

# Previsioni sull'impatto della crisi COVID-19 sulla domanda alberghiera per l'Italia

26 Marzo 2020

**THRENDS**<sup>®</sup>  
Tourism & Hospitality Analytics



Sintesi

Cause

Mercati

Scenari

Destinazioni

Previsioni

Conclusioni

# Sintesi

A quanto è dato di comprendere oggi, non ci sono state crisi nella storia del comparto alberghiero paragonabili a quella che si appresta a dimostrarsi per il 2020.

**Questa avrà impatti molto superiori alla sola perdita di camere di marzo ed aprile.**

Una attenta lettura delle prospettive per i principali mercati incoming porta a considerare che la crisi di domanda investirà soprattutto i *mercati long-haul* ed i prodotti turistici Mare, Città d'arte, Business Travel, cioè quasi tutti i principali segmenti per il nostro Paese.

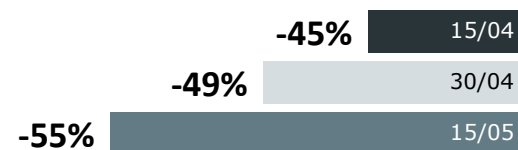
Sulla base di 3 scenari riferiti alla possibile data indicativa del termine del lockdown nel nostro Paese, in ragione delle equivalenti misure nei principali paesi di origine per l'Italia, **si delinea una perdita di presenze complessive che si colloca fra i 126 mln ed i 153 mln rispetto ai volumi alberghieri medi, attesi per il 2020 su base 2018-2019.**

I tempi della ripresa dei flussi alberghieri potrebbero molto differire: il mercato domestico seguirà un andamento più accelerato di quelli esteri, ma con volumi non certo equivalenti a quelli storici. Mercati esteri rilevanti per l'Italia potrebbero riscontrare limitazioni negli spostamenti e dimostrare maggiore percezione del rischio associato a viaggi intercontinentali.

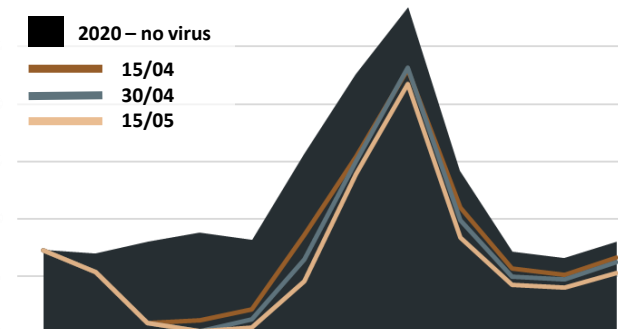
Nel complesso, è possibile stimare un **calo di domanda che si colloca fra il -45% ed il -55%** a seconda dell'evolversi e della durata delle misure di lock-down.

Però, se le misure economiche messe in capo dai Governi sapranno incidere sull'economia reale alla base della domanda, in uno scenario in cui il virus non rappresenti più una minaccia, l'impatto di questa crisi potrebbe non essere determinante per i fondamentali di medio periodo: **nel 2022 i volumi potrebbero tornare vicini alla media dell'ultimo quinquennio.**

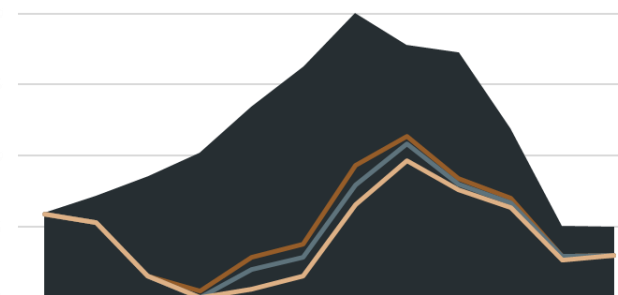
**-126 mln**



## Mercato italiano



## Mercato estero



**Previsione di calo delle presenze alberghiere con lockdown al 15/04**

**Previsione presenze alberghiere 2020** nei 3 scenari di termine del lock-down

**2020: DOMANDA ALBERGHIERA ITALIANA COMPLESSIVA - Previsione presenze alberghiere mensili** nei 3 scenari di termine del lock-down, a confronto con volumi attesi per il 2020 nello scenario NO COVID-19, per la domanda italiana.

**2020: DOMANDA ALBERGHIERA ESTERA COMPLESSIVA - Previsione presenze alberghiere mensili** nei 3 scenari di termine del lock-down, a confronto con volumi attesi per il 2020 nello scenario NO COVID-19, per la domanda internazionale.

# Il perché di una proiezione

Sono e saranno, forse ancora per alcuni mesi, tempi molto duri per l'industria turistica e quindi per l'alberghiero.

Non c'è turismo senza un sistema ricettivo (è la definizione di «turista» che lo impone) e fra le formule ricettive l'alberghiero è, per l'Italia, la più rilevante.

Al momento della pubblicazione di questo studio non è possibile con certezza stimare quante camere d'hotel risultino operative. Gli hotel aperti potrebbero essere il 5% di quelli normalmente aperti in questo periodo. Per molte località lo 0%.

Non si è mai operato in un periodo con tale contrazione di offerta (e di domanda).

In questo momento non ci sono strumenti e dati utili a prevedere i flussi per i prossimi mesi e gli operatori non possono pianificare. Poco dimostrano gli impatti precedenti sulla domanda registrati nel post 11/09/01 o a seguito della SARS del 2002-2003 o ancora quelli della crisi finanziaria del 2008-2009, perché in quei contesti gli squilibri sull'offerta erano nulli e quelli sulla mobilità e quindi sulla domanda erano, tutto sommato, limitati.

In generale, consulenti ed analisti si tengono decisamente alla larga dal fare previsioni, perché è insito in questa attività un importante livello di rischio, dato che ci si espone alla possibilità di sbagliare.

Ritenendo invece che nel **metodo della previsione** e nel **confronto con prime ipotesi di dati** ci sia del valore per gli operatori alberghieri, abbiamo deciso di condividere le riflessioni e prime conclusioni contenute in questa analisi. Forse una proiezione ragionata può aiutare l'esercizio di pianificazione, tenendo comunque conto di possibili margini di errore.

Sono e restano delle proiezioni basate su ipotesi e valutazioni soggettive, per quanto ancorate ad evidenze di mercato.

Ci auguriamo fortemente che risultino sbagliate, smentite da una realtà più benevola.

**Giorgio Ribaudò**  
per

THRENDS Italy

# Le cause della crisi di domanda

Diversamente da come inizialmente, a fine febbraio 2020, poteva apparire agli occhi di un hotel manager, la crisi di domanda innescata dall'attuazione di misure volte a contrastare il virus non spiegherà i suoi effetti *solo* sulla riduzione di mobilità.

Le proiezioni per il futuro della domanda per l'Italia sono chiaramente ancorate agli scenari di ripresa, quindi alla milestone (che ha valore pratico e psicologico) del **termine del lock-down**.

Ma aldilà di quale sarà questo termine, le più importanti cause che genereranno una riduzione dei volumi totali di domanda italiana ed estera, saranno:

1. **Riduzione monte ferie**
2. **Aumento rischio *long-haul* travel**
3. **Riduzione capacità di spesa**
4. **Riduzione booking window**
5. **Indebolimento sistema di intermediazione**
6. **Informazione sul riaffacciarsi dell'epidemia**
7. **Contrazione offerta**

Va inoltre considerato che la crisi finanziaria che si è innescata con il Covid-19, ma che ha radici purtroppo più profonde, potrebbe avere un effetto negativo sul business travel a livello globale e nel breve periodo potrebbe ridurre la domanda per l'Italia sui mesi di Settembre ed Ottobre che invece potevano ritenersi molto promettenti per il recupero dei numerosi eventi cancellati durante il primo semestre.



**Ferie:** almeno per il mercato domestico, la domanda sarà in generale meno provvista di ferie in quanto molte aziende ed enti le hanno concesse a parziale copertura dell'attuale periodo di inattività. Il monte ferie sarà pertanto ridotto.



**Rischio *long-haul* travel:** per i mercati internazionali di lunga percorrenza sarà percepito come più rischioso, per un certo periodo, viaggiare verso paesi lontani, per i quali può configurarsi una difficoltà di rientro in caso di nuove urgenze.



**Riduzione della capacità di spesa:** è intuitivo che per molti mercati, fra i quali certamente il domestico, l'attuale interruzione delle attività produttive comporterà una significativa riduzione del budget per vacanze. Potrebbe generarsi maggiore domanda in segmenti di offerta più economici, ma in termini assoluti è un processo a somma negativa.



**Riduzione della booking window:** soprattutto per i mercati long-haul l'obbligata riduzione della booking window potrebbe innescare lo switch verso mercati più vicini dell'Italia. Se il tasso di cancellazione di questi mercati è stato alto, sarà molto difficile recuperare in toto i volumi storici per i mesi di giugno, luglio ed in parte agosto.



**Indebolimento sistema di intermediazione:** per ovvi motivi, il sistema di intermediazione (soprattutto classico) uscirà molto indebolito dall'attuale crisi e inizialmente non avrà tempo sufficiente per riallineare la propria programmazione per il 2020. Per gli hotel con forte quote di gruppi questo fattore determinerà un calo di domanda più che proporzionale.



**Informazione sul riaffacciarsi dell'epidemia:** la reazione della domanda proveniente dai mercati esteri sarà anche ancorata alle modalità con le quali si gestirà l'informazione sulle possibili, o meno, ondate di ritorno del virus e all'effettivo verificarsi di tale evenienza.



**Contrazione dell'offerta:** dato che i fattori di cui sopra potrebbero spingere molte aziende alberghiere a non riaprire nel 2020, si potrebbe innescare, paradossalmente, un ovvio meccanismo di contrazione della domanda dovuto a shortage di camere per molte destinazioni.

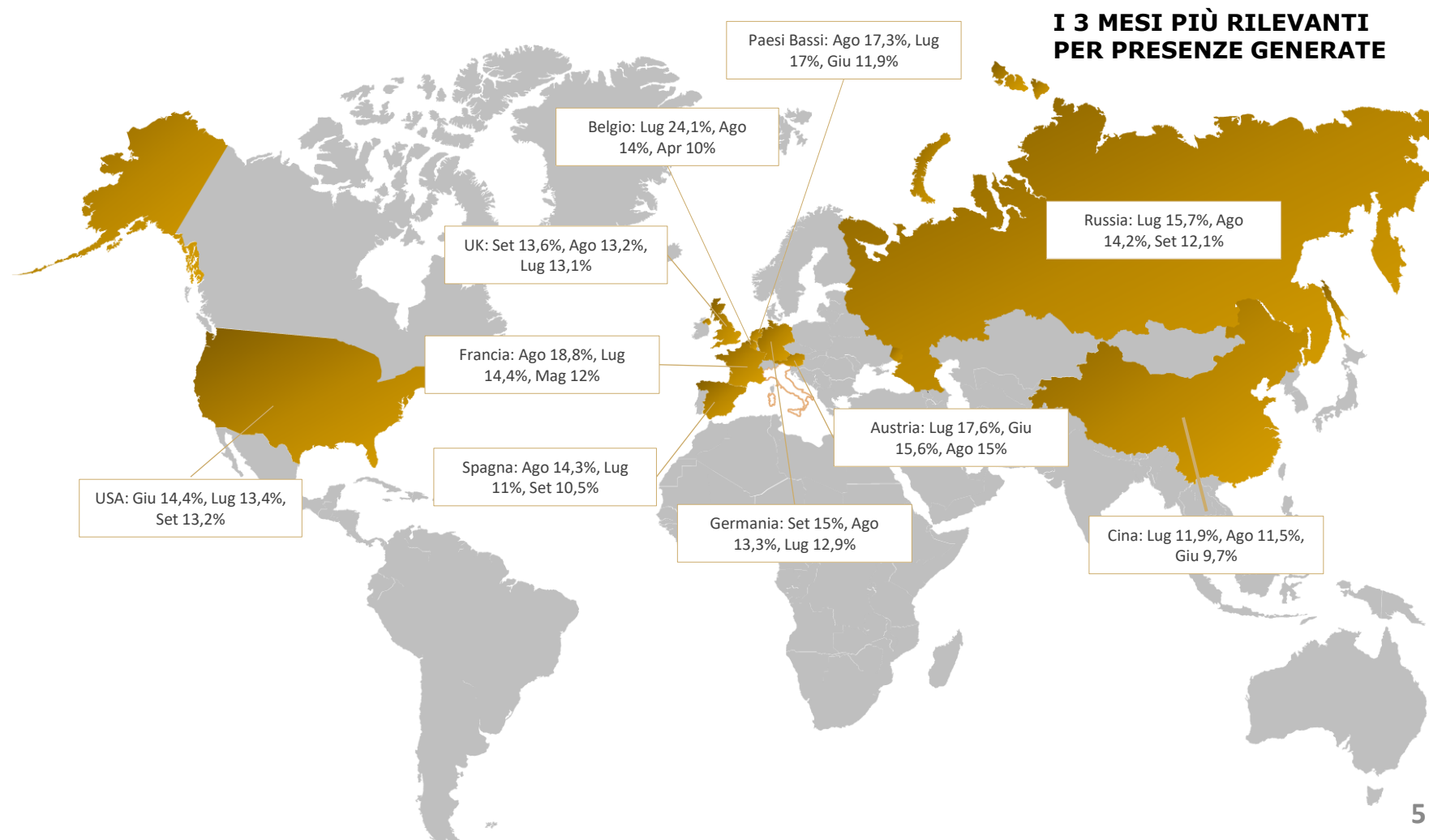


# Primi 10 mercati esteri per l'Italia nei mesi da aprile a dicembre (base 2018)

## TOP 10 INCOMING ALBERGHIERO PER PRESENZE IN ITALIA NEL PERIODO APRILE-DICEMBRE

### % SUL TOTALE DEL MERCATO ESTERO E PRESENZE 2018 (Milioni, totali)

1. Germania	23%	32,0
2. Stati Uniti	8%	11,1
3. Regno Unito	7%	10,4
4. Francia	7%	9,7
5. Austria	4%	6,1
6. Cina	3%	4,6
7. Russia	3%	4,2
8. Spagna	3%	4,0
9. Paesi Bassi	3%	3,5
10. Belgio	2%	3,2
Resto del Mondo	36%	50,0
	<b>100%</b>	<b>139,3</b>



# Primi 10 mercati esteri per l'Italia

## Misure COVID-19 intraprese alla data del 25 marzo



In Germania, i Länder, d'accordo con il Governo centrale, hanno imposto il lockdown delle attività economiche non essenziali e restrizioni al movimento delle persone. Le misure, annunciate il 23/03, rimarranno in vigore per almeno due settimane, ma non si escludono proroghe.



In Francia, le restrizioni ai movimenti ed alle attività commerciali sono attive già dal 17/03. Lo stato di emergenza nazionale approvato in data 21/03 dal Parlamento lascia intendere un inasprimento delle misure di contenimento che, a norma di legge, potranno protrarsi anche per 2 mesi.



I singoli stati hanno agito autonomamente, sospendendo le attività non essenziali, limitando gli spostamenti e vietando gli assembramenti, fino a data da destinarsi. È possibile che il lockdown duri fino a giugno. Nonostante questo, il Presidente Trump ha annunciato che i provvedimenti rientreranno prima di Pasqua.



L'Austria, già dal 12/03, ha adottato misure molto simili a quelle prese dal Governo italiano, prolungando il lockdown fino al 13/04. Ogni collegamento via terra e via aria con l'Italia e gli altri paesi a rischio è sospeso fino a data da destinarsi.



Nel Regno Unito, il Premier Johnson ha ufficializzato il lockdown a partire da lunedì 23/03. Il paese ha adottato pressochè le stesse misure imposte in Italia, per almeno 15 giorni. Non esiste ad oggi una ipotetica data di decadenza delle ordinanze.



In Cina sono state allentate le restrizioni e le misure di contenimento per Covid-19 in seguito alla diminuzione dei casi accertati e alla quasi assenza di nuovi contagi. Stando alle norme dell'OMS, dopo 15 giorni senza nuovi contagi la Cina potrà dichiararsi uscita dalla pandemia. La situazione nel paese sta lentamente tornando alla normalità.

# Primi 10 mercati esteri per l'Italia

## Misure COVID-19 intraprese alla data del 25 marzo



La Federazione Russa ha chiuso i propri confini in entrata e in uscita già dal 20 febbraio. A partire dal 28/03 saranno adottate misure restrittive che prevedono il lockdown e quindi la sospensione di tutte le attività non essenziali. Le misure saranno valide fino al 5/04, con possibili proroghe.



In Spagna è stato emanato l'ordine di lockdown totale e sono state adottate misure identiche a quelle prese in Italia. La chiusura durerà fino al 11/04, come annunciato nella mattinata del 22/03 dal presidente Sanchez. È verosimile pensare ad una proroga, dato il drammatico e inesorabile aumento dei contagi.



Dopo aver inizialmente chiuso solo le scuole e le università, dal 23/03 sono attive anche in Olanda pesanti misure di contenimento, assimilabili a quelle prese dalla maggior parte dei paesi europei. Le restrizioni sono valide fino 6/04, ma pare possano molto probabilmente essere prorogate.



In Belgio sono state imposte misure di contenimento leggermente meno aggressive di quelle prese in Italia, ma simili. Il termine di tali misure è ad oggi il 5/04. Annunciata per il 27/03 una riunione del Consiglio di Sicurezza Nazionale belga per decidere su un'eventuale e probabile proroga di 15 giorni.



## Situazione compagnie aeree di riferimento

- **Lufthansa** sospende il 95% dei voli giornalieri dal 24/03, operando solo 53 partenze al giorno.
- **American Airlines** ha cancellato tutti i voli passeggeri da e per l'Europa, ad eccezione di due voli giornalieri per London Heathrow, fino almeno al 25/05. Possibile proroga al 6/05.
- **British Airways** ha sospeso tutti i voli passeggeri da e per l'Italia dal 10/03 fino al 4/04.
- **Air France** ha ridotto i voli giornalieri del 70-90%, piano valido per due mesi dal 16/03.
- **Austrian Airlines** ha sospeso tutti i voli, ad esclusione di quelli di emergenza per i rimpatri dei connazionali.
- **Aeroflot** ha sospeso pressochè tutti i collegamenti aerei fino al 23/04.
- **Iberia** ha sospeso il 90% dei voli passeggeri giornalieri.
- **Brussels Airlines** ha sospeso tutte le attività dal 24/03 al 19/04.



# Scenari di riferimento per le previsioni sulla domanda alberghiera: 15/04, 30/04, 15/05

## Termine del lock-down per l'Italia

### 15 aprile

- Per i successivi 15 gg **non si registrerà particolare dinamismo nelle prenotazioni leisure** in generale, mentre maggiore dinamismo è atteso nella ripresa delle notti business.
- A causa dei ritardi di attuazione di misure adeguate, i **mercati esteri si trovano generalmente in ritardo** sul passo dell'Italia di circa 15 giorni, con impatto evidente su maggio su tutti i prodotti.
- L'economia italiana si è **indebolita**, con ricadute immediate soprattutto sui profili di domanda domestica con reddito non garantito.
- La domanda **MICE si riaffaccia con decisione solo a settembre** a causa dell'impossibilità di programmare eventi e congressi nel periodo pre-estivo.
- Il livello delle cancellazioni delle prenotazioni on-the-book è limitato al 30-40% per le destinazioni mare.
- La **finestra temporale** per nuove prenotazioni mare si riduce **principalmente al mese di maggio** e giugno, per prenotazioni su luglio ed agosto.
- In assenza di chiare indicazioni dal ministero competente, sia **giugno che settembre sono a rischio per possibili slittamenti dell'anno scolastico**, fattore di impatto sulle prenotazioni.
- Agosto è il mese di riferimento per il mercato domestico («irrinunciabile», salvo ferie esaurite), così **la domanda estiva risulta maggiormente concentrata** sul picco.

### 30 aprile













- L'economia italiana si è **significativamente indebolita**, con ricadute generalizzate su tutti i profili di domanda, escluso il lusso.
- Per i successivi 20-30 gg **non si registrerà particolare dinamismo nelle prenotazioni leisure**, perché il mercato è maggiormente spiazzato dall'impossibilità di fare previsioni sull'estate.
- A causa dei ritardi di attuazione di misure adeguate, i **mercati esteri si trovano generalmente in ritardo** sul passo dell'Italia di circa 15-20 giorni.
- Sono compromessi i sistemi di collegamento aereo anche a causa di **restrizioni che l'Italia potrebbe imporre** verso l'incoming da alcuni paesi ancora a rischio.
- Il livello delle **cancellazioni** delle prenotazioni on-the-book è **superiore al 40%** per le destinazioni mare.
- La **finestra temporale** per nuove prenotazioni mare si riduce **principalmente al periodo 15/05 – 15/06**, per prenotazioni su luglio ed agosto.
- Qualora l'anno scolastico non sia ripartito e non sia stato chiuso, **giugno è compromesso per il mercato famiglie**.
- Agosto è il mese di riferimento per il mercato domestico ed internazionale («irrinunciabile», salvo ferie esaurite), così **la domanda estiva risulta molto concentrata** su agosto. Settembre recupera parte dei volumi di domanda estera di agosto rimasti non soddisfatti.
- **Il mercato business si è generalmente impoverito** per una diffusa crisi finanziaria causata dal protrarsi dell'emergenza. Il mercato MICE è in sofferenza perché molti eventi sono cancellati e non posticipati a settembre-ottobre per l'esaurirsi delle finestre di programmazione.

### 15 maggio

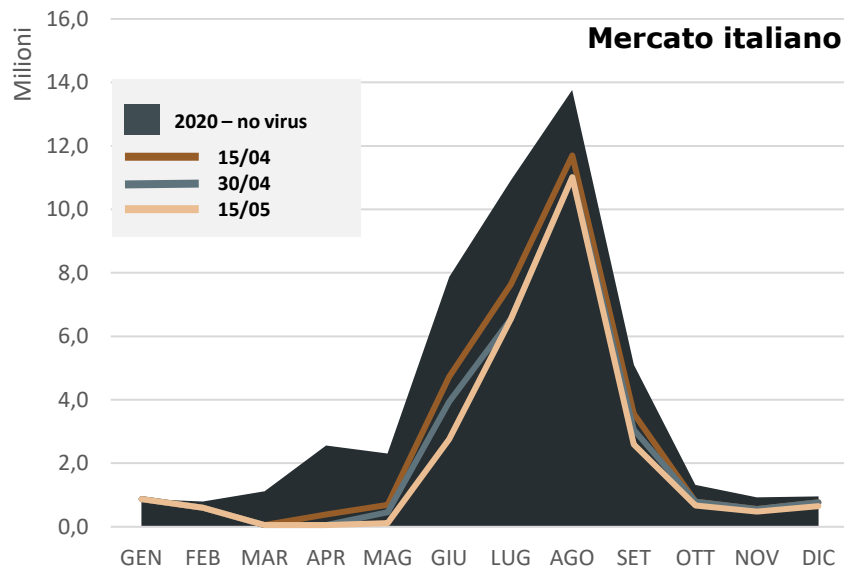
- L'economia italiana si è **molto significativamente indebolita**, con ricadute generalizzate su tutti i profili di domanda. In questo scenario la vacanza in hotel non appare più come una esigenza di svago e può essere sostituita da soggiorni brevi in strutture extra-alberghiere lontano dalle città principali, le quali riportano postumi del lungo periodo di lock-down.
- Per i successivi 30 gg **non si registrerà alcun dinamismo nelle prenotazioni leisure**, perché il mercato è fortemente spiazzato dall'impossibilità di fare previsioni sull'estate.
- Sono compromessi i sistemi di collegamento aereo anche a causa di **restrizioni che l'Italia potrebbe imporre** verso l'incoming da alcuni paesi ancora a rischio. Le compagnie aeree hanno tenuto a terra i velivoli per così lungo tempo che la ri-pianificazione voli richiederà tempi di reazione significativi.
- Il livello delle **cancellazioni** delle prenotazioni on-the-book è **superiore al 60%** per le destinazioni mare.
- La **finestra temporale** per nuove prenotazioni mare si riduce **principalmente al periodo 30/05 – 30/06**, per prenotazioni su luglio ed agosto.
- A causa del lungo periodo di incertezza che ha colpito il mercato domestico e quelli internazionali, il mese di giugno è compromesso. Poche strutture aperte potrebbero però raccogliere volumi delle numerose chiuse.
- Agosto è il mese in cui si concentrerà in modo molto evidente la domanda domestica e la debolissima domanda estera.
- **Il business travel si è molto impoverito** per una diffusa crisi finanziaria causata dal protrarsi dell'emergenza. Il mercato MICE del 2020, quasi del tutto azzerato per il 1° semestre, è definitivamente compromesso per gran parte del 2°.



# Previsioni per i mercati nei 3 scenari

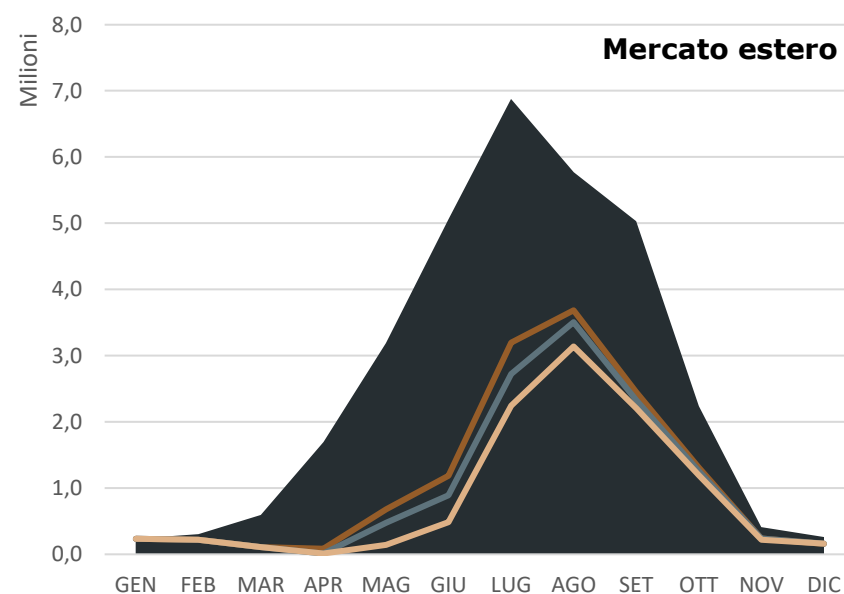
	15 aprile			30 aprile			15 maggio		
	Vs «2020 NO COVID»	Mln presenze	%	Vs «2020 NO COVID»	Mln presenze	%	Vs «2020 NO COVID»	Mln presenze	%
		-49,5	-35%		-56,2	-40%		-65,3	-46%
Germania 		-14,9	-47%		-16,4	-51%		-18,3	-57%
USA 		-7,2	-65%		-7,6	-68%		-7,9	-72%
UK 		-6,2	-60%		-6,5	-63%		-6,8	-66%
Francia 		-4,9	-51%		-5,3	-55%		-5,9	-61%
Austria 		-2,9	-48%		-3,3	-53%		-3,7	-60%
Cina 		-2,8	-61%		-2,8	-61%		-2,9	-63%
Russia 		-1,9	-47%		-2,1	-51%		-2,3	-55%
Spagna 		-2,1	-53%		-2,2	-57%		-2,4	-61%
Olanda 		-1,9	-54%		-2,0	-58%		-2,2	-63%
Belgio 		-1,7	-55%		-1,9	-59%		-2,0	-64%
Resto del mondo 		-30,4	-61%		-31,9	-64%		-33,7	-67%

# Destinazioni MARE



Nelle destinazioni mare si possono stimare riduzioni delle presenze che vanno dal 43% dello scenario del 15/04 fino a oltre il 50% in quello del 15/05. Questo è il primo mercato per presenze di tutta Italia, che fa registrare oltre 80 milioni di presenze annue.

Nello scenario del 15/04 ci si può aspettare che il mercato domestico possa contenere la riduzione nel mese di agosto.

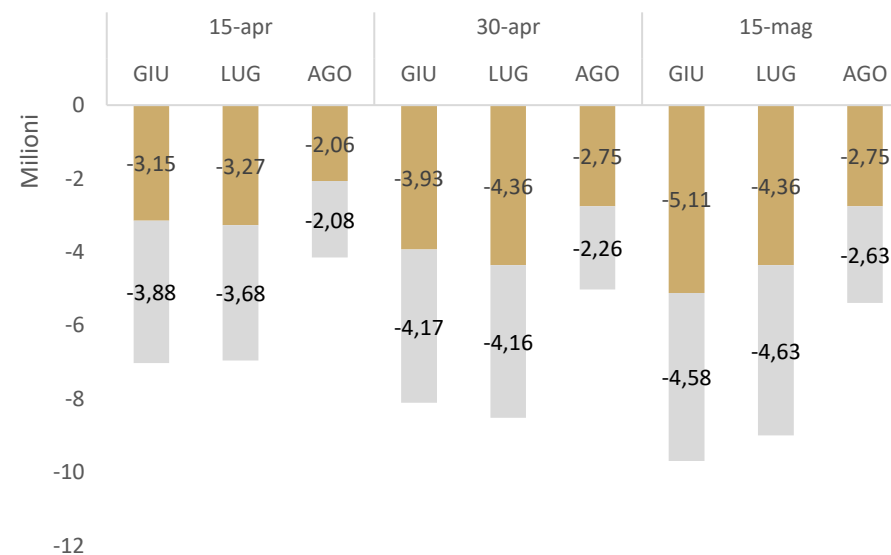


Il mercato estero potrebbe invece registrare diminuzioni di oltre il 50% delle presenze con una tendenza di ripresa molto più contenuta. Le ragioni del calo saranno le difficoltà di mobilità e di programmazione. Il periodo dell'alta stagione e un buon autunno potrebbero limitare le perdite considerando che i mesi di agosto e settembre fanno da soli, storicamente, oltre un terzo delle presenze annue.



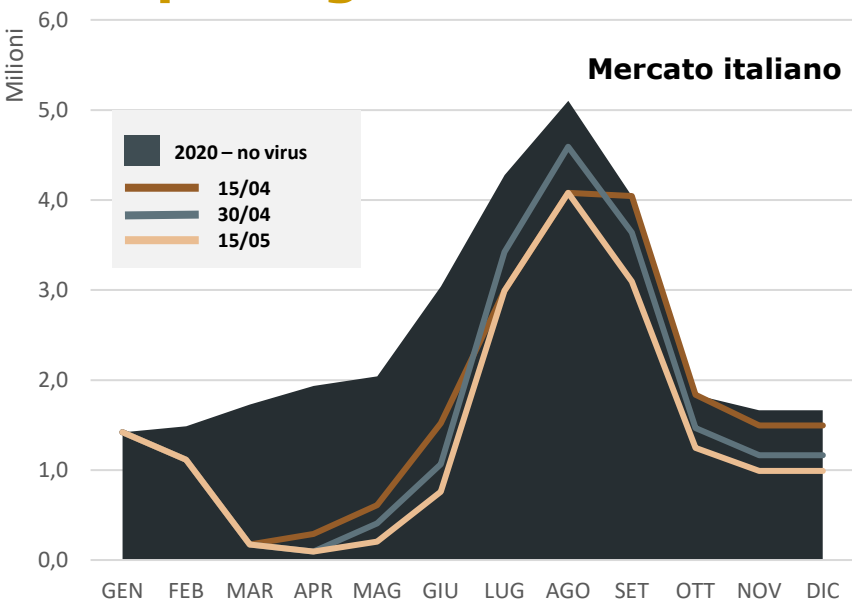
## Focus sui mesi più colpiti

Sui mesi principali della stagione estiva notiamo con più evidenza l'impatto sulle presenze. Nello scenario del 15/04 il mercato italiano può perdere in tre mesi oltre otto milioni di presenze e quello straniero ben oltre i nove milioni.

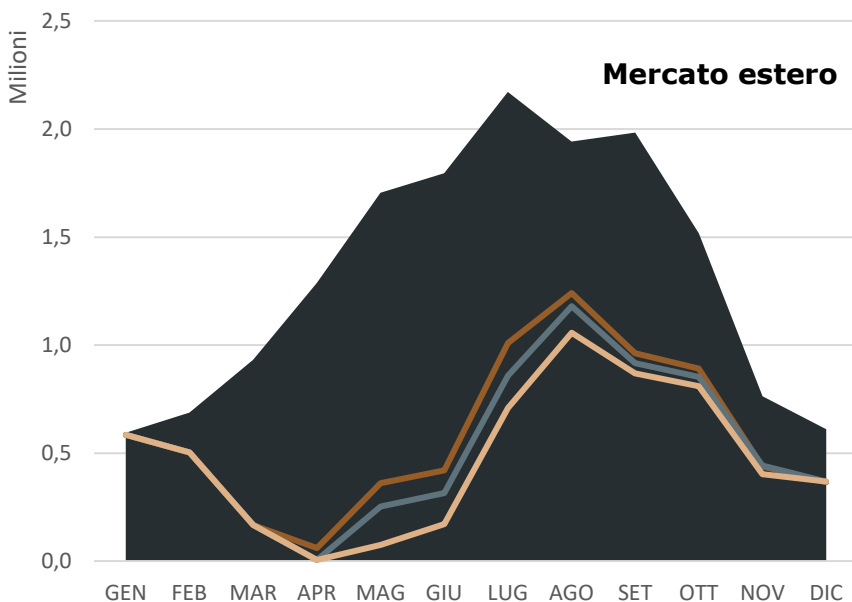


Ita est

# Capoluoghi e BUSINESS\*



I capoluoghi (non classificati come Città d'Arte) e le destinazioni business potrebbero assistere ad un calo delle presenze del 39% nello scenario del 15/04 fino a circa il 50% in quello del 15/05. In particolare il mercato italiano può essere il principale attore di questa riduzione essendo il primo mercato con circa il 65% delle presenze annue.



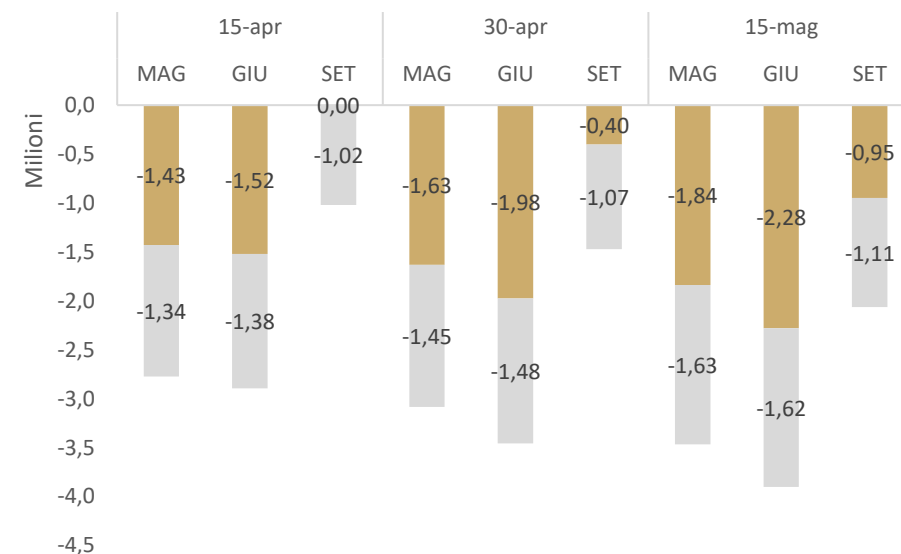
Il mercato estero potrebbe far registrare riduzioni meno evidenti dal punto di vista assoluto ma che in chiave percentuale assumono un'altra luce. Si può stimare che il mercato estero si riduca di oltre il 50% nello scenario del 15/04 per arrivare a oltre il 60% negli altri due scenari.

\* La definizione di queste destinazioni riportata dall'ISTAT è «capoluoghi di provincia e comuni non ancora classificati».

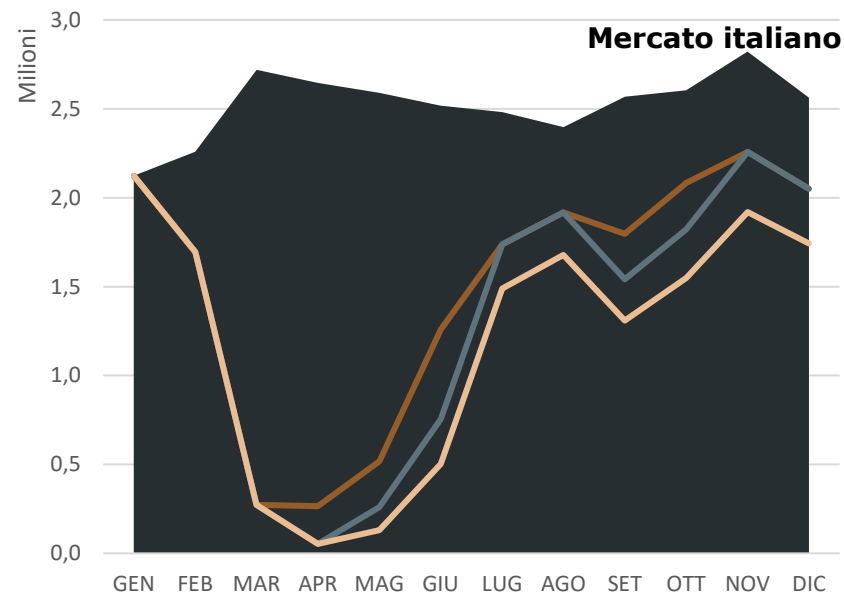


## Focus sui mesi più colpiti

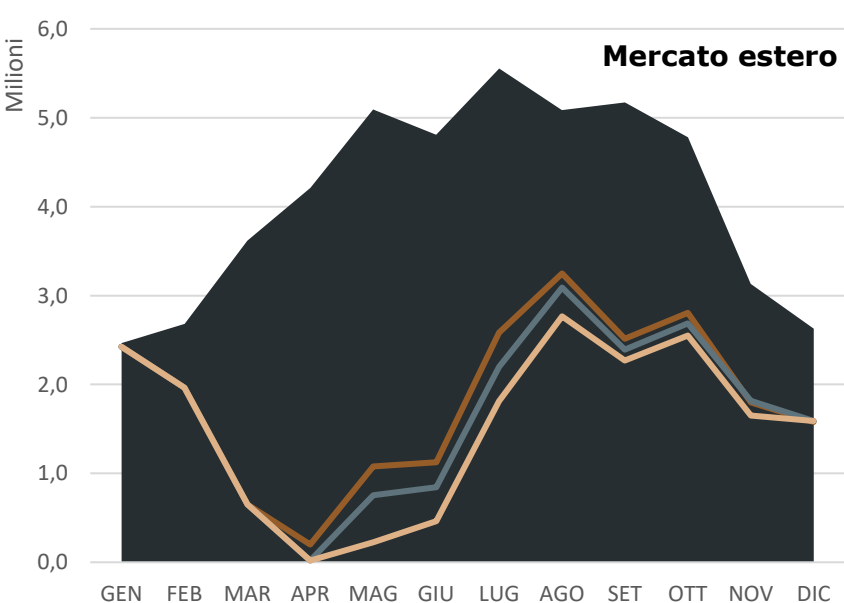
Osservando i mesi storicamente con più presenze possiamo avere una panoramica migliore della contrazione. Nello scenario del 15/04 il solo mercato italiano potrebbe perdere quasi tre milioni di presenze riuscendo a rialzarsi verso l'autunno.



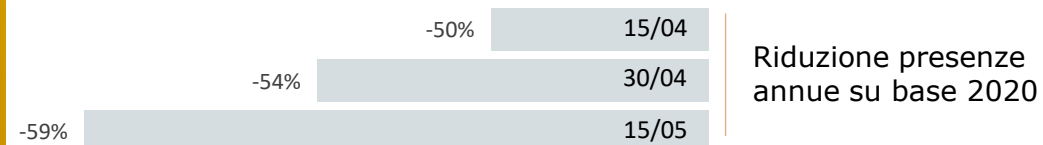
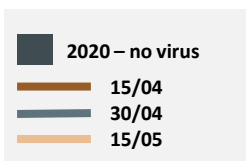
# Città d'arte



Le destinazioni «Città d'arte» sono, assieme alle località di mare, il più rilevante prodotto turistico italiano. L'impatto di questa crisi sulle presenze è molto sensibile, specialmente perché la stagione primaverile, marzo aprile e maggio, era solita registrare più di un quarto delle presenze annuali. Si può prevedere che a fine anno la riduzione delle presenze sia non inferiore a circa il 50%, nello scenario del 15/04, per arrivare a quasi il 60% in quello del 15/05.

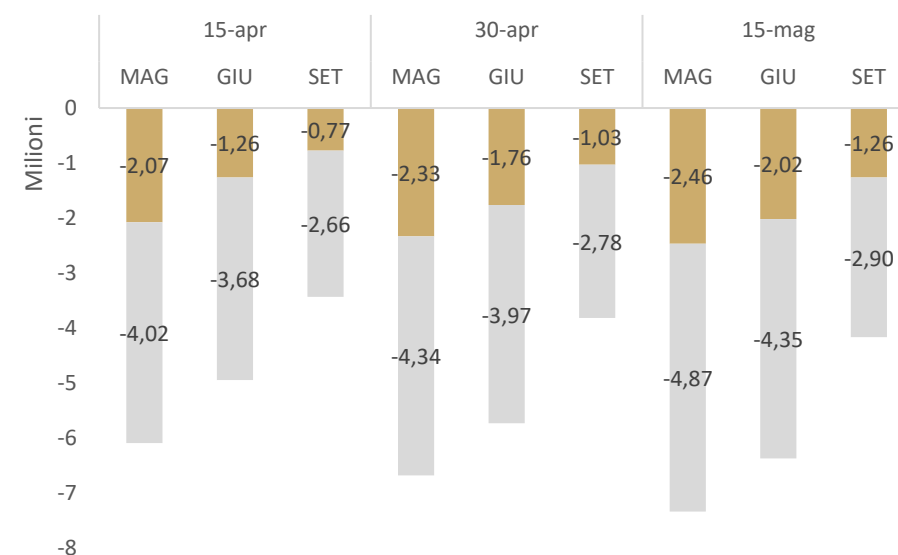


Il mercato straniero è il primo mercato per queste destinazioni, pesando circa il 62%, e potrebbe veder dimezzate le sue presenze. Il periodo autunnale potrebbe riportare dei numeri in crescita per via del concentrarsi di molti eventi che si recupereranno dalla calendarizzazione primaverile.



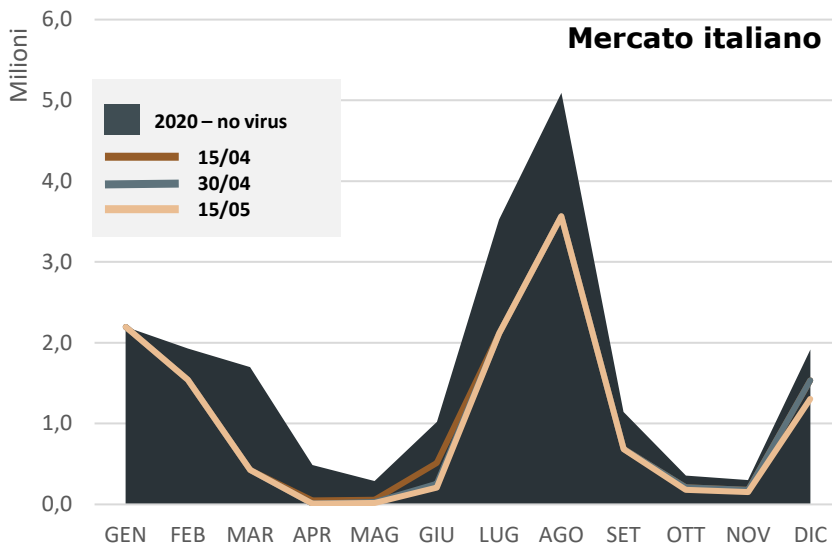
## Focus sui mesi più colpiti

Prendendo in esame i tre mesi più significativi dell'anno per queste destinazioni notiamo come il mercato estero possa perdere in tre mesi dieci milioni di presenze nello scenario del 15/04 a cui si aggiungono i quasi quattro di quello italiano.

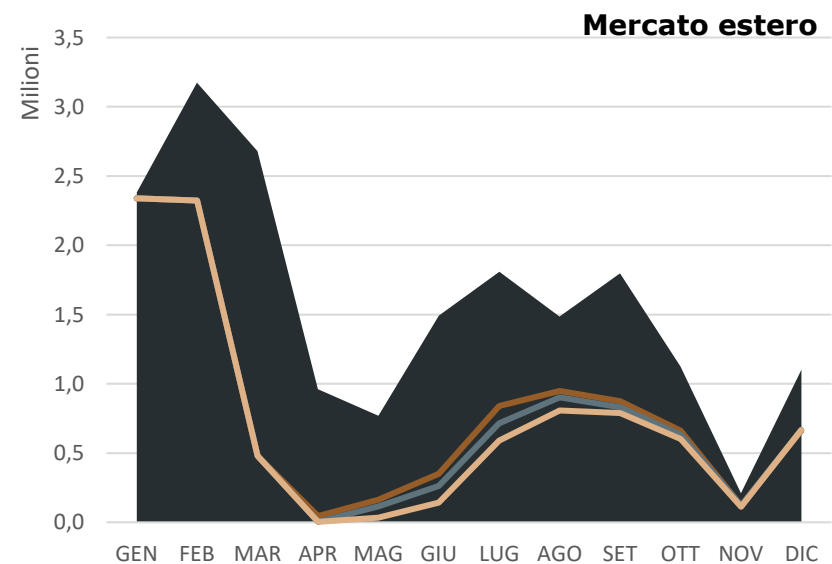


Ita est

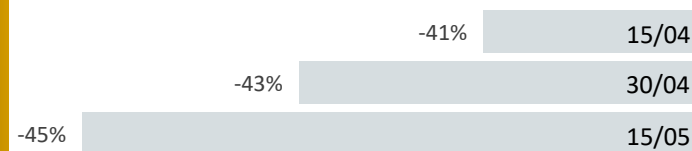
# Destinazioni MONTAGNA



Nelle destinazioni di montagna la situazione di crisi si è manifestata durante l'ultimo periodo della stagione invernale. Ciò ha determinato che solo il mese di marzo facesse registrare forti diminuzioni. Guardando però anche alla stagione estiva il quadro si inasprisce e può portare, alla fine dell'anno ad una riduzione delle presenze tra il 40% e il 45% circa.

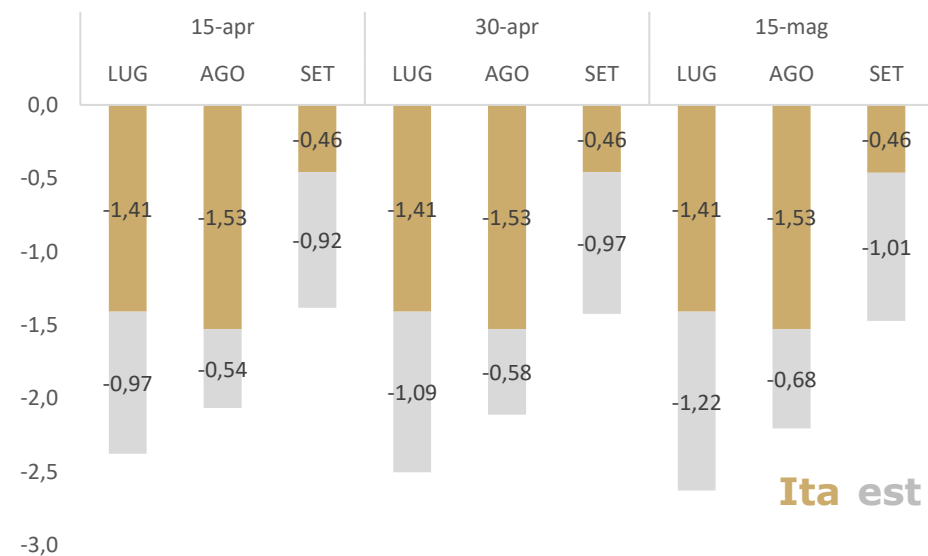


Tra il 30 e il 40% la perdita di mercato italiano nella fase alta della stagione estiva. Attorno al 50% la riduzione delle presenze estere, che però sono più consistenti nella stagione invernale.

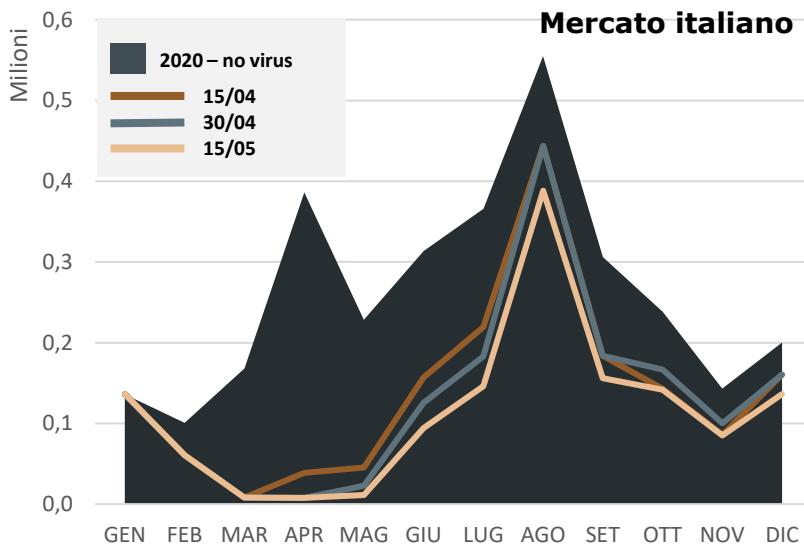


## Focus sui mesi più colpiti

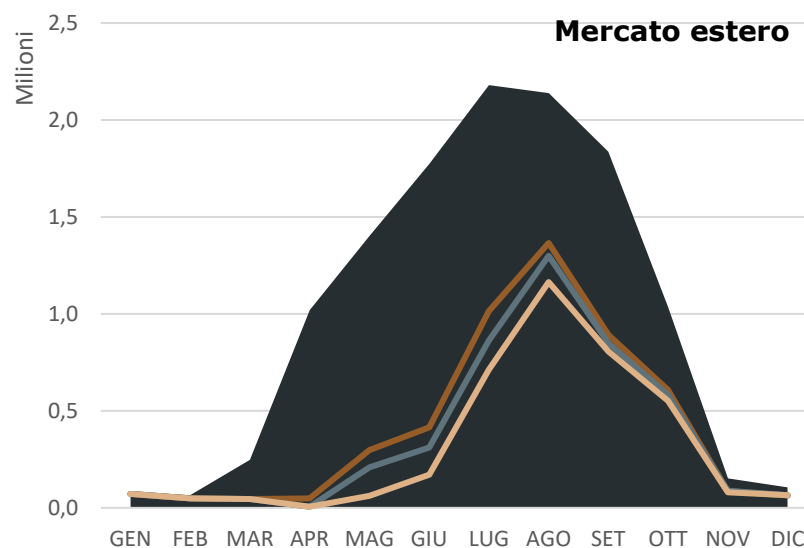
Le previsioni delle destinazioni di montagna risultano essere tra le meno negative tra tutte le destinazioni. Il mercato italiano, essendo il principale mercato della stagione estiva subirà riduzioni assolute ben più ampie di quello estero: nell'ordine dei 3,5 milioni di presenze tra luglio e settembre.



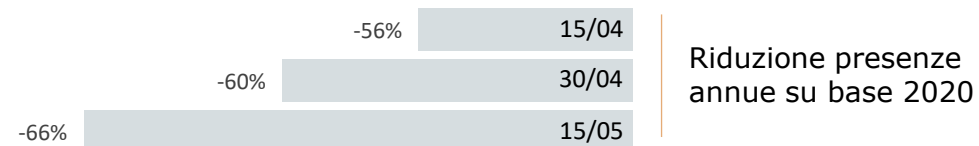
# Laghi



Queste destinazioni registrano nella stagione primaverile e quella estiva i principali volumi. Si assottiglierà la forbice tra i due mercati (italiano e straniero) in virtù del crollo che potrebbe avere quello estero, che può attestarsi, alla fine dell'anno, tra i circa 3,5 milioni di presenze e i 5 milioni a seconda dello scenario. Nel mercato estero sono luglio e agosto i mesi più rilevanti ma, più si ritarda il ritorno alla normalità, più possono diventare agosto e settembre i mesi con maggiori presenze.

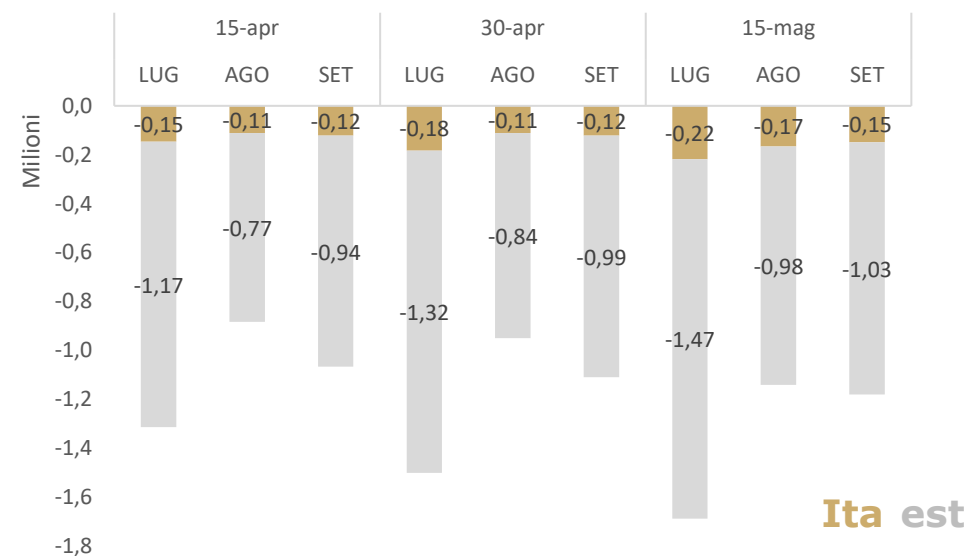


La riduzione del mercato nello scenario del 15/04 è prevista al 56%. Questa riduzione è da imputarsi in gran parte al mercato estero. Quest'ultimo è difatti il primo mercato per queste località, con volumi medi annuali di oltre 12 milioni di presenze.



## Focus sui mesi più colpiti

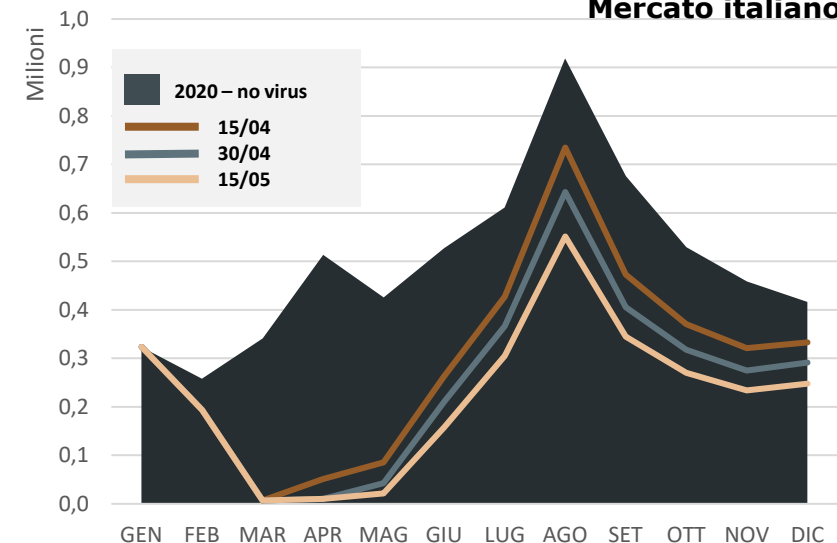
Il focus sui mesi più significativi dell'anno per questa destinazione, ovvero luglio, agosto e settembre ci evidenzia questo concetto. Sono proprio le presenze estere a calare in numero assai maggiore riducendosi di quasi tre milioni nei tre mesi nello scenario del 15/04 fino a oltre tre milioni e mezzo nello scenario del 15/05.



# Destinazioni TERMALI

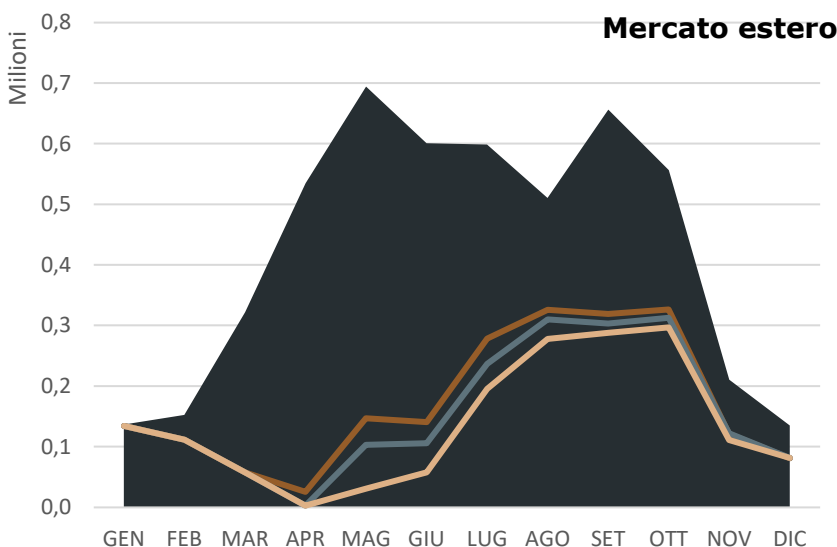
## Mercato italiano

Ci si può attendere una riduzione delle presenze del 49% nello scenario del 15/04 fino ad oltre il 60% nello scenario del 15/05. Questo equivale ad una perdita di quasi sei milioni di presenze in circa dieci mesi. Il mercato italiano potrebbe riprendersi un po' nei mesi di luglio e agosto e stabilizzarsi durante l'autunno, ma il calo dei mesi primaverili, che solitamente portano un quarto delle presenze annuali è molto impattante.



Il mercato estero subirà forti contrazioni che si possono stimare in oltre il 60% delle presenze. Storicamente, il mercato estero vale nelle destinazioni laghi circa il 46% del totale delle presenze.

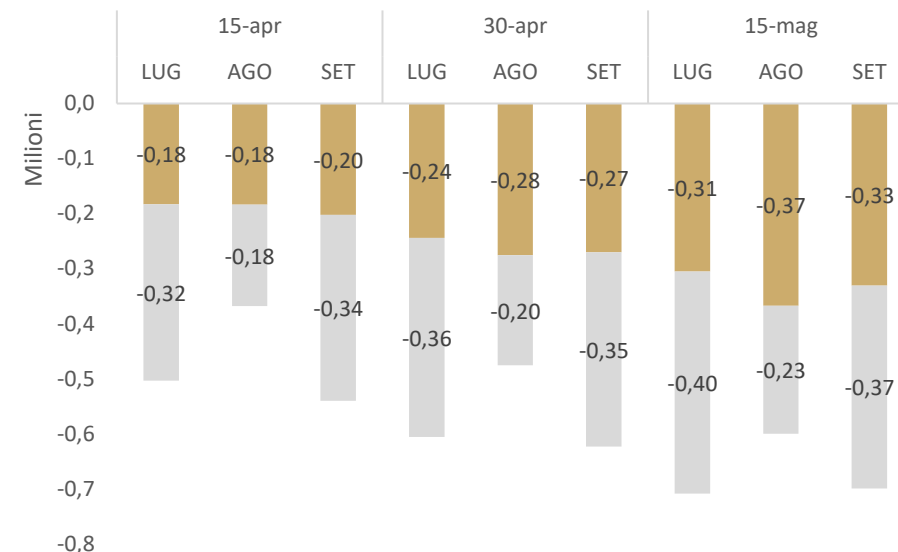
## Mercato estero



Riduzione presenze annue su base 2020

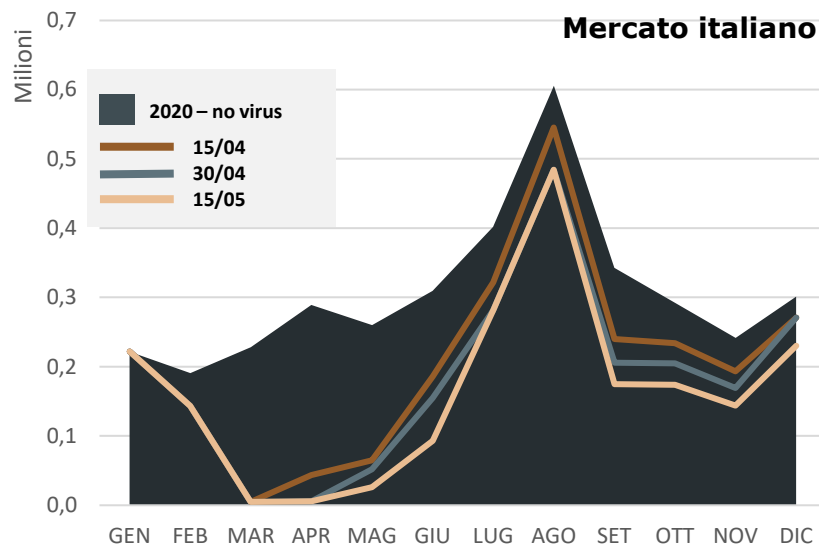
## Focus sui mesi più colpiti

Le destinazioni termali possono far registrare delle diminuzioni di presenze attorno al mezzo milione nei soli mesi di luglio, agosto e settembre per ogni mercato. Ciò vuol dire che in soli tre mesi si potrebbero perdere circa un milione di presenze.



Ita est

# Countryside



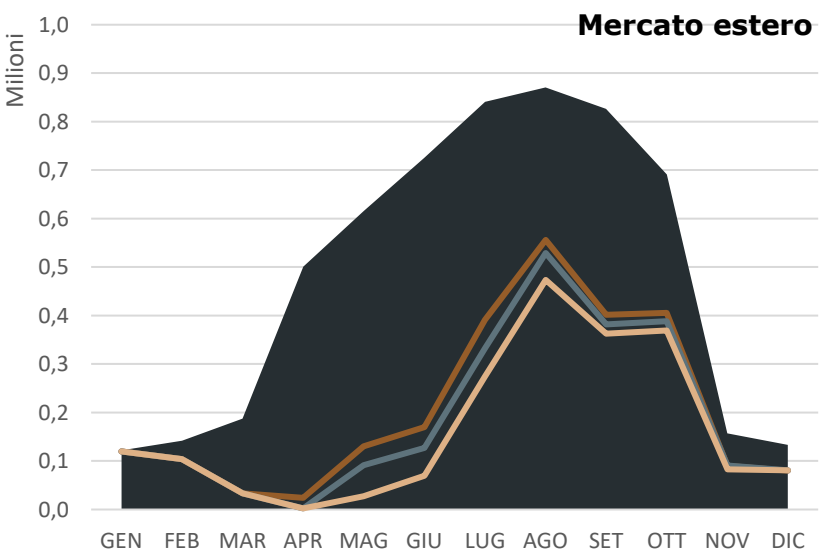
Per il mercato delle destinazioni «countryside» si registra il forte impatto dei mesi primaverili che solitamente incidono per circa un quarto delle presenze annuali. Questo dato incide fortemente nelle riduzioni delle presenze annuali che nello scenario migliore, quello del 15/04, sono del 48%. Il mercato italiano fa segnare una contrazione comunque più contenuta rispetto al mercato estero, 33% contro 57% nello scenario del 15% e 46% contro 66% nello scenario del 15/05.



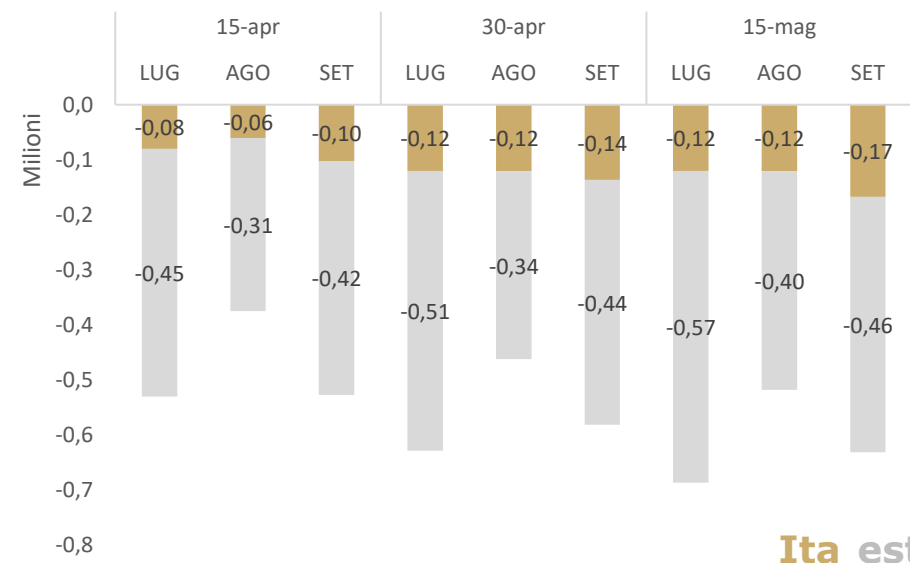
Riduzione presenze annue su base 2020

## Focus sui mesi più colpiti

Guardando ai mesi storicamente con un numero più elevato di presenze si evidenzia una contrazione, in valore assoluto, di più di un milione di presenze per il mercato estero e circa 200 mila presenze per quello italiano nello scenario del 15/04. Le destinazioni «countryside» potrebbero essere quelle meno colpite dalla crisi.



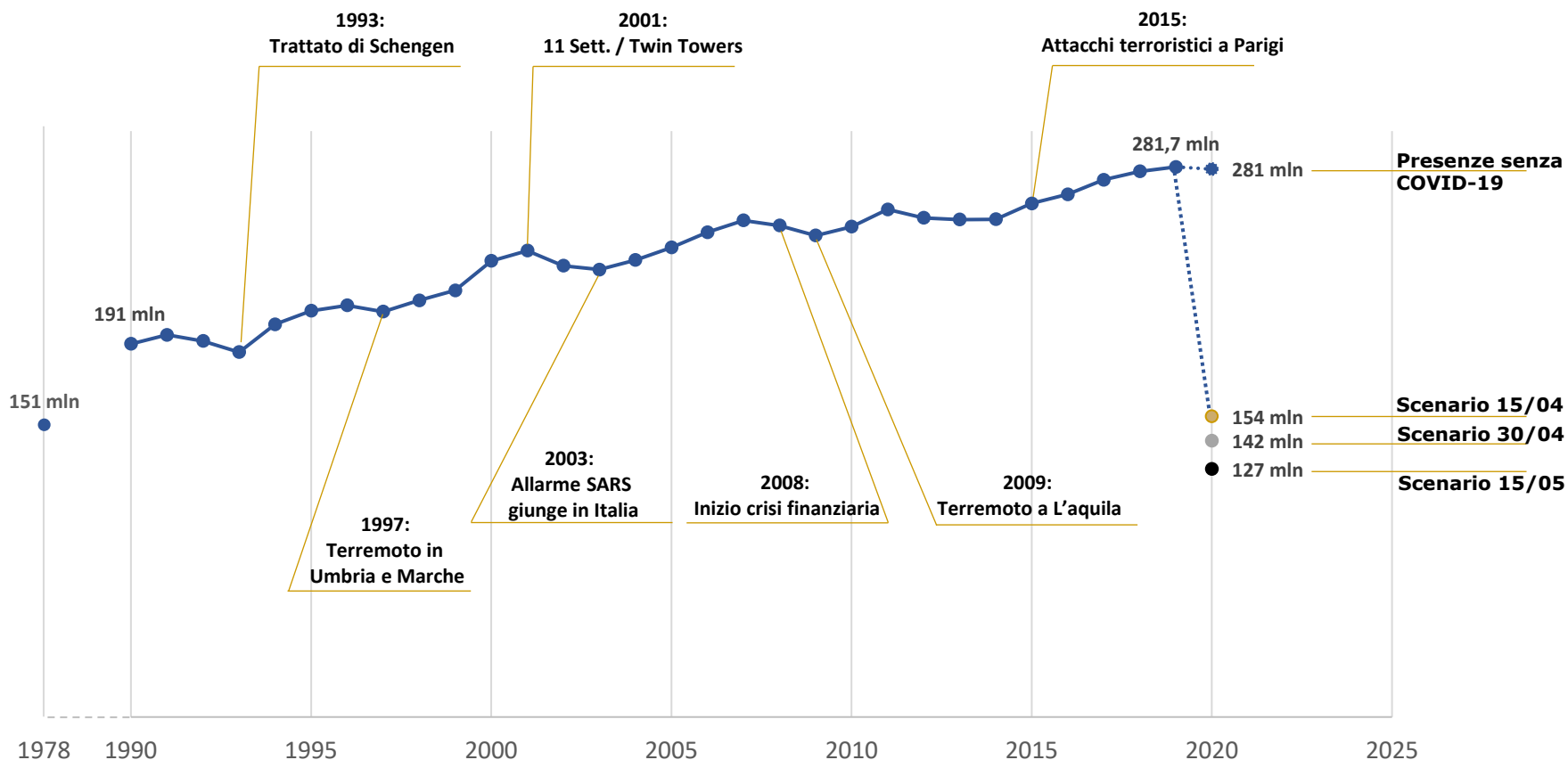
È lecito aspettarsi che il mercato italiano possa far registrare presenze un po' più in linea con l'andamento previsto senza la situazione di crisi nei mesi dell'alta stagione estiva. Il mercato estero invece potrebbe ridursi del 46% nei mesi da maggio a ottobre diventando anche il secondo mercato.



Ita est



# Domanda alberghiera (presenze) negli ultimi 30 anni e gli scenari 2020



Per impatto sul sistema alberghiero non esistono avvenimenti antecedenti, da quando sono disponibili le statistiche (1953-1956), che per l'Italia possano rappresentare un precedente utile a stimare la presente ed imminente crisi della domanda.

L'esposizione dell'Italia al mercato internazionale si è molto accresciuta, passando dal 33% circa del 1981 a poco meno del 50% del 2019.

**Nessuno degli avvenimenti di carattere globale ha però mai evidenziato un tale impatto sulla mobilità dei mercati di incoming, sulla produzione di camere e sull'organizzazione del comparto alberghiero che attualmente rimane all'oscuro sulle possibilità di programmare i mesi fondamentali per la produzione 2020.**

## 2020 = 1978

Le stime riportate per gli scenari descritti porterebbero il sistema alberghiero Italiano sui livelli di domanda della fine degli anni '70.

Data la quasi totale inutilità di confrontarsi con crisi precedenti, risulta difficile ipotizzare oggi quali siano i tempi di recupero ed il possibile evolversi del biennio 2021-2022.

# Conclusioni ed impatti

Qualora, come si auspica, il lock-down per l'Italia si concluda entro il 15 Aprile, con una conseguente immediata ripresa delle attività produttive, la **perdita per il sistema alberghiero italiano potrebbe aggirarsi intorno a 125 mln di presenze. Una riduzione del -45% sui volumi medi 2018-2019.**

Considerato il mix di mercati per l'Italia, usando una presenza media a camera di 2 persone, si tratterebbe di un calo di circa 63 mln di camere.

Per rendere l'idea: **sarebbe il volume di notti realizzato da circa 2,670 hotel di buone dimensioni (annuali, da 100 camere, con una occupazione media del 65%). Oppure quello di 8.000 hotel di dimensione media (italiana).**

Non è una crisi esclusivamente settoriale.

I suoi severi impatti si faranno sentire su indotto, sistema bancario, occupazione ma anche presso i Comuni: se anche si considerassero, come tassa di soggiorno, solo 3 Euro a presenza, **il più conservativo degli scenari comporterebbe incassi mancati presso i Comuni per almeno 375 mln di Euro, escludendo quelli legati alla tassazione di altro tipo.**



Da qualsiasi prospettiva la si guardi, attendiamo per i prossimi mesi una crisi che attacca uno dei pochissimi settori italiani che assicura un saldo positivo alla bilancia commerciale del Paese, con pesanti conseguenze su tutta l'economia nazionale.

**Forse l'idea della crisi alberghiera che in questi giorni sta circolando fra i non addetti ai lavori non assurge a tale gravità. Si potrebbe fraintendere che siano i giorni di marzo ed aprile a determinare il calo che si registrerà per il 2020.** Ma molte evidenze ed i dati presentati possono fornire una immagine più veritiera e, purtroppo, molto più grave.

Quella dei prossimi mesi è una situazione molto complessa e l'analisi ha dimostrato che nulla ha a che fare con precedenti shock della domanda.

Date però le sue cause ed il fatto che i Paesi *potrebbero* organizzarsi meglio nel corso del 2020, questa *potrebbe* essere una crisi di gittata molto limitata, quindi con effetto significativo sul solo 2020 ed inizi del 2021.

Aspetto, quest'ultimo, che lascia ben sperare per il comparto nel medio termine e per i fondamentali del segmento più rilevante fra quelli che compongono l'industria turistica italiana.



# Fonti e metodologia

Le previsioni sulla domanda alberghiera sono basate su due linee di analisi:

1. La comprensione e modellizzazione del **comportamento di acquisto dei mercati** (domestico ed internazionali) per i mesi del 2020 a venire, con particolare riferimento al prodotto alberghiero;
2. Il peso dei mercati (domestico ed internazionali) sulle tipologie di destinazioni, o prodotti e sui mesi a venire (periodo Aprile-Dicembre 2020), con particolare riferimento al prodotto alberghiero.

La principale fonte dei dati utilizzati per le simulazioni è ISTAT: le principali estrazioni sono avvenute nel mese di marzo 2020.

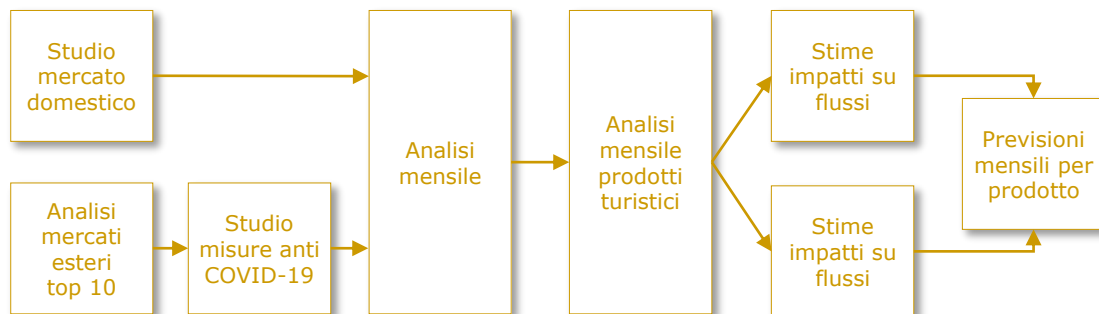
Sono di ISTAT le informazioni sui volumi di presenze presso le destinazioni categorizzate sotto i diversi prodotti turistici (Mare, Montagna, Termale, etc...), seppure la nomenclatura delle stesse categorie è stata leggermente riadattata.

Ai fini delle stime sui mercati esteri (primi 10 mercati su base 2018, classificati per il periodo Aprile-Dicembre per ovvi motivi) si è fatto riferimento all'ultimo dato di distribuzione mensile (2018).

Ai fini della distribuzione delle presenze mensili sui prodotti turistici si è fatto riferimento al 2017, in quanto dal 2018 tale classificazione non è più stata adottata da ISTAT. I valori sono stati quindi riadattati ai volumi 2018.

La previsione mensile per il 2020 è basata sulla semplice media dei volumi mensili del 2018 e del 2019. Il dato per dicembre 2019, non essendo disponibile alla data della presente, è stato equiparato a quello di dicembre 2018.

Di seguito il processo di analisi utilizzato:



**THRENDS**  
TOURISM & HOSPITALITY ANALYTICS

[thrends-italy.com](https://thrends-italy.com)

THRENDS è una società di consulenza specializzata in analisi e strategie nel settore Tourism & Hospitality che si caratterizza per la padronanza nell'analisi dati e l'esperienza settoriale. I servizi di THRENDS si distinguono per il valore consegnato al Cliente, creato tramite tempestività, precisione e trasferimento di conoscenza. Per informazioni su questo rapporto contattare: [office@thrends-italy.com](mailto:office@thrends-italy.com)

## IMPORTANT DISCLAIMER AND LIMITATION OF RESPONSIBILITIES

This report was distributed for free. We do not intend to provide an advisory nor consultancy service through this report. We do not guarantee that the data provided in the report are fully reliable. We strongly suggest all entities not to use the data here-in provided as the base to evaluate any investment or financial decision. We have no obligation to update our results and our conclusions in the event of any change in market conditions.

## COPYRIGHT MATERIAL

Any reprint, use or republication of all or a part of this report without the prior written approval of THRENDS Italy is strictly prohibited. Any such reproduction shall specifically credit THRENDS as the source.

THRENDS® is a registered trademark.