

LE SENSAZIONI TORNANO NEGATIVE

Indagine congiunturale alberghi e ristoranti, Ticino, luglio 2023

Nel secondo trimestre 2023 il comparto turistico ticinese torna a segnare un risultato negativo dopo la breve parentesi positiva dell'indagine precedente. Sia in termini di pernottamenti che di volumi di vendita, albergatori e ristoratori ticinesi negativi sono in maggioranza rispetto ai positivi. La situazione risulta particolarmente negativa nel lago Maggiore, mentre nel lago di Lugano preponderano albergatori e ristoratori positivi. Le previsioni risultano più incerte con delle note pessimiste.

Pernottamenti e volumi di vendita

Secondo l'indagine di luglio del KOF peggiora la situazione relativa ai volumi di vendita negli alberghi e ristoranti del comparto turistico, sia in Svizzera sia in Ticino: calano i positivi e aumentano i negativi. Tuttavia, in Svizzera i primi sono ancora in maggioranza rispetto ai secondi, invece in Ticino il quadro è diverso e il saldo torna negativo [F.1]. Sempre in Ticino, l'evoluzione negativa sul volume di vendita si riflette in un peggioramento del saldo, che diventa negativo, sia relativamente ai pernottamenti negli alberghi sia in relazione al volume delle vendite nei ristoranti. In Svizzera il saldo peggiora in entrambi i casi, ma rimane positivo [F.3 e F.5]. La

situazione risulta particolarmente negativa nella regione turistica del lago Maggiore, dove a lamentare un calo dei pernottamenti sono tre alberghieri su quattro, mentre otto ristoratori su dieci lamentano volumi di vendita inferiori a quelli dell'anno precedente. Il contesto appare diverso nella regione del lago di Lugano dove si riscontra un miglioramento della situazione nel settore alberghiero – il saldo positivo aumenta –, mentre nel settore della ristorazione, nonostante l'aumento di negativi, i positivi rimangono in maggioranza [F.11 e F.12]. Le previsioni per il prossimo trimestre si rivelano pessimiste: i negativi sono infatti in maggioranza rispetto agli ottimisti, facendo tornare i saldi

cantionali negativi, sia tra gli albergatori sia tra i ristoratori [F.2, F.4, F.6].

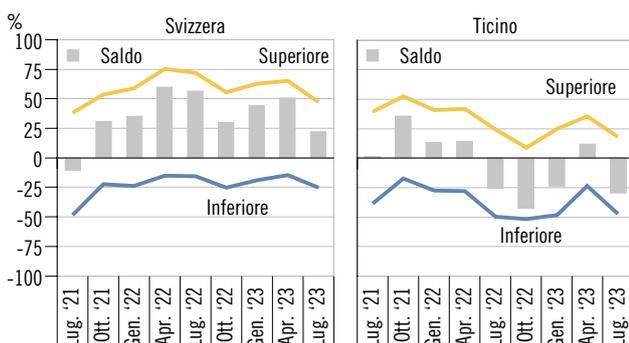
Situazione degli affari

Nonostante le sensazioni negative sui pernottamenti, una buona parte di albergatori reputa buona la situazione degli affari, ma le previsioni mostrano più pessimismo. Diversamente, in linea con le sensazioni sui volumi di vendita, più di un ristoratore su tre reputa cattiva la situazione degli affari. Tuttavia, una buona parte di essi prevede che la situazione migliorerà [T.1].

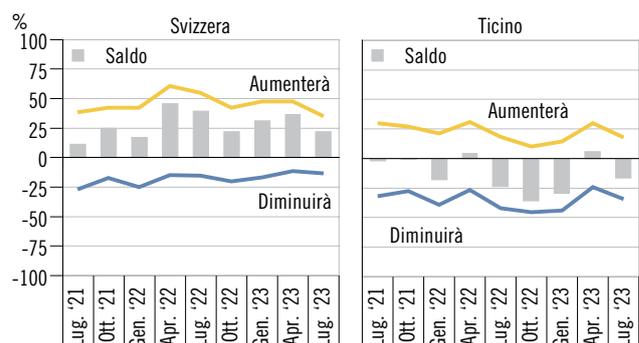
Occupazione

In termini occupazionali, si conferma una piccola percentuale di albergatori che giudicano "eccessivi" i livelli attuali d'impiego, ma rispetto all'indagine precedente si abbassa la percentuale di quelli che intendono aumentare la manodopera nei prossimi tre mesi [F.7 e F.8]. Tra i ristoratori ticinesi si osserva invece un aumento di coloro che giudicano eccessivi i livelli di impiego, ma le previsioni risultano più incerte, la maggior parte dei ristoranti prevede infatti che i livelli di occupazione rimarranno invariati [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 luglio 2021



F. 2
Volume di vendita nel prossimo trimestre rispetto all'anno precedente negli alberghi e ristoranti (in %), in Svizzera e in Ticino, da luglio 2021

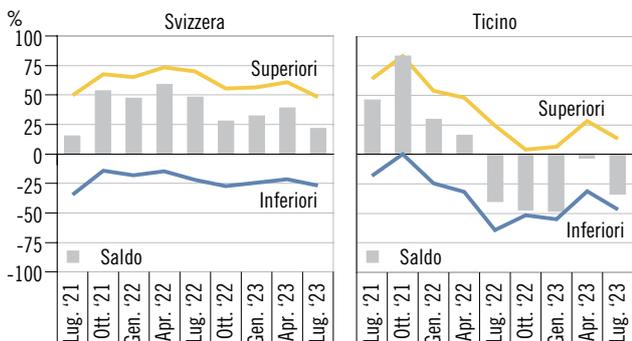


LE SENSAZIONI TORNANO NEGATIVE

Indagine congiunturale alberghi e ristoranti, Ticino, luglio 2023

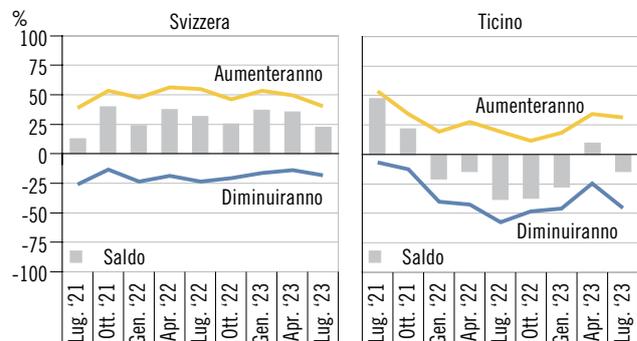
F. 3

Pernottamenti durante il trimestre precedente rispetto all'anno precedente negli alberghi (in %), in Svizzera e in Ticino, da luglio 2021



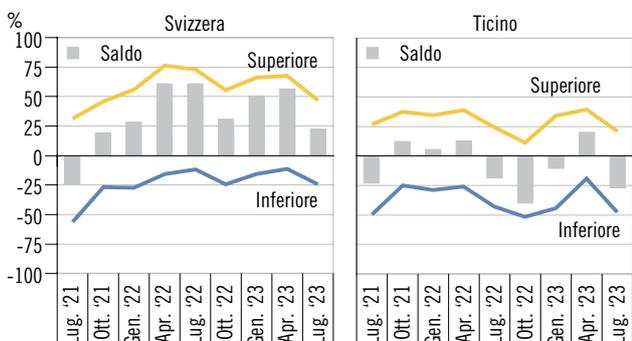
F. 4

Pernottamenti nel prossimo trimestre rispetto all'anno precedente negli alberghi (in %), in Svizzera e in Ticino, da luglio 2021



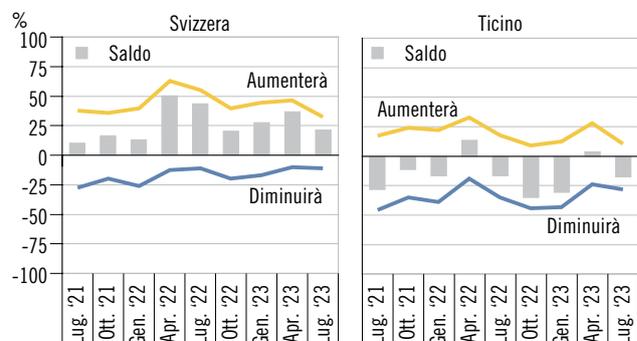
F. 5

Volume di vendita durante il trimestre precedente rispetto all'anno precedente nei ristoranti (in %), in Svizzera e in Ticino, da luglio 2021



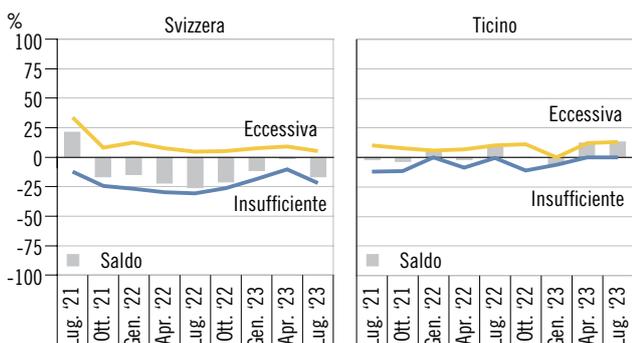
F. 6

Volume di vendita nel prossimo trimestre rispetto all'anno precedente nei ristoranti (in %), in Svizzera e in Ticino, da luglio 2021



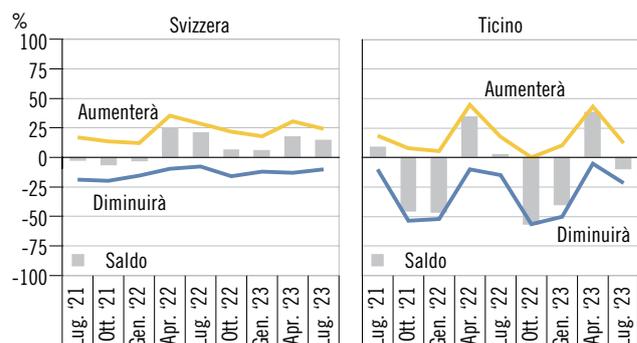
F. 7

Occupazione negli alberghi (in %), in Svizzera e in Ticino, da luglio 2021



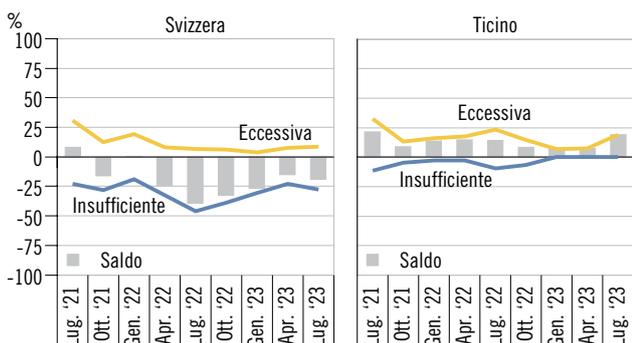
F. 8

Occupazione nei prossimi tre mesi negli alberghi (in %), in Svizzera e in Ticino, da luglio 2021



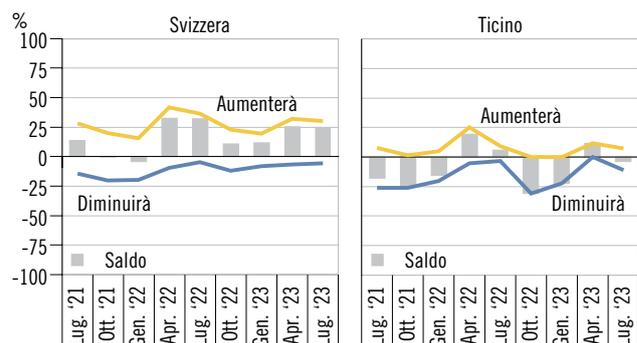
F. 9

Occupazione nei ristoranti (in %), in Svizzera e in Ticino, da luglio 2021



F. 10

Occupazione nei prossimi tre mesi nei ristoranti (in %), in Svizzera e in Ticino, da luglio 2021

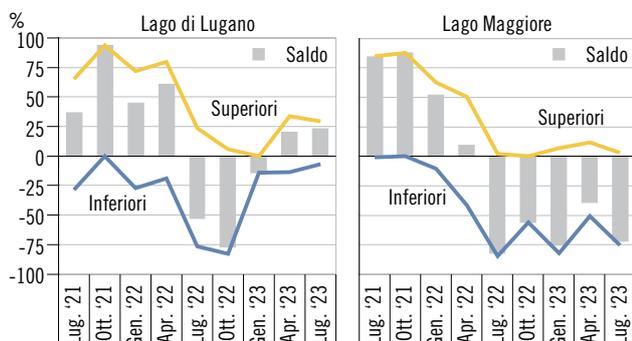


LE SENSAZIONI TORNANO NEGATIVE

Indagine congiunturale alberghi e ristoranti, Ticino, luglio 2023

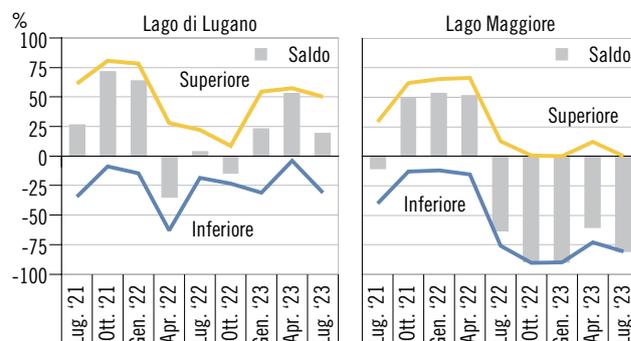
F. 11

Pernottamenti durante il trimestre precedente rispetto all'anno precedente negli alberghi (in %), secondo la zona turistica, da luglio 2021



F. 12

Volume di vendita durante il trimestre precedente rispetto all'anno precedente nei ristoranti (in %), secondo la zona turistica, da luglio 2021



T. 1

Saldo di alcuni indicatori negli alberghi e ristoranti (in %), in Ticino, da luglio 2021

	2021		2022				2023		
	Luglio	Ottobre	Gennaio	Aprile	Luglio	Ottobre	Gennaio	Aprile	Luglio
Volume di vendita									
Alberghi	45,9	83,2	29,5	16,3	-40,1	-47,5	-48,1	-3,0	-33,7
Ristoranti	-23,0	12,4	5,6	12,9	-18,6	-40,0	-10,4	19,7	-27,0
Volume di vendita, prossimo trimestre									
Alberghi	47,1	21,5	-20,9	-14,8	-38,5	-37,1	-27,4	9,5	-14,4
Ristoranti	-28,3	-11,1	-16,6	13,5	-16,8	-35,0	-30,7	4,0	-17,6
Occupazione									
Alberghi	-1,8	-3,5	5,9	-1,6	9,6	0,2	-6,0	12,2	13,3
Ristoranti	21,5	8,8	13,6	14,9	14,3	8,4	6,9	7,3	19,2
Occupazione, prossimi tre mesi									
Alberghi	8,9	-45,4	-46,4	34,5	2,9	-56,6	-39,7	38,5	-9,2
Ristoranti	-18,1	-24,4	-15,4	19,6	6,0	-30,9	-22,2	11,7	-4,1
Situazione degli affari									
Alberghi	54,4	77,1	31,8	6,8	19,0	16,3	17,7	19,4	17,5
Ristoranti	-27,5	-11,4	-33,7	-22,5	-4,0	-12,5	-13,0	0,7	-6,3
Situazione degli affari, prossimi sei mesi									
Alberghi	32,6	-32,4	-24,0	37,7	-8,1	-62,3	-19,6	23,4	-11,1
Ristoranti	16,0	-35,9	-11,8	27,0	9,8	-25,2	-2,8	18,5	5,2

LE SENSAZIONI TORNANO NEGATIVE

Indagine congiunturale alberghi e ristoranti, Ticino, luglio 2023

L'opinione

I dati relativi al secondo trimestre del 2023 confermano il calo che ci aspettavamo dopo alcuni anni eccezionali a causa dell'elevatissimo turismo interno durante la pandemia. Un calo per il momento meno accentuato del previsto e che, se da una parte mostra una contrazione dei pernottamenti alberghieri in confronto all'anno scorso (-3,2% nel primo semestre, ma in confronto al 2019 si tratta pur sempre di un aumento del 10,8%), dall'altra segna un risultato positivo per quanto riguarda gli arrivi (+1,4% nei primi sei mesi del 2023). Ciò significa che il numero di persone che raggiungono il Ticino è di poco superiore a quello dell'anno scorso, ma i visitatori rimangono meno notti in hotel oppure scelgono altre possibilità di alloggio. Si tratta di tendenze che an-

dranno monitorate e che sono anche da contestualizzare a livello internazionale. Si sente infatti la forza del franco forte, così come dell'inflazione e del conseguente minore potere d'acquisto del ceto medio. Al di là della situazione finanziaria, vi è inoltre la volontà degli svizzeri (nostro principale mercato) di tornare a viaggiare all'estero; i dati delle partenze dall'aeroporto di Zurigo lo dimostrano, basti pensare che quest'estate per la prima volta dal 2019 è stata superata la soglia di 100'000 viaggiatori giornalieri. La libertà degli spostamenti porta anche aspetti positivi per il nostro turismo, in particolare il ritorno degli ospiti provenienti dai mercati europei e da oltre oceano con dati che si stanno avvicinando – e in alcuni casi, come per gli USA, hanno anche superato – i livelli pre-Covid.



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