



# Indagine sulla valutazione della situazione

## Aprile 2025

Svolta dall'11 al 21 aprile 2025 tra  
gli alberghi associati a HotellerieSuisse

# 1. Retrospectiva: stagione invernale 2024/25



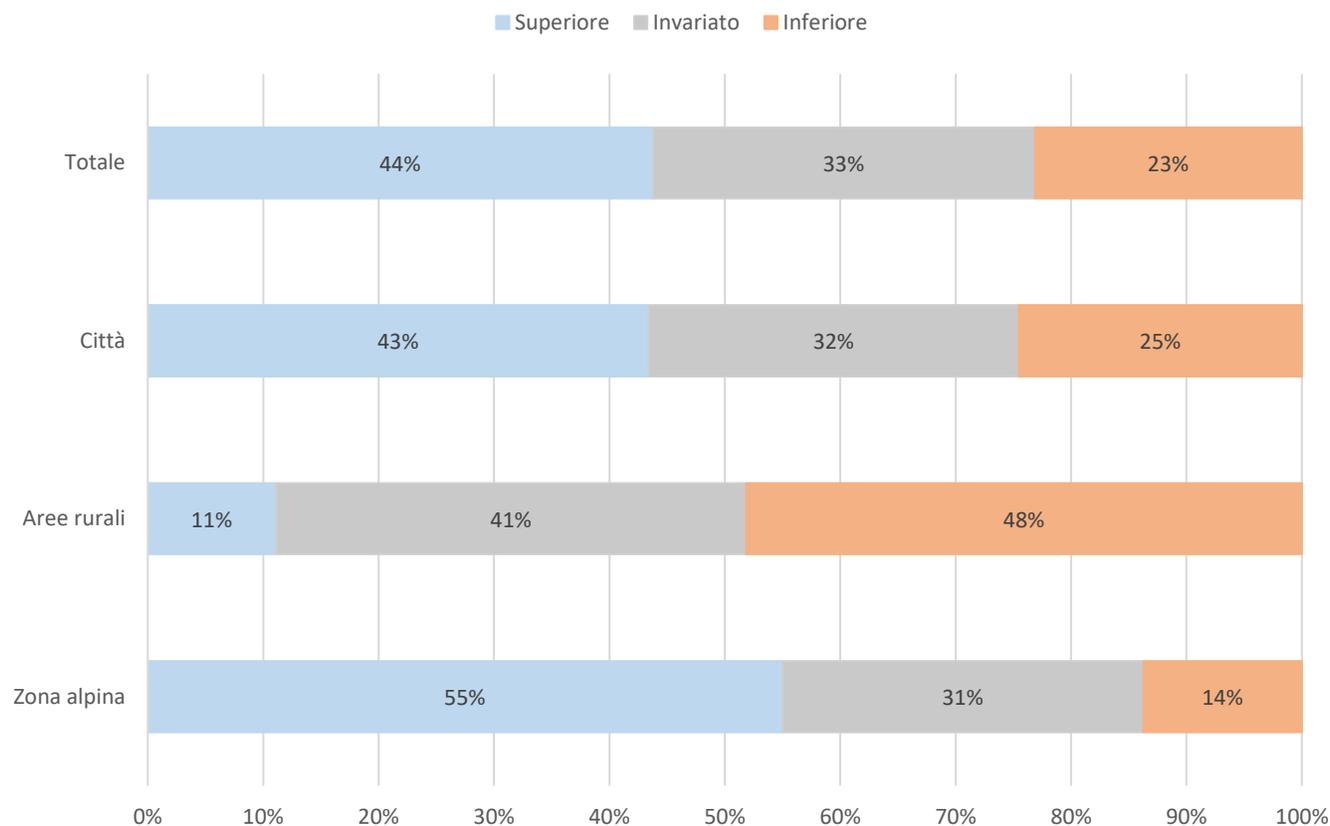
## Sintesi: stagione invernale 2024/25

- La maggior parte delle aziende si dichiara da piuttosto a molto soddisfatta dell'andamento della stagione invernale 2024/25.
- Nella stagione invernale 2024/25 molte aziende sono riuscite ad aumentare il proprio fatturato o a mantenerlo stabile rispetto alla stagione invernale precedente. Tuttavia, oltre la metà delle aziende ha riferito un incremento dei costi.
- La valutazione complessiva dell'andamento del fatturato e dei costi risulta quindi equilibrata per gran parte delle aziende.



# Confronto della stagione invernale 2024/25 con quella precedente: quadro dei fatturati prevalentemente positivo

Fatturato della stagione invernale 2024/25 rispetto all'anno precedente

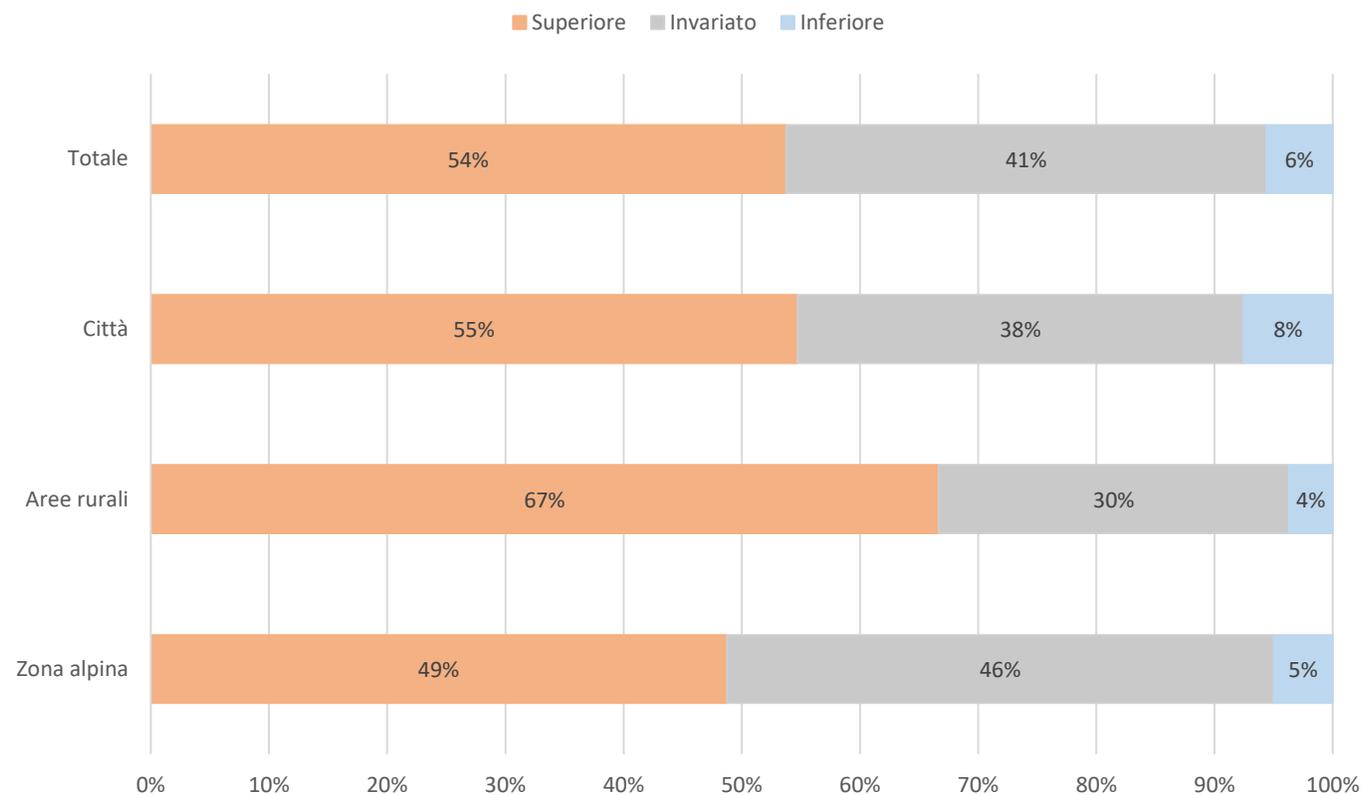


- Nella stagione invernale 2024/25 molte aziende hanno registrato fatturati in crescita o in linea con quelli della stagione invernale precedente.
- Un andamento meno favorevole è stato rilevato tra le aziende delle aree rurali: quasi la metà segnala un calo del fatturato.

Risposte (n)	
Totale	160
Città	53
Campagna	27
Zona alpina	80

# Confronto della stagione invernale 2024/25 con quella precedente: aumento dei costi

Costi della stagione invernale 2024/25 rispetto all'anno precedente

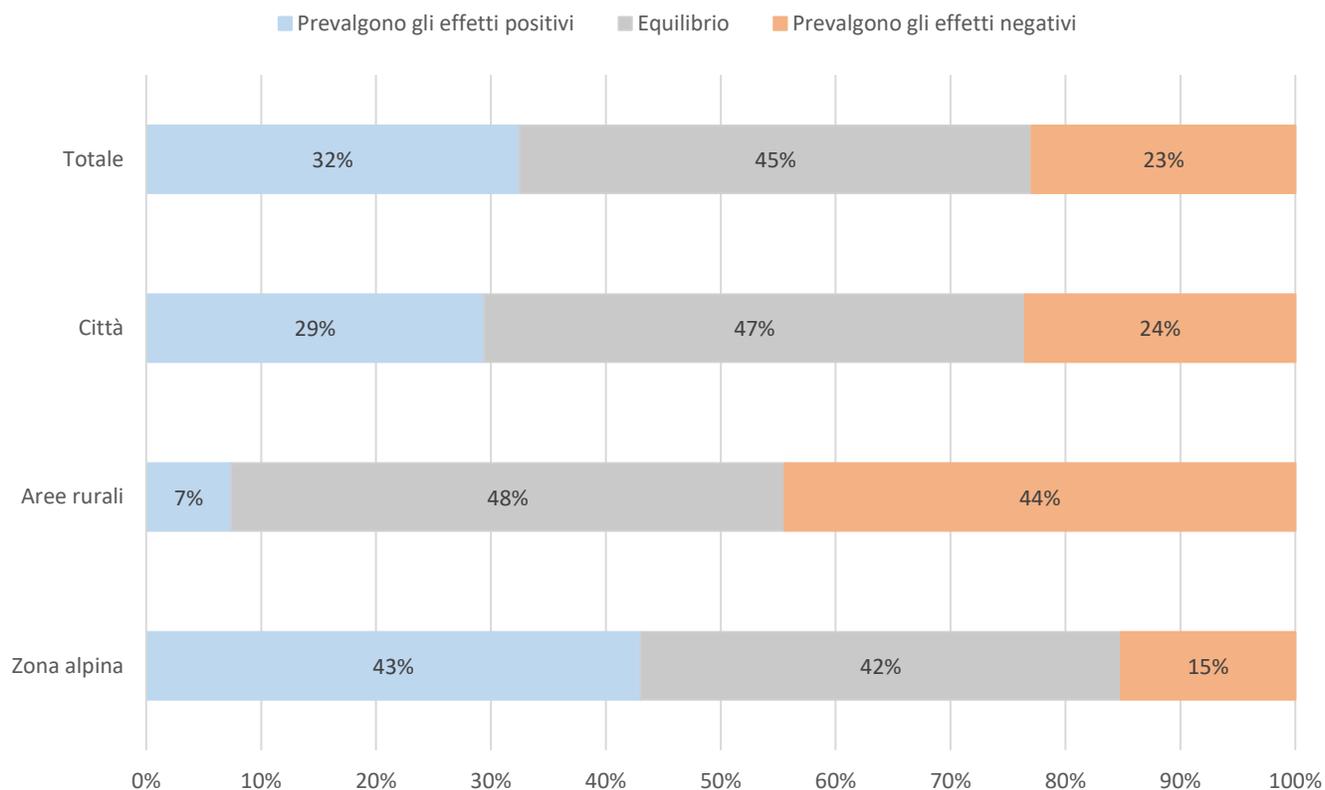


- Nella stagione invernale 2024/25, oltre la metà delle aziende riferisce un aumento dei costi.
- La percentuale di aziende con costi in aumento è elevata in tutte le zone turistiche.

Risposte (n)	
Totale	160
Città	53
Campagna	27
Zona alpina	80

# Confronto della stagione invernale 2024/25 con quella precedente: quadro complessivo equilibrato

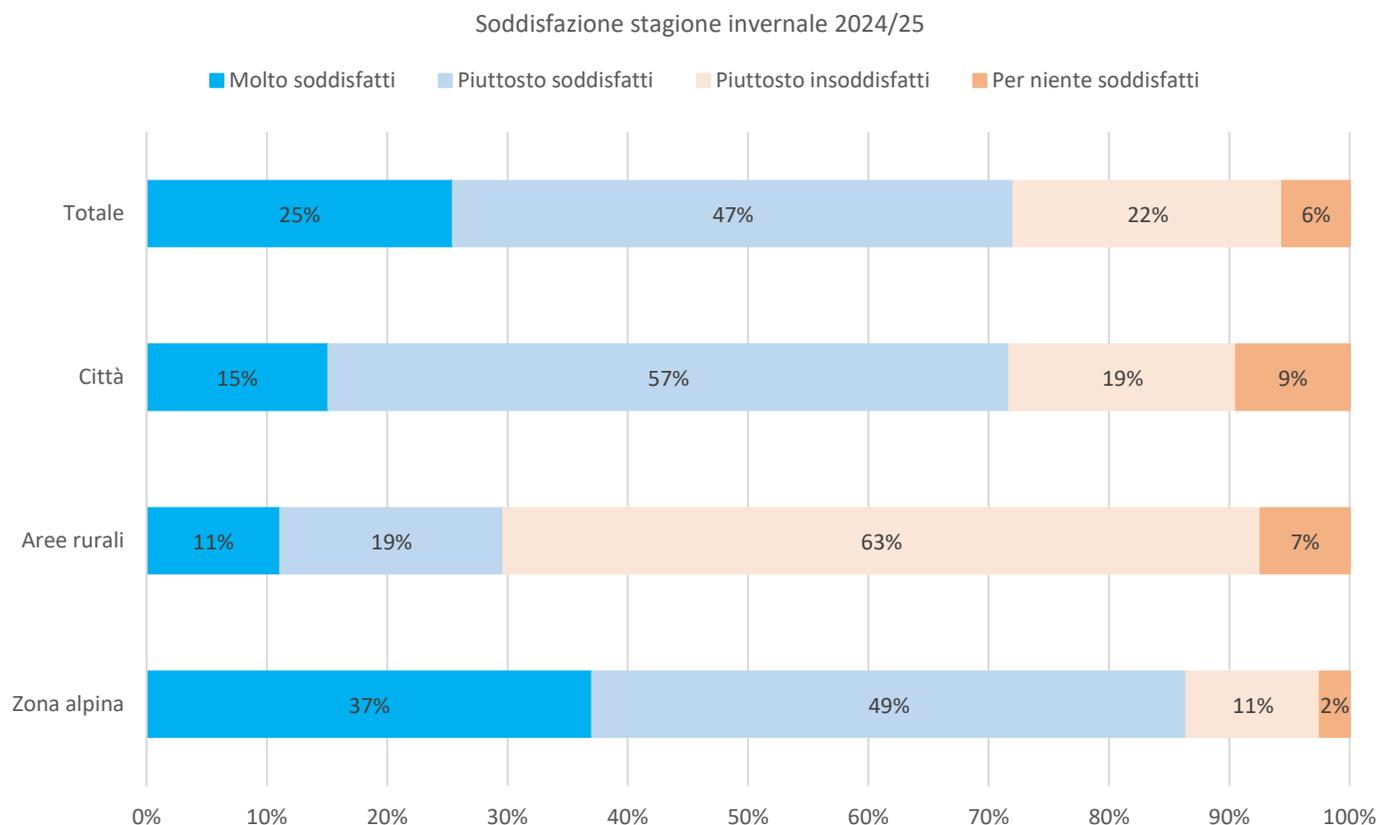
Quadro complessivo fatturato e costi stagione invernale 2024/25 rispetto all'anno precedente



- La valutazione generale del fatturato e dei costi appare equilibrata per la maggior parte delle aziende; circa un terzo delle imprese segnala effetti positivi, mentre per un quarto prevalgono gli aspetti negativi.
- Tra le aziende rurali intervistate, invece, gli effetti positivi sono in netta minoranza.

Risposte (n)	
Totale	157
Città	51
Campagna	27
Zona alpina	79

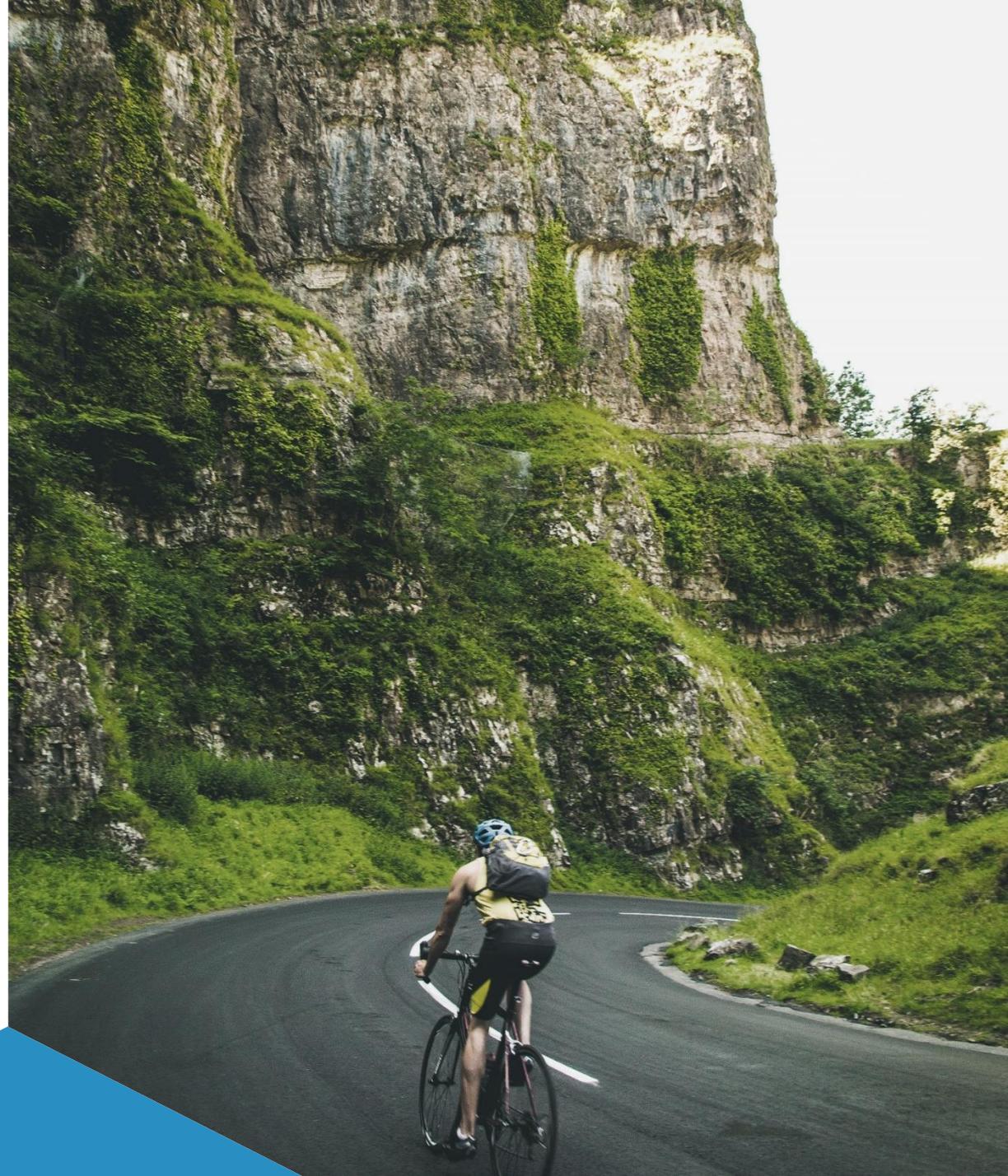
# Andamento della stagione invernale 2024/25: molte aziende si dichiarano piuttosto soddisfatte



- La maggior parte si dichiara da piuttosto a molto soddisfatta dell'andamento della scorsa stagione invernale.
- Tuttavia, tra le imprese attive nelle aree rurali, il livello di soddisfazione risulta sensibilmente inferiore.

Risposte (n)	
Totale	161
Città	53
Campagna	27
Zona alpina	81

## 2. Prospettiva: stagione estiva 2025



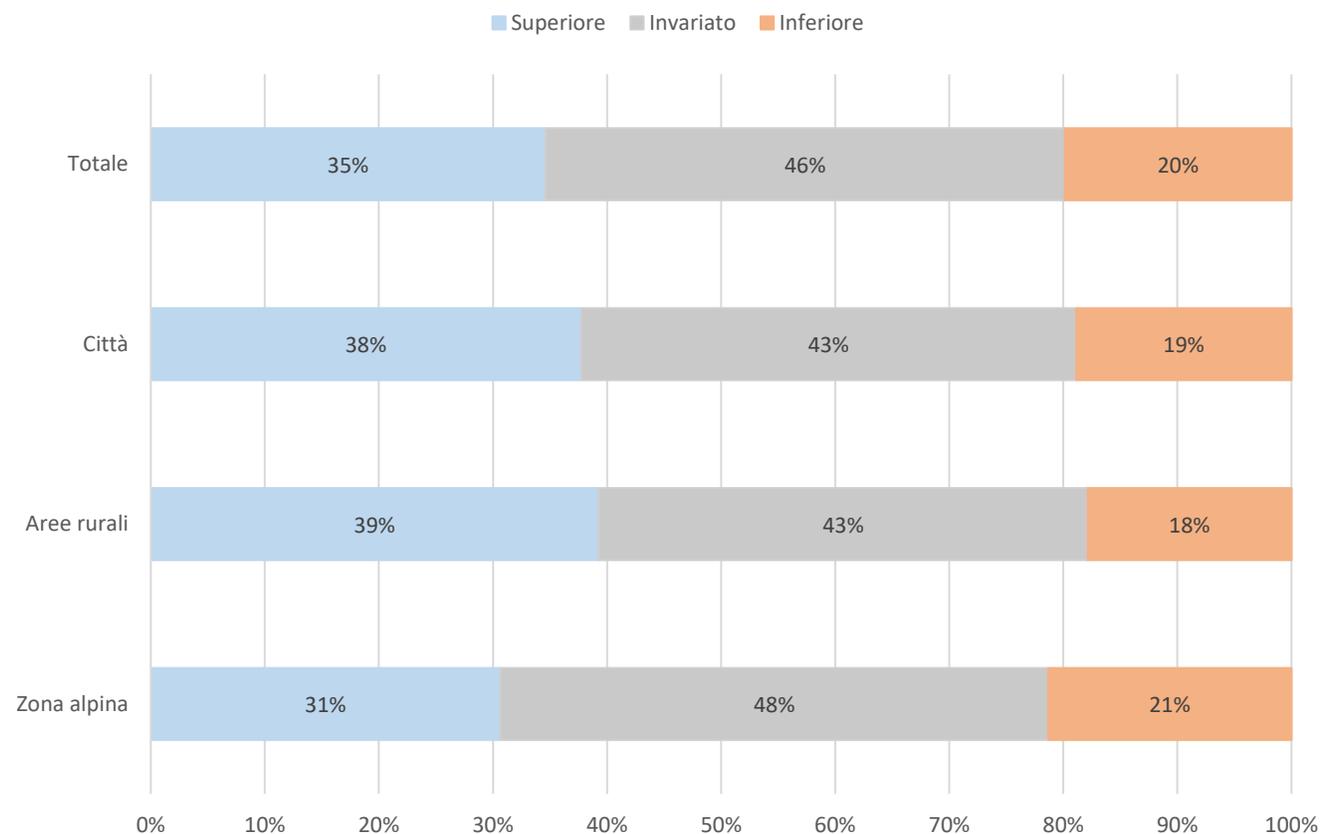
## Sintesi: prospettiva stagione estiva 2025

- Il 46% delle aziende prevede, per la stagione estiva 2025, un fatturato simile a quello dell'anno precedente, mentre il 35% si aspetta un aumento.
- Molte aziende hanno deciso di aumentare i prezzi o di mantenerli invariati; le riduzioni, invece, sono rare.
- Gli aumenti restano in gran parte legati alla crescente pressione sui costi.



# Previsione stagione estiva 2025: attesi fatturati stabili

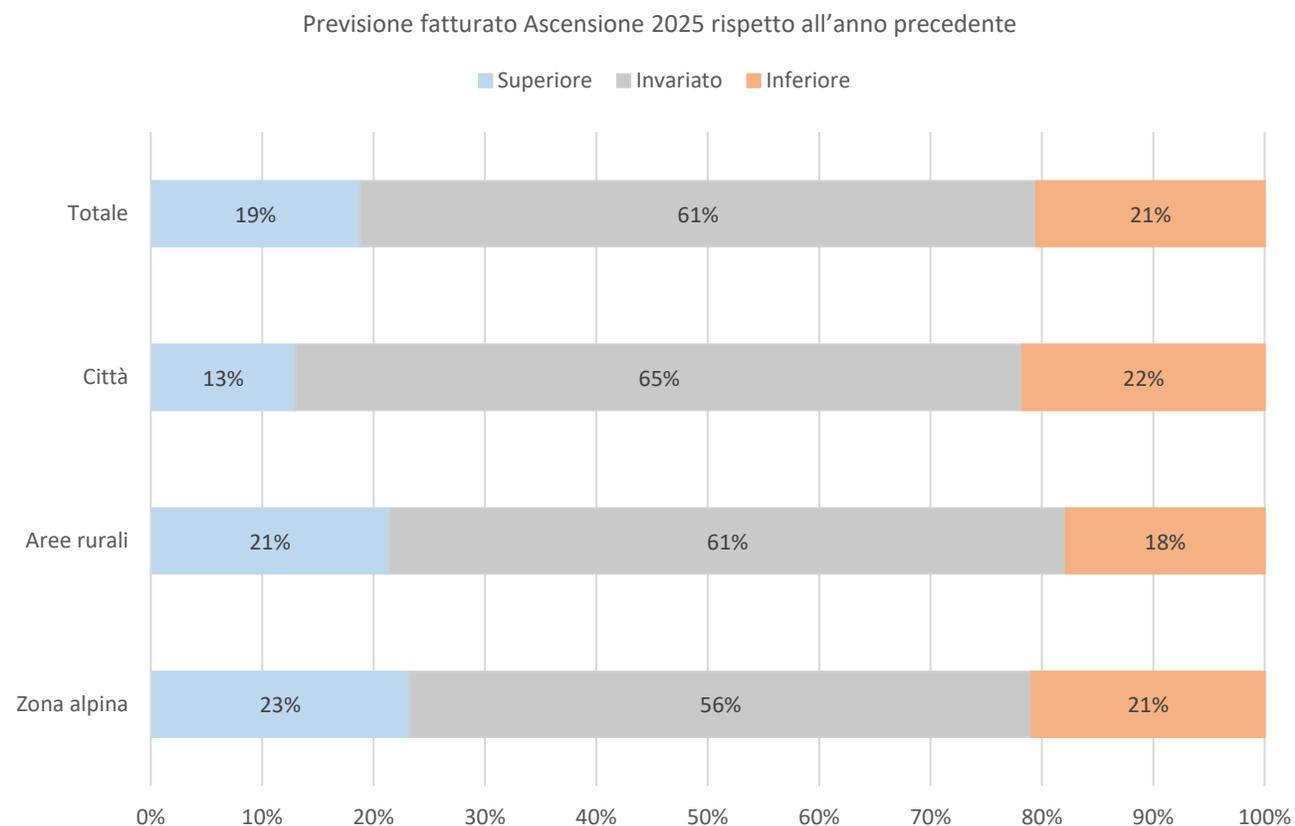
Previsione fatturato stagione estiva 2025 rispetto all'anno precedente



- Quasi la metà delle aziende prevede per la stagione estiva 2025 un fatturato simile a quello dell'anno precedente.
- Il 35% è più ottimista, il 20% più pessimista.

Risposte (n)	
Totale	156
Città	53
Campagna	28
Zona alpina	75

# Previsione Ascensione 2025: poche aziende prevedono un aumento del fatturato

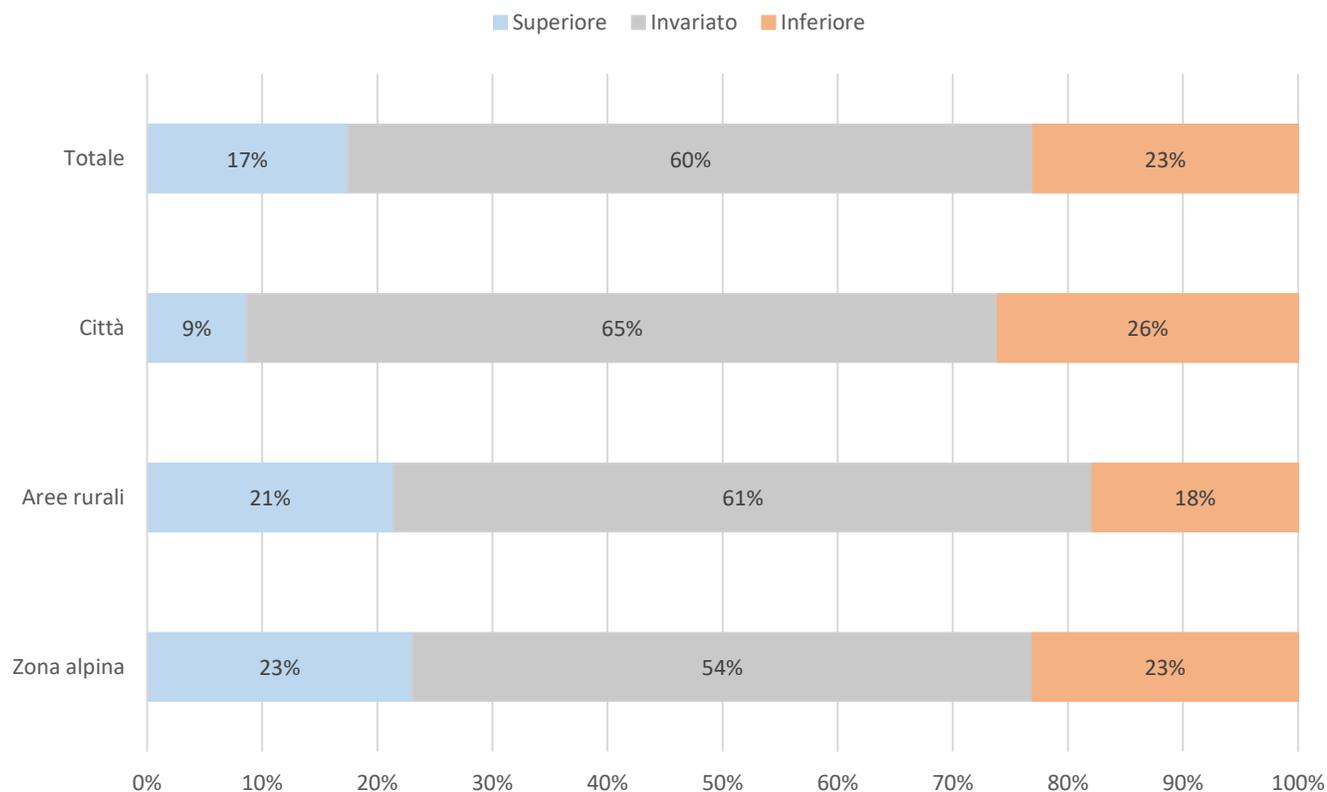


- Per l'Ascensione (questa slide) e la Pentecoste (slide successiva), oltre la metà delle aziende prevede fatturati stabili rispetto all'anno precedente.
- Soprattutto nelle città, le aspettative di crescita per questi periodi sono limitate.

Risposte (n)	
Totale	117
Città	46
Campagna	28
Zona alpina	43

# Previsione Pentecoste 2025: poche aziende prevedono un aumento del fatturato

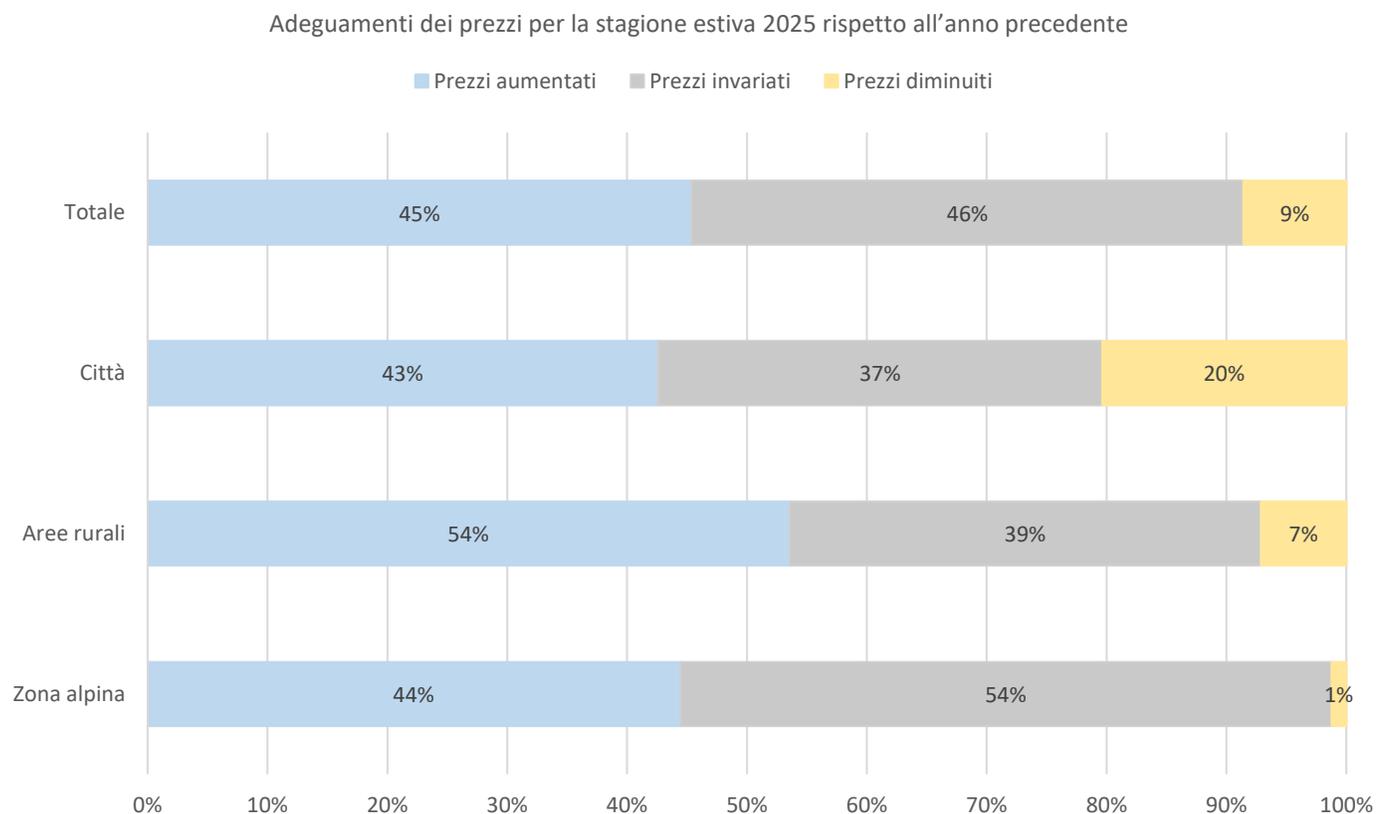
Previsione fatturato Pentecoste 2025 rispetto all'anno precedente



Risposte (n)

Totale	126
Città	46
Campagna	28
Zona alpina	52

# Adeguamenti dei prezzi per la stagione estiva 2025: tariffe stabili o in aumento.

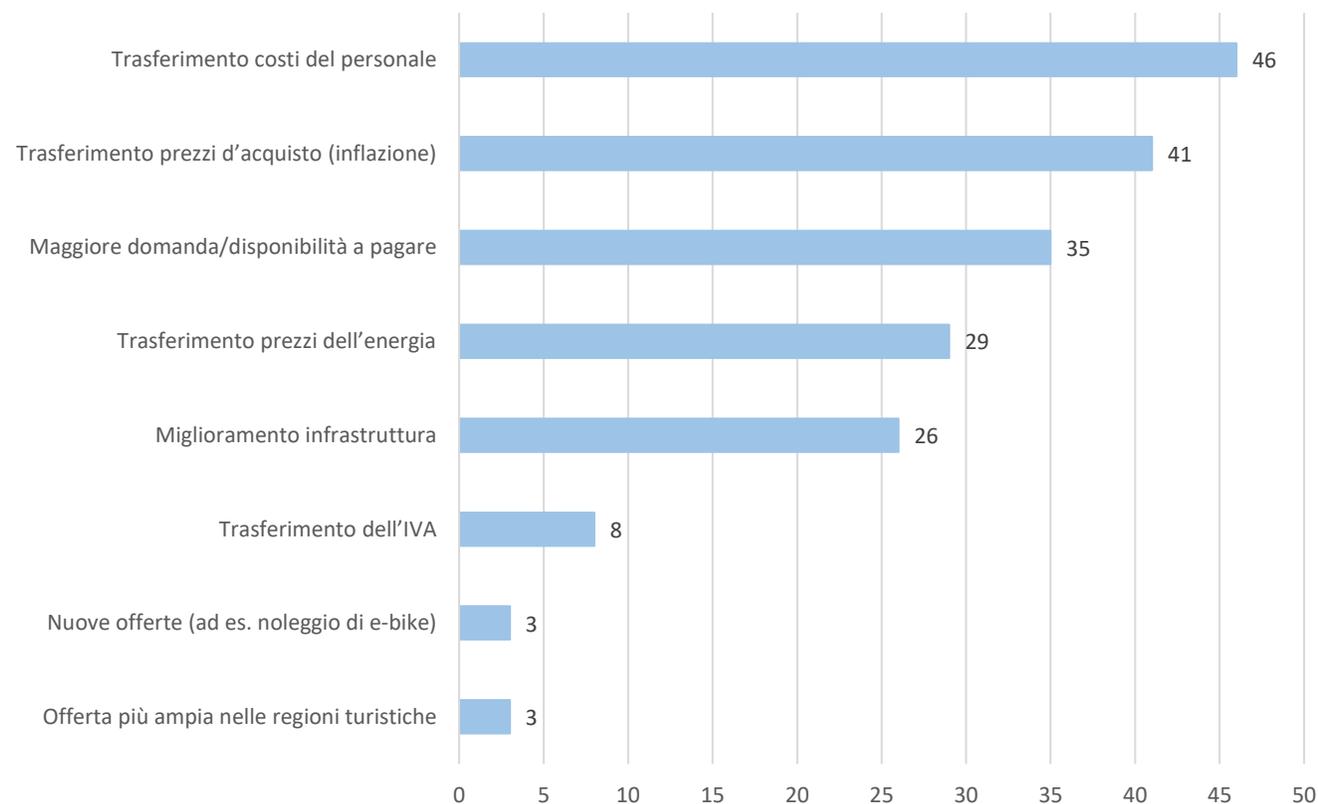


- Molte aziende hanno aumentato i prezzi o li hanno mantenuti invariati.
- Solo una minoranza ha applicato riduzioni: nelle città, la percentuale è leggermente più elevata e si attesta intorno al 20%.

Risposte (n)	
Totale	163
Città	54
Campagna	28
Zona alpina	81

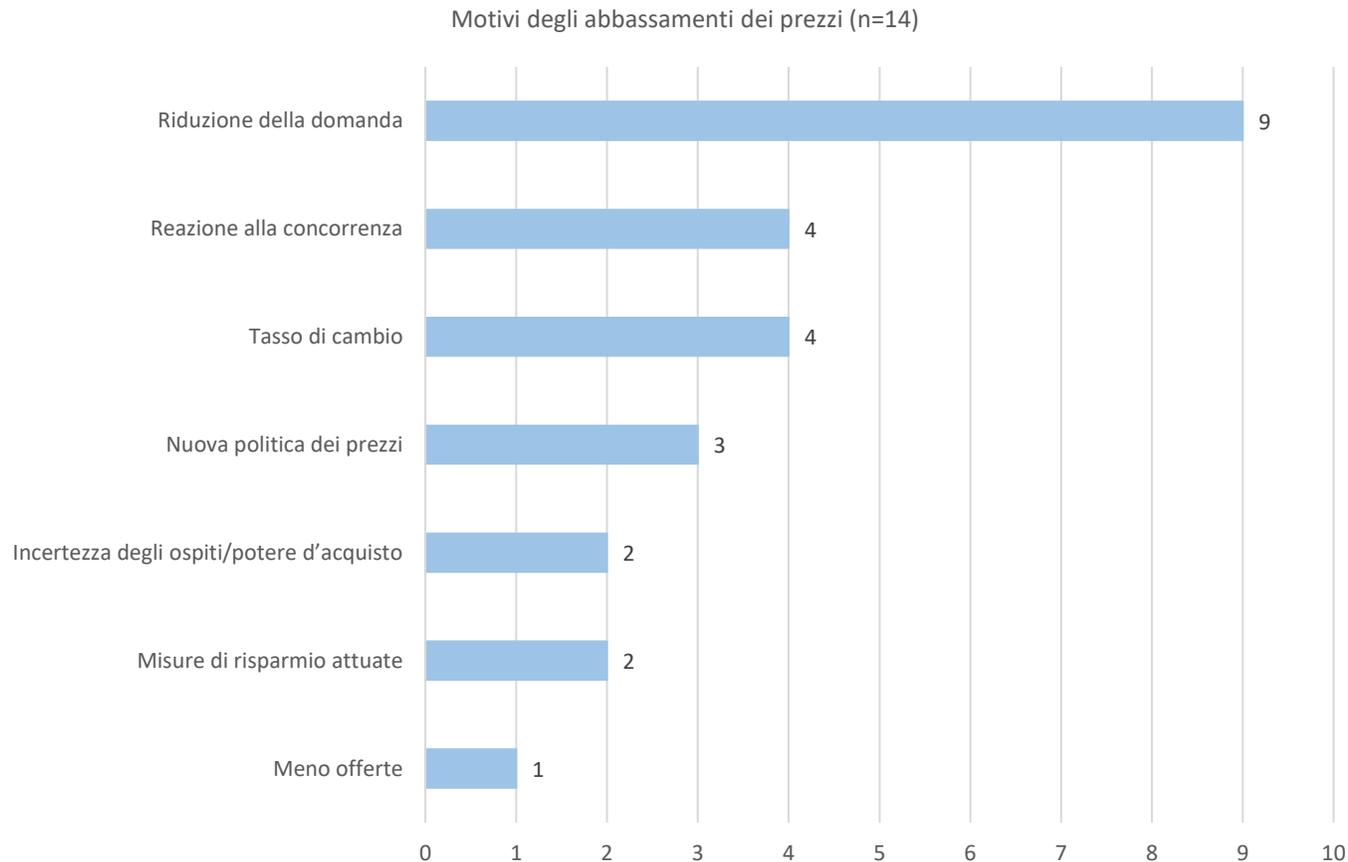
# Aumenti dei prezzi dovuti alla pressione dei costi

Motivi degli aumenti dei prezzi (n=74)



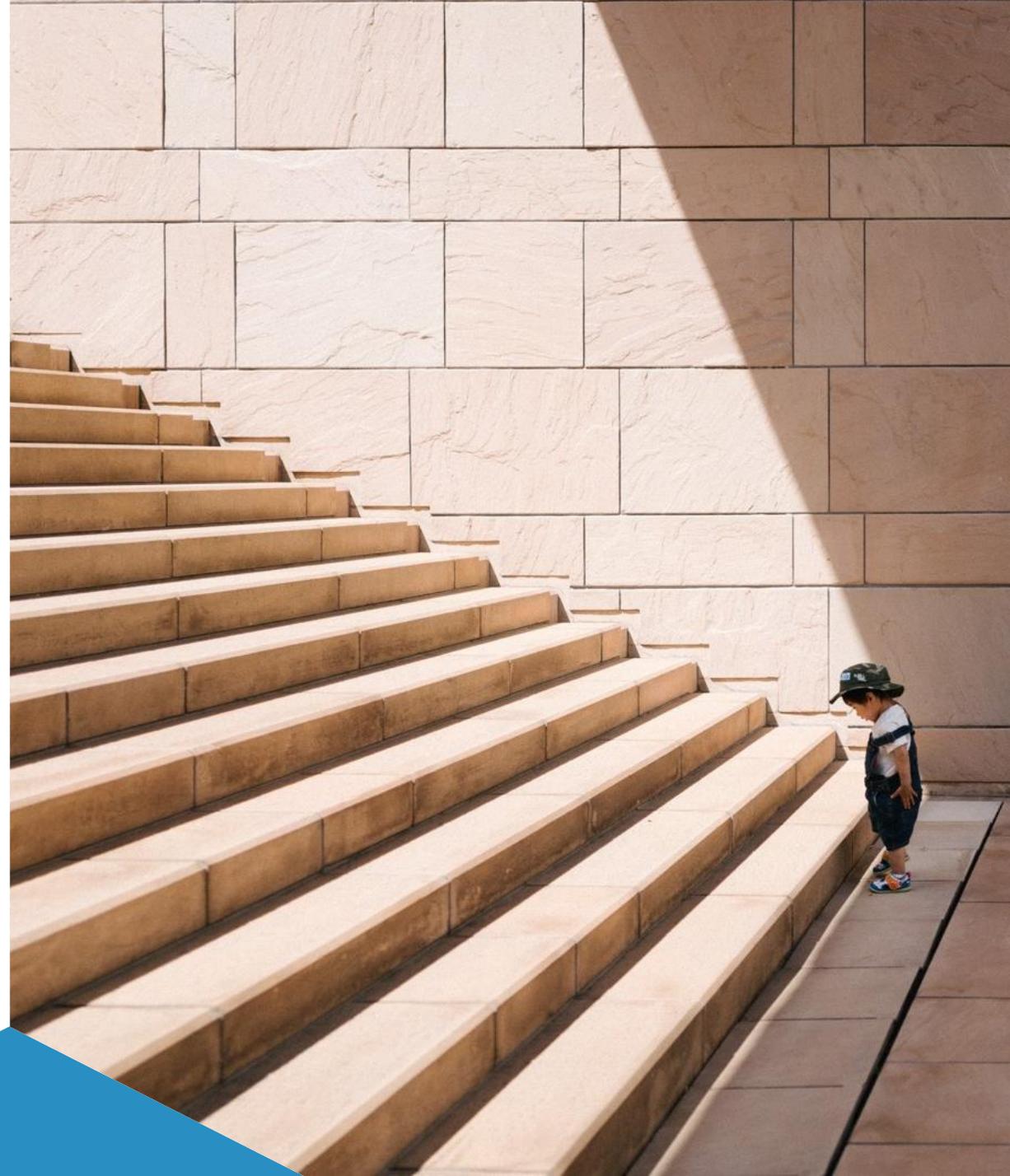
- Come già rilevato nei sondaggi precedenti, i principali motivi degli aumenti di prezzo continuano a essere legati ai costi, in particolare per il personale e per gli acquisti.
- Meno della metà degli intervistati ha attribuito gli aumenti a una maggiore domanda o a una più elevata disponibilità a pagare da parte della clientela.

# Rare riduzioni di prezzo



- Il motivo più frequente alla base delle riduzioni di prezzo è stato il calo della domanda.
- Tuttavia, queste si sono verificate solo di rado.

### 3. Sfide del settore

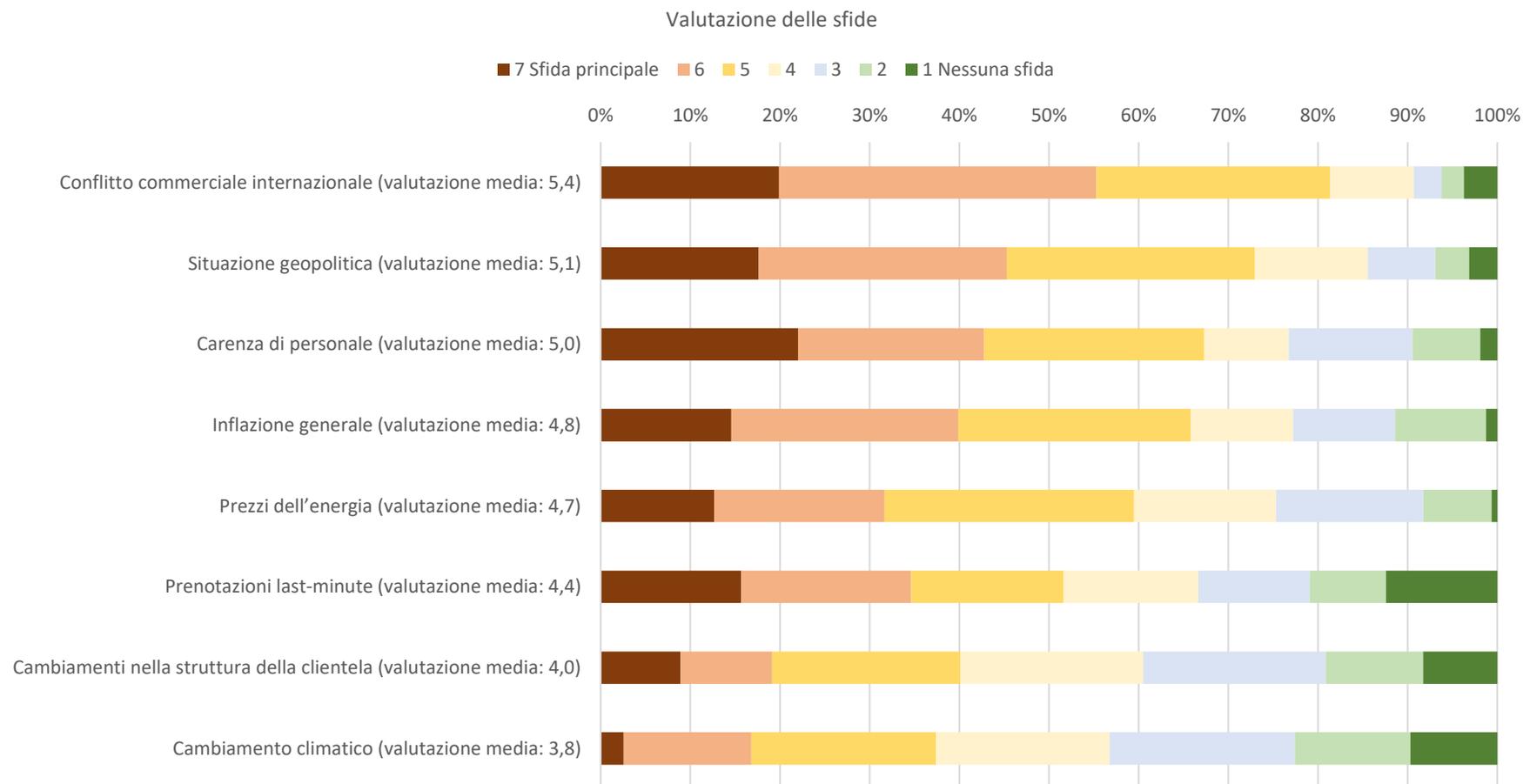


# Preoccupazione per il conflitto commerciale internazionale e altre sfide

- Ai partecipanti al sondaggio è stato chiesto quali siano le principali sfide che il settore alberghiero svizzero dovrà affrontare nella stagione estiva 2025 (cfr. dettagli nella prossima slide).
- Il conflitto commerciale internazionale e la situazione geopolitica sono stati considerati, in media, le maggiori sfide per il settore nella stagione estiva 2025.
- La carenza di personale qualificato, considerata la sfida più importante negli ultimi sondaggi, rimane una problematica molto importante, collocandosi al terzo posto.
- Seguono l'inflazione generale e i prezzi dell'energia



# Preoccupazione per il conflitto commerciale internazionale e altre sfide



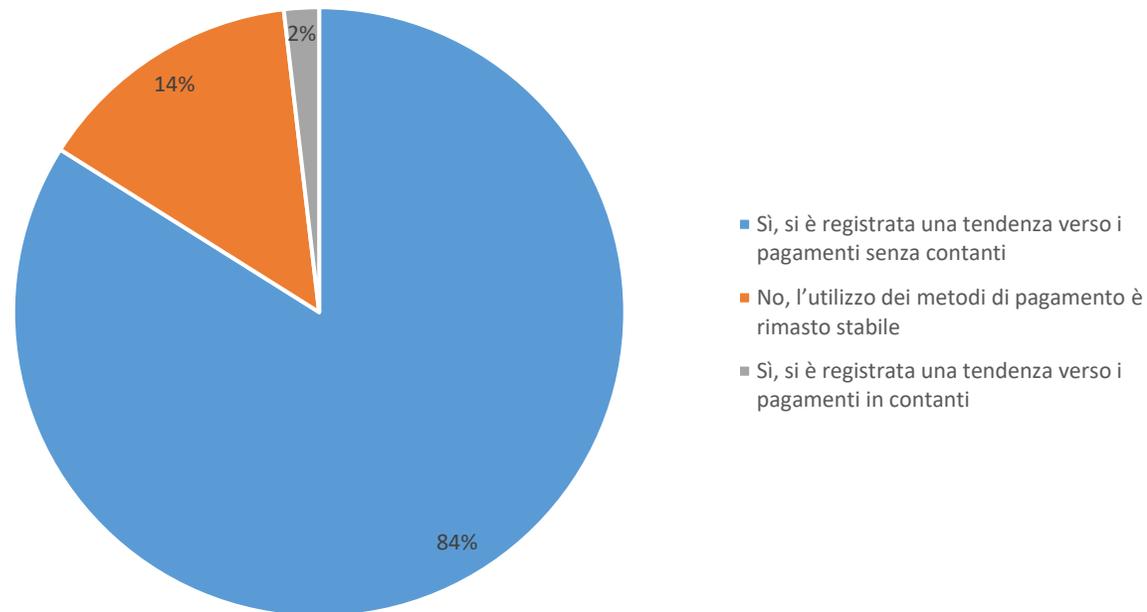
Risposte (n)  
Tra 153 e 161

## 4. Modalità di pagamento



# Chiara tendenza verso i pagamenti senza contanti

Negli ultimi anni sono cambiati i metodi di pagamento preferiti dagli ospiti? (n=162)



- In quasi tutte le aziende si effettuano sempre più pagamenti senza contanti.
- Ciò dimostra l'importanza della trasparenza delle commissioni per i pagamenti senza contanti

# Le carte di credito continuano a dominare il mercato dei pagamenti

Percentuale mezzi di pagamento	Media	Quartile inferiore	Mediana	Quartile superiore
Carte di credito in % (n = 100)	52.9	38.8	50.0	70.0
Bonifici bancari in % (n = 95)	16.0	5.0	10.0	25.0
Contanti (CHF) in % (n = 100)	11.2	5.0	10.0	15.0
Carte di debito in % (n = 100)	8.0	3.8	8.0	10.0
Twint in % (n = 97)	3.4	0.7	2.0	5.0
Altri metodi di mobile payment in % (n = 93) ad es. Apple Pay. Google Pay	3.1	0.0	0.0	4.0
Contanti (valute estere) in % (n = 99)	2.5	0.1	1.0	3.0
Criptovalute in % (n = 95)	0.0	0.0	0.0	0.0

- Quasi la metà dei pagamenti viene effettuata con carta di credito.
- Anche i bonifici bancari e i pagamenti in contante rappresentano una parte significativa.
- Twint e altri metodi di pagamento mobili vengono utilizzati raramente.
- Le criptovalute non costituiscono (ancora) un tema per le aziende.