

27 Ottobre 2022

REGIONE AUTONOMA VALLE d'AOSTA







FONDO DI PEREQUAZIONE 2019-2020 - SOSTEGNO DEL TURISMO LINEA DI ATTIVITA' 1 - OSSERVAZIONE ECONOMICA

REPORT DI ANALISI ECONOMICO - TERRITORIALE
PER LA REGIONE AUTONOMA VALLE d'AOSTA

Ottobre 2022

















Premessa

Il presente rapporto si inquadra nel progetto «Fondo di Perequazione 2019-2020 Sostegno del Turismo» realizzato da Isnart per le camere della Regione Autonoma Valle d'Aosta, con riferimento alla linea 1 di Attività «Specializzazione dell'osservazione economica per stare vicino alle imprese e ai territori».

turismOK ha aggiornato i dati del II trimestre 2022 introducendo altri indicatori legati al turismo in Valle d'Aosta nell'estate appena trascorsa e restituendo l'evidenza di una ricerca legata alle risorse umane in campo turistico.









2. L'offerta: la filiera turistica

Gli indicatori





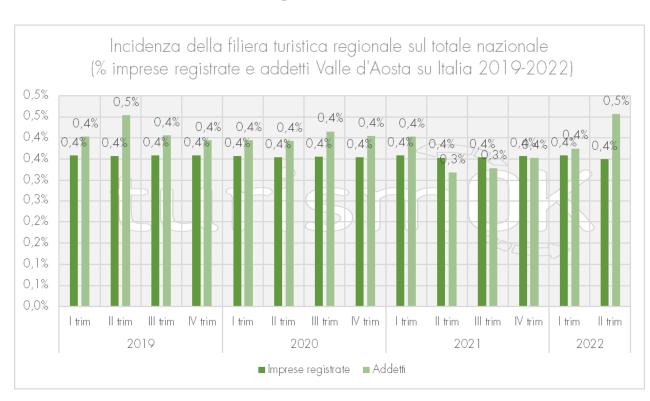


Al II° trimestre 2022 la **filiera turistica** si compone di:

- > 2.209 imprese
- > 11.509 addetti

Negli ultimi anni il peso dell'industria turistica valdostana non muta (0,4% sul totale nazionale). Aumenta, tornando ai livelli del 2019 (0,5% del totale nazionale) l'incidenza degli addetti.

La filiera turistica regionale





Fonte: Infocamere, II trimestre 2022





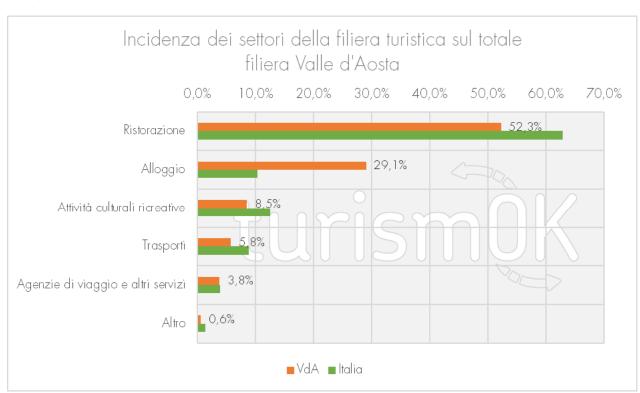


Composizione di filiera

Le imprese turistiche in Valle d'Aosta sono circa il **18%** del totale (in Italia il 10,4%).

In VdA su 12.295 imprese 2.209 sono turistiche e così ripartite:

- le imprese di ristorazione rappresentano il 52,3% del totale regionale;
- quelle che offrono servizi di alloggio sono il 29,1%; In Italia solo il 10%
- ➤ le imprese specializzate in attività culturali e ricreative l'8,5%.



Fonte: Infocamere, II trimestre 2022





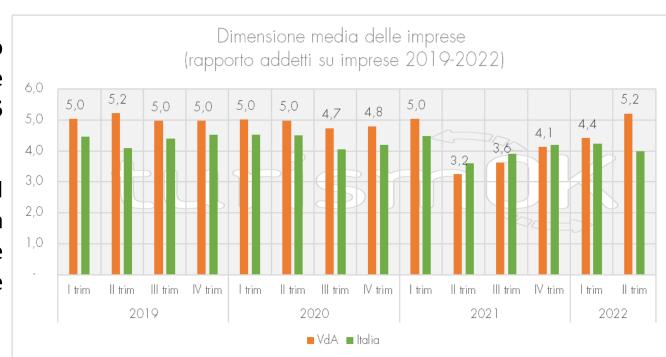




Dimensione media delle imprese

Negli ultimi anni sia a livello nazionale che regionale dimensione costante sui 5 addetti medi.

Nel 2021 contrazione dal II trimestre e poi crescita costante fino a raggiungere livelli precovid per la VdA e intorno ai 4 addetti per l'Italia.





Fonte: Infocamere, II trimestre 2022





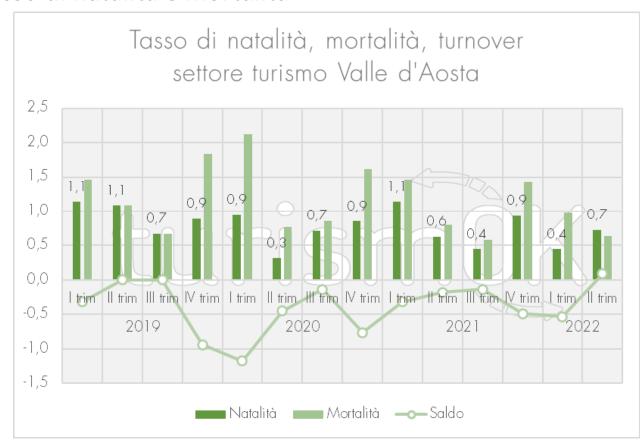


Tasso di natalità e mortalità

L'impatto della crisi pandemica ha compromesso la natalità delle imprese, tuttavia le misure di sostegno nazionali e locali hanno rallentato le cessazioni, mediamente inferiori al periodo pre-pandemico.

Negli ultimi trimestri però il **Saldo** sembra essere migliorato ed addirittura nel II Trimestre 2022 torna a **valori positivi (+0,1)** da prima del 2019





Fonte: Infocamere II trimestre 2022







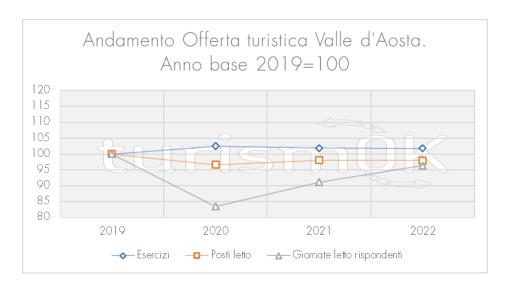
Imprese valdostane: Offerta ricettiva

In Valle d'Aosta, in Estate, sono attive oltre **1.250 strutture ricettive** ufficiali che offrono 56.000 posti letto.

Rispetto alle estati precedenti aumentano gli esercizi e diminuiscono i posti letto; ne consegue: strutture più piccole (in media da 46 posti medi a 44).

Giornate letto rispondenti: calano molto nel periodo pandemico, nel 2022 si allineano ai posti letto

Estate	2019	2020	2021	2022
Esercizi	1.244	1.275	1.268	1.266
Posti letto	57.789	55.832	56.680	56.637
Giornate letto rispondenti	4.126.495	3.445.112	3.760.176	3.976.177



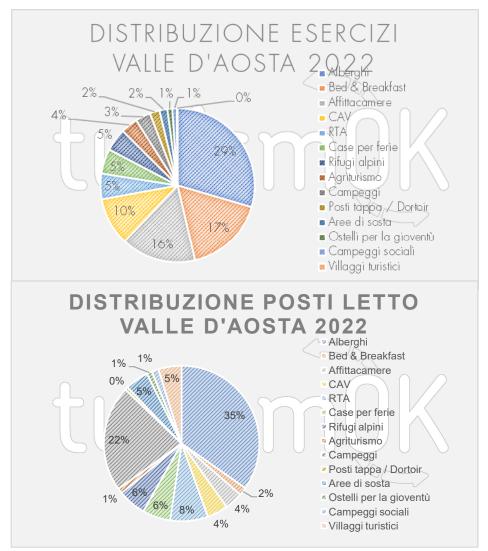








- In Valle d'Aosta la distribuzione per tipologia ricettiva **nell'estate 2022 non varia** molto rispetto al 2019 come saldo (+1,7% esercizi; -2% posti letto).
- B&B, affittacamere e CAV sono quasi la metà delle strutture, ma pesano meno del 10% dei posti letto.





Fonte: RAVA Elaborazione: Osservatorio turistico della Valle d'Aosta - turismOK





Alberghi

TOTALE

Bed & Breakfast



esercizi posti letto

-4

-26

-707

-141

• Ci sono variazioni interne da considerare: cala sensibilmente il numero di B&B (-26) bilanciato dall'aumento dei CAV (+34). Il saldo degli alberghi che chiudono è pari «solo» 4 ma perdiamo con loro oltre 700 posti letto.

Affittacamere	13	142
CAV	34	387
RTA	-2	-241
Case per ferie	-2	-140
Rifugi alpini	0	-247
Agriturismo	-2	-11
Campeggi	0	41
Posti tappa / Dortoir	2	22
Aree di sosta	4	-188
Ostelli per la gioventù	0	-4
Campeggi sociali	5	166
Villaggi turistici	0	-231

Variazione assoluta 2022/2019



Fonte: RAVA Elaborazione: Osservatorio turistico della Valle d'Aosta - turismOK

-1152

22



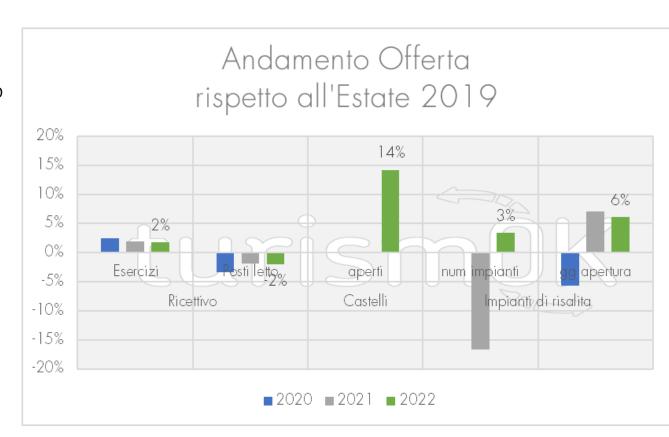




Altri indicatori dell'Offerta turistica

Alcuni degli indicatori turistici dell'estate:

- Ricettivo (Strutture e Posti letto) situazione opposta verso strutture sempre più piccole ed extralberghiere
- Proposta culturale in crescita (Aymavilles), ma chiusura Sarriod e attesa per Saint-Pierre
- Impianti di risalita estivi (num. Impianti e giorni apertura) buona ripresa, ma attenzione a chiusure speciali (es. Cervinia: ghiacciaio e Coppa del mondo)





Fonte: RAVA Elaborazione: Osservatorio turistico della Valle d'Aosta - turismOK

3. La domanda: l'andamento dei flussi turistici







QUADRO GENERALE:

- con circa 500.000 Arrivi e oltre 1,5 milioni di presenze i 3 mesi estivi (giugno agosto 2022) possiamo affermare che è stata un'estate molto buona:
- -3,1% sia di arrivi che di presenze rispetto al 2019 anno record; +30% di arrivi e +22% di presenze rispetto al 2021
- Situazioni differenti: **Giugno** presenze in segno positivo e arrivi negativo , **luglio situazione** opposta e agosto negativi tutti e due gli indici (sempre rispetto al 2019)
- Permanenza media in calo negli anni fino al 2019 (2,8 notti) poi anno boom 2020, stabile 2021 e ritorno ai livelli pre covid nel 2022
- il tasso di occupazione è più alto rispetto al passato, ma il valore è basso per tutta una serie di motivi già conosciuti (errori imputazione, DUS, campeggi,..)





Fonte: RAVA Elaborazione: Osservatorio turistico della Valle d'Aosta - turismOK

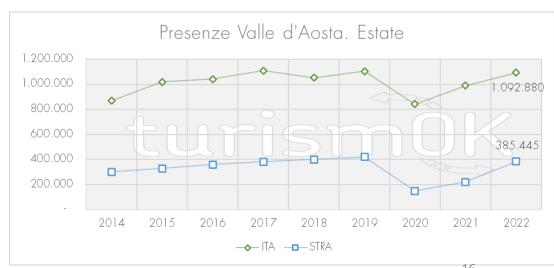






PROVENIENZA:

- Il peso degli italiani in estate negli anni è sempre stato importante (circa 74%)
- Ospiti Italiani: la metà proviene dalle 3 regioni di prossimità
- Nelle estati del covid il peso degli italiani ha raggiunto l'85%
- a livello di provenienza regionale nel mese di Giugno buona crescita delle regioni limitrofe; nel corso delle estate crescita rispetto anche al 2019 soprattutto del Lazio, Toscana e Puglia.
- Nel 2022 sono aumentati in termini maggiore gli stranieri (rispetto al 2021), ma in riferimento al 2019 soprattutto ad agosto, gli stranieri non sono ancora tornati ai livelli pre pandemia
- Le provenienze straniere si confermano dai paesi francofoni di prossimità e dai Paesi Bassi questi 3 insieme formano il 50% delle presenze e la Francia 1/4 da sola.



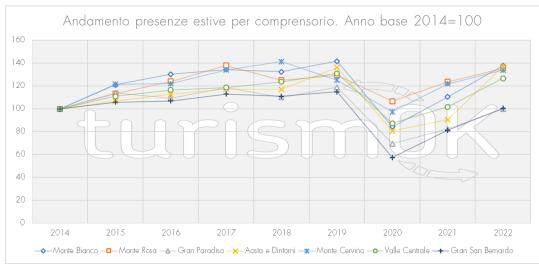


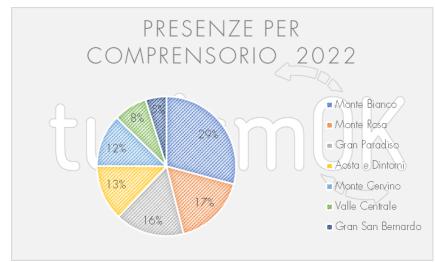
Fonte: RAVA Elaborazione: Osservatorio turistico della Valle d'Aosta - turismOK













Fonte: RAVA Elaborazione: Osservatorio turistico della Valle d'Aosta - turismOK

COMPRENSORI TURISTICI:

- Nella distribuzione presenze per comprensorio notiamo una sostanziale continuità tra il periodo pre e post pandemia.
- 1/3 circa delle presenze estive sono registrate nel Monte Bianco, a seguire il comprensorio del Monte Rosa (in risalita) e del Gran Paradiso.
- Gran Paradiso ha perso peso percentuale a favore di Aosta e Dintorni e del Monte Cervino. In effetti è l'unico comprensorio che in estate 2022 scende sotto i livelli del 2014 (-16% rispetto al 2019).
- chi cresce maggiormente nel 2022 sono Monte Cervino (+6% rispetto al 2019) e Monte Rosa (+4%)





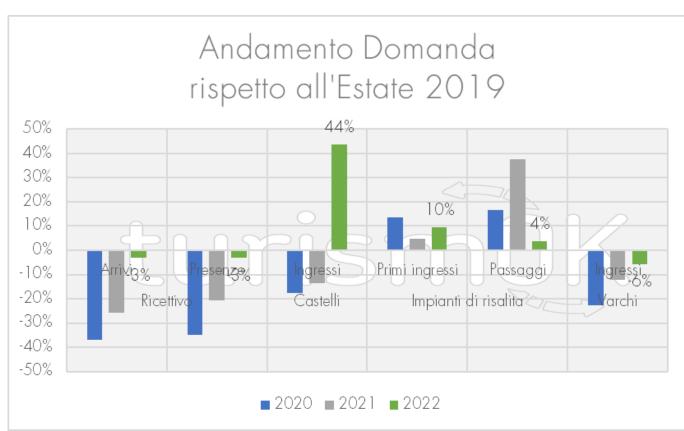


Altri indicatori della Domanda turistica

Alcuni degli indicatori turistici dell'estate:

- Ricettivo (arrivi e presenze) in linea con i varchi stradali (accessi)
- Exploit delle performances della **proposta culturale**
- Impianti di risalita estivi (primi ingressi e passaggi) hanno patito meno negli anni del covid, ma nel 2022 meno performanti dovuti anche alle chiusure





4. In sintesi La domanda e l'offerta turistica







Estati a confronto

- 1. 2020: caratterizzata da un'improvvisa ripresa nel mercato avvenuta ad estate iniziata in corrispondenza dell'allentamento delle restrizioni COVID in vigore. Un'estate con una coda di stagione particolarmente lunga e interessante che si è protratta fino al ripresentarsi della pandemia nella successiva stagione invernale (fine ottobre). Dopo molti anni di rallentamento si è registrata una tendenza ad un soggiorno medio più lungo e ad una maggiore ricerca della prenotazione diretta (anche per ragioni di accertamento delle misure di sicurezza).
- 2. 2021: caratterizzata da un **inizio lento e tardivo della stagione** dovuto alla presenza di **forti restrizioni** alla circolazione ed all'applicazione del **GREEN pass**. L'estate è poi proseguita sulla falsa riga della precedente con prenotazioni avvenute molto spesso «**sotto data**».
- 2022: caratterizzata da un inizio decisamente anticipato (fine maggio es. Cogne) e da punte di domanda elevatissime essenzialmente dovute al caldo torrido.
 Prezzi in deciso rialzo che non hanno trovato resistenza dal punto di vista del mercato. Coda di stagione interessante, ma più contenuta delle precedenti estati.









Cosa cambia nel sistema

- 1. Assoluta incertezza di programmazione dovuta ai cambiamenti climatici che obbligano il ripensamento delle strategie. Es. stazioni prettamente invernali e in alta quota che diventano forti in estate (caldo torrido) ma che perdono certezze in alcuni momenti dell'anno. Alcuni operatori internazionali hanno inserito per la prima volta la «clausola neve garantita».
- Un ruolo crescente delle OTA come strumento indispensabile di marketing e non solo di vendita («cerco on line e chiamo la struttura per cercare una maggiore convenienza»).
- 3. Una carenza importantissima di personale che mette in ginocchio le organizzazioni delle imprese e riduce il numero









Cosa cambia nell'offerta

- 1. Inasprimento delle politiche tariffarie tra sito web e OTA: hotel che propone una tariffa sempre più competitiva mentre i portali intervengono con strategie unilaterali generando confusione all'utenza finale e difficoltà nel ricostruire la struttura dei prezzi da parte dell'albergatore.
- 2. Aumento lineare di prezzi che però in Valle d'Aosta non pare avere ripercussioni immediate nei confronti di un pubblico già alto spendente.
- 3. Imprese chiamate ad avere una maggiore consapevolezza sulla struttura dei costi e ricavi.









Cosa cambia nella domanda

- Una scarsa fiducia nei rapporti, con richieste maggiori di sicurezza e ulteriori conferme che se superate si innesca un meccanismo inverso di fidelizzazione.
- 2. Un cliente sempre più consapevole delle modalità dei meccanismi di vendita delle strutture ricettive (es. si consolida il meccanismo di guardare on line per poi contattare la struttura).
- 3. La montagna NON è il nuovo interesse, ma viene riscoperta per questioni climatiche (2022) e di sicurezza (2021)









Le aziende di domani

- 1. Valutazione costante dell'opportunità o meno di definire aperture e chiusure. Quando e come conviene tenere aperto?
- 2. Crisis management: introdurre nella programmazione il «piano B» per creare strumenti in grado di sopperire a improvvisa carenza di personale, cancellazioni, maltempo, aspetto socio sanitari, programmazione finanziaria.
- 3. Ricerca del personale: **elementi di welfare aziendale dovranno essere aspetti integranti** dell'offerta di lavoro 24
 (rivisitazione dei turni es ristorazione non spezzata)



5. indagine alle imprese ricettive







Negli ultimi anni, ed in particolare durante l'ultima estate, il tema della selezione delle risorse umane è divenuto un aspetto centrale per la competitività delle imprese turistiche (e non solo), già gravate da una smisurata crescita dei costi. Per indagare alla radice il fenomeno turismOK, tramite l'Osservatorio turistico della Valle d'Aosta, ha svolto un'indagine conoscitiva circa le aspettative dei giovani studenti per tutto quanto concerne il mondo del lavoro nel quale saranno chiamati a prendere parte al termine del percorso di studi.

In egual maniera è stata coinvolta l'offerta di lavoro del settore turistico valdostano per capire quali problematiche sussistono, in che modalità esse si sono palesate e cosa si sta facendo per porvi rimedio.

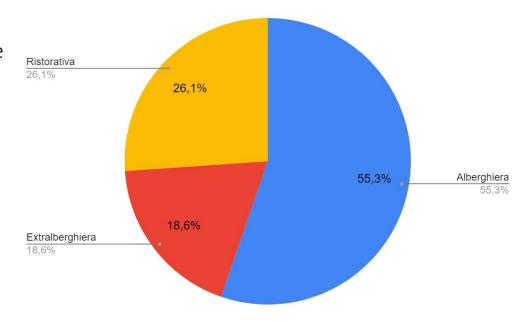








- Grazie al contributo della Chambre Valdotaine, ADAVA, e Confcommercio sono state invitate tutte le aziende turistiche valdostane a compilare on line un questionario.
- Il sondaggio è stato composto da poche domande formulate a risposta chiusa.
- All'iniziativa hanno contributo 322 imprese
- Circa la metà degli intervistati sono strutture alberghiere.



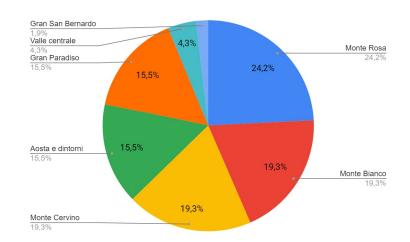








- In Valle d'Aosta si annoverano circa 1.200 i ristoranti e altrettante strutture ricettive, il campione analizzato (322) rappresenta circa il 19% del sistema alloggi e il 7,3% del ristorativo.
- La ripartizione per comprensorio turistico è abbastanza omogenea in 5 comprensori (16-24% del totale), mentre i comprensori della Valle Centrale e Gran San Bernardo in totale e il 5% del campione.
- Molto sensibili al tema alberghiero del Monte Cervino e Monte Rosa 1/4 delle risposte.









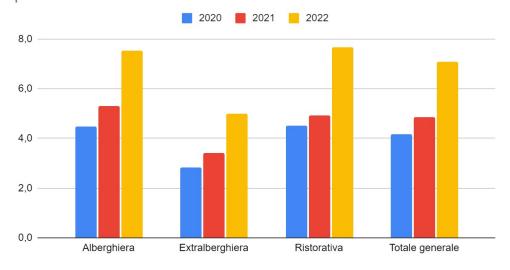


Difficoltà Selezionare e Ingaggiare personale

Dimensione della difficoltà riscontrata per selezionare e ingaggiare personale:

- Il problema è stato avvertito in maniera significativa dal 71% degli intervistati con punte del 77% nel comparto ristorativo.
- Il ricettivo extralberghiero ha patito in misura minore (50% dei casi)
- Nel corso delle ultime 3 estati (2020, 2021 e 2022) il problema è cresciuto soprattutto nel comparto Ristorativo, ma è un fenomeno con trend in crescita dal 2020 per tutte le imprese. Negli anni precedenti però il problema toccava tra 1/3 e 1/2 delle imprese

Quanta difficoltà ha riscontrato per selezionare e ingaggiare personale in Estate?









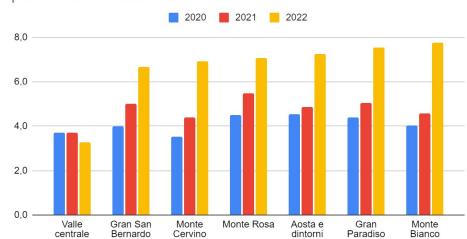


Difficoltà Selezionare e Ingaggiare personale

Difficoltà riscontrata per selezionare e ingaggiare personale:

- A livello di comprensori turistici il problema interessa in maniera diffusa il territorio regionale con un sostanziale allineamento per quanto concerne le estati passate; solamente l'area del Monte Rosa già negli anni passati aveva registrato segnali di difficoltà importanti nel reperimento risorse umane
- Il comprensorio che nell'estate 2022 ha avuto maggiori difficoltà è il Monte Bianco con quasi l'80% degli intervistati, mentre il comprensorio della Valle Centrale non avrebbe avvertito particolari difficoltà
 ISNART







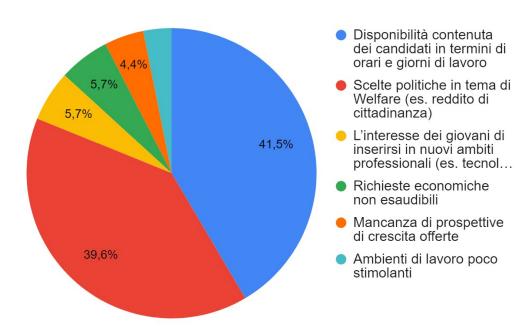






Disinteresse crescente per le strutture turistiche

- Gli imprenditori associano i motivi di un disinteresse crescente nel lavorare nelle strutture turistiche principalmente a fattori come la disponibilità contenuta in termini di orari e giorni di lavoro (41%) e alle scelte in tema di welfare (40%).
- Un restante 20% indica invece tra le causa i fattori di ordine economico, di interesse verso nuovi ambiti professionali e, soprattutto, per l'extralberghiero, la mancanza di prospettiva di far carriera.





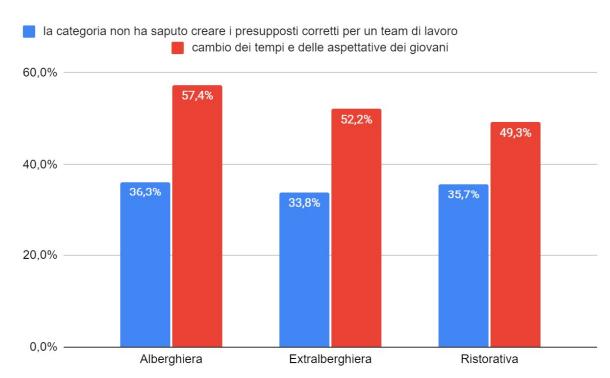






Responsabilità di questa situazione

- Nel ripartire tra offerta e domanda di lavoro la responsabilità di questa situazione, per circa 1/3 (per tutti i comparti) la responsabilità è da associare al fatto che la categoria non sempre abbia saputo creare i presupposti corretti per un team di lavoro coeso e duraturo.
- Per oltre la metà degli intervistati il problema è dovuto prevalentemente al cambiare dei tempi e delle aspettative dei giovani.











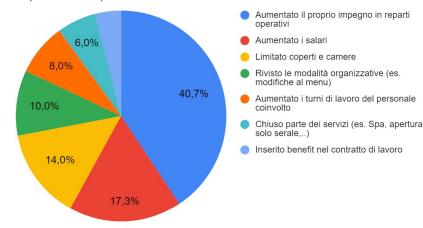
Strumenti per sopperire all'assenza di personale:

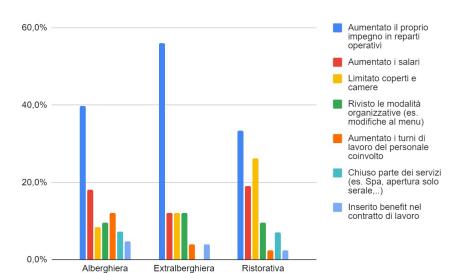
- I titolari hanno dovuto aumentare il proprio impegno diretto in quasi il 50% delle imprese (soprattutto nel ricettivo e in particolar modo in quello extralberghiero)
- Molte strutture hanno dovuto aumentare le retribuzioni (non solamente economiche)
- Circa 1/4 degli interpellati ha dovuto limitare la propria proposta o rivedere la modalità di offerta (in particolar modo tra i ristoratori)



Fonte: Osservatorio turistico della Valle d'Aosta - turismOK

Quali strumenti hai utilizzato per sopperire alla difficoltà di reperimento personale nell'estate 2022?





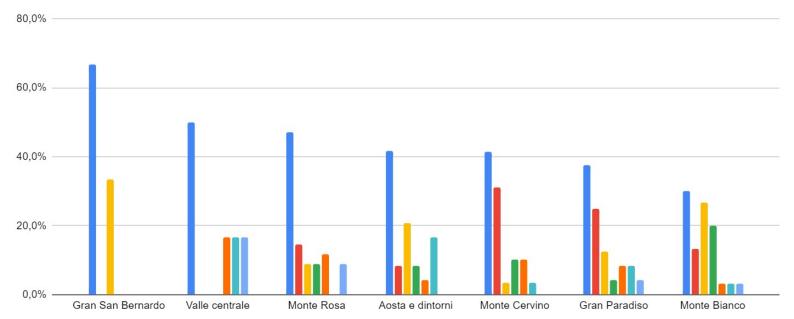






Interventi:

- L'impegno del titolare: soprattutto nel Gran San Bernardo
- Aumento tariffe: Monte Cervino
- Limitato coperti e camere: Monte Bianco



- Aumentato il proprio impegno in reparti operativi
- Aumentato i salari
- Limitato coperti e camere
- Rivisto le modalità organizzative (es. modifiche al menu)
- Aumentato i turni di lavoro del personale coinvolto
- Chiuso parte dei servizi (es. Spa, apertura solo serale,..)
- Inserito benefit nel contratto di lavoro

Fonte: Osservatorio turistico della Valle d'Aosta - turismOK

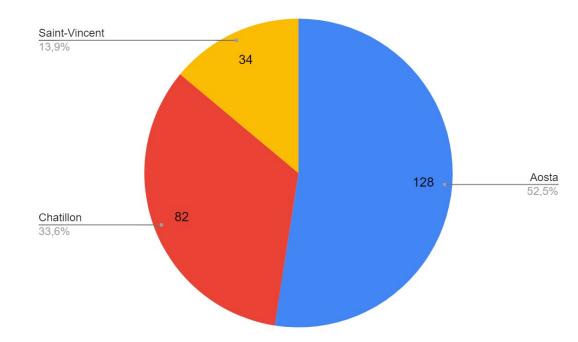
6. indagine alla futura forza lavoro







- Coinvolti i 3 istituti di scuola secondaria superiore con indirizzo turistico (Istituito Tecnico Professionale regionale Corrado Gex di Aosta; Fondazione Turistica di Chatillon e L'Istituzione Scolastica di Istruzione Liceale, Tecnica e Professionale di Saint-Vincent)
- 244 studenti delle classi IV e V intervistati in modalità on line la prima settimana di scuola al rientro delle esperienze (anche lavorative) estive
- campione molto vicino al 100%
 ISNART





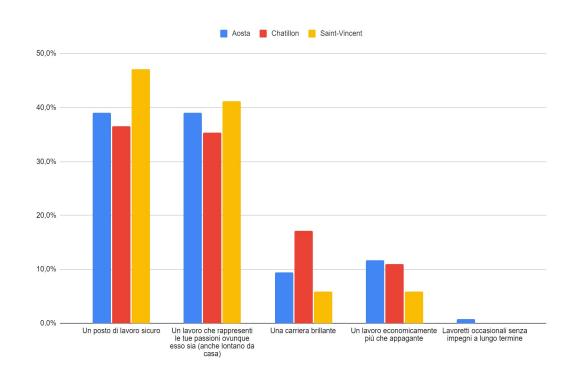






Per Il tuo futuro professionale auspichi:

- La grande maggioranza (80%) degli studenti punta ad un lavoro sicuro o ad un lavoro che rappresenti le proprie passioni. Questi 2 approcci opposti si ripartiscono equamente
- Il restante 1/5 si dice interessato alla carriera o alla retribuzione
- le varie scuole sono allineate anche se una percentuale maggiore (17%) all'EH punta a far carriera
- Quasi il 50% degli studenti di Saint-Vincent ambisce ad un posto fisso







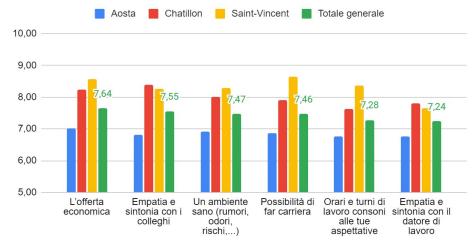




Nella scelta del posto di lavoro, quanto sono importanti per te i seguenti fattori

- Seppur tutti i fattori ricoprano importanza alta, per gli studenti valdostani, l'offerta economica è l'aspetto più importante (7.6/10) con punte di 8,6/10 per gli studenti di Aosta
- Tra i 3 istituti sembrano avere le idee più chiare gli studenti di Saint-Vincent danno giudizi più estremi.
- Il fattore meno importante sembrerebbe l'empatia con il datore di lavoro, appena superiore al 6/10 per tutti gli studenti, importane invece il rapporto con i colleghi
- Gli studenti di Chatillon sembrerebbero invece gli unici a dare più importanza ad un buon rapporto con i colleghi rispetto all'offerta economica.







38

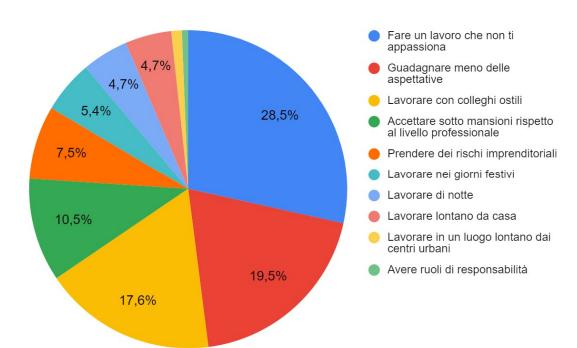






Cosa non saresti mai disposto a fare per lavoro

- La ripartizione è in questo caso simile per ogni scuola.
- Quasi 1/3 non sarebbe disposto a fare un lavoro che Non appassiona.
- Anche l'aspetto economico è considerato non trascurabile così come l'ambiente di lavoro non ostile.
- Poco peso viene dato al lavorare in condizioni limitanti (es. giorni festivi, notturno, lontano da casa,...).









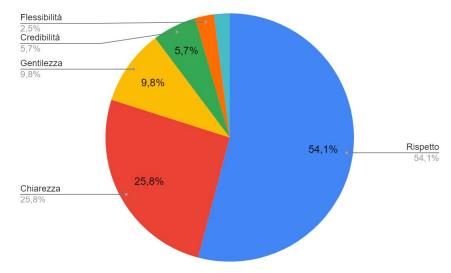


In un colloquio di lavoro cosa speri di trovare nel

tuo interlocutore:

• Per oltre la metà degli studenti sembra sia importante che vi sia Rispetto da parte del possibile datore di lavoro.

• ¼ degli intervistati cerca invece soprattutto Chiarezza.



		In un colloquio di lavoro cosa speri di trovare principalmente nel tuo interlocutore:						
								Totale
		Rispetto	Chiarezza	Gentilezza	Credibilità	Autorevolezza	Flessibilità	generale
In un colloquio di lavoro dal datore ti aspetti come elemento centrale:	Che siano chiari e definiti subito gli orari di lavori e i turni	60	31	12	6	1	3	113
	Che siano chiare subito le condizioni economiche	40	16	6	3	2	2	69
	Proceettive di carriera	17	8	1	3	2		31
	Che il contratto proposto sia di lungo termine	9	5	3	1			18
	Che siano chiari e definiti subito i giorni di ferie e la mutua che ti spettano	6	3	2	1			12
	Totale generale	132	63	24	14	5	5	243







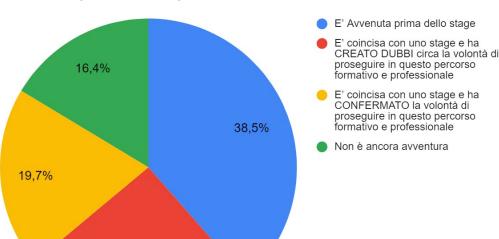
25,4%



Circa il 39% entra nel mondo del lavoro prima dello stage.

- Circa la metà degli studenti ha la prima esperienza lavorativa con lo Stage; purtroppo ¼ del totale ha dei dubbi circa il proprio percorso formativo/professionale dopo lo stage.
- Il 16% degli studenti di 18 anni o più non ha ancora avuto esperienze lavorative

La tua prima esperienza nel mondo del lavoro















Grazie per l'attenzione

TOURNOUD Jean-Paul
Data Analyst Manager - turismOK
jp.tournoud@turismok.com