



STRUTTURE RICETTIVE E SERVIZI

ANALISI DI SCENARIO PER AFFRONTARE LA CRISI

ABSTRACT DELLA RICERCA REALIZZATA DA TECNÈ - GIUGNO 2020

IL SETTORE



STRUTTURE

33mila ALBERGHI
1,1mln CAMERE
2,3mln POSTI LETTO



DIPENDENTI
E ADDETTI

179mila DIPENDENTI
211mila ADDETTI



ARRIVI NEL 2019

50,1mln DALL'ITALIA
46,9mln DALL'ESTERO



FATTURATO

20,6mld (2019)

LA FIDUCIA



I GIUDIZI SUGLI ALBERGHI
FREQUENTATI NEL 2019

VOTO MEDIO
7,3



TORNERANNO IN ALBERGO
NEL PERIODO GIU-DIC 2020
(RISPETTO AL 2019)

63,4%
PER LAVORO
51,2%
PER VACANZA



HANNO FIDUCIA
CHE GLI ALBERGHI
ADOTTERANNO
ADEGUATE MISURE
«ANTI-COVID»

65,9%
MOLTA/ABBASTANZA



CHIEDERANNO
INFORMAZIONI
SULLE MISURE
«ANTI-COVID»

81,5%

LE ATTESE



GLI ASPETTI PRIORITARI
PER TORNARE A
SOGGIORNARE
IN HOTEL

94,5%
DELLE INDICAZIONI
SI CONCENTRA SU 3 ASPETTI

- 1) AMBIENTI COMUNI
IGIENIZZATI SPESSO
E SPAZI ADEGUATI
AL DISTANZIAMENTO
- 2) IGIENIZZAZIONE
DI LENZUOLA, FEDERE
E BIANCHERIA DA BAGNO
- 3) IGIENIZZAZIONE
DI CAMERE E ARREDI



SAREBBERO PIU' TRANQUILLI
SE I PROCESSI D'IGIENIZZAZIONE
FOSSERO CERTIFICATI

94,1%
PER CAMERE E ARREDI

93,9%
PER LENZUOLA
E BIANCHERIA DA BAGNO



DISPOSTI A SPENDERE
IN PIU' PER PROCEDURE
IGIENICHE GARANTITE

+ 8,3%
IN MEDIA RISPETTO
AL NORMALE PREZZO

LE PROSPETTIVE



SE NON SARANNO ADOTTATE
LE MISURE «ANTI-COVID»
PER ANDARE INCONTRO
ALLE ASPETTATIVE DEI CLIENTI

-60%
FATTURATO 2020



ADOTTANDO E COMUNICANDO
ADEGUATAMENTE LE MISURE
D'IGIENIZZAZIONE «ANTI-COVID»

-41%
FATTURATO 2020



RITORNO AI LIVELLI
«PRE-COVID»

NEL 2022
SE SARANNO ADOTTATE
LE MISURE «ANTI-COVID»

NEL 2025
SE NON SARANNO
ADOTTATE MISURE

LE PRINCIPALI EVIDENZE DELLA RICERCA

L'emergenza sanitaria determinata dalla pandemia è una bomba al neutrone sul sistema turistico, i cui danni si accentuano nel settore alberghiero, con il 55% delle imprese medio-piccole, poco capitalizzate e impossibilitate a sostenere lo shock finanziario determinato dal crollo della domanda, strette tra alti costi gestionali e l'azzeramento, o quasi, delle entrate. Un impatto talmente forte da far precipitare le attese degli operatori del settore a livelli che non ha precedenti.

Una crisi ingiusta come tutte le crisi, ma che morde un settore che, negli ultimi anni, non ha tenuto il freno a mano tirato sugli investimenti destinati a migliorare gli standard di qualità dell'offerta.

La ricerca registra valutazioni decisamente positive da parte dei clienti, con un voto medio dato alle strutture frequentate pari a 7,3. Premiate, in particolare, la pulizia e il comfort delle camere, la gentilezza e la preparazione del personale, la cura e la pulizia degli spazi comuni.

La crisi economica determinata dalla pandemia, che ha avuto il suo apice nel periodo di lockdown, lascia intravedere timidi segnali di miglioramento nella restante parte dell'anno. Sulla possibile ripartenza molto stanno contribuendo gli investimenti fatti in passato, che hanno alzato il livello di fidelizzazione dei clienti. Già dal mese di giugno potrebbe iniziare una lenta e cauta ripresa delle prenotazioni e degli arrivi, trainati, in particolare, dalla clientela business.

L'altra faccia della fidelizzazione ruota intorno alla fiducia, che alimenta le attese dei clienti. Sotto questo punto di vista, l'indagine non lascia spazio a dubbi: l'attenzione è posta essenzialmente sulle misure "anti-covid" che saranno adottate per garantire l'igiene e la sicurezza sanitaria.

Le prime tre indicazioni relative alle misure che i potenziali clienti si aspettano, sono ambienti comuni igienizzati e dotati di spazi adeguati al distanziamento sociale, igienizzazione delle lenzuola, delle federe e della biancheria da bagno e pulizia e igienizzazione delle camere e degli arredi. L'attenzione all'igiene e alla sicurezza sanitaria è evidenziata dal fatto che l'81,5% chiederà informazioni rispetto alle procedure messe in campo per garantire i clienti, percentuale che sale all'84,7% tra chi pernotta per lavoro.

Più del 90% dichiara che si sentirebbe più tranquillo se l'igienizzazione avvenisse attraverso un processo "certificato", effettuato da soggetti autorevoli, altro elemento che la dice lunga sull'attenzione posta all'igienizzazione. Attenzione confermata dal fatto che il 54,7% sceglierà l'hotel dove soggiornare in base alle misure adottate e solo il 20,8% in base al prezzo. Ma c'è di più: due clienti su tre sarebbero disposti a spendere di più per avere la sicurezza delle procedure adottate, con un incremento medio del prezzo, ritenuto accettabile, pari all'8,3%, che sale al 9,9% per le strutture 4 stelle, 5 stelle e 5 stelle lusso.

Investire nella sicurezza sanitaria e nei processi d'igienizzazione risulta, quindi, una variabile discriminante per uscire dalla crisi attuale. Le stime mostrano, senza ombra di dubbio, che interventi mirati a garantire i clienti – accompagnati da un'adeguata campagna di comunicazione - permettono di attenuare sensibilmente il calo di fatturato, con una riduzione significativa dell'impatto negativo determinato dall'emergenza Covid-19 (da -60% a -41%). Ma ancora più importanti le prospettive: con l'introduzione degli standard rilevati dall'indagine, il ritorno ai livelli di fatturato precedenti all'emergenza sanitaria potrebbe avvenire già nel 2022. Senza tali interventi, i livelli di fatturato si raggiungerebbero soltanto nel 2025.

Giugno 2020