

SORRIDONO TIMIDAMENTE ANCHE I RISTORATORI

Indagine congiunturale alberghi e ristoranti, Ticino, ottobre 2021

I risultati emersi dall'indagine KOF relativi al terzo trimestre mostrano un settore in miglioramento, non solo fra gli albergatori, che lo sentono già dallo scorso trimestre, ma anche fra i ristoratori. In particolare la zona del lago di Lugano ha visto aumentare i propri volumi di vendita, ma anche la zona del lago Maggiore presenta ottimi risultati. Le previsioni per il prossimo trimestre mostrano invece una rinnovata incertezza per l'intero comparto turistico.

Pernottamenti e volumi di vendita

Secondo i dati raccolti dal KOF nel corso del terzo trimestre 2021, l'indicatore relativo ai volumi delle vendite riporta un netto miglioramento rispetto alle ultime inchieste. Il saldo torna a essere positivo, prevalgono gli albergatori e i ristoratori che giudicano in aumento i loro volumi di vendita [F. 1]. Situazione complessiva composta da due realtà molto diverse. Da una parte il settore alberghiero con un'ampia maggioranza che esprime una crescita dei pernottamenti su base annua e con la situazione nel nostro cantone che appare ancora migliore rispetto al resto del Paese: non vi sono strutture che lamentano un calo dei pernottamenti [F. 3]. D'altra parte la ristorazione che, per la prima volta in

questo periodo difficile, conta una leggera maggioranza di gerenti che valuta in crescita i volumi di vendita [F. 5]. Osservando anche le zone turistiche i risultati sono allineati fra gli albergatori della zona del lago Maggiore e fra quelli del lago di Lugano, con questi ultimi che valutano i volumi di vendita in crescita quasi all'unanimità [F. 11]. Nel settore dei ristoranti si vede un netto miglioramento soprattutto nella regione del lago di Lugano [F. 12]. Le previsioni per il prossimo trimestre restano positive fra gli albergatori, dove la maggioranza prevede un aumento dei volumi di vendita annui. Invece i ristoratori, in Ticino, restano in maggioranza pessimisti, anche se un po' meno rispetto alle ultime inchieste [F. 2, F. 4 e F. 6].

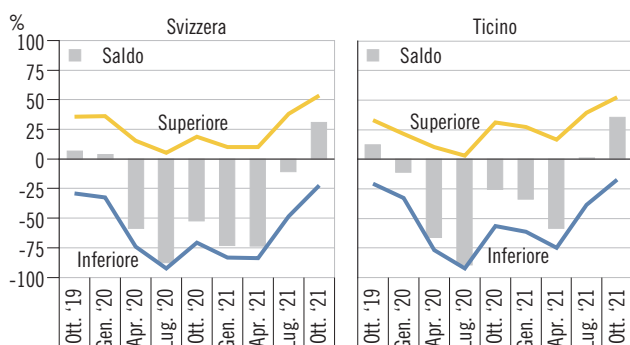
Situazione degli affari

Tra gli albergatori si conferma la buona situazione indicata dai volumi di vendita, infatti risulta un saldo positivo ed in crescita tra soddisfatti e insoddisfatti della situazione degli affari. Tra i ristoratori, nonostante il saldo positivo rispetto al volume di vendita del terzo trimestre, prevale ancora leggermente chi riporta una situazione degli affari negativa [T. 1]. Peggiorano invece le prospettive per i prossimi sei mesi: tra gli albergatori e ristoratori ticinesi prevale ora chi prevede una situazione degli affari in peggioramento.

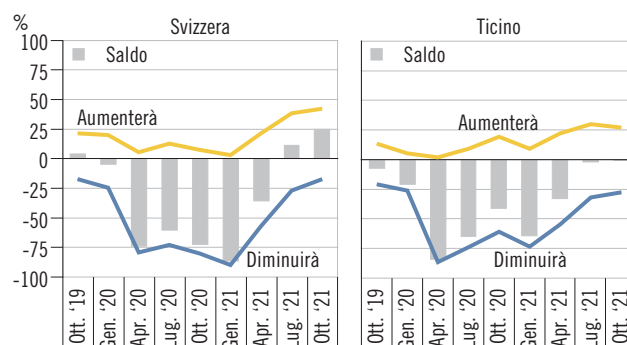
Occupazione

In Ticino pochi albergatori giudicano "eccessivi" i livelli d'impiego attuali, ma sono anche pochi coloro che li giudicano "insufficienti". Sembra quindi esserci equilibrio dal lato impiego. Però per il prossimo futuro gli albergatori prevedono un calo dell'occupazione [F. 7 e F. 8]. Tra i ristoratori ticinesi i livelli d'impiego sono ancora giudicati "eccessivi" dalla maggioranza, e si prevede di conseguenza una loro diminuzione per il prossimo trimestre [F. 9 e F. 10].

F. 1
Volume di vendita durante il trimestre precedente rispetto all'anno precedente negli alberghi e ristoranti (in %), in Svizzera e in Ticino, da ottobre 2019



F. 2
Volume di vendita nel prossimo trimestre rispetto all'anno precedente negli alberghi e ristoranti (in %), in Svizzera e in Ticino, da ottobre 2019

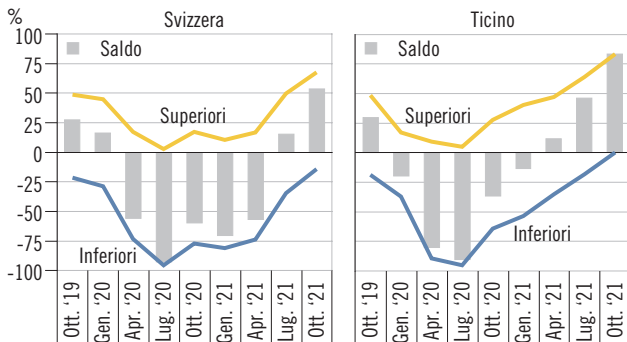


SORRIDONO TIMIDAMENTE ANCHE I RISTORATORI

Indagine congiunturale alberghi e ristoranti, Ticino, ottobre 2021

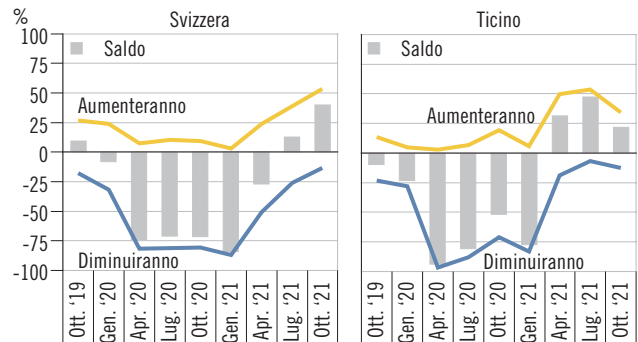
F. 3

Pernottamenti durante il trimestre precedente rispetto all'anno precedente negli alberghi (in %), in Svizzera e in Ticino, da ottobre 2019



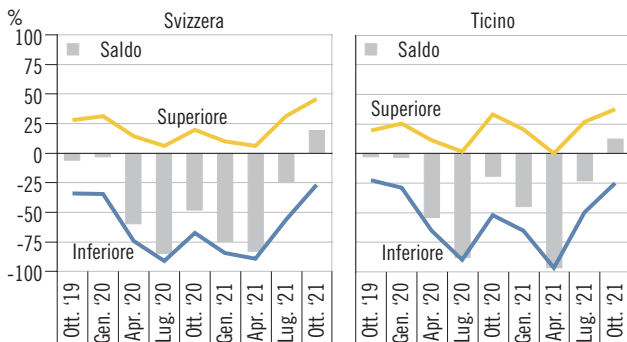
F. 4

Pernottamenti nel prossimo trimestre rispetto all'anno precedente negli alberghi (in %), in Svizzera e in Ticino, da ottobre 2019



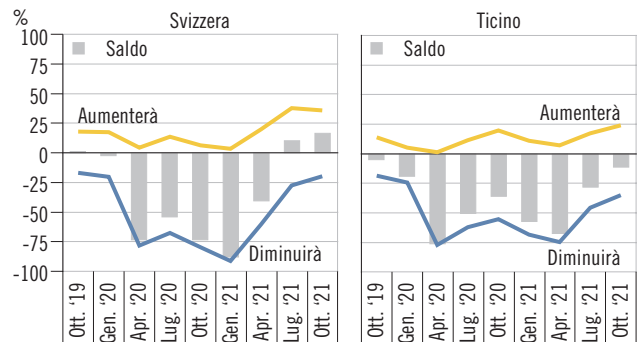
F. 5

Volume di vendita durante il trimestre precedente rispetto all'anno precedente nei ristoranti (in %), in Svizzera e in Ticino, da ottobre 2019



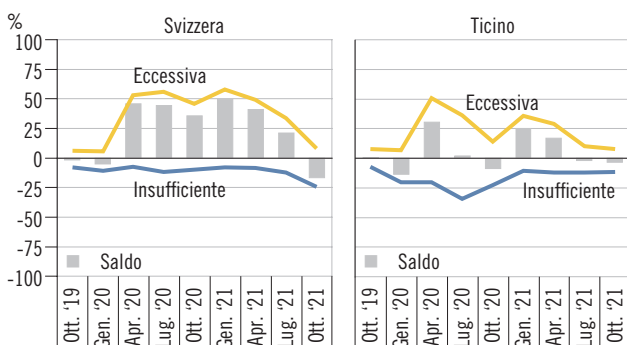
F. 6

Volume di vendita nel prossimo trimestre rispetto all'anno precedente nei ristoranti (in %), in Svizzera e in Ticino, da ottobre 2019



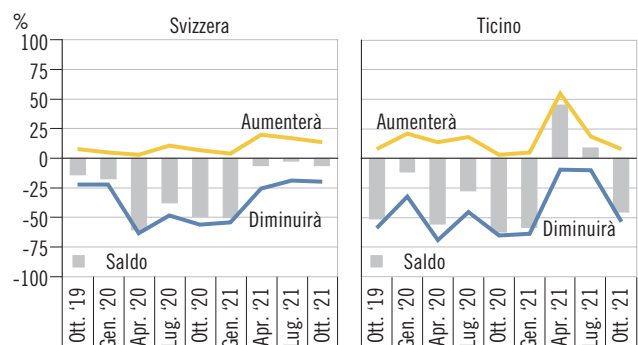
F. 7

Occupazione negli alberghi (in %), in Svizzera e in Ticino, da ottobre 2019



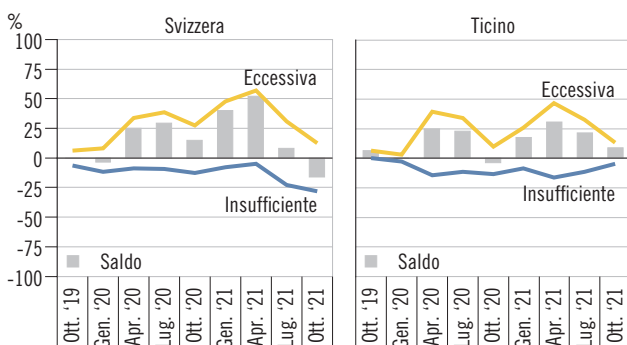
F. 8

Occupazione nei prossimi tre mesi negli alberghi (in %), in Svizzera e in Ticino, da ottobre 2019



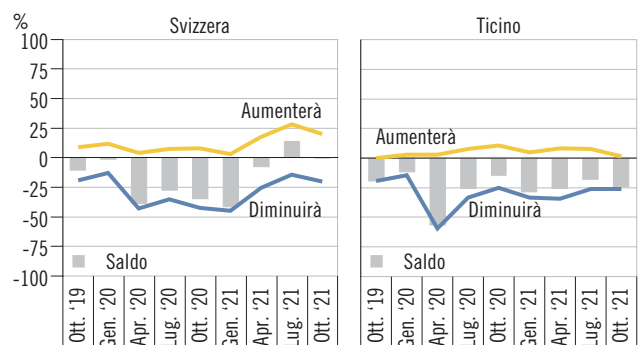
F. 9

Occupazione nei ristoranti (in %), in Svizzera e in Ticino, da ottobre 2019



F. 10

Occupazione nei prossimi tre mesi nei ristoranti (in %), in Svizzera e in Ticino, da ottobre 2019

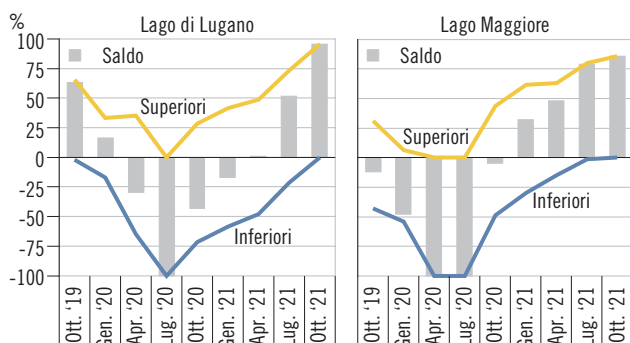


SORRIDONO TIMIDAMENTE ANCHE I RISTORATORI

Indagine congiunturale alberghi e ristoranti, Ticino, ottobre 2021

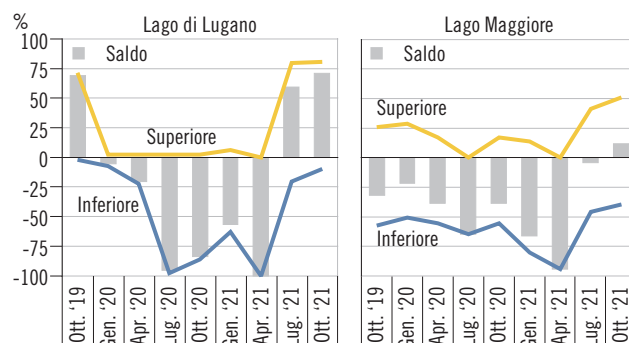
F. 11

Pernottamenti durante il trimestre precedente rispetto all'anno precedente negli alberghi (in %), secondo la zona turistica, da ottobre 2019



F. 12

Volume di vendita durante il trimestre precedente rispetto all'anno precedente nei ristoranti (in %), secondo la zona turistica, da ottobre 2019



T. 1

Saldo di alcuni indicatori negli alberghi e ristoranti (in %), in Ticino, da ottobre 2019

	2019		2020				2021			
	Ottobre	Gennaio	Aprile	Luglio	Ottobre	Gennaio	Aprile	Luglio	Ottobre	
Volume di vendita										
Alberghi	29,9	-19,9	-80,2	-90,2	-36,5	-13,4	12,0	45,9	83,2	
Ristoranti	-3,0	-3,3	-54,0	-88,2	-19,3	-45,0	-96,4	-23,0	12,4	
Volume di vendita, prossimo trimestre										
Alberghi	-9,8	-23,4	-94,0	-81,1	-51,9	-77,7	31,2	47,1	21,5	
Ristoranti	-4,8	-19,1	-76,0	-50,5	-35,8	-57,3	-67,3	-28,3	-11,1	
Occupazione										
Alberghi	0,7	-13,6	30,6	2,1	-8,7	25,4	16,9	-1,8	-3,5	
Ristoranti	6,7	0,0	24,9	22,8	-3,6	17,6	30,5	21,5	8,8	
Occupazione, prossimi tre mesi										
Alberghi	-51,2	-11,3	-55,4	-27,1	-62,1	-58,3	45,4	8,9	-45,4	
Ristoranti	-19,3	-11,5	-56,4	-25,8	-14,3	-28,7	-25,9	-18,1	-24,4	
Situazione degli affari										
Alberghi	-8,7	-29,0	-90,7	-89,2	-14,9	-35,6	-21,6	54,4	77,1	
Ristoranti	-34,2	-36,3	-69,4	-71,0	-30,8	-51,9	-95,6	-27,5	-11,4	
Situazione degli affari, prossimi sei mesi										
Alberghi	-24,9	-8,7	-52,7	-32,6	-59,0	-49,2	50,4	32,6	-32,4	
Ristoranti	-16,1	-9,5	-63,9	-30,2	-53,0	-69,8	12,8	16,0	-35,9	

SORRIDONO TIMIDAMENTE ANCHE I RISTORATORI

Indagine congiunturale alberghi e ristoranti, Ticino, ottobre 2021

L'opinione

Dopo un'estate eccezionale, che ci ha portati ad essere la regione svizzera ad aver registrato l'andamento migliore per quanto riguarda i pernottamenti, i dati relativi all'inizio dell'autunno vanno nella direzione di una certa stabilità rispetto allo scorso anno. Il mercato interno ha registrato un leggero calo in settembre, mentre mercati importanti come la Germania e l'Italia sono in ripresa. È difficile fare delle previsioni per quanto riguarda i prossimi mesi perché molto dipenderà dall'evoluzione della situazione sanitaria. Per quanto riguarda il marketing, il nostro obiettivo è quello di ripartire con le attività sui mercati lontani che sono purtroppo rimasti a lungo fermi a causa dell'emergenza sanitaria. Verranno anche potenziate le attività sui Paesi europei,

mentre il mercato interno, che continua a premiare il Ticino come meta favorita degli svizzeri, resterà il perno attorno al quale ruoteranno le principali attività promozionali.

Il 2022 sarà caratterizzato anche da progetti importanti come il lancio ufficiale del Ticino Ticket in versione digitale, il Ticino Convention Bureau, ovvero un'entità che promuova il Ticino come destinazione congressuale d'eccellenza, ma anche sullo sviluppo di tutta l'offerta escursionistica con un'attenzione particolare al segmento "bike". Altri temi importanti sono la digitalizzazione, con l'obiettivo di creare un ecosistema di servizi digitali integrato e all'avanguardia per l'ospite, ma anche la sostenibilità.



Angelo Trotta
Direttore Ticino Turismo

Fonte statistica

Quasi tutte le domande delle indagini KOF sono di carattere qualitativo. Gli operatori esprimono un'opinione relativa all'evoluzione oppure allo stato di una variabile significativa dell'andamento dell'azienda nel proprio mercato, secondo in genere tre modalità di risposta (+, =, -).

Per l'analisi congiunturale, l'evoluzione di queste percentuali nel tempo è significativa, in quanto indica lo spostarsi degli operatori verso un'opinione più o meno positiva in riferimento al fenomeno osservato. Oltre all'evoluzione delle percentuali, è consuetudine utilizzare il saldo di opinione tra le due modalità

estreme (+ e -), trascurando la modalità neutra (=). Infatti, il saldo tende a descrivere sinteticamente il senso preponderante di variazione della variabile analizzata. Nel caso di un saldo significativamente positivo (o negativo) alla domanda circa la variazione della cifra d'affari, si potrà concludere che tale variabile nel trimestre di riferimento sia verosimilmente aumentata (o diminuita). È fondamentale, comunque, considerare che questa conclusione sarà tanto più robusta quanto maggiore risulterà il saldo, in quanto esso e le sue variazioni sono sempre da intendere quali indicatori di tendenza e non quali variabili quantitative discrete.

Dati

Centro di ricerche congiunturali del Politecnico federale di Zurigo (KOF)

Commenti e grafici

Ufficio di statistica del Cantone Ticino

Informazioni

Maurizio Bigotta,
Settore economia, Ufficio di statistica
Tel: +41 (0) 91 814 50 34
maurizio.bigotta@ti.ch

Tema

10 Turismo