

Booking.com



Barometro delle strutture ricettive italiane

Estate 2023



Atrani, Costiera Amalfitana



Indice

01

Executive summary

Pag. 3

02

Situazione economica e investimenti

Pag. 5

03

Sfide e opportunità

Pag. 8

04

Digitalizzazione e sostenibilità

Pag. 12

05

Politiche e aiuti statali

Pag. 16

Appendice

Pag. 19

Metodologia

Pag. 25

01 Executive summary

Si torna a viaggiare!

Niente più lockdown. Ovunque nel mondo le restrizioni si stanno allentando o sono state del tutto rimosse. I viaggiatori vogliono recuperare il tempo perso. Tra gli imprenditori italiani del settore dell'ospitalità è tornato il sereno e due albergatori su cinque si aspettano che nel 2023 la loro attività raggiunga picchi massimi di fatturato.

Una ventata di ottimismo. Nel tentativo di catturare le sensazioni degli albergatori europei con riferimento al passato recente, al presente e al futuro, il cambiamento più palese si è avvertito nelle loro aspettative riguardo al prossimo semestre. A tal riguardo, le prospettive in Italia sono positive per un professionista del settore alberghiero su due (49%), in contrasto con il dato emerso dalla nostra indagine precedente, prima della stagione invernale, quando il rapporto era di uno su tre (36%). Per quanto riguarda la situazione attuale, mentre la valutazione degli albergatori europei è piuttosto positiva (il 61% si è detto ottimista a riguardo), gli albergatori italiani che hanno risposto al sondaggio si sono dimostrati leggermente più cauti, con il 54% che ha valutato lo stato attuale della loro attività in termini positivi o molto positivi.



Due albergatori italiani su cinque (41%) si aspettano che il loro fatturato raggiunga un picco nel 2023

In questo scenario, un accesso al capitale più semplice potrebbe aver giocato un ruolo significativo. Il 41% dei partecipanti al sondaggio in Italia ha infatti affermato che accedere ai finanziamenti non è complesso - un dato in crescita di quasi un quinto rispetto al 2022. E il segno è positivo anche per quanto riguarda i tassi di occupazione delle camere: il 49% delle strutture ricettive in Italia ha infatti registrato un (forte) aumento, segnando un incremento del 4% rispetto allo scorso anno.

Una duplice transizione a due velocità. In generale, gli albergatori europei si sentono più preparati alle sfide legate alla trasformazione digitale delle loro attività di quanto non lo siano per gli obiettivi di sostenibilità e decarbonizzazione. Ciò che distingue gli albergatori italiani dal resto d'Europa è che in Italia il divario tra questi due dati è il più ridotto all'interno del continente, con soli 7 punti percentuali

che separano il grado di preparazione per la trasformazione digitale (65%) da quello nei confronti della transizione verso la sostenibilità (58%). Il divario medio, in Europa, si attesta invece a 19 punti percentuali.

Il 59% delle strutture ricettive italiane prevede di investire nei prossimi sei mesi per migliorare l'efficienza energetica della propria attività, manifestando forte determinazione nel voler affrontare la principale sfida sulla loro agenda: la necessità e l'urgenza di ridurre il peso delle bollette.

Valutazione delle politiche pubbliche. Per ogni tre albergatori italiani che reputano le politiche pubbliche importanti in relazione alla loro attività, ve ne è solamente uno che pensa il contrario. Sebbene questa sia un'opinione piuttosto comune per il settore in tutta Europa, ciò che contraddistingue il Bel Paese è che quasi la metà dei professionisti del settore alberghiero in Italia (il 49%) crede che l'impatto di tali politiche sia controproducente o molto dannoso, rispetto al 20% che da esse si aspetta effetti positivi. Si tratta, in tutta Europa, della visione più pessimistica a riguardo.

Ciò che distingue i partecipanti italiani è che in Italia questo divario è il più ridotto d'Europa, con soli **7 punti percentuali** che separano il grado di preparazione per la trasformazione digitale (65%) da quello per la transizione verso la sostenibilità (58%).



Entrando più nello specifico nei vari ambiti legati alle politiche pubbliche, sono considerati positivamente gli investimenti nelle infrastrutture, il marketing di destinazione e i programmi di formazione relativi al settore dei viaggi; non lo sono invece gli obblighi legati alla sostenibilità, nonché le politiche del lavoro o le politiche economiche più in generale.

Tendenze a livello europeo. Negli ultimi sei mesi, i tassi di occupazione e la tariffa media giornaliera sono aumentati molto più sensibilmente per gli hotel che non per gli affitti a breve termine. Infatti, il 12% dei gestori di affitti brevi ha registrato un calo delle presenze - quattro volte il numero degli hotel che hanno riportato la stessa tendenza. Nel complesso, vi è una differenza di 13 punti percentuali tra gli hotel e gli affitti brevi per quanto riguarda l'attuale clima imprenditoriale. Insomma, gli hotel quest'anno si stanno attestando come i chiari vincitori per quanto riguarda la ripresa del settore.

La ripresa, tuttavia, non è la stessa ovunque. Da anni, in tutta Europa, le piccole strutture ricettive indipendenti stanno perdendo terreno rispetto alle grandi aziende appartenenti a delle catene. Vi sono infatti diverse metriche in riferimento alle quali le prime hanno segnato un punteggio più negativo rispetto alle seconde, tra cui il tasso di occupazione delle camere e l'andamento della tariffa media giornaliera, il clima imprenditoriale, i piani di investimento, l'accesso ai finanziamenti e al capitale, le prospettive future e altro ancora.

Questo divario è inoltre aumentato rispetto a quanto registrato dall'edizione del Barometro dell'autunno 2022. Mentre il 62% delle catene alberghiere prevede che il 2023 sarà per loro l'anno di maggior fatturato fino a questo momento, solo

il 43% delle strutture indipendenti ha detto di aspettarsi lo stesso. Il 39% delle catene sta poi pensando di investire di più nei prossimi sei mesi, a fronte di un 23% che prevede maggiori investimenti tra le strutture indipendenti.

Il 39%
delle catene sta pensando di investire di più nei prossimi sei mesi, rispetto al 23% delle strutture indipendenti

Le opportunità abbondano. Attrarre e trattenere personale qualificato rimane un problema per tutto il settore in Europa. In Italia, in termini di sfide, sono emerse chiaramente le preoccupazioni per il costo dell'energia, l'incertezza economica e le difficoltà nel trovare personale. Al tempo stesso, una novità di questa edizione del Barometro delle strutture ricettive riguarda la classificazione delle opportunità per le strutture ricettive. Gli albergatori italiani puntano sulla possibilità di attrarre turisti internazionali e credono che la riacquistata voglia di viaggiare dopo la crisi legata al COVID rappresenti un'opportunità di crescita unica. Nonostante i soggiorni più lunghi siano stati spesso presentati come il nuovo trend per eccellenza, gli albergatori italiani che hanno partecipato al sondaggio hanno dato più importanza al tema dell'offerta di esperienze locali.

Andando ad approfondire il problema della carenza di lavoratori qualificati, gli albergatori italiani che hanno partecipato al sondaggio

hanno indicato come principali ostacoli l'equilibrio tra lavoro e vita privata, lo stress, i lunghi turni di lavoro e la certezza dell'impiego. In Europa l'ostacolo principale è risultato la richiesta salariale - problema che in Italia si è attestato solo al quinto posto.

L'imminente rivoluzione dell'IA.

Di recente c'è stato molto clamore intorno al tema dell'intelligenza artificiale (IA), in gran parte per via della sua forza dirompente e della rapidità del suo sviluppo. L'impatto dell'IA per le strutture ricettive europee ancora non è evidente, ma potrebbe esserci una rivoluzione in atto. In Italia, solo il 5% delle imprese ricettive utilizza già applicazioni o software aziendali basati sull'IA, come chatbot o algoritmi per la determinazione dinamica dei prezzi. Vi è poi un 28% che attualmente non utilizza strumenti di IA ma prevede di introdurli nei prossimi sei mesi. Il restante 67% delle strutture ricettive, composto da coloro che attualmente non prevedono di utilizzare l'IA nella propria attività, potrebbe dover rivedere questa decisione non appena l'IA sarà in grado di rivoluzionare l'esperienza dei viaggiatori.

Nel complesso, la ripresa del settore ricettivo ha subito un'accelerazione e il comparto si trova ora su fondamenta solide per il futuro.



Il Barometro delle strutture ricettive europee. Questa seconda edizione del Barometro delle strutture ricettive europee, frutto di una collaborazione tra Booking.com e Statista, si basa su un sondaggio condotto su 1.040 dirigenti e manager del settore alberghiero in Europa. In esso sono stati inclusi 80 partecipanti provenienti dall'Italia.



Val d'Orcia, Toscana



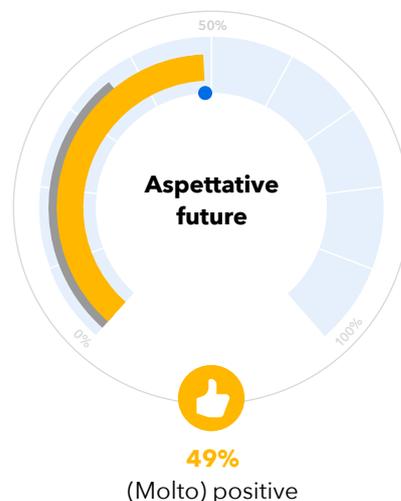
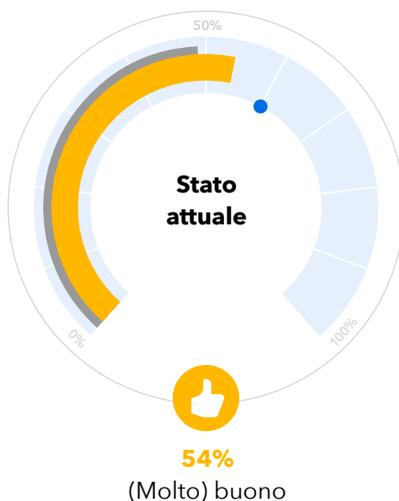
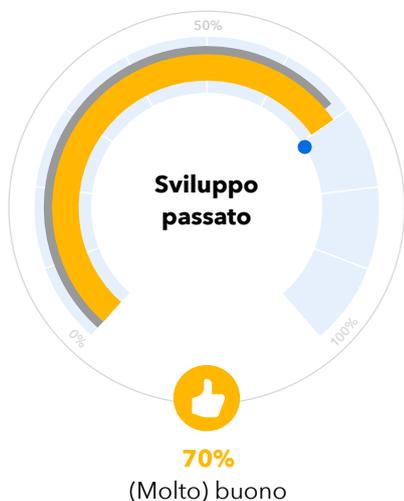
02

Situazione economica e investimenti

Le sensazioni degli albergatori italiani riflettono quelle dei loro colleghi europei per quanto riguarda le performance passate, mentre lo stato attuale dell'industria in Italia viene valutato leggermente meno bene rispetto al resto d'Europa. A livello italiano, vi è anche minor ottimismo per quanto riguarda l'aspettativa che il 2023 rappresenti un anno record per i ricavi, forse a causa dei problemi legati all'aumento del costo della vita e alle conseguenze economiche della pandemia.

Percezione del proprio sviluppo economico da parte delle strutture ricettive

■ 2023 ■ 2022 ● Media UE 2023



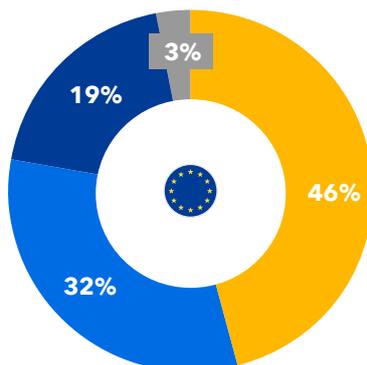
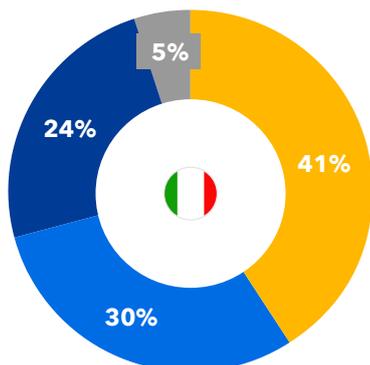
Ora che le restrizioni e i lockdown imposti durante la pandemia sono stati finalmente rimossi, sembra esserci un clima di maggiore fiducia tra gli albergatori italiani. Sia la loro percezione dello sviluppo passato della propria attività che le loro aspettative per il futuro sono molto in linea con il resto d'Europa, anche se la situazione attuale viene considerata buona o molto buona da poco più della metà delle persone che abbiamo intervistato in Italia

(54%), rispetto al 61% dei loro colleghi europei. Paragonati a questi ultimi, gli albergatori italiani si sono anche dimostrati leggermente meno propensi ad aspettarsi entrate record per il 2023 (41%, contro un dato europeo del 46%) e un quarto di loro (24%) sostiene che tale scenario sia improbabile o molto improbabile - rispetto a una media europea del 19%. Anche in termini di propensione agli investimenti, l'Italia mostra un atteggiamento molto più cauto

rispetto al resto dell'Europa: solo il 19% dei titolari di aziende ricettive italiane intende infatti investire di più nelle proprie attività nei prossimi sei mesi, rispetto al 28% degli albergatori europei. Ciò è probabilmente dovuto alla combinazione tra la ripresa economica, ancora incompiuta, dalla crisi dovuta alla pandemia e l'inflazione che ha causato un aumento dei prezzi dei beni essenziali.

In che misura prevede che il 2023 sarà l'anno con il fatturato più alto di sempre per la sua attività

■ (Molto) probabile ■ Neutro ■ (Molto) improbabile ■ Non so



il 41%

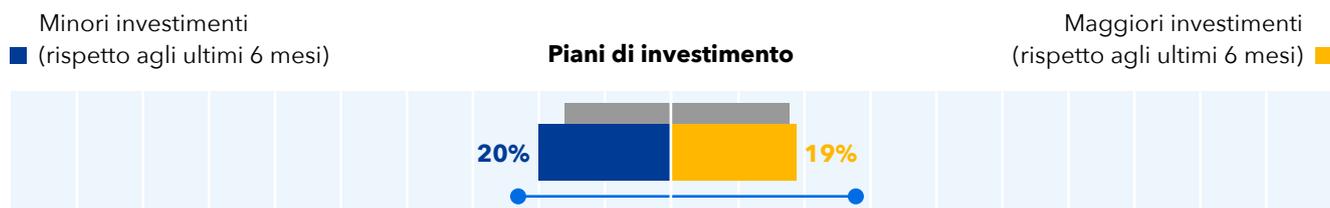
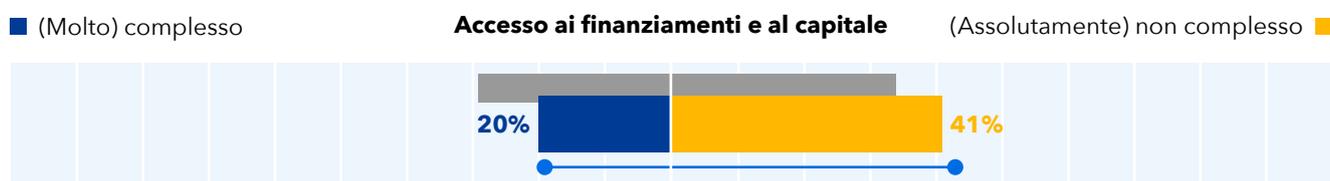
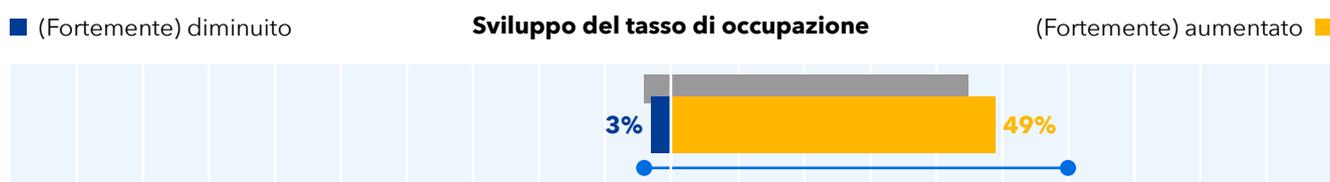
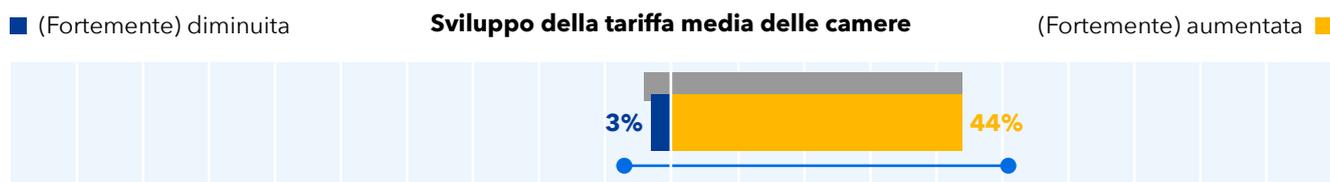
degli albergatori italiani prevede che il 2023 sarà per loro l'anno con il fatturato più alto di sempre

Il 44% degli albergatori italiani ha riportato un aumento o un forte aumento delle tariffe medie delle camere. Con riferimento a questo dato, la media europea è del 51%. All'estremo opposto, solo il 3% delle strutture ricettive italiane ha registrato una diminuzione o forte diminuzione nelle tariffe delle camere, rispetto a una media europea assestata al 7%. Poco meno della metà (49%) degli albergatori italiani ha riportato un aumento o un forte aumento dei

tassi di occupazione - percentuale, anche in questo caso, leggermente inferiore al dato europeo del 60%. L'accesso ai finanziamenti e al capitale riflette l'esperienza degli albergatori delle altre regioni d'Europa: il 41% degli albergatori italiani e il 43% di quelli europei, infatti, afferma che l'accesso ai finanziamenti non è complicato. Detto ciò, appena il 19% degli imprenditori italiani intende investire di più nei prossimi sei mesi, a fronte di un dato europeo

del 28%. Questi risultati contrastanti dimostrano il dilemma che gli imprenditori del settore turistico si trovano a dover affrontare. Da un lato, le aspettative di un forte rimbalzo legato al "revenge travel" post-pandemia sembrano richiedere nuovi investimenti; dall'altro, l'incertezza macroeconomica e i problemi di sicurezza a livello globale potrebbero essere la causa dell'esitazione di molti

■ 2023 ■ 2022 ● Media UE 2023





Vista su Siena



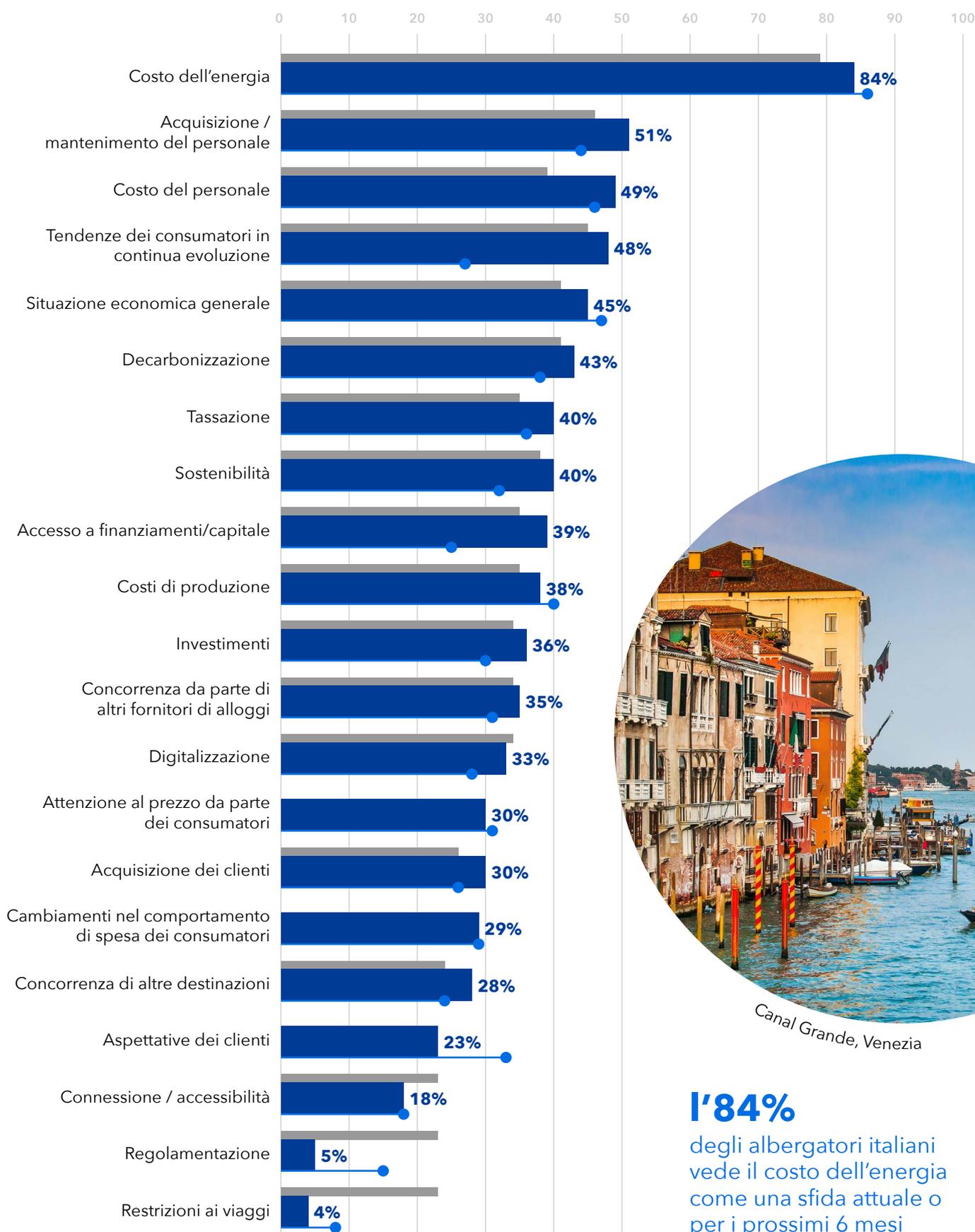
03 Sfide e opportunità

A seguito dello sconvolgimento nell'industria alberghiera e turistica internazionale causato dalla pandemia da Covid-19 tra il 2020 e il 2022, la situazione nel settore sembra ora tornata alla normalità e le restrizioni di viaggio non destano più preoccupazioni. A partire dal febbraio 2022, tuttavia, mese in cui la Russia ha avviato l'invasione su larga scala dell'Ucraina, i prezzi dell'energia in Europa sono saliti alle stelle. Di conseguenza, le bollette esorbitanti sono ora la principale sfida sia per gli albergatori italiani che europei.



Principali sfide (attuali o previste per i prossimi 6 mesi)

■ 2023 ■ 2022 ● Media UE 2023



Canal Grande, Venezia

l'84%

degli albergatori italiani vede il costo dell'energia come una sfida attuale o per i prossimi 6 mesi

Sfide

Per quanto riguarda le sfide che il settore deve affrontare, le bollette elevate rimangono quella principale per gli albergatori europei: a questo proposito, il livello di preoccupazione dei titolari di strutture ricettive in Italia è simile alla media europea (rispettivamente, 84% e 86%). In Italia le preoccupazioni relative ai costi dell'energia sono seguite da quelle relative all'assunzione e al trattenimento del personale, che è stata valutata come una delle principali sfide da oltre la metà dei partecipanti al sondaggio (51%). In Europa, al secondo posto troviamo le preoccupazioni per la situazione economica generale a causa dell'aumento del costo della vita dovuto all'inflazione.

Le risposte degli albergatori italiani indicano un livello generale di preoccupazione molto più elevato rispetto alla media europea in riferimento a quasi tutti i parametri, con una differenza particolarmente evidente per quanto riguarda il cambiamento nelle abitudini dei consumatori. Quasi la metà dei titolari di strutture ricettive italiani (48%) ha indicato questa preoccupazione, rispetto a poco più di un quarto degli albergatori europei (27%). Anche l'accesso ai finanziamenti e al capitale è stato menzionato molto più spesso dai partecipanti italiani: il 39% di loro ha affermato che ciò rappresenta un problema, in contrapposizione a solo un quarto degli albergatori europei (25%).

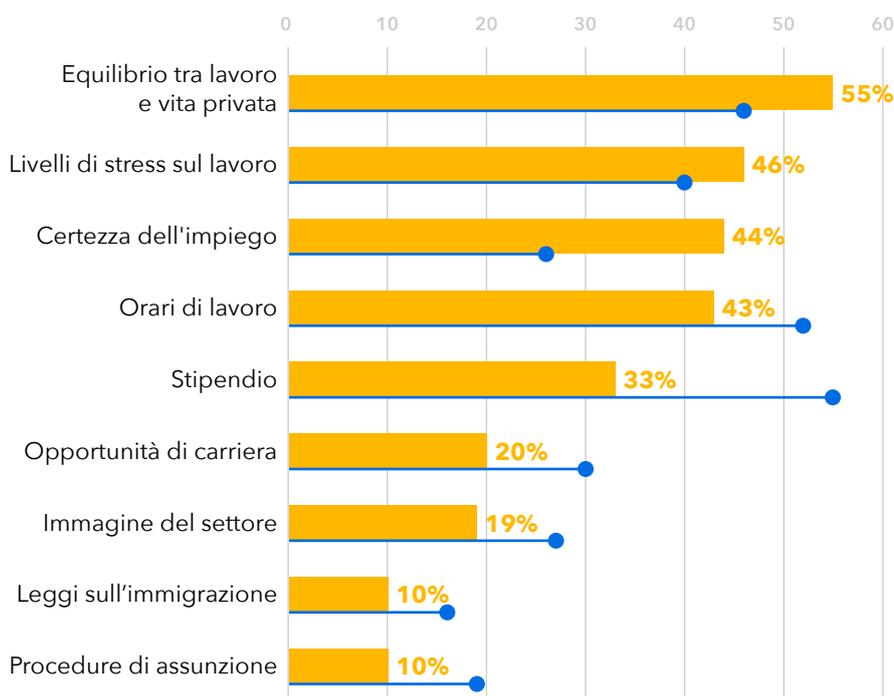
Rispetto all'anno scorso, le preoccupazioni degli albergatori italiani sembrano essere aumentate su quasi tutti i fronti, tranne per quanto riguarda la digitalizzazione. Da notare la forte diminuzione nelle preoccupazioni per quanto riguarda la regolamentazione: solo il 5% degli albergatori italiani oggi considera una sfida, rispetto al 23% dello scorso anno. Allo stesso modo, sono diminuite anche le preoccupazioni relative alle restrizioni sul viaggio, nel 2022 ancora raggiungevano il 23% mentre quest'anno si sono attestate al 4%. Questo trend era prevedibile vista la fine delle dure restrizioni legate alla pandemia in Italia.

Le condizioni di lavoro sono risultate il più grande ostacolo all'assunzione di lavoratori qualificati Italia. In particolare, la causa principale della carenza di manodopera è stata individuata nell'equilibrio tra lavoro e vita privata da ben oltre la metà

dei partecipanti (55%). In Europa, le questioni legate allo stipendio si sono attestate al primo posto tra le cause principali della carenza di manodopera e sono state indicate come tali dal 55% dei partecipanti al sondaggio, mentre tra gli albergatori italiani si sono classificate al quinto posto (33%). Lo stress sul lavoro è stata la seconda causa più citata tra i proprietari italiani di strutture ricettive (46%), mentre la sicurezza sul lavoro è arrivata al terzo posto, con il 44% che l'ha dichiarata un problema rispetto a un solo albergatore europeo su quattro (26%). Infine, le opportunità di carriera e l'immagine del settore sono state indicate come problematiche da una percentuale di albergatori italiani molto inferiore rispetto alla media europea (rispettivamente, il 20% e il 19% contro il 30% e il 27%).

Principali cause della carenza di lavoratori qualificati

■ 2023 ● Media UE 2023





Opportunità

Per quanto riguarda le opportunità, quasi due terzi dei partecipanti italiani al sondaggio (61%) hanno sottolineato un aumento dell'interesse nei viaggi dopo la fine delle restrizioni negli spostamenti dovute alla pandemia. Ciò è seguito dalla possibilità di attrarre più viaggiatori internazionali, considerata un'opportunità dal 34% degli

albergatori italiani, dal maggiore interesse per prodotti e servizi sostenibili e dall'offerta di esperienze locali (28% entrambi). A livello europeo, il numero di albergatori che ha citato l'offerta di esperienze locali come una grande opportunità è significativamente più alto (55%).

La migliore opportunità per gli albergatori europei, tuttavia, è risultata essere la possibilità di attrarre più viaggiatori internazionali, seguita da quella di attrarre più viaggiatori nazionali e da un maggiore interesse nei viaggi dopo la crisi legata alla pandemia.

Principali opportunità (attuali o previste per i prossimi 6 mesi)

Maggiore apprezzamento per i viaggi dopo il COVID

61%

Possibilità di attrarre più viaggiatori internazionali

34%

Maggior interesse per prodotti e i servizi sostenibili

28%

Offerta di esperienze locali

28%

Possibilità di attrarre i viaggiatori della generazione Z

26%

Possibilità di attrarre più viaggiatori nazionali

25%

Aumento delle attività sui social media/di marketing online

23%

Soggiorni più lunghi

20%

Tendenza a combinare viaggi e lavoro

15%

Offerta di servizi di qualità superiore

14%

Upselling/vendita di servizi aggiuntivi

13%

Utilizzo dell'intelligenza artificiale

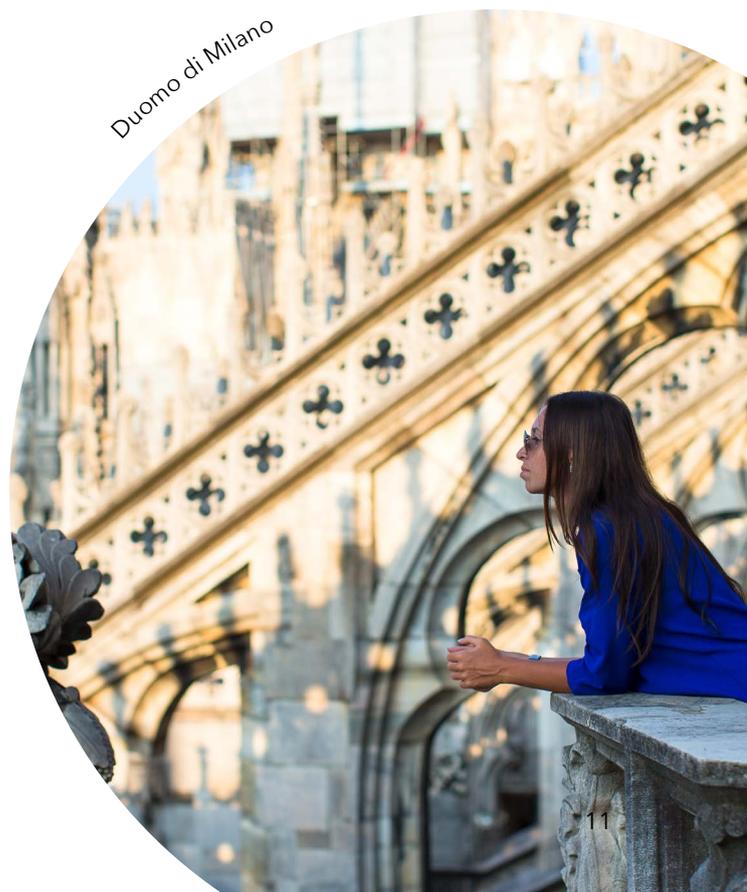
11%

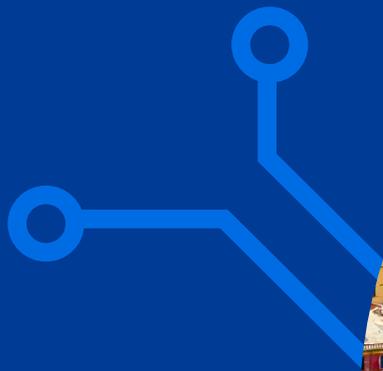
Integrazione con la comunità locale

10%

Assunzione/mantenimento di personale altamente qualificato

9%





Vernazza, Liguria

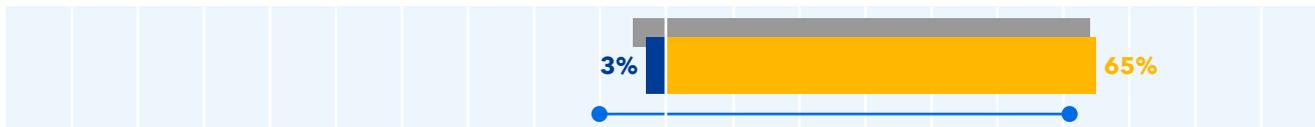


04 Digitalizzazione e sostenibilità

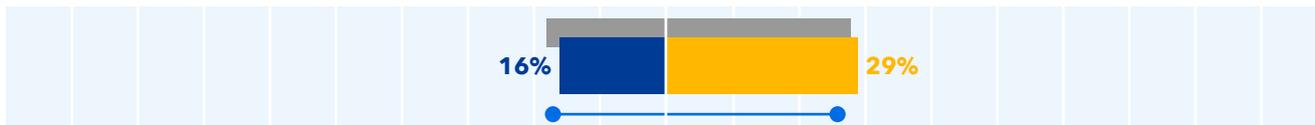
Questioni chiave per il futuro del nostro pianeta, la digitalizzazione e la sostenibilità stanno trasformando anche il settore turistico-ricettivo. Rispetto alla media europea, gli albergatori italiani si sono dimostrati relativamente aperti all'integrazione dell'intelligenza artificiale (IA) all'interno dei processi della loro azienda. Essi hanno inoltre una visione molto positiva del loro livello di preparazione alle sfide legate alla sostenibilità e alla decarbonizzazione e sono leggermente più propensi ad aumentare i loro investimenti in queste aree rispetto al resto d'Europa.

■ 2023 ■ 2022 ● Media UE 2023

■ (Molto) scarsa **Preparazione alla trasformazione digitale** (Molto) buona ■



■ Minori investimenti **Piani di investimento nella trasformazione digitale per i prossimi 6 mesi** Maggiori investimenti ■



Trasformazione digitale

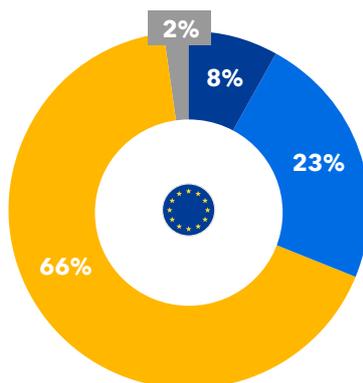
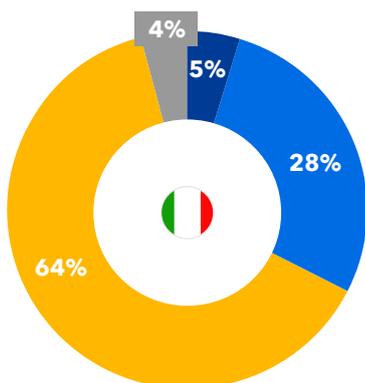
Gli albergatori italiani hanno mostrato un livello di fiducia nella loro preparazione alla trasformazione digitale leggermente più elevato rispetto alla media dell'UE (65% rispetto al 61%) e il 29% di loro ha dichiarato di voler investire di più in quest'area nei prossimi sei mesi (UE: 26%). Inoltre, l'Italia sembra essere relativamente favorevole all'uso dell'IA, con il 28% dei partecipanti al sondaggio che ha dichiarato di voler utilizzare questa tecnologia nei

prossimi sei mesi, rispetto alla media europea del 23%. In Italia, i temi principali che vengono associati alla trasformazione digitale sono il sito web della struttura ricettiva, citato dal 44% degli intervistati italiani (rispetto al 34% dell'UE nel suo complesso), e il social media marketing (40%, rispetto al 36% europeo).

il 64%
degli albergatori italiani non utilizza e non prevede di utilizzare l'intelligenza artificiale in futuro

Utilizzo dell'intelligenza artificiale (IA) (ad es. chatbot, algoritmi per la determinazione dinamica dei prezzi, ecc.)

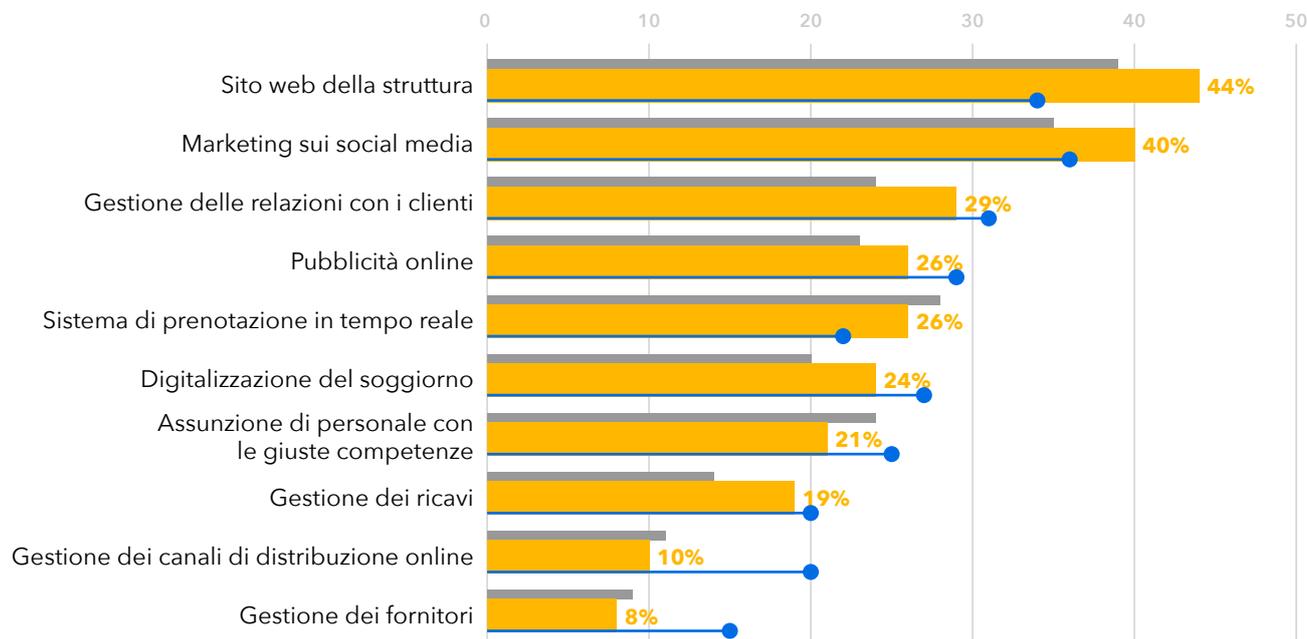
- Sì, usiamo già l'IA
- Non ancora, ma pensiamo di utilizzare l'IA nei prossimi 6 mesi
- No, attualmente non utilizziamo né intendiamo utilizzare l'IA
- Non so





Temi più importanti legati alla trasformazione digitale

■ 2023 ■ 2022 ● Media UE 2023



Sostenibilità

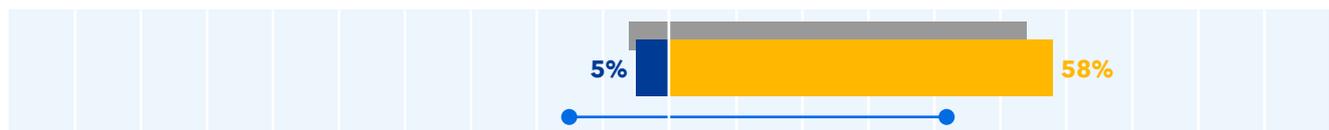
Le risposte degli albergatori italiani in merito alla preparazione alle sfide legate alla sostenibilità e alla decarbonizzazione sono migliorate dallo scorso anno e rimangono significativamente al di sopra della media dell'UE, con il 58% degli albergatori italiani che afferma di essere ben o molto ben preparato, rispetto al 42% nell'UE. La volontà di investire in questi campi riflette

più o meno la media europea, con la principale area di investimento che riguarda l'efficienza energetica (59%), seguita dalla riduzione dei rifiuti (43%) e dalla tutela delle risorse naturali (31%). Nelle risposte europee, è stata data un po' più di importanza alla preservazione delle risorse idriche. È interessante notare che metà degli albergatori italiani (50%) ha sostenuto che un migliore

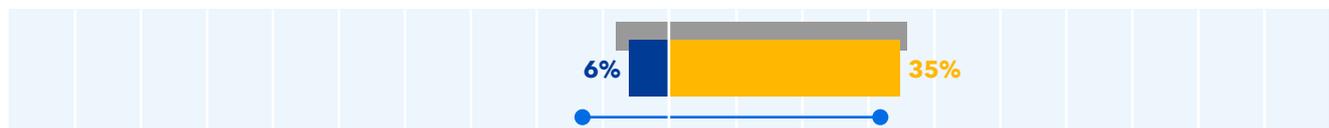
accesso alle conoscenze sia il modo migliore per supportare un modello di business sostenibile e rispettoso del clima, seguito da un migliore accesso al capitale e ai finanziamenti (43%). Al contrario, gli albergatori europei ritengono che gli incentivi fiscali costituiscano il modo migliore per favorire la sostenibilità.

■ 2023 ■ 2022 ● Media UE 2023

■ (Molto) scarsa **Preparazione alle sfide legate alla sostenibilità e alla decarbonizzazione** (Molto) buona ■

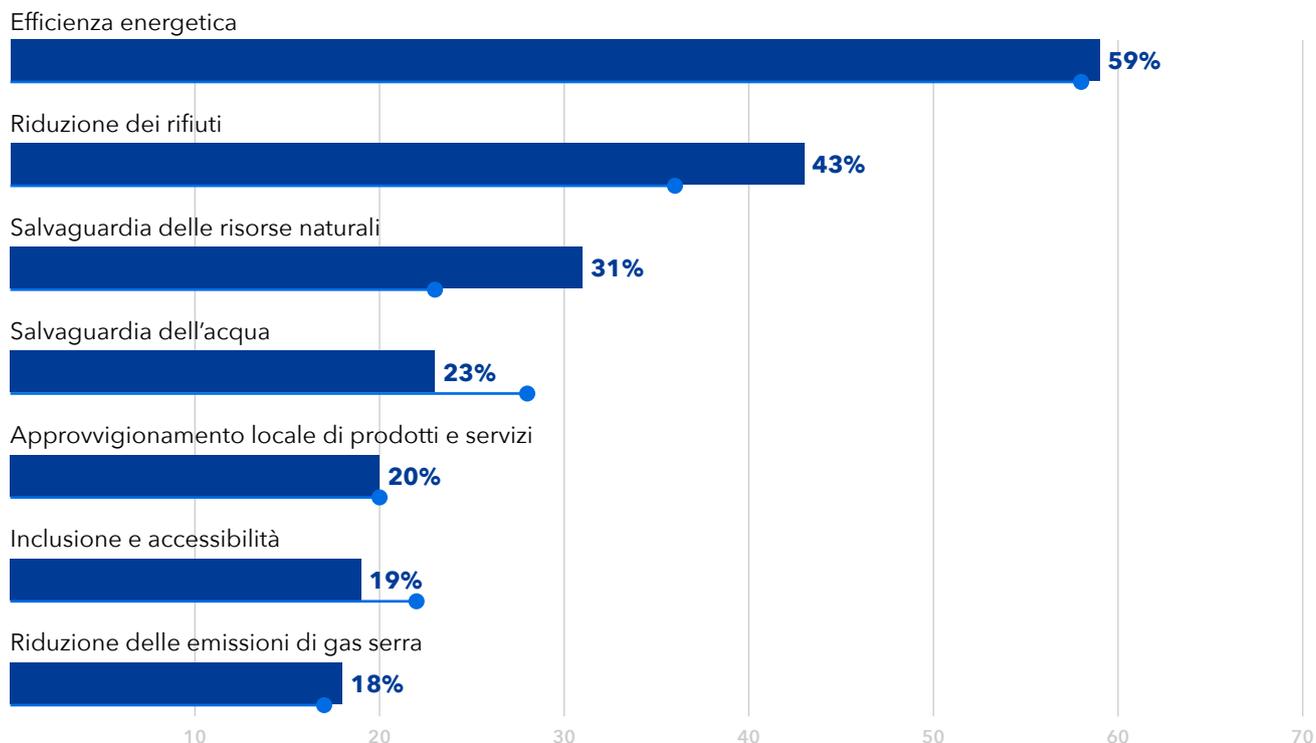


■ Minori investimenti **Piani di investimento nella sostenibilità e nella decarbonizzazione per i prossimi 6 mesi** Maggiori investimenti ■



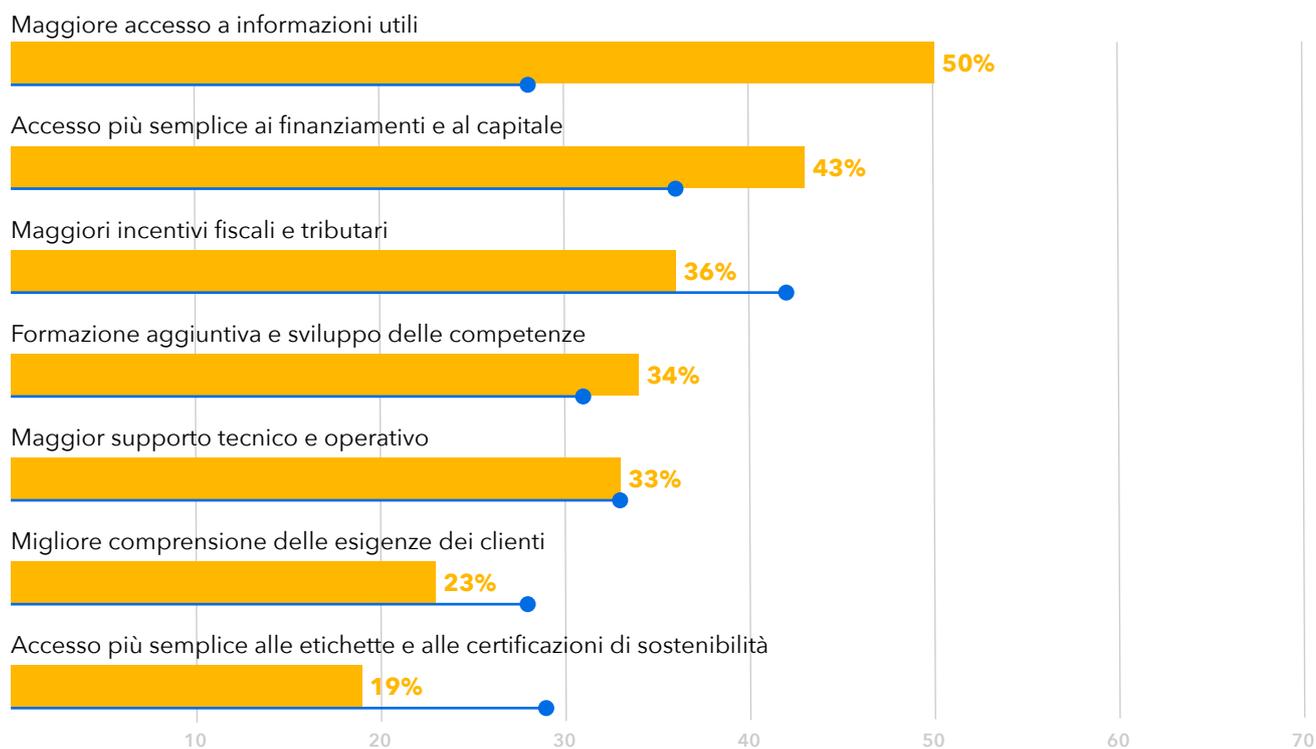
Aree di investimento più importanti per quanto riguarda la sostenibilità

■ 2023 ● Media UE 2023



In che modo si potrebbe accelerare lo sviluppo verso un modello più sostenibile e rispettoso dell'ambiente

■ 2023 ● Media UE 2023





Palazzo Montecitorio, Roma



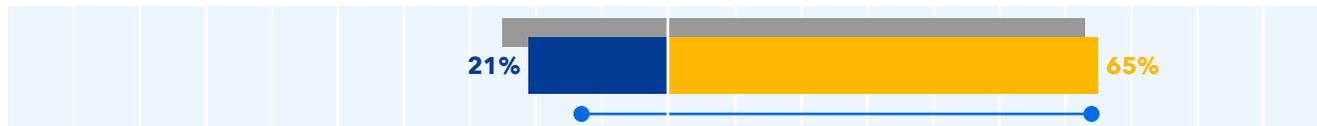
05 Politiche e aiuti statali

Le politiche pubbliche non riguardano solo le tasse e i sostegni economici, come è diventato più chiaro che mai durante il periodo della pandemia, quando viaggi e attività sociali hanno subito delle limitazioni. Le opinioni degli albergatori italiani su questo tema non sono cambiate molto rispetto allo scorso anno e la percentuale di partecipanti al sondaggio che afferma che le politiche statali non sono importanti è ancora elevata rispetto alla media europea. Inoltre, metà degli intervistati in Italia considera le politiche pubbliche dannose o addirittura molto controproducenti

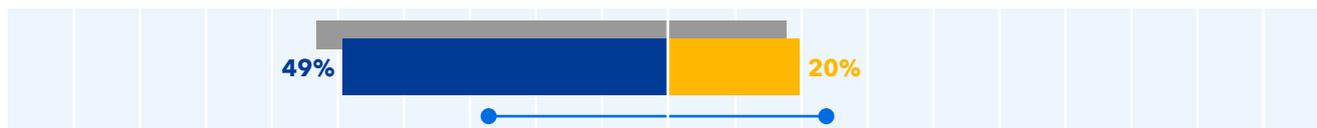


■ 2023 ■ 2022 ● Media UE 2023

■ (Assolutamente) non importanti **Importanza delle politiche pubbliche** (Molto) importanti ■



■ (Molto) dannose **Aspettative sull'impatto delle politiche pubbliche nei prossimi 6 mesi** (Molto) vantaggiose ■



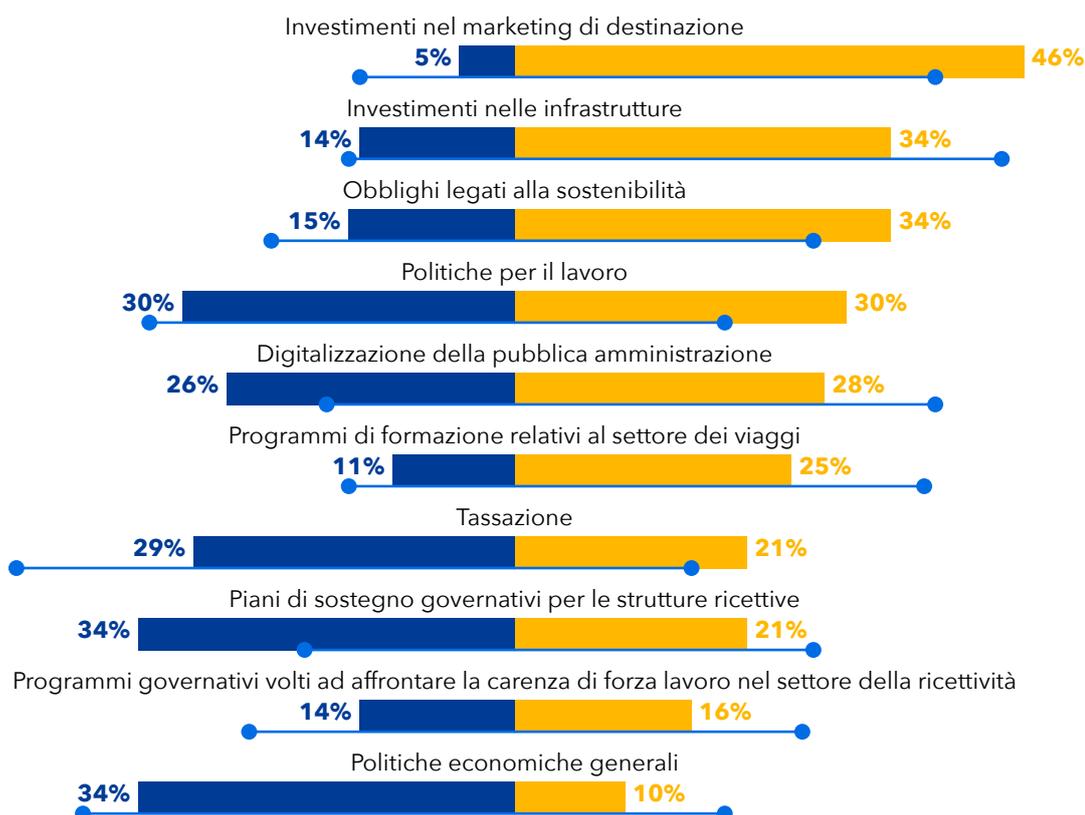
Quasi i due terzi degli albergatori italiani (65%) ritengono che le politiche pubbliche siano importanti o molto importanti per la loro attività, in linea con il dato europeo del 64%. Un albergatore italiano su cinque (20%) ritiene che le politiche statali possano avere un impatto positivo per le loro attività nel prossimo anno, appena al di sotto della media in Europa (24%).

In base ai dati raccolti durante l'indagine, le aspettative degli albergatori italiani sembrano essere particolarmente basse per quanto riguarda le politiche economiche generali e i programmi di sostegno per le strutture ricettive (in entrambi i casi, il 34% si aspetta da essi un impatto negativo o molto negativo). Al contrario, gli investimenti nel

marketing di destinazione (46%) e nelle infrastrutture (34%) e gli obblighi relativi alla sostenibilità (34%) sono gli ambiti che hanno ricevuto più risposte positive. Gli investimenti nelle infrastrutture vengono percepiti in modo particolarmente positivo anche dagli albergatori europei (44%).

Aspettative sull'impatto delle politiche pubbliche nelle seguenti aree

■ (Molto) dannoso ■ (Molto) vantaggioso ● Media UE 2023



Quali cambiamenti nelle politiche pubbliche (locali, nazionali ed europee), più di tutti, aiuterebbero lo sviluppo economico della sua attività ricettiva?

“

I prezzi stanno salendo troppo. Il Governo deve fare qualcosa contro l'inflazione.

”

“

Si dovrebbe fare di più per combattere la carenza di lavoratori qualificati.

”

“

Ridurre la burocrazia, aiutare con i costi energetici.

”

“

Tagli alle tasse, aiuto con l'aumento dei prezzi.

”

“

Neanche il governo stesso sta facendo progressi con i programmi di sostenibilità. Ci sono requisiti ma nessuna infrastruttura.

”

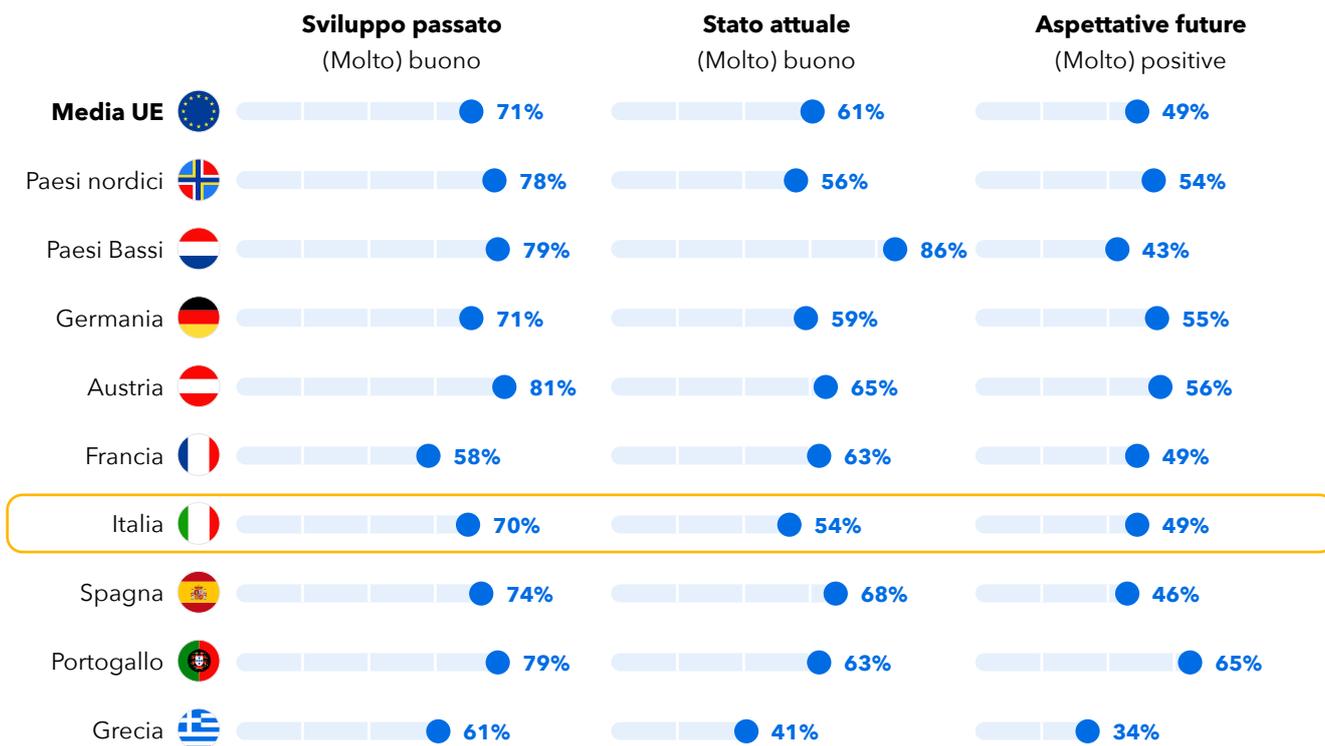




Colosseo, Roma

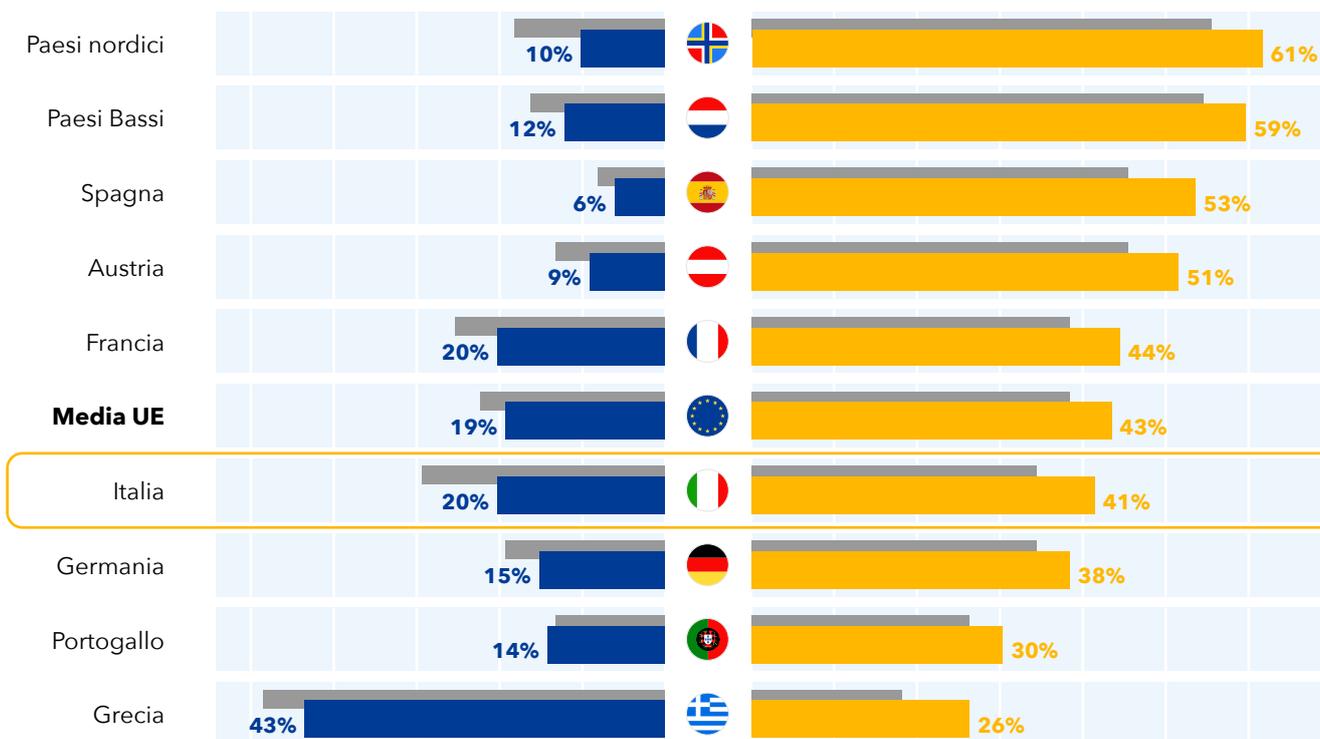


Appendice



Accesso ai finanziamenti e al capitale

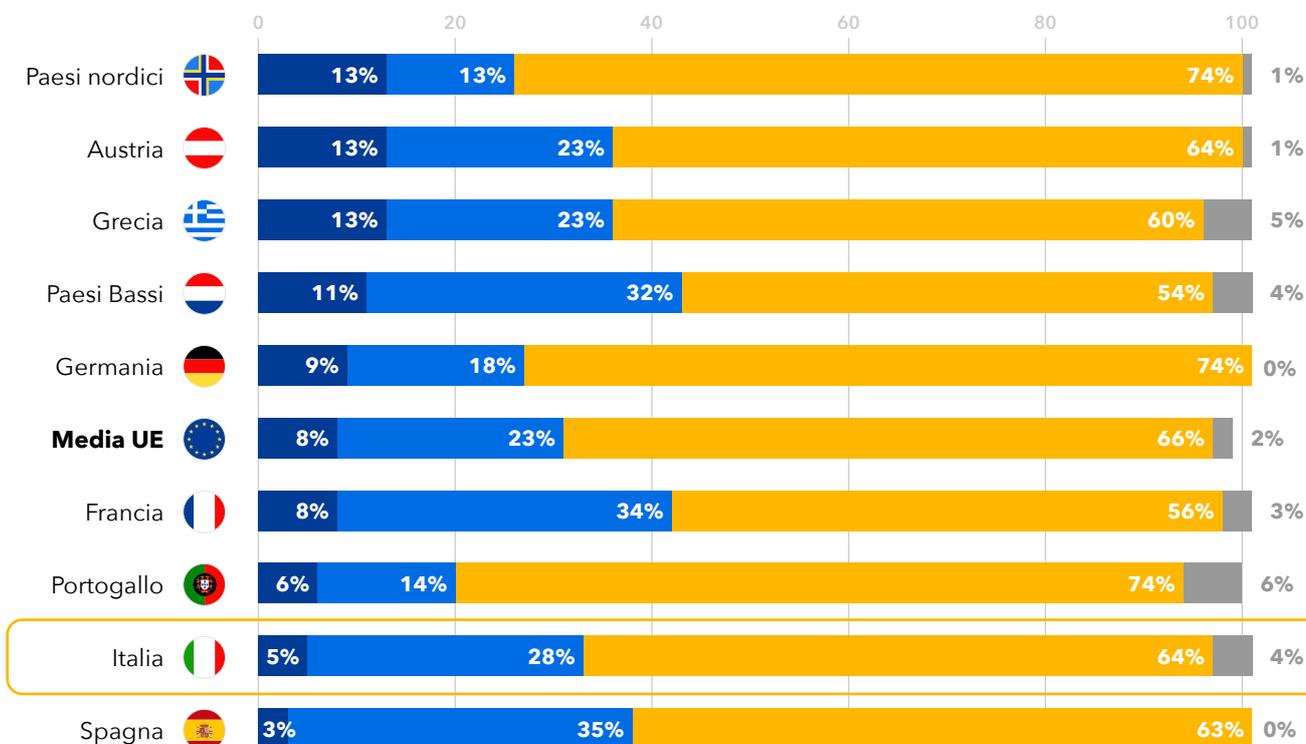
■ (Molto) complesso ■ (Assolutamente) non complesso ■ 2022



Principali sfide (attuali o previste nei prossimi 6 mesi)	Media UE 2023	Paesi nordici	Paesi Bassi	Germania	Austria	Francia	Italia	Spagna	Portogallo	Grecia
										
Costo dell'energia	86%	78%	92%	90%	93%	75%	84%	94%	88%	80%
Situazione economica generale	47%	35%	51%	49%	46%	34%	45%	60%	60%	49%
Costo del personale	46%	48%	53%	58%	56%	36%	49%	35%	38%	41%
Acquisizione / mantenimento del personale	44%	35%	42%	53%	55%	44%	51%	51%	38%	46%
Costi di produzione e dei servizi	40%	36%	46%	39%	43%	35%	38%	61%	36%	40%
Decarbonizzazione	38%	36%	40%	54%	59%	38%	43%	21%	28%	36%
Tassazione	36%	19%	11%	35%	38%	31%	40%	56%	46%	68%
Acquisizione del cliente	33%	34%	36%	21%	25%	18%	23%	49%	35%	56%
Sostenibilità	32%	36%	30%	43%	35%	24%	40%	30%	24%	33%
Attenzione al prezzo da parte dei consumatori	31%	15%	30%	23%	19%	11%	30%	46%	40%	61%
Concorrenza da parte di altri fornitori di alloggi	31%	35%	36%	21%	29%	20%	35%	31%	43%	31%
Investimenti	30%	21%	26%	33%	35%	33%	36%	30%	30%	25%
Cambiamenti nel comportamento dei consumatori	29%	19%	21%	28%	24%	13%	29%	45%	34%	58%
Digitalizzazione	28%	26%	28%	30%	31%	26%	33%	26%	20%	23%
Tendenze dei consumatori in continua evoluzione	27%	16%	21%	30%	26%	29%	48%	26%	16%	25%
Acquisizione dei clienti	26%	29%	20%	29%	33%	30%	30%	25%	35%	11%
Accesso a finanziamenti / capitale	25%	15%	11%	19%	23%	16%	39%	29%	26%	40%
Concorrenza di altre destinazioni	24%	15%	26%	19%	25%	19%	28%	30%	33%	23%
Connessione / accessibilità	18%	28%	9%	18%	9%	28%	18%	20%	8%	29%
Regolamentazione	15%	9%	15%	24%	26%	6%	5%	26%	29%	5%
Restrizioni ai viaggi	8%	5%	4%	6%	6%	5%	4%	14%	25%	5%
Altre sfide	1%	1%	1%	-	-	1%	-	-	5%	-

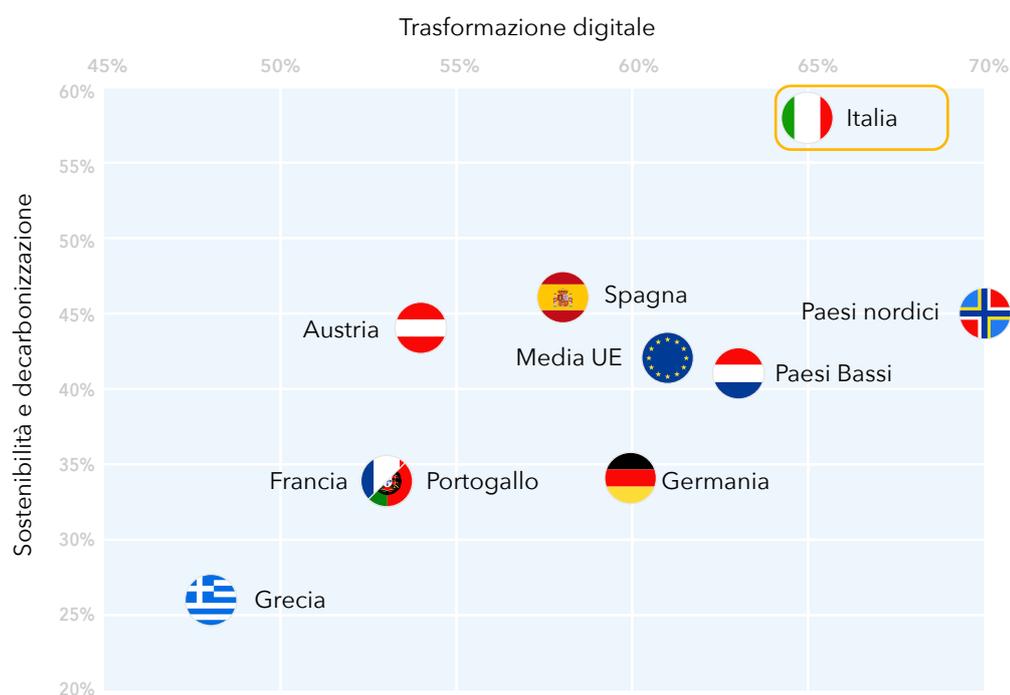
Utilizzo dell'intelligenza artificiale (IA)

- Sì, usiamo già l'IA
- Non ancora, ma pensiamo di utilizzare l'IA nei prossimi 6 mesi
- No, attualmente non utilizziamo né intendiamo utilizzare l'IA
- Non so



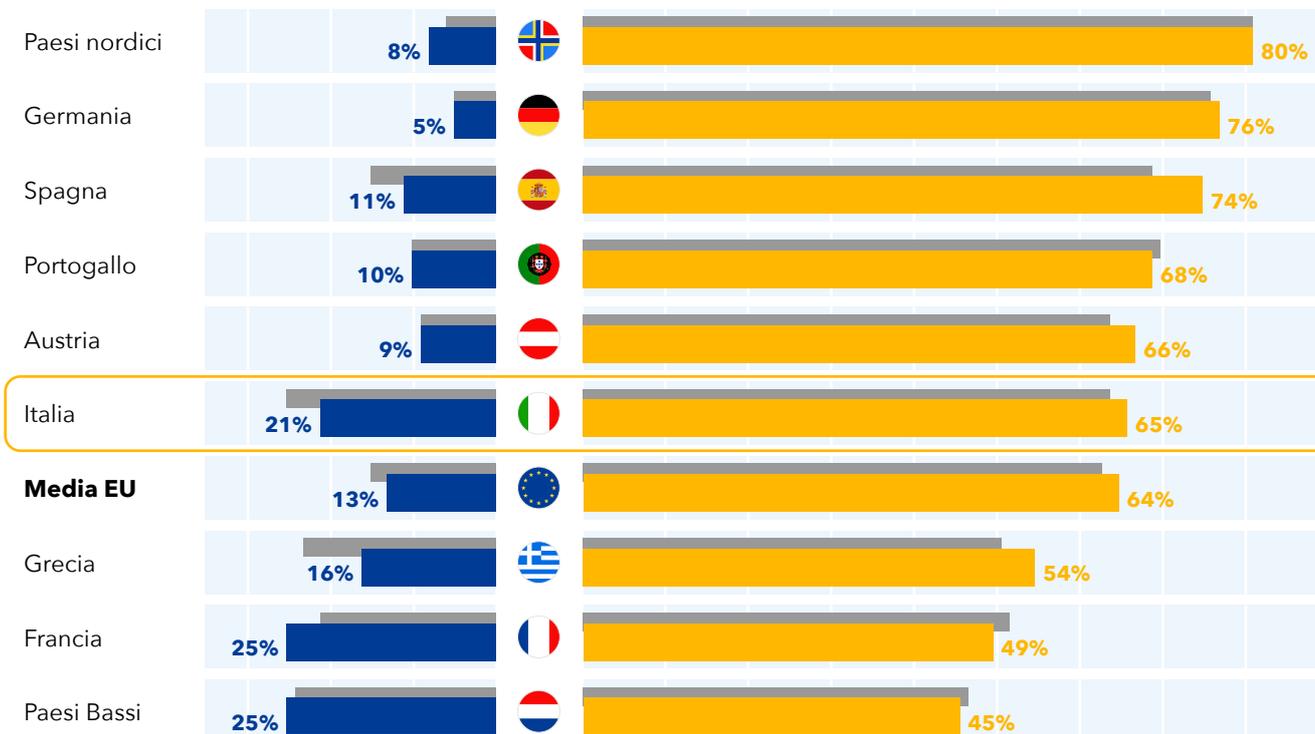
Preparazione alla trasformazione digitale e alle sfide legate alla sostenibilità e alla decarbonizzazione

Percentuale di partecipanti che afferma di avere un grado di preparazione "(molto) buono"



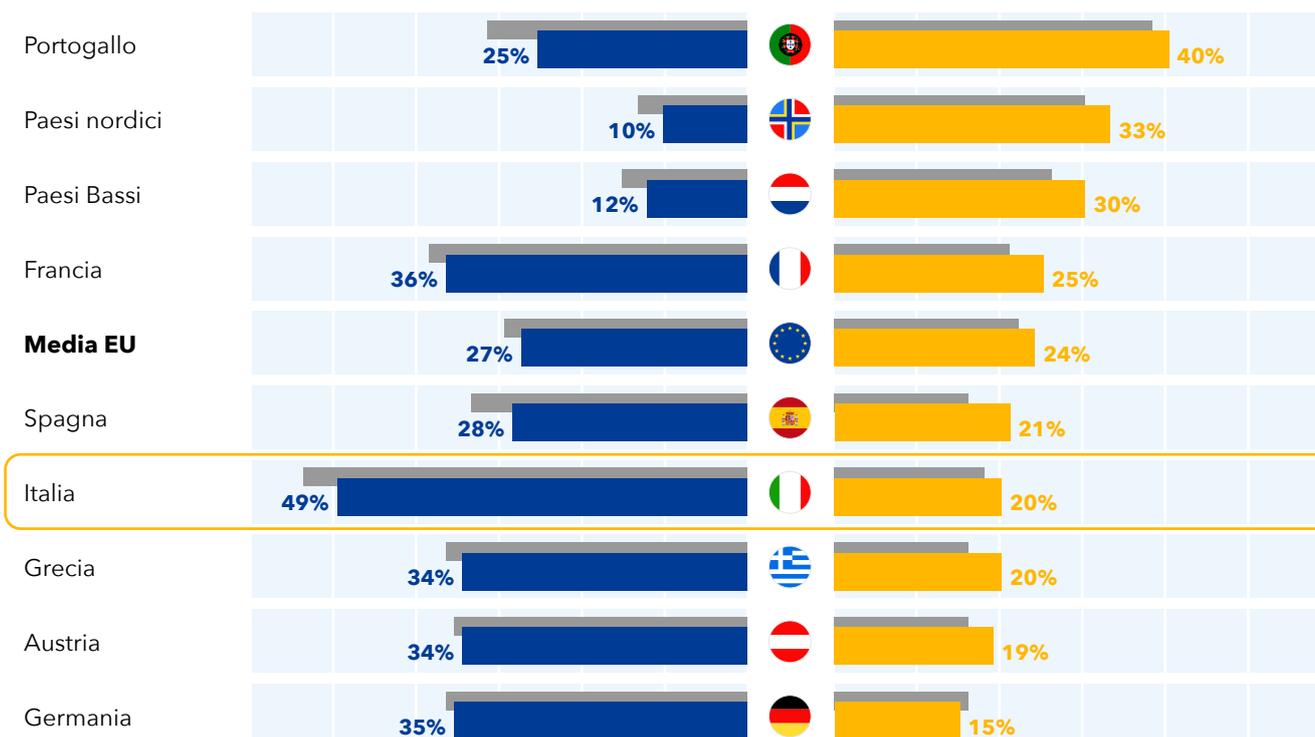
Importanza delle politiche pubbliche

■ (Assolutamente) non importanti ■ (Molto) importanti ■ 2022



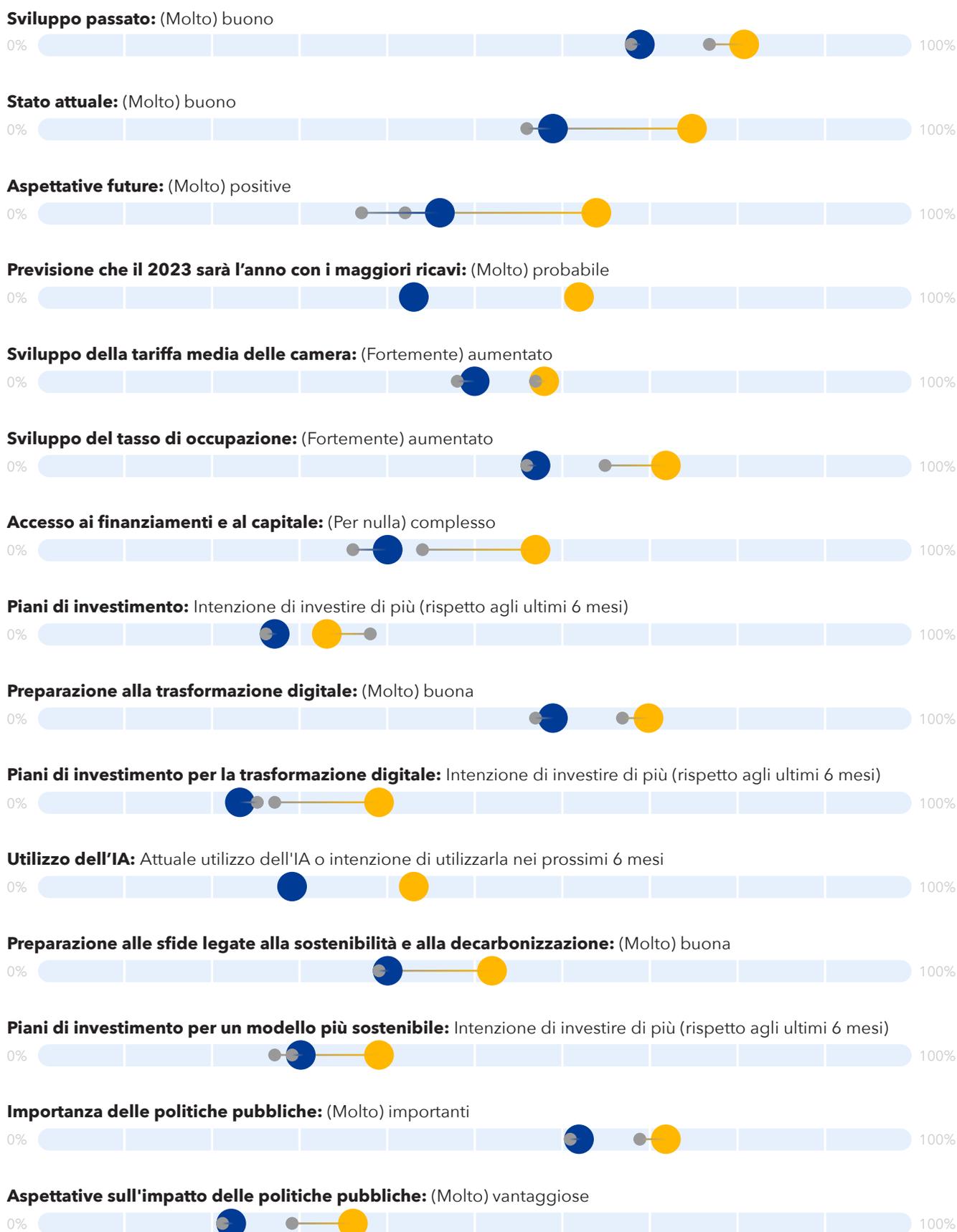
Aspettative sull'impatto delle politiche pubbliche sulla propria attività

■ (Molto) dannoso ■ (Molto) vantaggioso ■ 2022



Confronto tra catene e strutture indipendenti

● Strutture indipendenti ● Catene ● 2022





Metodologia

Il sondaggio è stato condotto da Statista e si è svolto tra il 28 marzo e il 15 maggio 2023 tramite interviste telefoniche. All'indagine hanno partecipato 1.040 dirigenti e manager del settore europeo della ricettività. Sono stati intervistati 80 partecipanti per ogni Paese/regione presi in esame - Austria, Francia, Germania, Grecia, Italia, Paesi nordici (Svezia, Danimarca, Norvegia e Finlandia), Portogallo e Spagna - con l'eccezione dei Paesi Bassi* (200 partecipanti), mentre

sono 200 i partecipanti provenienti dal resto d'Europa (Polonia, Romania, Belgio, Repubblica Ceca, Ungheria, Bulgaria, Slovenia, Slovacchia, Irlanda e Croazia).

I dati relativi al 2022 si basano sul Barometro delle strutture ricettive europee, basato su interviste svoltesi tra il 15 agosto e il 21 ottobre 2022 su un campione di 1.000 partecipanti, 80 dei quali provenienti dall'Italia.



* Nelle medie europee relative al 2023, i risultati del campione olandese sono stati ponderati proporzionalmente.

Ruolo degli intervistati

66%

Responsabile dell'hotel/Direttore amministrativo/
Amministratore delegato/
Proprietario



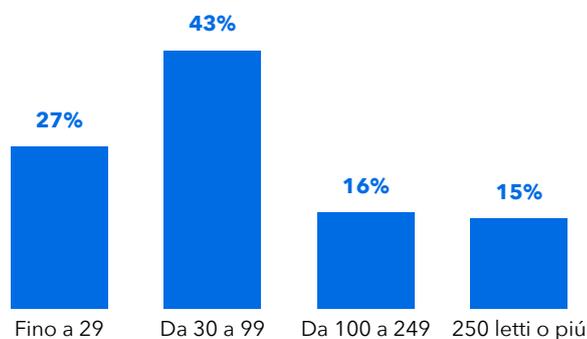
31%

Vice direttore dell'albergo

3%

Persona a capo di un team/reparto

Numero di posti letto



Tipo di attività

88%

Struttura indipendente

13%

Catena alberghiera

Classificazione in stelle

1 stella

1%

2 stelle

5%

3 stelle

38%

4 stelle

35%

5 stelle

9%

Senza classificazione in stelle

13%

Ubicazione delle strutture ricettive

Città / area urbana con popolazione superiore a 500.000 abitanti

10%

Città / area urbana con popolazione superiore a 250.000 ma inferiore a 500.000 abitanti

9%

Città / area urbana con popolazione fino a 250.000 abitanti

26%

Area rurale

36%

Spiaggia / Costa

45%

Montagne / Alpi

15%

Tipologia di struttura ricettiva



86%
Hotel e alloggi simili

14%

Case vacanze e altre sistemazioni per soggiorni brevi

Booking.com

statista 