



Indagine sulla valutazione della situazione

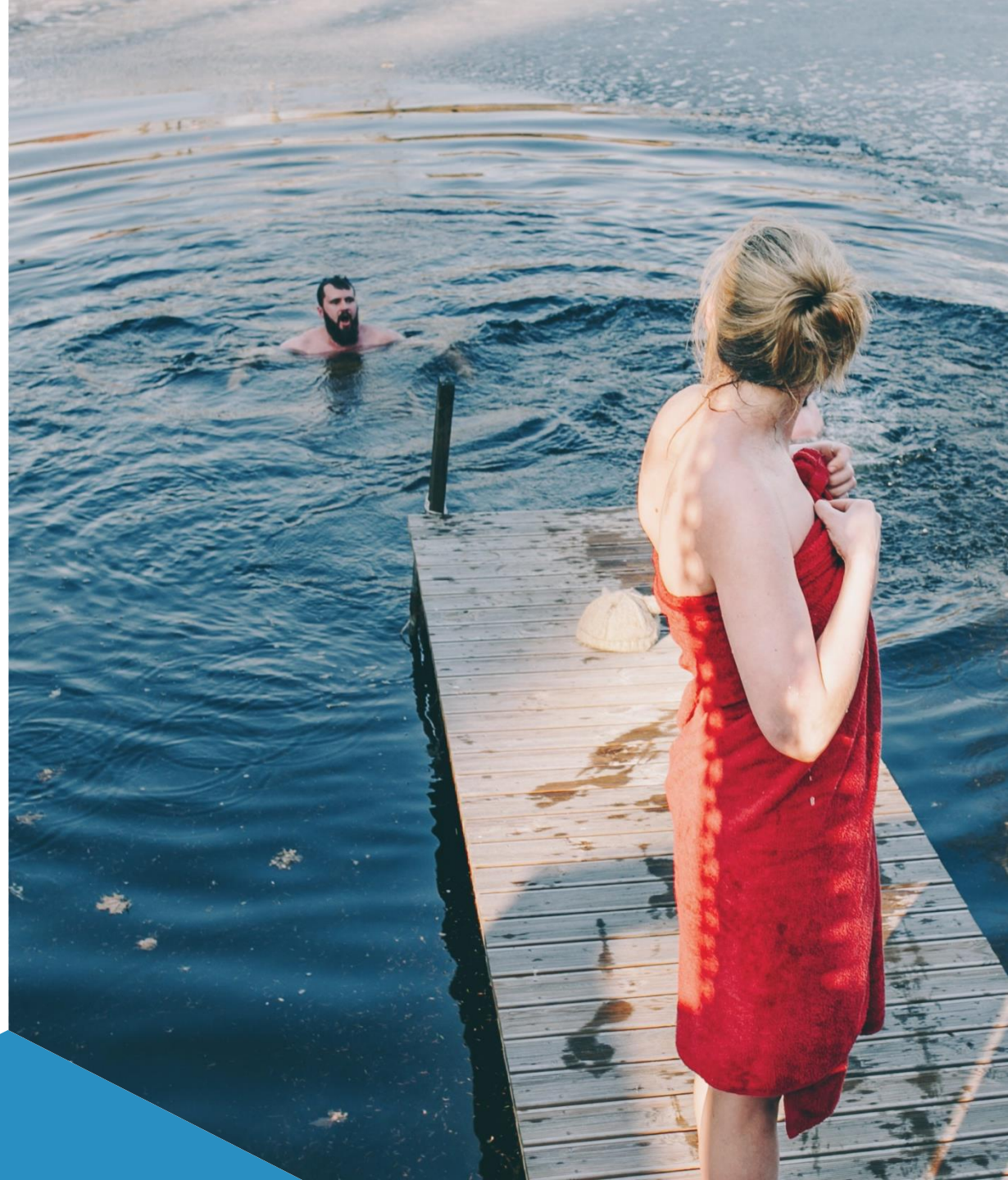
Svolta dal 29 settembre al 3 ottobre 2023
tra gli alberghi associati a HotellerieSuisse

Summary: fatturati soddisfacenti relativizzati dalla pressione dei costi

- Per quanto riguarda il fatturato, il settore guarda per lo più positivamente alla scorsa stagione estiva e con ottimismo alla prossima stagione invernale.
- I fatturati coprono tuttavia solo il lato reddito del conto economico. Le sfide del settore emergono tra l'altro sul fronte dei costi.
- La maggior parte delle aziende ha alzato i prezzi a causa dell'aumento dei costi.
- La sfida più grande rimane la carenza di personale qualificato. La ricerca di apprendisti è particolarmente difficile per le aziende in montagna.
- Per generare il valore desiderato, il settore ha bisogno più che mai di personale qualificato proveniente dall'estero.
- La digitalizzazione e il miglioramento dell'efficienza aiutano in parte, mentre il carico di lavoro crescente, a causa dell'aumento della burocrazia, grava soprattutto sulle piccole imprese.



1. Retrospettiva: stagione estiva

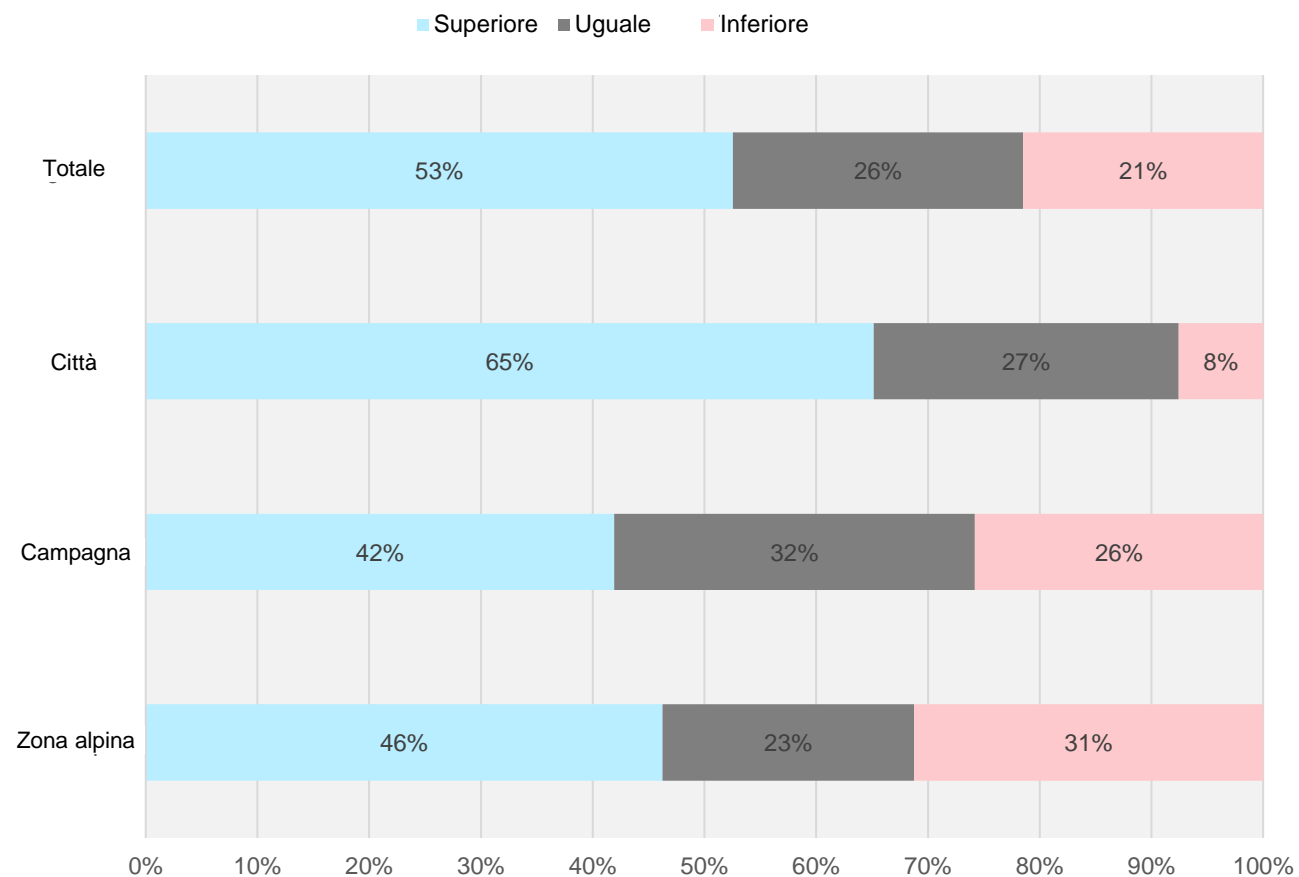


Retrospectiva stagione estiva 2023: il settore si è ripreso dalla crisi

- Già nella stagione estiva 2022, in Svizzera il numero di bed night ha quasi raggiunto quello del 2019, l'ultima stagione estiva prima della pandemia di coronavirus.
- Ora la maggior parte delle aziende dichiara di aver generato più fatturato nella stagione estiva 2023 rispetto alla stagione estiva 2022, superando così per la prima volta i livelli pre-crisi anche nella stagione estiva.
- Solo un'azienda su cinque ha generato un fatturato inferiore rispetto all'anno precedente.
- Di conseguenza, una netta maggioranza di dirigenti è soddisfatta del fatturato della scorsa stagione estiva.



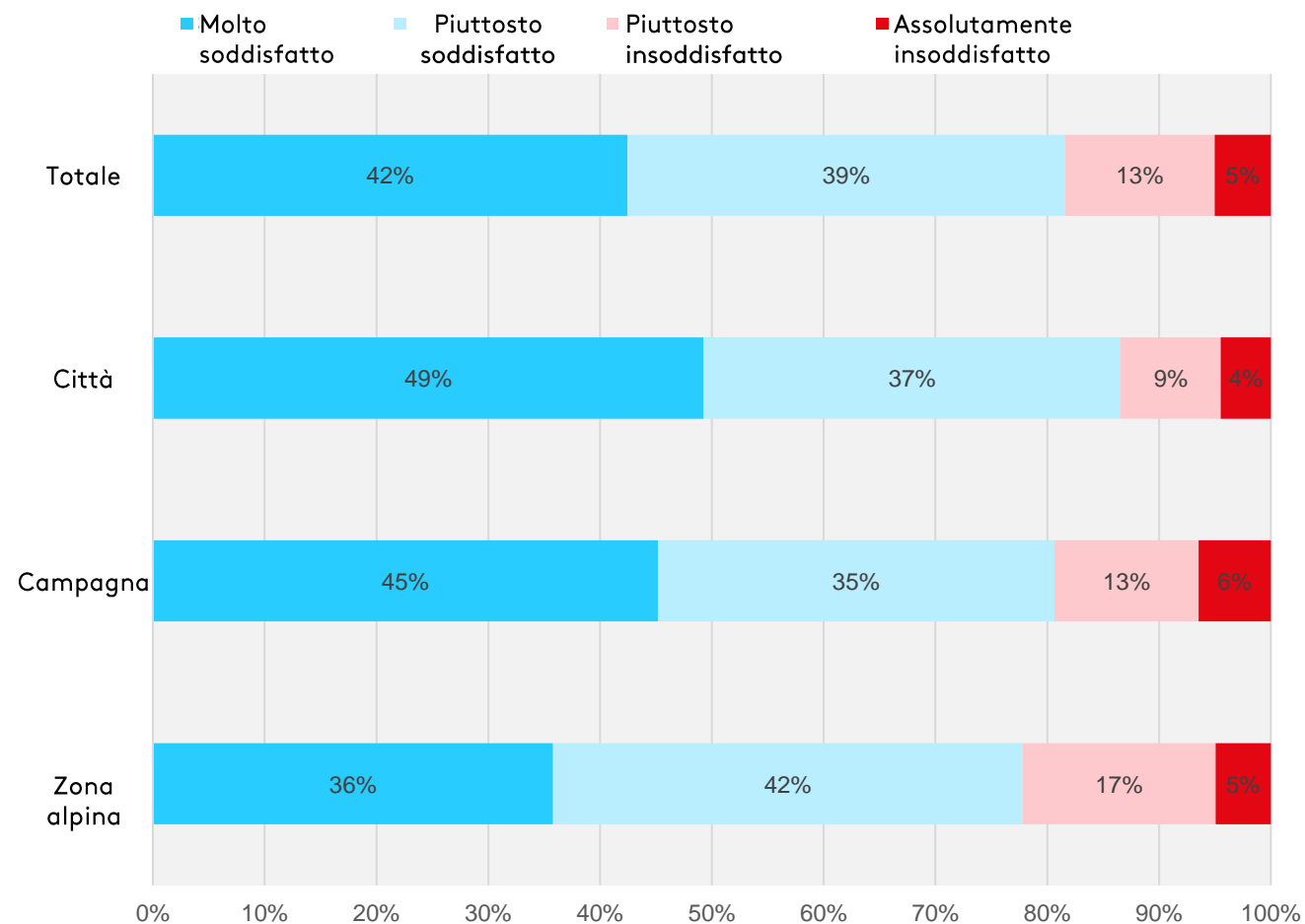
Confronto con l'anno precedente: cresce il fatturato della maggioranza delle aziende



- Una ristretta maggioranza delle aziende ha generato più fatturato nella scorsa stagione estiva rispetto all'anno precedente.
- Questa quota è particolarmente elevata nelle città, con il 65%.
- Più di un'azienda su cinque ha generato un fatturato inferiore rispetto all'anno precedente.
- Nelle zone alpine quasi un'azienda su tre ha generato un fatturato inferiore.

Risposte (n)	
Totale	177
Città	66
Campagna	31
Zona alpina	80

Gran parte delle aziende è soddisfatta del fatturato della stagione estiva 2023



- Complessivamente, l'81% degli intervistati è abbastanza o molto soddisfatto del fatturato della scorsa stagione estiva.
- La percentuale di aziende soddisfatte è leggermente più alta nelle città.
- Un'azienda su venti non è affatto soddisfatta del fatturato della scorsa stagione estiva.
- In termini di fatturato, la maggior parte del settore guarda quindi con soddisfazione alla stagione estiva 2023.

Risposte (n)	
Totale	179
Città	67
Campagna	31
Zona alpina	81

2. Prospettiva: stagione invernale 2023/2024



Prospettiva stagione invernale 2023/2024 (I): il settore alberghiero si aspetta una stagione intensa

- Una buona maggioranza delle aziende prevede di generare nella prossima stagione invernale un fatturato simile a quello registrato nella stagione record un anno fa.
- Un buon 30% delle aziende prevede di superare ulteriormente il fatturato dell'anno precedente. La quota che prevede un fatturato inferiore è meno della metà (14%).
- In termini di bed night, la stagione invernale 22/23 è stata la migliore del secolo. Il precedente record della stagione invernale 07/08 è stato superato del 3,3%. Rispetto all'ultima stagione invernale prima della crisi è risultato un aumento del 4%.

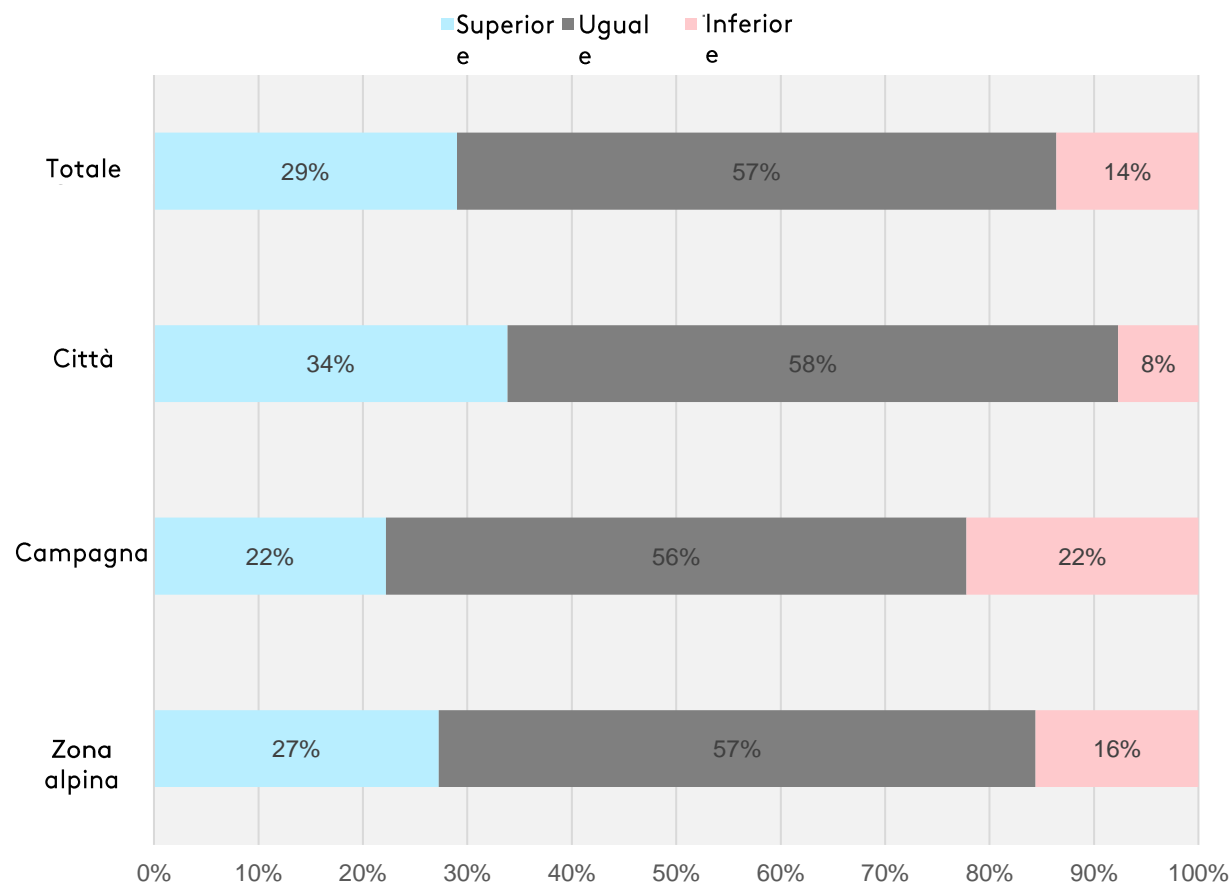


Prospettiva stagione invernale 2023/2024 (II): la pressione dei costi si avverte

- I fatturati sono tuttavia solo un lato del conto economico. Dall'altro lato, aumentano i costi per il settore.
- Per questo motivo, una netta maggioranza ha aumentato i propri prezzi rispetto all'anno precedente. Il 93% delle aziende dichiara che l'aumento dei costi viene trasferito alla clientela.
- In concreto, l'aumento dei prezzi dell'energia, pari all'84%, è la causa dell'aumento dei prezzi indicata più spesso.



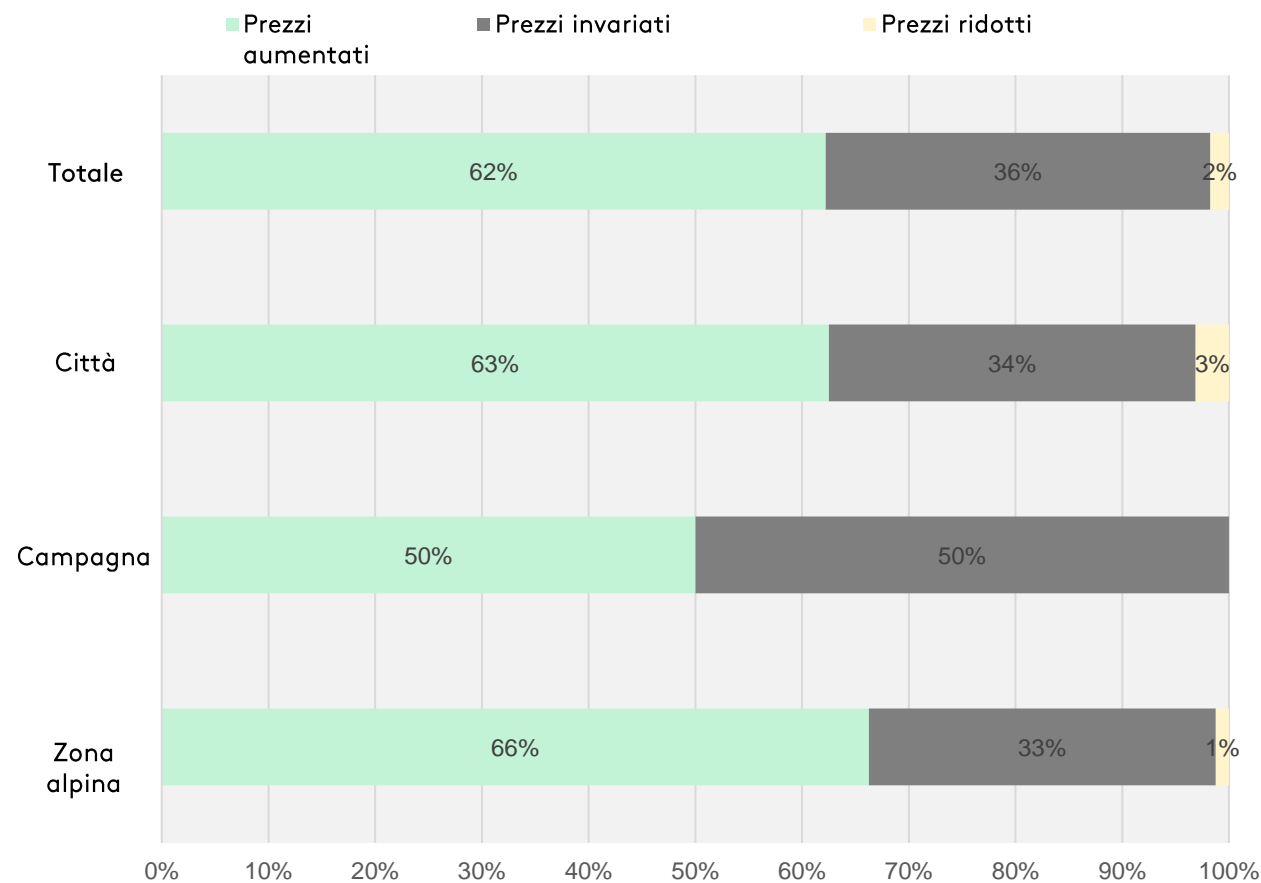
Prospettiva stagione invernale 2023/24: i fatturati tendono ad aumentare rispetto all'anno precedente



- La maggior parte delle aziende prevede nella prossima stagione invernale lo stesso fatturato dell'anno precedente.
- La percentuale delle aziende che prevedono un fatturato più elevato è maggiore rispetto a quella delle aziende che prevedono un fatturato inferiore.
- Ciò vale per tutte le zone, ad eccezione di quelle rurali, dove la percentuale è identica.

Risposte (n)	
Totale	169
Città	65
Campagna	27
Zona alpina	77

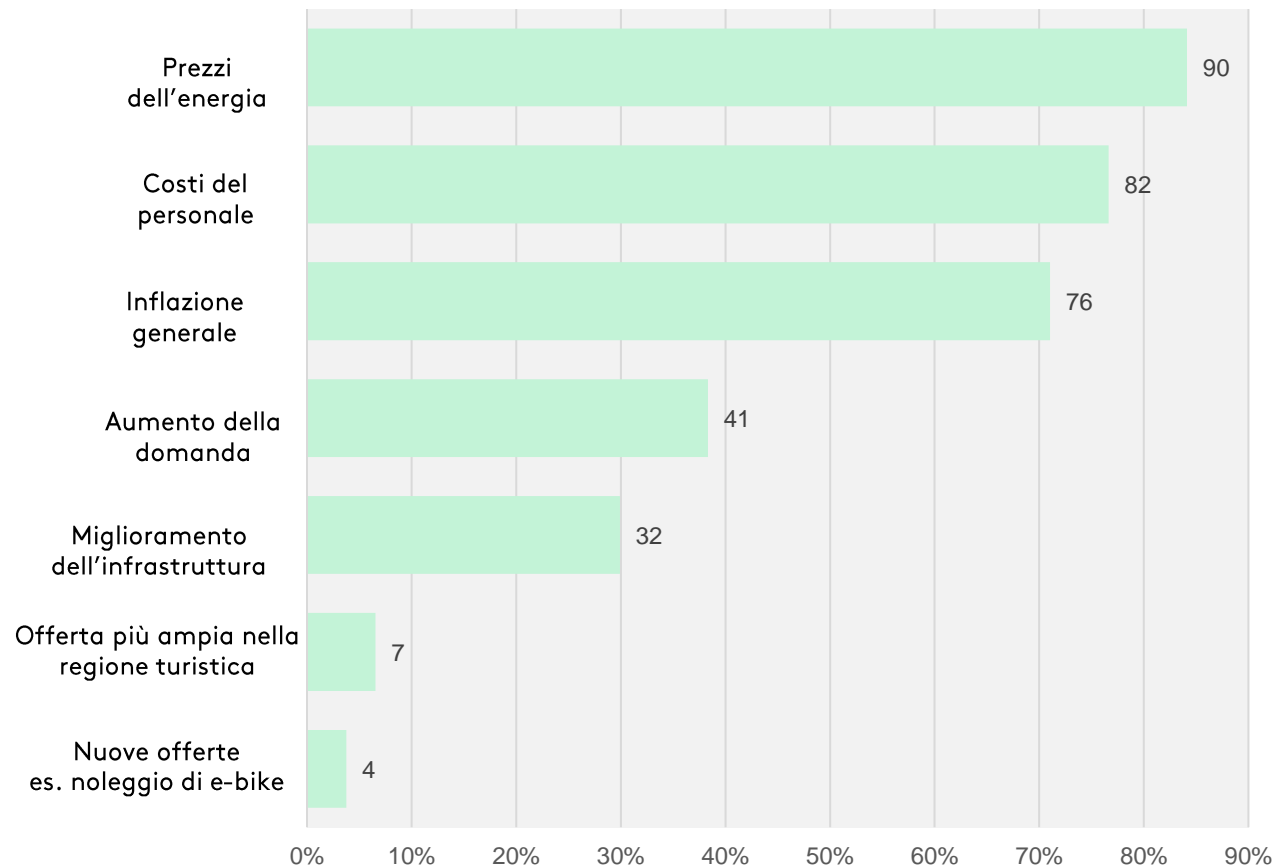
Adeguamenti dei prezzi: quasi due terzi delle aziende hanno aumentato i prezzi



- Complessivamente, il 62% delle aziende ha aumentato i prezzi per la prossima stagione invernale.
- La percentuale è simile nelle aree urbane e nelle zone alpine.
- Questa quota è più bassa nelle zone rurali, dove un'azienda su due mantiene i prezzi invariati rispetto all'anno precedente.

Risposte (n)	
Totale	172
Città	64
Campagna	28
Zona alpina	80

Aumenti dei prezzi dovuti alla pressione dei costi



- Il 93% delle aziende giustifica i propri rialzi dei prezzi con i prezzi elevati dell'energia, l'inflazione generale e l'aumento dei costi del personale.
- I prezzi dell'energia sono il motivo più citato dell'aumento dei prezzi, con l'84%.
- Solo il 38% afferma che l'aumento dei prezzi è dovuto all'aumento della domanda.

3. Apprendisti

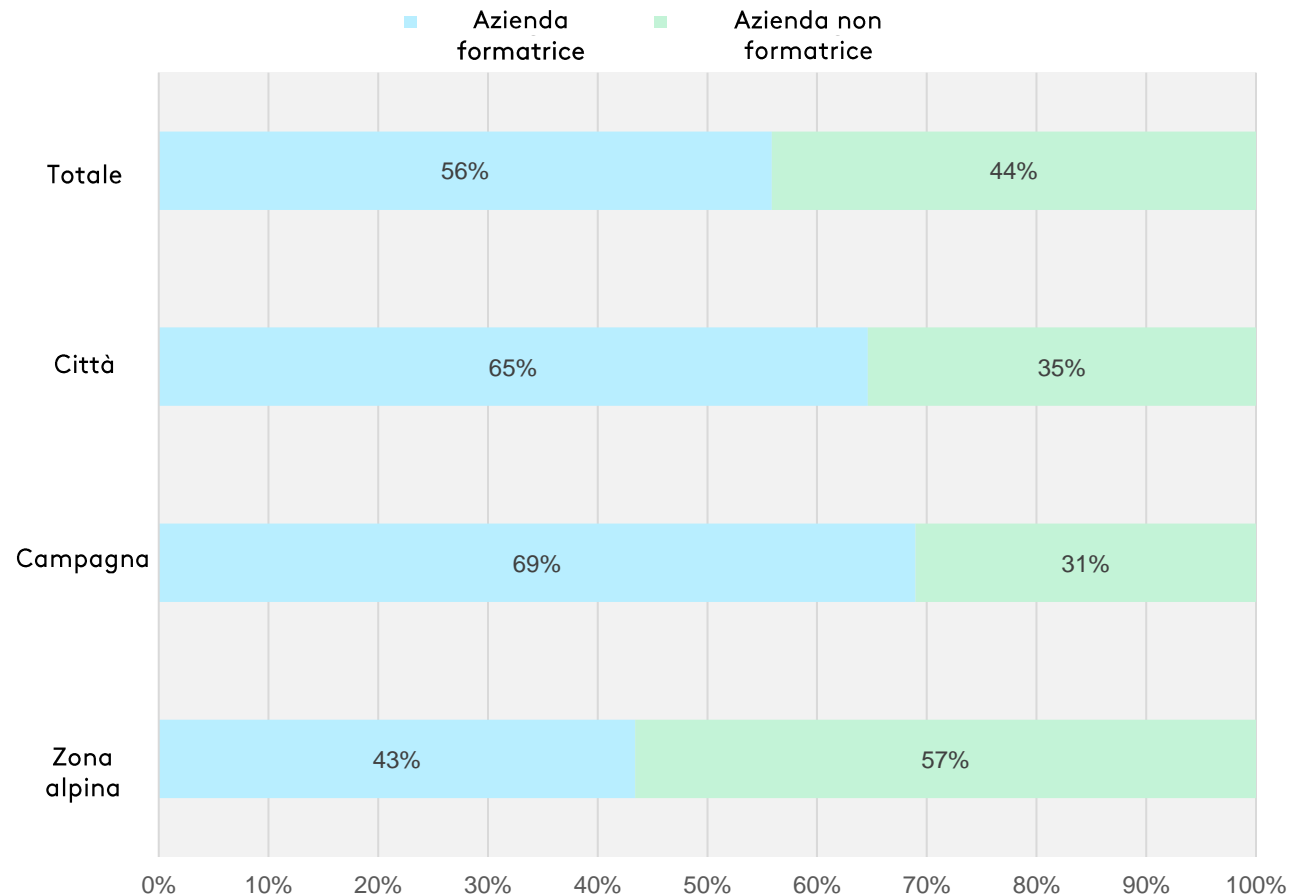


Il reclutamento e la formazione degli apprendisti è una grande sfida, soprattutto nelle regioni alpine

- Meno aziende alpine formano apprendisti. Ciò è dovuto, tra l'altro, alla particolare difficoltà di trovare apprendisti in queste regioni.
- Non vi sono segni di un miglioramento della situazione.
- In tutte le regioni cresce il numero di aziende che affermano che il reclutamento è diventato più difficile dell'anno precedente rispetto a quelle che affermano che è diventato più facile.
- Quasi il 60% delle aziende delle zone alpine non è riuscito ad assegnare tutti i posti di apprendistato, complessivamente la percentuale è del 37%.



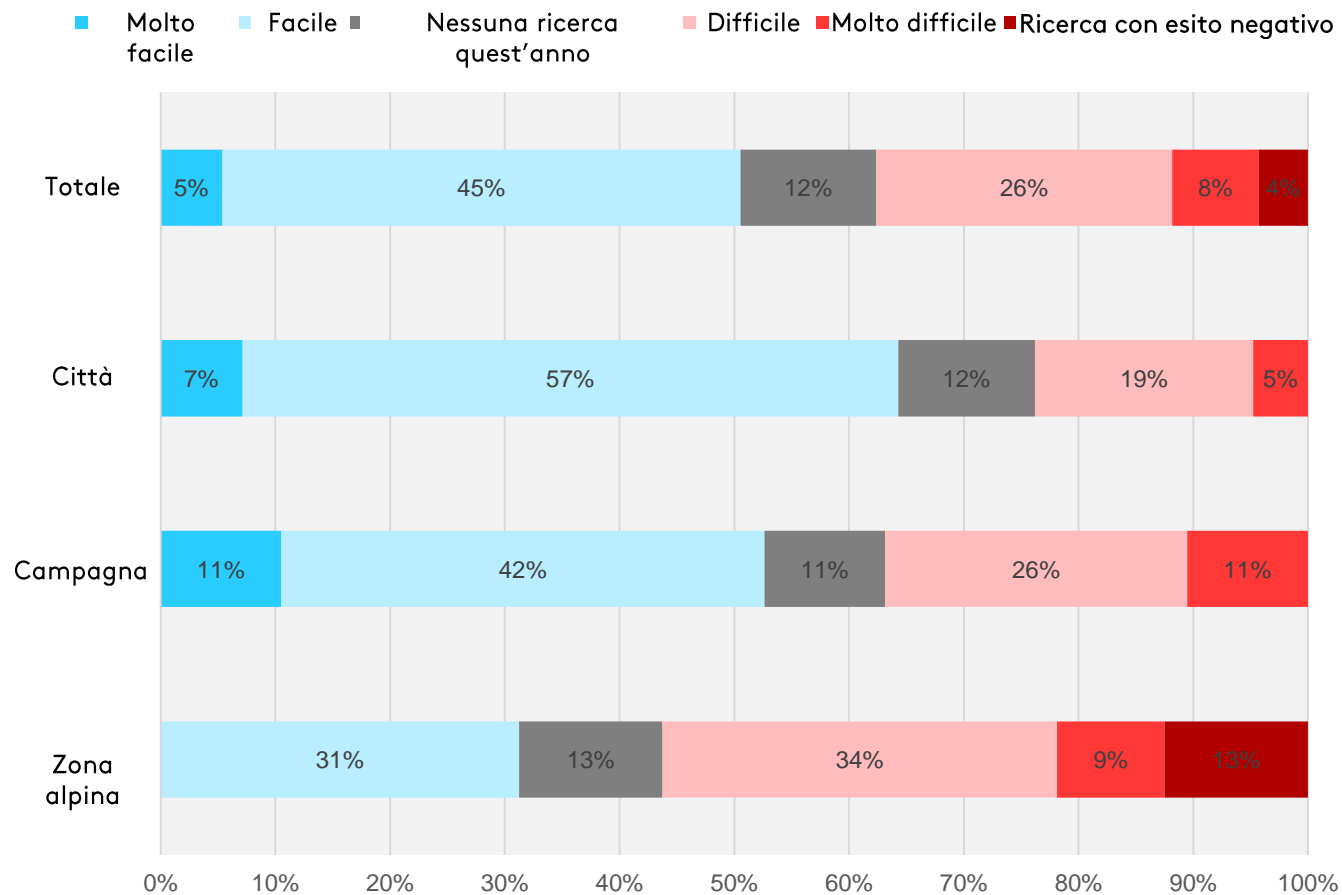
Più di un'azienda su due forma apprendisti



- Complessivamente, il 56% delle aziende che hanno partecipato al sondaggio forma apprendisti.
- Nelle città, più di due terzi delle aziende formano apprendisti.
- Questa percentuale è più bassa nelle regioni alpine (43%).

Risposte (n)	
Totale	170
Città	65
Campagna	29
Zona alpina	76

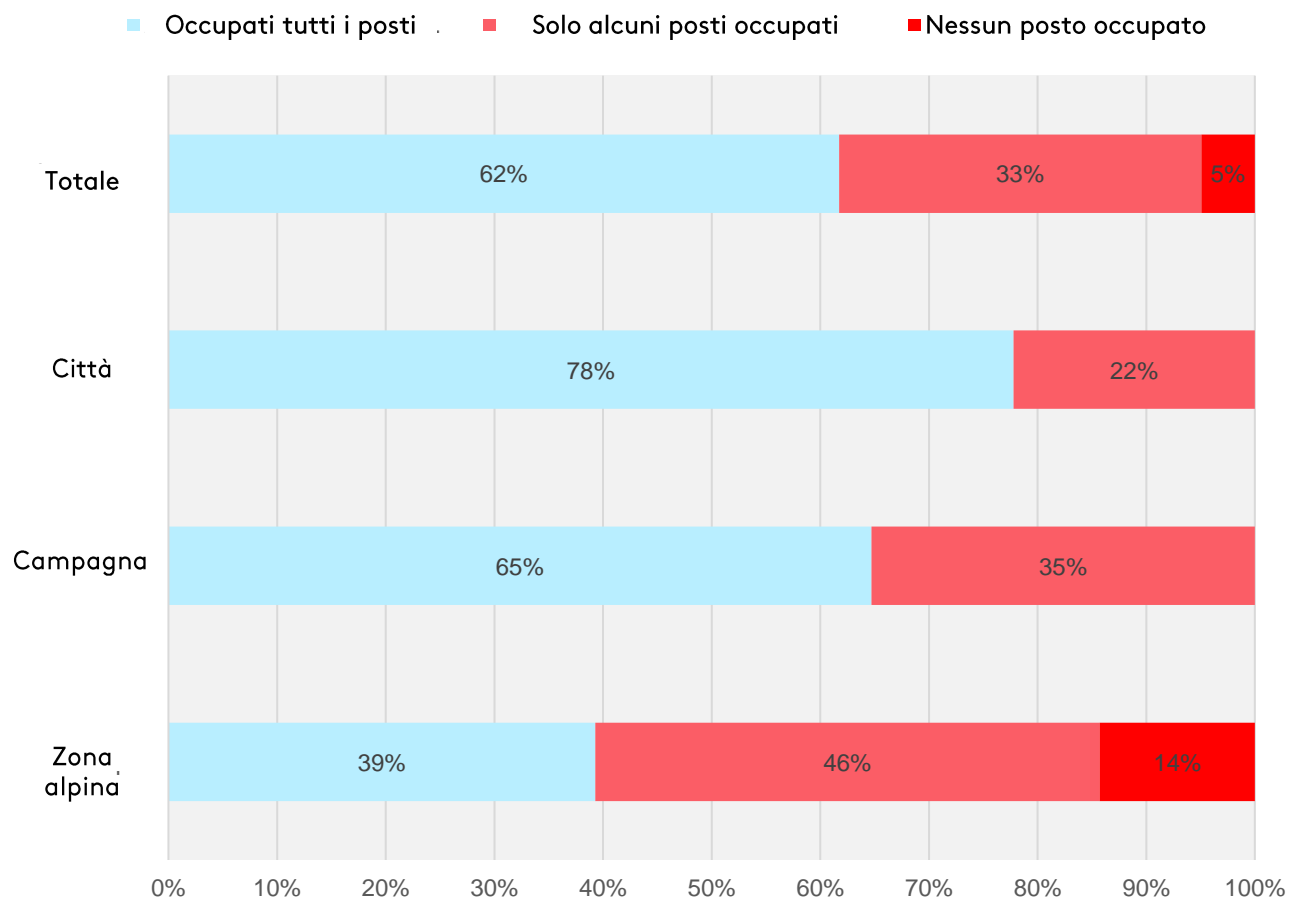
La ricerca di apprendisti è difficile soprattutto per le aziende delle regioni alpine



- In tutte le zone turistiche, quasi il 40% delle aziende ha dichiarato che la ricerca di apprendisti è stata impegnativa (difficile, molto difficile o il posto di apprendistato è rimasto vacante nonostante la ricerca).
- Le differenze tra le regioni sono notevoli.
- Mentre nelle città il 24% delle aziende ha avuto difficoltà nel reclutamento, nelle zone alpine la percentuale è salita al 56%.

Risposte (n)	
Totale	93
Città	42
Campagna	19
Zona alpina	32

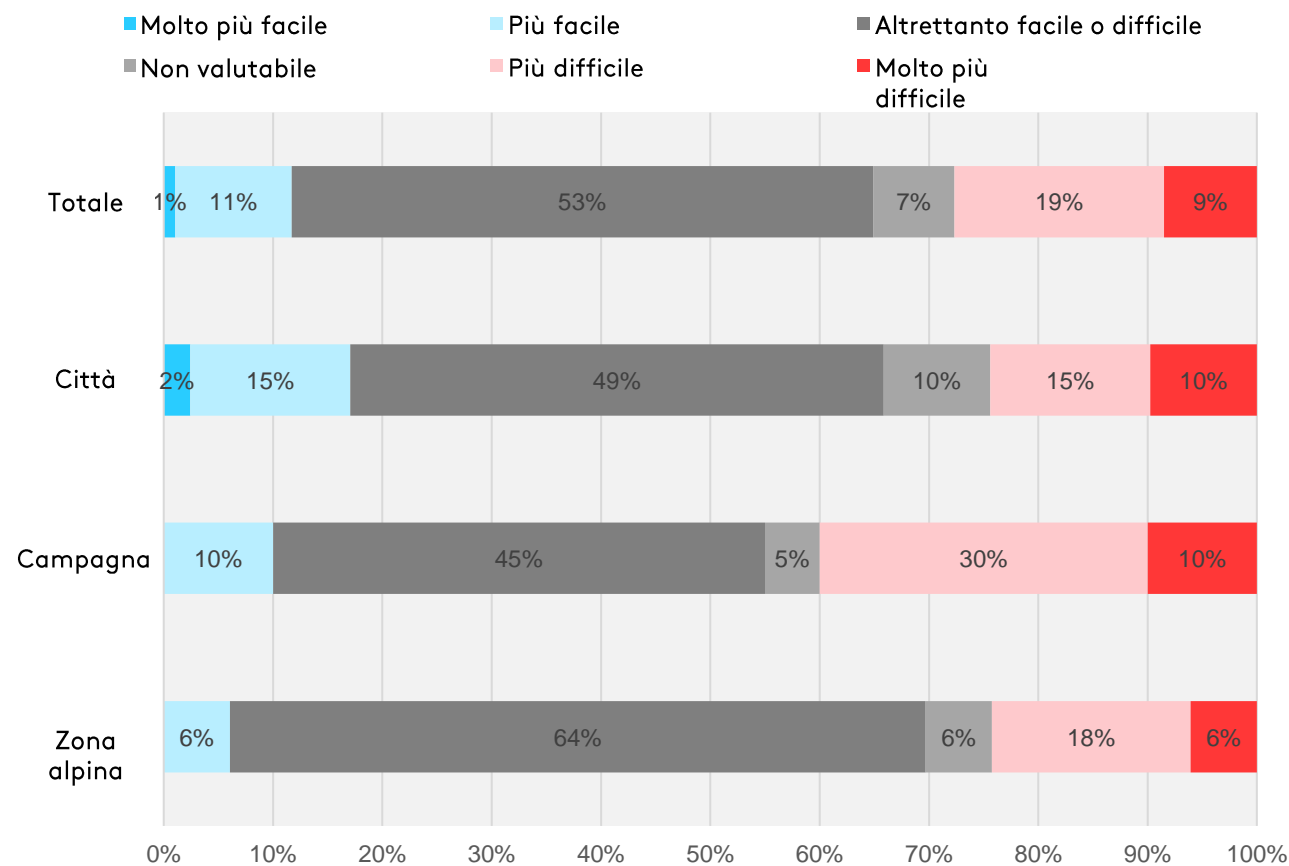
Più di un terzo delle aziende formatrici non è riuscito ad assegnare tutti i posti di apprendistato



- La percentuale di aziende che non sono riuscite ad assegnare tutti i posti di apprendistato è alta (38%).
- Le differenze tra le diverse zone turistiche sono significative.
- Nelle città, un'azienda su cinque non è stata in grado di occupare tutti i posti di apprendistato, mentre nelle zone alpine si trovano in questa situazione quasi due terzi delle aziende (60%).

Risposte (n)	
Totale	81
Città	36
Campagna	17
Zona alpina	28

Confronto con l'anno precedente: la ricerca di apprendisti diventa sempre più difficile per le aziende



- Solo il 12% delle aziende ritiene che sia diventato più facile trovare apprendisti. Nelle regioni alpine questa percentuale è particolarmente bassa (6%).
- Per contro, il 28% delle aziende ritiene che sia diventato più difficile trovare apprendisti. Questa quota è maggiore nelle zone rurali, con il 40%.
- La maggioranza ritiene che in termini di difficoltà la ricerca di apprendisti sia rimasta invariata rispetto allo scorso anno.

Risposte (n)	
Totale	94
Città	41
Campagna	20
Zona alpina	33

5. Sfide



Predominano le sfide dal lato dell'offerta

- La carenza di personale qualificato resta la sfida più grande per il settore, seguita dall'aumento dei prezzi dell'energia.
- Al terzo e quarto posto seguono il carico di lavoro personale delle/dei dirigenti e il crescente onere amministrativo per le aziende.
- I crescenti requisiti amministrativi rappresentano un problema soprattutto per le aziende più piccole.
- Le sfide riguardano soprattutto il lato dell'offerta.
- La guerra in Ucraina, che colpisce soprattutto il lato della domanda, è stata considerata la sfida minore.

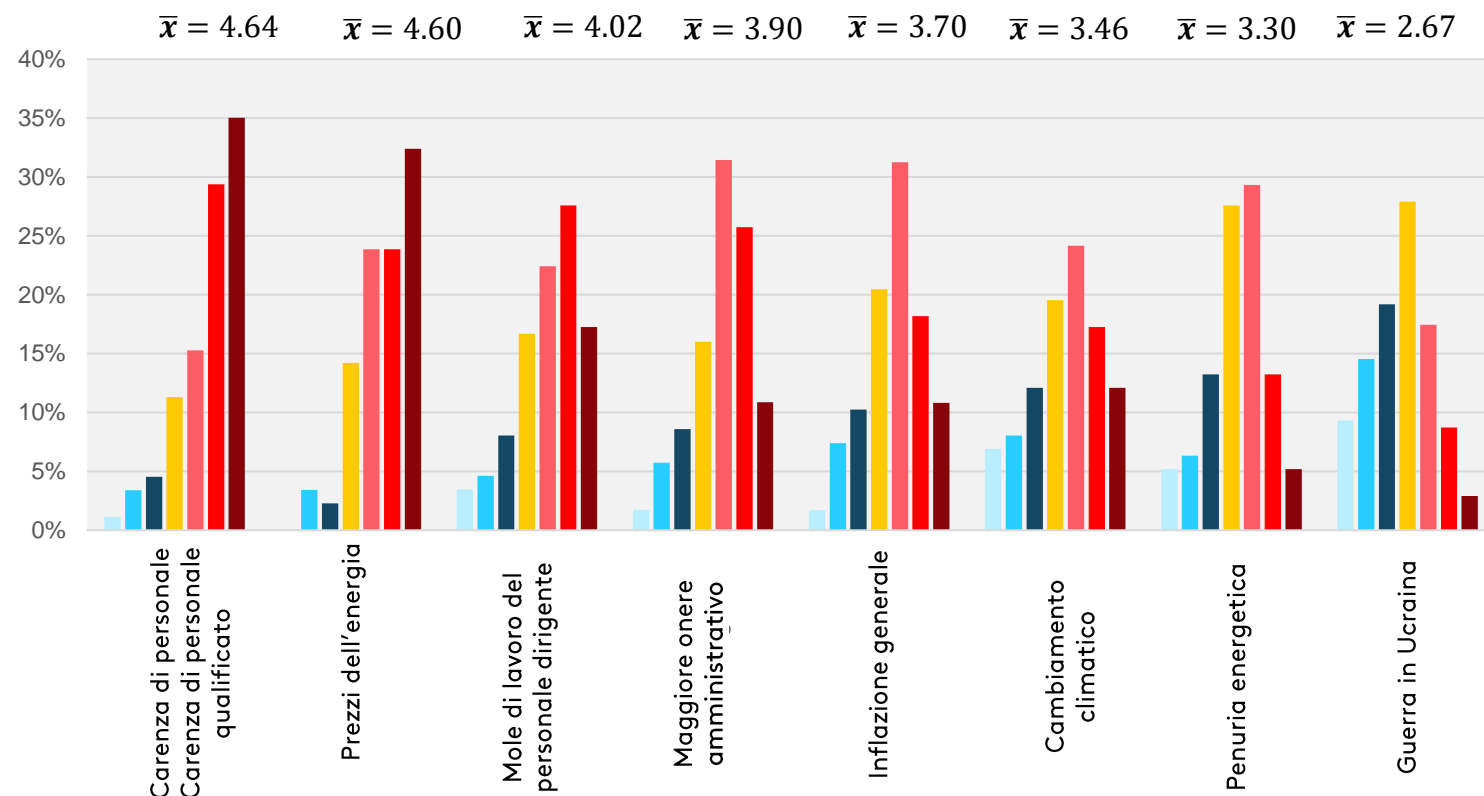


La carenza di personale qualificato è la sfida più grande per il settore alberghiero

Quali sono, secondo lei, le sfide principali per il settore alberghiero svizzero?

[0 = Nessuna sfida; 6 = Massima sfida]

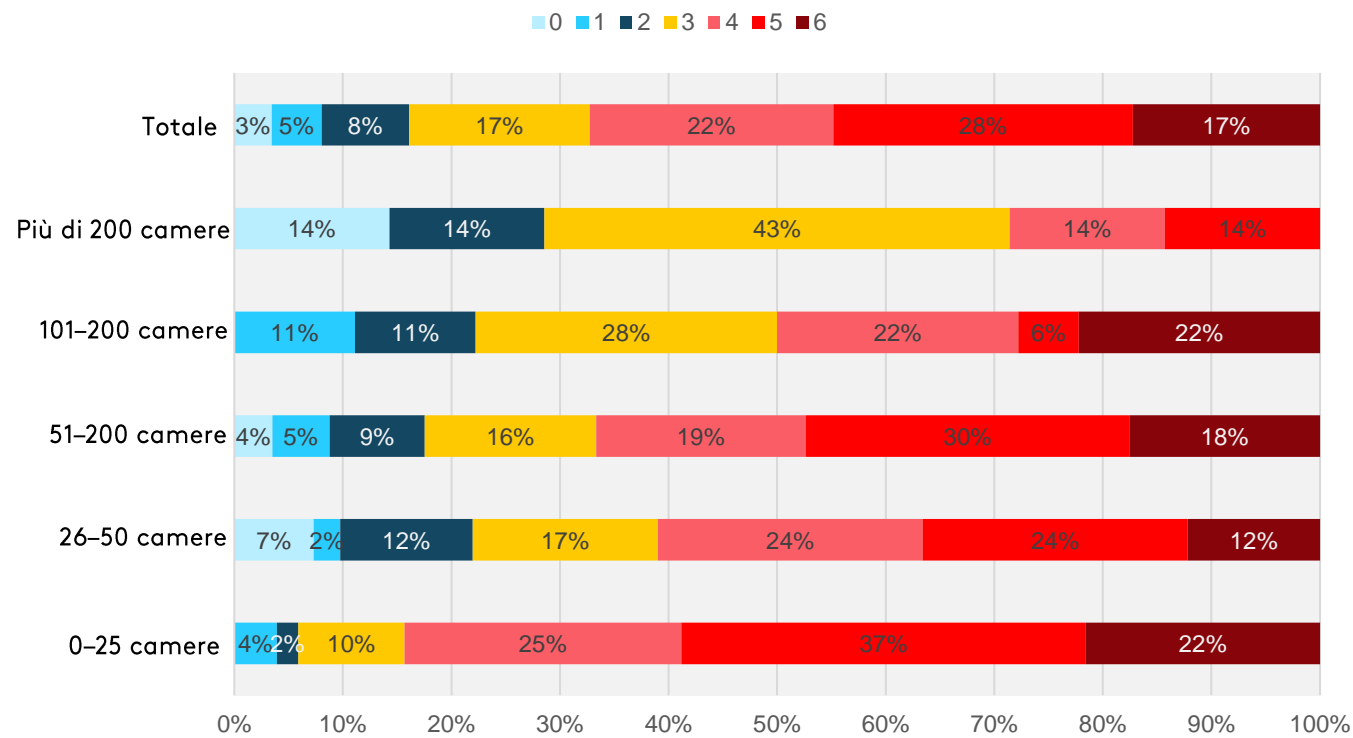
0 1 2 3 4 5 6



- La carenza di personale qualificato e i prezzi dell'energia sono tuttora le maggiori sfide per il settore.
- Al terzo e quarto posto seguono il carico di lavoro personale e i crescenti requisiti amministrativi per le aziende.
- Una buona maggioranza (53%) delle aziende attribuisce anche un valore elevato al cambiamento climatico (4 o superiore).

Il crescente onere amministrativo rappresenta una grande sfida, soprattutto per le piccole imprese

Crescenti oneri amministrativi



- Il 67% delle aziende considera l'aumento degli oneri amministrativi una grande sfida (4 o superiore); il 45% addirittura una sfida molto grande (5 o 6).
- Questo valore è più basso tra le aziende con più di 200 camere (29% elevato e 14% molto elevato).
- Le percentuali maggiori si registrano in aziende con meno di 26 camere: l'84% attribuisce un valore elevato e il 59% un valore molto elevato.

Risposte (n)	
Totale	174
Più di 200 camere	7
101-200 camere	18
51-100	57
26-50 camere	41
0-25 camere	51