

Investimenti e strategie delle imprese turistiche meridionali

Salvio CAPASSO

Responsabile del Servizio Imprese e Territorio di SRM

SRM per il Turismo

- Da diversi anni SRM monitora le dinamiche della filiera turistica a livello regionale e di area. Questa attività di ricerca si è consolidata in un **Osservatorio specificamente dedicato al turismo** che ha dato vita, nel 2023, al *Rapporto annuale Turismo & Territorio. Tendenze, impatti e dinamiche d'impresa*.
- In un contesto in cui il Turismo assume sempre più importanza, con una **crescita quantitativa** confermata anche dagli ultimi dati per il 2024, è fondamentale guardare **ai cambiamenti in atto**.
- Cambiamenti sempre più orientati alla **qualità dell'accoglienza**, ai **servizi offerti**, alle compatibilità **ambientali e di sostenibilità** con il territorio di destinazione ecc...
- **Le nuove dinamiche, legate anche - ma non solo - alla componente sociale, lo pongono al centro di profonde trasformazioni e nuove tendenze.**



Survey alle imprese alberghiere: investimenti e strategie

Obiettivo

- Integrare le analisi classiche sul settore con il **punto di vista degli operatori**, per cogliere le ultime tendenze in atto e le prospettive future.
- La survey SRM 2024 è stata realizzata in collaborazione con l'Università di Bari Aldo Moro nell'ambito del Progetto GRINS.

Campione

- **900 imprese alberghiere nazionali**
- **Oltre 200 imprese nel Mezzogiorno**

Temi

- **Risultati aziendali: investimenti, clientela estera, canali di prenotazione**
- **Attese sull'evoluzione del mercato turistico**
- **Previsioni d'investimento**
- **Incrocio dei risultati con i dati di bilancio della banca dati AIDA**

Le imprese, nell'ultimo triennio, dimostrano consapevolezza dell'importanza di investire per crescere: **Digitale ed ESG**

1

- **Al Sud una buona apertura agli investimenti:** il 77% ha realizzato investimenti (Italia 76%).
- **Un'intensità leggermente più alta della media del Paese:** in media il 12,1% del fatturato è dedicato agli investimenti (Italia 11,4%).

2

85 imprese su 100 effettuano investimenti tradizionali.

Significativo, però, il dato **sugli investimenti innovativi in sostenibilità e tecnologia:**

- In Italia il 25% delle imprese, per il 10% degli investimenti;
- Al Sud il 40% delle imprese, per quasi il 16% degli investimenti.

3

I due punteggi più alti tra le motivazioni di investimento sono relative alle **performance aziendali** e per adeguarsi alle **nuove esigenze del turista**.

È interessante notare che **non ci sono differenze tra Italia e Sud**.

Investimenti 2021-2023

	Italia	Mezzogiorno
nell'ultimo triennio (% Imprese)	76,2%	76,6% ▲
% media del fatturato aziendale	11,4%	12,1% ▲

Tipologia della spesa per investimenti degli ultimi 3 anni (% imprese – risposte multiple)

	Italia	Mezzogiorno
Investimenti Tradizionali	85%	84%
in ESG	14%	22% ▲
in Tecnologia e Digitale	11%	18% ▲

Le motivazioni dell'investimento Punteggio da 1 (molto negativo) a 5 (molto positivo)

	Italia	Mezzogiorno
Migliorare le performance aziendali	4,01	4,05 ▲
Nuove esigenze del turista	3,68	3,75 ▲

Nel **prossimo triennio** le imprese del Sud confermano la voglia di investire con sempre maggiore attenzione alla sostenibilità

1

Nel prossimo triennio prevale la quota di **imprese interessate** a realizzare **nuovi investimenti** (70% Italia, 75% Sud).

In alcuni casi la presenza di incentivi e le mutevoli esigenze di mercato, conta nella scelta.

2

L'approccio alla sostenibilità è sempre più maturo. Oltre all'efficientamento energetico (da tempo la scelta prioritaria), c'è attenzione alla **riduzione dei consumi idrici ed alla formazione del personale e del management.**

Interessante la presenza della scelta di redigere il **bilancio di sostenibilità** (attenzione alle richieste del mercato).

Prevede di realizzare nuovi investimenti nel triennio 2024-2026?

	Italia	Mezzogiorno
Si	51%	58% ▲
Si, ma dipende da incentivazione e/o mutate esigenze di mercato	19%	17%
No	30%	25%

Su quali fattori ritiene che la sua azienda debba prioritariamente investire nei prossimi 5 anni?

	Italia	Mezzogiorno
Riduzione dei consumi energetici	30,2%	30,1%
Riduzione dei consumi idrici	23,9%	25,8% ▲
Autoproduzione di energia da fonti rinnovabili	16,6%	18,7% ▲
Attività formative per il personale/management aziendale	15,7%	18,2% ▲
Riduzione e differenziazione dei rifiuti industriali/aziendali	14,4%	10,5%
Redazione di un bilancio di sostenibilità	10,6%	10,0%
Utilizzo, per la ristorazione, di materia prima a km0 o via filiere di prossimità	9,9%	11,5% ▲

La **forma di conduzione** incide sulle strategie d'investimento: proprietari e gestori a confronto

- **La propensione a realizzare investimenti è maggiore per le strutture di proprietà** rispetto ai gestori (**77% contro 65%**). Tuttavia, i gestori lo fanno con un'intensità anche più alta dei proprietari (il 40% vi dedica oltre 15% del proprio fatturato, mentre per le attività in proprietà la quota si dimezza).
- **I proprietari sono più attenti alla componente digitale ed ESG:** quasi il 20% degli investimenti sono orientati alla riqualificazione digitale, energetica e di ampliamento dei servizi (15% per il gestori).

Le motivazioni dell'investimento

Punteggio da 1 (molto negativo) a 5 (molto positivo)

	Di proprietà	In gestione
Migliorare le performance aziendali	4,03 ▲	3,67
Nuove esigenze del turista	3,70 ▲	3,47
Impegno della proprietà/direzione aziendale verso altri obiettivi di sostenibilità (ESG)	3,48 ▲	3,13
Pressione esercitata dai competitor	2,96	3,16 ▲
In risposta alle tensioni sui mercati (aumento di prezzi, difficoltà di approvvigionamento materie prime)	2,86	3,13 ▲

- Emerge una **visione strategica dei proprietari più a lungo termine** (miglioramento delle performance, nuova domanda e obiettivi di sostenibilità).
- Al contrario i **gestori sono maggiormente influenzati dalle dinamiche di breve/medio periodo** (pressione dei competitor e tensioni sui prezzi).

La **dimensione d'impresa** è un fattore vincente per la crescita competitiva della filiera turistica

- C'è una **relazione positiva tra:**
 - **dimensione** delle strutture e crescita di **fatturato**...
 - **Dalla survey**, il 52% delle strutture ricettive meridionali dichiara un aumento del fatturato rispetto al periodo pre-Covid (Italia 50%), con un'intensità via via crescente all'aumentare della dimensione aziendale;
 - ...e **dimensione** delle strutture e **redditività, produttività e crescita investimenti**.
 - **Dall'analisi di bilancio**, le imprese del settore dell'ospitalità con fatturato < 500 mila € presentano performance inferiori in termini di ROI, produttività ed attenzione agli investimenti.

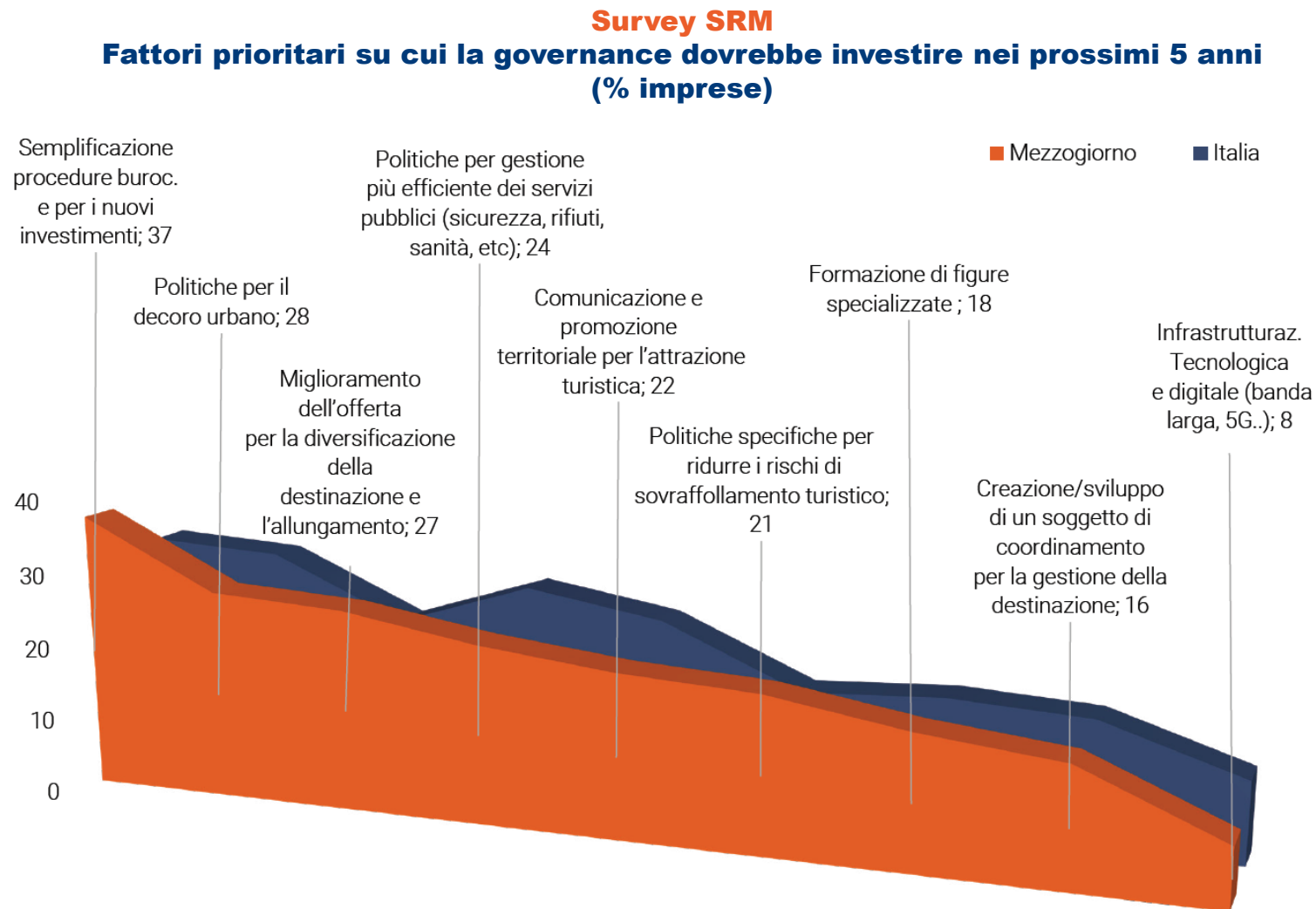
Alcuni indicatori di bilancio

		Imprese con fatturato <500 mila €		Imprese con fatturato >500 mila €	
		Ita	Sud	Ita	Sud
Risultato operativo/ Capitale investito x 100	ROI 2022	0,9%	0,7%	3,2%	2,4%
Totale investimenti	Variazione investimenti 2021-2022	0,6%	-1,7%	1,5%	1,8%
VA per addetto (000 €)	Produttività Anno 2022	26,48	24,00	52,49	44,84

Fonte: elaborazioni SRM su dati Aida

La **governance territoriale** deve supportare un modello vincente per la filiera

- Dalla survey emerge che, per le imprese, **semplificazione burocratica e politiche per il miglioramento del decoro urbano** solo le prime due azioni su cui la governance dovrebbe investire nei prossimi 5 anni.
- Senza però tralasciare altre priorità: **diversificazione dell'offerta e una sua migliore comunicazione, gestione dei servizi pubblici e overtourism.**



Emerge, quindi, un chiaro identikit dell'impresa turistica meridionale...

- Investe con un'intensità leggermente più alta della media del Paese;
- È particolarmente attenta a innovazione e sostenibilità;
- Punta a migliorarsi e ad assecondare la nuova domanda di mercato;
- Ha tra gli obiettivi specifici, lavorare per ridurre i consumi energetici e idrici e per autoprodurre energia.

... che determina una domanda «per lo sviluppo» di risorse al sistema finanziario e creditizio!

Prossimi step di analisi

- Campione più ampio: da 900 a 1.000 imprese
- Focus tematici: Tecnologia - Occupazione



Grazie per l'attenzione

sr-m.it

