






INDAGINE CONOSCITIVA

"SETTORE INCOMING E CRISI COVID-19: QUALI DATI UTILI PER LA GIUSTA RIPARTENZA?"

| | |
|--|--|
|  Titolo | INDAGINE CONOSCITIVA "SETTORE INCOMING E CRISI COVID-19: QUALI DATI UTILI PER LA GIUSTA RIPARTENZA?" |
|  Autore | Ente Bilaterale Turismo Lazo |
|  URL Sondaggio | https://www.surveio.com/survey/d/Q1X1Y3Q5J8W0C8D5U |
|  Periodo di svolgimento | Fine anno 2020 |
|  Durata | 23 Giorni |
| Aziende intervistate | 118 |
| Area geografica in cui operano le aziende intervistate | 60% Provincia di Roma 15% Intero Territorio Nazionale e Regionale 13% Provincia di Latina 6% Provincia di Frosinone 6% Provincia di Viterbo |

A cura di:
Ente Bilaterale Turismo Lazio

----- Ente Bilaterale Turismo Lazio -----



ISO 9001 certificato n° 356673 QM15

INDICE

Presentazionepag. 3

La situazione delle aziende per numero di addetti:

- Dimensioni aziendali pre-crisi Covid-19 per numero di addetto
- Numero di dipendenti attualmente in FIS/CIG/altro.....da pag. 4

La situazione delle aziende per fatturato annuo:

- Ammontare del fatturato annuo pre-crisi Covid-19
- (%) Percentuale di mercato Incoming sul fatturato aziendale precrisi Covid-19
- (%) Percentuale della clientela italiana sui clienti Incoming precrisi Covid-19
- (%) Percentuale della clientela estera sui clienti Incoming precrisi Covid-19
- (%) Percentuale di fatturato gruppi sul totale del fatturato Incoming 2020 alla luce della crisi Covid-19
- (%) Percentuale di fatturato individuale sul totale del fatturato Incoming 2020 alla luce della crisi Covid-19
- Stima di perdita di fatturato per l'anno 2020
- Stima di fatturato per il primo semestre 2021.....da pag.5

L'impatto della crisi Covid-19 e delle chiusure dovute al lockdown sul settore incoming:

- Impatto della crisi e del lockdown sulle aziende Viaggi e Turismo
- Quanti e quali investimenti per la ripresa
- Suggerimenti per la ripartenza
- La formazione come volano per la ripartenza.....da pag.12

Conclusioni.....pag.18

PRESENTAZIONE

La FIAVET LAZIO - Federazione Italiana Agenzie di Viaggio e Tour Operator, in collaborazione con EBTL - Ente Bilaterale Turismo del Lazio, quale strumento delle parti sociali, ha promosso l'indagine conoscitiva: "Settore Incoming e Crisi Covid-19: Quali i dati utili per la giusta ripartenza?".

L'indagine è finalizzata a monitorare lo stato del settore viaggi nella Regione Lazio con particolare "Focus" sul settore incoming. I dati quantitativi raccolti ci mostrano lo stato reale della crisi e sono necessari a individuare strumenti di aiuto alle imprese per consentire una giusta ripartenza.

L'indagine, inoltre, intende indagare la portata della crisi dal punto di vista del mercato del lavoro. I dati emersi possono essere spunto di riflessione per istituzioni, parti sociali e strumenti delle parti, come l'EBTL, per mettere in campo azioni fattive di sostegno al settore.

L'indagine è stata promossa, attraverso l'invio di un questionario di rilevazione on-line, alle aziende del settore della Regione Lazio. Il questionario è stato completato da 118 aziende di Viaggi e Turismo operanti nel settore incoming e ci ha permesso di rilevare dati chiari sullo stato della crisi attuale.

La presente indagine ha avuto inizio nel mese di novembre 2020. Il questionario, presente in appendice, è stato somministrato a ridosso della seconda chiusura imposta dai provvedimenti che regolano il distanziamento sociale e le limitazioni agli spostamenti.

LA SITUAZIONE DELLE AZIENDE PER NUMERO DI ADDETTI

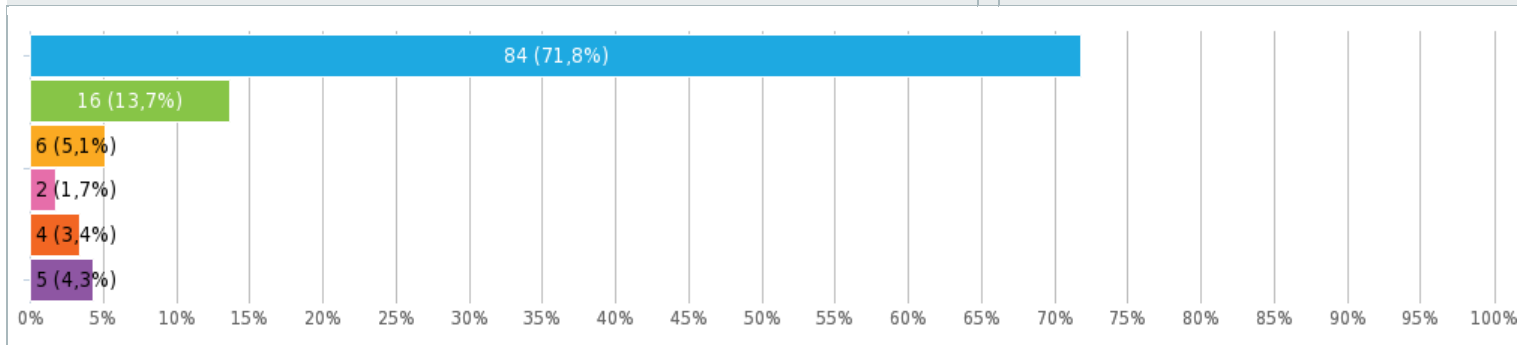
Per analizzare al meglio la situazione delle aziende oggetto della presente indagine, siamo partiti dalla composizione delle aziende in termini di addetti.

Le prime due domande hanno riguardato la dimensione aziendale in termini occupazionali. È stato indagato il numero di addetti in forza prima della crisi epidemiologica in atto e il numero degli addetti sottoposti ad un trattamento di FIS/CIG causa crisi COVID-19.

Le risposte delle aziende intervistate mostrano un settore composto prevalentemente da micro, piccola e media impresa. Dalla domanda riguardante le dimensioni aziendali per numero di addetti precrisi Covid-19 (Tav.1) emerge che il **71,8%** delle aziende è composto **tra i 0 e i 5 addetti**, il **13,7%** delle aziende ha una composizione **tra i 5 e i 10 addetti**, mentre solo il **9,4%** delle aziende intervistate ha dichiarato una situazione occupazionale pre-covid tra **i 15 e oltre i 25 addetti**.

(Tavola 1- Qual era la dimensione della sua azienda prima della crisi Covid-19 per numero di addetti?)

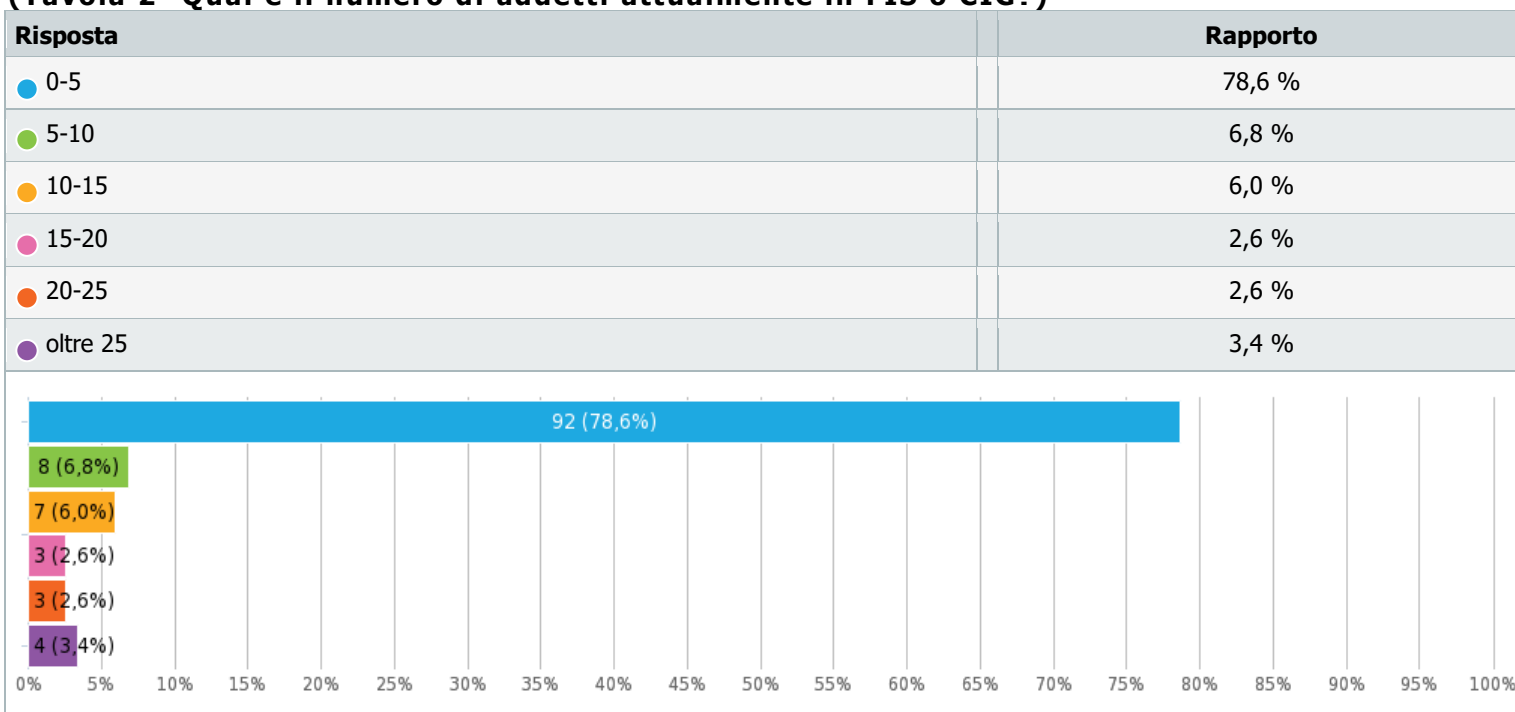
| Risposta | Rapporto |
|------------|----------|
| ● 0-5 | 71,8 % |
| ● 5-10 | 13,7 % |
| ● 10-15 | 5,1 % |
| ● 15-20 | 1,7 % |
| ● 20-25 | 3,4 % |
| ● oltre 25 | 4,3 % |



Dalla seconda domanda sul numero di dipendenti in FIS o CIG (Tav.2), emerge che tutte le aziende intervistate hanno lavoratori in FIS o CIG, con numeri variabili.

Il **78,6%** delle aziende ha **da 1 a 5 addetti** sottoposti a FIS o CIG, il **12,8%** un numero di addetti in FIS o CIG che va **dai 5 ai 15 addetti**, mentre **l'8,6%** delle aziende ha dichiarato un numero di addetti in FIS o CIG **dai 15 ai 25 addetti**.

(Tavola 2- Qual è il numero di addetti attualmente in FIS o CIG?)



LA SITUAZIONE DELLE AZIENDE PER FATTURATO ANNUO - Dati precrisi Covid-19 e dati in corso di pandemia a confronto. Quali previsioni per il 2021?

Dato fondamentale per misurare lo stato di crisi di questo settore nel territorio della Regione Lazio è lo stato economico delle aziende oggetto della presente indagine.

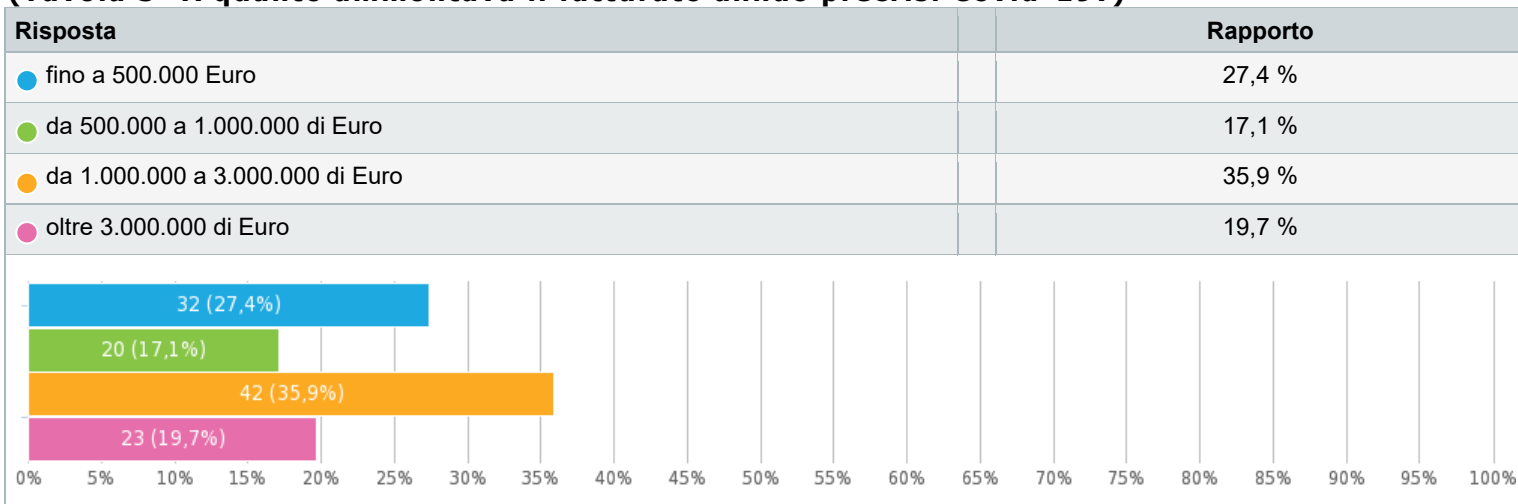
Le domande hanno riguardato l'ammontare del fatturato precrisi, con un particolare "Focus" su ciò che rappresenta il segmento incoming sull'intero fatturato aziendale, suddiviso per clientele italiana ed estera.

E' stato indagato inoltre, il fatturato segmento incoming sia per clienti individuali sia per gruppi in costanza di crisi per l'anno 2020. Infine, sono stati richiesti dati relativi alla stima della perdita di fatturato per l'anno 2020 e dati sulla previsione del fatturato per il primo semestre del 2021.

DATI PRE CRISI COVID-19

Le risposte date alla domanda sull'ammontare del fatturato annuo precrisi Covid-19 (Tav.3), indicano che nel territorio della Regione Lazio il **35,9%** delle aziende intervistate ha una media di fatturato **da 1 a 3 milioni di Euro**, il **27,4%** una media di fatturato **fino a 500 mila Euro**, il **19,7%** una media di fatturato **oltre 3 milioni di Euro**, mentre il **17,1%** dichiara di avere un fatturato **da 500 mila Euro a 1 milione di Euro**.

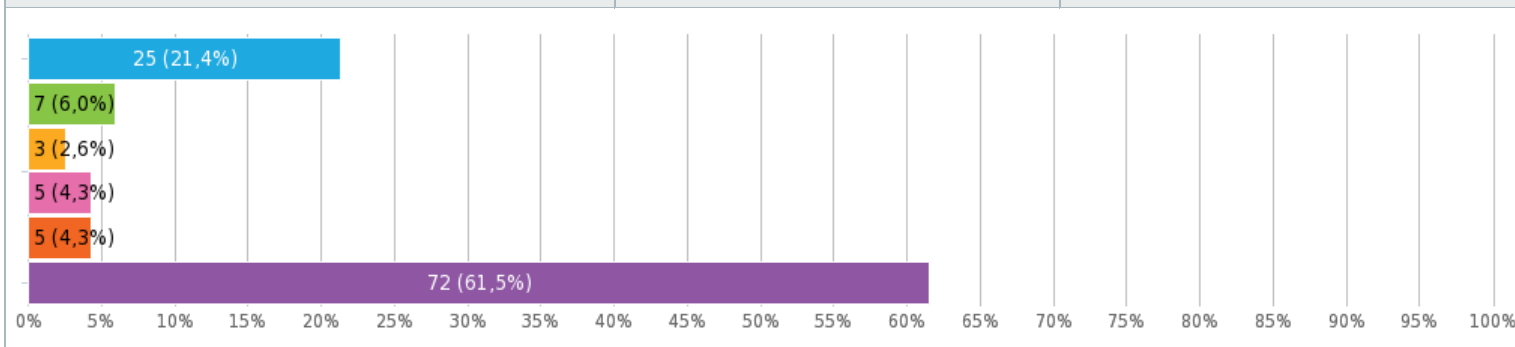
(Tavola 3- A quanto ammontava il fatturato annuo precrisi Covid-19?)



Relativamente alla domanda su quale fosse la percentuale dell'incoming sul fatturato aziendale precrisi Covid-19 (Tav.4), emerge che **per il 61.5%** delle aziende intervistate la percentuale d'impatto del segmento incoming sul fatturato aziendale è **oltre il 60%**. E' un dato che, letto alla luce della crisi pandemica in corso, non ha bisogno di ulteriori commenti. A seguire, per il **21,4%** delle aziende intervistate la percentuale d'impatto del segmento incoming rappresenta **fino ad un 20%** del totale del fatturato, mentre per il **17,2%** delle aziende intervistate rappresenta un segmento **tra il 21% e il 60%** del fatturato.

(Tavola 4- Quale era la percentuale dell'Incoming sul fatturato aziendale pre-covid 19?)

| Risposta | Risposte | Rapporto |
|----------------|----------|----------|
| ● da 0 a 20% | 25 | 21,4 % |
| ● da 21% a 30% | 7 | 6,0 % |
| ● da 31% a 40% | 3 | 2,6 % |
| ● da 41% a 50% | 5 | 4,3 % |
| ● da 51% a 60% | 5 | 4,3 % |
| ● oltre il 60% | 72 | 61,5 % |

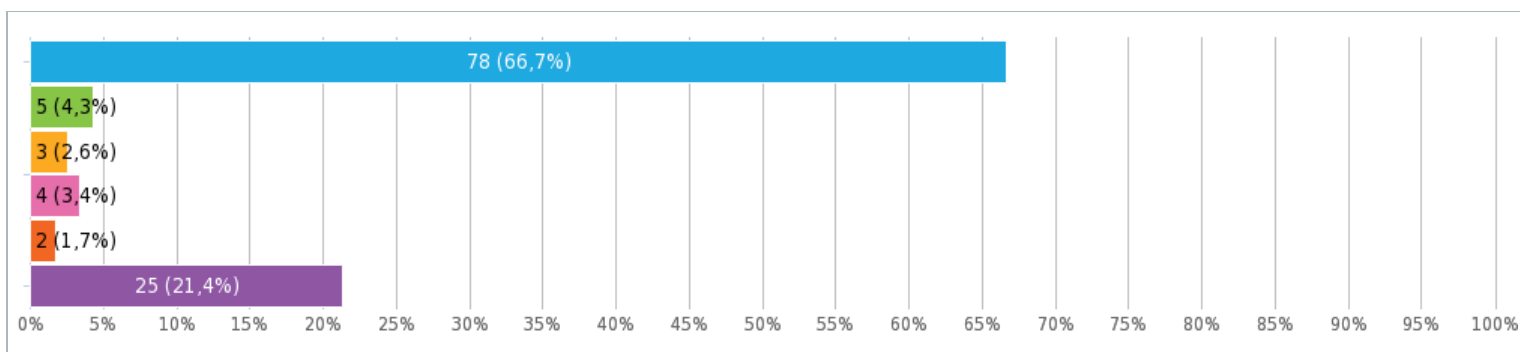


Abbiamo ritenuto utile fare un ulteriore approfondimento per rendere maggiormente evidente l'impatto del segmento incoming, italiano ed estero, sul settore viaggi nel territorio regionale. A questo scopo sono state individuate domande specifiche per meglio comprendere il fenomeno e la crisi che ne deriva.

Relativamente alla domanda su quale fosse la percentuale di clientela italiana sul totale della clientela incoming aziendale precrisi Covid-19 (Tav.5), emerge che per il **66,7%** delle aziende intervistate la percentuale di clientela italiana è **tra lo 0% e il 20%**. A seguire, per il **21,4%** delle aziende intervistate la percentuale di clientela italiana rappresenta **oltre il 60%**, mentre per il **12%** delle aziende intervistate la clientela italiana rappresenta **tra il 21% e il 60%** sul totale dei clienti.

(Tavola 5- Quale era la percentuale della clientela italiana sul totale dei clienti Incoming dell'azienda?)

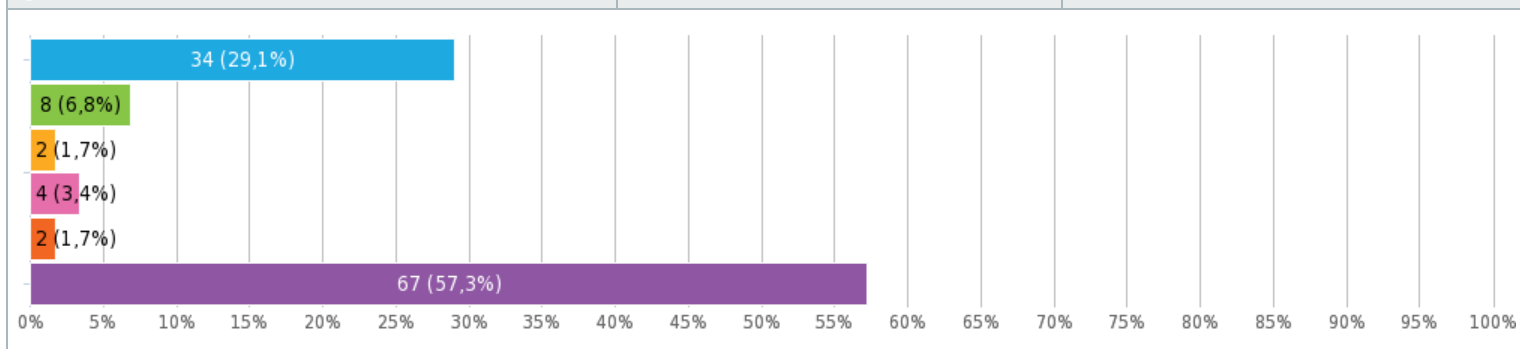
| Risposta | Risposte | Rapporto |
|----------------|----------|----------|
| ● da 0% a 20% | 78 | 66,7 % |
| ● da 21% a 30% | 5 | 4,3 % |
| ● da 31% a 40% | 3 | 2,6 % |
| ● da 41% a 50% | 4 | 3,4 % |
| ● da 51% a 60% | 2 | 1,7 % |
| ● oltre il 60% | 25 | 21,4 % |



Relativamente alla domanda su quale fosse la percentuale di clientela estera sul totale della clientela incoming aziendale precrisi Covid-19 (Tav.6), emerge che per il **57,3%** delle aziende intervistate la percentuale di clientela estera è **oltre il 60%**. A seguire, per il **29,1%** delle aziende intervistate la percentuale di clientela estera rappresenta **da 0% al 20%**, mentre per il **13,6%** delle aziende intervistate la clientela estera rappresenta **tra il 21% e il 60%** sul totale dei clienti.

(Tavola 6- Quale era la percentuale della clientela estera sul totale dei clienti Incoming dell'azienda?)

| Risposta | Risposte | Rapporto |
|----------------|----------|----------|
| ● da 0% a 20% | 34 | 29,1 % |
| ● da 21% a 30% | 8 | 6,8 % |
| ● da 31% a 40% | 2 | 1,7 % |
| ● da 41% a 50% | 4 | 3,4 % |
| ● da 51% a 60% | 2 | 1,7 % |
| ● oltre il 60% | 67 | 57,3 % |



I dati sopra indicati mostrano quale fosse lo stato del settore nel territorio regionale precrisi Covid-19. Nella parte a seguire e grazie alle risposte delle aziende intervistate proveremo a delineare quale è la situazione allo stato attuale in termini di clientela e fatturato.

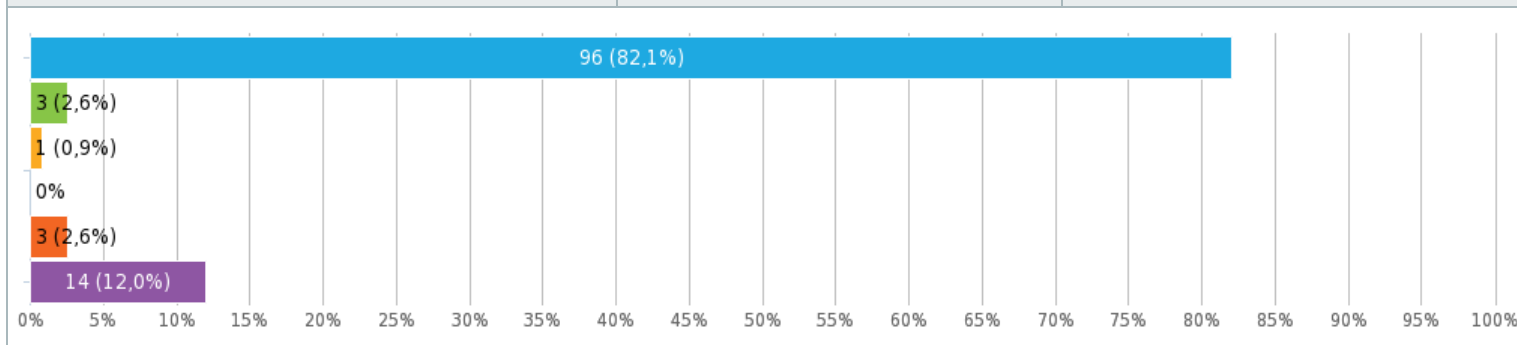
DATI IN CORSO DI PANDEMIA COVID-19

Alla luce delle nuove regole di distanziamento sociale e limitazione agli spostamenti imposte dalla pandemia globale dovuta al Sars-COV-2, si è ritenuto utile indagare le percentuali di perdite di fatturato. Le domande rivolte alle aziende hanno riguardato il target "fatturato gruppi" e "fatturato individuali". L'indagine sui dati relativi alla perdita di fatturato si è conclusa chiedendo alle aziende una stima di perdita di fatturato per l'intero anno 2020 e una previsione per il primo semestre 2021.

Dalla domanda su quale sia la percentuale del fatturato gruppi sulla percentuale del fatturato incoming per il 2020 in costanza di crisi (Tav.7), emerge che **per l'82,1%** delle aziende intervistate la percentuale del fatturato gruppi per il 2020 rappresenta **da 0% al 20%** sul totale clienti. A seguire **per il 12%** la percentuale gruppi per il 2020 rappresenta **oltre il 60%**, mentre **per il 5,2%** delle aziende intervistate la percentuale gruppi sul totale fatturato incoming per il 2020 rappresenta **tra il 21% e il 60%** sul totale dei clienti.

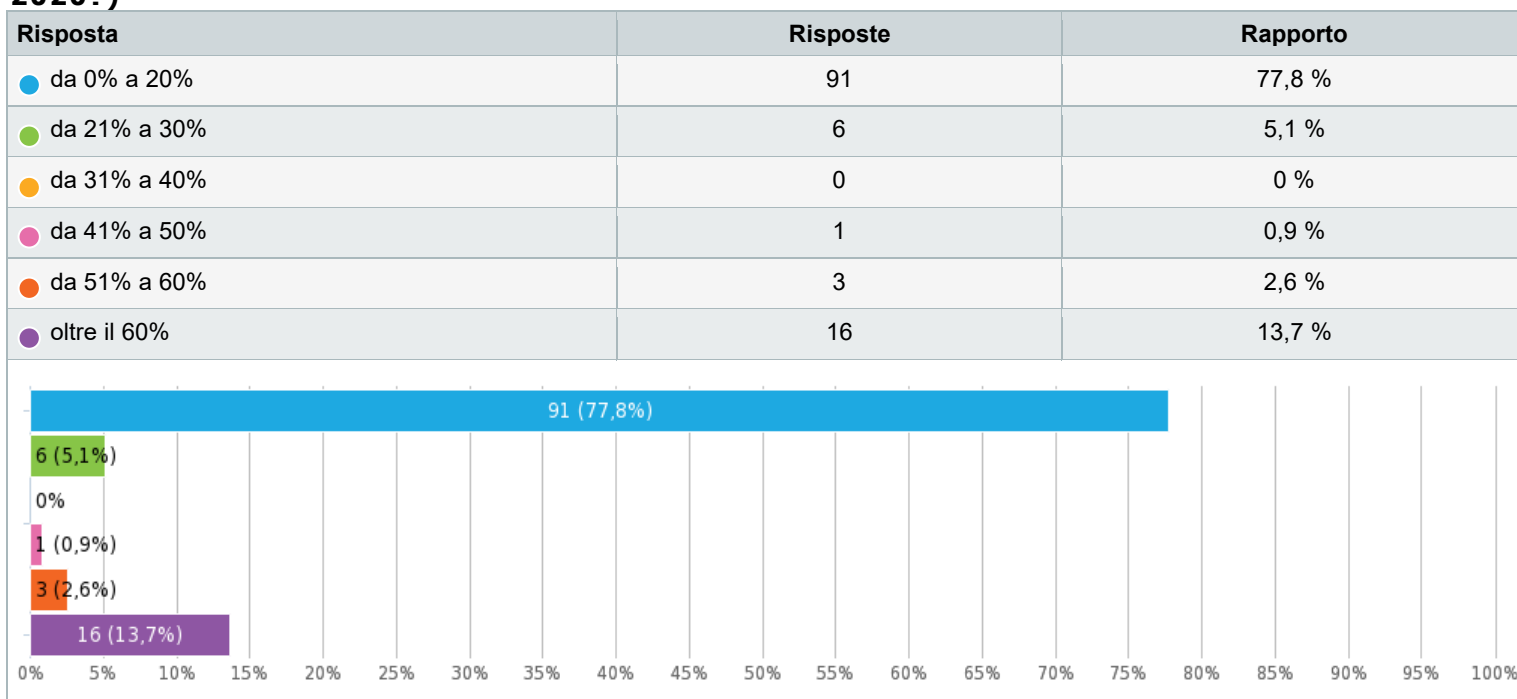
(Tavola 7- In considerazione delle nuove regole sul distanziamento fisico e limitazione degli spostamenti, qual è la % di fatturato gruppi sul totale del fatturato Incoming 2020?)

| Risposta | Risposte | Rapporto |
|----------------|----------|----------|
| ● da 0% a 20% | 96 | 82,1 % |
| ● da 21% a 30% | 3 | 2,6 % |
| ● da 31% a 40% | 1 | 0,9 % |
| ● da 41% a 50% | 0 | 0 % |
| ● da 51% a 60% | 3 | 2,6 % |
| ● oltre il 60% | 14 | 12,0 % |



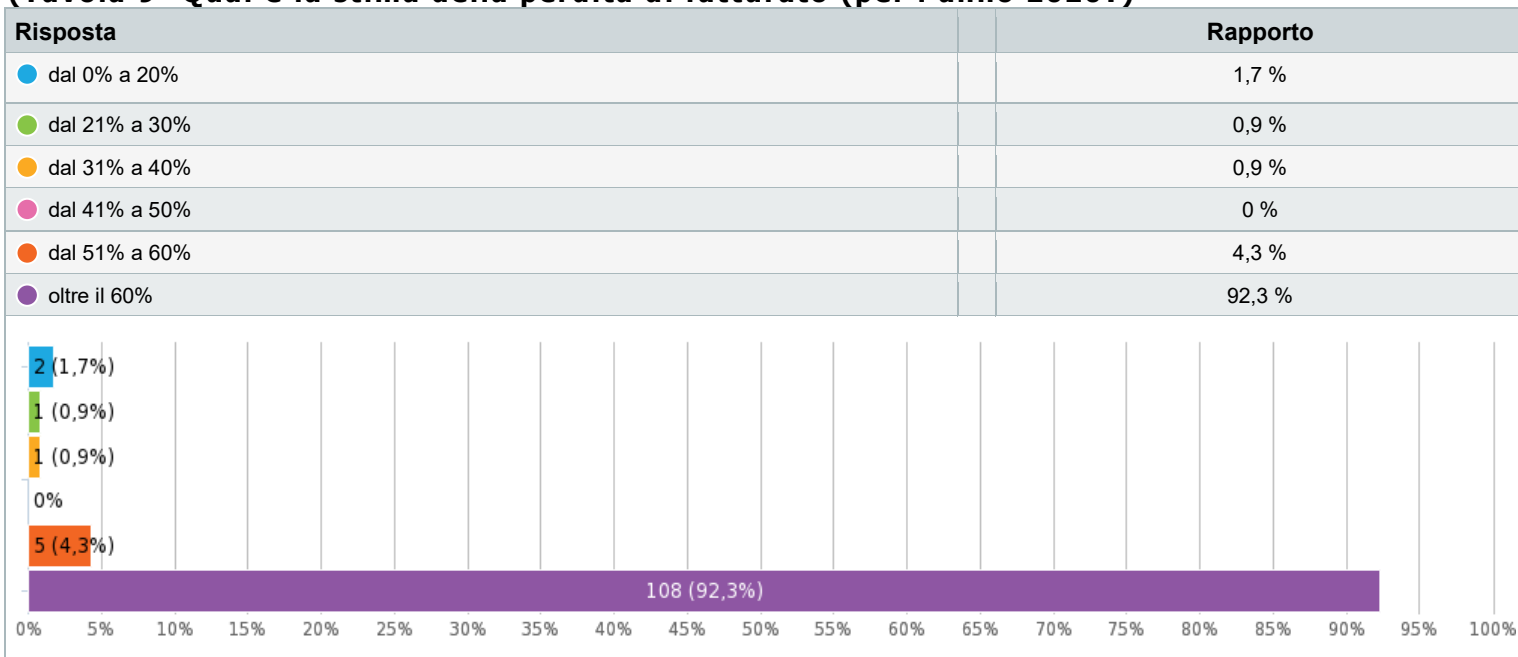
A seguire, relativamente alla domanda su quale sia, alla luce delle nuove regole di distanziamento sociale e limitazione agli spostamenti imposte dalla pandemia globale, la percentuale del fatturato clienti individuali sulla percentuale del fatturato incoming 2020, (Tav.8), emerge che **per il 77,8%** delle aziende intervistate la percentuale del fatturato clienti individuali per il 2020 rappresenta **da 0% al 20%**. A seguire **per il 13,7%** delle aziende intervistate la percentuale clienti individuali per il 2020 rappresenta **oltre il 60%**, mentre **per l'8,6%** delle aziende intervistate la percentuale clienti individuali sul totale fatturato incoming per il 2020 rappresenta **tra il 21% e il 60%** sul totale dei clienti.

(Tavola 8- In considerazione delle nuove regole sul distanziamento fisico e limitazione degli spostamenti, qual è la % di fatturato clienti individuali sul totale del fatturato Incoming 2020?)



Un dato fondamentale per tradurre in numeri lo stato della crisi attuale emerge dalla domanda relativa alla stima di perdita di fatturato per l'anno 2020 (Tav.9). Il **92,3%** delle aziende intervistate rileva una perdita di fatturato di **oltre il 60%** rispetto all'anno precedente, mentre il **4,3%** rileva una perdita **tra il 51% ed il 60%** rispetto al 2019. L'**1,8%** delle aziende intervistate rileva una perdita tra il **21% e il 40%**. In ultimo l'**1,7** rileva una perdita fino al **20%**.

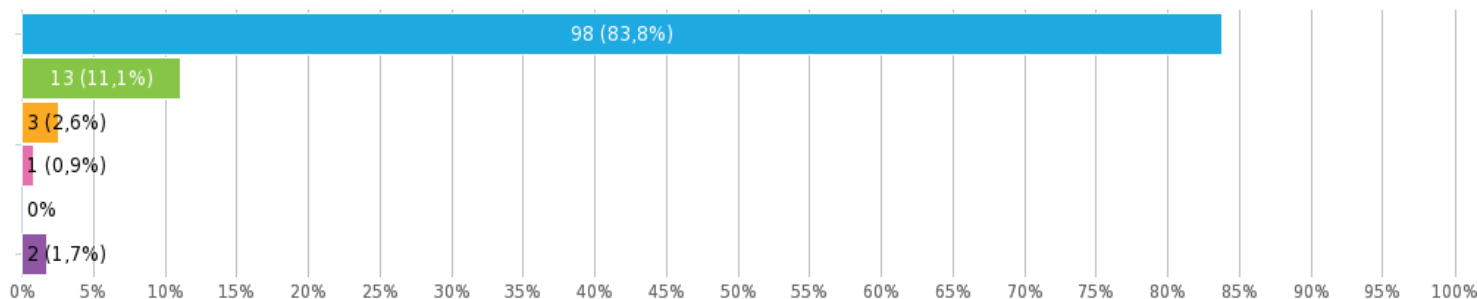
(Tavola 9- Qual è la stima della perdita di fatturato (per l'anno 2020?)



Ultimo dato utile per una attenta analisi della situazione delle aziende del settore viaggi riguarda una ipotesi di previsione per il futuro. Abbiamo ritenuto utile domandare quale percentuale di fatturato incoming si ipotizza per il primo semestre dell'anno 2021 (Tav.10). L' **88,8%** delle aziende intervistate ha stimato un fatturato molto basso tra lo **0% fino ad un 20%**. L' **11,1%** ha stimato, invece, un fatturato **tra il 21% ed il 30%**, e il **2,6%** delle aziende intervistate presume un fatturato tra il **31% e il 40%**. In ultimo lo **0,9%** presume un fatturato dal **41% al 50%** e l'**1,7%** stima un fatturato oltre il **60%**.

(14. Le chiediamo una previsione per il futuro: in considerazione delle nuove regole sul distanziamento fisico e limitazioni di spostamento, quale percentuale di fatturato Incoming ipotizza per il primo semestre 2021?)

| Risposta | Risposte | Rapporto |
|----------------|----------|----------|
| ● da 0% a 20% | 98 | 83,8 % |
| ● da 21% a 30% | 13 | 11,1 % |
| ● da 31% a 40% | 3 | 2,6 % |
| ● da 41% a 50% | 1 | 0,9 % |
| ● da 51% a 60% | 0 | 0 % |
| ● oltre il 60% | 2 | 1,7 % |



L'IMPATTO DELLA CRISI E DEL LOCKDOWN SUL SETTORE INCOMING. QUALI PROSPETTIVE PER IL FUTURO DEL SETTORE?

Come noto, il settore viaggi e incoming risulta essere uno dei settori maggiormente colpiti dall'attuale stato di pandemia globale.

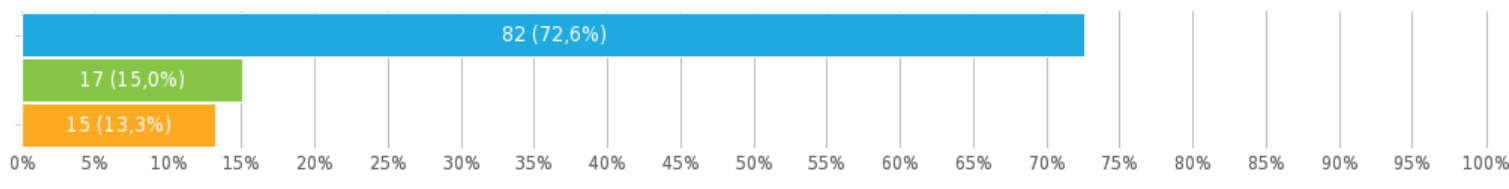
La presente indagine, grazie alle risposte degli operatori del settore della Regione Lazio, ci permette di misurare l'impatto della crisi relativamente al volume di attività lavorativa e alla propensione degli imprenditori ad investimenti per il futuro. Abbiamo ritenuto utile porre domande aperte per ricevere proposte e suggerimenti delle aziende per la ripartenza. In particolare, è stato richiesto su cosa orienterebbero i loro investimenti e quali sono gli attuali fabbisogni formativi.

Le risposte fornite permetteranno agli operatori, alle parti sociali e le istituzioni competenti di programmare azioni concrete per il futuro di un settore che rappresenta un importante segmento dell'economia turistica regionale.

Alla domanda su quale fosse stato l'impatto del primo lockdown ed il protrarsi della crisi Covid-19 sulle aziende del settore (TAV 11), il **72%** delle aziende afferma di aver avuto una **riduzione totale delle attività e di non essere in grado di presumere una data per una eventuale ripresa**. Il **15%** delle aziende sostiene che a seguito della riduzione totale delle attività lavorative, **sta valutando la chiusura dell'azienda**, mentre il **17%**, presume una **riorganizzazione aziendale** verso innovazione e nuove strategie commerciali e di lavoro.

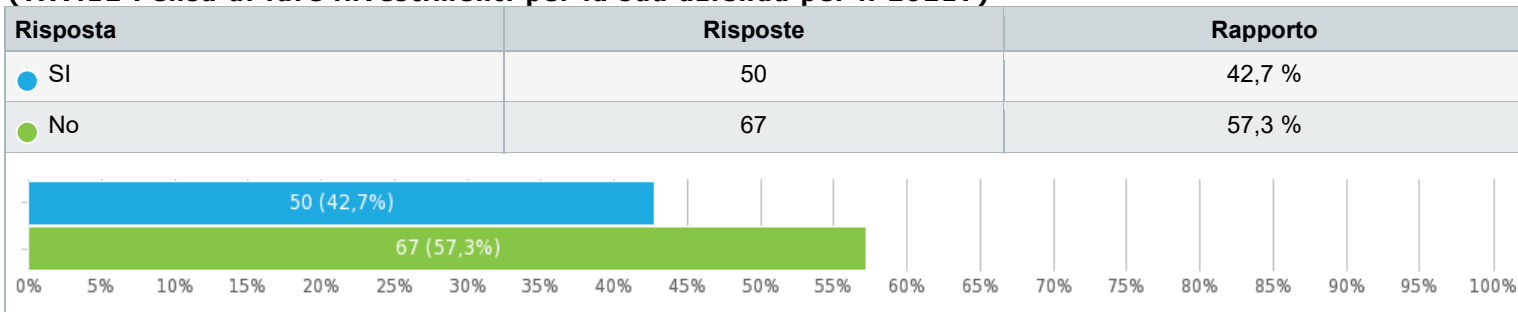
(TAV.11 Quale è stato l'impatto della crisi e del lockdown per la sua azienda?)

| Risposta | Risposte | Rapporto |
|--|----------|----------|
| ● Riduzione totale delle attività. Non conoscenza di dati sulla eventuale ripresa. | 82 | 72,6 % |
| ● Riduzione totale delle attività e valutazione della chiusura dell'azienda. | 17 | 15,0 % |
| ● Riduzione parziale delle attività e riorganizzazione verso innovazione, nuove strategie di lavoro e commerciali. | 15 | 13,3 % |



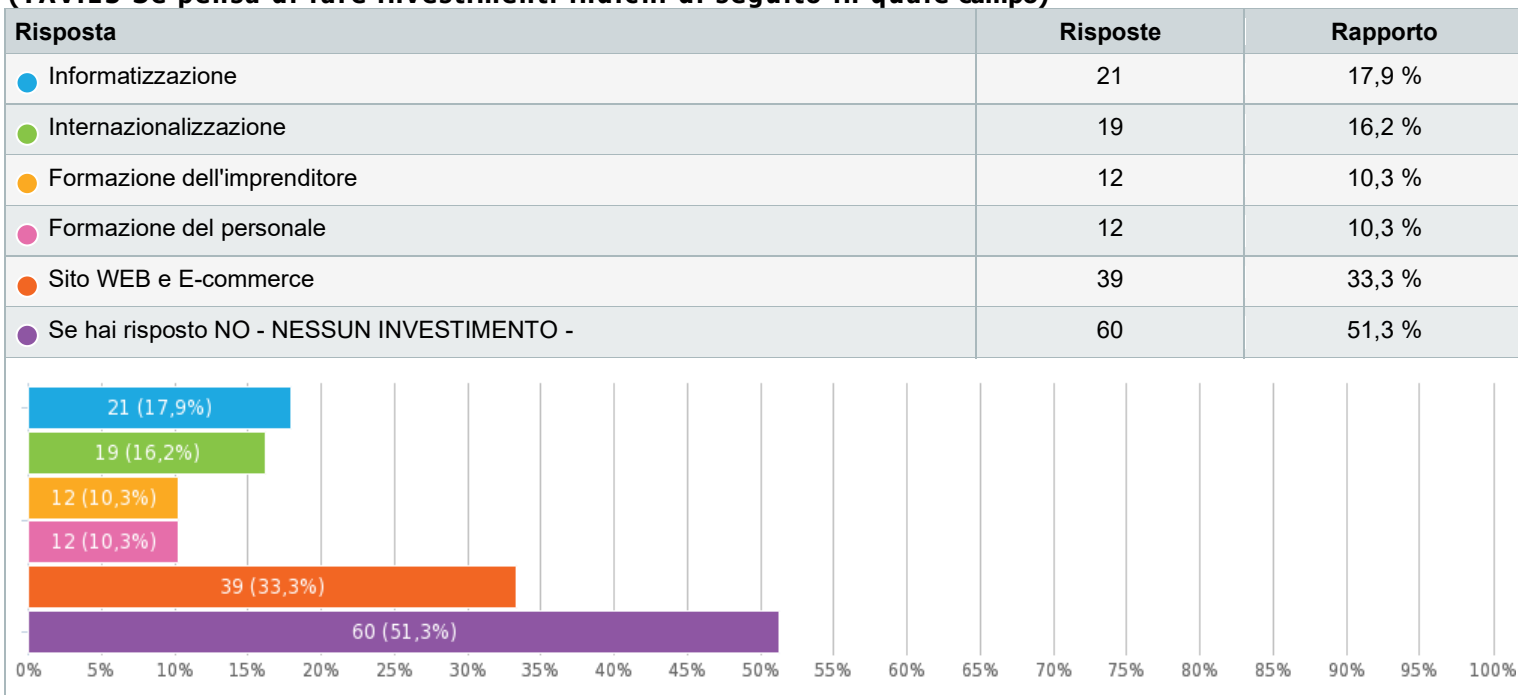
Alla domanda riguardo alla propensione a fare investimenti per il 2021 (TAV.12), il **53,3%** delle aziende risponde che **"non farà investimenti per il 2021"**, mentre il **42,7%** afferma che **"farà investimenti per il 2021"**.

(TAV.12 Pensa di fare investimenti per la sua azienda per il 2021?)



Il **42,7%** delle aziende intenzionate ad investire nel 2021, investirebbe nelle seguenti aree (TAV.13). Il **33,3%** intende investire nel **"Sito Web e E-Commerce"**, mentre il **17,9%** verso **"l'informatizzazione"**. Il **16,2%** delle aziende investirebbe **"nell'Internazionalizzazione"**. Il **10,3%** delle aziende intende investire nella **"formazione imprenditoriale"** e sempre il **10,3%** intende investire nella **"formazione dei propri lavoratori"**.

(TAV.13 Se pensa di fare investimenti indichi di seguito in quale campo)



Per concludere abbiamo ritenuto utile chiedere alle aziende intervistate suggerimenti e note per la ripartenza post COVID-19 attraverso una domanda aperta (TAV.14):

Ha suggerimenti o note relative alla ripartenza delle attività post Covid-19?

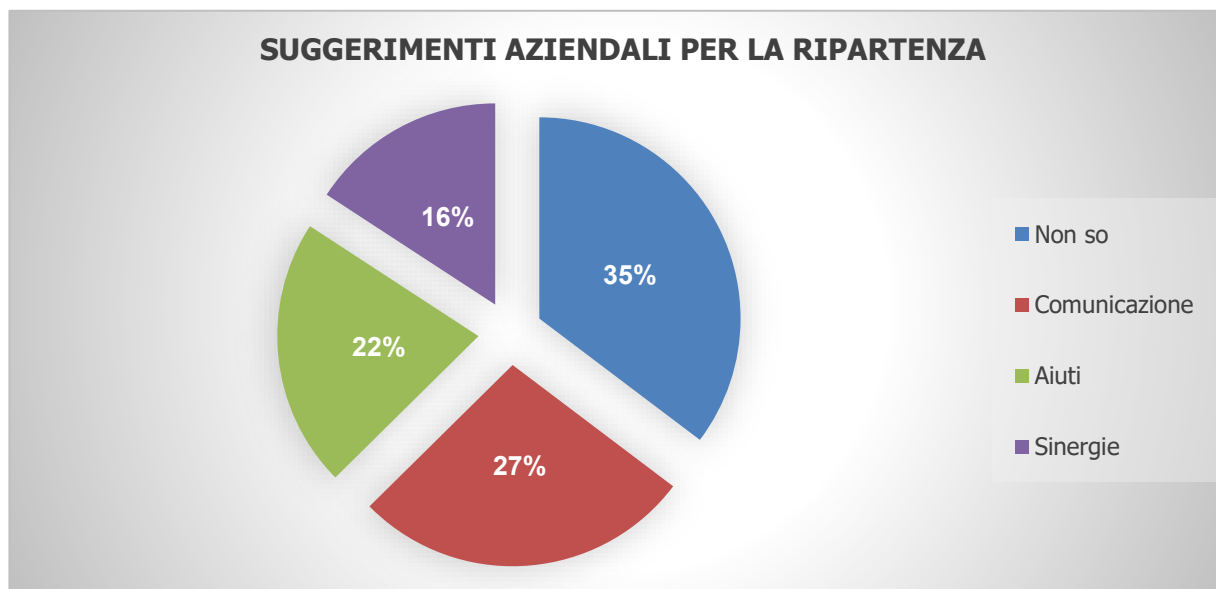
Il **35,3%** delle aziende dichiara di **non avere suggerimenti** per la ripartenza, mentre il **27,3%** suggerisce investimenti economici sulla **"Comunicazione del prodotto turistico Italia – Viaggio Sicuro - Covid Free"**.

Le aziende suggeriscono, inoltre, un supporto dell'ENIT nella creazione di attività strategiche a livello internazionale sul prodotto Italia. Propongono Workshop tematici dedicati per prodotti e mercati e la creazione di un Marketplace. In riferimento al momento attuale viene suggerita la creazione di prodotti turistici e corridoi di viaggio Covid Free (aerei, treni, ecc..).

Il **21,6%** delle aziende, inoltre, chiede **un aumento degli aiuti a fondo perduto alle imprese del settore** da associare ad una completa detassazione per gli anni 2020/2021. Tra i suggerimenti spiccano: Credito di imposta su affitti, mutui e abbassamento dell'IVA e detassazione sull'acquisto di prodotti turistici attraverso i canali delle agenzie di viaggi e turismo.

Il **15,8%** delle aziende ritiene fondamentale creare **una sinergia tra tutti gli attori della filiera turistica** che veda l'impegno delle istituzioni e delle parti sociali per la **"ridefinizione delle figure professionali"** e la **"creazione e il sostegno di reti di impresa territoriali o di prodotto"**. Viene sottolineata la necessità di dare il giusto risalto alla creazione di un organo di controllo e contrasto all'abusivismo e alla legalità nel settore: emerge in questa area una riflessione sulla necessità di una maggiore unità di intenti tra gli operatori del settore nel rispetto delle diversità di rappresentanza.

(TAV.14)



Infine, le aziende hanno risposto positivamente alla domanda aperta riguardante l'interesse a formarsi e a formare i propri lavoratori alla ripartenza. **Il 20,3%** delle aziende ha infatti dichiarato di voler investire nella propria azienda per la ripartenza, scegliendo di **investire in Formazione Continua e Specialistica**. A tal proposito abbiamo posto la seguente domanda aperta alle aziende su quali fossero i fabbisogni formativi del settore:

È interessato/a ad attività formative per lei e per i suoi dipendenti in questo momento? Se sì, quali?

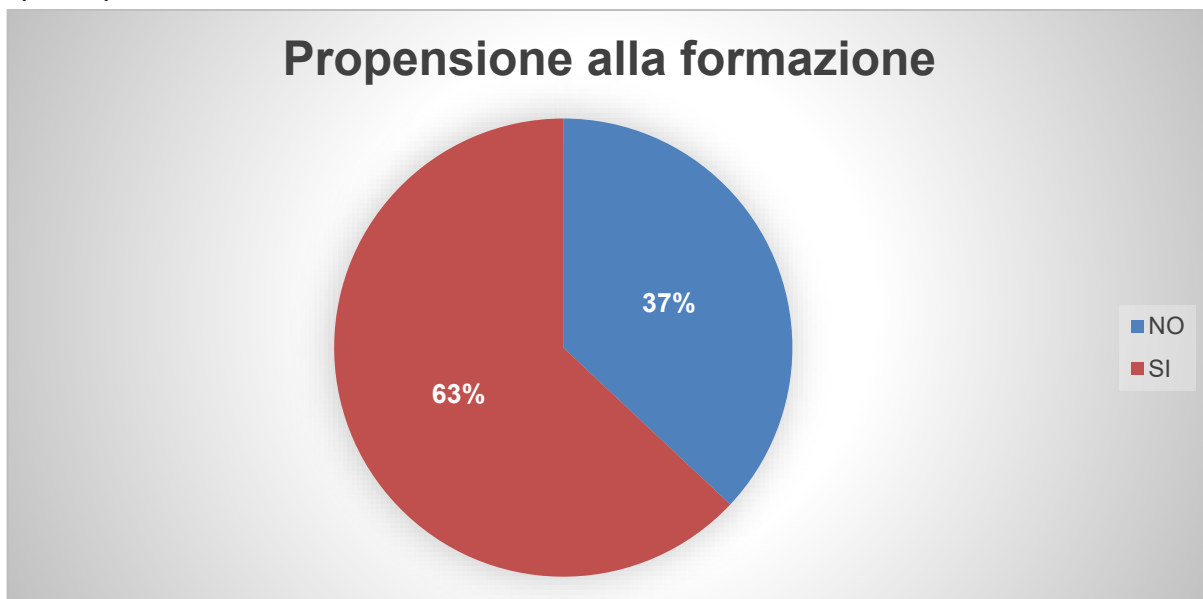
La domanda aperta rivolta alle aziende ci permette di osservare dati importanti per una analisi attenta della percezione delle aziende del settore viaggi e turismo rispetto all'utilità della formazione come volano per la ripartenza in momenti di crisi (TAV.15).

Il dato importante che emerge è che **il 63%** delle aziende è **interessato alla formazione**, mentre **il 37%** delle aziende indica di **non essere interessato alla formazione** sia per gli imprenditori, sia per i propri collaboratori.

Questo dato, seppur falsato dalla condizione psicologica degli imprenditori del settore viaggi in piena crisi COVID-19, richiede una riflessione importante sulle azioni da mettere in campo per una maggiore consapevolezza e conoscenza della formazione come leva per crescita e innovazione.

Emerge la necessità di creare strumenti più semplici di accesso alla formazione stessa. Questa riflessione vede protagoniste, non solo le associazioni datoriali, ma tutte le parti sociali, le istituzioni e gli strumenti delle parti sociali come l'Ente Bilaterale del Turismo del Lazio e i Fondi Interprofessionali.

(TAV.15)

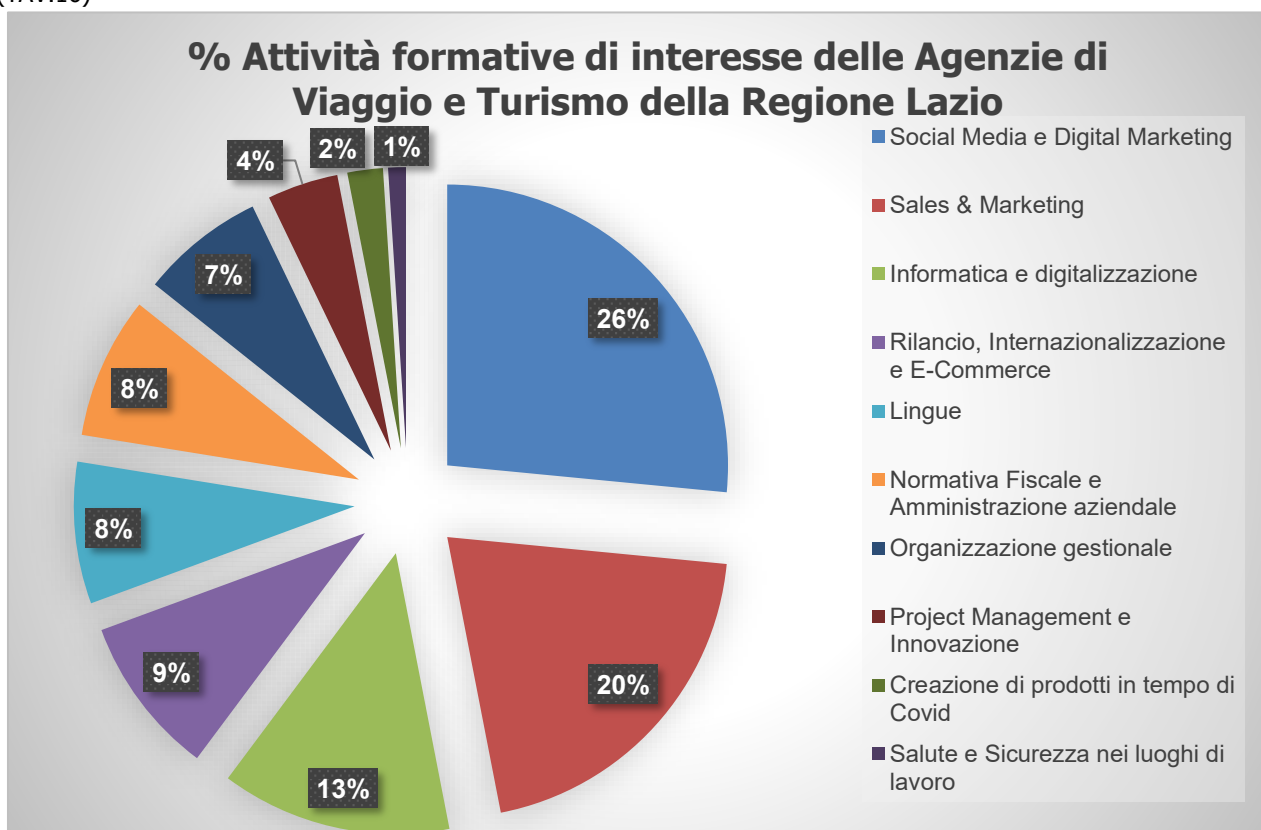


Riteniamo utile inserire l'elenco delle attività formative (TAV. 16) considerate più utili dagli imprenditori per innovare le proprie aziende e formare i dipendenti alla ripartenza.

Il **26%** delle aziende intervistate mostra interesse per attività formative relative ai **Social Media e Digital Marketing**, a seguire il **20%** ritiene utili attività formative relative al **Sales & Marketing**. Il **13%** delle aziende, orientate all'innovazione, richiede formazione su **Informatica e Digitalizzazione**, mentre il 9% indica interesse verso **Rilancio, Internazionalizzazione ed E-Commerce**. Con una percentuale all'**8%** i **Corsi di Lingua** restano un fattore importante per il settore.

Sempre l'**8%** delle aziende intervistate richiede formazione in materia di **Normative fiscali e amministrative**. Il **7%** delle aziende mostra interesse verso **Organizzazione aziendale** e il **4%** verso **Project Management e Innovazione**, mentre solo il **2%** delle aziende è interessato a **Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro**.

(TAV.16)



Sarà cura delle Parti Sociali: Associazioni datoriali e Associazioni sindacali di settore e degli strumenti delle stesse, proporre, anche in collaborazione con le istituzioni interessate, analisi specifiche suddivise sui territori riguardanti i fabbisogni formative e professionali specifici del settore utili alla ripartenza.

Tutti i risultati, come quelli della presente indagine, potranno orientare azioni concrete di innovazione e valorizzazione di una filiera che rappresenta uno dei settori più importanti per l'economia regionale.

Conclusioni

La presente indagine si è posta l'obiettivo di presentare lo scenario regionale sul segmento economico del settore "Incoming". È possibile avere una visione territoriale della crisi COVID-19 partendo dallo scenario di riferimento internazionale e nazionale. Secondo l'OMT nel 2020 c'è stata una riduzione delle prenotazioni sul 2019 tra il 60% e il 90%. La Commissione Europea conferma che nel settore la contrazione delle entrate è almeno dell'80%.

I dati della presente indagine confermano lo spaccato internazionale a livello locale. Le **aziende che si occupano di incoming** nella nostra regione (**il 71,8% di piccole dimensioni**) stanno subendo pesantemente gli effetti della crisi pandemica in corso.

Il crollo degli arrivi internazionali in Italia ha impattato in modo drammatico sul settore. Il World Travel & Tourism Council afferma che l'impatto globale della crisi pandemica sul turismo è 5 volte peggiore rispetto alla crisi finanziaria del 2008. A questi dati è utile aggiungere che i tempi di ripresa del settore sono più lunghi rispetto ad altri settori. Nel territorio e nel settore il protrarsi della crisi, la conseguente inattività lavorativa e l'incertezza sui tempi di ripresa, sono i fattori che determinano **"una percentuale drammatica di aziende a rischio chiusura: il 15%"**.

L'indagine mostra, altresì, che **il 65%, delle imprese** del settore viaggi **"vuole investire nella ripartenza"**. Un settore, quello delle agenzie di viaggi e tour operator, che secondo gli ultimi dati dell'Osservatorio del Mercato del Lavoro di EBTL - II^ quadrimestre 2020 - occupa nella sola città di Roma Capitale e del suo Hinterland circa **6.340 addetti; - 4,88% rispetto al dicembre del 2019**.

Le numerose indagini a livello internazionale e nazionale mostrano come i fattori politici, economici e psicologici stanno influenzando e influenzeranno le scelte e i comportamenti turistici. La riduzione del rischio è la prima leva di scelta di una destinazione, in termini di permanenza media, location e soprattutto di spostamento.

Tradurre nel territorio le azioni da compiere a favore di un settore colpito duramente dalla pandemia globale, spetta a tutti gli attori della filiera del turismo, siano essi pubblici o privati, come richiesto da **oltre il 70% delle aziende partecipanti alla presente indagine.**

Le Parti Sociali, Associazioni Datoriali e Sindacali di settore, oggi più che mai rappresentano un'importante risorsa; sollecitano la parte politica tenendo sempre puntato il focus sulle politiche di sostegno attualmente definite e sono sempre a disposizione per collaborare con le Istituzioni a tutti i livelli portando il proprio know-how per creare una migliore integrazione tra tutti i soggetti coinvolti.

Investimenti su innovazione, diversificazione e sostenibilità nel turismo e territorio sono alcuni degli obiettivi da raggiungere. Governare i cambiamenti che ci aspettano in termini di "Accessibilità digitale e al turismo territoriale" e "Prevenzione/Percezione del rischio nell'accessibilità fisica" saranno alcune delle sfide da costruire insieme per governare i fenomeni che colpiscono prevalentemente il nostro settore.

Le imprese e le parti sociali stesse, anche attraverso i loro strumenti, sono pronte a fare la loro parte in termini di investimenti e assunzione del rischio.

Il numero delle imprese che, secondo la presente indagine, disponibili ad investire su **Innovazione e Digitalizzazione è oltre il 42%.**

Il **63% delle aziende ritiene la formazione una leva per la ripartenza** e la maggiore competitività sul mercato di riferimento.

Secondo Charles Darwin non è la specie più forte o la più intelligente a sopravvivere, ma quella più reattiva ai cambiamenti. Fiavet Lazio è costantemente al lavoro per offrire alle aziende del settore e del territorio la giusta rappresentanza nei tavoli istituzionali.

Attraverso EBTL – Ente Bilaterale Turismo del Lazio, quale strumento delle Parti Sociali, sarà possibile accedere a misure concrete di sostegno come la formazione gratuita e la partecipazione a progetti congiunti, quale leva di innovazione e crescita in un mercato che, alla ripartenza, sarà altamente competitivo.

Appendice: Sondaggio

INDAGINE CONOSCITIVA "SETTORE INCOMING E CRISI COVID-19: QUALI DATI UTILI PER LA GIUSTA RIPARTENZA?"

FIAVET LAZIO, in collaborazione con EBTL - Ente Bilaterale Turismo del Lazio quale strumento delle parti sociali, promuove un'indagine conoscitiva per determinare lo stato reale della crisi di aziende e lavoratori a causa del COVID-19. L'indagine è finalizzata a monitorare lo stato del settore e verificare tempi e metodi per una corretta ripartenza.

La presente indagine ha un duplice obiettivo:

Il primo è quello di raccogliere dati quantitativi relativamente allo stato di crisi in cui vertono le aziende turistiche che operano nel settore incoming nella Regione Lazio. I dati saranno necessari per individuare strumenti di aiuto alle imprese siano essi pubblici che privati e consentire la pianificazione di una ripartenza.

Il secondo è quello di indagare la portata della crisi dal punto di vista del mercato del lavoro per permettere alle Istituzioni competenti, alle Parti Sociali e a EBTL quale strumento delle stesse, di mettere in campo azioni fattive al sostegno del settore.

1. Denominazione azienda:

2. Qual è l'area geografica del Lazio in cui opera l'azienda?

3. Ruolo in azienda di chi sta compilando il questionario:

4. Qual era la dimensione della sua azienda prima della crisi Covid-19 per numero di addetti?

Istruzioni domanda: Scegli una risposta

- 0-5
- 5-10
- 10-15
- 15-20
- 20-25
- oltre 25

5. Qual è il numero di dipendenti attualmente in CIG o FIS?

Istruzioni domanda: Scegli una risposta

- 0-5
- 5-10
- 10-15
- 15-20
- 20-25
- oltre 25

6. A quanto ammontava il fatturato annuo pre crisi Covid-19?

Istruzioni domanda: Scegli una risposta

- fino a 500.000 Euro
- da 500.000 a 1.000.000 di Euro
- da 1.000.000 a 3.000.000 di Euro
- oltre 3.000.000 di Euro

7. Quale è stato l'impatto della crisi e del lockdown per la sua azienda?

Istruzioni domanda: Scegliere al massimo 1 risposta

- Riduzione totale delle attività. Non conoscenza di dati sulla eventuale ripresa.
- Riduzione totale delle attività e valutazione della chiusura dell'azienda.
- Riduzione parziale delle attività e riorganizzazione verso innovazione, nuove strategie di lavoro e commerciali.

8. Qual è la stima della perdita di fatturato (per l'anno 2020)?

Istruzioni domanda: Scegli una risposta

- dal 0% a 20%
- dal 21% a 30%
- dal 31% a 40%
- dal 41% a 50%
- dal 51% a 60%
- oltre il 60%

9. Qual era la percentuale dell'incoming sul fatturato aziendale pre Covid-19?

Istruzioni domanda: Scegli una risposta

- da 0 a 20%
- da 21% a 30%
- da 31% a 40%
- da 41% a 50%
- da 51% a 60%
- oltre il 60%

10. Qual era la percentuale di clientela italiana sul totale dei clienti incoming dell'azienda?

Istruzioni domanda: Scegli una risposta

- da 0% a 20%
- da 21% a 30%
- da 31% a 40%
- da 41% a 50%
- da 51% a 60%
- oltre il 60%

11. Qual era la percentuale di clientela estera sul totale dei clienti incoming dell'azienda?

Istruzioni domanda: Scegli una risposta

- da 0% a 20%
- da 21% a 30%
- da 31% a 40%
- da 41% a 50%
- da 51% a 60%
- oltre il 60%

12. In considerazione delle nuove regole sul distanziamento fisico e limitazione degli spostamenti, qual è la percentuale di fatturato gruppi sul totale del fatturato incoming 2020?

Istruzioni domanda: Scegli una risposta

- da 0% a 20%
- da 21% a 30%
- da 31% a 40%
- da 41% a 50%
- da 51% a 60%
- oltre il 60%

13. In considerazione delle nuove regole sul distanziamento fisico e limitazioni di spostamento, qual è la percentuale di fatturato di clienti individuali sul totale del fatturato incoming per l'anno 2020?

Istruzioni domanda: Scegli una risposta

- da 0% a 20%
- da 21% a 30%
- da 31% a 40%
- da 41% a 50%
- da 51% a 60%
- oltre il 60%

14. Le chiediamo una previsione per il futuro: in considerazione delle nuove regole sul distanziamento fisico e limitazioni di spostamento, quale percentuale di fatturato incoming ipotizza per il primo semestre 2021?

Istruzioni domanda: Scegli una risposta

- da 0% a 20%
- da 21% a 30%
- da 31% a 40%
- da 41% a 50%
- da 51% a 60%
- oltre il 60%

15. Pensa di fare investimenti per la sua azienda per il 2021?

Istruzioni domanda: Se hai risposto No - Nella domanda successiva rispondi - Nessun investimento -

- SI
 No

16. Se pensa di fare investimenti indichi di seguito in quale campo:

Istruzioni domanda: Scegli una o più risposte

- Informatizzazione
 Internazionalizzazione
 Formazione dell'imprenditore
 Formazione del personale
 Sito WEB e E-commerce
 Se hai risposto NO - NESSUN INVESTIMENTO -

17. Ha suggerimenti o note relative alla ripartenza delle attività post Covid-19?

18. E' interessato/a ad attività formative per lei e i dipendenti dell'azienda in questo momento? Se sì, quali?