di manodopera qualificata, le aziende intervistate stanno creando offerte innovative per il loro personale.
- Infatti, molte di esse (42%) hanno introdotto o pianificato un bonus fedeltà o più vacanze. Circa il 30% ha già abolito la pausa obbligatoria. Molte imprese intervistate si stanno confrontando con l'introduzione della settimana lavorativa di quattro giorni.

HotellerieSuisse

Reclutamento apprendiste e apprendisti 2024: nessuna distensione in vista

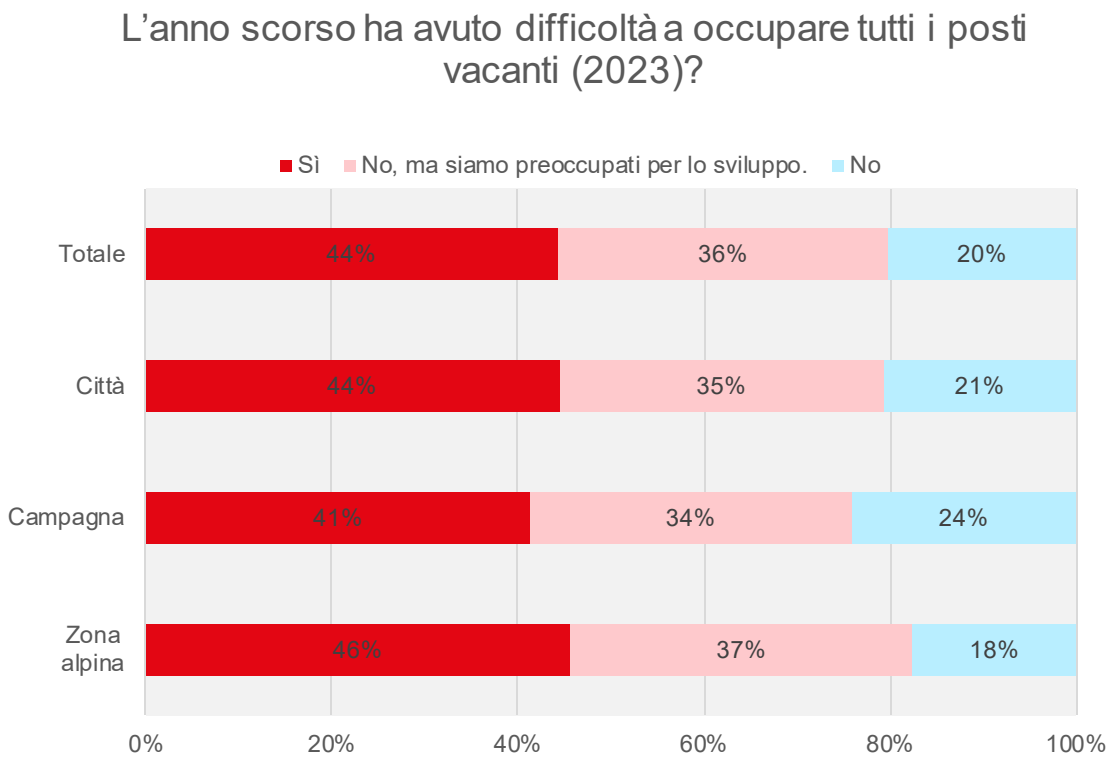


- Circa la metà delle imprese dichiara che trovare apprendiste e apprendisti è difficile o facile tanto quanto l'anno scorso.
- Un terzo ritiene che sia diventato più difficile.
- Soprattutto nelle regioni alpine è aumentata la percentuale di aziende per le quali trovare apprendiste e apprendisti è diventato più complesso.

Risposte (n)	
Totale	62
Città	27
Campagna	13
Zona alpina	22

HotellerieSuisse

Carenza di personale qualificato: quattro aziende su cinque hanno avuto difficoltà a occupare tutti i posti vacanti o sono preoccupate

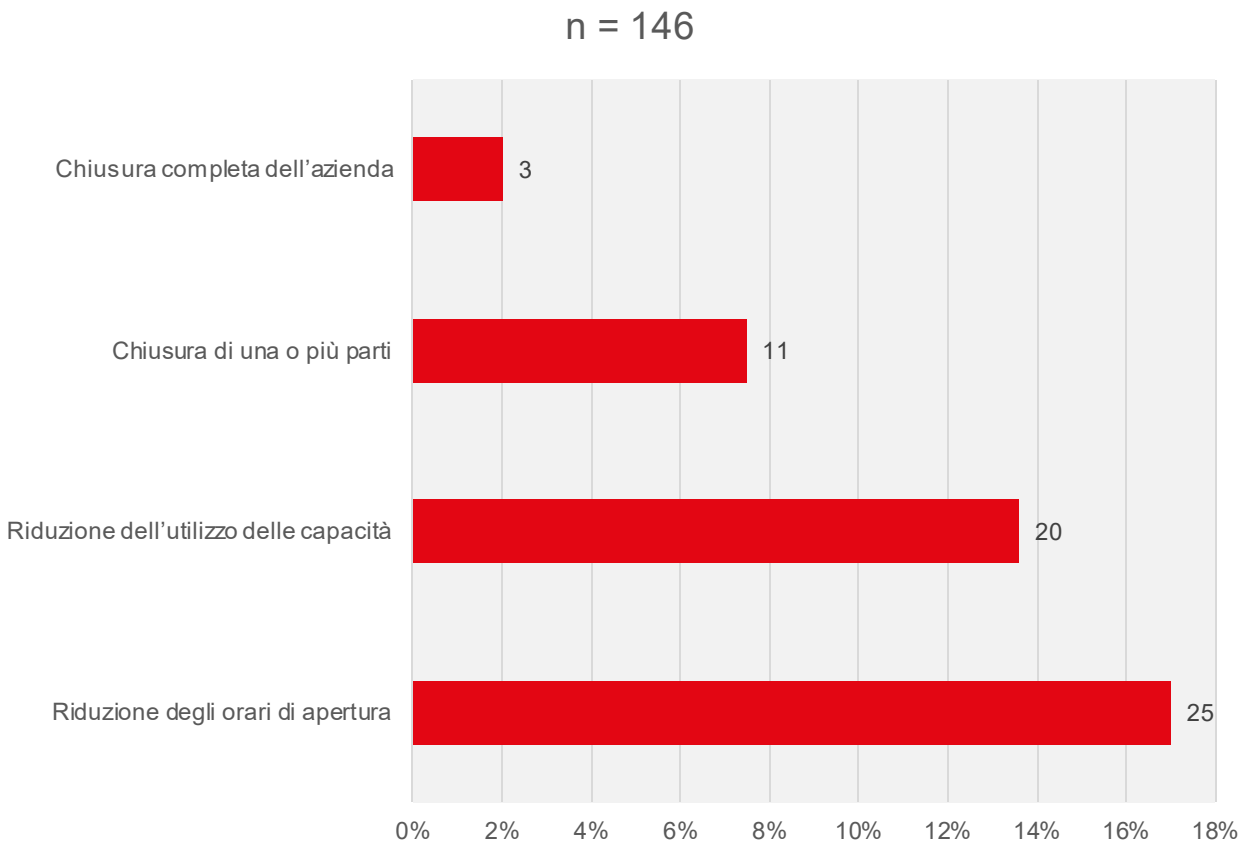


- Il 44% delle aziende ha avuto difficoltà a occupare tutti i posti vacanti.
- L'attuale livello di carenza di manodopera e personale qualificato è tornato in linea con la tendenza a lungo termine. Ciò indica che la situazione sta diventando sempre più difficile (cfr. indicatore sintetico difficoltà di reclutamento UST STATIMP).

Risposte (n)	
Totale	149
Città	63
Campagna	29
Zona alpina	57

HotellerieSuisse

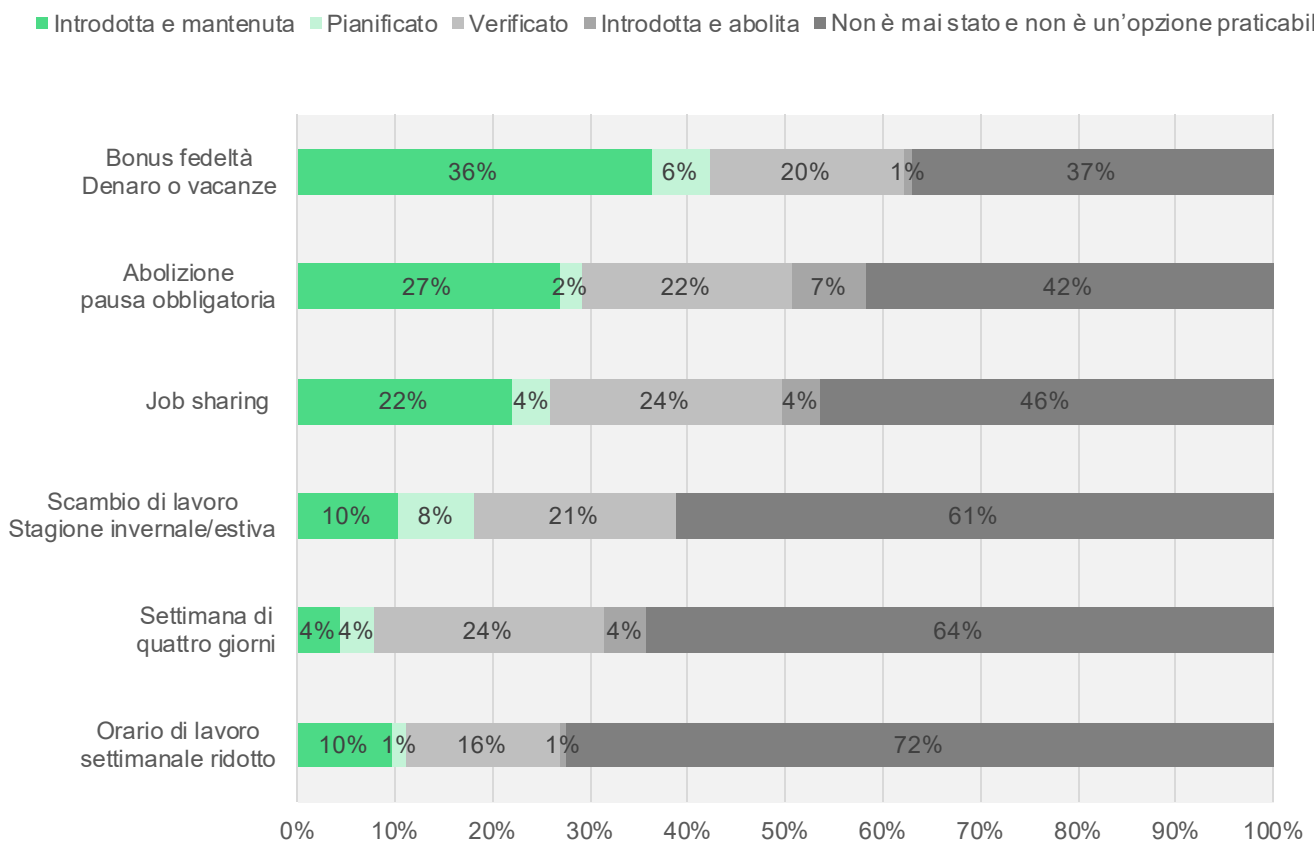
Conseguenze della carenza di manodopera e personale qualificato



- Delle 146 imprese intervistate, 44 (30%) hanno dovuto adeguare la propria offerta a causa della carenza di personale.
- In media, queste aziende si aspettavano una riduzione del fatturato del 5%.
- Considerando tutte le 146 realtà intervistate, ciò ha comportato una perdita di fatturato pari all'1,5%.

HotellerieSuisse

Offerte innovative per attrarre e fidelizzare il personale

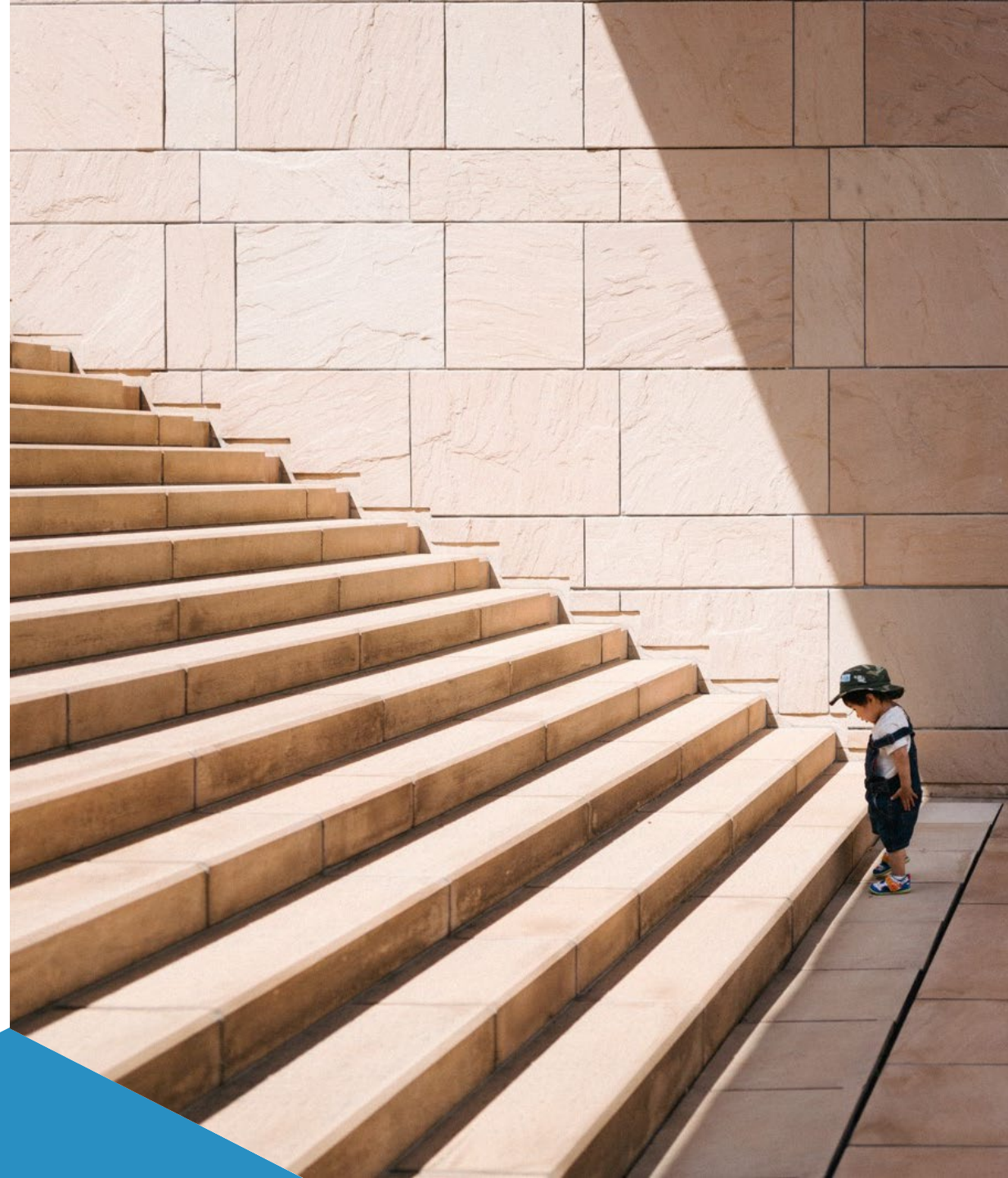


- Complessivamente, il 56% delle aziende (80 su 143) ha introdotto e mantenuto almeno una delle opzioni elencate nel grafico.
- I bonus fedeltà sono i più utilizzati. Oltre un terzo delle aziende utilizza questo incentivo per risultare attraente per il personale.
- Un'impresa su dieci ha ridotto il lavoro settimanale.
- Circa un quarto delle aziende si è confrontato con la settimana lavorativa di 4 giorni; un'impresa su 25 ha introdotto e mantenuto la settimana corta.

Risposte (n)	
Totale	146
Città	63
Campagna	28
Zona alpina	55

HotellerieSuisse

5. Sfide del settore



Summary: la carenza di personale qualificato resta la principale sfida del settore

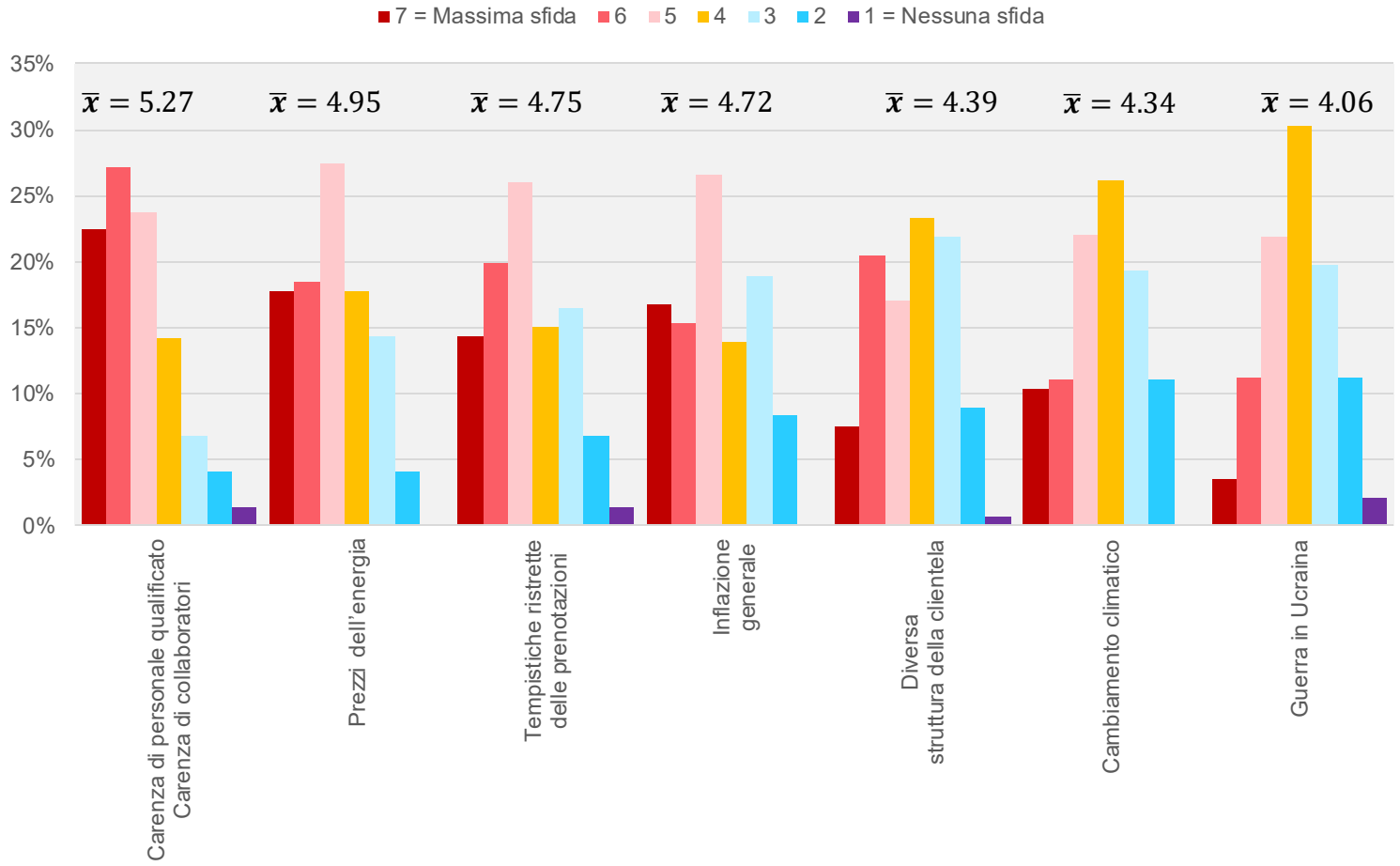
- Crisi temporanee come il coronavirus e la crisi energetica nell'autunno 2022 sono riuscite provvisoriamente a spingere la carenza di lavoratori qualificati al secondo posto tra le principali sfide del settore.

- Altrimenti, questa sfida rimane al primo posto e continuerà a riguardare il settore anche in futuro.

- I prezzi dell'energia restano al 2° posto, mentre al 3° posto figurano le tempistiche ristrette delle prenotazioni, che rappresentano un problema a livello di pianificazione per le aziende, e la mutata struttura della clientela, che richiede agilità nello sviluppo del loro modello di business.

HotellerieSuisse

La carenza di personale qualificato resta la principale sfida del settore



- Il 49% delle imprese intervistate attribuisce un valore molto elevato (6 o 7) alla carenza di personale qualificato, mentre il 73% un valore elevato (da 5 a 7).
- Ai prezzi dell'energia è attribuito un valore molto elevato dal 36% delle imprese e elevato dal 63%; in termini di tempistiche ristrette delle prenotazioni, il 34% attribuisce un valore molto elevato e il 50% un valore elevato.
- Ai posti 4, 5, 6 e 7 figurano l'inflazione generale, la mutata struttura della clientela, il cambiamento climatico e la guerra in Ucraina.

Risposte (n)	
Totale	148
Città	63
Campagna	28
Zona alpina	57