EU.R.E.S.
Ricerche Economiche e Sociali

Roma riparte… in sicurezza

Nuovi strumenti di comunicazione di impresa nel settore turistico-ricettivo per fronteggiare la pandemia

Iniziativa realizzata da Eures Ricerche Economiche e Sociali

con il contributo della CCIAA di Roma

Febbraio 2023

Indice

Introduzione 3

Sezione 1 - L'indagine campionaria.....8

1.1. Metodologia e caratteristiche delle imprese intervistate.....8

1.1.1 Le imprese prima dell'emergenza sanitaria.....10

1.2 L'emergenza sanitaria, lockdown e le misure per fronteggiarla.....16

1.2.1 Le imprese durante l'emergenza sanitaria: l'andamento del fatturato 16

1.2.2 Le misure adottate dalle imprese per i dipendenti, i clienti e gli ambienti.....28

1.2.3 I sostegni alle imprese 40

1.2 Prospettive e proiezioni future 45

Introduzione

La diffusione dell'epidemia di Covid-19 a livello globale a partire dal 2020 ha generato effetti dirompenti non solo a livello socio-sanitario, ma anche a livello economico-produttivo, condizionando fortemente le abitudini di vita e i modelli di consumo dei cittadini e comprimendo, in una misura mai registrata dopo la fine della seconda guerra mondiale, la capacità del nostro sistema di generare ricchezza e opportunità di lavoro e di scambio.

All'interno di un quadro fortemente drammatico – che ha visto l'Italia risultare uno dei paesi più colpiti dal contagio in termini di incidenza della mortalità per Covid-19 nella popolazione – alcuni settori hanno registrato un azzeramento pressoché totale dei propri spazi di mercato, sia per effetto diretto delle rigide misure restrittive adottate in Italia per contenere i contagi e successivamente nelle principali economie mondiali, sia per una drastica compressione degli spostamenti e dei contatti sociali: in questa prospettiva gli effetti di maggiore rilievo, anche per il loro perdurare ben al di là della fase del lockdown, hanno colpito l'intera filiera turistico-culturale e ricettiva nazionale e soprattutto estera, strutturalmente portatrice di una più elevata capacità di spesa, con evidenti ricadute anche su tutti quei servizi attivati dalla domanda turistica (dal commercio, alla mobilità, ai servizi di guida). Ciò vale in particolare misura per le cosiddette città d'arte, meta elettiva del turismo straniero e segnatamente per Roma, il cui tasso di internazionalizzazione della domanda si è sempre collocato ai vertici delle statistiche italiane.

Il settore turistico, infatti, dopo anni di crescita costante[1], nel 2020 ha subito un profondo arresto in tutta Europa (rilevazione Eurostat). In particolare in Italia, secondo i più recenti dati Istat, nel 2020 le presenze turistiche si sono più che dimezzate in tutti i comparti turistici rispetto all'anno precedente (-73,2%). Durante i mesi del lockdown (da marzo a maggio 2020), la variazione rispetto al 2019 è stata pari a -91%, ovvero meno 74 milioni di presenze turistiche di cui 43,4 milioni di clienti stranieri. Nonostante la lenta ripresa iniziata a giugno del 2020, tutt'oggi, dopo due anni di pandemia, non si sono raggiunti i livelli del 2019. Sebbene l'incremento del 40,3% di turisti stranieri nei primi nove mesi del 2021 rispetto al 2020 risulti incoraggiante, il flusso di turisti è ancora inferiore a quello pre-pandemico (-38,4%), soprattutto per quanto riguarda la componente estera (-56% presenze rispetto al -20,3% di quella locale). Per questa ragione, le criticità maggiori riguardano soprattutto il comparto alberghiero e quello

[1]"Il 2019, infatti, aveva fatto registrare un ulteriore record dei flussi turistici negli esercizi ricettivi italiani, con 131,4 milioni di arrivi e 436,7 milioni di presenze e una crescita, rispettivamente, del 2,6% e dell'1,8% in confronto con l'anno precedente. L'espansione dei flussi turistici sembrava confermata dalle prime evidenze dei dati di gennaio dell'anno 2020 (+5,5% gli arrivi e +3,3% le presenze di clienti negli esercizi ricettivi italiani rispetto allo stesso mese dell'anno precedente)" (Istat, 2020).

extra-alberghiero, in quanto caratterizzati da una clientela prevalentemente straniera. Coerentemente al quadro sopra descritto, anche il fatturato (destagionalizzato) delle attività dei servizi di alloggio e ristorazione resta inferiore a quello del 2019 e a quello delle imprese che svolgono altri servizi (-1,0%). Secondo recenti studi presentati da Federalberghi (2021) e da Intesa Sanpaolo e Srm (2021), il Lazio è la regione italiana che ha subito maggiormente le conseguenze della pandemia nel 2020, con un calo delle presenze turistiche del 75,9% rispetto all'anno precedente dovuta all'impossibilità della clientela straniera di recarsi presso le città d'arte. Approfondendo la situazione relativa alla sola area metropolitana di Roma, dove la filiera turistico-ricettiva costituisce un pilastro portante del sistema economico (con oltre 24.000 imprese e più di 123.000 addetti), la crisi indotta dalla pandemia presenta effetti ancora più dirompenti: i dati Istat 2021 in riferimento all'anno 2020 evidenziano infatti una drastica contrazione della domanda turistica, pari al 77,1% per gli arrivi e al 78,1% per le presenze turistiche rispetto al 2019. Anche per la Capitale sono soprattutto gli arrivi e le presenze di turisti stranieri a subire la flessione maggiore (-85,9% e -86,6%), sia per le strutture ricettive alberghiere che extra-alberghiere, equivalente a una perdita in valori assoluti di 20.292.434 presenze rispetto all'anno precedente.

Tabella 1- Arrivi e presenze turistiche per tipologia di impresa e residenza dei turisti in provincia di Roma nell'anno 2019 e 2020. *Valori assoluti e variazioni in percentuali*

TOTALE						
	2019		**2020**		**Var.% 20/19**	
	Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Es. ricettivi	11.416.314	34.406.111	2.613.651	7.535.697	-77,1	-78,1
Alberghi	9.238.355	24.484.213	2.116.986	5.429.325	-77,1	-77,8
Complementari	2.177.959	9.921.898	496.665	2.106.372	-77,2	-78,8
TURISTI ITALIANI						
	2019		**2020**		**Var.% 20/19**	
	Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Es. ricettivi	3.584.450	10.963.218	1.506.849	4.385.238	-58,0	-60,0
Alberghi	2.914.906	7.396.548	1.234.164	3.141.491	-57,7	-57,5
Complementari	669.544	3.566.670	272.685	1.243.747	-59,3	-65,1
TURISTI STRANIERI						
	2019		**2020**		**Var.% 20/19**	
	Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Es. ricettivi	7.831.864	23.442.893	1.106.802	3.150.459	-85,9	-86,6
Alberghi	6.323.449	17.087.665	882.822	2.287.834	-86,0	-86,6
Complementari	1.508.415	6.355.228	223.980	862.625	-85,2	-86,4

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali su dati Istat

I risultati delle indagini Istat sulla recente e lenta ripresa hanno sicuramente dato prova di quanto la produzione su larga scala di strumenti diagnostici rapidi e, soprattutto, l'aumento della copertura vaccinale, restituendo progressivamente spazi crescenti di

"normalità" nelle abitudini di vita, di consumo dei cittadini e dei fornitori di servizi, abbiano inciso sulla propensione al viaggio dei turisti sia stranieri che italiani, propensione che aveva raggiunto i minimi storici durante il 2020 (Confturismo- SWG). Nonostante l'importanza dei sostegni economici alle imprese forniti dalle istituzioni per far fronte alla crisi economica conseguente la pandemia, e il massiccio ricorso da parte delle imprese ai diversi strumenti di gestione del personale, come la Cassa Integrazione Guadagni (Cig) e i fondi di solidarietà, il livello di fatturato, così come il flusso turistico, risulta ancora di molto inferiore rispetto al periodo precedente la crisi sanitaria.

All'interno di tale scenario il progetto realizzato con la collaborazione della Camera di Commercio di Roma ha avuto l'obiettivo di conoscere di misurare gli effetti della crisi dovuta alla pandemia, attraverso la testimonianze diretta di oltre 300 imprese localizzate nell'area metropolitana di Roma afferenti ai settori più colpiti dalla crisi (strutture ricettive e ristorative), ma anche di rilevare l'efficacia di eventuali aiuti e sostegni ricevuti dal Governo e di individuare i fattori che ancora rallentano la ripresa, sostenendo il recupero del "capitale fiduciario" tra consumatori e imprese e tra imprese e istituzioni.

L'iniziativa di ricerca *"Roma riparte… in sicurezza"* ha quindi fatto ricorso in maniera sinergica e integrata agli strumenti della ricerca quali-quantitativa, a quelli della formazione/informazione e a quelli della consulenza alla comunicazione/immagine delle imprese turistico-ricettive di Roma, allo scopo di fornire al sistema delle imprese del settore una strumentazione idonea a ricostruire un rapporto di fiducia con la vastissima domanda turistica effettiva e potenziale che queste sono in grado di generare.

Oltre alla fase conoscitiva (realizzata attraverso l'indagine campionaria di seguito analizzata), la ricerca ha previsto un'attività operativa di informazione e consulenza alla comunicazione d'impresa tra 100 esercizi turistico-ricettivi (selezionati tra gli oltre 300 che hanno partecipato all'indagine campionaria, sulla base della tipologia di attività, della collocazione territoriale e dell'interesse dimostrato all'iniziativa). Tale campagna di comunicazione e informazione, preceduta da un confronto con l'impresa sul corretto adempimento delle misure richieste per garantire la sicurezza dei lavoratori e dei clienti, ha previsto la messa a disposizione di una serie di strumenti (che hanno riguardato sia la comunicazione digitale, sia la comunicazione degli operatori del settore ai clienti) finalizzati a ricostruire un rapporto fiduciario con i turisti fondamentale per il rilancio del settore, rafforzando l'empatia, la vicinanza, l'offerta di servizi e la capacità di rassicurazione espressa dalle strutture turistico-ricettive verso il cliente, riducendo le sue possibili preoccupazioni sui rischi sanitari legati all'esperienza turistica e migliorando contestualmente la qualità della sua permanenza a Roma.

A tale scopo l'iniziativa di ricerca ha previsto le seguenti attività:

- Realizzazione del logo dell'iniziativa "***Roma riparte… in sicurezza***", finalizzato a trasmettere immediatamente un messaggio di "ripartenza", attraverso un'immagine comprensibile ed efficace. Il logo è stato veicolato attraverso la rete, i siti internet delle imprese turistico ricettive che hanno partecipato al progetto; e attraverso tutto il materiale formativo e informativo distribuito ai turisti.

- Realizzazione e distribuzione presso gli esercizi turistico-ricettivi aderenti di 5.000 opuscoli (in lingua italiana, inglese e spagnola) ai turisti ospiti delle strutture turistico-ricettive per orientarli alla fruizione "sicura" della città, contenente gli indirizzi utili relativi a presidi sanitari (Asl, centri vaccinali, drive-in; centri privati che realizzano i tamponi…), normative, DPCM, prescrizioni e misure di contenimento e prevenzione adottate a livello nazionale e regionale.

- Gli opuscolo contenevano inoltre l'indicazione di un numero di cellulare operativo per 400 ore (tutti i giorni della settimana durante i mesi di più alta affluenza turistica) su cui è stato attivato un help desk multilingue, destinato ai turisti ospiti delle strutture turistico-ricettive, per fornire informazioni utili alla gestione di dubbi/eventuali problematiche legate al covid (norme sanitarie, quarantene, dpcm in corso, centri pubblici e privati per realizzare un tampone, centri vaccinali, presidi ospedalieri, numeri di emergenza, luoghi turistici aperti al pubblico ed eventuali prescrizioni correlate…).

- Realizzazione e distribuzione presso gli esercizi turistico-ricettivi aderenti di 10.000 Kit sanitari ai turisti ospiti delle strutture turistico-ricettive, contenenti una mascherina e una salvietta igienizzante e riportanti il logo del progetto e della CCIAA. I kit, distribuiti dagli operatori ai loro clienti, hanno avuto l'obiettivo di incrementare ulteriormente la fiducia tra operatori e turisti, legando l'esperienza turistica a Roma alla percezione di sicurezza e di attenzione da parte delle strutture turistico-ricettive;

- Realizzazione e distribuzione presso gli esercizi turistico-ricettivi aderenti di 100 vetrofanie con il logo dell'iniziativa ***"Roma riparte… in sicurezza"*** che hanno veicolato immediatamente all'esterno un messaggio di sicurezza, di rispetto delle regole e di attenzione al cliente e di 100 poster (affissi all'interno dei locali) finalizzati a descrivere ai clienti, in maniera sintetica e visivamente efficace, le misure e i protocolli di sicurezza anti-covid adottati dall'impresa

Sezione 1 - L'indagine campionaria

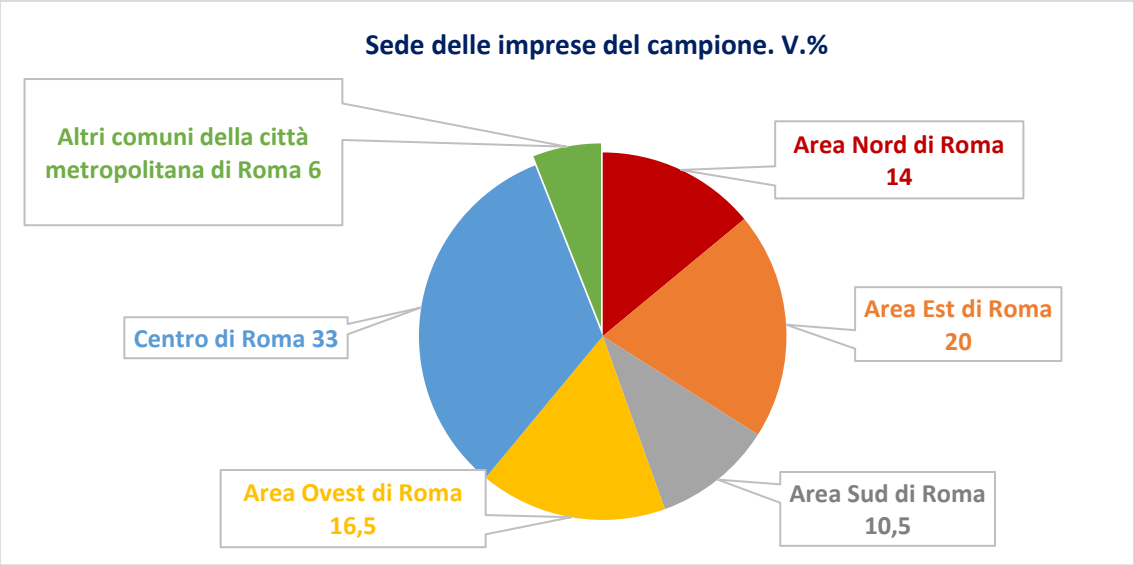
1.1. Metodologia e caratteristiche delle imprese intervistate

La prima fase conoscitiva del progetto, i cui risultati sono illustrati in questo capitolo, è stata realizzata attraverso una indagine campionaria che ha coinvolto oltre 300 imprese turistico-ricettive, finalizzata alla rilevazione delle criticità e della domanda degli operatori delle strutture turistico ricettive in relazione alla gestione della pandemia e alla ripresa dell'attività. La rilevazione dei dati è stata effettuata somministrando un questionario semi-strutturato ad un campione di 302 imprese turistico ricettive localizzate principalmente nel comune di Roma e parzialmente negli altri comuni dell'area metropolitana. In particolare, coerentemente alla maggiore concentrazione di esercizi turistici nel centro della città, la prevalenza delle interviste è stata realizzata nell'area del comune di Roma, all'interno del suo "centro storico" (94 imprese, pari al 33%); seguono le strutture collocate nell'area Nord-Est del comune di Roma (57 attività, pari al 20%) e nell'area Ovest della città (dove state intervistate 47 imprese, pari al 16,5%). 40 imprese sono localizzate nel quadrante settentrionale della città (pari al 14%) e 30 (il 10,5%) in quello meridionale. Infine il 6% delle imprese del settore turistico-ricettivo (17 in valori assoluti) sono localizzate in altri comuni della Città metropolitana di Roma; in particolare ad Albano Laziale, Anguillara Sabazia, Campagnano di Roma, Castel Gandolfo, Castelnuovo di Porto, Cave, Cesano, Formello, Frascati, Passoscuro, Sacrofano e Velletri.

Tabella 2- Localizzazione geografica delle imprese. *Valori assoluti, valori percentuali e percentuali valide*

	V.A.	Valori %	% Valide
Comune di Roma, area nord	40	13,2	14,0
Comune di Roma, area est	57	18,9	20,0
Comune di Roma, area sud	30	9,9	10,5
Comune di Roma, area ovest	47	15,6	16,5
Comune di Roma, centro storico	94	31,1	33,0
Altri comuni della città metropolitana di Roma	17	5,6	6,0
Informazione mancante	*17*	*5,6*	-
Totale	302	100,0	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



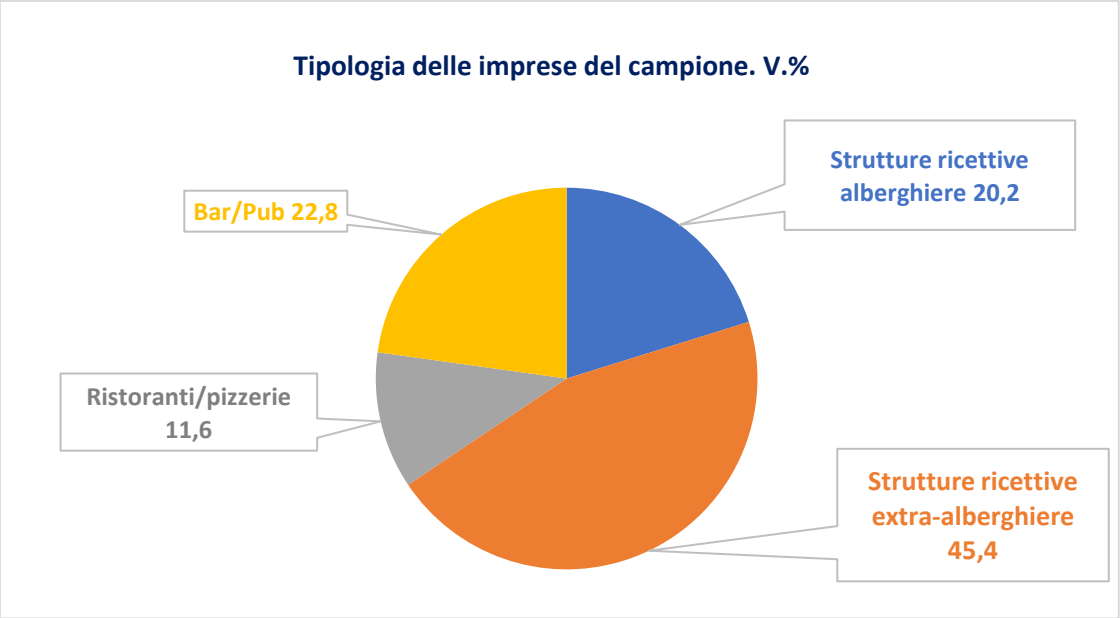
Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Per quanto riguarda la tipologia di impresa, il campione delle 302 strutture intervistate è stato disaggregato in quattro macro aree corrispondenti a: strutture ricettive alberghiere - alberghi da 1 a 5 stelle lusso e motel – (61 attività, pari al 20,2%); strutture ricettive extra-alberghiere, ovvero strutture ricettive che offrono servizi di alloggio e prima colazione per un numero limitato di camere e/o posti letto, quali Bed & Breakfast, case vacanza, esercizi di affittacamere o guesthouse, ostelli, residence, camping e alloggi privati in affitto (137 imprese, pari al 45,4%); ristoranti e pizzerie (35 attività, pari all'11,6%); bar e pub (69 attività, pari al 22,8%).

Tabella 3- Tipologia di imprese. *Valori assoluti, valori percentuali*

	V.A.	Valori %
Strutture ricettive alberghiere	61	20,2
Strutture ricettive extra-alberghiere	137	45,4
Ristoranti/pizzerie	35	11,6
Bar/Pub	69	22,8
Totale	302	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Approfondendo la localizzazione delle strutture intervistate in base alla tipologia, emerge come le strutture alberghiere ed extra-alberghiere, in natura del servizio che offrono e del target a cui sono rivolte, sono situate prevalentemente nel centro storico (rispettivamente il 50,9% e il 32,6%) e nell'area Ovest, in prossimità del Vaticano (15,8% e 23,7%), mentre ristoranti, pizzerie, pub e bar registrano una presenza più rilevante nel quadrante orientale (48,4% e 38,7%) e meridionale (19,4% e 12,9%) della città.

Tabella 4- Tipologia di impresa per distribuzione geografica. *Valori assoluti e valori % (validi)*

	Strutture alberghiere		Strutture extra-alberghiere		Ristoranti/ pizzerie		Bar/Pub	
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%
Area Nord	9	15,8	19	14,1	2	6,5	10	16,1
Area Est	3	5,3	15	11,1	15	48,4	24	38,7
Area Sud	3	5,3	13	9,6	6	19,4	8	12,9
Area Ovest	9	15,8	32	23,7	4	12,9	2	3,2
Roma Centro	29	**50,9**	44	32,6	3	9,7	18	29
Altri comuni	4	7,0	12	8,9	1	3,2	--	--
Totale	61	100,0	137	100,0	35	100,0	69	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

1.1.1 Le imprese prima dell'emergenza sanitaria

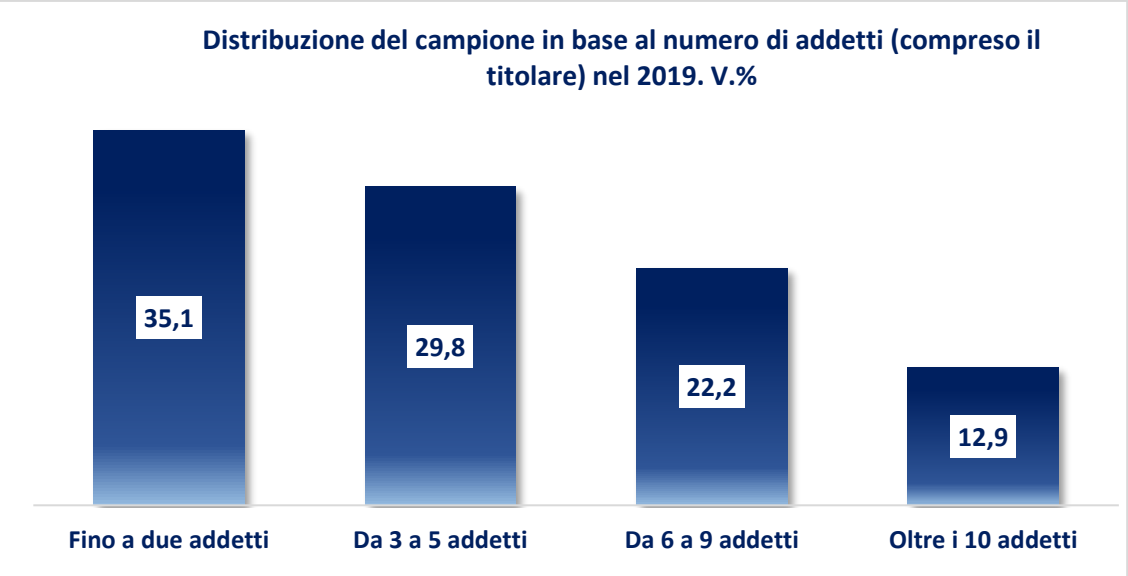
Approfondendo alcune caratteristiche strutturali del campione, il questionario ha rilevato la situazione delle imprese prima della pandemia (quindi con riferimento all'anno 2019) al fine di rilevare le eventuali modificazioni intervenute negli anni successivi (e strettamente connessi alla situazione pandemica). Analizzando quindi i dati

relativi al numero degli addetti, ad eccezione delle strutture alberghiere e dei ristoranti/pizzerie, che spesso richiedono uno staff più articolato e composito, un'ampia maggioranza delle imprese intervistate è costituita da microimprese, con 1 o 2 addetti (nel 35,5% dei casi) o con 3-5 addetti (30,4% dei casi). Soltanto un terzo del campione registra un numero di addetti superiore alle 5 unità: il 22,2% conta infatti da 6 a 9 addetti e il 12,9% delle imprese ha uno staff composto da 10 o più addetti (categoria, questa, molto eterogenea, che registra la presenza di impresa con 10 addetti, 30, 40, 50 e una di 220 unità).

Tabella 5 - Distribuzione delle imprese intervistate in base al numero di addetti non stagionali nel 2019 (compreso il titolare). *Valori assoluti, valori percentuali e percentuali valide*

	V.A.	Valori %
Fino a due addetti	106	35,1
Da 3 a 5 addetti	90	29,8
Da 6 a 9 addetti	67	22,2
Oltre i 10 addetti	39	12,9
Totale	302	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

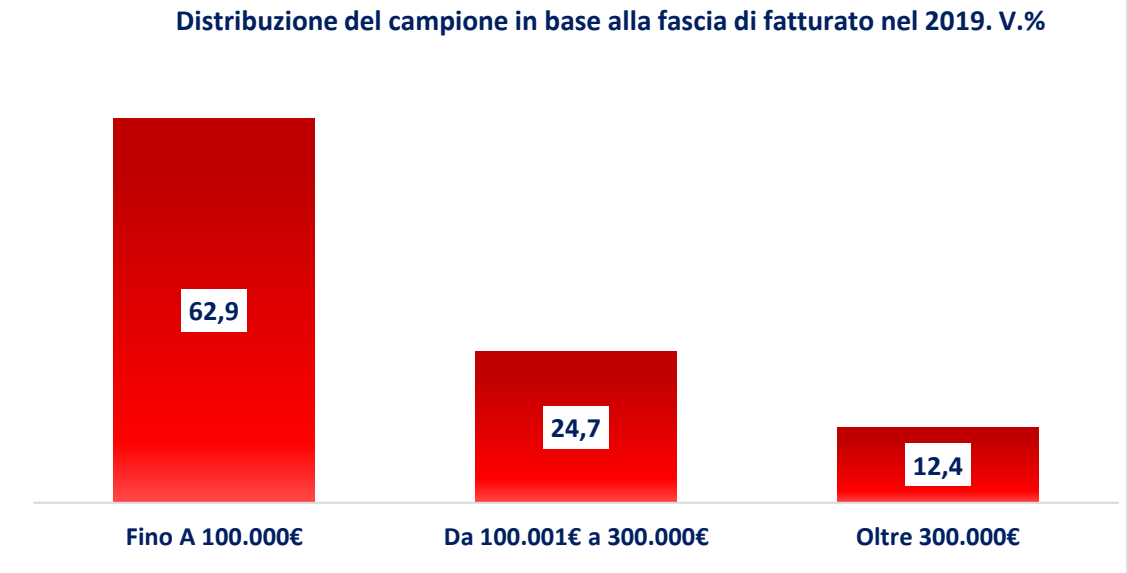
Sono le strutture extra-alberghiere a registrare il numero più basso di addetti, che mediamente non arriva a 3 unità (compreso il titolare); seguono i bar/pub, con una media di 6,9 addetti; i ristoranti e le pizzerie (7,9 addetti) e gli alberghi (che registrano mediamente 11,3 addetti).

Tabella 6- Numero di addetti per tipologia di impresa. *Valori % (valide)*

	Fino a due	Da 3 a 5	Da 6 a 9	Oltre i 10	*N. medio addetti*
Str. Alberghiere	21,3	24,6	21,3	32,8	*11,3*
Str. Extra- alberghiere	60,6	32,1	5,1	2,2	*2,9*
Ristoranti/pizzerie	2,9	42,9	25,7	28,6	*7,9*
Bar/pub	13	23,2	55,1	8,7	*6,9*
Totale	**35,1**	**29,8**	**22,2**	**12,9**	***6,1***

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Coerentemente alla prevalente presenza di micro-imprese, un'ampia maggioranza del campione dichiara un fatturato (nel 2019) inferiore ai 100 mila euro (173 imprese, pari al 62,9%). Circa un quarto del campione si colloca nella fascia di 100-300 mila euro, mentre poco più di una impresa su 10 (il 12,4%) registra un fatturato superiore ai 300 mila euro.



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Tabella 7- Distribuzione delle imprese intervistate in base alla fascia di fatturato del 2019. *Valori assoluti, valori percentuali e percentuali valide*

	V.A.	Valori %	% Valide
Fino A 100.000€	173	57,3	62,9
Da 100.001€ a 300.000€	68	22,5	24,7
Oltre 300.001€	34	11,3	12,4
Informazione non disponibile	27	8,9	-
Totale	302	100,0	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Come anticipato, il fatturato risulta prevedibilmente strettamente correlato alla dimensione di impresa, attestandosi al valore più basso tra le micro-imprese, salendo al

valore intermedio (tra i 100 e i 300 mila euro) tra le strutture con una media di 6,9 addetti e superando i 300 mila euro tra quelle che presentano una media di 18,6 addetti. Coerentemente, sono dunque le strutture alberghiere a collocarsi in circa la metà dei casi (il 47,9%) nella fascia più alta di fatturato, a fronte di un marginale 2,4% rilevato tra le strutture extra-alberghiere, che invece nell'89% dei casi dichiarano un fatturato inferiore ai 100 mila euro. Nella fascia mediana (registrando un fatturato compreso tra i 100 e i 300 mila euro) si colloca infine la prevalenza dei ristoranti/pizzerie (51,5%) e dei bar/pub (49,3%).

Tabella 8- Tipologia di impresa per fasce di fatturato. *Valori % (valide)*

	Fino A 100.000€	1-300.000€	Oltre 300.001€
Str. alberghiere	37,5	14,6	47,9
Str. extra alberghiere	89,0	8,7	2,4
Ristoranti/pizzerie	33,3	51,5	15,2
Bar/pub	46,3	49,3	4,5
Totale	**62,9**	**24,7**	**12,4**
Media addetti	***3,2***	***6,9***	***18,6***

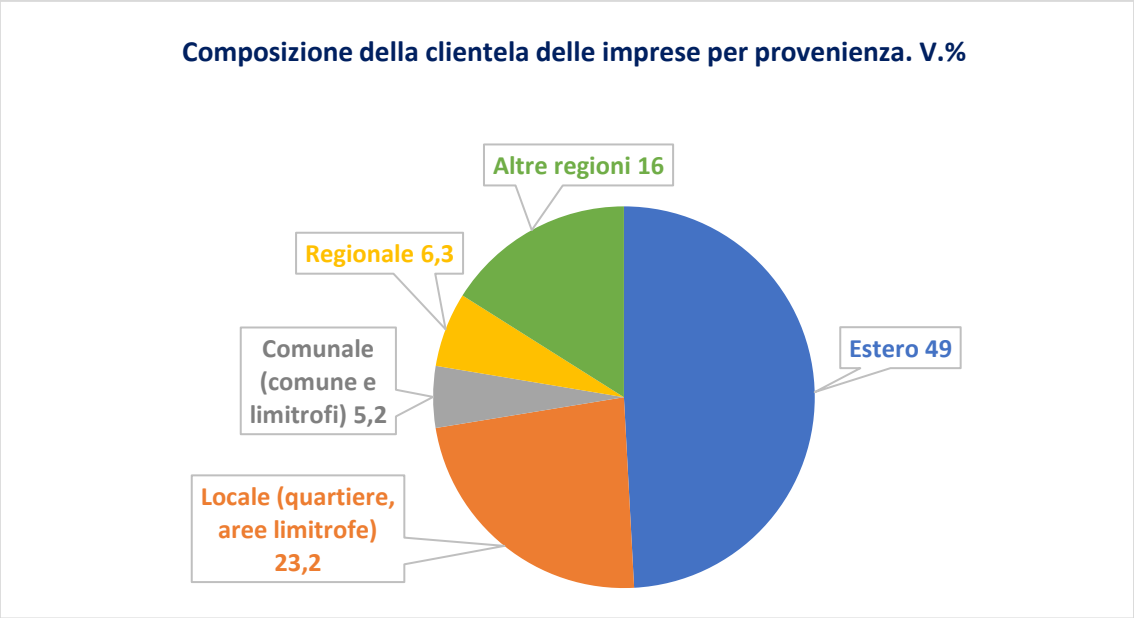
Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Per quanto riguarda la provenienza della clientela (prima dell'emergenza sanitaria), coerentemente alla forte capacità attrattiva della Capitale nei confronti del turismo straniero (tanto da registrare un indice di internazionalizzazione[2] pari al 68,1% nel 2019, ovvero uno dei valori più elevati in Italia), le strutture ricettive confermavano una prevalente provenienza straniera della propria clientela (pari al 63,2% per le strutture alberghiere e al 62,7% in quelle extra alberghiere). Fortemente distante appariva invece il dato relativo al turismo nazionale, ovvero quello proveniente da altre regioni (che rappresentava prima del COVID il 26,6% della clientela degli alberghi e il 19,6% di quella delle strutture complementari), dal Lazio (con percentuali pari al 5,9% e al 7,9%), o da comuni e territori limitrofi.

Sul fronte opposto, i ristoranti e le pizzerie e i bar e i pub si caratterizzavano per una clientela prettamente locale (con una incidenza pari rispettivamente al 52,5% e al 59,4%), anche se l'incidenza di una clientela internazionale non appariva trascurabile (attestandosi al 18,3% nei ristoranti/pizzerie e al 25,4% nei bar/pub, a conferma di quanto la presenza straniera apportasse un indubbio beneficio economico anche alle attività della ristorazione).

Complessivamente il campione intervistato presentava, prima del COVID, una clientela equamente divisa tra stranieri (49%) e italiani (51%); di questi il 16% proveniva da altre regioni; il 6,3% dal Lazio; il 5,2% da altri comuni e il 23,2% dal medesimo quartiere/zona in cui era localizzata l'attività.

[2] Incidenza delle presenze straniere sul totale.



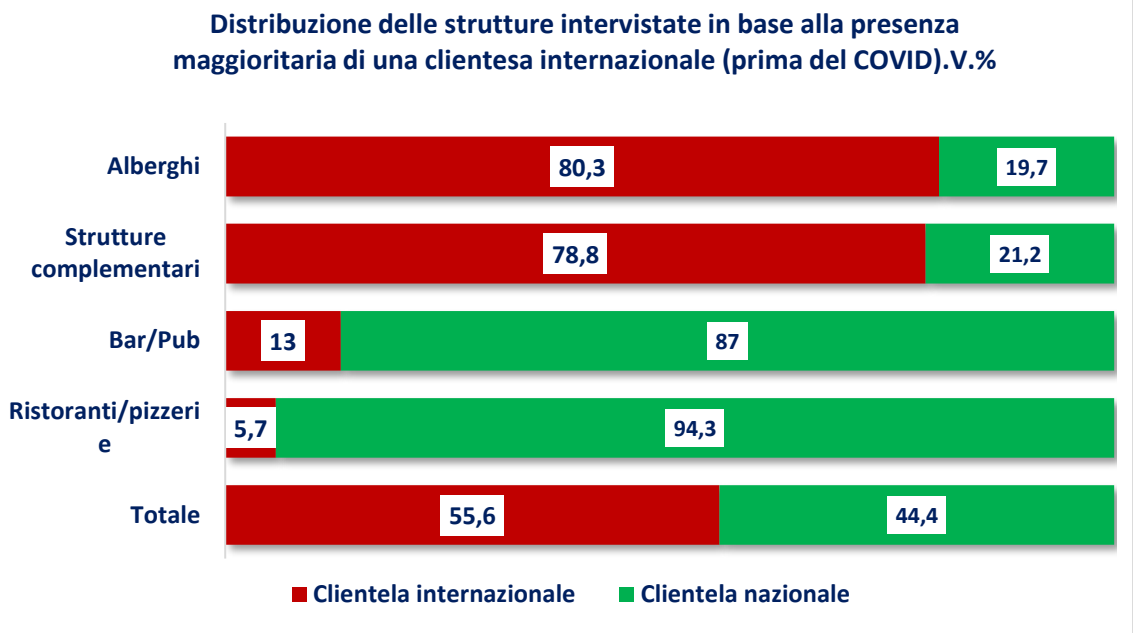
Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Tabella 9- Distribuzione della clientela per tipologia di impresa. *Valori medi percentuali*

	Locale	Comunale	Regionale	Altre regioni	Estero	Totale
Strutture ricettive alberghiere	3,7	1,0	5,7	26,6	63,1	100,0
Strutture extra-alberghiere	6,2	3,4	7,9	19,6	62,9	100,0
Ristoranti/pizzerie	52,5	14,1	5,9	9,1	18,4	100,0
Bar/Pub	59,4	8,1	3,9	3,2	25,4	100,0
Totale	23,2	5,3	6,3	16,1	49,1	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

A ulteriore dimostrazione della centralità del turismo internazionale per il comparto turistico della Capitale (e a conferma di come tale centralità abbia contribuito a aggravare gli effetti della crisi legata al COVID), ben il 55,6% delle imprese intervistate ha dichiarato che – prima del COVID – la clientela era costituita in misura maggioritaria da stranieri. Tale condizione interessa la quasi totalità degli alberghi (l'80,3%) e delle strutture complementari (il 78,8%), risultando invece marginale nei bar/pub (il 13%) e soprattutto nei ristoranti e pizzerie, dove soltanto il 5,7% dei gestori ha dichiarato che la clientela era rappresentata per oltre il 50% da avventori provenienti dall'estero. Peraltro, l'afflusso della clientela straniera, rappresentando un segmento di clientela "ricco", contribuisce in misura significativa a sostenere l'economia del territorio. Infatti, nel periodo che precede la pandemia il settore turistico italiano stava vivendo una forte crescita economica, proporzionalmente all'aumento di turisti stranieri.



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

1.2 L'emergenza sanitaria, lockdown e le misure per fronteggiarla

1.2.1 Le imprese durante l'emergenza sanitaria: l'andamento del fatturato

Uno degli obiettivi del progetto è stato quello di analizzare l'impatto che l'emergenza sanitaria in corso ha avuto, e continua ad avere, sulle attività economiche del comparto turistico-ricettivo. A tal fine è risultato fondamentale rilevare innanzitutto l'andamento del fatturato prima del Covid (nel 2019), confrontandolo con quello rilevato dal 2020, anno in cui, a partire dalla dichiarazione dell'OMS del 31 gennaio di emergenza sanitaria globale, sono state adottate le più stringenti misure di contenimento del virus Sars-Cov2, fino alla temporanea chiusura di tutte le attività produttive e commerciali non essenziali. Coerentemente con i dati Istat sul fatturato dei servizi nel 2019 e sulla crescita del settore turistico, durante l'anno che precede la crisi pandemica il 58,8% delle imprese intervistate registrava un aumento del fatturato e il 34,6% un andamento stabile, mentre solo il 6,6% delle imprese denunciava una flessione ancor prima della pandemia.

Tabella 10- Dichiarazione degli intervistati sull'andamento del fatturato nel 2019.
Valori assoluti, percentuali e % valide

2019	V.A.	Valori %	% valide
In aumento	177	58,6	**58,8**
Stabile	104	34,4	34,6
In flessione	20	6,6	6,6
Informazione mancante	1	0,3	-
Totale	302	100,0	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Disaggregando i dati relativi all'andamento del fatturato per tipologia di impresa, l'aumento del fatturato sembra interessare in misura leggermente superiore i servizi di ristorazione (il 60% dei ristoranti e delle pizzerie e il 63,8% dei bar e pub), riguardando comunque anche un'ampia maggioranza delle strutture ricettive (55% degli alberghi e il 57,7% delle strutture extra alberghiere).
In ogni caso, appare particolarmente significativa l'assenza di strutture che dichiarano una "forte flessione" del fatturato prima della pandemia, a conferma di una situazione positiva o comunque stabile (così come dichiarato dal 36,7% degli alberghi, dal 38% delle strutture complementari, dal 28,6% dei ristoranti/pizzerie e dal 29% dei pub/bar), e solo in minima parte in leggera flessione (8,3% tra gli alberghi, 4,4% tra le strutture complementari, 11,4% tra ristoranti/pizzerie e 7,2% tra pub e bar).

Tabella 11- Andamento del fatturato nel 2019 per tipologia di impresa. *Valori percentuali valide*

2019	Strutture alberghiere	Strutture extra-alberghiere	Ristoranti/pizzerie	Bar/Pub
Forte aumento	16,7	19,0	22,9	26,1
Leggero aumento	38,3	38,7	37,1	37,7
Fatturato in aumento	55,0	57,7	60,0	63,8
Fatturato stabile	36,7	38,0	28,6	29,0
Leggera flessione	8,3	4,4	11,4	7,2
Forte flessione	-	-	-	-
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

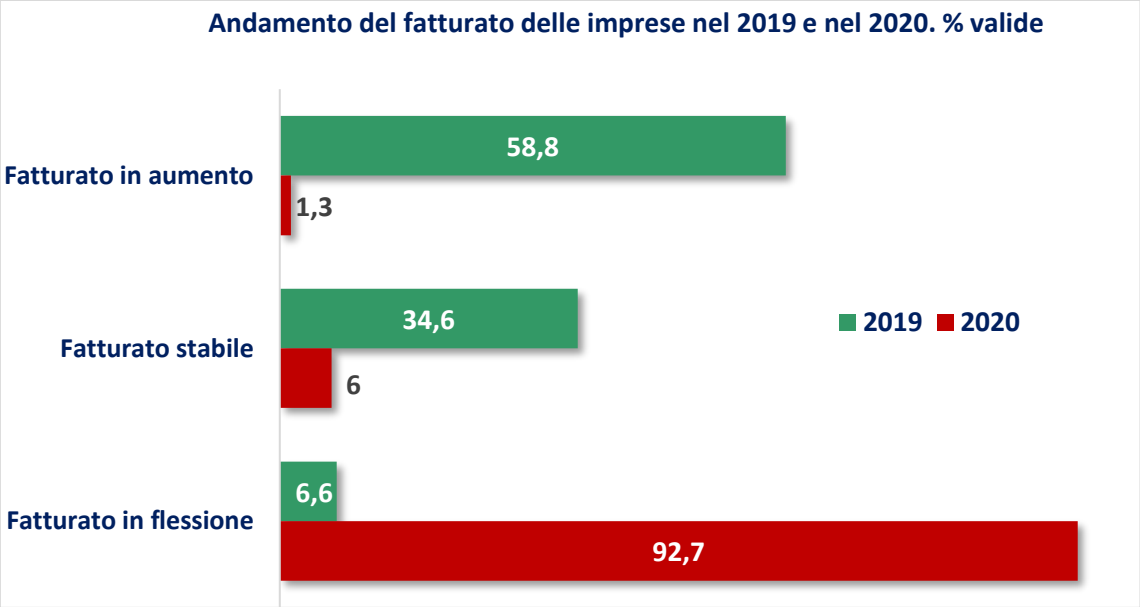
Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Il quadro economico sopra osservato risulta totalmente sconvolto dalla pandemia. Nel 2020 i valori del fatturato delle imprese del campione intervistato subiscono infatti un cambiamento radicale: soltanto un marginale 1,3% delle imprese intervistate (4 in valori assoluti) dichiara infatti un aumento del fatturato (a fronte del 58,8% nel 2019), e il 6% una situazione di stabilità (rispetto al 34,6% del 2019), mentre la quasi totalità delle imprese denuncia una flessione (92,7%).

Tabella 12- Dichiarazione degli intervistati sull'andamento del fatturato nel 2020. *Valori assoluti, percentuali e % valide*

2020	V.A.	Valori %	% valide
Fatturato in aumento	4	1,3	1,3
Stabile	18	6,0	6,0
Fatturato in flessione	279	92,4	**92,7**
Informazione mancante	1	0,3	-
Totale	302	100,0	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

La flessione del fatturato delle imprese del settore turistico ricettivo ha interessato in misura drammatica tutto il comparto, registrando tuttavia una maggiore criticità tra le strutture alberghiere e complementari, ovvero tra quelle che erano caratterizzate da una clientela prevalentemente straniera (che con il lockdown e la chiusura delle frontiere ha registrato un quasi totale azzeramento). Il 96,7% delle strutture alberghiere e il 92% di quelle complementari ha infatti registrato nel 2020 un fatturato in "forte flessione", mentre valori leggermente più contenuti, seppure fortemente negativi, riguardano i ristoranti e le pizzerie (con l'88,6% in flessione, il 6,6% stabile e il 2,9% in crescita).

Tabella 13- Andamento del fatturato nel 2020 per tipologia di imprese. *Valori percentuali (valide)*

2020	Strutture alberghiere	Strutture extra-alberghiere	Ristoranti/pizzerie	Bar/Pub
Fatturato in aumento	1,7	1,5	2,9	-
Stabile	1,7	6,6	8,6	7,2
Fatturato in flessione	**96,7**	92,0	88,6	92,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Coerentemente con quanto precedentemente sottolineato, la provenienza della clientela incide in misura significativa sull'andamento del fatturato delle imprese turistiche. Sono infatti le imprese la cui clientela proviene prevalentemente dall'estero a registrare in misura superiore un calo del fatturato nel 2020, passando dal 6% del 2019 al 95,8% del 2020 (+89,8 punti percentuali). Tuttavia, a conferma della generale crisi che ha colpito l'intero comparto, anche le imprese che si caratterizzavano per una clientela prevalentemente locale dichiarano di aver subito una flessione del fatturato nel 2020, passando tale indicazione dal 7,5% nel 2019 all'88,8% nel 2020 (+81,3 punti).

Tabella 14- Andamento del fatturato delle imprese nel 2019 e nel 2020 in base alla provenienza della clientela. *Valori percentuali*

	Clientela internazionale		Clientela locale/regionale	
	2019	2020	2019	2020
Fatturato in aumento	56,0	0,6	62,4	2,2
Stabile	38,1	3,6	30,1	9,0
Fatturato in flessione	6,0	95,8	7,5	88,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

A partire dalla distribuzione di un vaccino per prevenire le infezioni da Sars-Cov2 (fine di dicembre 2020) e, soprattutto, dall'approvazione del piano strategico nazionale dei vaccini con il decreto del 12 marzo 2021 mirato alla massimizzazione della copertura vaccinale sul territorio nazionale, è iniziata una lenta ripresa delle attività economiche e

del flusso turistico. Tuttavia anche il 2021 è stato un anno caratterizzato da una profonda instabilità, dovuta all'andamento fortemente altalenante dei contagi e delle relative misure di contenimento attuate dal Governo, che inevitabilmente hanno condizionato l'andamento economico soprattutto delle imprese che lavorano a contatto con il pubblico (e specificatamente delle strutture quelle turistico ricettive e della ristorazione). Se, infatti, le imprese interviste tra giugno e fine agosto 2021 (durante una fase di riapertura di tutte le attività produttive[3]), registravano un bilancio complessivamente positivo della propria attività nell'ultimo mese, quelle intervistate tra settembre del 2021 a gennaio 2022 (dall'adozione e obbligo del green pass, super green pass e ulteriori restrizioni dovute all'aumento dei contagi[4]) registravano una situazione decisamente più negativa.

In termini generali, nel 2021 la situazione economica delle imprese intervistate, in linea con i risultati su scala nazionale dell'Istat, risulta in miglioramento rispetto all'anno precedente, pur non registrando ancora valori del fatturato paragonabili a quelli pre-pandemici. Se infatti il 39,1% delle imprese evidenzia una sostanziale stabilità economica nell'ultimo mese, appare significativa la quota degli intervistati che sottolinea un andamento positivo (40,7%) rilevando una forte (8,6%) o moderata ripresa del bilancio (32,1%). Sul fronte opposto tuttavia ancora un'impresa su 5 (il 20,2%) appare in forte difficoltà, denunciando una flessione economica.

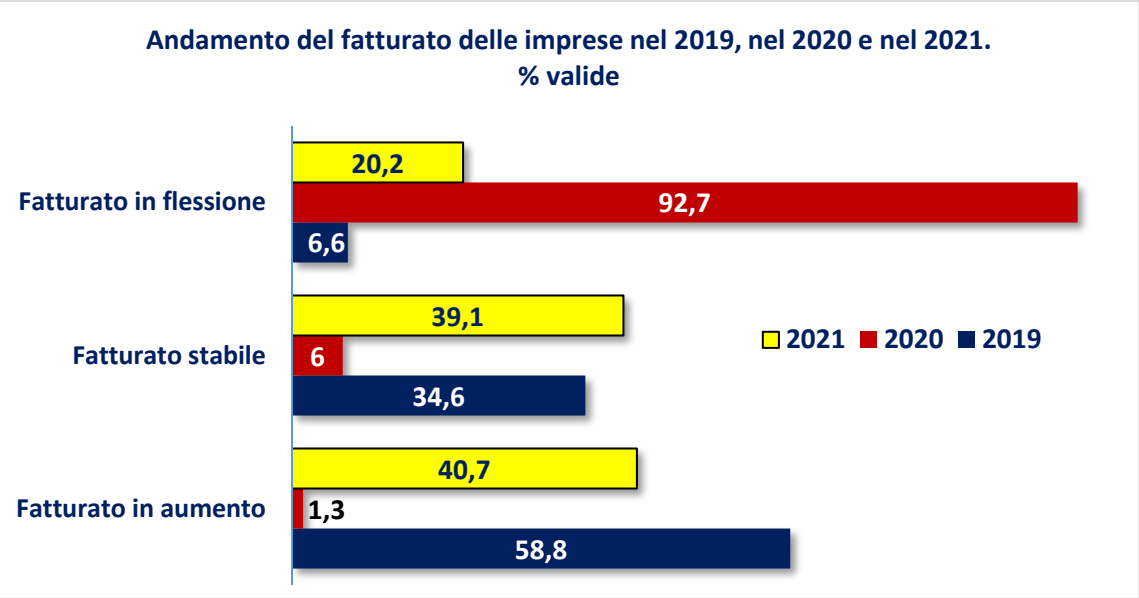
Tabella 15- Bilancio dell'ultimo mese (2021) delle imprese intervistate. *Valori assoluti e valori percentuali*

2021	V.A.	Valori %
Forte ripresa	26	8,6
Moderata ripresa	97	32,1
In ripresa (forte + moderata)	123	40,7
Stagnazione/stabilità	118	39,1
Prosegue la flessione	61	20,2
Totale	302	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

[3] È utile ricordate che il decreto-legge n. 52 del 22 aprile 2021 prevedeva l'organizzazione di un calendario di graduale allentamento delle misure di contenimento e l'ideazione di una certificazione verde COVID-19). A partire dal 26 aprile, iniziarono le aperture per i servizi di ristorazione all'aperto in zona gialla e a domicilio e da asporto in zona arancione. Mentre dal 1º giugno, ripresero anche le attività al chiuso. Con il decreto-legge del 18 maggio 2021 si ridusse l'orario del coprifuoco per poi essere totalmente abolito alla fine dello stesso mese. Dal 15 giugno il governo diede il consenso per lo svolgimento di feste e ricevimenti (con Green Pass). Dal 28 giugno è eliminato l'obbligo di mascherina all'aperto.

[4] Il decreto-legge n. 105 del 23 luglio 2021 prevedeva l'obbligatorietà del possesso del Green Pass a partire dal 6 agosto per accedere a diversi servizi come quelli di ristorazione e musei e altri luoghi di cultura. Con il decreto-legge n. 172 di novembre 2021 si differenzia la certificazione verde rilasciata a persone vaccinate o guarite ("super green pass") — valida per accedere a spettacoli, eventi sportivi, ristorazione al chiuso, feste, discoteche e cerimonie pubbliche — dalla certificazione verde seguente a tampone molecolare o rapido ("green pass base") — sufficiente solo per frequentare le restanti attività. L'obbligo di Super green Pass è stato poi esteso a molti settori compresi servizi di ristorazione, alberghi e mezzi di trasporto pubblici.



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Come premesso, il periodo di rilevazione dei dati risulta significativo nella lettura dei risultati: la ripresa economica è dichiarata infatti principalmente dalle imprese intervistate durante i mesi estivi (64,7%) ovvero il periodo dell'anno che, oltre a coincidere con l'allentamento delle misure restrittive e l'indebolimento sistematico del virus, registra storicamente l'afflusso turistico più ampio[5] (Istat, 2018, 2019). Tale valore scende invece al 37,7% tra le imprese intervistate tra settembre e gennaio 2022, tra le quali risulta più elevata la quota di quelle che registrano un momento di stabilità (41,4%, a fronte del 20,6% delle imprese intervistate nei mesi estivi) o di flessione (20,9% contro il 14,7%). In ogni caso, seppure con le differenze rilevate, appare evidente il lento recupero delle imprese e la contrazione dei casi in flessione rispetto a quanto registrato nell'anno 2020.

Tabella 16- Andamento del bilancio ultimo mese dichiarato e periodo di intervista. *Valori percentuali*

2021	Da giugno a fine agosto 2021 (riapertura)	Da settembre ad oggi (obbligo super green pass)
In ripresa	64,7	37,7
Stagnazione/stabilità	20,6	41,4
Prosegue la flessione	14,7	20,9

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

[5] Secondo i dati nazionali Istat, già prima della pandemia, ad agosto del 2019, nelle strutture ricettive si contavano 84.573.606 presenze tra turisti italiani e stranieri, più del doppio rispetto alle 31.059.622 presenze di maggio dello stesso anno, mese extra-estivo con il più alto numero di presenze turistiche. Il mese del 2019 con meno afflusso di turisti è novembre (15.308.653 turisti negli alloggi italiani).

Disaggregando i dati per la tipologia di impresa, il 2021 registra un andamento positivo soprattutto per le strutture alberghiere intervistate (che nel 54,1% dei casi rilevano una ripresa del fatturato). Più modesta sembra invece la ripresa di ristoranti/pizzerie (45,7%), bar e pub (42%) e soprattutto delle strutture extra-alberghiere, tra le quali meno di un terzo (il 32,8%) registra incrementi del fatturati, a fronte di un più consistente 38% che evidenzia una fase di stabilità/stagnazione e di un significativo 29,2% che denuncia ulteriori perdite (valore che si attesta al 16,4% tra gli alberghi, scendendo all'11,6% tra i bar e i pub e all'8,6% tra i ristoranti/pizzerie).

Tabella 17- Andamento del bilancio dell'ultimo mese (2021) delle imprese intervistate per tipologia di impresa. *Valori percentuali.*

2021	Strutture alberghiere	Strutture extra-alberghiere	Ristoranti/pizzerie	Bar/Pub
In ripresa	54,1	32,8	45,7	42,0
Stagnazione/stabilità	29,5	38,0	45,7	46,4
Prosegue la flessione	16,4	29,2	8,6	11,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Analizzando l'andamento del bilancio in base alla tipologia di clientela che caratterizza le imprese intervistate, sono soprattutto le imprese che ospitano una clientela locale/regionale a registrare una ripresa del fatturato (42,5%) a fronte di un valore leggermente più contenuto tra quelle caratterizzate da una clientela prevalentemente straniera (39,3%), che in un significativo 23,8% dei casi denunciano una situazione di perdurante crisi (a fronte del 15,7% manifestato dalle imprese con una clientela nazionale). Una situazione stabile si registra infine nel 36,9% delle imprese caratterizzate da una clientela straniera e dal 41,8% di quelli con una clientela prevalentemente italiana.

Tabella 18- Andamento del bilancio dell'ultimo mese delle imprese per tipologia di clientela. *Valori percentuali*

2021	Clientela Internazionale	Clientela Locale/regionale
In ripresa	39,3	42,5
Stagnazione/stabilità	36,9	41,8
Prosegue la flessione	23,8	15,7
Totale	100,0	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Anche in questo caso la discriminante nelle risposte sembra essere costituita dal periodo di rilevazione: l'incidenza di casi in ripresa (pari al 76,2%) aumenta notevolmente tra le attività a clientela internazionale intervistate durante la fase estiva del 2021, nel periodo di maggiori aperture e flusso turistico. Tra le imprese intervistate durante il periodo di ulteriori restrizioni aumentano i casi di stagnazione economica (41,4%) e i casi di

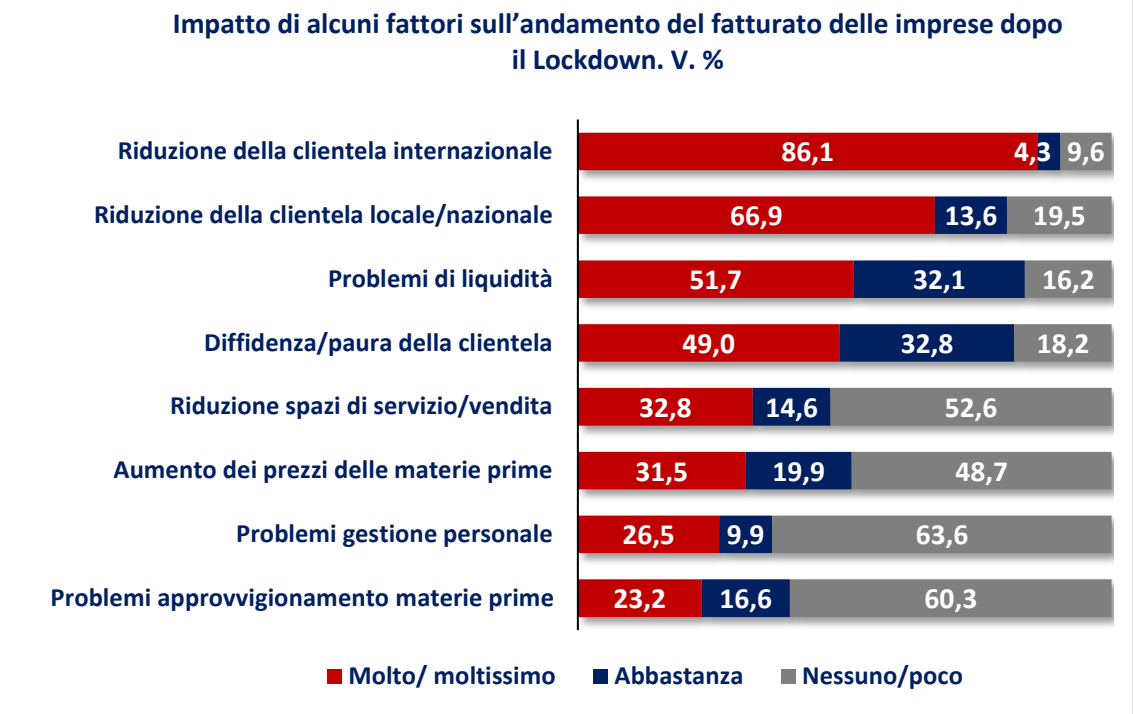
flessione (24,5%). La variabile temporale incide invece in misura nettamente inferiore sulle imprese a clientela prevalentemente locale, confermando la centralità dei mesi estivi per le imprese che ospitano turisti stranieri.

Tabella 19- Andamento del bilancio del 2021 per provenienza della clientela e periodo di rilevazione. *Valori percentuali*

	Clientela Internazionale		Clientela Regionale/locale	
	Da giugno a fine agosto 2021	Da sett. 2021 a gennaio 2022	Da giugno a fine agosto 2021	Da sett. 2021 a gennaio 2022
In ripresa	76,2	34,0	46,2	42,1
Stabilità	4,8	41,5	46,2	41,3
Flessione	19,0	24,5	7,7	16,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Per comprendere quale sia stato l'impatto di alcuni fattori legati all'emergenza sanitaria sull'andamento del fatturato delle imprese è stata utilizzata una scala Likert a 5 passi, con valori compresi tra 1 (= nessun impatto) e 5 (= moltissimo impatto).
Tra i fattori maggiormente impattanti sull'andamento del fatturato, al primo posto si colloca la riduzione della clientela internazionale (che ha inciso molto/moltissimo per l'86,1% delle imprese) e, secondariamente, la riduzione della clientela locale/nazionale (per il 66,9%).
Oltre la metà del campione (51,7%) considera, inoltre, il problema della liquidità uno dei fattori che ha inciso "molto o moltissimo" sull'andamento del fatturato, seguito dalla diffidenza della clientela dovuta alla paura del contagio (49%) che continua a rappresentare un fortissimo ostacolo alla ripresa. Un impatto meno dirompente è invece quello dovuto alla riduzione degli spazi destinati all'erogazione del servizio/vendita (che ha avuto un impatto "elevatissimo" sul fatturato per il 32,8% delle imprese, mentre ha inciso in misura poco o per niente rilevante per il 52,6%). Seguono l'aumento dei prezzi delle materie prime (che ha avuto un impatto molto elevato per il 31,5% delle imprese e "poco o per niente elevato" per il 48,7%); i problemi nella gestione/organizzazione del personale (significativi per il 26,5% a fronte del 63,6%) e i problemi di approvvigionamento delle materie prime (rilevato in misura "molto elevata" dal 23,2% delle imprese e in misura "poco o per niente elevata" dal 60,3%).



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Tabella 20- Livello impatto di alcuni fattori sull'andamento del fatturato delle imprese dopo il Lockdown. *Valori assoluti e percentuali*

	Molto/ moltissimo		Abbastanza		Nessuno/ poco		Tot.
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%	V.A.
Riduzione clientela internazionale	260	86,1	13	4,3	29	9,6	302
Riduzione clientela locale/nazionale	202	66,9	41	13,6	59	19,5	302
Problemi di liquidità	156	51,7	97	32,1	49	16,2	302
Diffidenza/paura da parte della clientela	148	49,0	99	32,8	55	18,2	302
Riduzione spazi destinati all'erogazione del servizio/vendita	99	32,8	44	14,6	159	52,6	302
Aumento dei prezzi delle materie prime	95	31,5	60	19,9	147	48,7	302
Problemi nella gestione/organizzazione del personale	80	26,5	30	9,9	192	63,6	302
Problemi di approvvigionamento delle materie prime	70	23,2	50	16,6	182	60,3	302

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Disaggregando i dati in base alla tipologia di impresa, la riduzione della clientela internazionale si conferma il fattore che maggiormente ha inciso sul bilancio delle strutture alberghiere (nel 95,1% dei casi) e su quello delle complementari (92% dei casi), risultando il principale fattore negativo indicato anche dai bar e pub (avendo inciso in misura molto elevata per il 75,4%).

Per i ristoranti e le pizzerie a pesare invece maggiormente sono stati la riduzione della clientela locale e nazionale e i problemi di liquidità (entrambi fattori che hanno inciso

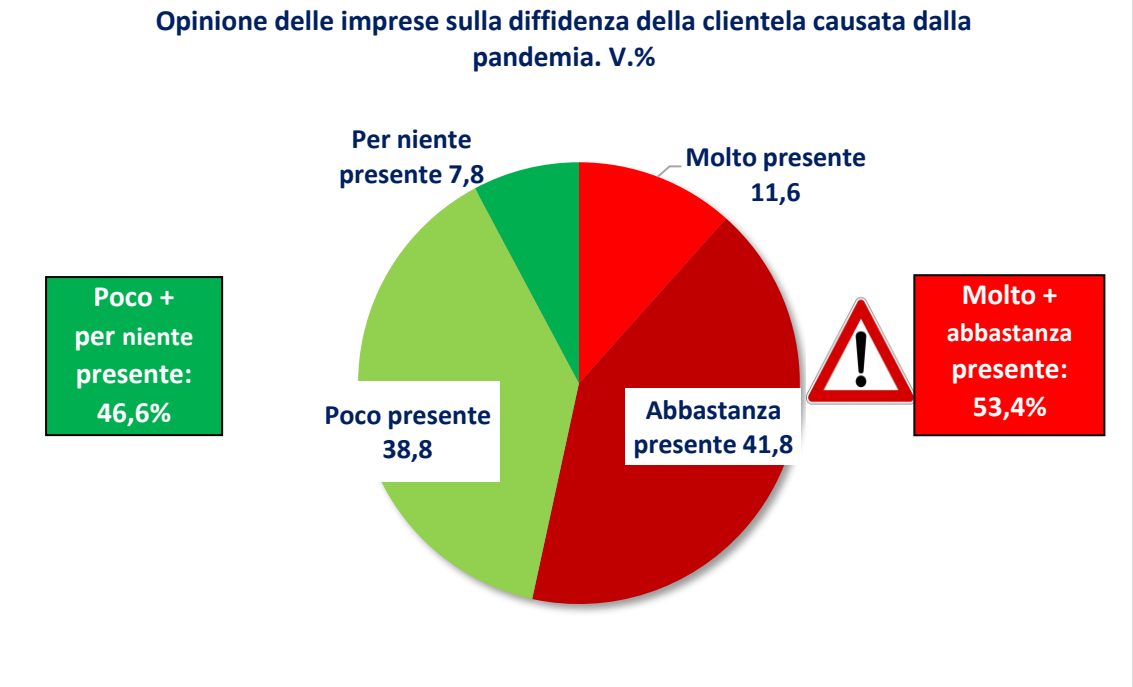
"moltissimo" per il 71,4% delle imprese di questo settore). Significativo è stato inoltre l'impatto della riduzione degli spazi destinati ai servizi e alla vendita soprattutto per i ristoranti/pizzerie (54,3%) e per i bar e pub (47,8%), così come l'aumento del costo delle materie prime (denunciato rispettivamente dal 48,6% e dal 49,3% degli intervistati, con uno scarto di oltre 20 punti percentuali sul campione delle imprese ricettive).
Anche la gestione e l'organizzazione del personale ha impattato molto negativamente soprattutto sulle imprese della ristorazione (nel 37,1% dei casi nei ristoranti/pizzerie e nel 34,8% nei pub e bar) rispetto a valori significativamente più contenuti nelle strutture alberghiere (26,2%) e complementari (19,7%).

Tabella 21- Fattori che hanno avuto un impatto "molto o moltissimo" elevato sull'andamento del fatturato delle imprese dopo il Lockdown in base alla tipologia. *Valori percentuali*

	Strutture alberghiere	Str. extra alberghiere	Ristoranti pizzerie	Bar/pub
Riduzione clientela internazionale	**95,1**	**92,0**	68,6	75,4
Riduzione clientela locale/nazionale	60,7	70,8	71,4	62,3
Problemi di liquidità	50,8	42,3	**71,4**	**60,9**
Diffidenza/paura della clientela	32,8	49,6	**60,0**	**56,5**
Riduzione spazi di servizio/vendita	23,0	24,1	**54,3**	**47,8**
Aumento prezzi delle materie prime	21,3	22,6	**48,6**	**49,3**
Problemi di gestione del personale	26,2	19,7	**37,1**	**34,8**
Problemi approvv. materie prime	13,1	21,2	**31,4**	**31,9**

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

La diffidenza e la paura della clientela, come precedentemente emerso, è considerato dagli intervistati uno dei principali fattori che hanno avuto un impatto molto negativo sull'andamento del fatturato. La paura di contrarre il Covid-19 uscendo dall'isolamento sociale e tornando alla normale vita relazionale, quindi fruendo dei servizi ricettivi e della ristorazione, risulta, secondo l'opinione di un'ampia maggioranza degli intervistati (53,4%) ancora radicata; in particolare il 41,8% ritiene che sia "abbastanza presente" e un significativo 11,6% ritiene che sia "molto presente".
Solo il 7,8% delle attività intervistate ritiene che questo sia un problema superato (definendolo "per niente" presente), mentre per il 38,8% la paura/diffidenza della clientela risulta "poco presente".



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Tabella 22- Opinione delle imprese sulla diffidenza della clientela causata dalla pandemia. *Valori assoluti, valori percentuali e percentuali valide*

	V.A.	Valori %	%Valide
Ancora molto presente	31	10,3	11,6
Abbastanza presente	112	37,1	41,8
Molto + abbastanza presente	*143*	*47,4*	*53,4*
Poco presente	104	34,4	38,8
Per niente presente	21	7,0	7,8
Poco + per niente presente	*125*	*41,4*	*46,6*
Non sa	34	11,3	-
Totale	302	100	100

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Disaggregando i dati in base alla tipologia di impresa turistico-ricettiva intervistata, a registrare le maggiori criticità sono gli esercizi complementari e i ristoranti e le pizzerie, secondo i quali la diffidenza dei clienti legata alla paura del contagio è ancora "molto o abbastanza presente" (rispettivamente nel 61,3% e nel 60,7% dei casi). Sul fronte opposto, un'ampia maggioranza delle strutture alberghiere (il 59%) e dei bar e pub (54,6%) ha una percezione molto diversa su questo argomento, dichiarando la diffidenza della clientela come "poco o per niente presente".

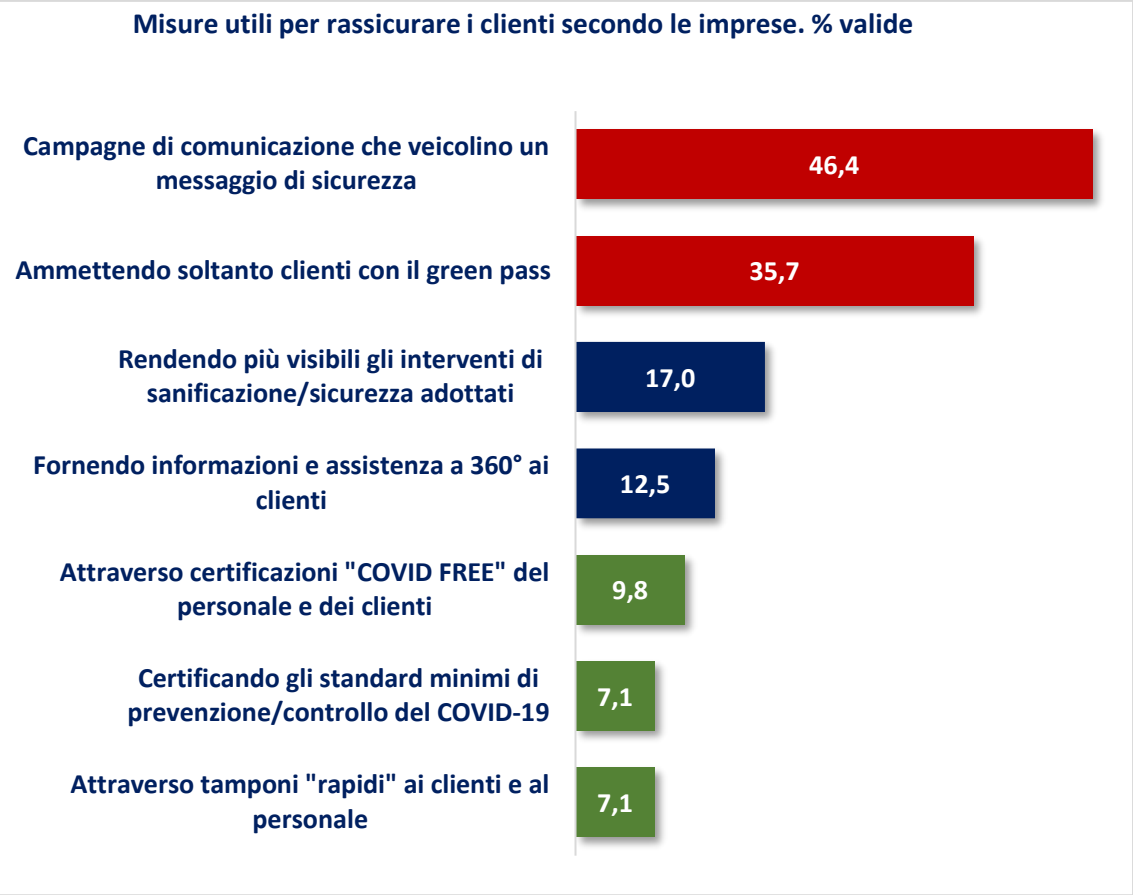
Tabella 23- Opinione delle imprese sull'atteggiamento di diffidenza/paura della clientela per comparto turistico *(percentuali valide)*

	Molto presente	**Abbastanza presente**	***Molto+ abbastanza***	**Poco presente**	**Per niente presente**	***Poco + per niente***
Alberghi	11,5	29,5	*41,0*	47,5	11,5	***59,0***
Complementari	10,5	50,8	***61,3***	31,5	7,3	*38,8*
Ristoranti/pizzerie	10,7	50,0	***60,7***	32,1	7,1	*39,2*
Bar/Pub	14,5	30,9	*45,4*	49,1	5,5	*54,6*

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Agli intervistati che hanno rilevato la persistenza di un atteggiamento di diffidenza e/o paura da parte della clientela è stato chiesto di indicare quale misura ritenessero maggiormente utile per superarle. Il principale intervento individuato dal 46,4% degli intervistati riguarda la realizzazione di campagne di comunicazione capaci di veicolare un messaggio di sicurezza, al fine di rassicurare la clientela e motivarla a riprendere una normale fruizione dei servizi turistici e della ristorazione. Oltre un terzo dei titolari intervistati ritiene inoltre che ammettendo esclusivamente clienti muniti di green pass (misura peraltro adottata dai più recenti decreti del Governo) si possa ristabilire un clima di fiducia.

Meno significativo risulta il riferimento alle altre misure indicate: il 17% ritiene che occorrerebbe rendere più visibili gli interventi di sanificazione/sicurezza adottati dall'impresa; il 12,5% che bisognerebbe fornire informazioni e assistenza a 360° ai clienti; il 9,8% ritiene che sarebbe utile dotare i locali di una certificazione "COVID FREE" del personale e dei clienti; il 7,1% vorrebbe certificare gli standard minimi di prevenzione/controllo del Covid-19 e un ulteriore 7,1% somministrare tamponi "rapidi" ai clienti e al personale.



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Tabella 24- Opinione delle imprese sulle misure più utili per rassicurare i clienti dalla paura/diffidenza dovuta al covid-19. *Valori assoluti, valori percentuali e percentuali valide*

	V.A.	V. %	% Val.
Campagne di comunicazione che veicolino un messaggio di sicurezza	52	36,6	46,4
Ammettendo soltanto clienti con il green pass	40	28,2	35,7
Rendendo più visibili gli interventi di sanificazione/sicurezza adottati	19	13,4	17,0
Fornendo informazioni e assistenza a 360° ai clienti	14	9,9	12,5
Attraverso certificazioni "COVID FREE" del personale e dei clienti	11	7,7	9,8
Certificando gli standard minimi di prevenzione/controllo del COVID-19	8	5,6	7,1
Attraverso tamponi "rapidi" ai clienti e al personale	8	5,6	7,1
Non sa	36	25,4	--

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

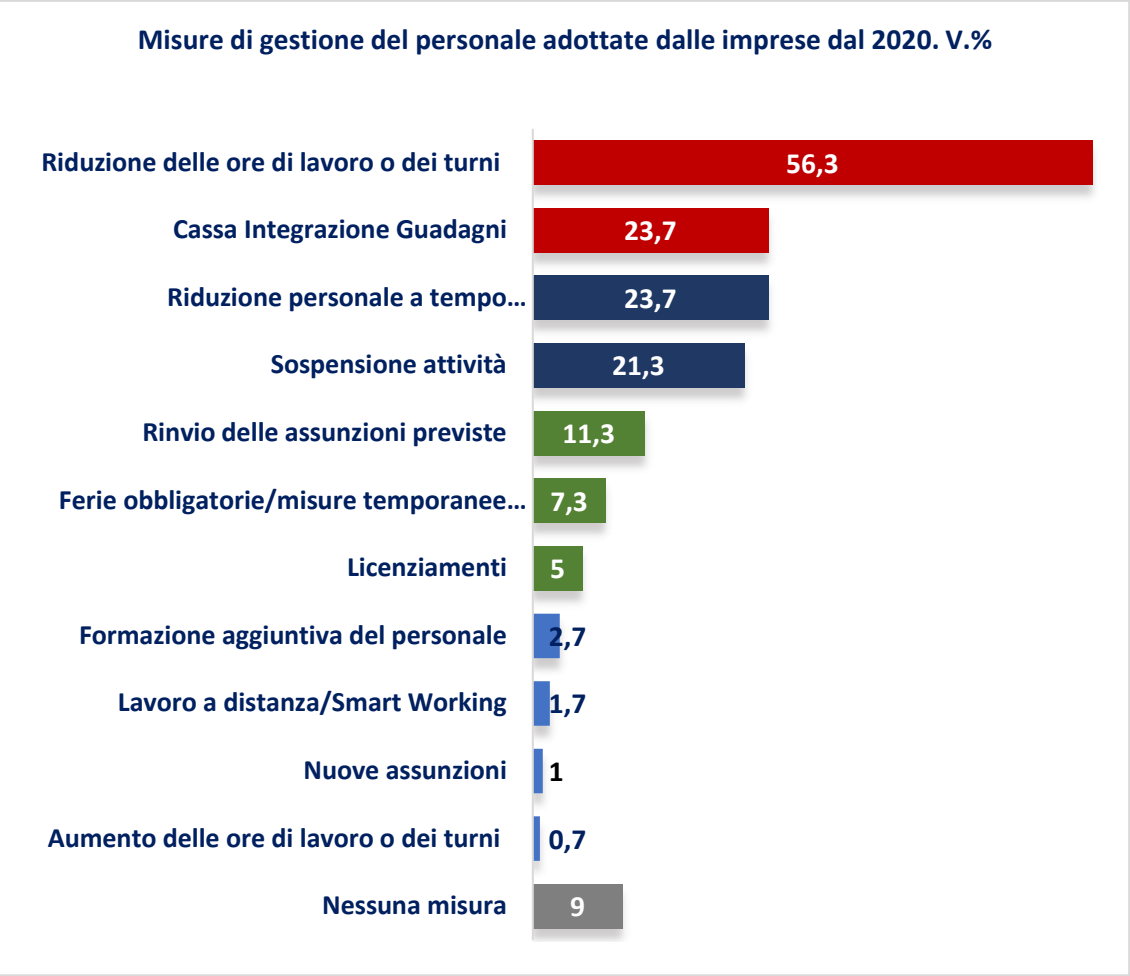
1.2.2 Le misure adottate dalle imprese per i dipendenti, i clienti e gli ambienti

L'analisi delle misure adottate dalle imprese a partire dal 2020 per la gestione e la tutela della salute dei dipendenti, dei clienti e degli ambienti, unitamente ai costi necessari per la loro attuazione, contribuisce alla comprensione dell'impatto della pandemia sull'attività delle imprese turistico-ricettive.
Per quanto riguarda le misure adottate per la gestione del personale, la maggior parte delle attività ha scelto e/o si è trovata costretta a ridurre le ore di lavoro o i turni del personale (56,3%). Circa un quarto delle imprese (il 23,7%) ha optato per la Cassa Integrazione Guadagni o per la riduzione del personale a tempo determinato e/o dei collaboratori esterni e/o stagionali (23,7%). Un significativo 21,3% delle imprese afferma invece di aver dovuto sospendere totalmente le attività lavorative, non riuscendo a sostenere, nonostante le misure e i sostegni previsti, le spese di gestione del personale. Oltre una impresa su 10 (l'11,3%) ha rimandato assunzioni previste; il 7,3% è ricorso alle ferie obbligatorie o ad alte misure temporanee per la riduzione dei costi e il 5% si è visto costretto a licenziare il personae dipendente. Isolati sono infine i casi in cui le imprese hanno formato ulteriormente il personale, oppure sono ricorse al lavoro a distanza (1,7%), perlopiù incompatibile con la tipologia di lavoro espressa dalle imprese turistico-ricettive; hanno assunto nuovo personale (1%) o hanno aumentato le ore o i turni di lavoro (0,7%). Infine soltanto il 9% delle imprese intervistate non ha attivato alcuna misura "correttiva".

Tabella 25- Misure di gestione del personale adottate dalle imprese a partire dal 2020. *Valori assoluti e valori percentuali.* Possibilità di fornire più risposte→ il totale è maggiore di 100

	V.A.	Valori %
Riduzione delle ore di lavoro o dei turni del personale	169	**56,3**
Utilizzo della Cassa Integrazione Guadagni	71	23,7
Riduzione del personale a tempo determinato/dei collaboratori esterni/stagionali	71	23,7
Sospensione attività	64	21,3
Rinvio delle assunzioni previste	34	11,3
Ferie obbligatorie o altre misure temporanee per la riduzione dei costi	22	7,3
Riduzione del personale a tempo indeterminato (licenziamenti)	15	5,0
Formazione aggiuntiva del personale	8	2,7
Lavoro a distanza, Smart Working o telelavoro per tutto o parte del personale	5	1,7
Assunzione di nuovo personale	3	1,0
Aumento delle ore di lavoro o dei turni del personale	2	0,7
Nessuna misura	27	9,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Coerentemente a quanto rilevato dall'Istat (2022), la dimensione dell'impresa incide sulla scelta delle misure di gestione del personale adottato. Se per la riduzione delle ore di lavoro/turni del personale non emergono significative differenze tra micro, medie e imprese con oltre 10 addetti, sono state soprattutto le grandi imprese a ricorrere all'utilizzo della Cassa Integrazione Guadagni, con un'incidenza del 61,5% contro il 16,4% rilevato tra le micro-imprese e il 22,7% tra le medie imprese.

La scelta di ridurre il personale a tempo determinato, dei collaboratori esterni o stagionali aumenta insieme alla dimensione dell'impresa. Ciò vale anche per il rinvio alle assunzioni previste e il ricorso ai licenziamenti.

Come atteso, l'opzione del lavoro a distanza è assente tra le imprese di piccole e medie dimensioni, ma è stata scelta dal 12,8% delle grandi imprese intervistate (in particolare per i servizi di gestione della clientela o delivery).

La sospensione delle attività risulta inoltre più frequente tra le imprese di 6-9 addetti, tra le quali oltre un terzo (il 37,9%) ha dovuto adottare tale drastica misura (contro il 17,9% delle grandi imprese e il 16,4% delle micro-imprese).

Tabella 26 - Misure di gestione del personale adottate a partire dal 2020 per dimensione dell'impresa. *Valori percentuali*

	Micro-imprese (1-5)	Medie imprese (6-9)	Imprese oltre 10 addetti
Riduzione delle ore di lavoro o dei turni del personale	**56,9**	54,5	56,4
Utilizzo della Cassa Integrazione Guadagni	16,4	22,7	**61,5**
Sospensione attività	16,4	**37,9**	17,9
Riduzione del personale a tempo determinato/dei collaboratori esterni/stagionali	14,4	36,4	**48,7**
Nessuna misura	12,3	1,5	5,1
Rinvio delle assunzioni previste	8,2	15,2	**20,5**
Ferie obbligatorie o altre misure temporanee per la riduzione dei costi	7,7	4,5	10,3
Riduzione del personale a tempo indeterminato (licenziamenti)	2,6	9,1	10,3
Formazione aggiuntiva del personale	1,5	1,5	10,3
Assunzione di nuovo personale	0,5	-	5,1
Aumento delle ore di lavoro o dei turni del personale	-	1,5	2,6
Lavoro a distanza, Smart Working o telelavoro per tutto o parte del personale	-	-	12,8

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

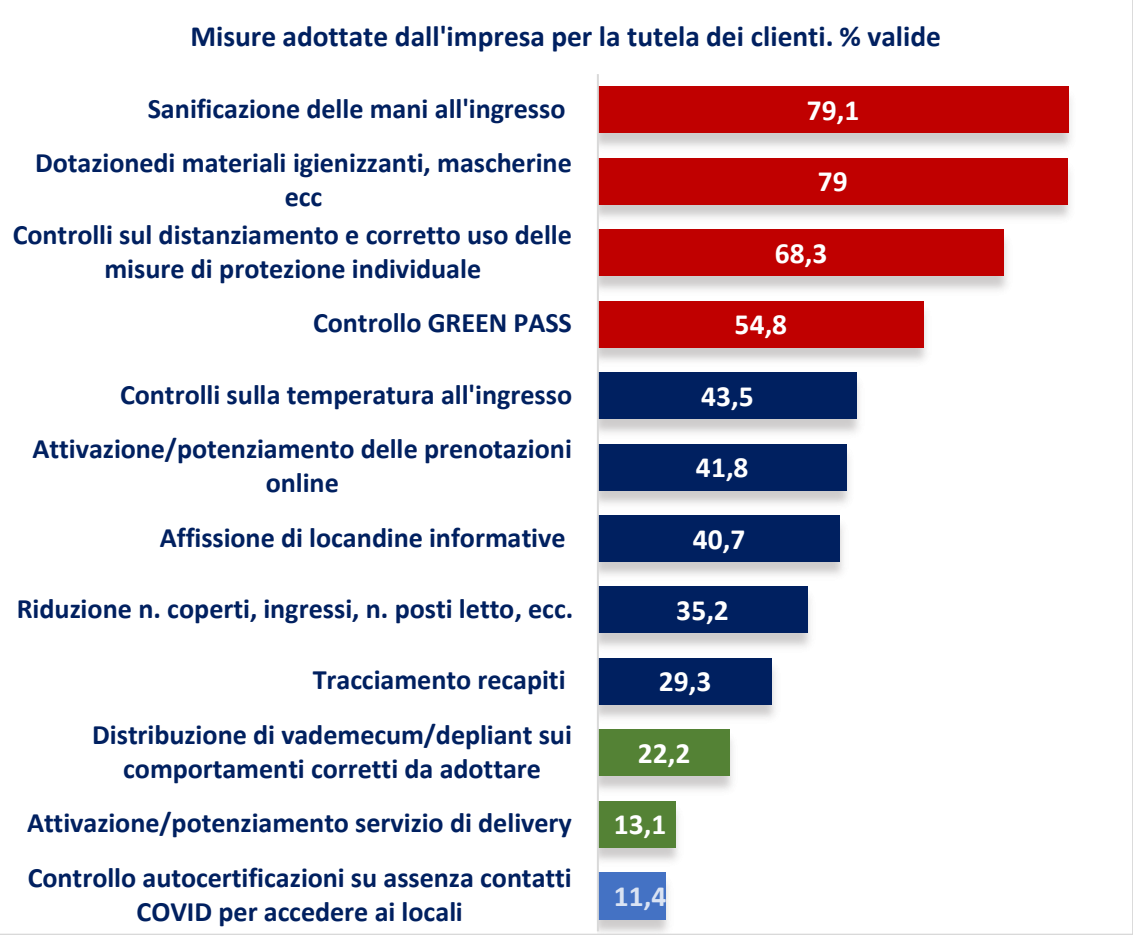
Per quanto riguarda le misura adottate dalle imprese per tutelare la salute dei loro clienti, quella maggiormente adottata (anche in ottemperanza alle disposizioni di legge) ha riguardato la sanificazione delle mani dei clienti all'ingresso dei locali (79,1%) e la dotazione alla clientela di materiali igienizzanti, mascherine e altri dispositivi di protezione individuale (79%). Circa 7 imprese su 10 (il 68,3%) hanno inoltre garantito un adeguato distanziamento e un corretto utilizzo delle misure di protezione individuale (68,3%) e il 54,8% ha realizzato un attento controllo del Green Pass.

Altre misure adottate da un numero significativo di imprese hanno riguardato il controllo della temperatura dei clienti all'ingresso dei locali (43,5%), l'affissione di locandine informative sui comportamenti corretti da adottare (40,7%) e l'attivazione, o il potenziamento, del servizio di prenotazioni online (41,8%). Meno attenzione, invece, al controllo delle autocertificazioni su assenza contatti COVID per accedere ai locali, adottate solo dal 11,4% del campione.

Tabella 27- Misure adottate dall'impresa per la tutela dei clienti. *Valori assoluti, valori percentuali*

	V.A.	Valori %
Sanificazione delle mani dei clienti all'ingresso dei locali	238	**79,1**
Dotazione alla clientela di materiali igienizzanti, mascherine e altri dispositivi di protezione individuale	237	**79,0**
Controlli sul distanziamento e sul corretto utilizzo delle misure di protezione individuale	205	**68,3**
Controllo GREEN PASS	154	**54,8**
Controlli sulla temperatura dei clienti all'ingresso dei locali	128	43,5
Attivazione/potenziamento delle prenotazioni online	124	41,8
Affissione di locandine informative sui comportamenti corretti da adottare	123	40,7
Riduzione n. coperti, ingressi, n. posti letto, ecc.	105	35,2
Tracciamento recapiti della clientela (nome, telefono, ecc.)	87	29,3
Distribuzione di vademecum/dépliant sui comportamenti corretti da adottare	66	22,2
Attivazione/potenziamento servizio di delivery	37	13,1
Controllo autocertificazioni su assenza contatti COVID per accedere ai locali	34	11,4

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Disaggregando i dati in base alle caratteristiche delle imprese intervistate, è possibile rilevare come l'attenzione e l'adozione di un elevato numero di accorgimenti/misure di tutela dei clienti aumenti proporzionalmente alla dimensione dell'impresa. Uno scarto particolarmente rilevante si osserva in relazione al controllo della temperatura dei clienti all'ingresso (adottato dal 60,5% delle grandi imprese contro il 40,5% delle micro imprese), all'affissione di locandine informative sui comportamenti corretti (59,0% delle grandi imprese contro il 39,3% delle microimprese), alla riduzione del numero dei coperti, degli ingressi, dei posti letto etc (51,3% delle grandi imprese contro il 28,6% delle microimprese) e alla distribuzione di vademecum/dépliant sui comportamenti corretti da adottare (42,1% delle grandi imprese contro il 18,8% delle microimprese).
Tra le microimprese risultano invece più numerose quelle che dichiarano di aver sanificato le mani dei clienti all'ingresso dei locali (84,6%), di aver dotato la clientela di materiali igienizzanti, mascherine e altri dispositivi di protezione individuale (84,1%), di aver monitorato il distanziamento sociale e il corretto utilizzo delle misure di protezione individuale (73,3%) e di aver controllato il Green pass (62,3% contro il 37,5% delle medie imprese e il 47,1% delle grandi imprese). A tale riguardo occorre precisare come la maggior parte delle imprese che hanno dichiarato di non adottare il controllo del green pass, sono state intervistate prima dell'obbligatorietà della certificazione verde, divenuta poi indispensabile per poter accedere ai locali pubblici.

Tabella 28- Misure adottate dalle imprese per la tutela dei clienti per dimensione dell'impresa. *Valori percentuali*

	Micro imprese (1-5)	Medie imprese (6-9)	Imprese oltre 10 addetti
Sanificazione delle mani dei clienti all'ingresso dei locali	**84,6**	64,2	76,9
Dotazione alla clientela di materiali igienizzanti, mascherine e altri dispositivi di protezione individuale	**84,1**	65,2	76,9
Controlli sul distanziamento e sul corretto utilizzo delle misure di protezione individuale	**73,3**	58,2	60,5
Controllo GREEN PASS	**62,3**	37,5	47,1
Attivazione/potenziamento delle prenotazioni online	47,2	25,8	42,1
Controlli sulla temperatura dei clienti all'ingresso dei locali	40,5	42,4	**60,5**
Affissione di locandine informative sui comportamenti corretti da adottare	39,3	34,3	**59,0**
Riduzione n. coperti, ingressi, n. posti letto, ecc.	28,6	44,8	**51,3**
Tracciamento recapiti della clientela (nome, telefono, ecc.)	26,4	25,8	**50,0**
Distribuzione di vademecum/depliant sui comportamenti corretti da adottare	18,8	20,9	42,1
Controllo autocertificazioni su assenza contatti COVID per accedere ai locali	11,4	4,5	23,7
Attivazione/potenziamento servizio di delivery	9,2	24,2	13,9

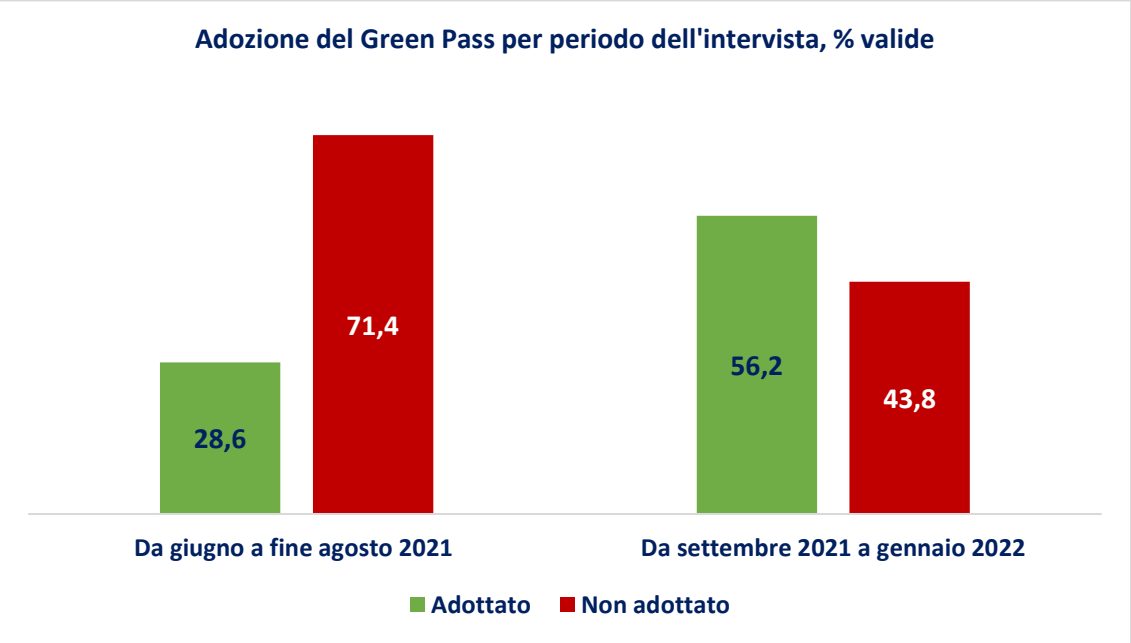
Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Coerentemente a quanto precedentemente evidenziato, disaggregando i dati in base al periodo della rilevazione, tra le imprese intervistate prima dell'obbligatorietà del Green Pass, il 71,4% non aveva adottato questo sistema di controllo, scendendo tale valore al 43,8% tra le imprese intervistate a partire da settembre 2021.

Tabella 29- Controllo del Green pass da parte delle imprese ai clienti per periodo di rilevazione dati. *Valori percentuali*

Controllo GREEN PASS	Da giugno a fine agosto 2021	Da settembre 2021 a gennaio 2022
Adottato	28,6	56,2
Non adottato	71,4	43,8
Totale	100,0	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



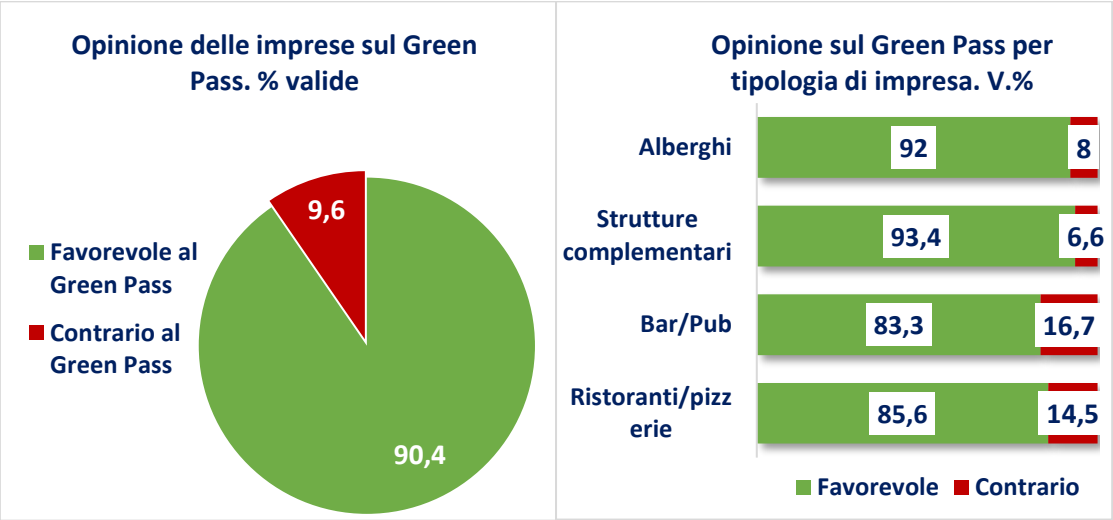
Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

In merito all'adozione del Green pass come strumento di controllo e di contenimento dei contagi, è risultato interessante conoscere l'opinione degli esercenti. Pur in presenza di una quota della popolazione che ha denunciato la limitazione nell'esercizio delle libertà personali e la violazione della privacy di tale strumento, il comparto turistico ricettivo sembra aver accolto l'applicazione del green pass positivamente, dichiarandosi nel 90,4% dei casi "del tutto" o "abbastanza" favorevole a fronte di un marginale 9,6% "del tutto" o "piuttosto contrario". All'interno di una generale e diffusa accettazione di tale misura, gli intervistati maggiormente favorevoli risultano gli esercenti delle strutture ricettive (Strutture alberghiere, con il 92% dei favorevoli ed extra-alberghiere, con il 93,4%) a fronte di un accordo leggermente più moderato tra gli altri intervistati ((83,3% tra i ristoranti/pizzerie e 85,5% tra pub e bar).

Tabella 30- Opinione delle aziende nei confronti del GREEN PASS. *Valori assoluti, percentuali e percentuali valide.*

	V.A.	Valori %	% valide
Del tutto favorevole	115	38,1	46,0
Abbastanza favorevole	111	36,8	44,4
Del tutto + abbastanza favorevole	*226*	*74,8*	*90,4*
Piuttosto contrario	12	4,0	4,8
Del tutto contrario	12	4,0	4,8
Contrario	*24*	*7,9*	*9,6*
Non sa/non indica	52	17,2	-
Totale	302	100,0	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Tabella 31- Opinione sul Green Pass per tipologia di impresa. *Percentuali*

	Strutture alberghiere	Strutture extra alberghiere	Ristoranti/ pizzerie	Bar/ pub
Favorevole	92,0	93,4	83,3	85,5
Contrario	8,0	6,6	16,7	14,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

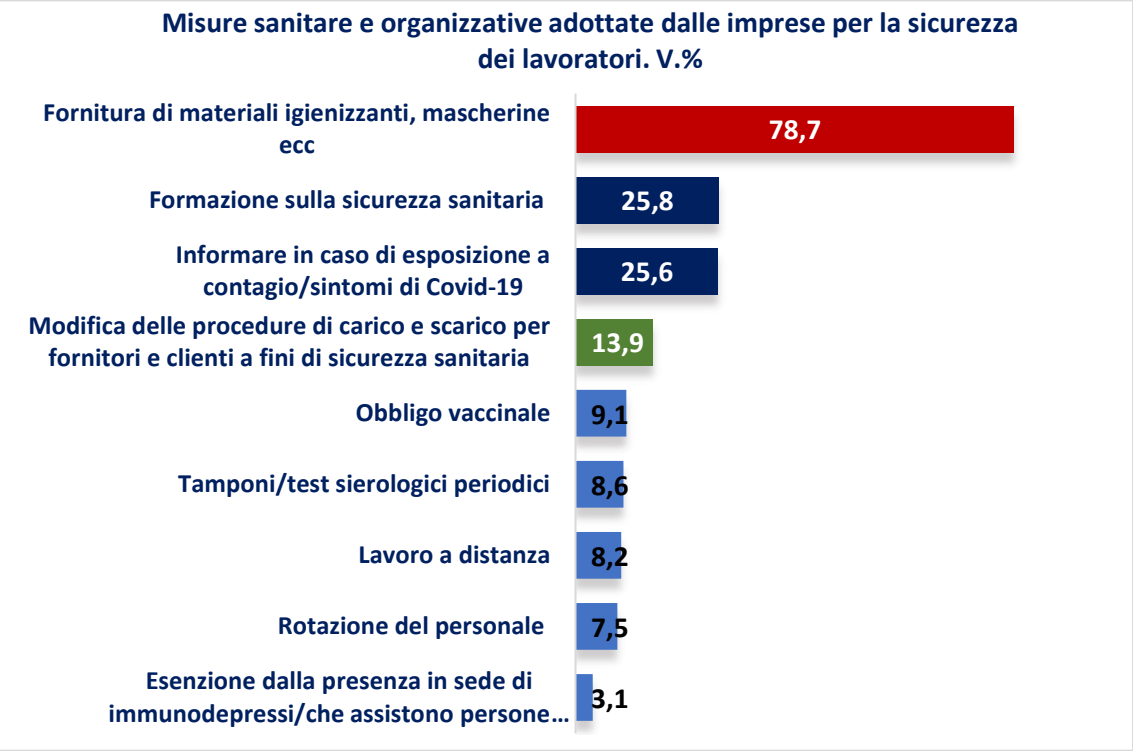
Organizzativamente le imprese hanno adottato diverse misure per garantire la sicurezza sanitaria dei lavoratori. La più diffusa ha riguardato la fornitura di materiali igienizzanti, mascherine e altri dispositivi di protezione individuali (dichiarata nel 78,7% dei casi), che segna ampi scarti rispetto alle altre misure adottate: il 25,8% ha erogato ai propri lavoratori una formazione specifica sulla sicurezza sanitaria; il 25,6% ha gestito le procedure informative in caso di esposizione a potenziale contagio o in caso di sintomi di Covid-19; il 13,9% ha modificato le procedure di carico e scarico per fornitori e clienti a fini di sicurezza sanitaria; il 9,1% ha previsto l'obbligo vaccinale per i propri lavoratori;

l'8,6% ha realizzato periodicamente test di relativamente della positività al Covid-19; l'8,2% ha incrementato il lavoro a distanza; il 7,5% la rotazione del personale e il 3,1% ha esentato dalla presenza in sede alcune tipologie di lavoratori, come gli immunodepressi, coloro che assistono persone fragili o determinate fasce d'età a rischio.

Tabella 32- Misure sanitarie e organizzative adottate dalle imprese per garantire la sicurezza sanitaria dei lavoratori. *Valori assoluti e valori percentuali*

	V.A.	Valori %
Fornitura ai lavoratori di materiali igienizzanti, mascherine e altri dispositivi di protezione individuale	237	78,7
Formazione specifica sulla sicurezza sanitaria per i lavoratori	77	25,8
Gestione delle procedure informative in caso di esposizione a potenziale contagio o in caso di sintomi di Covid-19	76	25,6
Modifica delle procedure di carico e scarico per fornitori e clienti a fini di sicurezza sanitaria	41	13,9
Obbligo vaccinale per i dipendenti	25	9,1
Realizzazione periodica di Test per rilevamento della positività al Covid-19 (tamponi) o test sierologici sui lavoratori	25	8,6
Massimo utilizzo possibile del lavoro a distanza	24	8,2
Rotazione del personale per garantire il distanziamento/ accesso scaglionato in entrata e in uscita	22	7,5
Esenzione dalla presenza in sede di alcune tipologie di lavoratori (immunodepressi/che assistono persone fragili/ fasce d'età a rischio)	9	3,1

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Disaggregando i dati in base alla dimensione di impresa, emerge come le aziende con oltre 10 addetti adottino in misura superiore le diverse misure sanitarie e organizzative per la sicurezza dei lavoratori. Il 79,5% dichiara di aver fornito ai lavoratori materiali igienizzanti, mascherine e altri dispositivi di protezione, il 51,3% di aver fornito formazione specifica sulla sicurezza sanitaria per i lavoratori e di aver gestito delle procedure informative in caso di esposizione a potenziale contagio o in caso di sintomi di Covid-19 (registrando uno scarto di oltre 20 punti percentuali rispetto al resto del campione). Circa un terzo delle grandi imprese (il 31,6%) ha inoltre modificato le procedure di carico e scarico per i fornitori e clienti e il 27% ha cercato di utilizzare il più possibile anche il lavoro a distanza, a fronte di valori marginali tra le medie imprese (7,6%) e le microimprese (4,7%).

Tabella 33- Misure sanitarie e organizzative adottate dalle imprese per la sicurezza dei lavoratori per la dimensione dell'impresa. *Valori percentuali*

	Micro imprese	Medie imprese	Imprese oltre 10 addetti
Fornitura ai lavoratori di materiali igienizzanti, mascherine e altri dispositivi di protezione individuale	**83,1**	65,7	79,5
Formazione specifica sulla sicurezza sanitaria per i lavoratori	20,8	25,4	**51,3**
Rotazione del personale per garantire il distanziamento/ accesso scaglionato in entrata e in uscita	5,3	4,5	**24,3**
Modifica delle procedure di carico e scarico per fornitori e clienti a fini di sicurezza sanitaria	13,6	4,5	**31,6**
Gestione delle procedure informative in caso di esposizione a potenziale contagio o in caso di sintomi di Covid-19	23,0	17,9	**51,3**
Realizzazione periodica di Test per rilevamento della positività al Covid-19 (tamponi) o test sierologici sui lavoratori	9,5	1,5	16,2
Esenzione dalla presenza in sede di alcune tipologie di lavoratori (immunodepressi/che assistono persone fragili/ fasce d'età a rischio)	3,2	-	8,3
Massimo utilizzo possibile del lavoro a distanza	4,7	7,6	**27,0**
Obbligo vaccinale per i dipendenti	7,3	12,5	12,5

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Soffermando l'attenzione sulle misure adottate per la messa in sicurezza degli ambienti lavorativi e destinati alla clientela, il 71,4% delle imprese sostiene di aver adeguato le norme di sicurezza, rispettando quindi la normativa vigente. Oltre un terzo delle imprese (il 35,4%) ha inoltre delimitato gli spazi attraverso l'uso di barriere, segnaletica a terra e il 31,8% ha interdetto gli spazi di aggregazione.

Tabella 34- Misure adottate relativamente ad ambienti di lavoro e spazi destinati alla clientela. *Valori assoluti e percentuali*

	V.A.	Valori %
Adeguamento norme di sicurezza	207	71,4
Delimitazione degli spazi attraverso l'uso di barriere, segnaletica a terra…	105	35,4
Chiusura di alcuni spazi di aggregazione	95	31,8

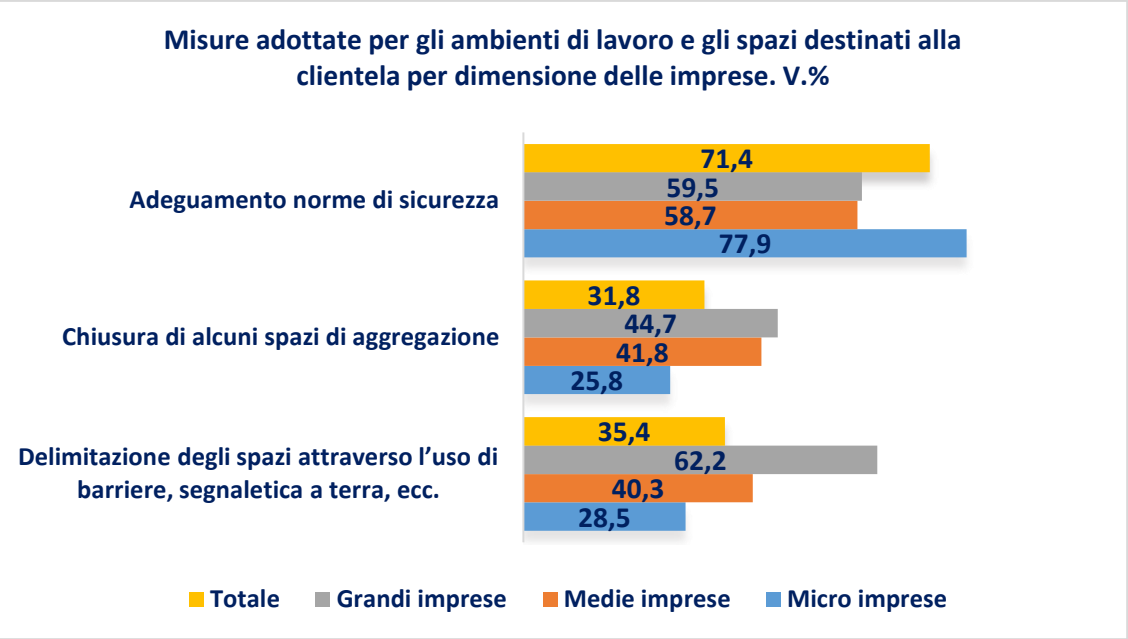
Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Anche per quanto riguarda le misure messe in atto per contenere la diffusione del virus negli ambienti di lavoro e negli spazi destinati alla clientela, la propensione ad adottare le diverse azioni di sicurezza aumenta all'aumentare del numero di addetti dell'impresa. Il 62,2% delle grandi imprese ha infatti delimitato gli spazi attraverso l'uso di barriere, segnaletica a terra e affini, contro il 28,5% delle microimprese e il 40,3% delle medie imprese; analogamente il 44,7% delle aziende con oltre 10 addetti e il 41,8% delle aziende con 6-10 addetti ha optato per la chiusura degli spazi di aggregazione, mentre solo il 25,8% delle piccole imprese ha scelto questa misura, presumibilmente anche per l'assenza di spazi di aggregazione. Tra queste ultime la misura più diffusamente adottata è stata invece l'adeguamento alle norme di sicurezza (77,9%), condivisa comunque con un'ampia maggioranza anche delle medie e delle grandi imprese (58,7% e 59,5%).

Tabella 35- Misure adottate per gli ambienti di lavoro e spazi destinati alla clientela in base alla dimensione delle imprese. *Valori percentuali*

	Micro imprese	Medie imprese	Oltre 10 addetti
Delimitazione degli spazi attraverso l'uso di barriere, segnaletica a terra, ecc.	28,5	40,3	**62,2**
Chiusura di alcuni spazi di aggregazione	25,8	41,8	44,7
Adeguamento norme di sicurezza	77,9	58,7	59,5

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Le misure adottate per garantire la sicurezza degli ambienti variano in misura significativa in base alla tipologia della struttura intervistata: sono infatti soprattutto le strutture alberghiere (generalmente caratterizzate da ambienti maggiormente spaziosi) ad aver dovuto delimitare gli spazi nel 62,7% dei casi o ad aver dovuto chiudere alcuni spazi di aggregazione (55,9%), misure, queste, che risultano adottate meno frequentemente dagli esercenti di altre tipologie turistico-ricettive, registrando il valore più basso nelle strutture extra-alberghiere (rispettivamente 16,3% e 18,4%). Diffusa è stata invece l'adesione, da parte di tutte le imprese, delle diverse normative di sicurezza, con percentuali comprese tra il 67,6% e il 71,4%.

Tabella 36- Misure adottate per gli ambienti di lavoro e gli spazi destinati alla clientela per tipologia di impresa. *Valori percentuali*

	Strutture alberghiere	Strutture extra alberghiere	Ristoranti /pizzerie	Bar/pub
Delimitazione degli spazi attraverso l'uso di barriere, segnaletica a terra…	**62,7**	16,3	51,4	41,2
Chiusura di alcuni spazi di aggregazione	**55,9**	18,4	31,4	37,7
Adeguamento norme di sicurezza	71,4	**72,5**	67,6	**71,0**

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

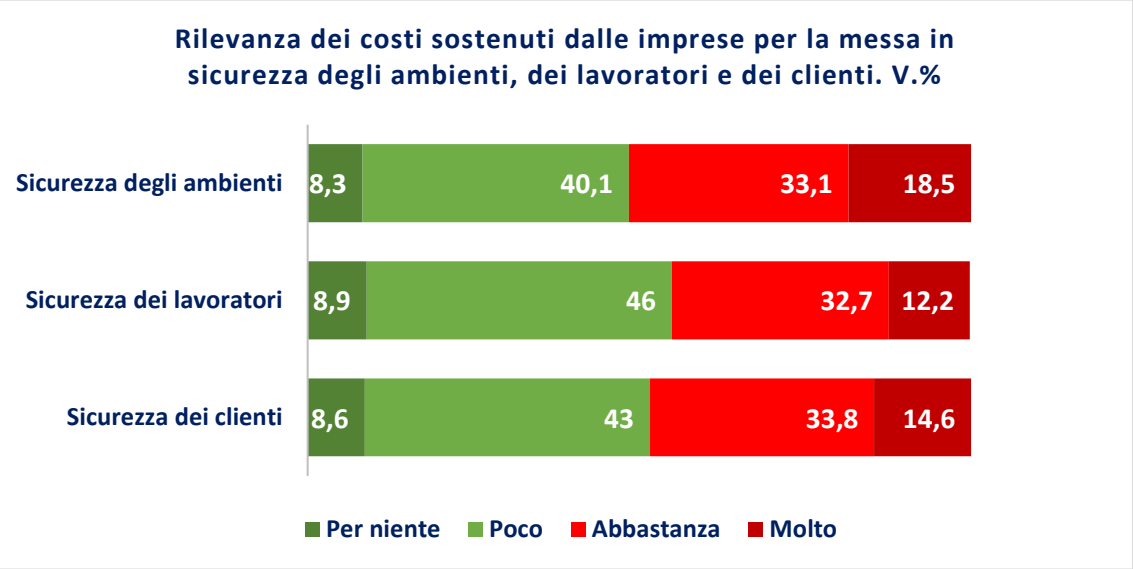
Particolarmente interessante è risultato inoltre rilevare in che misura gli interventi adottati dalle imprese per tutelare la sicurezza di clienti, dei lavoratori e degli ambienti abbiano pesato sui bilanci delle imprese, ovvero la rilevanza dei costi diretti (escludendo ad esempio i mancati profitti derivanti dalla riduzione degli spazi a disposizione dei clienti, ecc.). Attraverso una scala Likert a 4 passi, con valori compresi tra 1 (= molto) e 4 (= per niente) gli intervistati hanno potuto esprimere una valutazione sull'entità delle

spese sostenute per le diverse voci. Analizzando quindi le risposte, i costi più cospicui sembrano essere stati quelli per la messa in sicurezza degli ambienti lavorativi, con il 51,6% degli intervistati che li indica "molto" o "abbastanza" rilevanti (a fronte di un minoritario 48,4% per cui non hanno inciso in misura significativa). Seguono i costi per la messa in sicurezza della clientela (il 48,4% del campione li considera tra "molto" e "abbastanza" rilevanti, contro il 51,6% di opposta opinione) e i costi che le imprese hanno affrontato per la sicurezza dei lavoratori, "molto o abbastanza rilevanti" per il 44,9% e "poco o per niente" per il 54,9%.

Tabella 37- Rilevanza dei costi sostenuti dalle imprese per realizzare gli interventi/le misure finalizzate alla tutela della sicurezza di clienti, lavoratori e ambienti. *V.A. e percentuali*

	Valori assoluti						
	Molto	Abbastanza	Molto+ abbastanza	Poco	Per niente	Poco + per niente	Tot.
Sicurezza clienti	44	102	146	130	26	156	302
Sicurezza lavoratori	37	99	136	139	27	166	302
Sicurezza ambienti	56	100	156	121	25	146	302
	Valori percentuali						
	Molto	Abbastanza	Molto+ abbastanza	Poco	Per niente	Poco + per niente	Tot.
Sicurezza clienti	14,6	33,8	48,4	43,0	8,6	51,6	100,0
Sicurezza lavoratori	12,2	32,7	44,9	46,0	8,9	**54,9**	100,0
Sicurezza ambienti	18,5	33,1	**51,6**	40,1	8,3	48,4	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

1.2.3 I sostegni alle imprese

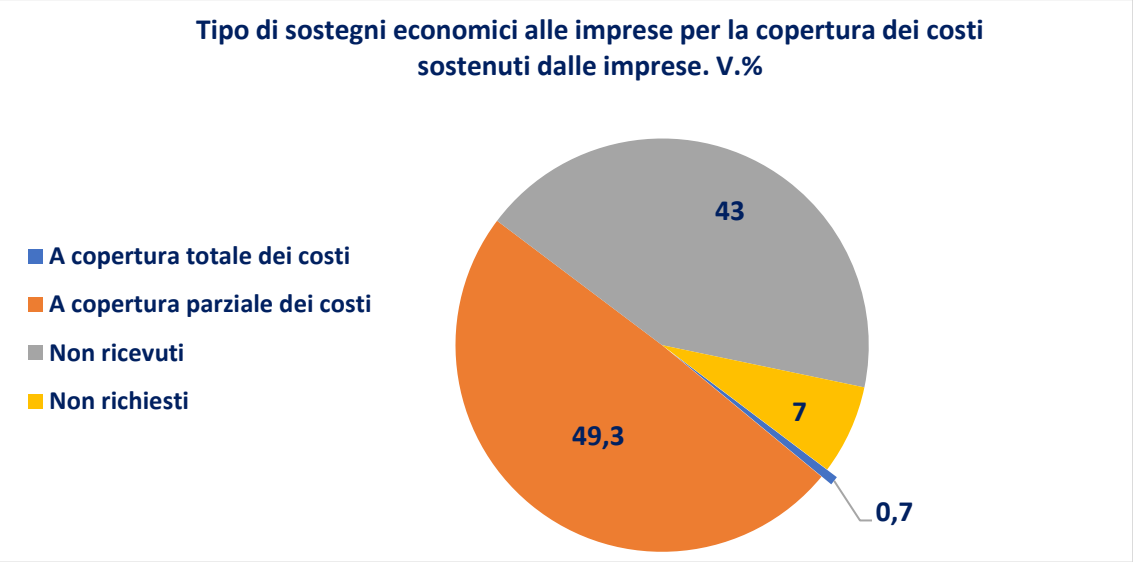
Per comprendere le criticità e la domanda degli operatori delle strutture turistico ricettive in relazione alla gestione della pandemia e alla ripresa delle attività, sono state rilevate la tipologia dei sostegni economici ricevuti dalle istituzioni, le specifiche misure di sostegno di cui hanno beneficiato le imprese e la percezione sull'efficacia delle diverse misure attuabili.

Una prima indicazione riguarda l'entità del sostegno ricevuto, ovvero la capacità del sistema istituzionale di compensare le spese sostenute dalle aziende del settore turistico-ricettivo. Tra le imprese intervistate soltanto 2 (lo 0,7% del totale) hanno beneficiato di sostegni economici a copertura totale dei costi sostenuti, mentre il 49,3% delle imprese ha ricevuto sostegni a copertura parziale. Sul fronte opposto un significativo 43% degli intervistati sostiene di non aver mai ricevuto alcun sostegno, seppur richiesto e il 7% di non aver inoltrato alcuna richiesta, spesso per mancanza di requisiti per accedere ai fondi.

Tabella 38- Tipo di sostegni economici ricevuti dalle istituzioni per la messa in sicurezza di clienti, lavoratori e ambienti. *Valori assoluti e valori percentuali*

	V.A.	Valori %
A copertura parziale dei costi sostenuti	149	49,3
Non ricevuti	130	43,0
Non richiesti	21	7,0
A copertura totale dei costi sostenuti	2	0,7
Totale	302	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



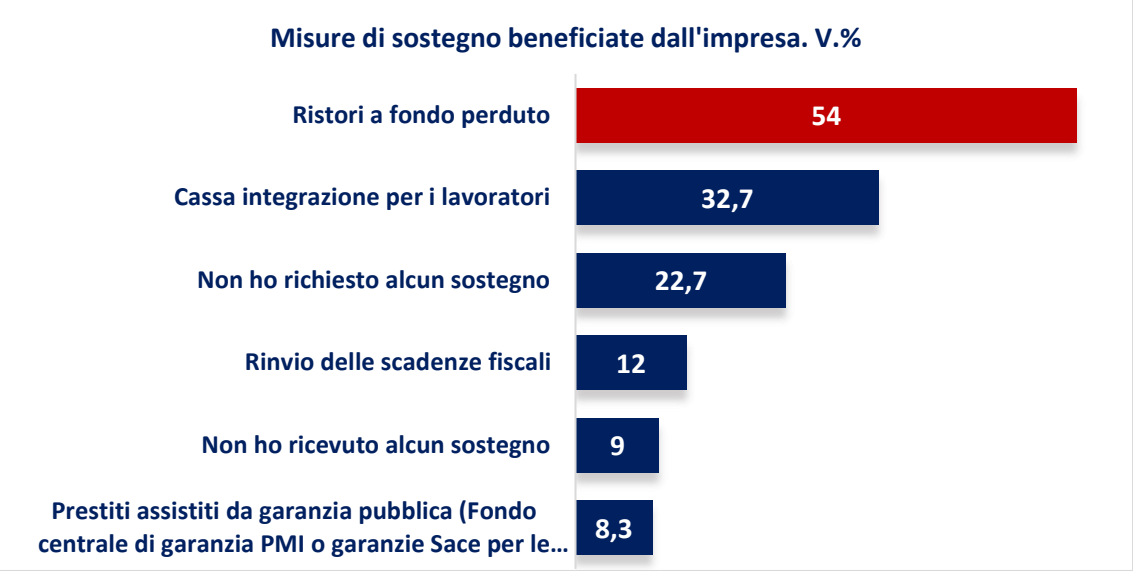
Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Tra le diverse misure di sostegno previste a favore delle imprese, la maggioranza del campione (il 54%) ha usufruito dei ristori a fondo perduto, mentre circa un terzo delle imprese (il 32,7%) ha fatto ricorso alla Cassa integrazione per i lavoratori.
Meno frequente risulta il rinvio delle scadenze fiscali, registrato dal 12% degli intervistati, e dei prestiti assistiti da garanzia pubblica, come il Fondo centrale di garanzia PMI o garanzie Sace per le grandi imprese (8,3% del campione). Una impresa su 10, pur avendone fatto richiesta, non ha ricevuto alcun sostegno (il 9%), mentre un significativo 22,7% non ha richiesto alcun sostegno (presumibilmente per la mancanza di requisiti per accedervi).

Tabella 39- Misure di sostegno di cui ha beneficiato l'impresa. *Valori assoluti e valori percentuali*.

	V.A.	Val.%*
Ristori a fondo perduto	162	54,0
Cassa integrazione per i lavoratori	98	32,7
Rinvio delle scadenze fiscali	36	12,0
Prestiti assistiti da garanzia pubblica (Fondo centrale garanzia PMI o gar. Sace per grandi imprese)	25	8,3
Non ho ricevuto alcun sostegno	27	9,0
Non ho richiesto alcun sostegno	68	22,7

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali*Il totale è superiore a 100 poiché erano possibili più risposte



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Disaggregando le risposte in base al comparto turistico in cui opera l'impresa, i ristori a fondo perduto si confermano la misura di sostegno maggiormente fruita da tutte le imprese intervistate, registrando il valore più elevato tra le strutture alberghiere (67,2%) e quello più basso tra i bar/pub (41,2%).
Sono inoltre le strutture alberghiere e secondariamente i ristoranti/pizzerie ad aver beneficiato di un maggior numero di sostegni da parte delle istituzioni, come la cassa integrazione guadagni (di cui ha beneficiato il 65,6% degli alberghi e il 54,3% dei

ristoranti, a fronte del 39,7% dei bar e di un valore marginale, pari all'8,8%, tra le strutture extra-alberghiere); il rinvio delle scadenze fiscali (accolte nel 34,4% delle strutture alberghiere e nel 22,9% dei ristoranti, a fronte di valori marginali nel resto del campione) o i prestiti assistiti da garanzia pubblica (registrati nel 18% degli alberghi e nel 17,1% dei ristoranti/pizzerie). Sul fronte opposto, le attività che hanno meno beneficiato di sostegni pubblici (spesso per mancanza di requisiti o perché sono stati costretti a sospendere l'attività) sono state le strutture extra-alberghiere, che nel 30,9% dei casi non hanno richiesto alcun sostegno e nel 9,6% dei casi, pur avendolo richiesto, non lo hanno ricevuto.

Tabella 40- Misure di sostegno di cui ha beneficiato l'impresa per comparto turistico. *% valide*

	Strutture alberghiere	Str. extra alberghiere	Ristoranti /pizzerie	Bar/pub
Ristori a fondo perduto	**67,2**	**54,4**	**54,3**	41,2
Cassa integrazione per i lavoratori	**65,6**	8,8	**54,3**	39,7
Rinvio delle scadenze fiscali	34,4	4,4	22,9	1,5
Prestiti assistiti da garanzia pubblica	18,0	2,9	17,1	5,9
Non ho richiesto alcun sostegno	6,6	**30,9**	14,3	25,0
Non ho ricevuto alcun sostegno	6,6	9,6	14,3	7,4

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Coerentemente a quanto precedentemente emerso, la maggioranza delle imprese con oltre 10 addetti – distribuite nella totalità dei casi tra alberghi e ristoranti/pizzerie – usufruisce di svariate misure di sostegno: in particolare il 69,2% della Cassa integrazione, il 61,5% dei ristori a fondo perduto e il 43,6% del rinvio delle scadenze fiscali. Sul fronte opposto le micro imprese, al di là dei ristori a fondo perduto di cui hanno beneficiato nel 59,3% dei casi, registrano accessi marginali alle altre misure di sostegno, non avendone richiesta alcuna nel 25,8% dei casi (a fronte del 20,9% registrato tra le imprese con 5-10 addetti e al 10,3% tra quelle con oltre 10 addetti).

Tabella 41- Misure di sostegno di cui ha beneficiato l'impresa per dimensione di impresa. *% val*.

	Micro imprese	Medie imprese	Oltre 10 addetti
Ristori a fondo perduto	59,3	34,3	**61,5**
Cassa integrazione per i lavoratori	20,1	47,8	**69,2**
Rinvio delle scadenze fiscali	7,7	6,0	**43,6**
Prestiti assistiti da garanzia pubblica	6,7	6,0	**20,5**
Non ho richiesto alcun sostegno	**25,8**	20,9	10,3
Non ho ricevuto alcun sostegno	7,2	11,9	12,8

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

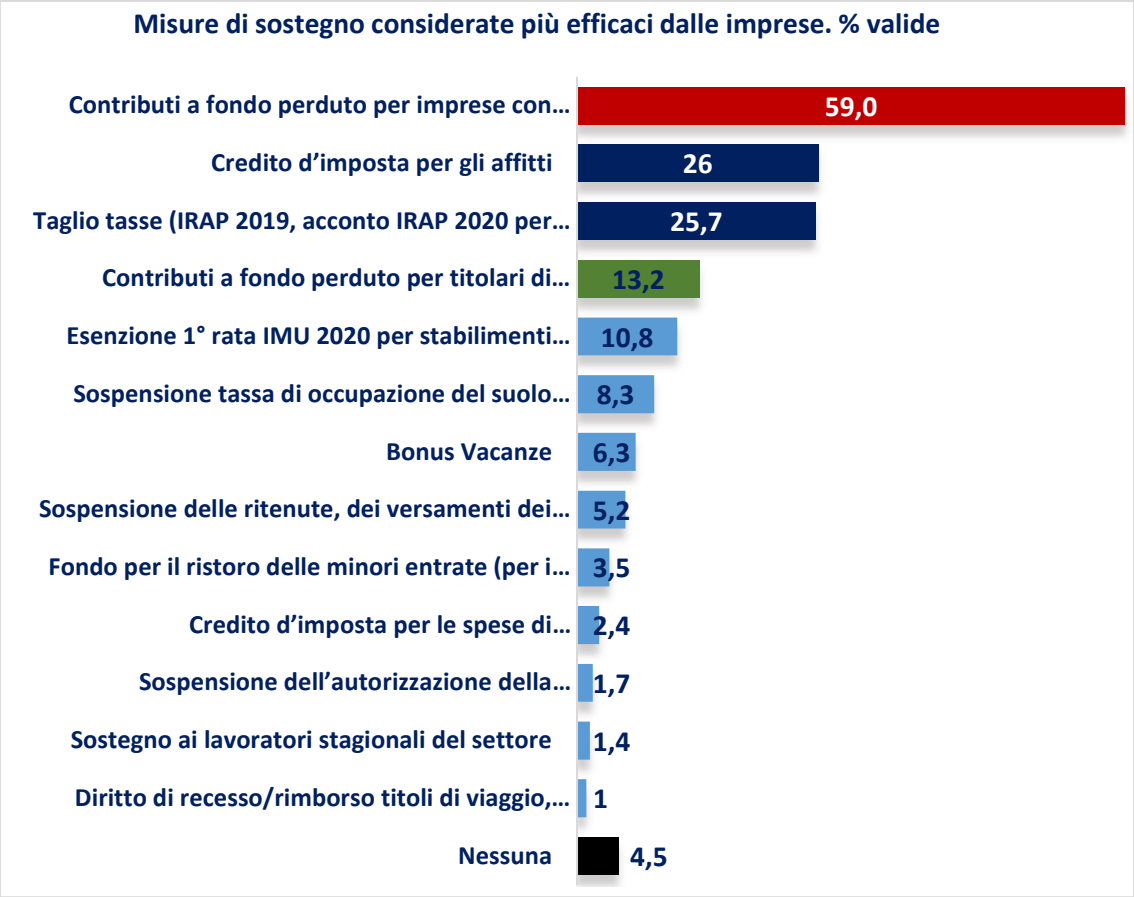
Al di là dei contributi e dei sostegni ricevuti, è risultato interessante rilevare l'opinione delle imprese sull'efficacia delle principali misure di sostegno messe in campo dalle istituzioni per sostenere le imprese del settore turistico-ricettivo. Premettendo che

comprensibilmente ogni impresa ha espresso un giudizio di merito sulle diverse misure in funzione delle proprie specifiche esigenze, e che quindi difficilmente un tipo di misura di sostegno potrebbe essere efficace per tutte le attività, un'ampia maggioranza del campione (il 59%) considera i contributi a fondo perduto previsti per le imprese colpite dalla riduzione del fatturato la soluzione di sostegno alle imprese più efficace, registrando un ampio scarto rispetto a tutte le altre misure indicate. Seguono, al secondo e al terzo posto, il credito d'imposta per gli affitti, con il 26% delle citazioni, e, con il 25,7% delle indicazioni, il taglio alle tasse (IRAP 2019, acconto IRAP 2020).
Il 13,2% degli intervistati ha apprezzato i contributi a fondo perduto per i soggetti titolari di partita IVA colpiti da una riduzione del fatturato; il 10,8% l'esenzione della 1° rata IMU 2020 per stabilimenti balneari, termali, strutture alberghiere ed extra-alberghiere e l'8,3% la sospensione della tassa di occupazione del suolo pubblico. Modesto risulta l'apprezzamento rilevato per il bonus vacanze (considerato efficace soltanto per il 6,3%), mentre agli ultimi posti della graduatoria delle misure percepite come efficaci si collocano il diritto di recesso e rimborso di titoli di viaggio, di soggiorno e di pacchetti turistici (1%) e il sostegno ai lavoratori stagionali del settore (1,4%).

Tabella 42- Misure di sostegno considerate più efficaci dalle imprese. *Valori assoluti, valori percentuali e percentuali valide*. (possibili più risposte)

	V.A	Val. %	%Valide
Contributi a fondo perduto previsto per imprese colpite da riduzione del fatturato	170	56,3	59,0
Credito d'imposta per gli affitti	75	24,8	26,0
Taglio tasse (IRAP 2019, acconto IRAP 2020 per imprese e lavoratori autonomi con ricavi tra 0 e 250 milioni di euro)	74	24,5	25,7
Contributi a fondo perduto per i soggetti titolari di partita IVA colpiti da una riduzione del fatturato	38	12,6	13,2
Esenzione 1° rata IMU 2020 per stabilimenti balneari, termali, strutture alberghiere ed extra-alberghiere	31	10,3	10,8
Sospensione della tassa di occupazione del suolo pubblico	24	7,9	8,3
Bonus Vacanze	18	6	6,3
Sospensione delle ritenute, dei versamenti dei contributi previdenziali e assistenziali	15	5	5,2
Fondo per il ristoro delle minori entrate (per i Comuni che prevedono una tassa di soggiorno)	10	3,3	3,5
Credito d'imposta per le spese di adeguamento, sanificazione locali, acquisto di apparecchiature	7	2,3	2,4
Sospensione dell'autorizzazione della Soprintendenza per occupazione di suolo pubblico	5	1,7	1,7
Sostegno ai lavoratori stagionali del settore	4	1,3	1,4
Diritto di recesso e rimborso di titoli di viaggio, di soggiorno e di pacchetti turistici	3	1	1
Nessuna	13	4,3	4,5
Non sa	*17*	*5,6*	-

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Concentrando l'attenzione sulle 8 misure adottate dalle istituzioni per sostenere le imprese del settore turistico-ricettivo ritenute complessivamente più efficaci, si registrano significative differenze nelle opinioni degli intervistati in base al settore di attività in cui operano.

I contributi a fondo perduto si confermano in ogni caso la misura di sostegno più apprezzata da un'ampia maggioranza di tutte le imprese; le attività di ristorazione (ristoranti e pizzerie) sembrano aver apprezzato più degli altri il taglio sulle tasse (indicato dal 42,9% a fronte del 29,5% tra le strutture alberghiere, del 26,1% tra i bar e i pub e del 16,8% tra le strutture extra-alberghiere) e la sospensione della tassa di occupazione del suolo (25,7%), che riscuote un ampio apprezzamento anche tra i bar e pub (20,3%), che, soprattutto per adattarsi alle norme di distanziamento sociale imposte dall'emergenza sanitaria, hanno potuto espandere i propri posti/coperti al di fuori delle loro strutture, occupando con i tavoli porzioni di suolo pubblico.

Gli albergatori hanno invece apprezzato maggiormente l'esenzione della prima rata IMU (25,9%), misura considerata invece poco utile dagli altri esercenti, il bonus vacanze (19,7%) e la sospensione di ritenute e versamenti dei contributi previdenziali e assistenziali (13,1%).

Le misure più apprezzate dalle strutture extra-alberghiere sono infine il credito d'imposta per gli affitti (27%) e i contributi a fondo perduto per titolari partita IVA colpiti da riduzione fatturato (16,8%).

Tabella 43 - Misure di sostegno considerate più efficaci per tipologia di impresa. *Valori percentuali valide*

	Strutture alberghiere	Str. extra-alberghiere	Ristoranti/ pizzerie	Bar/ Pub
Contributi a fondo perduto per imprese colpite da riduzione fatturato	**62,3**	54,7	54,3	55,1
Taglio tasse	29,5	16,8	**42,9**	26,1
Esenzione 1° rata IMU 2020 per strutture alberghiere ed extra-alb.	**29,5**	5,1	11,4	2,9
Credito d'imposta per gli affitti	19,7	**27,0**	22,9	**26,1**
Bonus vacanze	**19,7**	2,9	2,9	1,4
Sospensione ritenute, versamenti dei contributi previdenziali e assistenziali	**13,1**	1,5	2,9	5,8
Contributi a fondo perduto per titolari partita IVA colpiti da riduzione fatt.	9,8	**16,8**	5,7	10,1
Sospensione tassa di occupazione del suolo	1,6	-	**25,7**	**20,3**

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

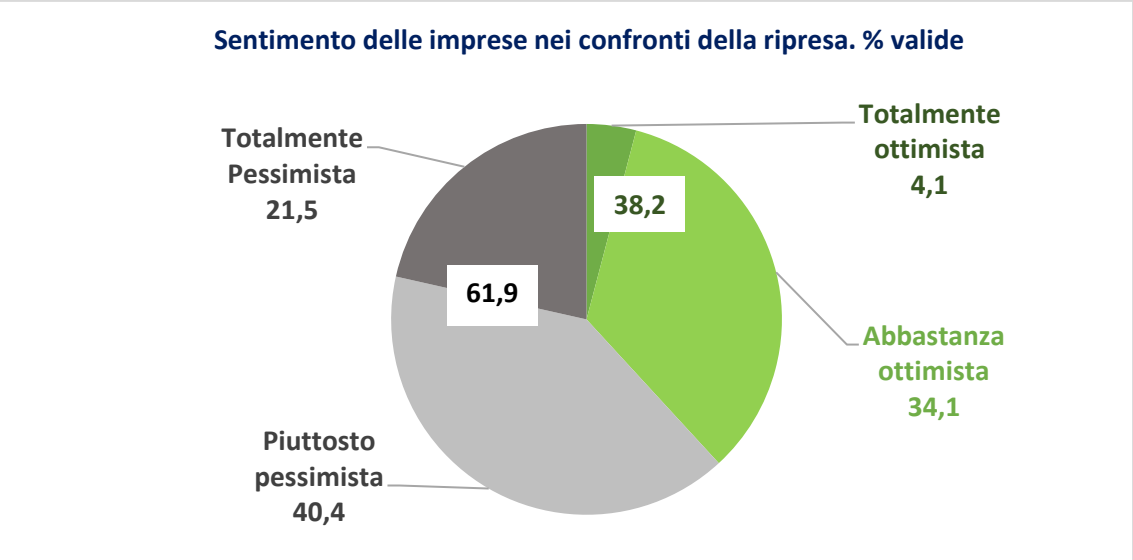
1.2 Prospettive e proiezioni future

Passando quindi ad analizzare le prospettive future delle imprese e l'atteggiamento dei titolari rispetto al futuro emerge come un'ampia maggioranza degli intervistati (il 61,9%) sia "piuttosto" o "totalmente" pessimista riguardo l'ipotesi di una possibile e imminente ripresa economica e, dunque, del superamento dell'emergenza sanitaria e delle sue disastrose conseguenze. Sul fronte opposto un minoritario 38,1% delle imprese presenta un atteggiamento complessivamente positivo, dichiarandosi nel 34,1% "abbastanza" ottimista, ma solo nel 3,6% (11 attività) "totalmente" ottimista.

Tabella 44- Sentimento delle imprese nei confronti della ripresa. *Valori assoluti, valori percentuali e percentuali valide*

	V.A.	Valori %	%Valide
Totalmente ottimista	11	3,6	4,1
Abbastanza ottimista	92	30,5	34,1
Ottimista (totalmente + abbastanza)	***103***	***34,1***	***38,1***
Piuttosto pessimista	109	36,1	40,4
Totalmente Pessimista	58	19,2	21,5
Pessimista (piuttosto + totalmente)	***167***	***55,3***	***61,9***
Non sa	*32*	*10,6*	-
Totale	302	100	100

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



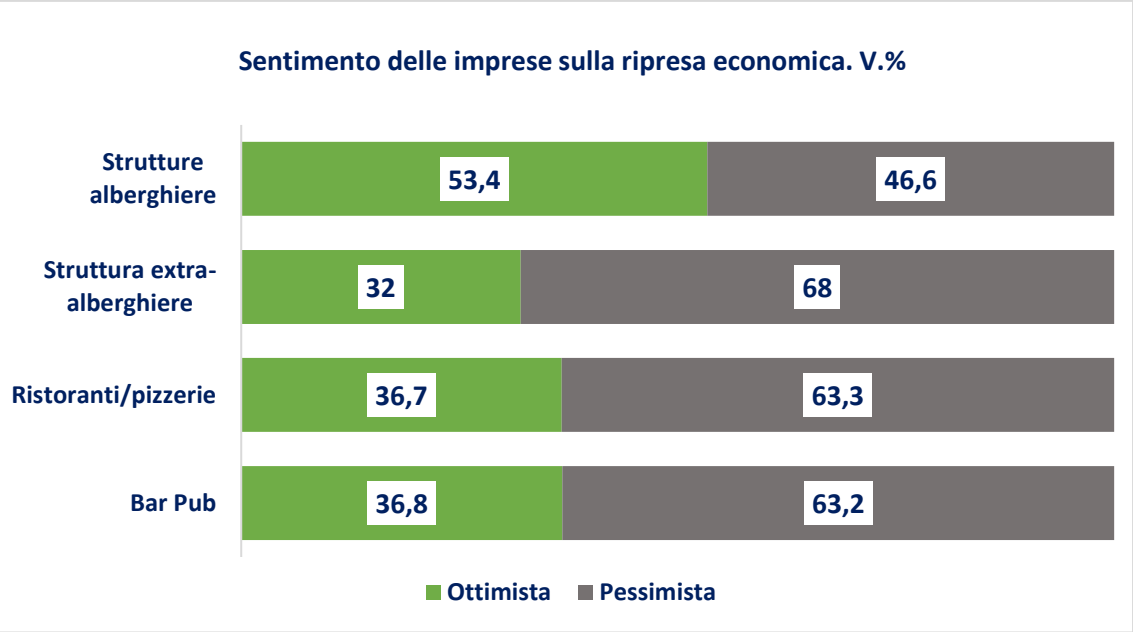
Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Disaggregando i dati in base al settore di attività, emerge come sia soltanto le strutture alberghiere a manifestare un prevalente ottimismo verso il futuro, dichiarandosi nel 53,4% dei casi "totalmente" o "abbastanza" ottimista sulla ripresa. Sul fronte opposto sono soprattutto le strutture extra-alberghiere a manifestare nel 68% dei casi forti perplessità su una prossima ripresa economica, seguite dal 63,3% dei ristoranti e delle pizzerie e dal 63,2% dei bar e dei pub.

Tabella 45- Sentimento delle imprese nei confronti della ripresa per comparto turistico. *Valori assoluti e percentuali*

	Valori percentuali		
	Ottimista	Pessimista	Totale
Strutture alberghiere	53,4	46,6	100,0
Struttura extra-alberghiere	32,0	68,0	100,0
Ristoranti/pizzerie	36,7	63,3	100,0
Bar Pub	36,8	63,2	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Anche in questo caso il periodo di rilevazione risulta determinante nella lettura dei risultati emersi: il 65,6% delle imprese intervistate nel periodo di riapertura e di maggior afflusso turistico (tra giugno e fine agosto 2021) si dichiarava infatti "totalmente" o "abbastanza" ottimista, percentuale, questa, che scende drasticamente (attestandosi al 34,5%) tra le imprese intervistate tra settembre e gennaio 2022, ovvero quando i contagi hanno ripreso a salire, e conseguentemente sono state introdotte ulteriori restrizioni. Coerentemente, tra questi ultimi la percentuale dei "pessimisti" si attesta al 65,5% (di questi ben il 23,5%, ovvero circa uno su 4, risulta "totalmente pessimista"), a fronte del 34,4% registrato tra le imprese intervistate nel periodo estivo.
Appare quindi evidente come la percezione della ripresa sia fortemente influenzata dall'andamento della pandemia e, conseguentemente, soprattutto dalle possibilità di apertura del nostro Paese al turismo internazionale, soggette a cambiamenti imprevisti e imprevedibili delle norme sugli spostamenti.

Tabella 46- Sentimento nei confronti della ripresa per periodo di dichiarazione intervistato. *Valori percentuali*

2021/22	Da giugno a fine agosto 2021	Da settembre 2021 a gennaio 2022
Totalmente ottimista	6,3	3,8
Abbastanza ottimista	59,4	30,7
Ottimista (totalmente+ abbastanza)	***65,6***	***34,5***
Piuttosto pessimista	28,1	42,0
Totalmente pessimista	6,3	23,5
Pessimista (piuttosto + totalmente)	***34,4***	***65,5***
Totale	100,0	100,0

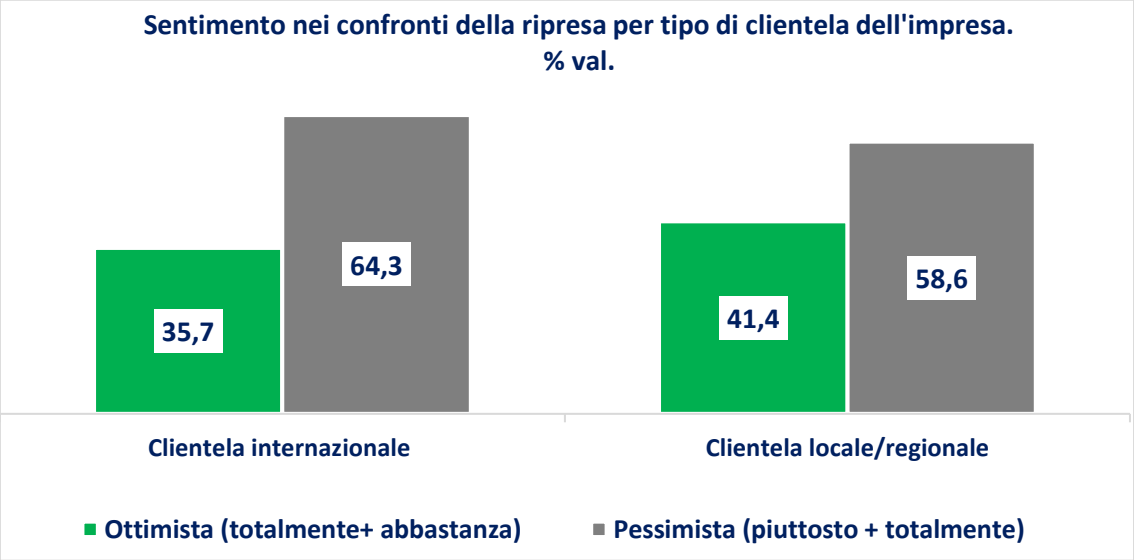
Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Coerentemente a quanto finora emerso, l'indice di internazionalizzazione delle imprese appare un fattore significativo nell'atteggiamento rilevato verso il futuro: sebbene infatti prevalga un diffuso scetticismo sulla possibilità di un a rapida ripresa sia tra le imprese caratterizzate da una clientela prevalentemente nazionale sia tra quelle che ospitano soprattutto turisti stranieri, queste ultime evidenziano un atteggiamento maggiormente negativo, con il 64,3% delle imprese "piuttosto" o "totalmente" pessimiste a fronte di un più contenuto 58,6% tra quelle con una clientela locale e regionale.

Tabella 47- Sentimento nei confronti della ripresa per provenienza della clientela dell'impresa. *Percentuali valide*

	Clientela internazionale	Clientela locale/regionale
Totalmente ottimista	3,2	5,2
Abbastanza ottimista	32,5	36,2
Ottimista (totalmente+ abbastanza)	***35,7***	***41,4***
Piuttosto pessimista	39,0	42,2
Totalmente pessimista	25,3	16,4
Pessimista (piuttosto + totalmente)	***64,3***	***58,6***
Totale	100,0	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

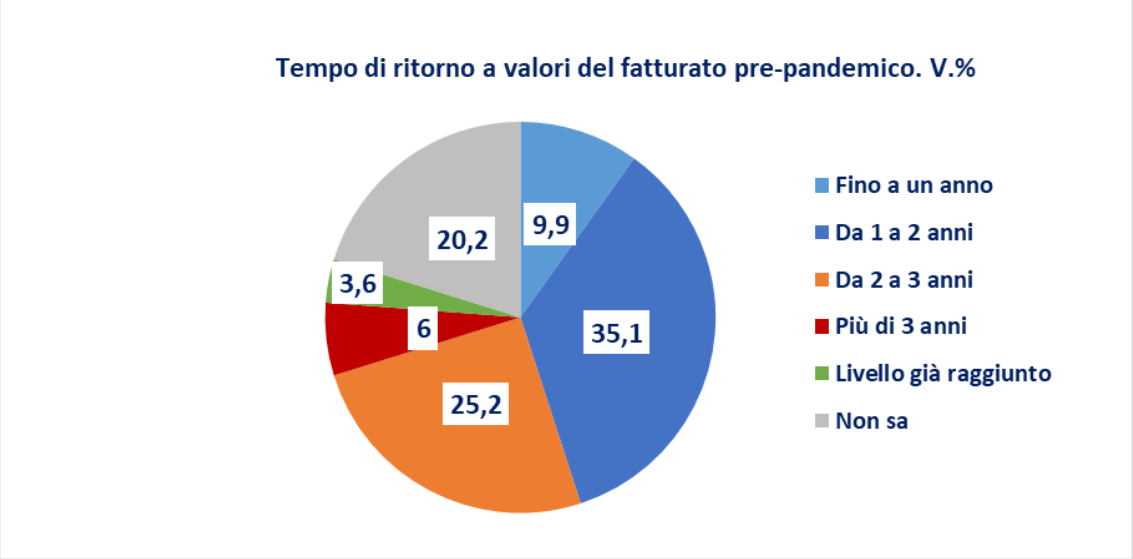
Dopo circa due anni dall'inizio della pandemia (marzo 2020), solo il 3,6% delle imprese intervistate dichiara di essere tornato a valori del fatturato analoghi a quelli precedenti l'emergenza, mentre oltre un'impresa su 5 (il 20,2%) non riesce a fare pronostici al riguardo, confermando come il fatturato sia legato a fattori esogeni e in larga parte

imprevedibili. Tra le imprese che riescono a fare una previsione, il 35,1% spera di riuscire a ristabilizzarsi entro 1 o 2 anni, mentre il 25,2% ritiene necessiterà di almeno 2 o 3 anni. Confrontando i risultati emersi nella presente indagine con quelli rilevati dall'Istat (2022) sulle prospettive di impresa, secondo la quale la quasi totalità delle imprese del campione prevedeva di trovarsi in una situazione di completa o parziale solidità entro la metà del 2022, emerge un maggior grado di pessimismo nel campione intervistato dall'Eures, certamente condizionato dall'elevata quota di piccole e piccolissime imprese coinvolte nella rilevazione, ovvero di realtà maggiormente penalizzate dall'emergenza pandemica e meno sostenute da misure e aiuti governativi.

Tabella 48- Opinione delle imprese sul tempo necessario di ritorno al fatturato pre-covid a partire dall'anno 2021. *Valori assoluti, valori percentuali*

2021	V.A.	Valori %
Fino a un anno	30	9,9
Da 1 a 2 anni	106	35,1
Da 2 a 3 anni	76	25,2
Più di 3 anni	18	6,0
Livello già raggiunto	11	3,6
Non sa	*61*	*20,2*
Totale	302	100,0

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali



Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali

Disaggregando i dati per la tipologia di impresa, sembra che l'incertezza sui tempi di ritorno a valori del fatturato simili al periodo precedente la crisi sanitaria riguardi in misura maggiore le attività di ristorazione: il 37,1% di ristoranti e pizzerie e il 31,9% dei bar e pub non sono infatti in grado di fare previsioni. Una buona quota di strutture extra-alberghiere, il 17,5%, condivide lo stesso stato di incertezza sulla ripresa economica, mentre tale valore scende ad un marginale 3,3% tra le strutture alberghiere,

evidentemente in possesso di maggiori strumenti per poter fare previsioni realistiche. Si conferma invece in tutto il campione la marginalità di strutture che sono riuscite a tornare a livelli di fatturato pre-crisi, mentre risulta prevalente la previsione della necessità di almeno 1 o 2 anni per tornare al fatturato pre-covid. Tale previsione assume contorni più pessimisti tra le imprese extra-alberghiere, che in oltre un terzo dei casi immaginano saranno necessario oltre 2 anni.

Tabella 49- Tempo necessario di ritorno al fatturato pre-covid per tipologia di impresa. *Valori percentuali*

2021	Strutture alberghiere	Strutture extra-alberghiere	Ristoranti/pizzerie	Bar/Pub
Fino a un anno	13,1	7,3	8,6	13,0
Da 1 a 2 anni	41,0	35,0	31,4	31,9
Da 2 a 3 anni	29,5	34,3	8,6	11,6
Più di 3 anni	8,2	3,6	8,6	7,2
Livello già raggiunto	4,9	2,2	5,7	4,3
Non sa	3,3	17,5	**37,1**	**31,9**
Totale	100,0	100,0	100,0	100,

Fonte: Eures Ricerche Economiche e Sociali