



Indagine sulla valutazione della situazione Ottobre 2025

Svolta dal 17 al 26 ottobre 2025 tra
gli alberghi associati a HotellerieSuisse

1. Retrospectiva: stagione estiva 2025

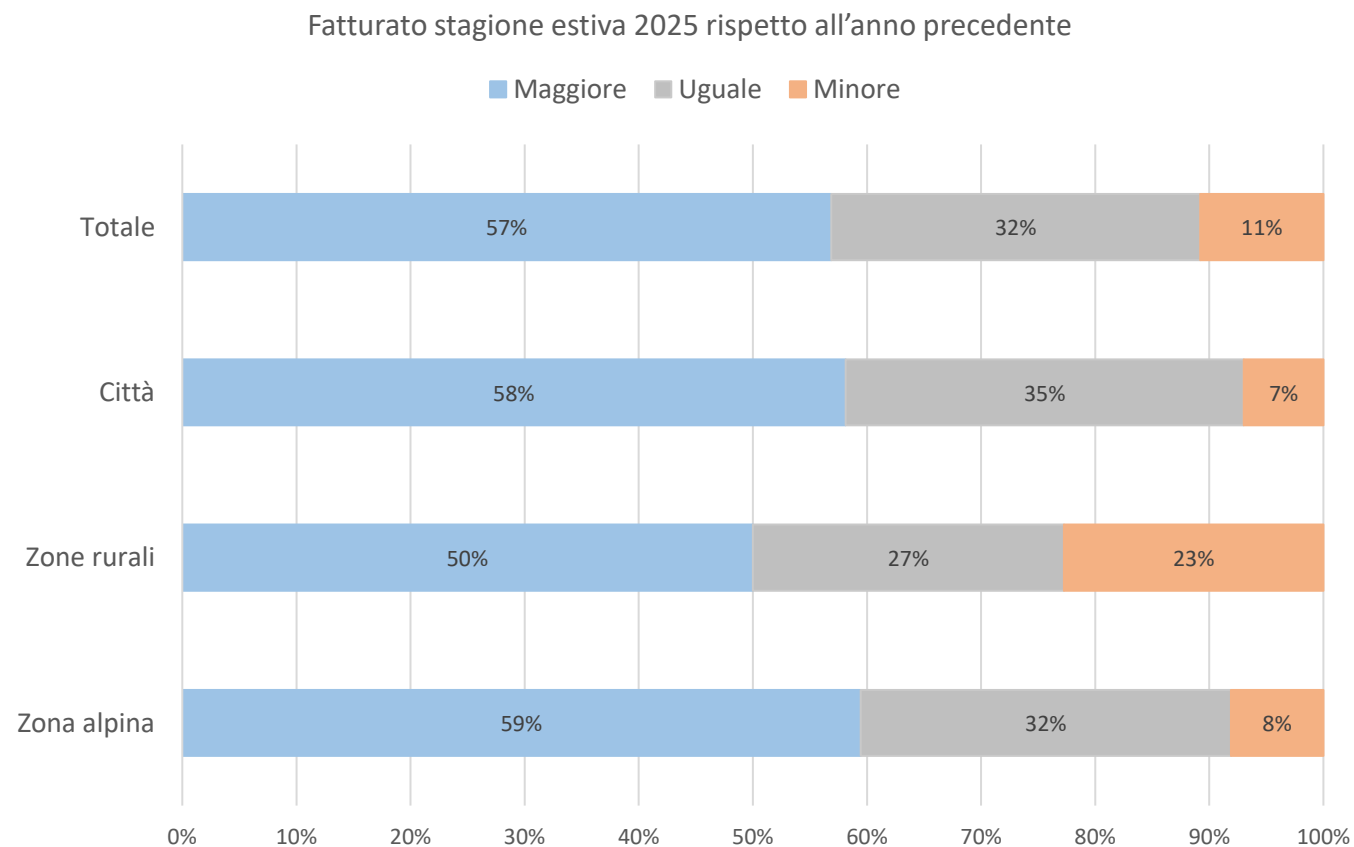


Sintesi: stagione estiva 2025

- La maggior parte delle aziende è soddisfatta dell'andamento della stagione estiva 2025: il 51% è abbastanza soddisfatto, il 35% molto soddisfatto. Oltre la metà delle aziende è riuscita ad aumentare il proprio fatturato rispetto all'anno precedente.
- Allo stesso tempo, però, un'azienda su due segnala un aumento dei costi: una grande sfida, anche se la valutazione complessiva dell'andamento del fatturato e dei costi per molte aziende è (ancora) positiva (48%) o equilibrata (38%).
- Nelle zone rurali, un numero relativamente maggiore di aziende segnala un andamento complessivo negativo.



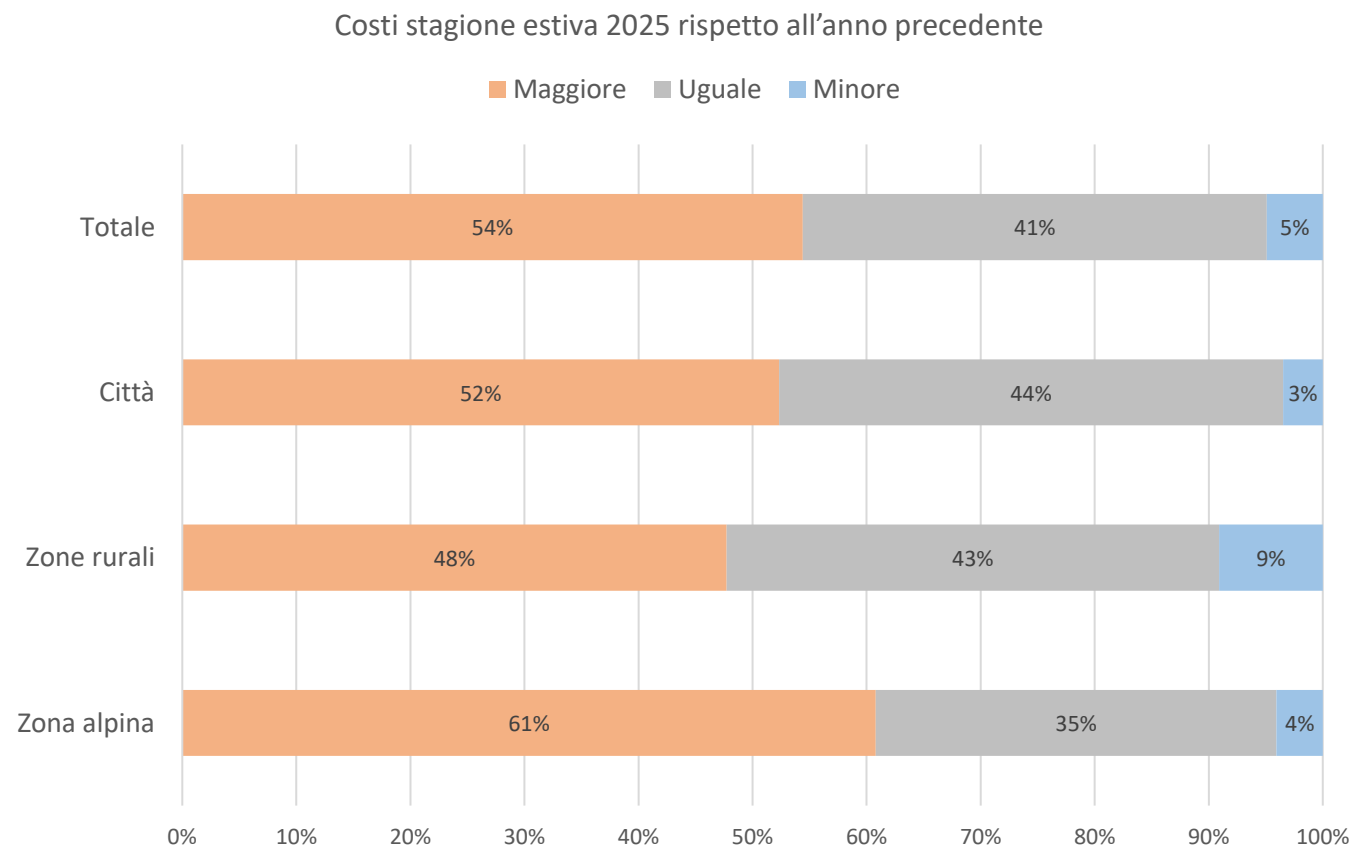
Confronto con l'anno precedente stagione estiva 2025: buon andamento del fatturato con eccezioni



- La maggior parte delle aziende è riuscita ad aumentare il proprio fatturato nella stagione estiva 2025. Per circa un terzo delle aziende il fatturato è rimasto al livello dell'anno precedente.
- Nelle zone rurali, tuttavia, quasi un'azienda su quattro ha registrato un calo del fatturato, una percentuale superiore a quella delle altre regioni.

Risposte (n)	
Totale	204
Città	86
Zone rurali	44
Zona alpina	74

Confronto con l'anno precedente stagione estiva 2025: costi in costante aumento

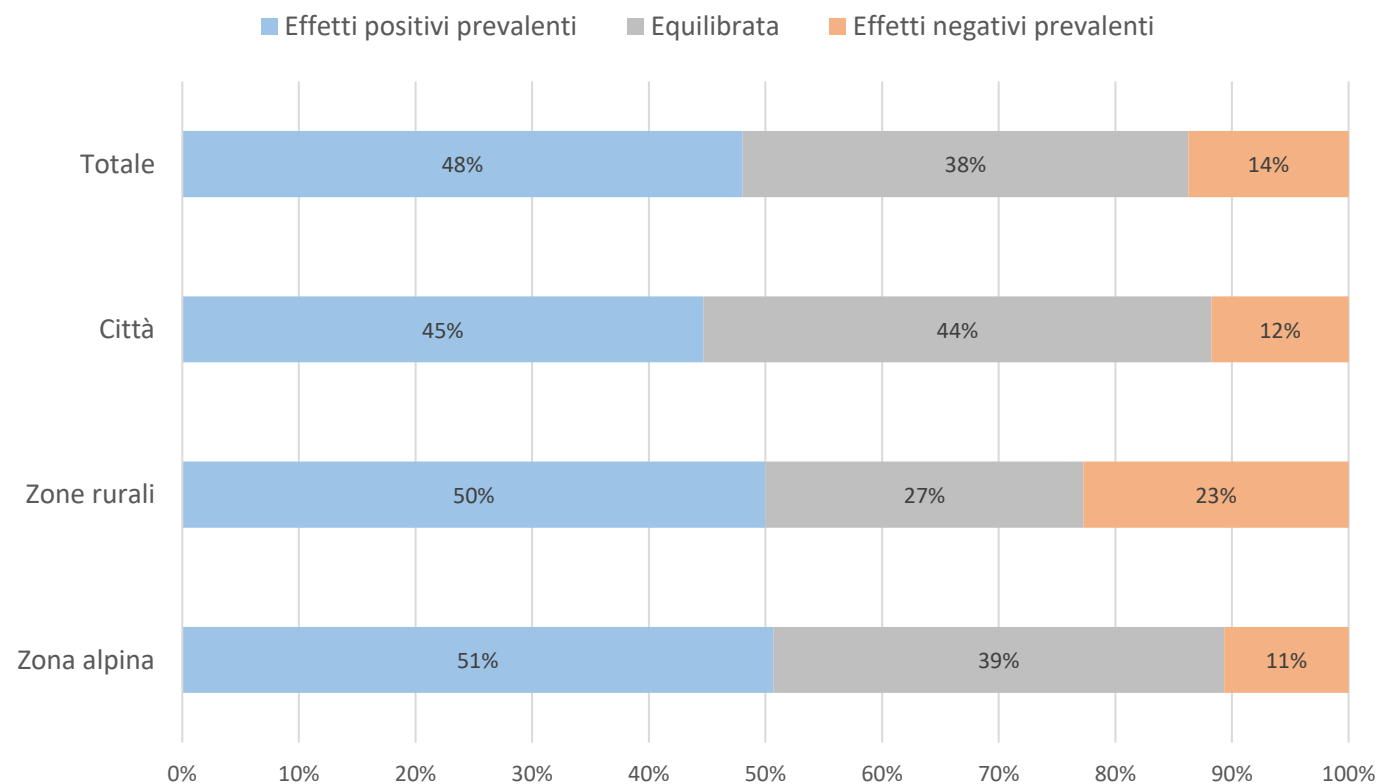


- Nella stagione estiva 2025, oltre la metà delle aziende riferisce un aumento dei costi.
- La percentuale di aziende con aumenti dei costi è più elevata nella regione alpina, ma si attesta a un livello molto elevato in tutte le zone turistiche.

Risposte (n)	
Totale	204
Città	86
Zone rurali	44
Zona alpina	74

Confronto con l'anno precedente stagione estiva 2025: valutazione complessiva positiva per circa la metà

Analisi complessiva fatturato e costi stagione estiva 2025 rispetto all'anno precedente

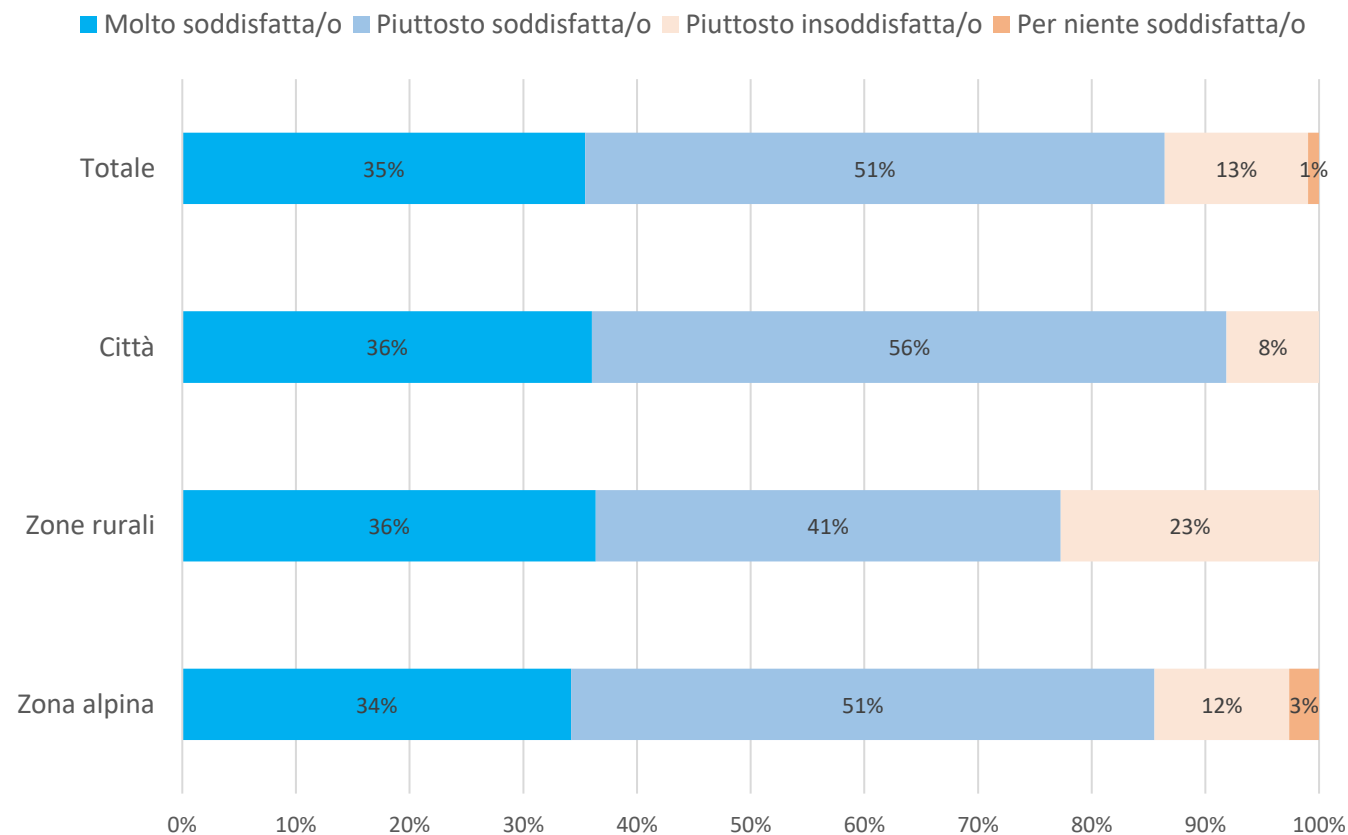


- La valutazione complessiva dell'andamento del fatturato e dei costi è positiva per circa la metà delle aziende. Per il 38% delle aziende il risultato è equilibrato, mentre per il 14% prevalgono gli effetti negativi.
- Nelle zone rurali, invece, un numero relativamente maggiore di aziende riferisce un andamento complessivo negativo: in queste zone gli effetti negativi sono predominanti per circa un'azienda su quattro.

Risposte (n)	
Totale	204
Città	85
Zone rurali	44
Zona alpina	75

Andamento della stagione estiva 2025: aziende (piuttosto) soddisfatte

Soddisfazione stagione estiva 2025



- Circa un'azienda su tre è molto soddisfatta dell'andamento della scorsa stagione estiva, mentre circa una su due è piuttosto soddisfatta.
- La percentuale di aziende meno soddisfatte è più bassa nelle aree urbane e più alta nelle aree rurali.

Risposte (n)	
Totale	206
Città	86
Zone rurali	44
Zona alpina	76

2. Prospettiva: stagione invernale 2025/26



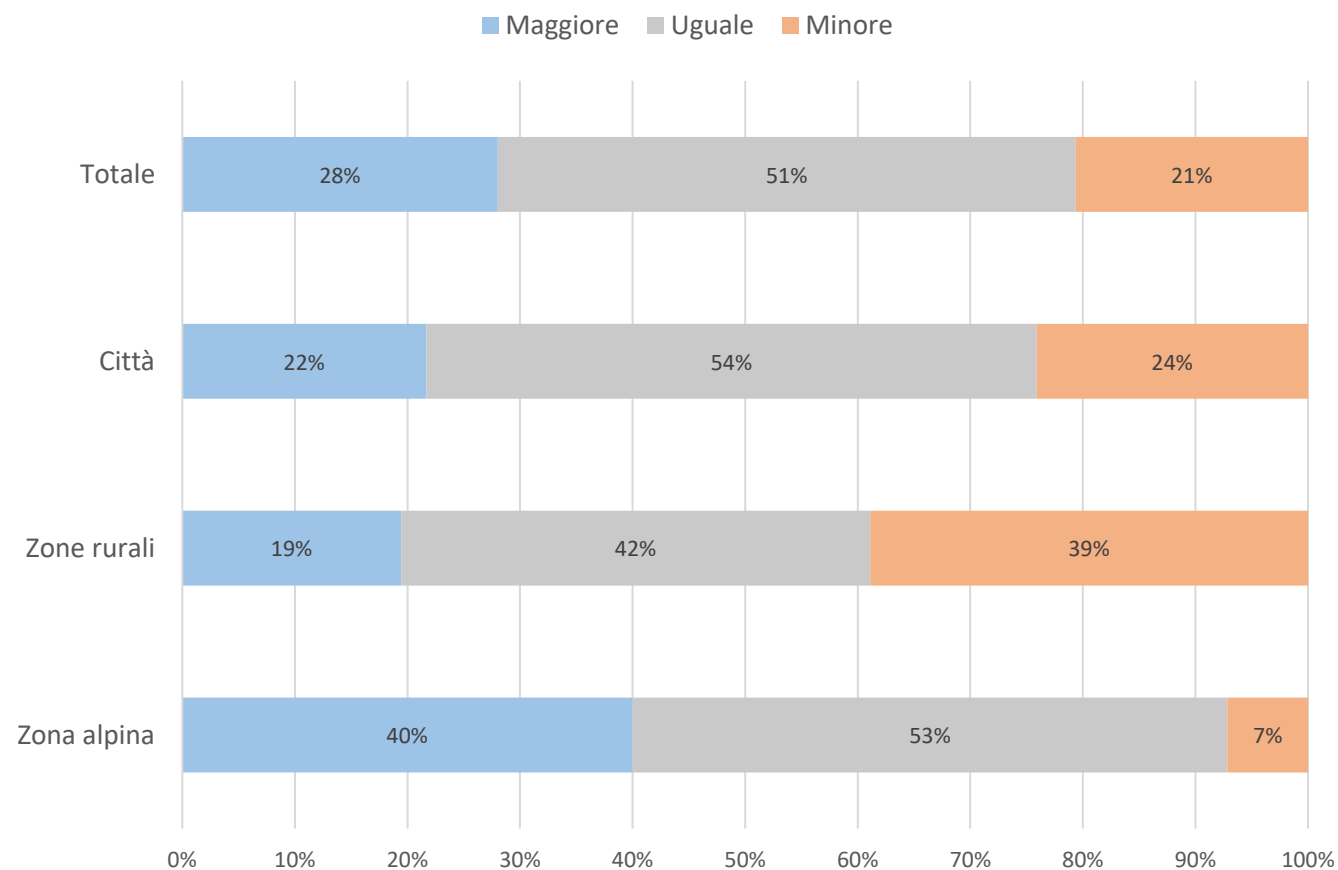
Sintesi: prospettiva stagione invernale 2025/26

- Le aziende di città, campagna e alpine hanno aspettative di fatturato diverse per la stagione invernale 2025/26. Nella regione alpina molte aziende (40%) prevedono un aumento del fatturato, mentre nelle zone rurali molte aziende (39%) prevedono un calo del fatturato.
- Circa un terzo delle aziende ha aumentato i prezzi per la stagione invernale 2025/26 rispetto all'anno precedente, mentre nella regione alpina questa percentuale è relativamente più alta (53%). Le riduzioni di prezzo sono rare.
- I motivi principali dell'aumento dei prezzi sono l'incremento dei costi del personale e degli acquisti, una nuova politica dei prezzi nonché l'aumento della domanda e la maggiore disponibilità a pagare da parte degli ospiti.



Previsione stagione invernale 2025/26: aspettative di fatturato diverse

Previsione fatturato stagione invernale 2025/26 rispetto all'anno precedente

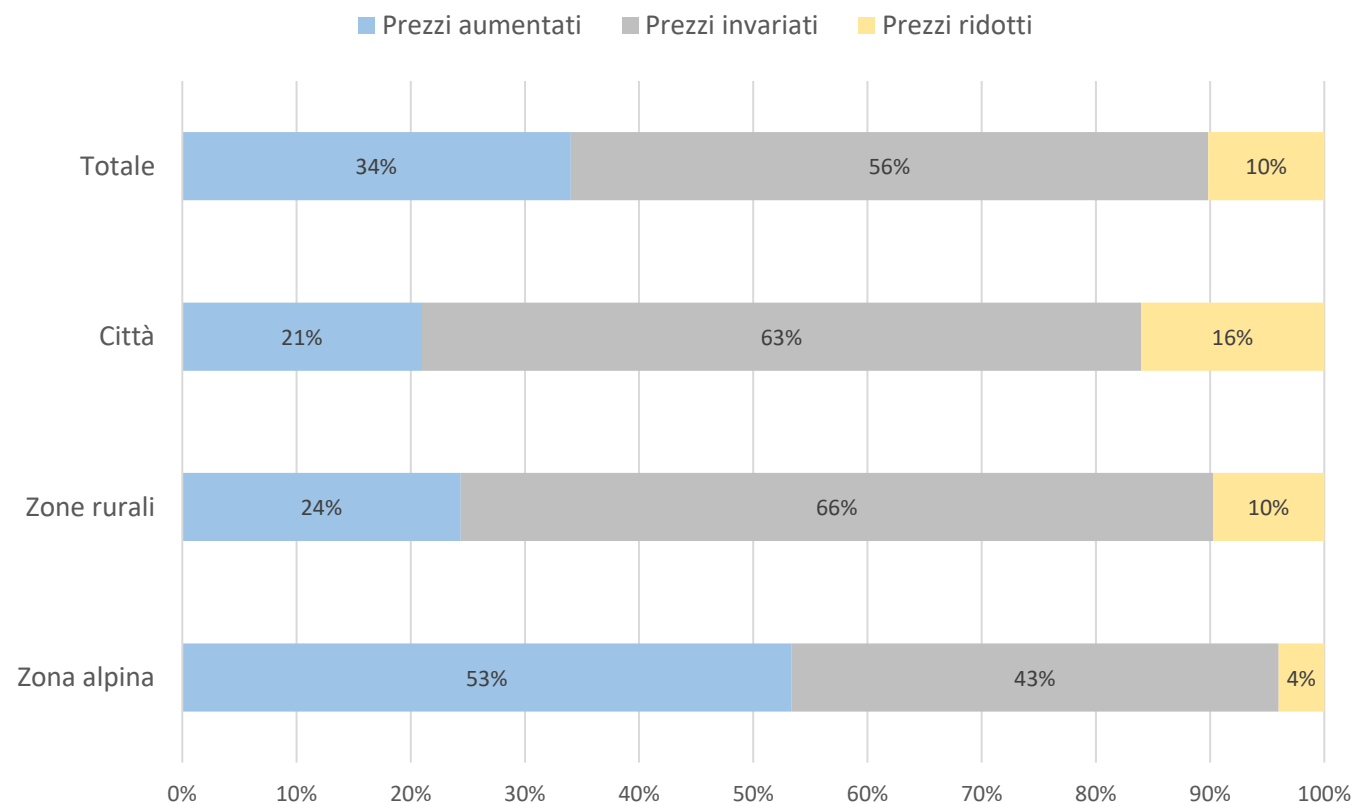


- Le previsioni di fatturato per la stagione invernale 2025/26 differiscono notevolmente tra le zone turistiche.
- Nella regione alpina, un numero relativamente maggiore di aziende prevede un aumento del fatturato (40%), mentre nelle zone rurali un numero maggiore di aziende prevede un calo del fatturato (39%).
- Nelle città, il quadro complessivo è equilibrato.

Risposte (n)	
Totale	189
Città	83
Zone rurali	36
Zona alpina	70

Adeguamenti dei prezzi per la stagione invernale 2025/26: prezzi invariati per la maggior parte delle aziende

Adeguamenti dei prezzi stagione invernale 2025/26 rispetto all'anno precedente

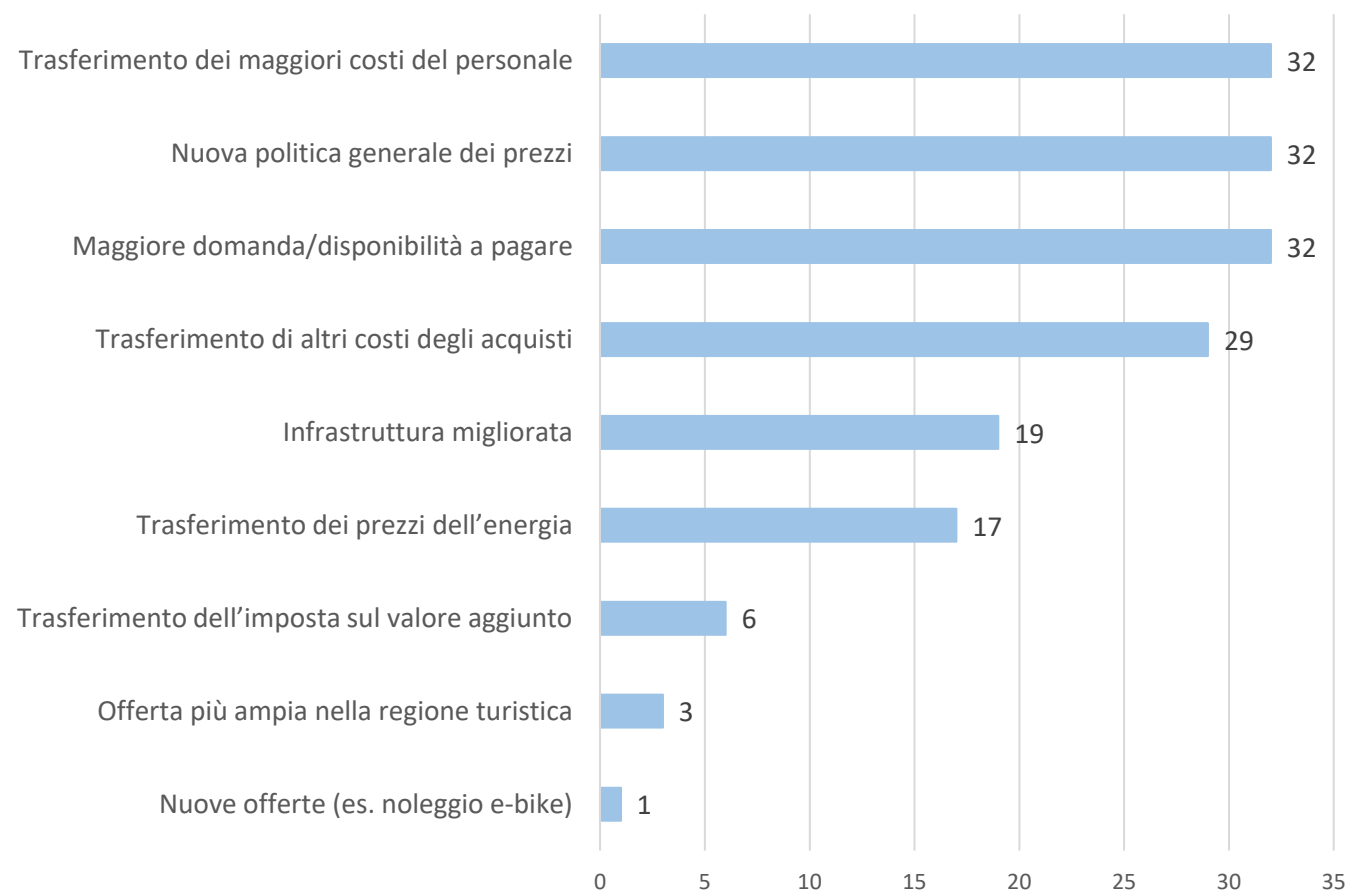


- Oltre la metà delle aziende ha lasciato invariati i prezzi per la stagione invernale 2025/26 rispetto all'anno precedente.
- In tutte le zone, circa un'azienda su tre ha aumentato i prezzi, ma nella regione alpina la quota con aumenti dei prezzi è superiore al 50%.
- Solo poche aziende hanno abbassato i prezzi; nelle città questa percentuale è leggermente superiore (16%) rispetto alle altre zone turistiche.

Risposte (n)	
Totale	197
Città	81
Zone rurali	41
Zona alpina	75

Aumenti dei prezzi dovuti a diversi fattori

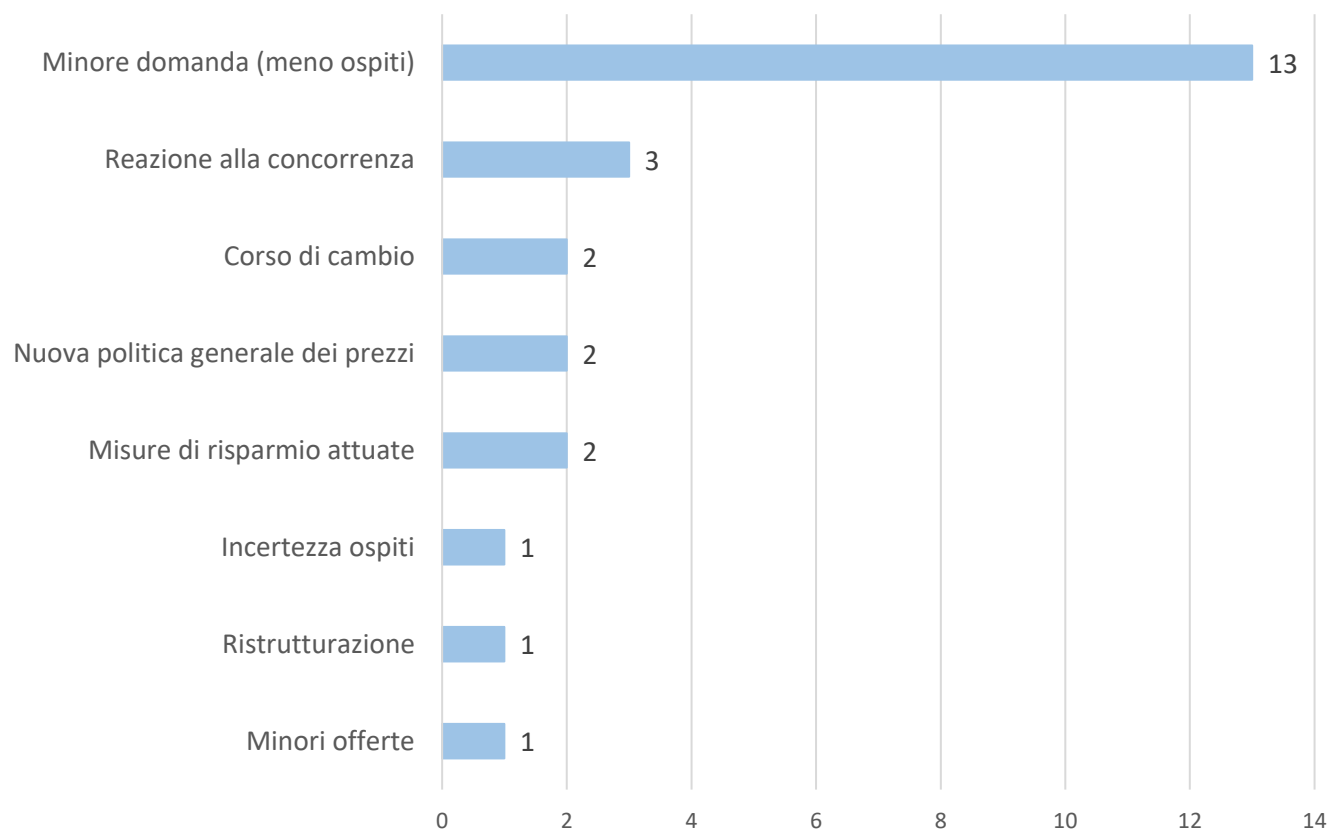
Motivi degli aumenti dei prezzi (n=67)



- Come già nei sondaggi precedenti, anche questa volta i motivi principali dell'aumento dei prezzi sono diversi, in particolare l'incremento dei costi per il personale e degli acquisti.
- Inoltre, molte aziende hanno addotto come motivazione una nuova politica dei prezzi o un aumento della domanda o una maggiore disponibilità a pagare.

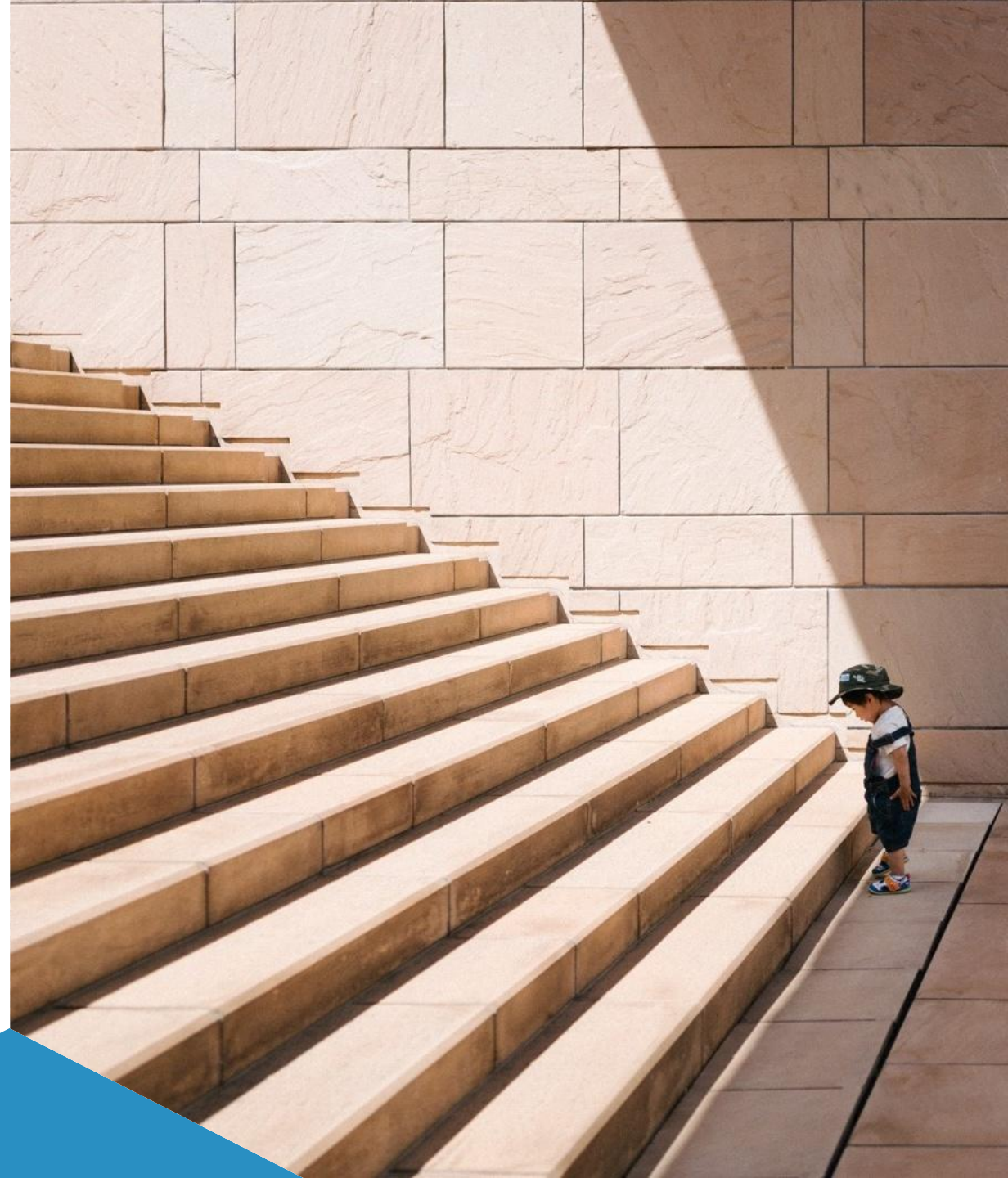
Rare riduzioni dei prezzi in risposta alla domanda

Motivi delle riduzioni dei prezzi (n=20)



- Solo raramente sono state applicate riduzioni dei prezzi.
- Le aziende che hanno abbassato i prezzi lo hanno fatto principalmente in risposta al calo della domanda.

3. Sfide del settore

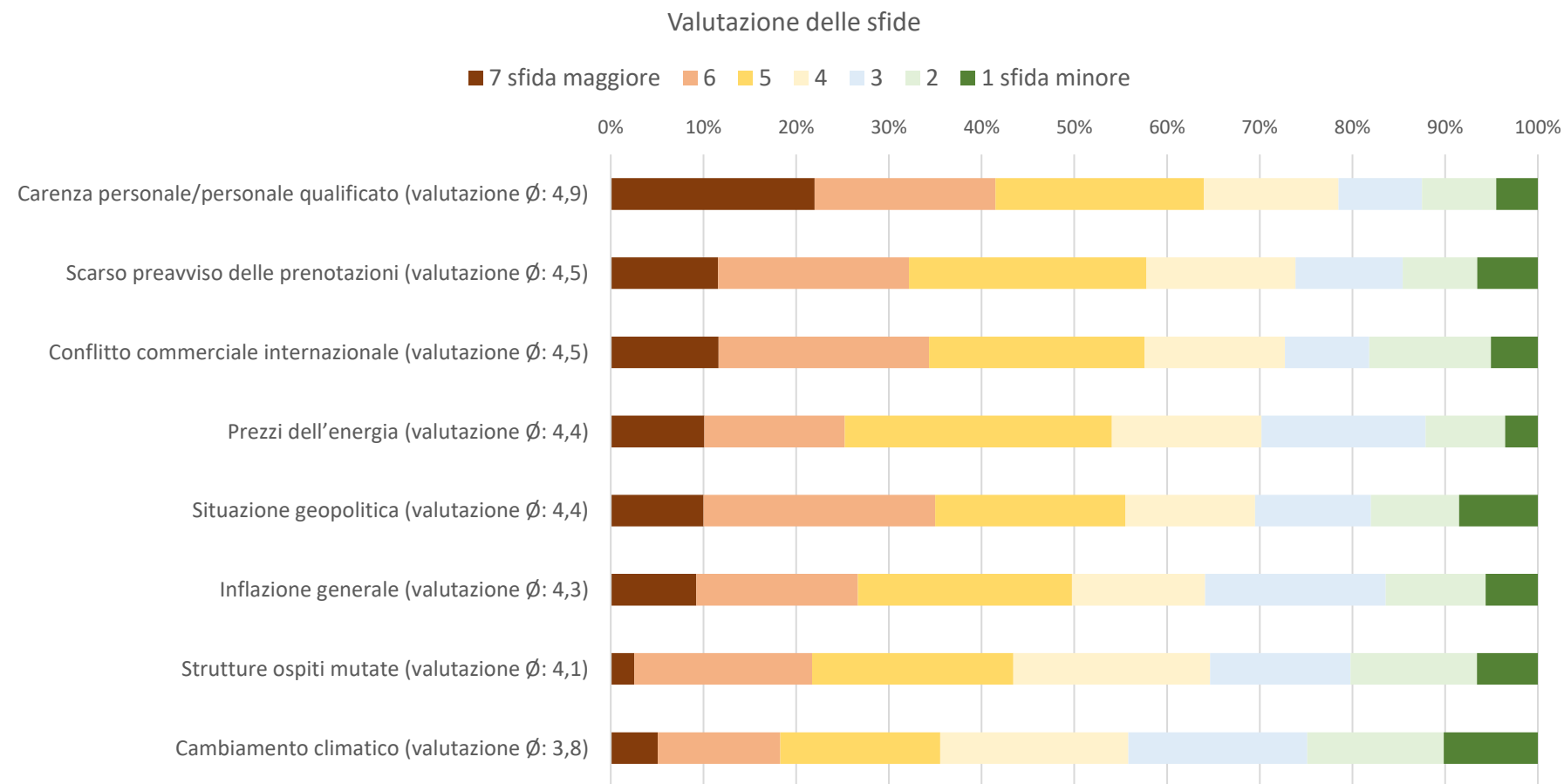


Diverse sfide: predominano le preoccupazioni per la carenza di personale qualificato

- Alle partecipanti e ai partecipanti al sondaggio è stato chiesto quali siano le principali sfide che il settore alberghiero svizzero dovrà affrontare nella stagione invernate 2025/26 (cfr. dettagli nella prossima slide).
- La carenza di personale qualificato e di manodopera è ancora una volta ritenuta di gran lunga la sfida più importante.
- Seguono altre sfide, come lo scarso preavviso delle prenotazioni, il conflitto commerciale internazionale, i prezzi dell'energia, la situazione geopolitica e l'inflazione generale. A queste sfide cui è stato attribuito un peso molto simile.



Diverse sfide: predominano le preoccupazioni per la carenza di personale qualificato

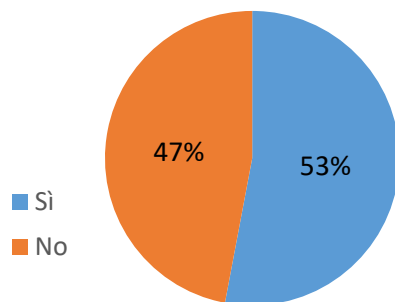


4. Apprendiste e apprendisti

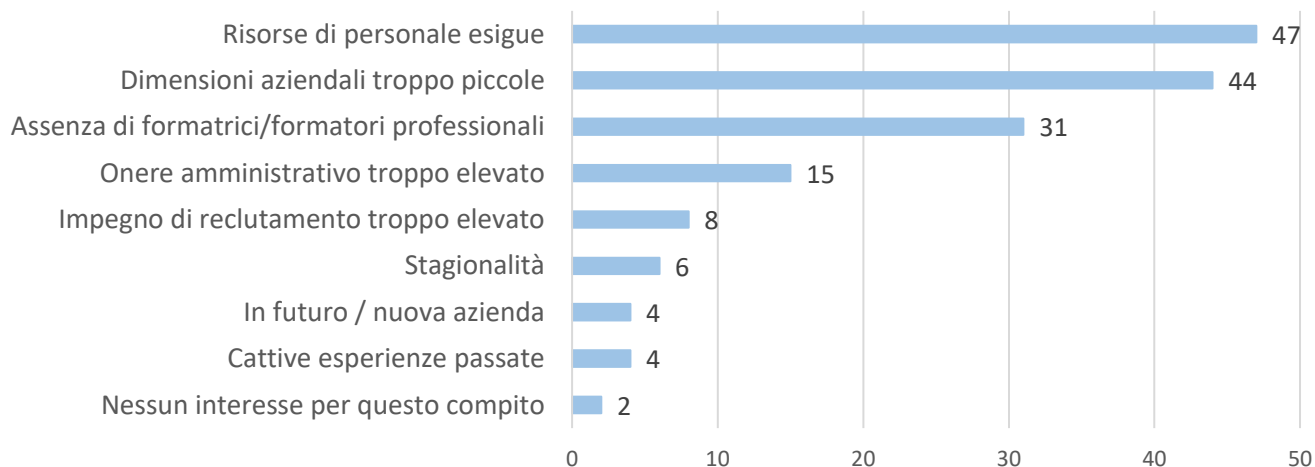


La carenza di risorse umane è un ostacolo alla formazione

La sua è un'azienda formatrice? (n=202)



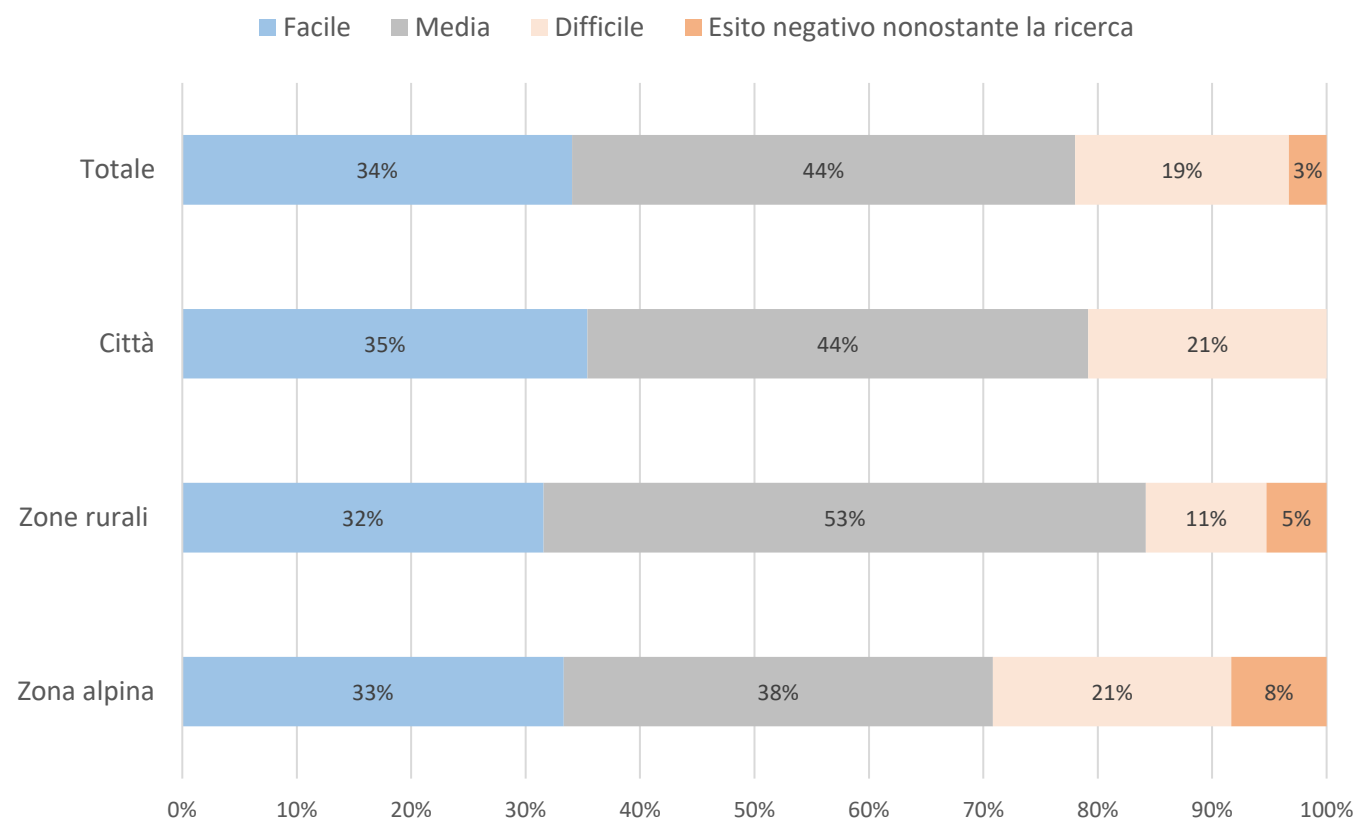
Per quali **motivi** la sua non è un'azienda formatrice? (n=95)



- Molte aziende non formano nuove leve perché mancano loro le risorse di personale o perché le loro dimensioni sono troppo ridotte.
- Inoltre, gli oneri amministrativi e le sfide nel reclutamento sono spesso citati come motivi di impedimento.

Posti di tirocinio più difficili da occupare nella regione alpina

Come valuta la ricerca di nuove/i apprendiste/i per l'inizio della formazione 2025?

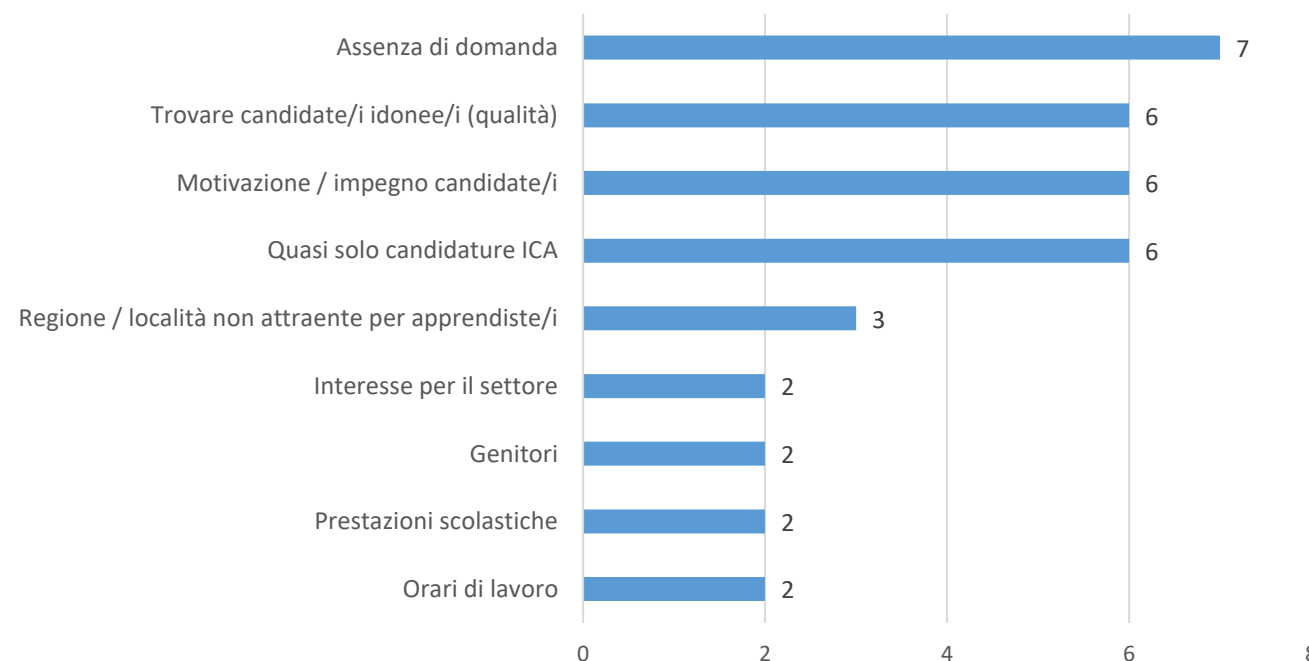


- La ricerca di nuove apprendiste e nuovi apprendisti è stata valutata prevalentemente in modo positivo in tutte le regioni.
- L'occupazione dei posti di tirocinio risulta più difficile nella regione alpina: per l'8% delle aziende formatrici gli sforzi di reclutamento sono stati vani.

Risposte (n)	
Totale	91
Città	48
Zone rurali	19
Zona alpina	24

Ricerca di apprendiste e apprendisti: la mancanza di candidature è la sfida principale

Quali sono state **le sfide principali** nella ricerca di nuove/i apprendiste/i? (n=33)

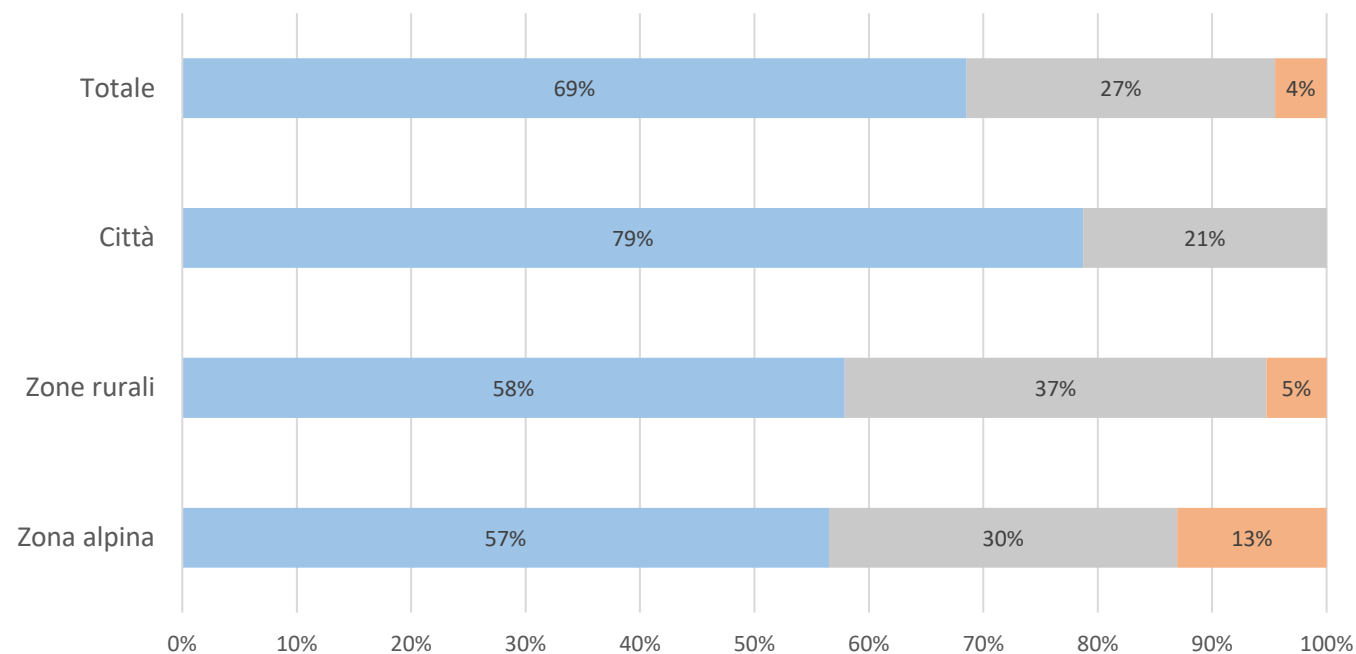


- I motivi principali dei posti di tirocinio vacanti sono la mancanza di candidature o la loro inadeguatezza.
- Inoltre, la domanda unilaterale di posti di tirocinio come impiegata/o in comunicazione alberghiera (ICA) viene citata come ulteriore fattore per i posti vacanti.

Occupata la maggior parte dei posti di tirocinio vacanti

Ha **occupato** tutti i posti di tirocinio disponibili per l'inizio della formazione nel 2025?

- Sì, tutti i posti disponibili sono stati occupati.
- No, solo alcuni posti disponibili sono stati occupati.
- No, nessuno dei posti disponibili è stato occupato.



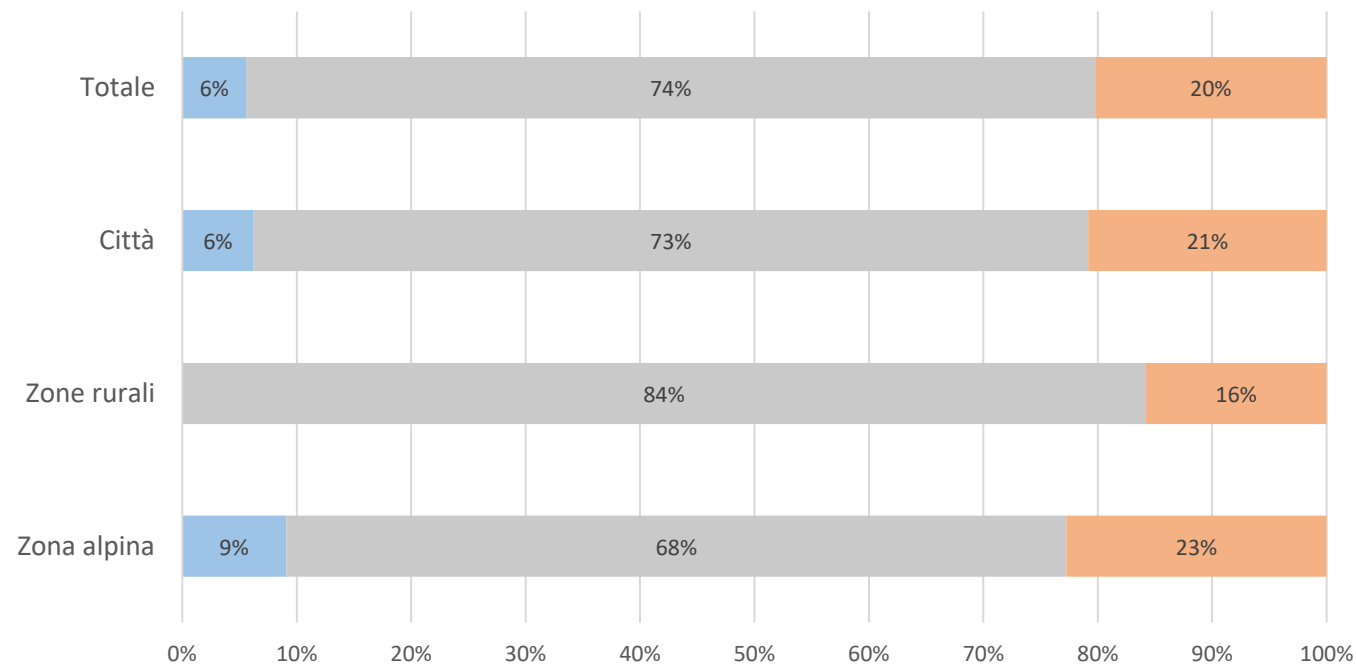
- Due terzi delle aziende hanno occupato tutti i posti di tirocinio.
- Soprattutto le aziende di città hanno dichiarato di aver occupato interamente o almeno in parte i loro posti di tirocinio.
- Le aziende delle regioni rurali e soprattutto alpine hanno invece segnalato più spesso difficoltà a occupare tutti i posti di tirocinio.

Risposte (n)	
Totale	89
Città	47
Zone rurali	19
Zona alpina	23

Il reclutamento di nuove apprendiste e nuovi apprendisti è diventato più difficile

Come valuta la situazione attuale della ricerca di apprendiste/i rispetto allo scorso anno?

■ Più facile ■ Invariata ■ più difficile



- Tre quarti degli intervistati valutano l'occupazione dei posti di tirocinio nel 2025 in modo simile all'anno precedente.
- Circa il 20% delle aziende ha dichiarato che è stato più difficile occupare i posti di tirocinio rispetto all'anno precedente.

Risposte (n)	
Totale	89
Città	48
Zone rurali	19
Zona alpina	22

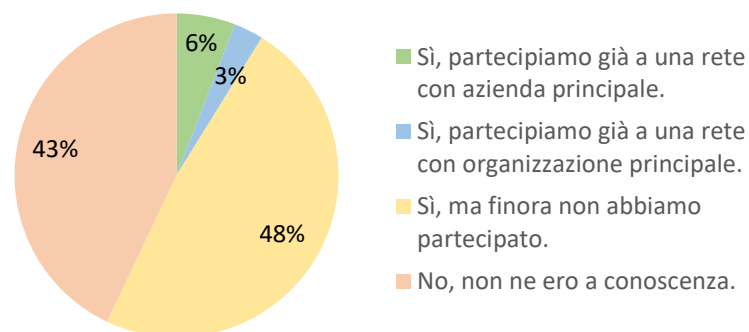
5. Rete di aziende formatrici



Le reti di aziende formatrici hanno ancora un grande potenziale

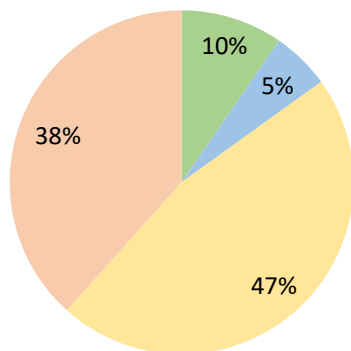
Era a conoscenza dell'esistenza di reti di aziende formatrici prima di questo sondaggio?

Totale (n=170)

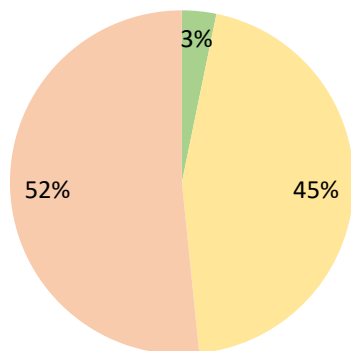


- Circa la metà delle aziende intervistate non conosce le reti di aziende formatrici; la quota di conoscenza più bassa riguarda la regione alpina.
- Stando ai riscontri, tali associazioni sono maggiormente diffuse nelle aree urbane.
- Complessivamente, il 15% delle aziende intervistate ha dichiarato di aderire a un'associazione di formazione.

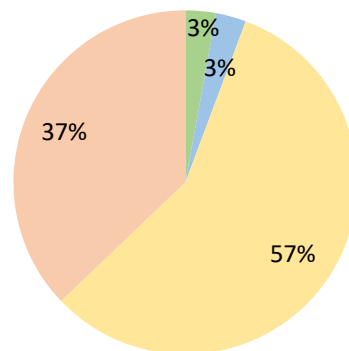
Città (n = 73)



Zona alpina (n = 62)



Zone rurali (n = 35)

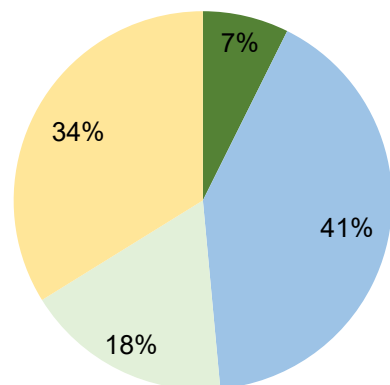


Le reti di aziende formatrici suscitano interesse

Potrebbe prendere in considerazione la possibilità di partecipare a una rete di aziende formatrici?

risposte di aziende non ancora partecipanti

Risposte aziende formatrici
(n=68)



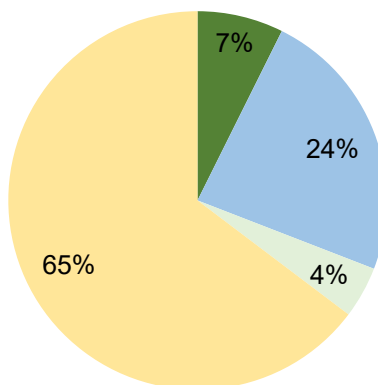
■ Sì, come azienda principale

■ Sì, come azienda partner a una rete con azienda principale

■ Sì, a una rete con organizzazione principale

■ No

Risposte aziende non formatrici
(n=68)



■ Sì, come azienda principale

■ Sì, come azienda partner a una rete con azienda principale

■ Sì, a una rete con organizzazione principale

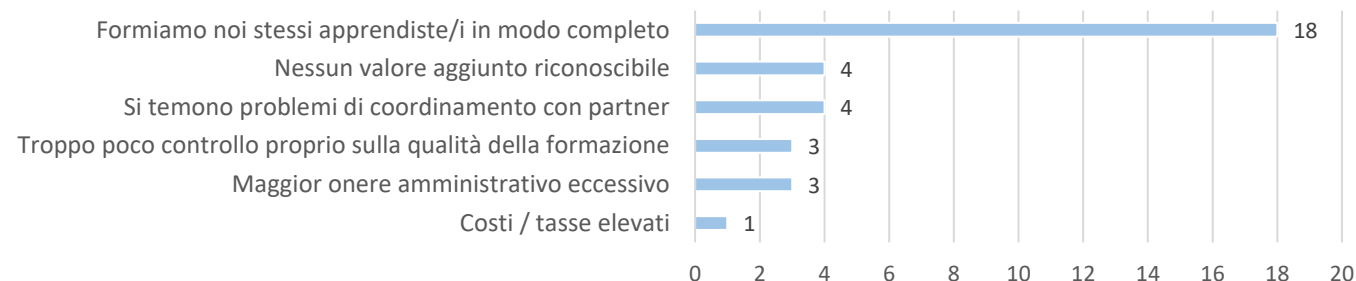
■ No

- Circa due terzi delle aziende formatrici intervistate possono prendere in considerazione l'idea di partecipare a una rete di aziende formatrici.
- La maggior parte di queste aziende è interessata a partecipare in qualità di azienda partner.
- C'è interesse anche tra le aziende che attualmente non formano apprendiste e apprendisti: circa il 35% di quelle intervistate ipotizza una partecipazione a una rete di aziende formatrici.

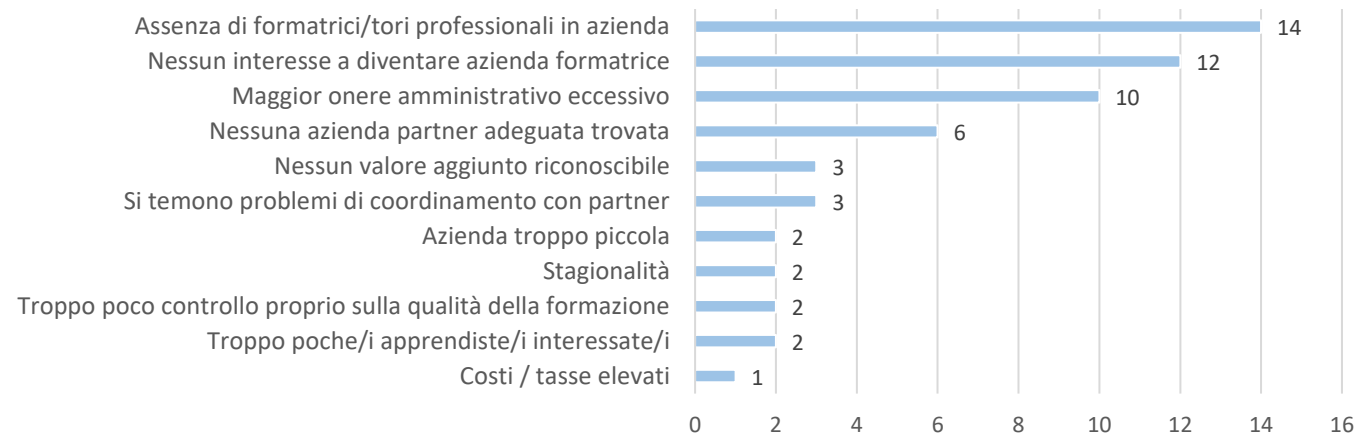
Motivi della non partecipazione alla rete di aziende formatrici

Per quali **motivi non** desidera aderire a una rete di aziende formatrici?

Aziende formatrici (n = 20)



Aziende non formatrici (n = 35)



- Oltre alla formazione autonoma di apprendiste e apprendisti, le aziende adducono come motivi per non aderire a una rete di aziende formatrici anche l'ulteriore lavoro di coordinamento e amministrativo.
- Tra le aziende che attualmente non formano apprendiste e apprendisti, la mancanza di una formatrice o di un formatore professionale e la mancanza di interesse sono i motivi più frequenti della non partecipazione.

Le reti di aziende formatrici hanno ancora un grande potenziale

- Alla valutazione della situazione autunno 2025 hanno partecipato 209 aziende. Sono stati integrati due blocchi di domande su apprendiste e apprendisti: occupazione dei posti di tirocinio 2025 e reti di aziende formatrici.

• Risultati per l'occupazione dei posti di tirocinio 2025

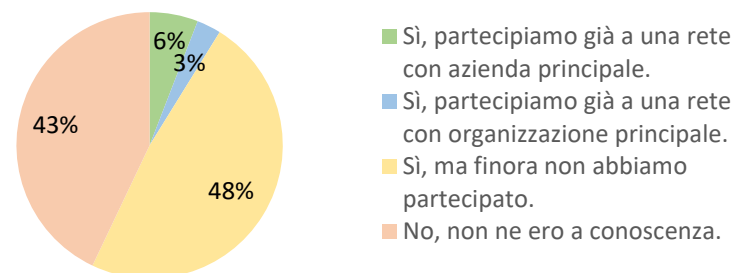
La maggior parte dei posti di tirocinio vacanti è stata occupata. Circa il 20% ha dichiarato che è stato più difficile occupare i posti di tirocinio rispetto all'anno precedente. La sfida principale è la mancanza di candidature. Le maggiori difficoltà si riscontrano nella regione alpina. Gli ostacoli che impediscono di trattenere apprendiste e apprendisti sono la mancanza di risorse umane e le dimensioni troppo piccole delle aziende.

• Risultati per le reti di aziende formatrici

Quasi la metà delle aziende intervistate non conosce ancora tali reti. L'adesione alle reti è più frequente nelle aree urbane (15% delle aziende formatrici di città intervistate). Circa il 35% delle aziende non formatrici intervistate mostra interesse a partecipare a una rete.

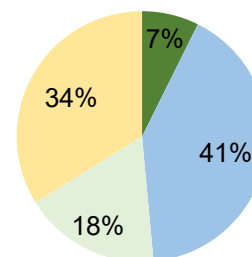
È a conoscenza dell'esistenza di reti di aziende formatrici?

Totale (n=170)



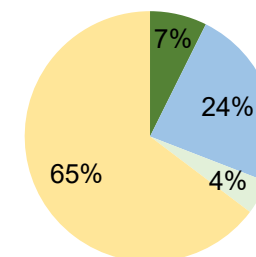
Potrebbe considerare di partecipare a una rete di aziende formatrici?

Risposte aziende formatrici (n=68)



■ Sì, come azienda principale
 ■ Sì, come azienda partner a una rete con azienda principale
 ■ Sì, a una rete con organizzazione principale
 ■ No

Risposte aziende non formatrici (n=68)



■ Sì, come azienda principale
 ■ Sì, come azienda partner a una rete con azienda principale
 ■ Sì, a una rete con organizzazione principale
 ■ No