

BPER:

La filiera del Turismo

Indagine campionaria

Ufficio Studi, Ricerche e Innovazione
Direzione Pianificazione e Controllo

Febbraio 2025

BPER Banca.

Dove tutto può iniziare.

Agenda

- 1 Executive summary: pag. 3
- 2 La performance turistica italiana nel post-pandemia: pag. 4
- 3 Indagine BPER e Quote Di Mercato: pag. 9
- 4 Focus Sardegna: pag. 15
- 5 Focus Riviera Romagnola: pag. 19
- 6 Focus Comune di Milano: pag. 23
- 7 Conclusioni: pag. 27

La filiera del Turismo in Italia in a «snapshot»



Valore aggiunto «servizi di alloggio e ristorazione»:

€79 miliardi, 4,2% del totale. ⁽¹⁾

Stima Uff. Studi «intera filiera» su dati 2024:

€226 miliardi, 12,2% del totale. ⁽²⁾



Fatturato nella fascia €0-1 milione

84,4% delle imprese



395.000 imprese attive di cui:

327mila nella ristorazione

67mila nell'alloggio

7,9% delle imprese attive in Italia



2 milioni di addetti.

10% del totale degli occupati in Italia.

Imprese tra i 0-9 addetti, inclusi stagionali: 78%



Immobile di proprietà: 38%

Settore alloggio: 60%



Impieghi vivi di sistema: €31,1 miliardi

Calo degli impieghi



Coperture assicurative:

84% polizza danni

58% polizza eventi atmosferici

14% nessuna copertura



Gestione diretta dell'impresa: 98,3%



Forte presenza di turisti internazionali



Business a vocazione territoriale:

nell'83% dei casi i fornitori si trovano prevalentemente all'interno della regione



Imprese presenti sui social:

74,4 %



Pagamenti digitali

93% delle aziende utilizza pagamenti elettronici

Il Turismo, uno dei più importanti settori dell'economia italiana, volano della ripresa post-Covid

Ambito di indagine

L'**industria del turismo** riguarda tutte le attività legate al **movimento a breve termine di persone** verso luoghi lontani da dove risiedono abitualmente, ed è strettamente **connessa** ai **servizi di alloggio e ristorazione** e al settore dei **trasporti**.

Nella presente ricerca considereremo i Codici Ateco direttamente legati al settore, i «**servizi di alloggio e ristorazione**» ⁽¹⁾. Al contempo, la presente analisi parte dall'assunto che vi siano **diversi settori** o attività, oltre ai classici «alloggio e ristorazione», che **traggono** dalla filiera del **turismo** buona parte degli introiti, in maniera diretta o indiretta, rappresentando dunque una componente fondamentale dell'industria stessa pur non rientrando nella classificazione canonica di "Turismo".

Il contributo del Turismo alla crescita del Paese

Nel 2019, secondo **Eurostat** il **valore aggiunto** in rapporto al **PIL** della filiera del **turismo** in senso stretto è stato pari al **6,2%** (incluso il settore trasporti, tour operator ect.), posizionando l'**Italia** in quarta posizione nel confronto con gli altri paesi europei, ben al di sopra della media UE (**4,5%**). Tuttavia, non **vi è continuità** con i dati forniti da altri enti statistici o centri di ricerca. ⁽²⁾



- Secondo **Istat**, il **Valore aggiunto** generato dai «servizi di alloggio e ristorazione» nel 2023 ammontava a **€79 miliardi** a prezzi correnti, pari al 4,2% del totale, in netta ripresa dopo il pessimo biennio della pandemia. ⁽³⁾
- Secondo **Banca d'Italia**, il **surplus della bilancia turistica** ⁽⁴⁾ è stata pari a **€20,1 miliardi** nel 2023, ritornando all'**1,0%/PIL** eguagliando il dato del 2019, già allora il valore più alto dal 2001, confermando la ripresa del settore. ⁽⁵⁾

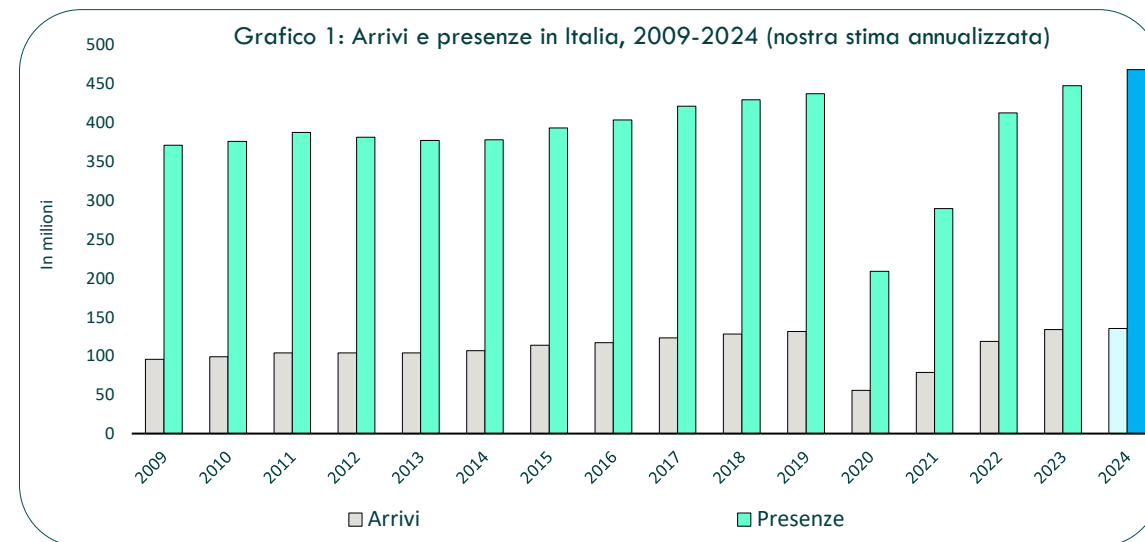


- Le **imprese attive** nei «**servizi di alloggio e ristorazione**» in Italia sono circa **395 mila** pari al **7,9%** del totale delle imprese attive, di cui **327 mila** sono attive nel settore della **ristorazione**. Le restanti **67 mila** operano nel settore dell'**alloggio** (alberghiero ed extra-alberghiero), con una **capacità ricettiva totale** di circa **5,2 milioni di posti letto**.
- La filiera occupa poco più di **2 milioni di persone**, di cui il **20%** di essi è impiegato nel **settore alberghiero ed extra-alberghiero**, mentre il restante **80% è impiegato** nella ristorazione e somministrazione. ⁽⁶⁾

Nel 2023 il settore ha superato i livelli del 2019

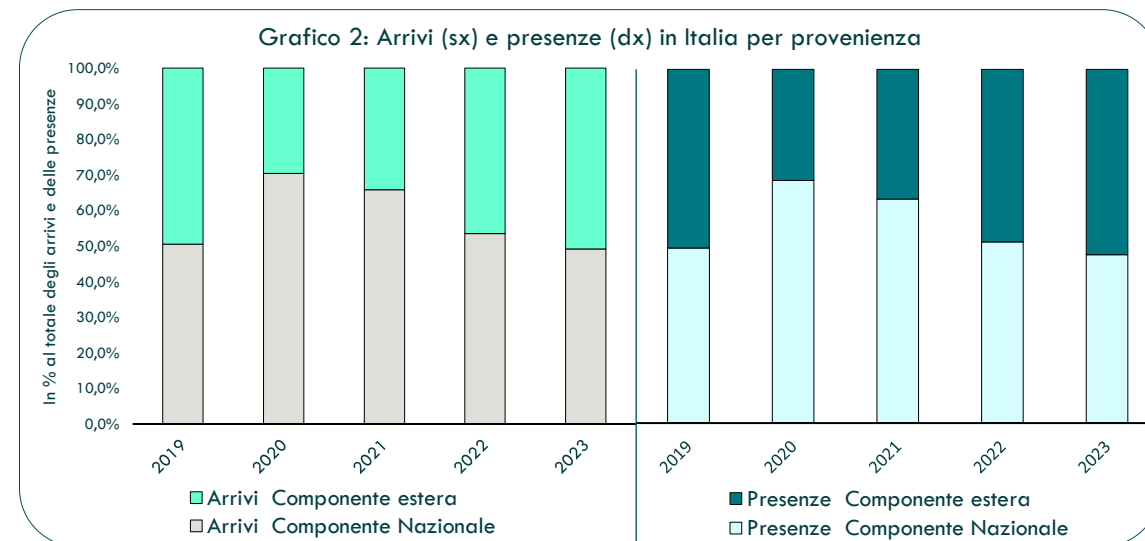
Ripresa graduale nel post-pandemia per il settore turistico.

- Dopo il crollo nel 2020 per via delle restrizioni dovute alla pandemia, il settore del turismo ha mostrato una **ripresa graduale** ma **sostenuta** nel biennio 2021-22, costituendo un **importante driver della crescita economica italiana degli ultimi anni**.
- Il **2023** si classifica come l'anno del «**ritorno alla normalità**», con il superamento abbondante sugli arrivi del 2022 (+12,8% e **133,6 milioni**) e su quelli, già record, raggiunti nel 2019 (+1,7%).
- **In aumento le presenze.** L'aumento delle **presenze** sul 2022 (+8,5%), maggiore degli arrivi, denota una **permanenza media** dei turisti che cresce ulteriormente rispetto all'anno precedente. Al 2023 le notti prenotate erano pari a **447 milioni**, in aumento anche sul dato pre-crisi (+2,4%). (Grafico 1)



È la componente straniera il principale driver.

- L'ottima performance del 2023 è stata principalmente trainata dalla **componente estera**, tornata a essere maggioritaria (50,8% del totale degli arrivi e 52,4% delle presenze), un fenomeno favorito dalla fine delle restrizioni per i viaggi all'estero. Infatti, se da un lato gli arrivi degli **stranieri** nel 2023 aumentano, (+23,2% sul 2022 e +4,4% sul 2019), e hanno la tendenza a permanere per più tempo sul suolo italiano (presenze +16,5% sul 2022 e +6,1% sul 2019), di contro la **componente nazionale** diminuisce per la stessa ragione che ha spinto i numeri degli stranieri: la fine delle restrizioni. (Grafico 2)
- Di conseguenza, i **connazionali** tornano a contrarsi rispetto al periodo pre-pandemia, sia in termini di arrivi che di presenze (-1% rispettivamente), mentre sul 2022, essi mostrano solo una lieve crescita in termini di notti prenotate (+1%), ancorché il loro numero aumenta sull'anno precedente (+4%). ⁽¹⁾



Non tutte le regioni si sono riprese dalla crisi

Tutte le regioni italiane nel 2023 superano i dati del 2022 in termini di arrivi e di presenze

- La **maggior parte** ha visto un interessante aumento dei turisti in entrata, in **particolare le regioni del nord**. La Sardegna e le Marche, pur non andando in negativo, hanno riscontrato solo un lieve aumento (Grafico 3 e 4).

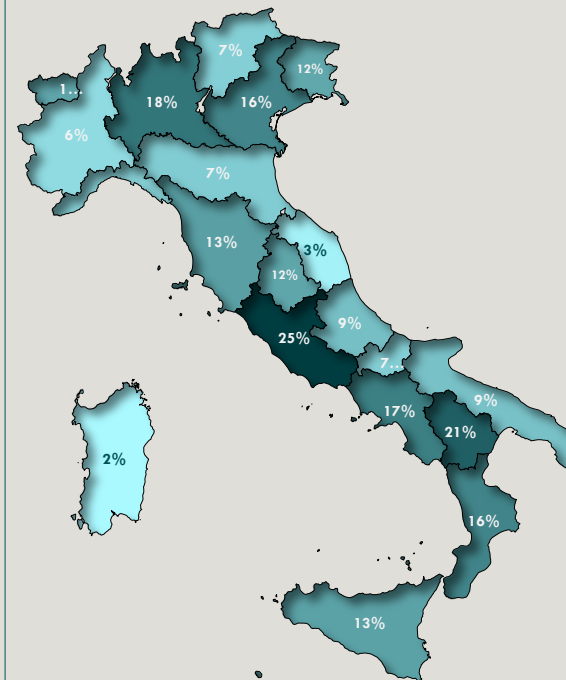
La componente nazionale limita la crescita della permanenza media.

- La performance del **2023**, tutto sommato buona, nasconde tuttavia un dato non esattamente positivo: l'aumento degli arrivi e delle presenze non è stato accompagnato da un incremento della «**permanenza media**» dei turisti negli esercizi di alloggio, che anzi si riduce o al massimo pareggia con il dato del 2022, in tutti i mesi dell'anno, principalmente a causa della componente nazionale.
- Questo **calo**, è stato **più forte** per il settore **extralberghiero** piuttosto che per gli Hotel, che comunque sono stati testimoni di una tendenza simile.

Non tutte le regioni italiane pareggiano il dato del 2019.

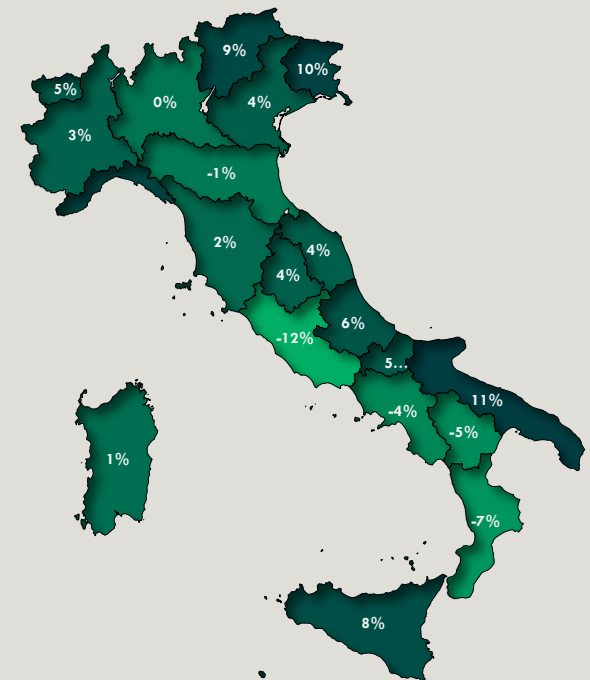
- Sono **diverse** le **regioni** che **non pareggiano** il dato pre-crisi, in particolare quelle centro-meridionali **prospicienti il mar Tirreno**.
- Puglia, Friuli-Venezia Giulia, Liguria, Trentino e Sicilia denotano un exploit rispetto al 2019.
- La maggior parte delle altre regioni supera solo leggermente il dato pre-crisi.

Grafico 3: Tasso di crescita degli arrivi nelle regioni italiane, 2023-2022



Con tecnologia Bing
© GeoNames, Microsoft, TomTom

Grafico 4: Tasso di crescita degli arrivi nelle regioni italiane, 2023-2019



Con tecnologia Bing
© GeoNames, Microsoft, TomTom

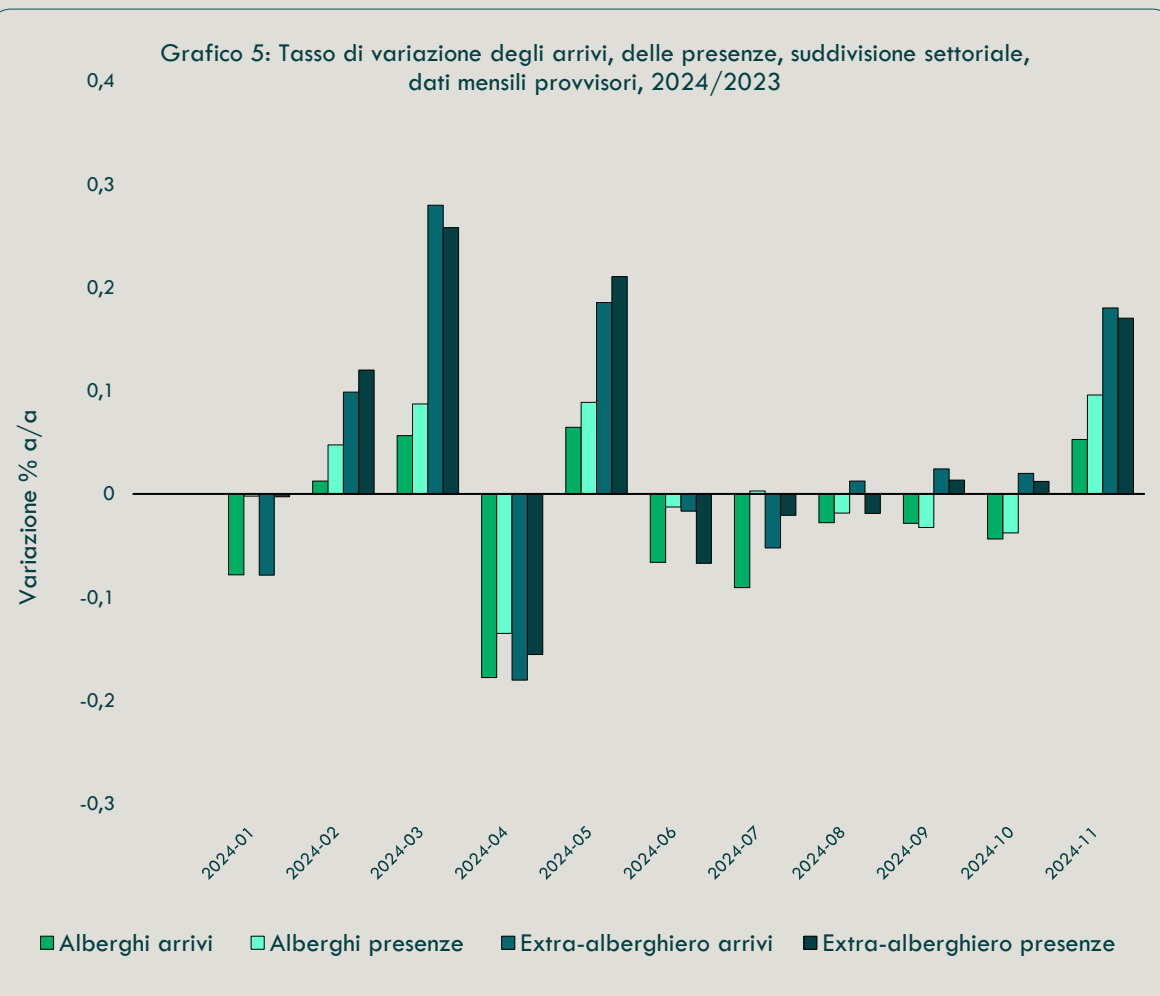
Gli ultimi trend: dati altalenanti sulla stagione 2024

Come d'attese, dopo il boom del 2023, nel 2024 si denota una stabilizzazione degli arrivi, accompagnata da un maggiore ed ulteriore aumento delle presenze.

- Annualizzando i **dati mensili** del 2024 si evince un aumento degli **arrivi** di **+1,1%** rispetto al 2023, un modestissimo incremento **dovuto** principalmente ad una **contrazione** protratta durante il **trimestre estivo**, compensato da un inatteso aumento durante i mesi primaverili e la fine dell'anno. Notizia positiva in parte, se si pensa alla tanto decantata «**destagionalizzazione**» dei flussi.⁽¹⁾
- Grazie proprio all'aumento riscontrato nei mesi «meno turistici», **aumenta il numero delle notti prenotate**, a **+4,6%** sul 2023, con la conseguenza che la **permanenza media** dei turisti aumenti in tutti i mesi dell'anno rispetto all'anno precedente, con l'eccezione di quasi tutti i mesi estivi in cui rimane stazionaria.

Il settore extralberghiero tiene a galla la stagione, diversamente dal 2023

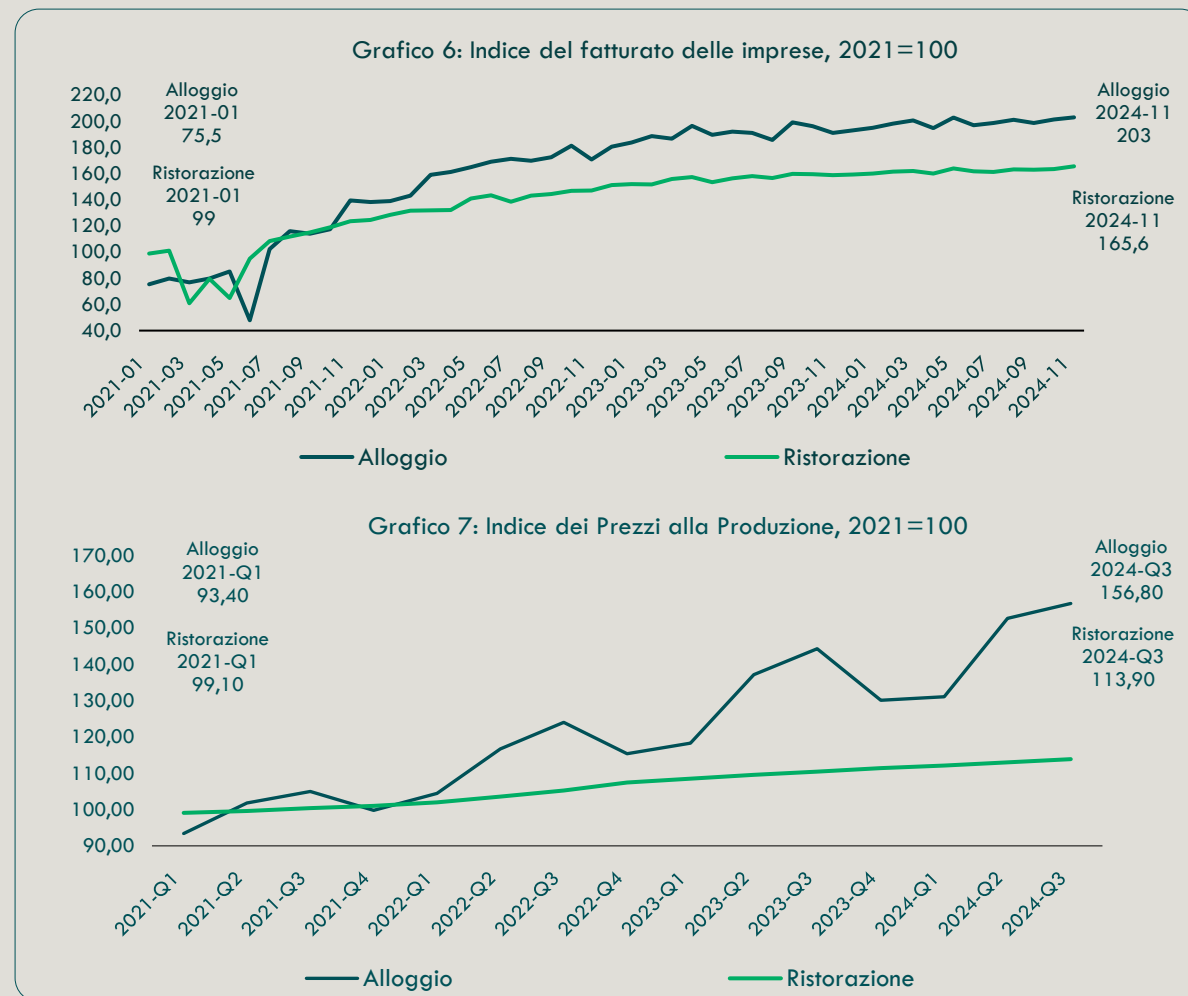
- Da uno spaccato settoriale^(Grafico 5), si riscontra che è il settore **extra-alberghiero** quello che contribuisce a tenere la stagione in positivo, mostrando andamenti molto simili alla ripresa post-covid, con gli **arrivi** a **+6,1%** e le **presenze** a **+6,4%**.
- Al contrario, è quello **alberghiero** a soffrire, con una riduzione degli **arrivi**, a **-1,1%** per il 2024, tuttavia accompagnato da un modesto aumento delle **presenze**, a **+3,5%**.^(Grafico 5).



C'è il caro prezzi dietro il calo estivo del 2024, specie per gli Hotel

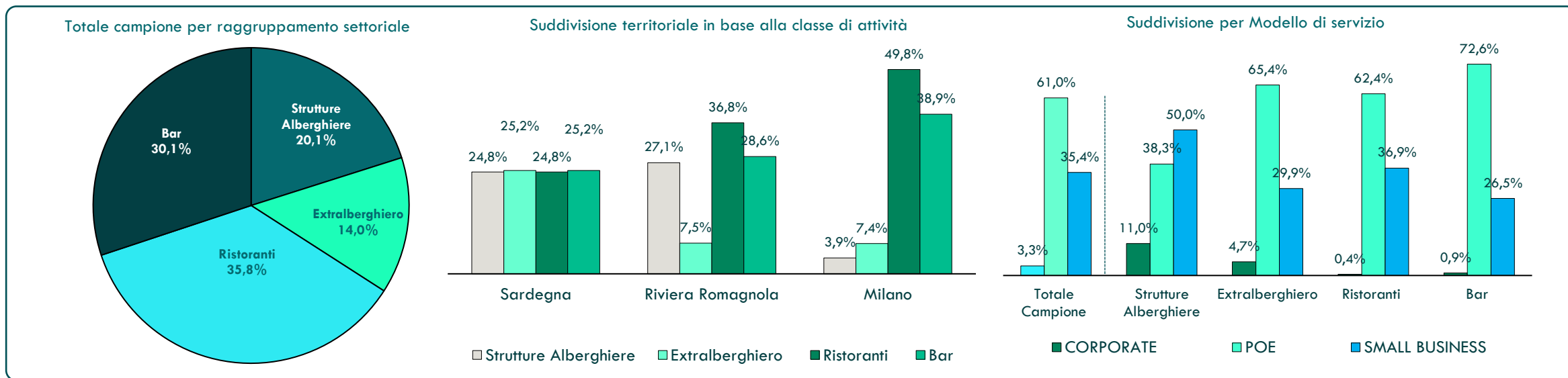
Vacanze sempre più costose in Italia, e in generale in tutta Europa.

- Guardando le statistiche Eurostat relative ai **prezzi al consumo** dei **pacchetti vacanza** (soggiorni o tour all-inclusive), ci si accorge che in **Italia** crescono ad un **tasso triplo** della media Ue, **+19,5% a/a** (luglio 2024) contro il 6,6% a/a dell'EU. ⁽¹⁾
- Forse non è un caso, dunque, se le nostre località turistiche, **specialmente le località balneari**, abbiano registrato un **calo delle presenze** e delle **prenotazioni** durante il **trimestre estivo**. **Assoturismo Confesercenti** riporta un calo delle prenotazioni durante l'estate di -0,7%, e in particolare riporta di una flessione degli italiani, a -2,9%, a fronte di presenze straniere salite dell'1,6%.
- Il calo, **specialmente tra gli albergatori**, di fronte ad un settore extralberghiero che tutto sommato tiene, è proprio da imputare al **caro prezzi**, sia dal **lato della produzione** sia dal lato dei **consumi**.
- Se infatti da un lato, i **fatturati** delle imprese del settore crescono grazie all'aumento dei prezzi finali ^(Grafico 6), è anche vero che gli operatori hanno dovuto **affrontare prezzi alla produzione** ^(Grafico 7) nettamente superiori agli anni passati, prezzi che non accennano a calare in particolare per il settore dell'alloggio. ^{(2) (3)}



Indagine di BPER su 765 aziende del settore alloggio e ristorazione

- **Obiettivo della ricerca:** mappare le tendenze emergenti, i modelli di business, il profilo finanziario e assicurativo, la struttura della catena di fornitura della customer base del Gruppo BPER operante nei «servizi di alloggio e ristorazione», per stimare l'impatto diretto e indiretto del turismo sul PIL.
- Il campione è costituito da 765 aziende, individuate su una base clienti di circa 7000 imprese, a cui è stato sottoposto un questionario telefonico.
- **Indagine in Sardegna, Riviera Romagnola e Comune di Milano.** Avendo il turismo una dimensione strettamente territoriale, si è optato per svolgere l'indagine su tre territori peculiari per il settore: il 36% opera, rispettivamente, in **Sardegna** e nella **Riviera romagnola**, e il restante 26% nel **Comune di Milano**. Per la Riviera Romagnola sono state intervistate imprese nei seguenti comuni: Codigoro, Goro, Comacchio, Cervia, Ravenna, Cesenatico, Gatteo, San Mauro Pascoli, Savignano sul Rubicone, Bellaria-Igea Marina, Cattolica, Misano Adriatico, Riccione e Rimini.
- Il campione è costituito da operatori del settore alloggio e ristorazione. Le strutture alberghiere sono il 20%, l'extralberghiero rappresenta il 14%, ristoranti (inclusi agriturismi, ittiturismi etc.) e bar sono rispettivamente il 35% e il 30% dei clienti intervistati.



Identikit delle imprese turistiche: realtà di piccole dimensioni a gestione diretta

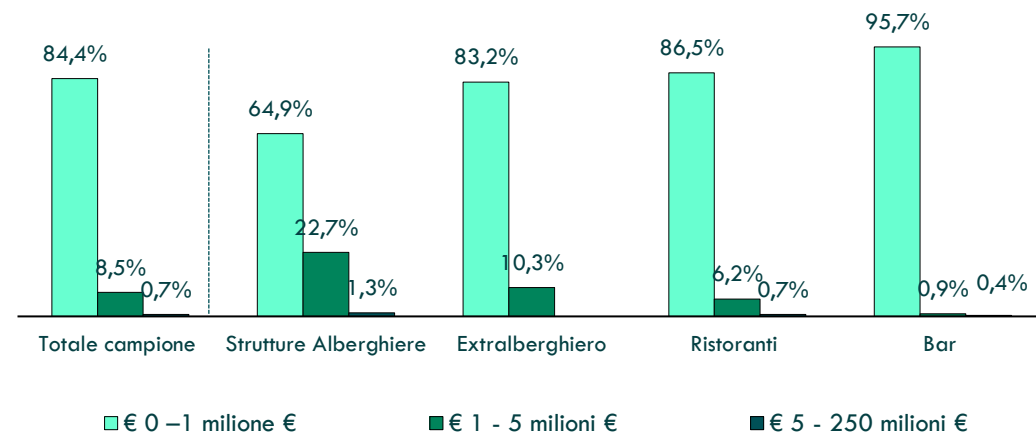
La maggior parte delle imprese intervistate presenta un fatturato inferiore a 5 milioni...

- In termini di **fatturato**, l'**84,4%** delle imprese intervistate non superano **€1 milione**, mentre l'**8,5%** fattura tra **€1-5 milioni**, quota che ovviamente sale solo tra gli alberghi (circa il 23%) e struttura para-ricettive (10,3%).
- Circa il **72%** sono **ditte individuali** o **SRL**.
- La quasi **totalità** del campione (98,3%) sono imprese a **gestione diretta** da parte del proprietario. Solo una piccola percentuale degli intervistati presenta una struttura organizzativa con una gestione indiretta affidata a terzi (affitto d'azienda o vuoto per pieno). Fa eccezione l'extralberghiero milanese, dove è presente un 13% di imprese gestite in modo indiretto.
- L'attività turistica si svolge prevalentemente in **immobili in affitto (59,5%)**, specie nei ristoranti e nei bar. Nel settore dell'alloggio la situazione è ribaltata, con circa il 60% di operatori che esercitano in immobili di proprietà.

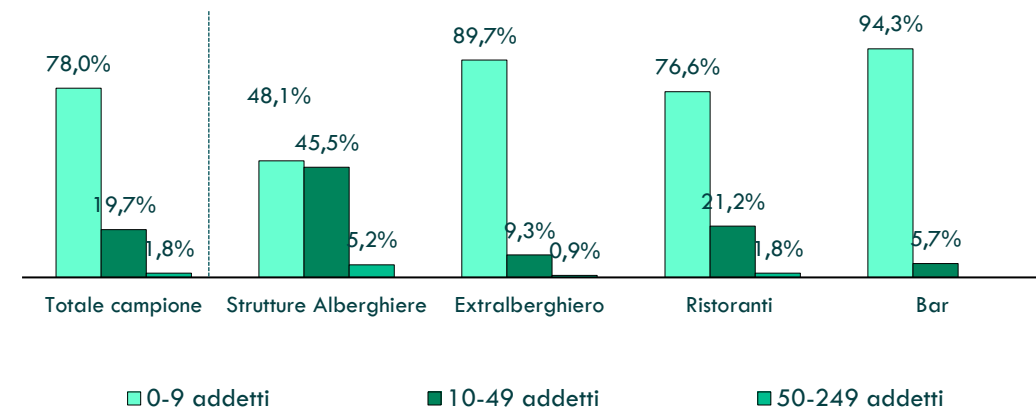
...e riporta un numero di dipendenti inferiore a 10

- Considerando il **numero degli addetti tempo indeterminato** occupati dalle imprese intervistate, il **91%** impiega non più di **9 dipendenti**, mentre l'**8,2%** impiega tra i **10 e 49 addetti**. Considerando anche **stagionali** e **lavoratori a tempo determinato**, la fotografia **cambia leggermente**: il **78%** delle aziende impiega meno di **9 dipendenti** e sale al **20%** la quota rientrante nella fascia superiore di **10-49 addetti**. Per gli alberghi, tale casistica rappresenta il 45,5%.
- È opportuno sottolineare, che il dato totale degli intervistati sul numero degli addetti è **viziato** in parte dalla stagionalità dei **flussi turistici** in **Sardegna** e nella **Riviera Romagnola**, vista la vocazione per un turismo balneare, differenza non riscontrabile nel caso degli operatori nel **Comune di Milano**.

Può indicarmi la classe di fatturato nell'ultimo esercizio, il 2023?



Quanti dipendenti ci sono complessivamente, compresi gli stagionali a tempo determinato?



Le imprese recuperano sul periodo pre-pandemia

Cauto ottimismo per il 2024 e 2025

Recupero sostanzioso sul periodo della pandemia.

- Confrontando la **distribuzione** nelle **classi di fatturato** tra la media del 2020-2021 e il 2023 si denota una **crescita cospicua** nella fascia **€1-5 milioni**, in tutti e tre i territori e per tutti i settori, denotando una **ripresa sostanziosa** dei fatturati delle aziende rispetto al periodo covid e quello precedente.

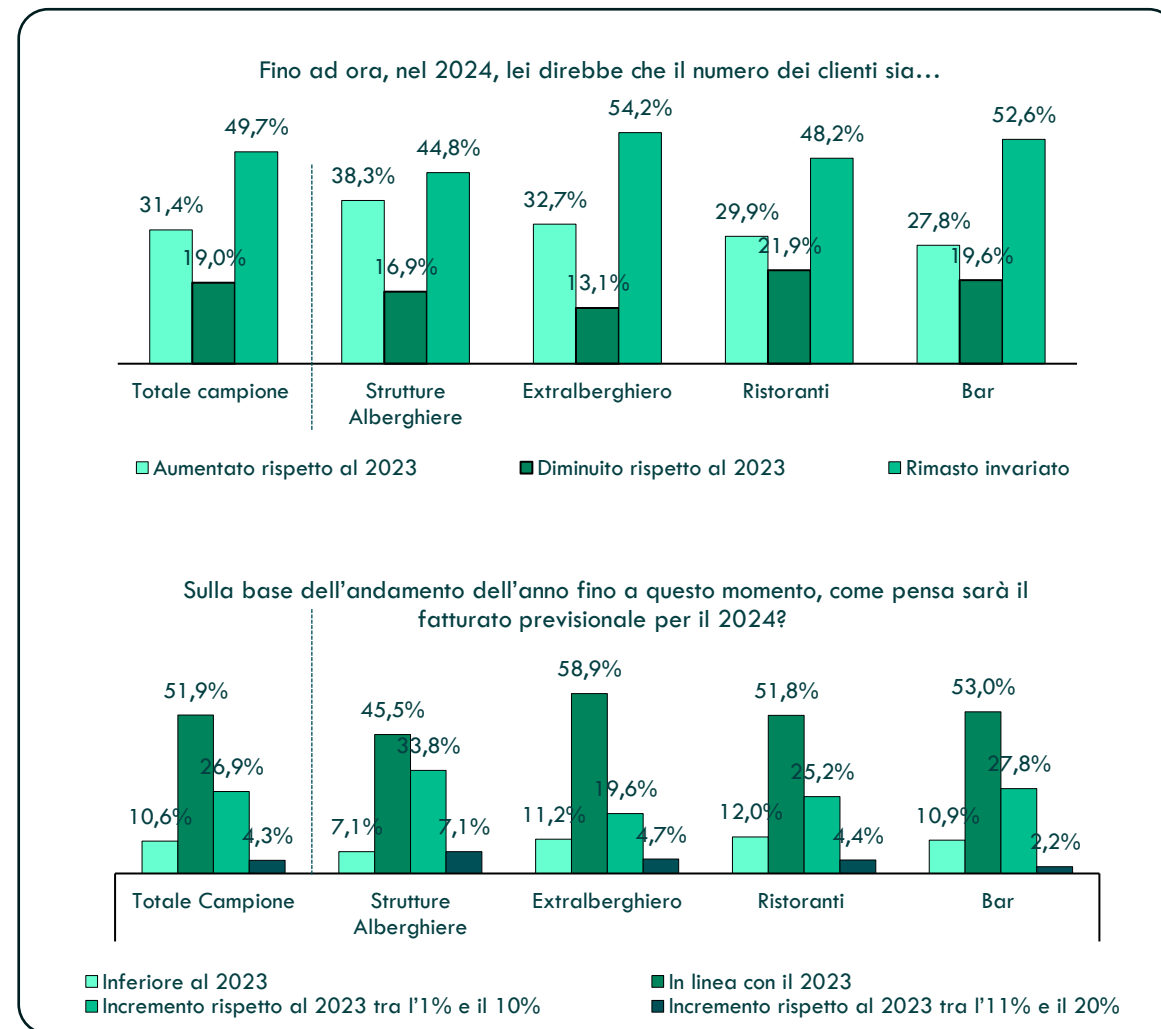
Moderato ottimismo per il 2024.

- Circa il **27%** degli operatori si aspetta un fatturato **leggermente superiore** (+1-10%), fiducia che si riscontra soprattutto tra gli albergatori. Il **52%** invece si attende **risultati in linea** al 2023.

Clientela e spesa media giornaliera in linea con il 2023.

- Il **31%** delle **aziende ha visto un aumento dei clienti**, mentre il 50% non ha visto variazione, e solo il 20% ha sperimentato un calo, in particolare nel settore della ristorazione. Negli **hotel** e nell'**extralberghiero aumentano le presenze** (notti prenotate) per il **33%** degli intervistati, mentre per il **51%** rimangono in **linea** con il **2023** (già anno record). Risulta essere rimasta invariata la **spesa media giornaliera** per il 44% degli intervistati e in aumento per il 41%. Le aspettative per il 2025 sono di un lieve aumento o di una conservazione del livello di spesa.

- **Questo cauto ottimismo**, nonostante i primi dati annualizzati per il 2024 indichino una crescita sia in termini di arrivi che di presenze, è quasi sicuramente dovuto, sì ad una crescita del fatturato da un lato, dimostrato anche dai dati nazionali e dall'aumento dei prezzi dei suddetti servizi, ma **soppesato** dai **prezzi alla produzione**, i quali hanno subito un'ulteriore accelerazione per tutto il 2023 e il 2024.



La catena di fornitura evidenzia la vocazione territoriale del settore e il maggior contributo al valore aggiunto dell'intera filiera

Forniture prevalentemente locali, turismo a vocazione internazionale

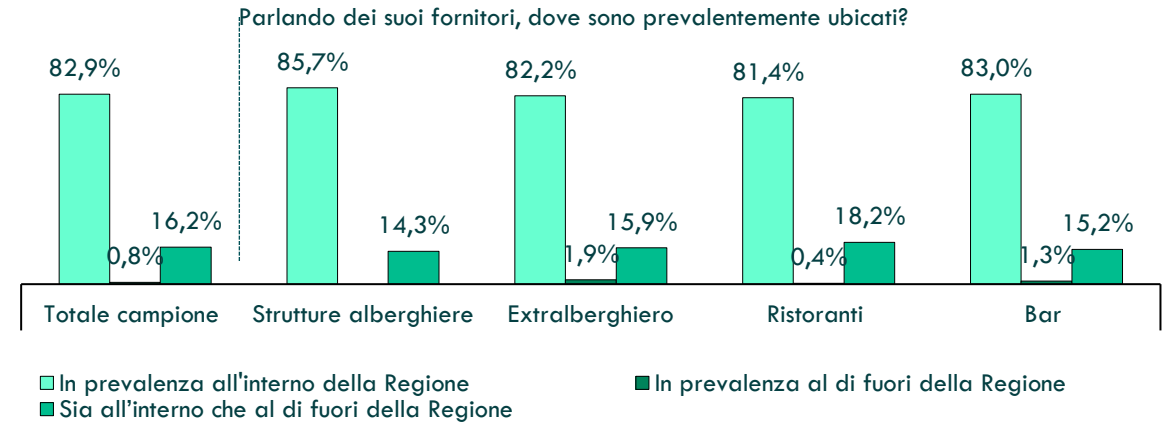
- Dall'analisi svolta, si evince un modello turistico a **vocazione territoriale**, con almeno l'**83%** degli **operatori collegato** prevalentemente a **fornitori operanti all'interno della stessa regione**, accompagnato da una interessante **presenza dei turisti esteri**, che rappresentano poco meno del **50%** della clientela, perfettamente in linea con il dato nazionale.

Le imprese soffrono il caro energia e alimentare

- Chiedendo agli operatori come classificare le varie voci dei costi, in una scala da 1 a 10, il più oneroso tra tutti è risultato proprio quello delle **forniture energetiche**: il **70%** degli intervistati lo considera "**oneroso**" o "**molto oneroso**", mentre al **secondo posto** troviamo l'**acquisto di alimenti, bevande e alcolici**, seguito dall'**affitto dei locali** (circa il 60% delle aziende opera in immobili in affitto).

Una catena di fornitura che restituisce una filiera ben più ampia

- Andando a considerare la struttura dei costi delle aziende, e quindi l'indotto indiretto del settore, il **Valore Aggiunto (VA) Turistico** per l'Italia intera risulterebbe pari a **€226 miliardi** nel 2024, circa il **12,2%** del **totale** generato da tutte le attività economiche, secondo un'elaborazione di Centro studi Unioncamere Emilia-Romagna, in linea con altre stime.
- Per la **Sardegna** e la **Riviera Romagnola**, visto l'elevato «**indice di turisticità**»⁽¹⁾ questa percentuale risulterebbe più alta, rispettivamente il **18,6%** e il **34,4%** del totale del VA generato nei rispettivi territori.
- Per il **Comune di Milano**, il VA risulterebbe pari al **5,9%** del totale.



Considerando una serie di voci di costo che potrebbe aver sostenuto nel 2023, escluso il costo del personale, come li classificherebbe in scala da 1-10 (dove 1-poco costoso e 10-molto costoso)?	Totale (dato medio)	Strutture Alberghiere	Extralberghiero	Ristoranti	Bar
Affitto locali	6,61	6,59	6,17	6,58	6,78
Energia	7,33	7,58	6,51	7,26	7,61
Manutenzione ordinaria	5,18	5,22	5,16	5,17	5,18
Attrezzature d'arredo	5,14	5,24	5,20	5,04	5,16
Forniture alimentari bevande e alcolici	6,81	6,80	5,47	7,02	7,00
Costi di pubblicità	4,11	4,42	4,41	3,95	3,83
Le commissioni di vendita (es. booking)	5,05	4,99	5,57	4,79	5,03
I costi di lavanderia e biancheria	4,98	5,71	5,61	4,53	4,18
I costi di pulizia se il servizio è appaltato a ditte esterne	5,06	5,68	5,51	4,64	4,79

Il turismo di fronte alle grandi sfide della transizione tecnologica e climatica: attitudine alla digitalizzazione ma poco «green»

La transizione green non sembra essere all'attenzione degli operatori.

- Circa il **90%** delle imprese non ha effettuato investimenti per l'**efficientamento energetico** negli ultimi due anni. I pochi effettuati riguardano soprattutto il settore dell'alloggio, principalmente per impianti fotovoltaici, coibentazione infissi ed elettrodomestici di classe A+.

Trasformazione digitale, primeggiano i pagamenti elettronici.

- La maggior parte delle aziende turistiche possiede un sito internet ed è presente sui social media (in particolar Facebook e Instagram)
- Accetta **prenotazioni** tramite piattaforme online (Booking, sito aziendale etc.) pur non disdegnando il classico canale telefonico.
- Tra le **opzioni di pagamento** primeggiano quelli elettronici (carta di credito, bancomat o prepagate), segnalati dal **90%** degli imprenditori; a seguire il **contante**, ancora largamente utilizzato dalla clientela, in particolare tra bar e ristoranti. Trascurabile l'utilizzo del bonifico, percentuale che sale nel settore dell'alloggio.

Su quali Social Media è presente la sua azienda?



90%

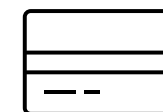


73%

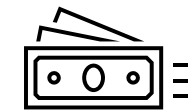


23%

Quali sono le modalità di pagamento più utilizzate dalla sua clientela?



93%



55%



12%

Ottima copertura assicurativa e credito in linea con il 2023

L'84,3% delle imprese risultano in possesso di polizze danni.

- La **distribuzione** appare piuttosto **omogenea** per questa **polizza**, sia per suddivisione settoriale che per territori: almeno l'**80%** delle strutture ha sottoscritto questa polizza, quota che sale al **90%** circa per le **strutture alberghiere**, in tutti e tre i territori.

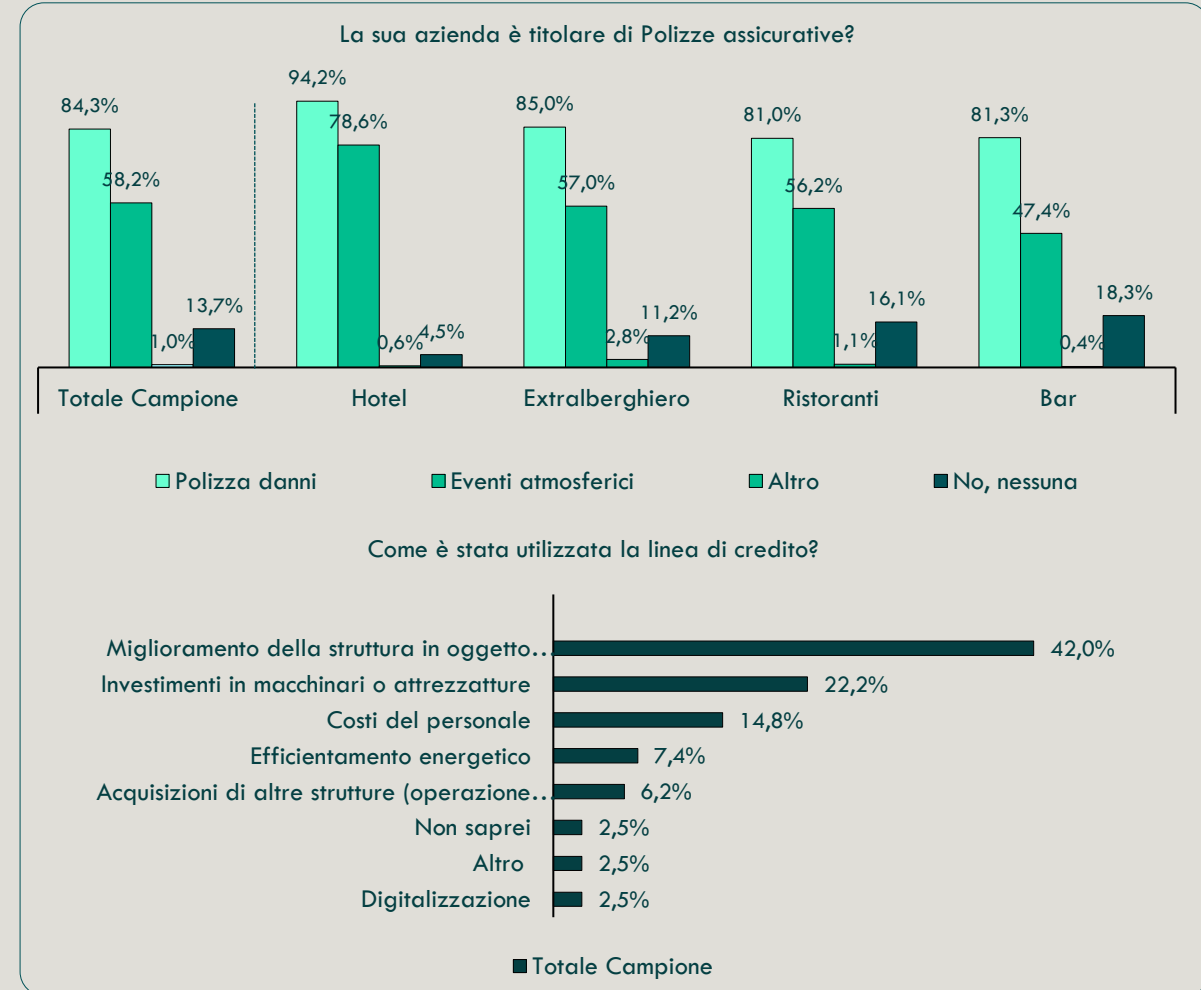
Il 58,2% delle imprese risultano in possesso di polizze contro gli eventi atmosferici.

- La fotografia cambia se si guarda a questa polizza, soprattutto a livello settoriale: la quota sale al **78%** degli hotel. Sono piuttosto i **bar** ad avere una bassa copertura per gli eventi atmosferici: meno del **50%** ha sottoscritto questa polizza.

Nonostante le imprese intervistate mostrino un livello di copertura medio-alto, va ricordato che comunque è presente un **13,7%** del campione che **non possiede alcuna polizza**, percentuale che sale per i bar e i ristoranti.

Credito in linea con il 2023 per l'84% degli intervistati.

- La stragrande maggioranza **non ha visto cambiamenti** nell'utilizzo delle **linee di credito**, mentre solo il **10%** ha riscontrato un aumento. La componente residuale del **5%** che ha riscontrato **diminuzioni**, ha annoverato tra le principali motivazioni l'**incertezza economica** e una minore disponibilità dell'offerta creditizia a fronte di una **larga parte** che ha utilizzato **risparmi della proprietà o liquidità aziendale** in eccesso.
- La **linea di credito** utilizzata è stata destinata per la maggior parte per il **miglioramento della struttura** (restauro, manutenzione) e/o **investimenti in macchinari e attrezzature**, attraverso prestiti a breve termine, finanziamenti per l'innovazione e mutui.



La filiera del Turismo in Sardegna in a «snapshot»



Valore aggiunto «servizi di alloggio e ristorazione»:

€2,1 miliardi, 6,1% del totale. ⁽¹⁾

Stima Uff. Studi «intera filiera» su dati 2024:

€6,8 miliardi, 18,6% del totale. ⁽²⁾



Fatturato nella fascia €0-1 milione

83,3% delle imprese



13.000 imprese attive di cui:

11 mila nella ristorazione

2 mila nell'alloggio

9,6% delle imprese attive in

Regione



70 mila addetti.

16,5% del totale degli occupati nella regione.

Imprese tra i 0-9 addetti, inclusi stagionali: 75%



Immobile di proprietà: 51,4%



Impieghi vivi di sistema: €853 milioni



Coperture assicurative:

80,9% polizza danni

52,5% eventi atmosferici



Gestione diretta dell'impresa: 97,5%



Forte presenza di turisti internazionali



Business a vocazione territoriale:

nell'81,6% dei casi i fornitori si trovano prevalentemente all'interno della regione



Imprese presenti sui social: 80%

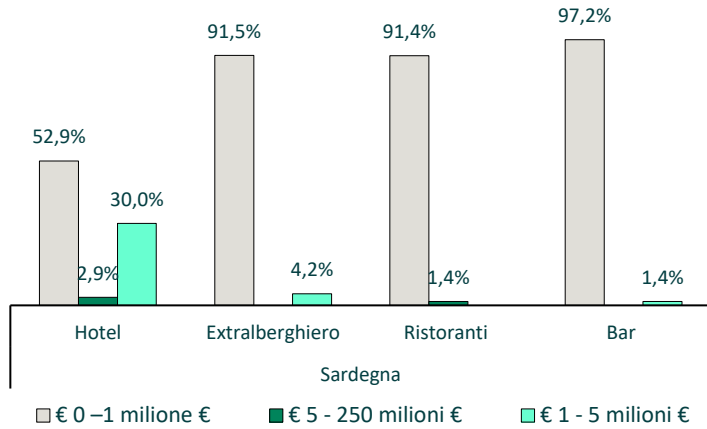


Pagamenti digitali

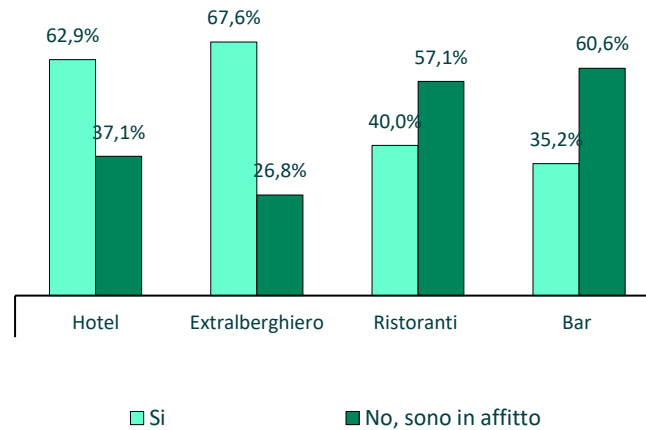
91% delle aziende utilizza pagamenti elettronici

Sardegna: identikit delle imprese turistiche

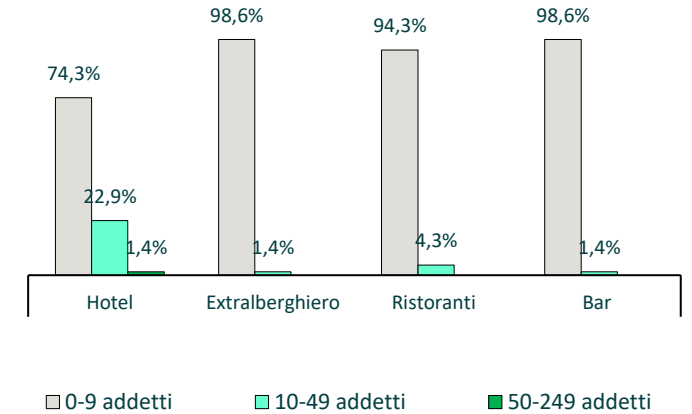
Può gentilmente indicarmi la classe di fatturato nell'ultimo esercizio, il 2023?



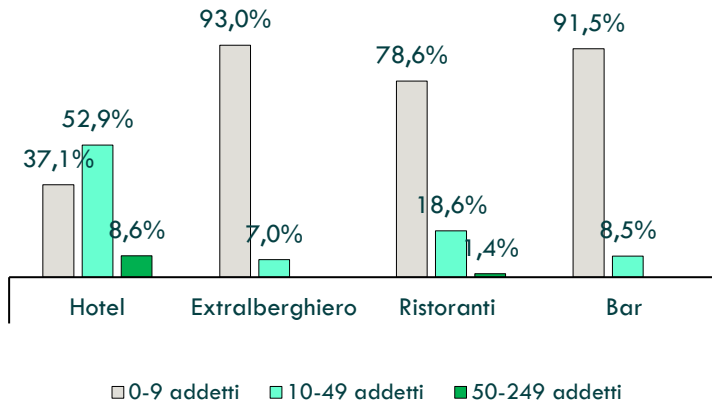
L'immobile in cui ha sede operativa la sua azienda è di proprietà?



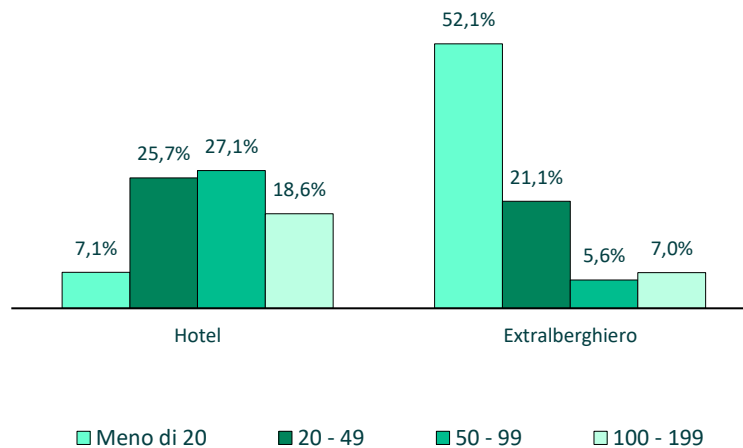
Quanti dipendenti ci sono a tempo indeterminato all'interno della sua azienda?



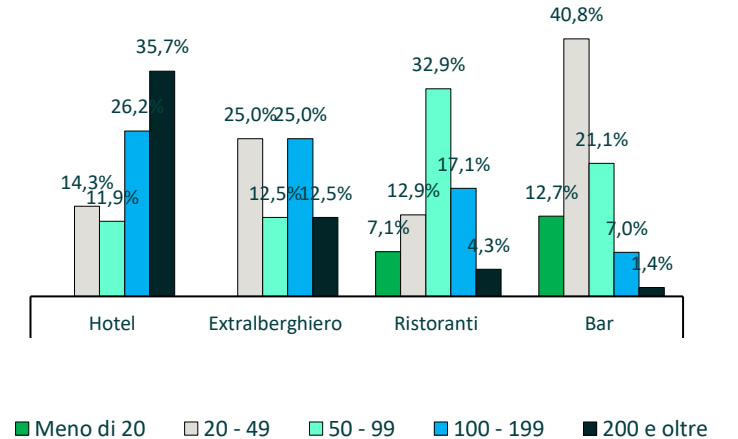
Quanti dipendenti ci sono complessivamente, compresi gli stagionali a tempo determinato?



Quanti posti letto sono disponibili?

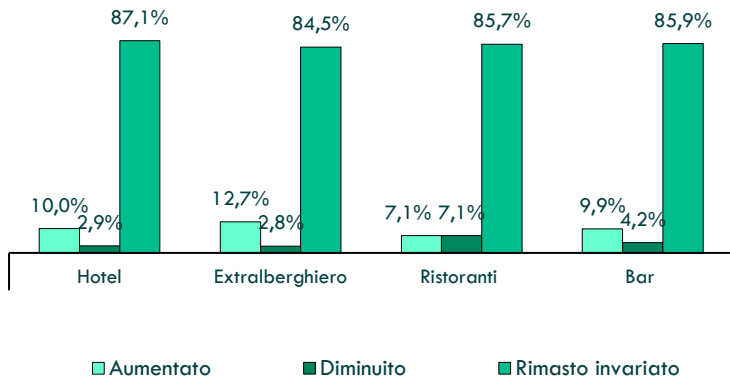


Potrebbe indicarmi il numero di coperti presenti nella sua attività?

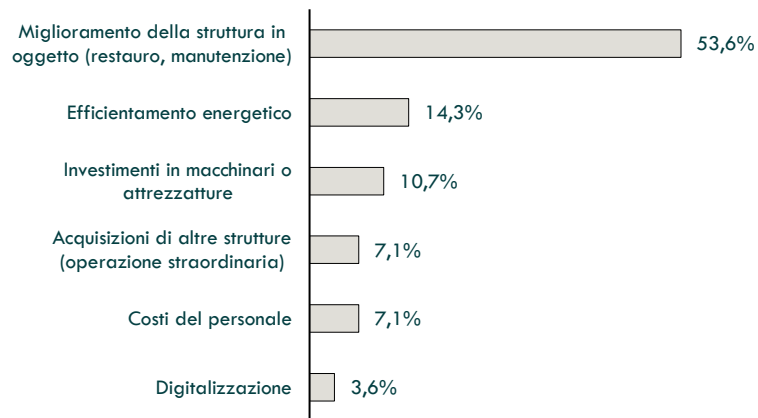


Sardegna: profilo finanziario-assicurativo

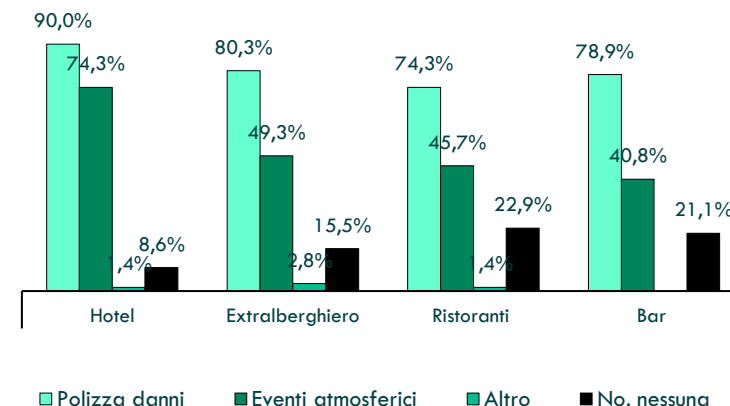
Considerando l'utilizzo delle linee di credito nel 2024, lei direbbe che, rispetto al 2023, il suo utilizzo è...



Come è stata utilizzata la linea di credito?



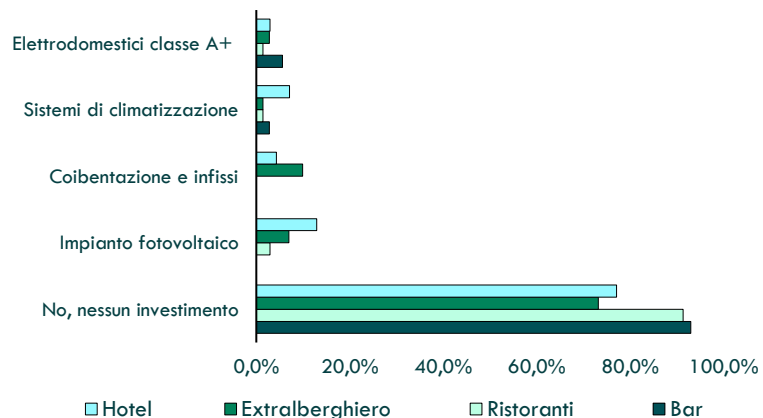
La sua azienda è titolare di Polizze assicurative?



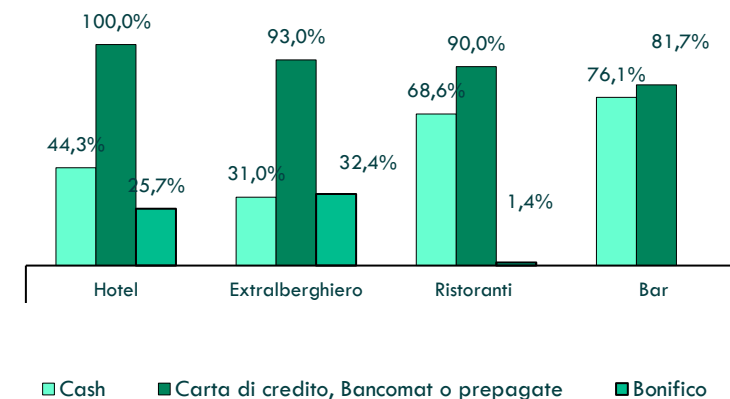
Considerando una serie di voci di costo che potrebbe aver sostenuto nel 2023, escluso il costo del personale, come li classificherebbe in scala da 1-10 (dove 1-poco costoso e 10-molto costoso)? Dato medio regionale



La sua azienda ha effettuato investimenti per l'efficientamento energetico nel 2023-2024? Se sì, quali?

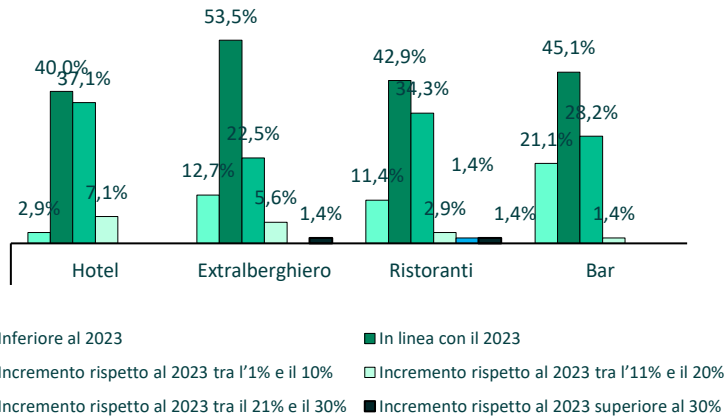


Quali sono le modalità di pagamento più utilizzate dalla sua clientela?

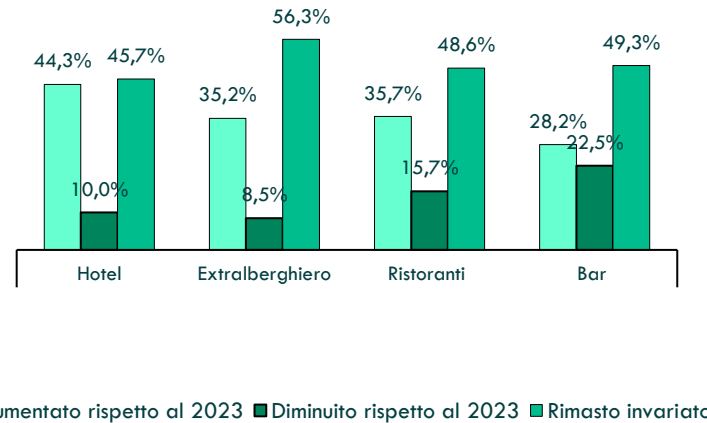


Sardegna: prospettive 2024-2025

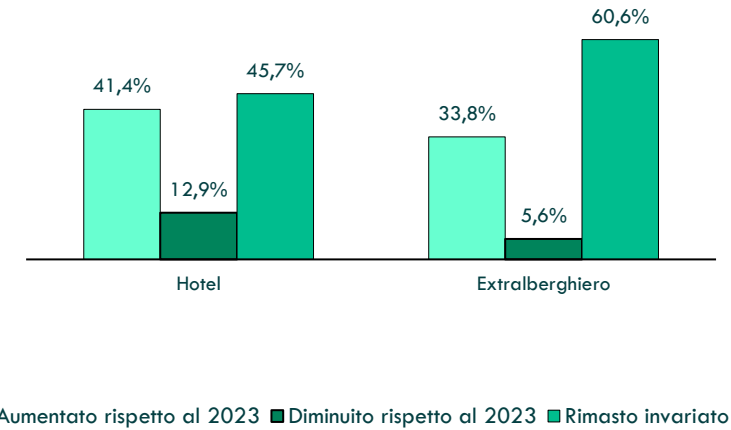
Sulla base dell'andamento dell'anno fino a questo momento, come pensa sarà il fatturato previsionale per il 2024?



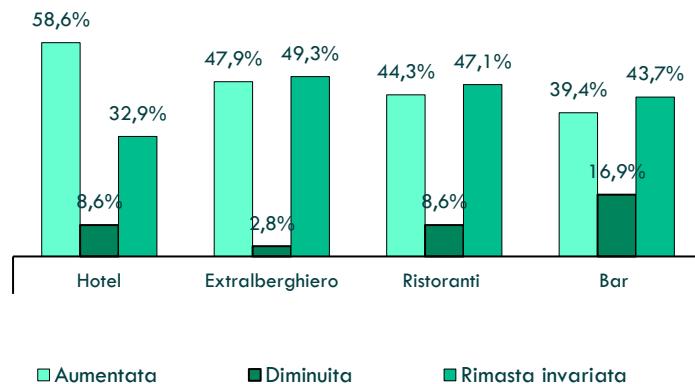
Fino ad ora, nel 2024, lei direbbe che il numero dei clienti sia...



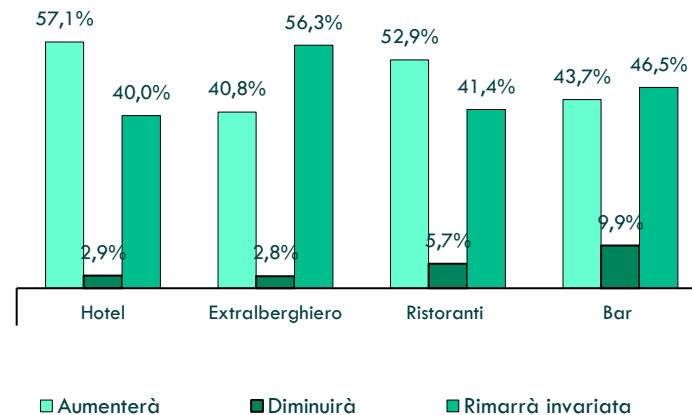
Pensando al numero di presenze lei direbbe che il numero sia...



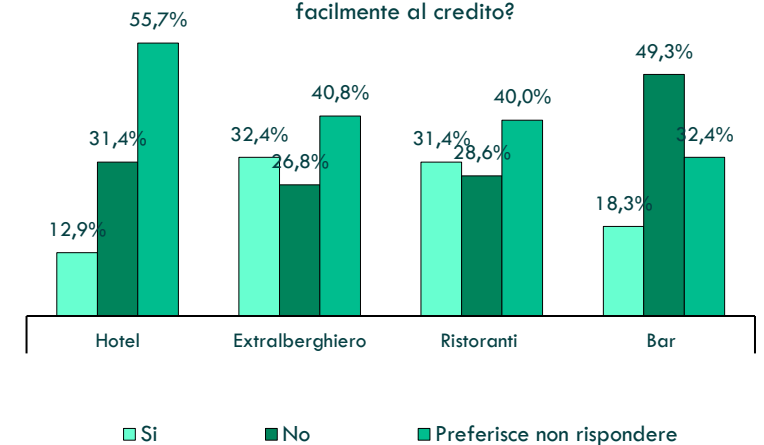
Considerando la spesa media per persona sostenuta nel 2024, lei direbbe che, rispetto al 2023, sia...



In prospettiva, considerando sempre la spesa media giornaliera di un turista, per il 2025 prevede che...



Considerando il calo dei tassi sperimentato negli ultimi mesi del 2024, crede che potrà fare ricorso più facilmente al credito?



La filiera del Turismo in Riviera Romagnola in a «snapshot»

Codigoro, Goro, Comacchio, Cervia, Ravenna, Cesenatico, Gatteo, San Mauro Pascoli, Savignano sul Rubicone, Bellaria-Igea Marina, Cattolica, Misano Adriatico, Riccione e Rimini



Valore aggiunto Emilia-Romagna «servizi di alloggio e ristorazione»:

€5,5 miliardi, 3,4% del totale. ⁽¹⁾

Stima Uff. Studi «intera filiera» comuni Riviera su dati 2024:

€6,3 miliardi, 34,4% del totale ⁽²⁾



Immobile di proprietà:
38,9%



Forte presenza di turisti internazionali



Fatturato nella fascia €0-1 milione

86,4% delle imprese



Impieghi vivi di sistema nelle prov. Riviera: €1,3 miliardi



Business a vocazione territoriale:
nell'86,8% dei casi i fornitori si trovano prevalentemente all'interno della regione



12.100 imprese attive nelle Prov. Riviera di cui:

8800 nella ristorazione

3300 nell'alloggio

9% delle imprese attive nelle Province



Coperture assicurative:

89,3% polizza danni

60% eventi atmosferici



Imprese presenti sui social: 79 %



84 mila addetti nelle Prov. Riviera

15,4% del totale degli occupati nelle province.

Imprese tra i 0-9 addetti, inclusi stagionali: 77%



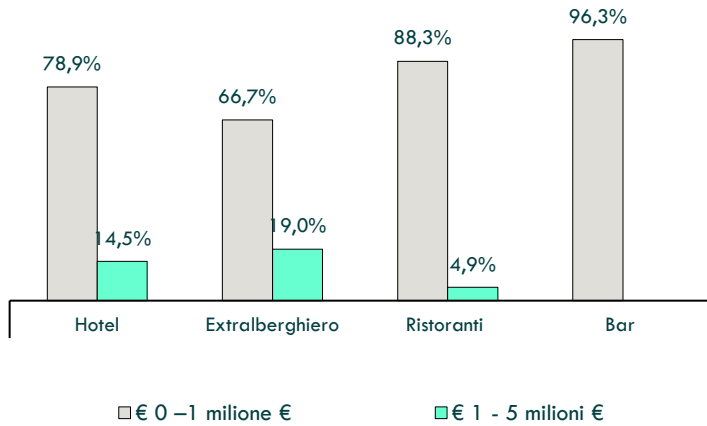
Gestione diretta dell'impresa: 98,6%



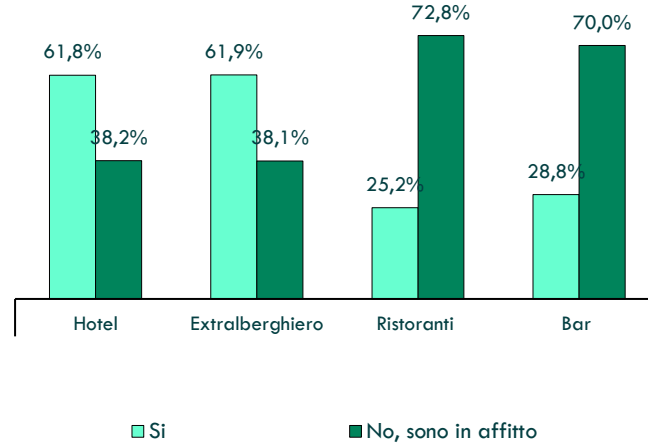
Pagamenti digitali
93,1% delle aziende utilizza pagamenti elettronici

Riviera Romagnola: identikit delle imprese turistiche

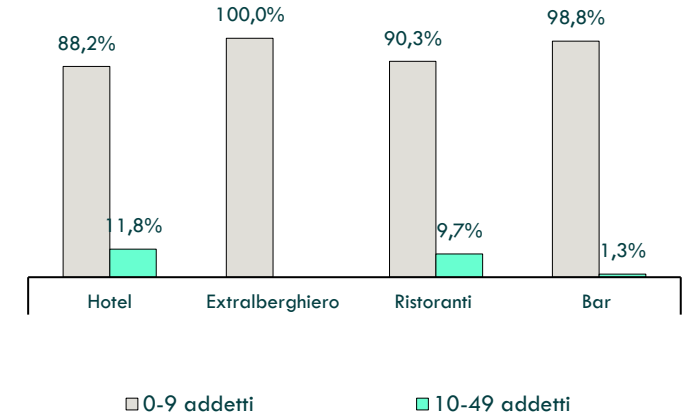
Può gentilmente indicarmi la classe di fatturato nell'ultimo esercizio, il 2023?



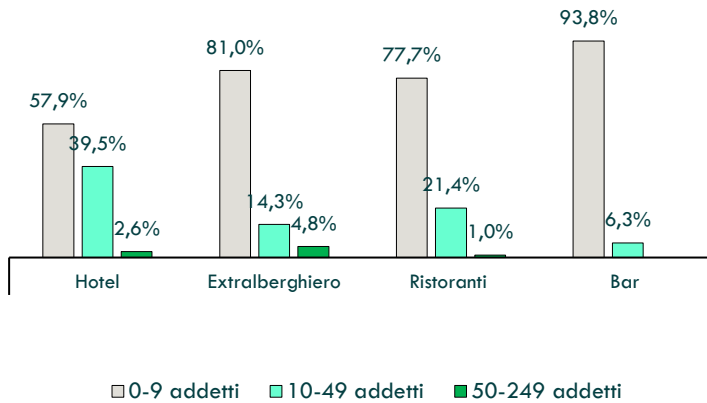
L'immobile in cui ha sede operativa la sua azienda è di proprietà?



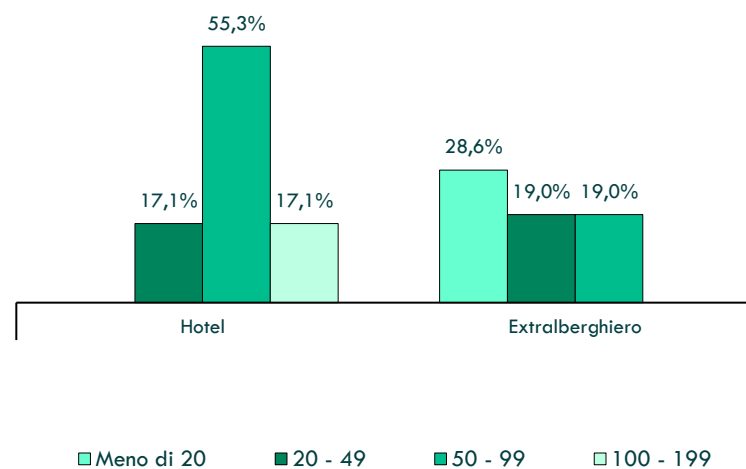
Quanti dipendenti ci sono a tempo indeterminato all'interno della sua azienda?



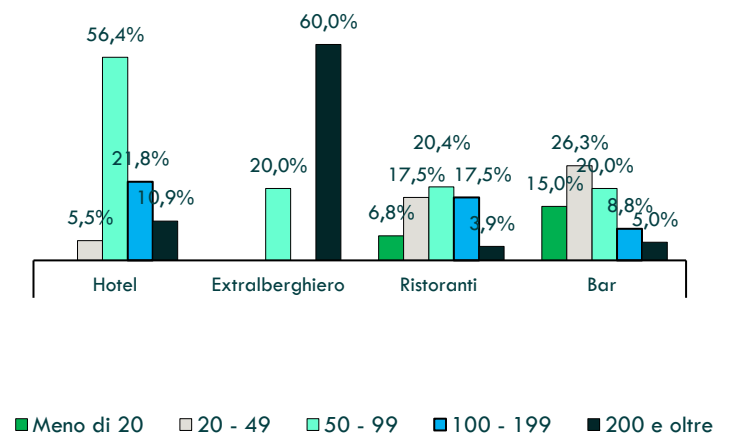
Quanti dipendenti ci sono complessivamente, compresi gli stagionali a tempo determinato?



Quanti posti letto sono disponibili?

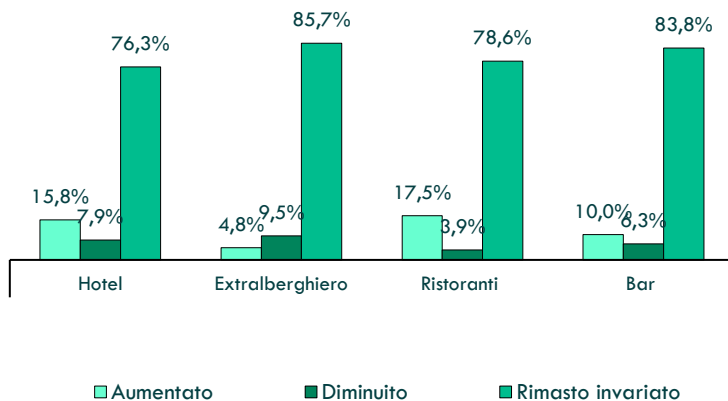


Potrebbe indicarmi il numero di coperti presenti nella sua attività?

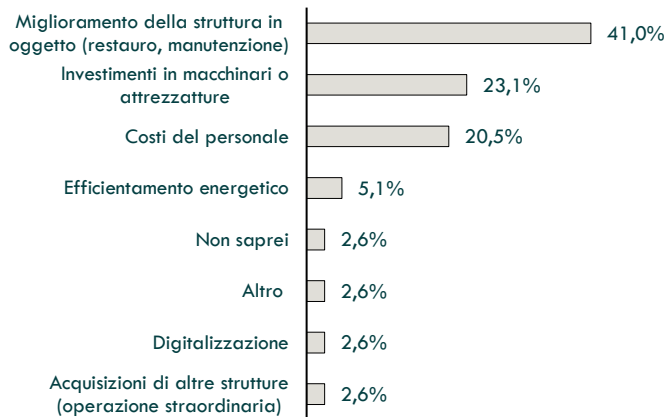


Riviera Romagnola: profilo finanziario-assicurativo

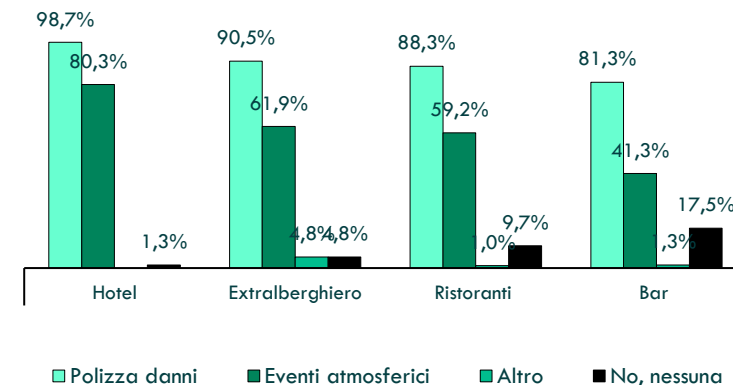
Considerando l'utilizzo delle linee di credito nel 2024, lei direbbe che, rispetto al 2023, il suo utilizzo è...



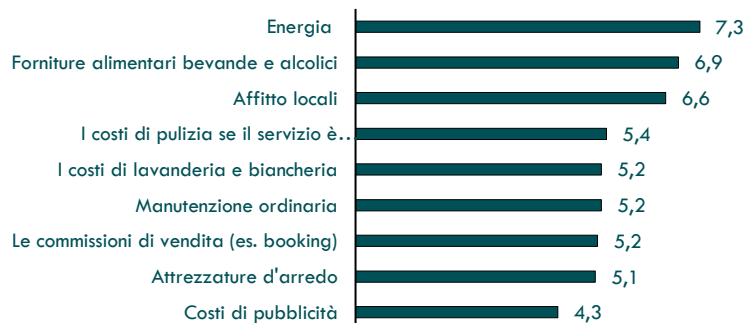
Come è stata utilizzata la linea di credito?



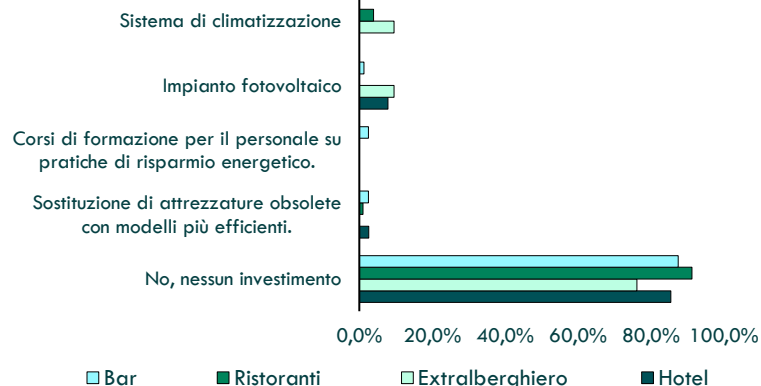
La sua azienda è titolare di Polizze assicurative?



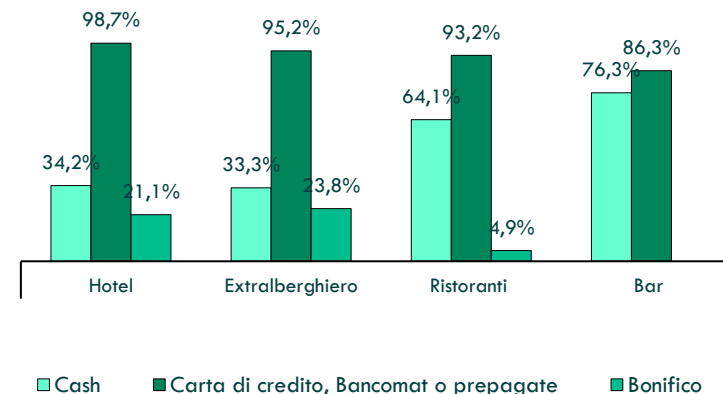
Considerando una serie di voci di costo che potrebbe aver sostenuto nel 2023, escluso il costo del personale, come li classificherebbe in scala da 1-10 (dove 1-poco costoso e 10-molto costoso)? Dato medio regionale



La sua azienda ha effettuato investimenti per l'efficientamento energetico nel 2023-2024? Se sì, quali?

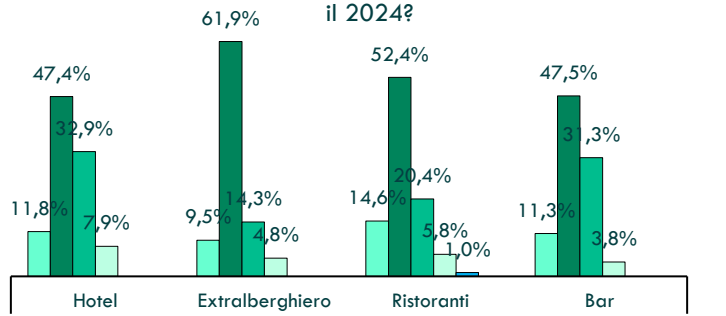


Quali sono le modalità di pagamento più utilizzate dalla sua clientela?



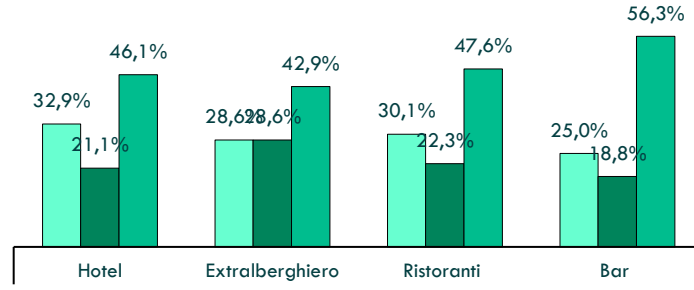
Riviera Romagnola: prospettive 2024-2025

Sulla base dell'andamento dell'anno fino a questo momento, come pensa sarà il fatturato previsionale per il 2024?



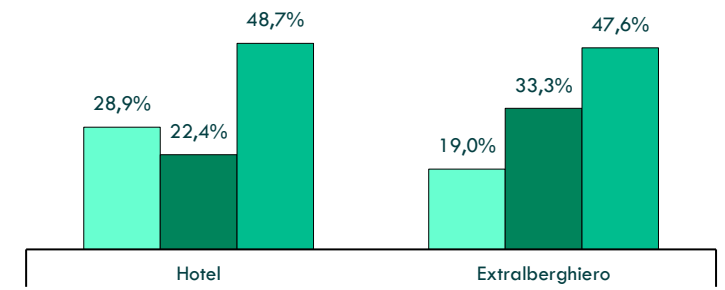
■ Inferiore al 2023 ■ In linea con il 2023
■ Incremento rispetto al 2023 tra l'1% e il 10% ■ Incremento rispetto al 2023 tra l'11% e il 20%
■ Incremento rispetto al 2023 tra il 21% e il 30% ■ Incremento rispetto al 2023 superiore al 30%

Fino ad ora, nel 2024, lei direbbe che il numero dei clienti sia...



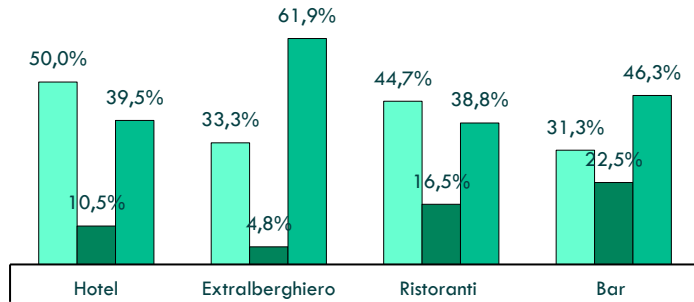
■ Aumentato rispetto al 2023 ■ Diminuito rispetto al 2023 ■ Rimasto invariato

Pensando al numero di presenze lei direbbe che il numero sia...



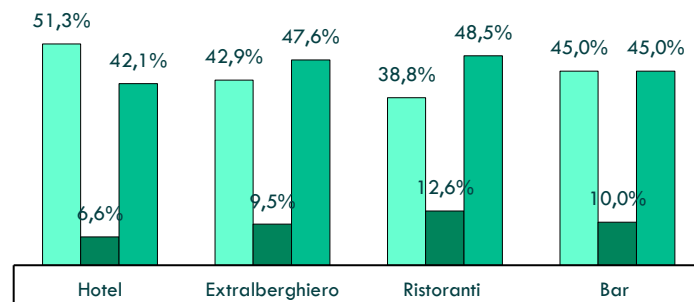
■ Aumentato rispetto al 2023 ■ Diminuito rispetto al 2023 ■ Rimasto invariato

Considerando la spesa media per persona sostenuta nel 2024, lei direbbe che, rispetto al 2023, sia...



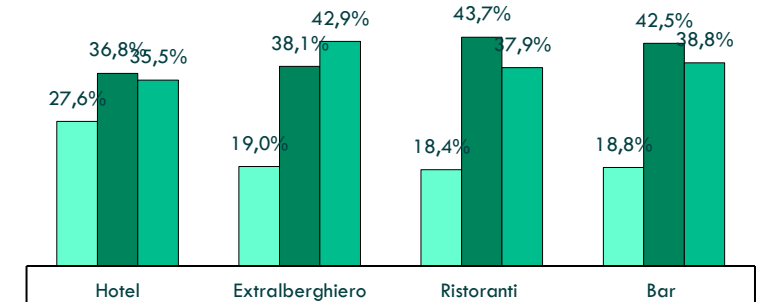
■ Aumentata ■ Diminuita ■ Rimasta invariata

In prospettiva, considerando sempre la spesa media giornaliera di un turista, per il 2025 prevede che...



■ Aumenterà ■ Diminuirà ■ Rimarrà invariata

Considerando il calo dei tassi sperimentato negli ultimi mesi del 2024, crede che potrà fare ricorso più facilmente al credito?



■ Si ■ No ■ Preferisce non rispondere

La filiera del Turismo in Milano in a «snapshot»



Valore aggiunto Lombardia «servizi di alloggio e ristorazione»:

€11 miliardi, 2,6% del totale. ⁽¹⁾

Stima Uff. Studi «intera filiera» sul comune di Milano su dati 2024:

€7,3 miliardi, 5,9% del totale ⁽²⁾



Immobile di proprietà:
20,7%



Forte presenza di turisti internazionali



Fatturato nella fascia €0-1 milione

83,3% delle imprese



Impieghi vivi di sistema nella Prov. Milano: €2,2 miliardi



Business a vocazione territoriale: nel 79,3% dei casi i fornitori si trovano prevalentemente all'interno della regione



19.300 imprese attive nelle Prov. Di Milano di cui:

8800 nella ristorazione

3300 nell'alloggio

6,2% delle imprese attive nella Provincia



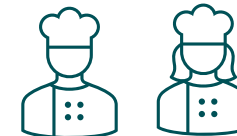
Coperture assicurative:

82,3% polizza danni

53,5% eventi atmosferici



Imprese presenti sui social: 61 %



126 mila addetti nelle Prov. Milano

7,3% del totale degli occupati nella Provincia

Imprese tra i 0-9 addetti, inclusi stagionali: 83,3%



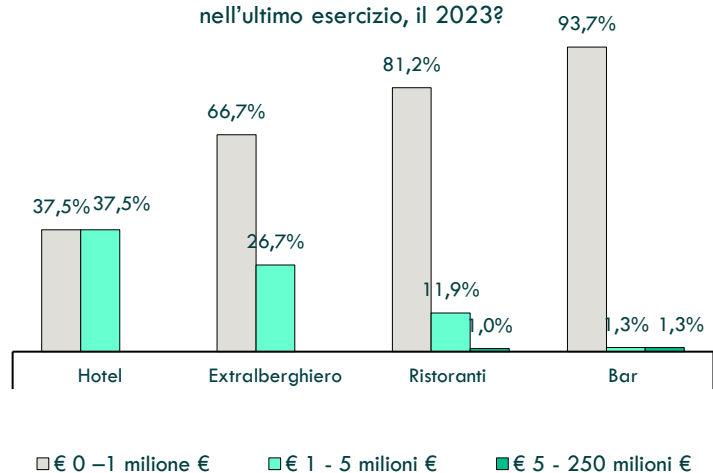
Gestione diretta dell'impresa: 99%



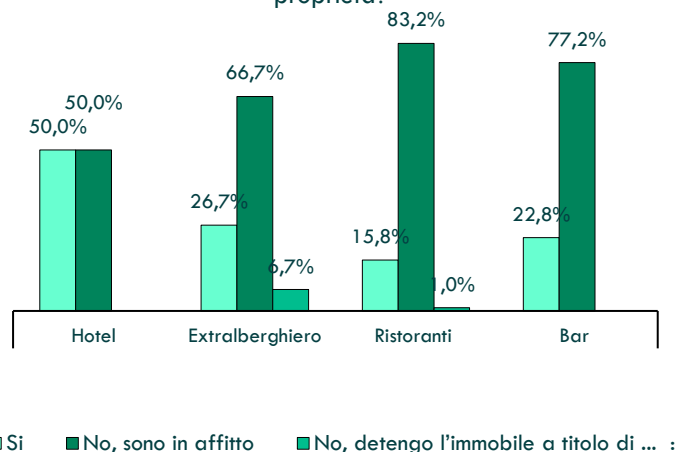
Pagamenti digitali
96,1% delle aziende utilizza pagamenti elettronici

Milano: identikit delle imprese turistiche

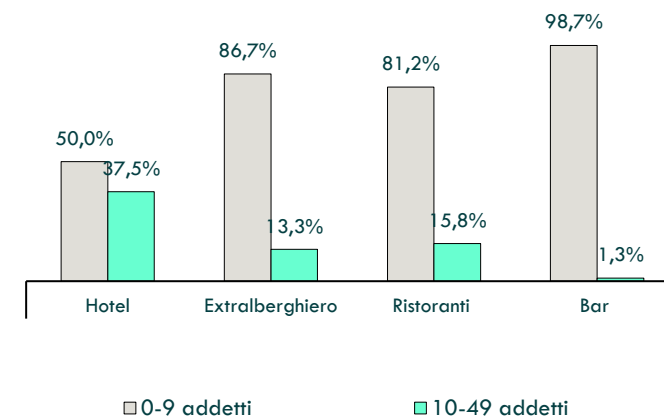
Può gentilmente indicarmi la classe di fatturato nell'ultimo esercizio, il 2023?



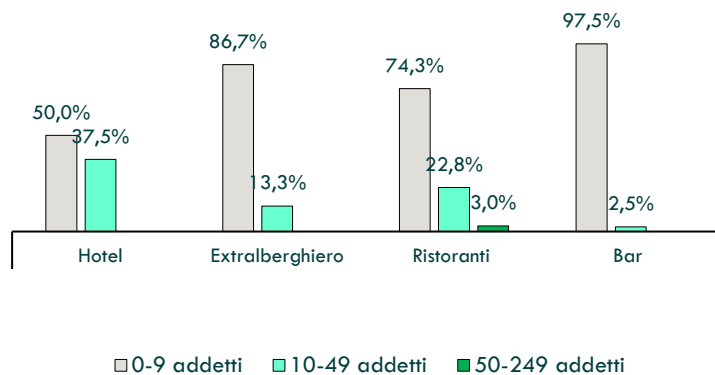
L'immobile in cui ha sede operativa la sua azienda è di proprietà?



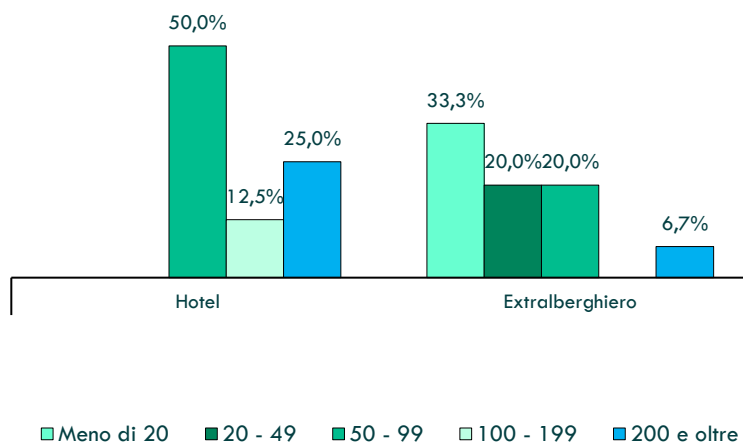
Quanti dipendenti ci sono a tempo indeterminato all'interno della sua azienda?



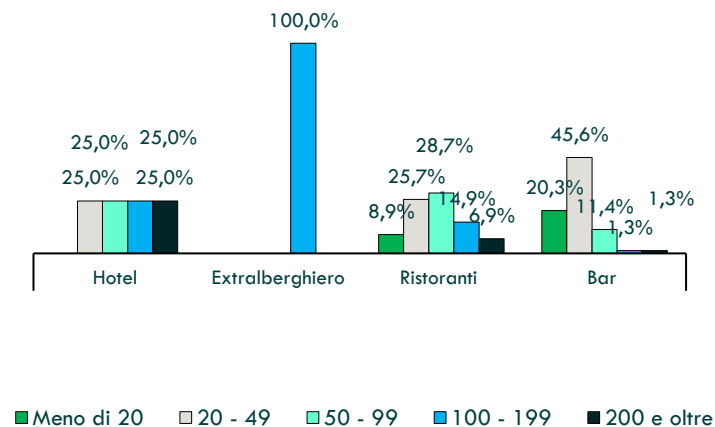
Quanti dipendenti ci sono complessivamente, compresi gli stagionali a tempo determinato?



Quanti posti letto sono disponibili?

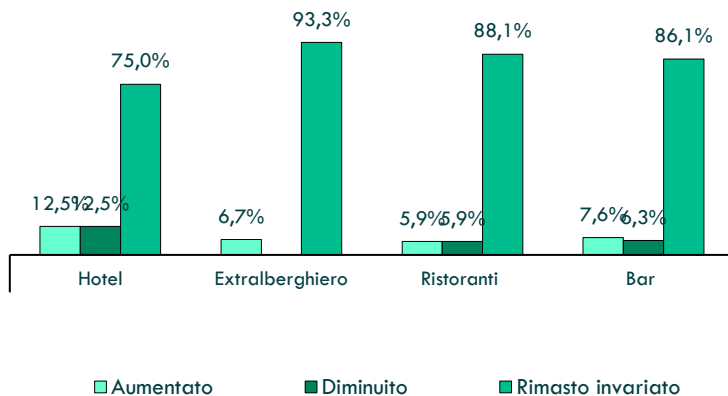


Potrebbe indicarmi il numero di coperti presenti nella sua attività?

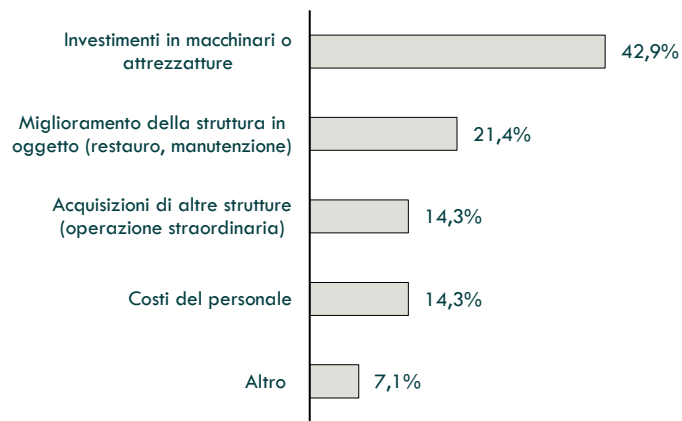


Milano: profilo finanziario-assicurativo

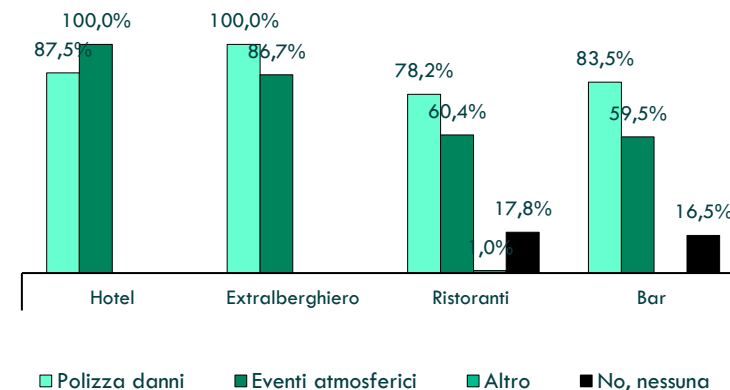
Considerando l'utilizzo delle linee di credito nel 2024, lei direbbe che, rispetto al 2023, il suo utilizzo è...



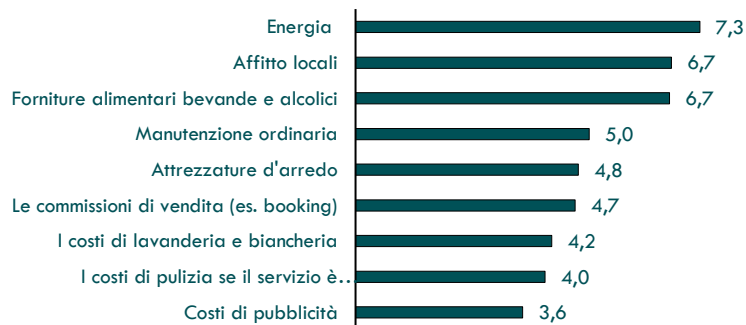
Come è stata utilizzata la linea di credito?



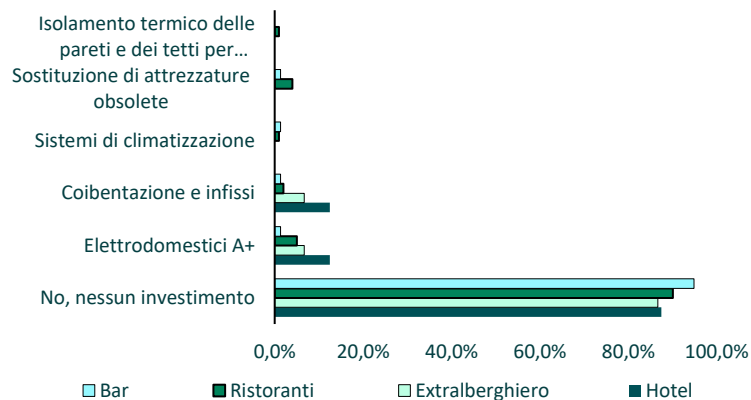
La sua azienda è titolare di Polizze assicurative?



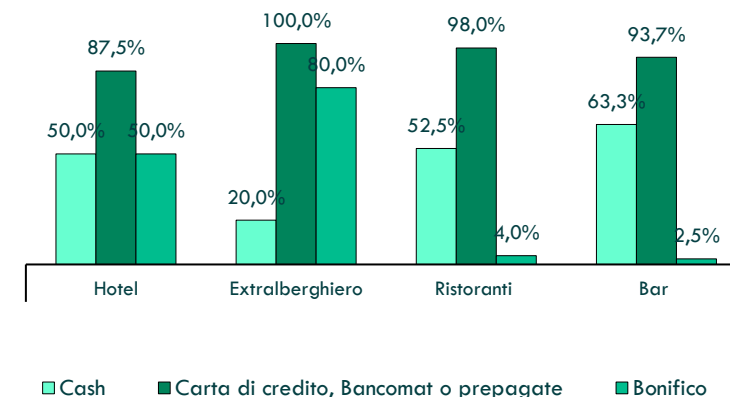
Considerando una serie di voci di costo che potrebbe aver sostenuto nel 2023, escluso il costo del personale, come li classificherebbe in scala da 1-10 (dove 1-poco costoso e 10-molto costoso)? Dato medio regionale



La sua azienda ha effettuato investimenti per l'efficiamento energetico nel 2023-2024? Se sì, quali?

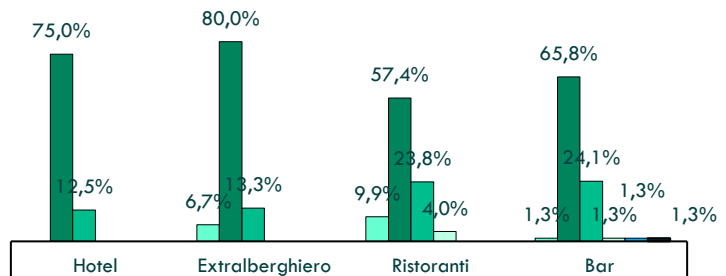


Quali sono le modalità di pagamento più utilizzate dalla sua clientela?



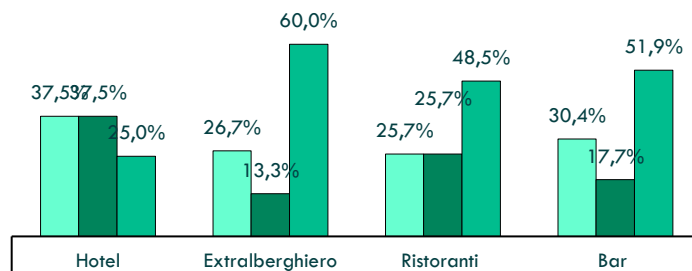
Milano: prospettive 2024-2025

Sulla base dell'andamento dell'anno fino a questo momento, come pensa sarà il fatturato previsionale per il 2024?



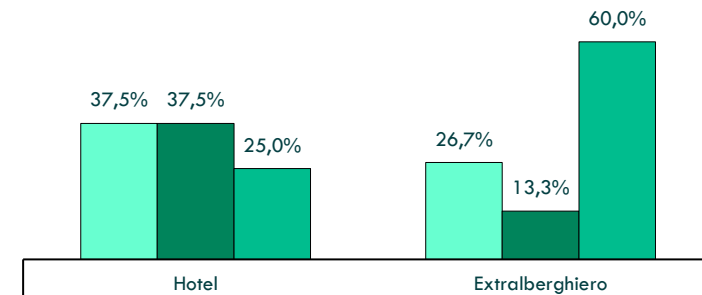
■ Inferiore al 2023 ■ In linea con il 2023
■ Incremento rispetto al 2023 tra l'1% e il 10% ■ Incremento rispetto al 2023 tra l'11% e il 20%
■ Incremento rispetto al 2023 tra il 21% e il 30% ■ Incremento rispetto al 2023 superiore al 30%

Fino ad ora, nel 2024, lei direbbe che il numero dei clienti sia...



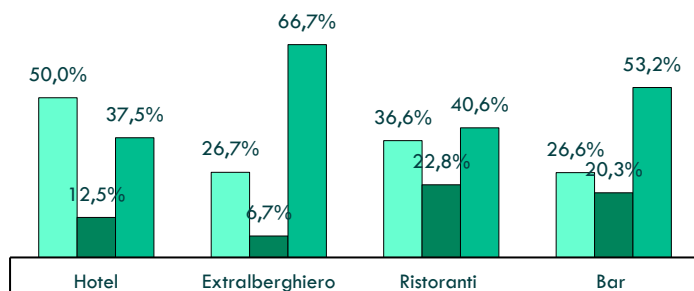
■ Aumentato rispetto al 2023 ■ Diminuito rispetto al 2023 ■ Rimasto invariato

Pensando al numero di presenze lei direbbe che il numero sia...



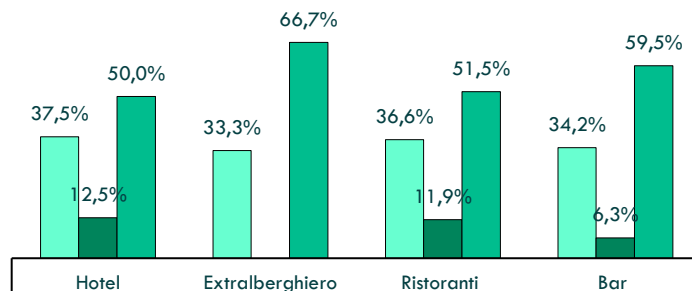
■ Aumentato rispetto al 2023 ■ Diminuito rispetto al 2023 ■ Rimasto invariato

Considerando la spesa media per persona sostenuta nel 2024, lei direbbe che, rispetto al 2023, sia...



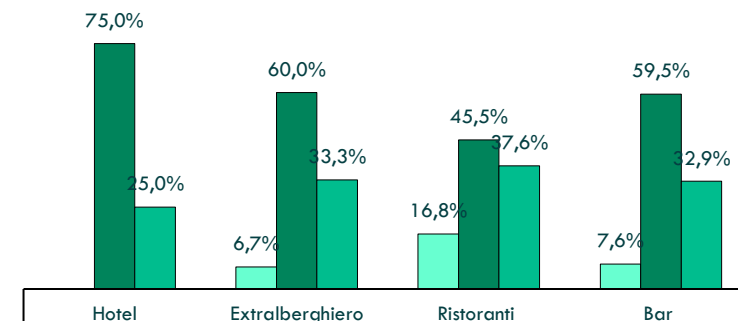
■ Aumentata ■ Diminuita ■ Rimasta invariata

In prospettiva, considerando sempre la spesa media giornaliera di un turista, per il 2025 prevede che...



■ Aumenterà ■ Diminuirà ■ Rimarrà invariata

Considerando il calo dei tassi sperimentato negli ultimi mesi del 2024, crede che potrà fare ricorso più facilmente al credito?



■ Si ■ No ■ Preferisce non rispondere

Conclusioni: sintesi dei risultati

- **Sentiment delle aziende** per il **2025** positivo, ma preoccupazione per i costi, specie quelli energetici.
- **Cambiamenti strutturali** in atto:
 - **Destagionalizzazione** dei flussi a beneficio in particolare del settore extra-alberghiero
 - Quota crescente di **visitatori stranieri**
 - Attitudine alla **digitalizzazione** dei servizi
- **Due modelli** di turismo:
 - **Balneare** (Sardegna e Riviera Romagnola), caratterizzato da stagionalità dei flussi, proprietà dell'immobile e gestione diretta dell'impresa
 - **Città** (Milano), flussi distribuiti durante l'anno, prevalenza degli affitti e diverse modalità di gestione dell'impresa (diretta, affitto d'azienda, vuoto per pieno)

Il settore genera un **valore aggiunto** del 6,2% sul PIL secondo Eurostat, ma considerando l'intera filiera e anche l'impatto indiretto di altri settori questa percentuale arriverebbe a circa il **12,2%**.

Disclaimer La presente pubblicazione è prodotta da BPER Banca S.p.A. La medesima è rivolta al pubblico indistinto ed ha contenuto di carattere informativo. Eventuali riferimenti a prodotti o servizi sono da intendersi con finalità meramente divulgativa e non costituiscono offerta commerciale. In particolare, il presente documento non è, né intende costituire, né potrà essere interpretato, come offerta, raccomandazione o consulenza in materia di investimenti per l'acquisto, la vendita o il mantenimento di alcun tipo di prodotto finanziario. Le informazioni e le opinioni contenute nella presente pubblicazione sono fornite da BPER Banca S.p.A. in buona fede, in via autonoma e indipendente e si basano su fonti ritenute affidabili, tuttavia nessuna garanzia è fornita relativamente all'accuratezza o correttezza delle stesse. Tali informazioni e opinioni sono formulate con esclusivo riferimento alla data di redazione del documento e sono pertanto suscettibili di variazioni in qualsiasi momento dopo la pubblicazione, senza alcun obbligo da parte di BPER Banca S.p.A. di comunicare tali modifiche a coloro che abbiamo fruito in precedenza del contenuto del documento. Gli interessati dovranno effettuare le proprie valutazioni di investimento in modo del tutto autonomo e indipendente, facendo affidamento esclusivamente sulle proprie considerazioni delle condizioni di mercato e delle informazioni complessivamente disponibili, anche in coerenza con il proprio profilo di rischio e la propria situazione economica. Qualsiasi eventuale riferimento nella presente pubblicazione a rendimenti passati, così come qualsiasi valutazione o altra informazione dai medesimi ricavata è a scopo esclusivamente illustrativo e non è da considerarsi indicatore affidabile di andamenti futuri. Il contenuto della presente pubblicazione non è diretto a, né utilizzabile da, qualunque persona fisica o giuridica che sia cittadino o residente o che si trovi in qualsiasi località, Stato, Paese o altra giurisdizione in cui tale pubblicazione, messa a disposizione o utilizzo sarebbero contrari a leggi o regolamenti ovvero obbligherebbero BPER Banca S.p.A. all'acquisizione di permessi, autorizzazioni o licenze in tale giurisdizione. BPER Banca S.p.A. non assume alcun tipo di responsabilità derivante da danni diretti, conseguenti o indiretti determinati dall'utilizzo del contenuto della presente pubblicazione e/o dalle eventuali scelte di investimento effettuate dai fruitori della medesima. Il presente documento non potrà essere distribuito, riprodotto anche parzialmente o pubblicato in assenza di specifica autorizzazione scritta di BPER Banca S.p.A. Documento basato sulle informazioni disponibili al febbraio 2025.

BPER:

Grazie



Eliana Chessa
Responsabile



Milano, Via M. Bongiorno
13



+39 366 690 3865



eliana.chessa@bper.it

**Paolo
Carzedda**

Sassari, Piazzetta Banco
di Sardegna

+39 331 614 8276

paolo.carzedda@bper.it

**Giulio
Varricchio**

Milano, Via M. Bongiorno
13

+39 335 782 0706

giulio.varricchio@bper.it

**Riccardo
Gozzi**

Mantova, Viale
Risorgimento 27/B

+39 335 667 2501

riccardo.gozzi@bper.it

**Giuseppe
Di Vito**

Modena, Via Aristotele
195

+39 335 771 9366

giuseppe.divito@bper.it

**Fabrizio
Barrano**

Modena, Via Aristotele
195

+39 338 669 1757

fabrizio.barrano@bper.it

Rosalia Aiello

Modena, Via Aristotele
195

+39 335 523 4134

Rosalia.aiello@bper.it