



RAPPORTO SULLA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI LIGURI PER IL PERIODO 2016-2021 *QUARTA EDIZIONE*

A cura del Dipartimento di Economia
(DIEC) dell'Università di Genova

Responsabile scientifico:

Alberto Quagli

Gruppo di ricerca:

Paola Ramassa, Lorenzo Simoni

27 marzo 2023

Indice

1. EXECUTIVE SUMMARY	3
2. IL SETTORE TURISTICO-RICETTIVO LIGURE	1
3. LA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI PER AREA GEOGRAFICA: IL CONFRONTO TRA GENOVA E LA RIVIERA	4
4. LA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI PER PROVINCIA	8
5. LA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI PER CATEGORIA	12
6. LA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI PER CLASSE DIMENSIONALE	15
7. ANALISI DI BENCHMARK	17
APPENDICE I. DATI COMPLETI DEGLI ALBERGHI LIGURI	31
APPENDICE II. NOTA METODOLOGICA	43

OGGETTO DELLO STUDIO

Il rapporto sulla redditività degli alberghi liguri, giunto alla quarta edizione, analizza i bilanci delle società di capitali operanti nel settore turistico-ricettivo con sede in Liguria al fine di offrire una fotografia dello stato di salute delle aziende del comparto. A tale fine, lo studio esamina tali imprese sotto il profilo della redditività, degli investimenti e dell'equilibrio finanziario per comprendere se e in quale misura gli alberghi liguri sono in grado di generare valore dagli investimenti, far fronte ai propri impegni ed effettuare gli investimenti necessari, mantenendosi competitivi.

1. EXECUTIVE SUMMARY

La quarta edizione del rapporto sulla redditività degli alberghi liguri esamina il periodo che va dal 2016 al 2021. Il principale dato che emerge dall'analisi è la ripresa che ha interessato il comparto alberghiero ligure nel 2021 dopo la crisi vissuta nel 2020, segnata dalla pandemia da Covid-19. Nel 2021 si osserva, infatti, un deciso miglioramento sia del fatturato, il cui valore medio è cresciuto dell'89%, che della capacità degli hotel di remunerare gli investimenti effettuati, con margini reddituali che sono tornati in territorio positivo per molte aziende (77% di alberghi con risultato operativo positivo nel 2021, contro il 51% del 2020). Anche il dato sul risultato economico conseguito nell'anno mostra un deciso cambiamento, con oltre l'83% degli alberghi con dato disponibile nel 2021 che hanno chiuso con un utile, a fronte del 49% che si registra nel 2020.

La ripresa a cui si assiste è spiegabile alla luce dell'evoluzione della crisi pandemica che ha interessato gli anni a partire dal 2020. Infatti, sebbene nel 2021 fossero in vigore misure restrittive della libertà di circolazione delle persone sul territorio, dalla primavera 2021 si è verificato un graduale allentamento di tali misure, contemporaneamente allo sviluppo di vaccini anti-Covid, divenuti obbligatori nel corso dell'anno per l'accesso ad alcuni luoghi, tra i quali gli hotel. Tra le varie tipologie di turismo, quello balneare era stato quello meno colpito nel 2020, mentre erano stati fortemente penalizzati i flussi per turismo culturale, congressuale e per trasferte di lavoro. La netta ripresa di queste ultime tipologie di flusso spiega la decisa crescita degli arrivi e delle presenze nel periodo primaverile e in quello autunnale.

La performance degli hotel delle diverse aree geografiche può essere letta alla luce del quadro delineato, con le aree maggiormente interessate dal turismo culturale, congressuale e

da trasferte che mostrano i più consistenti segnali di ripresa. L'analisi dei bilanci degli alberghi liguri mostra, infatti, un aumento del fatturato per camera per gli hotel del Comune di Genova più marcato rispetto a quello degli hotel della Riviera ligure (valore mediano che cresce del 104%, contro il 54% della Riviera) e un ancor più evidente miglioramento nella capacità di estrarre margini positivi dalle vendite (misurato dal rapporto tra EBIDTA e fatturato), che passa da un valore mediano di 0,88% a un valore di 19,39% per il Comune di Genova, con gli hotel della Riviera che mostrano valori migliori ma un incremento di minore entità (valore che passa da 13,69% a 25,76%)¹.

Tra le diverse categorie di hotel, quelli che avevano maggiormente risentito di un calo del volume di attività nel 2020, cioè i 5 e 4 stelle, sono quelli che hanno visto un maggiore incremento di fatturato nel 2021 (+84% per i 5 stelle e +63% per i 4 stelle). Ciò a seguito della ripresa dei flussi turistici a scopo di turismo culturale, congressuale e dalle trasferte di lavoro e a quella degli arrivi dei cittadini stranieri. Nonostante la generale ripresa, il fatturato degli alberghi liguri non è ancora tornato ai livelli pre-pandemici. Al contrario, la redditività ha raggiunto, nel 2021, livelli record. In questo anno la capacità di remunerare gli investimenti mostra i livelli più alti dell'intero periodo esaminato per molte delle categorie e delle aree geografiche. Questo risultato deriva dall'elevata capacità di generare margini dalle vendite. Tali margini si collegano, da un lato, alla capacità di contenere alcuni costi, che potrebbe però essere compromessa in esercizi futuri in seguito al rialzo dei prezzi delle materie prime conseguenti allo scoppio della guerra in Ucraina a inizio 2022 e alla necessità di assumere dipendenti per far fronte al forte aumento di domanda; dall'altro, a un possibile aumento generale dei prezzi, come evidenziato da maggiori ricavi per camera a fronte di tassi di

¹ L'uso del rapporto tra EBIDTA e fatturato deriva dal fatto che il risultato operativo potrebbe essere influenzato dalle deroghe relativi ai criteri valutativi concesse alle imprese nel 2020 e nel 2021, anni nei quali gli ammortamenti potevano non essere stanziati (totalmente o parzialmente). Tuttavia, i dati mostrano che il valore mediano del rapporto tra ammortamenti e immobilizzazioni tecniche iniziali (considerati anche i nuovi investimenti effettuati nell'anno) mostra un valore mediano di 8,4%, superiore a quello del 2020 (7%), anche se inferiore a quello del 2019 (10%), mentre il valore medio del 2021 (12,3%) si avvicina molto a quello del 2019 (12,8%). Alla luce di tali dati, l'utilizzo delle deroghe non sembra porre particolari problemi nell'interpretazione dei dati del 2021. La dinamica dell'indice *return on sales* (ROS) per le imprese del Comune di Genova e per quelle della Riviera, infatti, è analoga a quella del rapporto tra EBIDTA e fatturato.

occupazione ben inferiori al 2019 (fonte: Federalberghi, rapporto *Rapporto Datatur* - ottobre 2022, basato sulle rilevazioni RES, STR Global²).

Nell'ambito dello studio è stata condotta una analisi volta a valutare gli alberghi liguri sulla base di una comparazione con realtà simili per flussi turistici e numero e tipologia di strutture ricettive. A tale proposito, gli alberghi del Comune di Genova sono stati confrontati con gli alberghi del Comune di Torino, mentre gli alberghi della riviera ligure sono stati comparati con quelli della Versilia. L'analisi di benchmark mostra una superiore performance delle imprese liguri. Gli hotel di Torino evidenziano una ripresa di fatturato superiore a quella degli hotel di Genova, ma una peggiore capacità di conseguire margini e, conseguentemente, di remunerare gli investimenti. Gli hotel della Versilia, al contrario, mostrano margini simili a quelli degli alberghi della Riviera ligure ma una ripresa del fatturato più lenta.

La fotografia che emerge mostra una decisa ripresa degli alberghi liguri dopo la crisi del 2020, nonostante il 2021 sia stato comunque caratterizzato da restrizioni alla libertà di circolazione. La ripresa, che si accompagna a elevati livelli di redditività e a una buona solidità finanziaria, è dovuta alla crescita dei flussi turistici a livello globale e al miglioramento della situazione epidemiologica relativa al SARS-CoV2. Tuttavia, nuovi fattori, come la guerra in Ucraina scoppiata nel 2022 e i livelli inflazionistici, minacciano il comparto alberghiero, che dovrà rispondere a tali sfide per mantenersi competitivo nel prossimo futuro.

² Nel rapporto Datatur sono riportati soltanto i dati relativi alla città di Genova e ad altre località selezionate. I dati, tuttavia, mostrano tassi di occupazione delle camere inferiori al 2019 in quasi tutte le aree d'Italia. Anche i dati del Codacons sul 2021 indicano un generalizzato aumento dei prezzi alberghieri rispetto agli anni precedenti. Riteniamo dunque di poter indicare l'aumento dei prezzi come un possibile fattore alla base dei migliori margini non soltanto per Genova, ma anche per le altre città della Liguria pur in assenza di dati in nostro possesso.

2. IL SETTORE TURISTICO-RICETTIVO LIGURE

Seppur caratterizzato da incertezze e dal perdurare della pandemia da SARS-CoV2, il 2021 ha segnato una ripresa del turismo mondiale, consentito dallo sviluppo dei vaccini anti-Covid e dal graduale allentamento delle misure restrittive che hanno limitato la possibilità delle persone di spostarsi nel 2020 e nella prima parte del 2021. Gli arrivi internazionali, non ancora tornati ai livelli pre-pandemici, hanno visto una decisa crescita nel 2021.

La Liguria, una delle Regioni con la più elevata offerta di posti letto alberghieri e con la più alta spesa di turisti stranieri in Italia, mostra un aumento di presenze nel 2021 del 28,6% rispetto al 2020, pur essendo le presenze inferiori a quelle del 2019 (-26,7%; fonte: ISTAT). Tale dato, che indica segnali di ripresa per il comparto alberghiero, deve essere combinato a quello sull'espansione, già in evidenza negli anni precedenti, degli esercizi extralberghieri, proseguita nel 2021. Tale anno ha, difatti, visto un calo dell'incidenza dei posti letto offerti dagli alberghi liguri sui posti letto totali, pari al 39,2% nel 2021 e al 39,8% nel 2020 (fonte: Federalberghi, rapporto *Rapporto Datatur* - ottobre 2022, basato sulle rilevazioni ISTAT). Tuttavia, i dati di Regione Liguria mostrano come l'aumento di presenze nelle strutture alberghiere tra il 2021 e il 2020 sia sostanzialmente allineato a quello delle strutture extralberghiere, con un incremento del 37,49% per gli hotel e del 37,97% per le altre strutture (fonte: Regione Liguria, *Report B - Progressivo Mensile Regionale*).

Resta in linea con il 2020 l'incidenza delle presenze alberghiere sul totale delle presenze regionali (58,9%). L'aumento delle presenze e degli arrivi nel 2021 è stato particolarmente marcato nella provincia di Genova, che ha visto un aumento degli arrivi del 61,75% e un aumento delle presenze del 45,88% (fonte: Regione Liguria, *Report B - Progressivo Mensile Regionale*). Tale circostanza è probabilmente dovuta alle tipologie di flussi turistici che interessano Genova, cioè quelle collegate al turismo culturale, congressuale e da trasferte di lavoro. Tali flussi sono stati i più colpiti nel 2020 e, al contempo, quelli con il più deciso miglioramento nel 2021.

A riprova di ciò, i periodi che hanno visto i maggiori incrementi di presenze e di arrivi non sono rappresentati da quelli tipicamente associati al turismo balneare, ma dai mesi primaverili

e autunnali. I mesi di aprile e maggio, durante i quali si è verificato l'allentamento delle restrizioni imposte dalla pandemia, mostrano incrementi nettamente maggiori di quelli degli altri mesi. Forti incrementi si registrano anche nei mesi di ottobre e novembre.

In questo clima di generale, seppur prudente, ripresa, gli alberghi liguri sono tornati a generare valore economico, come evidenziato dall'incidenza delle imprese in grado di conseguire un utile e dal risultato di esercizio mediano (Tabella 1). La ripresa dell'economia, superiore alle attese dopo un disastroso 2020, ha determinato un notevole aumento degli alberghi con risultato positivo, che hanno superato i livelli degli anni pre-pandemici. Tale miglioramento ha interessato tutte le aree geografiche e le categorie di hotel (Tabella 1).

Tabella 1. *Dati sugli utili conseguiti dagli alberghi liguri per area geografica, provincia, classe dimensionale e categoria*

		2021	2020	2019	2018	2017	2016
N° alberghi che conseguono un utile		197	122	180	168	167	167
N° alberghi che conseguono un risultato pari a 0		0	0	0	1	1	1
N° alberghi che conseguono una perdita		39	123	69	72	65	59
N° alberghi con risultato non disponibile		38	29	16	33	41	47
		Risultato di esercizio (migliaia di €)					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per area geografica</i>							
Comune di Genova	<i>Media</i>	36.9	-33.7	25.0	10.4	29.1	59.5
	<i>Mediana</i>	20.1	0.3	6.7	-0.5	0.1	11.5
Riviera	<i>Media</i>	125.8	-39.4	64.4	53.2	68.3	47.7
	<i>Mediana</i>	41.7	-0.3	11.2	13	19.6	12.9
<i>Per Provincia</i>							
Genova	<i>Media</i>	175.8	-71.2	120.4	118.8	144.9	126.2
	<i>Mediana</i>	34.7	-4.7	10.4	9	8.1	12.9
Imperia	<i>Media</i>	32.5	-58.9	-2	-76.5	-38.4	-62.1
	<i>Mediana</i>	26.9	-8.9	7.8	6.4	6.7	7.7
La Spezia	<i>Media</i>	95.4	-13.6	46.2	64.5	40.8	38.5
	<i>Mediana</i>	37.6	0.7	19.4	39.1	19.8	11.3
Savona	<i>Media</i>	104.9	2.6	34.4	39.9	51.6	45.3
	<i>Mediana</i>	50.6	6.4	10	14.3	23.1	21.4
<i>Per dimensione</i>							
Micro	<i>Media</i>	56.6	-17.6	8.2	-1.2	11.6	7.1
	<i>Mediana</i>	26.8	-0.8	7.4	8.1	7.7	7.5
Pmi	<i>Media</i>	192.3	-69.8	131.9	114.1	134.5	105.9
	<i>Mediana</i>	89.2	0.7	35.8	14.6	33.2	28.1

		Risultato di esercizio (migliaia di €)					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per categoria</i>							
5 STELLE	<i>Media</i>	721.7	-196.3	678	540.2	674.7	807.9
	<i>Mediana</i>	264.5	-124	58.4	2.7	79.1	94.9
4 STELLE	<i>Media</i>	155.4	-87.1	50.3	19.3	74.2	-9.1
	<i>Mediana</i>	86.9	-31.9	37.3	28.7	36.8	21.9
3 STELLE	<i>Media</i>	69.4	-13.8	23.1	26.6	24.6	28.1
	<i>Mediana</i>	34.7	3.8	9.9	10	12.2	12.7
< 3 STELLE	<i>Media</i>	31.6	-0.1	4.2	5.6	9.4	5.7
	<i>Mediana</i>	6.9	0.5	1.6	2.9	4.2	4.7
Totali	<i>Media</i>	125.8	-39.4	64.4	53.2	68.3	47.7
	<i>Mediana</i>	41.7	-0.3	11.2	13.0	19.6	12.9

3. LA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI PER AREA GEOGRAFICA: IL CONFRONTO TRA GENOVA E LA RIVIERA

L'analisi per area geografica consente di confrontare la performance delle strutture situate nel Comune di Genova con quella delle strutture della Riviera, identificate come le strutture situate negli altri comuni della Liguria, interessate da diverse tipologie di flussi turistici. Infatti, mentre il turismo che interessa gli hotel della Riviera è prevalentemente di tipo balneare, i flussi turistici che interessano gli hotel del Comune di Genova possono essere collegati a turismo culturale, a eventi congressuali e alle trasferte di lavoro.

Il 2021 ha segnato una decisa ripresa degli hotel di entrambe le aree geografiche, come evidenziato dai dati di bilancio. Il fatturato e il fatturato per camera hanno visto una crescita nel valore medio e nel valore mediano sia per gli alberghi di Genova che per quelli della Riviera, pur non raggiungendo in nessuno dei due gruppi i livelli del 2019 (Tabella 2). La crescita del fatturato medio degli alberghi del Comune di Genova è stata del 63%, mentre il valore mediano è aumentato del 52%. Il miglioramento è stato di entità lievemente maggiore per gli hotel della riviera (+68% nel valore medio e +59% nel valore mediano). Il terreno recuperato nel corso del 2021 dal turismo culturale, congressuale e per trasferte di lavoro, che ha interessato in prevalenza la città di Genova, è evidente se si esamina il rapporto tra fatturato e numero di camere. Il valore mediano di questo indice è aumentato del 104% per gli alberghi del Comune di Genova e del 54% per gli alberghi situati nella Riviera.

Alla ripresa del fatturato si è accompagnato un miglioramento della capacità delle imprese di remunerare adeguatamente gli investimenti effettuati. Si può notare come la capacità di generare ricavi a parità di investimenti effettuati, espressa dal tasso di rotazione del capitale investito, sia aumentata del 36,5% nel valore mediano per le imprese alberghiere del Comune di Genova e del 38,7% per quelle della Riviera, pur rimanendo lontana dai valori del 2019.

Gli alberghi liguri sembrano aver raggiunto livelli di efficienza superiori a quelli del periodo pre-pandemico. Gli hotel esaminati, infatti, mostrano una elevata capacità di conseguire margini positivi sulle vendite, espressa dall'indice Return On Sales (ROS), che indica quanto reddito l'impresa è in grado di produrre per ogni euro di fatturato. Tale indice evidenzia valori

medi e mediani non soltanto molto migliori di quelli del 2020, ma anche dei precedenti periodi inclusi nell'indagine. Il dato è particolarmente elevato per gli alberghi della riviera, che hanno un valore mediano dei margini sulle vendite di 12,5% (Tabella 2). Tali dati non sembrano essere stati influenzati in modo particolare dalle deroghe che hanno consentito alle imprese di sospendere gli ammortamenti nel 2020 e nel 2021, come indicato dai valori mediani del rapporto tra ammortamenti e immobilizzazioni iniziali. Tale valore risulta superiore a quello dell'anno precedente sia per gli hotel del Comune di Genova che per quelli della Riviera, anche se nel Comune di Genova tale dato risulta maggiormente distante da quello del 2019 (12,1% nel 2021 e 13,8% nel 2019, mentre per la Riviera il valore è 8% nel 2021, a fronte dell'8,9% del 2019). È possibile notare, tuttavia, che dinamiche simili caratterizzano il rapporto tra EBITDA e fatturato, indice del flusso di cassa (approssimato dall'EBITDA) che un'impresa riesce a estrarre da ogni euro di fatturato, che non risente dell'uso di tali deroghe.

Gli elevati margini possono essere ricondotti a due distinti fattori. Il primo è legato al fatto che i costi operativi sono cresciuti, ma in misura inferiore rispetto a quanto sono cresciuti i ricavi. I costi che hanno conosciuto il maggiore incremento tra 2020 e 2021 sono quelli per materie prime, aumentati del 50% nel valore mediano per gli alberghi del Comune di Genova e del 42% per gli alberghi della Riviera. Al contrario, i costi per il personale mostrano un incremento contenuto (aumentato del valore mediano del 6% per gli hotel di Genova e del 10% per quelli della Riviera). Tale dato potrebbe essere condizionato dal largo impiego di manodopera stagionale e dal fatto che il 2021 è stato comunque interessato da misure sospensive della libertà di circolazione delle persone, inducendo molte imprese del comparto ad atteggiamenti prudenti con riferimento all'assunzione di nuovo personale date le incertezze circa il superamento della fase pandemica.

Il secondo fattore alla base dell'aumento dei margini è rappresentato da potenziali aumenti dei prezzi. Nel comune di Genova tale circostanza è evidenziata dai dati forniti dal rapporto *Dtataur* di Federalberghi, che indicano un tasso di occupazione delle camere nel 2021 ben al di sotto di quello del 2019. Ciò, unito ad un fatturato per camera mediano sostanzialmente in linea con quello del 2019 lascia intuire un aumento dei prezzi, suggerito anche dall'*Average*

Daily Rate calcolato da STR Global (fonte Federalberghi, rapporto *Rapporto Datatur* - ottobre 2022). Pur non essendo in possesso di informazioni dettagliate sugli hotel della Riviera, i dati di Federalberghi e STR Global indicano un generalizzato calo del tasso di occupazione delle camere in Italia nel 2021, a fronte di un fatturato per camera in linea con quello pre-pandemico. Anche gli hotel della Riviera, quindi, potrebbero, coerentemente con il trend nazionale, aver aumentato i prezzi nel 2021.

Gli elevati margini sulle vendite hanno effetti positivi anche sulla generazione di redditi congrui agli investimenti sostenuti. A conferma di ciò, l'indice Return on Investment (ROI), che fornisce indicazioni sul reddito prodotto dalle attività operative di un'impresa per ogni euro investito in tale impresa, mostra forti incrementi per gli hotel di entrambe le aree. Il miglioramento osservato è particolarmente favorevole per le imprese del Comune di Genova, caratterizzate da un ROI medio e un ROI mediano negativi nel 2020, ma tornati in territorio positivo nel 2021. I valori del ROI del 2021 sono i più elevati registrati nel periodo sia per gli alberghi genovesi che per quelli della Riviera.

Tabella 2. Dati sulla redditività degli alberghi liguri per area geografica

		Fatturato (migliaia di €)						Fatturato per camera					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Comune di Genova	<i>Media</i>	803	494	1.009	1.062	1.043	1.067	20,3	12,8	24,9	24,2	22,6	21,8
	<i>Mediana</i>	403	265	446	517	509	479	21,7	10,6	22,7	22,2	20,2	20,8
Riviera	<i>Media</i>	1.167	693	1.316	1.315	1.314	1.264	28,7	17,4	32	32,5	32,4	30,5
	<i>Mediana</i>	594	373	727	753	755	718	20,4	13,3	23,1	23,8	23,9	23,3
		ROI						ROS					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Comune di Genova	<i>Media</i>	8,1%	-6,8%	4,2%	4,3%	4,3%	8,1%	8,0%	-11,8%	4,5%	2,6%	2,5%	2,8%
	<i>Mediana</i>	4,1%	-3,5%	4,3%	1,6%	2,2%	5,7%	8,1%	-5,5%	2,9%	2,0%	2,1%	4,1%
Riviera	<i>Media</i>	8,8%	-0,1%	4,4%	5,4%	6,5%	6,5%	13,3%	-3,4%	5,8%	7,2%	7,3%	7,2%
	<i>Mediana</i>	5,7%	0,2%	3,6%	3,7%	4,2%	4,7%	12,5%	0,7%	5,2%	5,1%	6,3%	6,4%
		ROTAZIONE CI						EBITDA/V					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Comune di Genova	<i>Media</i>	0,9	0,7	1,3	1,3	1,3	1,2	19,3%	1,0%	13,0%	10,6%	11,4%	13,6%
	<i>Mediana</i>	0,7	0,5	1,0	1,0	1,0	1,0	19,4%	0,9%	11,4%	9,2%	13,3%	13,7%
Riviera	<i>Media</i>	0,7	0,5	1,0	1,1	1,2	1,1	26,3%	12,2%	16,5%	17,2%	17,7%	17,6%
	<i>Mediana</i>	0,5	0,3	0,7	0,8	0,9	0,8	25,8%	13,7%	15,5%	15,2%	16,4%	15,9%

Di particolare interesse il dato sugli investimenti effettuati nel 2021 (Tabella 3). Gli investimenti rilevati fanno riferimento alla crescita degli investimenti in immobilizzazioni materiali e immateriali. La quota di fatturato dedicata a nuovi investimenti si dimostra in crescita per gli hotel del Comune di Genova, probabilmente a fronte di una previsione dell'aumento dei volumi di affari. In calo, invece, il dato per gli hotel della Riviera.

Guardando alla solvibilità, si nota come sia le imprese del Comune di Genova che quelle della Riviera mostrano livelli di indebitamento contenuti, come evidenziato dal rapporto di indebitamento. Tale indice è calcolato come rapporto tra i debiti e le risorse apportate dai proprietari dell'impresa. Il valore soglia comunemente usato per la valutazione di tale indice è 2. Oltre tale valore, i mezzi di terzi hanno un peso che supera il doppio del capitale proprio, indicando un potenziale eccesso nel ricorso al debito per finanziarsi. I valori mediani di tale indice sono ben al di sotto di tale soglia (0,87 per le imprese del Comune di Genova e 0,71 per le imprese della Riviera), mentre la percentuale di imprese con un valore del rapporto di indebitamento inferiore al valore-soglia è del 68% per il Comune di Genova e del 71% per la Riviera.

Come conseguenza del basso indebitamento e del miglioramento delle performance, gli alberghi liguri riescono anche a produrre flussi di cassa sufficienti a coprire i costi connessi con l'indebitamento, cioè gli interessi passivi. Tale capacità è messa in risalto dal rapporto tra l'Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation, and Amortization (EBITDA), che approssima l'entità del flusso di cassa generato dalla gestione operativa, e gli interessi passivi (EBITDA/OF). Qualora superiore a 1, tale indice mostra una capacità di coprire gli interessi passivi grazie ai flussi di cassa prodotti. Nel caso degli alberghi liguri tale indice si presenta con un valore mediano superiore all'ipotetica soglia di 1 e in netto miglioramento rispetto al 2020 (Tabella 3).

Tabella 3. Dati su indebitamento e investimenti degli alberghi liguri per area geografica

		RAPPORTO DI INDEBITAMENTO						EBITDA/OF					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Comune di Genova	<i>Media</i>	2,26	2,30	4,60	5,85	4,45	5,54	63,4	60,0	59,1	77,2	66,2	95,1
	<i>Mediana</i>	0,87	0,89	1,06	1,91	1,02	1,82	18,4	0,2	13,1	9,5	12,3	20,3
Riviera	<i>Media</i>	1,87	2,42	3,56	3,71	3,30	4,66	74,5	60,1	74,6	59,1	56,2	77,7
	<i>Mediana</i>	0,71	0,96	1,34	1,45	1,19	1,74	21,5	7,5	12,4	13,8	12,9	11,6
		Investimenti/Fatturato					Ammortamenti/Investimenti						
		2021	2020	2019	2018	2017	2021	2020	2019	2018	2017		
Comune di Genova	<i>Media</i>	9,1%	7,1%	3,6%	8,4%	5,9%	9,61	8,44	6,98	3,30	5,47		
	<i>Mediana</i>	5,2%	2,2%	1,3%	2,3%	2,5%	1,82	1,57	2,06	1,30	1,38		
Riviera	<i>Media</i>	8,7%	15,1%	9,3%	11,7%	8,2%	5,95	5,70	3,67	3,24	3,05		
	<i>Mediana</i>	3,7%	5,9%	5,7%	5,8%	4,9%	1,82	1,11	1,25	1,29	1,30		

Complessivamente, l'analisi dei dati relativi al 2021 mostra un deciso miglioramento della condizione di salute degli alberghi liguri, connesso alla ripresa economica avvenuta in tale anno e all'allentamento delle misure restrittive connesse alla pandemia da Covid-19. Sia gli alberghi del Comune di Genova, che basano la propria attività su flussi turistici connessi a turismo congressuale, culturale e sull'accoglienza dei trasfertisti, che quelli della Riviera hanno visto un aumento della domanda, migliorando decisamente i propri margini.

4. LA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI PER PROVINCIA

Suddividendo gli alberghi in base alla provincia, si nota che in tutte le province i ricavi del periodo sono cresciuti, in linea con la tendenza generale. Coerentemente con il quadro delineato, la tipologia di turismo maggiormente colpita nel 2020, che ha visto il maggiore aumento dei flussi nel 2021 con l'allentamento delle restrizioni, è quella del turismo culturale e congressuale. Tale dato si riflette nell'aumento di fatturato degli alberghi della provincia di Genova. Tali alberghi hanno visto una crescita del fatturato mediano del 91% tra 2020 e 2021, decisamente più elevata di quella registrata dalle imprese di La Spezia (+75,7%), Savona (+47,8%) e Imperia (+47,7%).

Questi dati possono essere confrontati con quelli sulle presenze. La Spezia e Genova hanno visto un incremento di presenze rispettivamente del 49,6% e del 48,1% nel 2021,

mentre la crescita di Imperia (+31%) e Savona (+29%) si attesta su livelli più modesti (fonte: *Rapporto Datatur - ottobre 2022*, sulla base di elaborazioni ISTAT). Genova è anche la provincia ligure con il migliore indice sintetico di composizione dell'offerta alberghiera, mentre Savona e La Spezia occupano posizioni molto basse a livello nazionale (fonte: *Rapporto Datatur - ottobre 2022*, sulla base di elaborazioni ISTAT).

La capacità delle imprese alberghiere di remunerare gli investimenti ha visto un notevole miglioramento nel 2021, con valori medi e mediani del ROI in netta crescita in tutte le provincie (Tabella 4). Tale risultato è guidato primariamente dalla capacità di estrarre margini dalle vendite, come mostra il forte incremento del ROS, che mostra in tutte le provincie i valori più alti dell'intero periodo considerato (2016-2021). Su tutti, spicca il miglioramento fatto registrare dagli alberghi della provincia di Genova, passati da un ROS mediano di -4,9% nel 2020 a un valore di 12,5% nel 2021. Considerazioni analoghe possono essere fatte per il rapporto tra EBIDTA e fatturato, che presenta i dati migliori dell'intero periodo con la provincia di Genova in netto miglioramento rispetto all'anno precedente.

Tabella 4. Dati sulla redditività degli alberghi liguri per provincia

		Fatturato (migliaia di €)						Fatturato per camera					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Genova	<i>Media</i>	1.625	861	1.798	1.872	1.869	1.802	32,1	17,8	35,9	36,3	36,1	34,2
	<i>Mediana</i>	575	301	663	725	685	679	23,5	13,7	24,8	26	25,4	23,4
Imperia	<i>Media</i>	848	614	1.168	1.124	1.101	1.108	19,9	15,1	27	26,4	25,7	25
	<i>Mediana</i>	580	393	731	763	735	768	18,8	13,4	22,5	23,3	22,8	24
La Spezia	<i>Media</i>	865	466	812	827	775	728	31,1	16,7	31,5	33,6	31,2	28,4
	<i>Mediana</i>	528	300	728	763	719	676	20,8	13	23,6	23,3	23,1	21,5
Savona	<i>Media</i>	839	577	981	971	1.003	972	24,8	16,6	26,7	26,9	27,9	26,7
	<i>Mediana</i>	560	379	567	614	738	736	18,2	13	20,6	19,7	21,7	21,9
		ROI						ROS					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Genova	<i>Media</i>	9,1%	-4,0%	5,1%	6,5%	6,7%	8,2%	12,9%	-8,8%	5,7%	5,2%	6,9%	6,7%
	<i>Mediana</i>	5,1%	-0,5%	4,3%	2,6%	4,4%	5,0%	12,5%	-4,9%	5,8%	4,1%	5,3%	6,8%
Imperia	<i>Media</i>	7,2%	-0,2%	3,2%	2,3%	3,9%	3,9%	8,2%	-5,9%	3,4%	3,5%	2,6%	3,0%
	<i>Mediana</i>	4,7%	-0,2%	2,4%	2,4%	2,9%	3,4%	9,2%	0,0%	3,5%	3,3%	4,0%	3,9%
La Spezia	<i>Media</i>	9,7%	-1,9%	5,7%	9,7%	6,8%	8,1%	15,4%	-4,5%	8,8%	12,7%	8,9%	8,9%
	<i>Mediana</i>	5,2%	0,6%	4,6%	4,7%	5,3%	5,8%	13,5%	1,2%	8,0%	10,9%	8,3%	8,5%
Savona	<i>Media</i>	8,6%	2,5%	3,5%	2,9%	6,9%	6,0%	13,5%	1,5%	5,2%	6,6%	7,9%	7,8%
	<i>Mediana</i>	6,3%	0,7%	3,6%	3,2%	4,6%	4,8%	13,6%	4,6%	4,7%	5,1%	6,4%	6,1%
		ROTAZIONE CI						EBITDAV					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Genova	<i>Media</i>	0,7	0,5	1,0	1,1	1,1	1,1	24,7%	5,4%	15,3%	14,6%	16,8%	17,4%
	<i>Mediana</i>	0,6	0,4	0,8	0,8	0,9	0,8	24,9%	7,6%	13,9%	14,1%	15,9%	16,5%
Imperia	<i>Media</i>	0,9	0,7	1,1	1,2	1,4	1,3	20,5%	6,9%	13,2%	12,5%	12,1%	12,9%
	<i>Mediana</i>	0,6	0,4	0,9	0,9	1,0	1,0	21,3%	10,6%	13,0%	10,7%	12,7%	13,0%
La Spezia	<i>Media</i>	0,7	0,5	1,0	1,1	1,1	1,0	31,1%	15,0%	20,7%	23,4%	19,9%	19,6%
	<i>Mediana</i>	0,3	0,2	0,6	0,7	0,8	0,7	30,0%	19,8%	21,1%	23,3%	22,0%	19,3%
Savona	<i>Media</i>	0,8	0,6	1,2	1,2	1,2	1,3	26,1%	17,0%	16,0%	16,5%	18,3%	18,1%
	<i>Mediana</i>	0,5	0,5	0,8	0,8	0,9	0,9	25,7%	16,2%	15,1%	14,7%	18,4%	15,9%

Diverso il quadro che si delinea osservando gli investimenti in proporzione al fatturato, il cui valore mediano si mantiene in linea con il 2020 per le provincie di Savona e Imperia, mentre scende per Genova e La Spezia (Tabella 5).

Infine, dal punto di vista della solvibilità, tutte le provincie mostrano un livello mediano del rapporto di indebitamento inferiore a 1, con le imprese di La Spezia che si segnalano per valori particolarmente bassi (0,5). Le imprese di tutte le provincie mostrano livelli del rapporto tra EBITDA e oneri finanziari superiori all'unità, indicando buone condizioni di liquidità, con un

miglioramento rispetto al 2020 in tutte le province. La provincia di Genova è quella che mostra il dato più preoccupante nel 2020, ma anche l'aumento di maggiore entità nel 2021, con un valore che passa da poco più di 2 a 17,7. Anche sotto questo profilo le imprese di La Spezia si segnalano come quelle più virtuose.

Tabella 5. Dati su indebitamento e investimenti degli alberghi liguri per provincia

		RAPPORTO DI INDEBITAMENTO						EBITDA/OF					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Genova	<i>Media</i>	2,0	2,2	3,8	4,2	3,8	4,8	66,7	52,4	68,4	68,1	58,4	90,5
	<i>Mediana</i>	0,9	0,9	1,1	1,5	1,0	1,3	17,7	2,0	13,2	13,0	12,2	12,3
Imperia	<i>Media</i>	2,2	2,8	4,3	4,7	4,0	5,8	73,2	68,3	100,4	82,7	58,8	81,3
	<i>Mediana</i>	0,8	1,0	1,8	2,3	1,5	1,8	17,5	5,8	9,8	10,8	10,8	7,8
La Spezia	<i>Media</i>	1,4	2,0	3,8	3,8	3,3	5,2	98,9	61,9	78,9	66,4	51,2	75,1
	<i>Mediana</i>	0,5	1,0	2,4	2,6	1,5	2,1	28,6	7,1	9,9	15,2	11,9	11,6
Savona	<i>Media</i>	2,1	2,6	3,1	3,4	2,8	3,7	66,1	62,1	52,5	35,8	59,4	69,0
	<i>Mediana</i>	0,7	1,3	1,3	1,3	1,1	1,6	25,5	18,4	13,2	13,1	26,2	18,5
		Investimenti/Fatturato					Ammortamenti/Investimenti						
		2021	2020	2019	2018	2017	2021	2020	2019	2018	2017		
Genova	<i>Media</i>	8,0%	14,8%	7,8%	9,6%	7,6%	8,5	5,3	4,6	3,0	4,0		
	<i>Mediana</i>	3,7%	7,0%	4,0%	4,6%	4,4%	1,9	1,1	1,5	1,4	1,2		
Imperia	<i>Media</i>	10,3%	14,7%	10,4%	13,0%	7,3%	6,0	4,5	2,9	2,6	2,9		
	<i>Mediana</i>	5,8%	5,7%	7,0%	7,3%	4,6%	1,6	1,0	1,0	1,0	1,4		
La Spezia	<i>Media</i>	9,7%	18,4%	9,3%	13,3%	8,3%	5,9	8,8	5,2	3,1	3,7		
	<i>Mediana</i>	3,5%	6,8%	4,5%	6,2%	4,9%	1,7	0,9	1,1	0,9	1,0		
Savona	<i>Media</i>	8,1%	9,3%	7,4%	10,6%	8,2%	4,7	6,6	3,8	4,1	2,7		
	<i>Mediana</i>	3,5%	3,3%	4,0%	5,0%	4,8%	1,9	2,0	1,5	1,8	1,5		

In sintesi, l'analisi dei dati dei bilanci degli alberghi liguri per Provincia mostra un generalizzato aumento del fatturato e del fatturato per camera degli alberghi di tutte le province, con conseguenze positive sui margini e sulla capacità di remunerare il capitale investito. Gli hotel di Genova sono quelli che mostrano i miglioramenti più evidenti, probabilmente a fronte di una ripresa del turismo legato a mostre, convegni e trasferte di lavoro. Tutte le province mostrano buoni condizioni di solvibilità, con La Spezia che raggiunge i risultati migliori sia in termini di liquidità che di solidità patrimoniale.

5. LA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI PER CATEGORIA

La ripresa dei flussi turistici nel corso del 2021, con l'allentamento delle misure restrittive, potrebbe aver avuto impatti diversi sulle diverse categorie di hotel, che possono essere considerate mete di flussi turistici con caratteristiche differenti. Pertanto, l'analisi delle singole categorie può aiutare a comprendere i fenomeni in atto nel comparto.

In uno scenario di generalizzato recupero dei volumi di fatturato e fatturato per camera, gli hotel 5 stelle, che avevano accusato il calo più marcato nel 2020, hanno visto l'aumento di maggiore entità di tali grandezze. Il fatturato medio dei 5 stelle è cresciuto del 132%, mentre quello mediano dell'84% (Tabella 6), tornando a valori simili a quelli del 2019. L'aumento è molto alto anche per le altre categorie, con i 4 stelle che hanno visto il fatturato mediano crescere del 63%, i 3 stelle con un aumento del 57% e gli hotel delle categorie minori con un incremento del 56%. I 5 stelle si posizionano nettamente al di sopra delle altre categorie anche con riferimento al fatturato per camera (valore mediano che aumenta del 90,6%).

Tuttavia, tale ripresa del fatturato non si accompagna a una netta risalita della capacità di remunerare gli investimenti nei 5 stelle, che mostrano un ROI in crescita ma comunque molto contenuto rispetto alla totalità degli alberghi. Il ROI medio degli alberghi 5 stelle si attesta sul 2,5%, mentre quello mediano sull'1,2%. Nettamente meglio, su questo piano, gli hotel a 3 stelle, con un ROI medio del 10,5% e un ROI mediano del 7,1%. Tale risultato è dovuto ad una minore capacità di generare profitti dalle vendite, come mostrato dal ROS. Pur con un valore di tale indice superiore al 2020 e agli anni immediatamente precedenti (valore medio di 8,4% e mediano di 6,6%), gli hotel 5 stelle mostrano una marginalità delle vendite decisamente inferiore ai 4 stelle (valore medio di 12,2% e mediano di 11,3%) e ai 3 stelle (valore medio di 14% e mediano di 13%). I minori margini conseguiti dai 5 stelle sono il risultato dell'aumento dei costi che tali strutture hanno dovuto sopportare in seguito all'aumento dei flussi turistici e al miglioramento della congiuntura economica. Nel 2021 i costi della produzione degli hotel 5 stelle sono aumentati del 72% nel valore mediano. Sotto questo profilo, i costi delle altre categorie di hotel sono aumentati, ma in misura molto minore. Complessivamente, il valore mediano dei costi di produzione dei 4 stelle è aumentato del 23%, quello dei 3 stelle del 34%

e quello degli hotel con meno di 3 stelle del 24%. I costi per materie prime e di consumo (aumento del valore medio del 109% e del valore mediano del 132%) e i costi del personale (76%) presentano una notevole incidenza, ma sono gli ammortamenti delle immobilizzazioni ad aumentare vertiginosamente per i 5 stelle. Questo dato potrebbe essere condizionato dal differente uso delle deroghe sulla sospensione degli ammortamenti concesse alle aziende nel 2020 e nel 2021. Osservando il rapporto tra ammortamenti stanziati nel 2021 e valore iniziale delle immobilizzazioni tecniche (considerando anche i nuovi investimenti effettuati nel 2021), si nota come gli hotel a 5 stelle hanno un valore medio decisamente più alto rispetto al 2020 (7% rispetto al 4,9%) e allineato a quello del 2019, anche se il valore mediano risulta ancora lontano dai valori del 2019 (4,3% contro il 6,9%). Anche i 4 stelle e gli hotel delle classi più basse mostrano valori inferiori al 2019, con il valore mediano dei 4 stelle (6,3%) sostanzialmente identico a quello del 2020. L'unica categoria che mostra un valore mediano superiore sia al 2020 che al 2021 è quella dei 3 stelle. L'uso della deroga non sembrerebbe, dunque, condizionare la valutazione dei margini conseguiti, quanto piuttosto il peso degli ammortamenti sul totale dei costi operativi, che mostra il valore più elevato proprio nei 5 stelle (15,8%).

Utilizzando il rapporto tra EBIDTA e vendite, che non risente dell'incidenza degli ammortamenti, si nota come gli hotel a 5 stelle presentino livelli di marginalità simili alle altre categorie, con un valore mediano di tale indicatore pari al 26%, lievemente superiore a quello dei 3 stelle (25,4%) e dei 4 stelle (24,4%). Come per il ROS, i valori di questo indice sono in crescita rispetto all'esercizio precedente per tutte le categorie. Anche in questo caso, i maggiori margini potrebbero essere dovuti, in parte, ad un aumento generale dei prezzi praticati alla clientela.

Tabella 6. Dati sulla redditività degli alberghi liguri per categoria

		Fatturato (migliaia di €)						Fatturato per camera					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
5 STELLE	<i>Media</i>	6.778	2.927	6.975	6.901	7.831	7.555	91,6	41,0	94,6	92,6	100,7	97,2
	<i>Mediana</i>	5.233	2.839	5.630	5.770	6.631	6.208	58,2	30,5	68,6	62,6	70,4	67,6
4 STELLE	<i>Media</i>	1.658	1.056	1.986	1.932	1.926	1.829	33,4	20,8	38,9	38,0	37,6	35,0
	<i>Mediana</i>	1.238	759	1.482	1.438	1.429	1.433	25,6	17,9	32,0	31,5	31,6	30,9
3 STELLE	<i>Media</i>	645	410	694	710	711	703	22,1	14,1	24,4	25,3	24,9	23,9
	<i>Mediana</i>	471	300	560	567	569	552	18,5	12,0	20,7	21,6	20,9	20,4
< 3 STELLE	<i>Media</i>	349	233	390	398	402	366	17,4	11,0	19,3	19,9	20,2	18,1
	<i>Mediana</i>	307	196	293	284	309	296	12,6	7,7	14,2	12,5	14,2	13,5
		ROI						ROS					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
5 STELLE	<i>Media</i>	2,5%	-2,7%	2,1%	2,2%	4,3%	4,9%	8,4%	-10%	7,3%	5,9%	6,4%	9,9%
	<i>Mediana</i>	1,2%	-0,5%	2,0%	0,6%	3,4%	3,1%	6,6%	-5,9%	3,3%	1,1%	3,5%	5,5%
4 STELLE	<i>Media</i>	6,1%	-2,7%	4,2%	4,8%	6,8%	6,4%	12,2%	-8,7%	5,4%	6,2%	7,9%	6,6%
	<i>Mediana</i>	4,7%	-0,9%	3,3%	3,5%	4,0%	3,8%	11,3%	-4,5%	6,6%	5,6%	6,4%	6,1%
3 STELLE	<i>Media</i>	10,5%	0,5%	5,1%	5,4%	5,5%	7,3%	14,0%	-1,9%	6,6%	7,6%	6,3%	7,3%
	<i>Mediana</i>	7,1%	0,8%	3,9%	3,8%	4,4%	5,7%	13,0%	3,7%	5,0%	4,9%	6,0%	6,9%
< 3 STELLE	<i>Media</i>	8,1%	-3,7%	2,9%	6,2%	8,6%	5,5%	8,5%	-6,3%	2,4%	3,6%	5,7%	3,9%
	<i>Mediana</i>	4,0%	-0,2%	2,3%	2,0%	3,9%	6,5%	6,6%	-0,5%	2,5%	2,2%	4,1%	3,4%
		ROTAZIONE CI						EBITDA/V					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
5 STELLE	<i>Media</i>	0,6	0,6	0,8	0,8	0,9	1,1	27,2%	2,5%	17,7%	14,6%	17,7%	19,2%
	<i>Mediana</i>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	26,0%	2,0%	15,7%	12,0%	16,0%	14,9%
4 STELLE	<i>Media</i>	0,5	0,4	0,9	0,8	0,9	0,8	24,8%	7,9%	16,7%	16,8%	18,6%	17,6%
	<i>Mediana</i>	0,3	0,3	0,6	0,6	0,6	0,5	24,4%	10,6%	15,6%	16,7%	17,4%	16,5%
3 STELLE	<i>Media</i>	0,8	0,6	1,1	1,2	1,3	1,2	26,8%	13,6%	16,5%	17,4%	16,6%	17,7%
	<i>Mediana</i>	0,7	0,5	0,9	0,9	1,0	0,9	25,4%	14,4%	15,8%	15,8%	16,0%	14,9%
< 3 STELLE	<i>Media</i>	0,9	0,7	1,2	1,5	1,6	1,7	19,6%	6,1%	12,5%	11,7%	13,9%	13,4%
	<i>Mediana</i>	0,7	0,6	1,0	1,0	1,2	1,1	22,4%	8,3%	10,5%	11,3%	11,9%	12,6%

Diminuiscono in generale gli investimenti mediani (in proporzione al fatturato), con gli hotel a 4 stelle che mostrano i valori più alti (Tabella 7). L'indebitamento è tendenzialmente contenuto per tutte le categorie, con valori mediani del rapporto tra mezzi di terzi e mezzi propri inferiori all'unità. I 5 stelle risultano gli hotel più solidi dal punto di vista finanziario, con un valore mediano del rapporto di indebitamento pari a 0,4. Tutte le categorie mostrano una

elevata capacità di far fronte ai costi legati ai debiti contratti, come evidenziato dal rapporto tra EBITDA e oneri finanziari, che presenta valori nettamente superiori al valore soglia di 1.

Tabella 7. Dati su indebitamento e investimenti degli alberghi liguri per categoria

		RAPPORTO DI INDEBITAMENTO						EBITDA/OF					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
5 STELLE	<i>Media</i>	1,5	1,8	4,1	3,7	3,7	6,2	119,3	96,8	92,0	91,0	84,6	131,9
	<i>Mediana</i>	0,4	0,6	2,2	0,9	2,1	3,6	19,8	3,5	14,1	15,2	16,5	20,4
4 STELLE	<i>Media</i>	1,8	2,3	2,9	3,6	3,6	4,4	40,5	31,9	45,9	57,8	48,6	53,4
	<i>Mediana</i>	0,8	0,9	1,2	1,9	1,4	1,7	17,7	4,0	12,5	12,3	11,3	9,7
3 STELLE	<i>Media</i>	1,8	2,4	3,8	4,2	3,6	5,2	82,5	64,3	86,7	64,1	56,3	91,7
	<i>Mediana</i>	0,7	0,8	1,3	1,3	1,1	1,6	25,9	9,6	12,1	14,1	12,8	14,2
< 3 STELLE	<i>Media</i>	2,7	2,9	4,7	4,5	2,6	3,4	67,8	70,4	56,4	39,7	61,7	67,7
	<i>Mediana</i>	1,7	2,1	2,0	2,9	1,7	2,3	9,7	5,2	13,2	12,2	18,0	13,2
		Investimenti/Fatturato					Ammortamenti/Investimenti						
		2021	2020	2019	2018	2017	2021	2020	2019	2018	2017		
5 STELLE	<i>Media</i>	18,2%	28%	15%	16,1%	10,7%	7,7	1,5	5,5	1,3	4,3		
	<i>Mediana</i>	3,4%	20,4%	10,4%	12,3%	5,3%	1,0	0,1	0,9	0,8	0,8		
4 STELLE	<i>Media</i>	10,4%	18,3%	9,3%	11,1%	6,8%	5,4	4,7	3,8	3,6	3,6		
	<i>Mediana</i>	6,6%	8,7%	6,5%	4,9%	4,7%	1,4	1,4	1,4	1,8	1,5		
3 STELLE	<i>Media</i>	7,7%	12,2%	7,6%	10,9%	7,9%	6,0	7,8	3,7	3,2	3,2		
	<i>Mediana</i>	3,8%	4,4%	3,8%	5,7%	4,7%	1,8	1,1	1,3	1,2	1,3		
< 3 STELLE	<i>Media</i>	7,2%	7,9%	7,3%	11,3%	8,0%	10,5	3,6	6,0	3,5	3,6		
	<i>Mediana</i>	2,5%	2,7%	3,4%	2,7%	3,9%	2,4	1,7	1,7	1,2	1,1		

Nel complesso, gli alberghi a 5 stelle mostrano segnali di ripresa più forti rispetto alle altre categorie e una elevata solidità finanziaria. Tuttavia, essi mostrano investimenti contenuti ed elevati costi del personale. La capacità di tali alberghi di rimanere competitivi dipenderà probabilmente anche dalla capacità di contenere tali costi e di estrarre margini più elevati. Le altre categorie mostrano anch'esse una crescita del fatturato, seppure più contenuta, e una buona solidità finanziaria.

6. LA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI PER CLASSE DIMENSIONALE

L'analisi dei bilanci degli alberghi liguri è stata eseguita anche tenendo conto delle diverse classi dimensionali, facendo riferimento alla classificazione UE. In particolare, gli alberghi

analizzati comprendono 167 microimprese e 107 piccole e medie imprese (PMI). Entrambe le classi dimensionali sono caratterizzate da un aumento dei ricavi e della capacità di remunerare gli investimenti. La ripresa del fatturato è di simile entità, essendo il valore mediano dei ricavi delle vendite aumentato del 53,6% per le microimprese e del 53,2% per le PMI (Tabella 8). Valori simili si registrano per la variazione del rapporto tra fatturato e numero di camere.

I livelli di ROI si presentano simili nelle due categorie, raggiungendo i livelli più elevati nel periodo osservato. Analizzando i fattori che contribuiscono ai livelli di ROI, leggermente più elevati nelle microimprese, si nota come queste abbiano una migliore marginalità sulle vendite, evidenziata sia dai valori assunti dal ROS che da quelli del rapporto tra EBITDA e fatturato. Ciò grazie a costi della produzione più contenuti, in particolare modo quelli per il personale, con un costo medio per dipendente pari a circa 20,3 migliaia di euro per le microimprese e di oltre 30 migliaia per le PMI.

Tabella 8. Dati sulla redditività degli alberghi liguri per classe dimensionale

		Fatturato (migliaia di €)						Fatturato per camera					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Micro	Media	406	271	483	498	497	474	17,4	11,3	20,4	21	20,8	19,2
	Mediana	332	216	381	413	398	384	15,4	9,7	16,7	16,9	16,4	17,2
Pmi	Media	2.114	1.251	2.421	2.362	2.368	2.262	41,2	24,5	45,7	45,1	44,8	42,4
	Mediana	1.301	8.49	1.505	1.386	1.434	1.345	28,9	18,3	33,7	31,2	31	30
		ROI						ROS					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Micro	Media	8,9%	-2,0%	4,1%	5,0%	6,0%	6,4%	13,5%	-4,7%	5,8%	7,3%	7,0%	6,7%
	Mediana	5,7%	0,1%	3,5%	3,2%	3,9%	4,7%	12,1%	0,5%	4,8%	4,4%	6,4%	6,1%
Pmi	Media	8,4%	0,2%	4,7%	5,5%	6,5%	7,0%	11,1%	-4,5%	5,4%	5,6%	6,2%	6,6%
	Mediana	5,2%	0,1%	3,6%	3,7%	4,4%	4,7%	10,3%	0,2%	5,2%	4,8%	5,5%	5,9%
		ROTAZIONE CI						EBITDA/V					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Micro	Media	0,75	0,56	1,01	1,14	1,20	1,21	26,4%	10,9%	16,7%	17,4%	17,4%	17,4%
	Mediana	0,56	0,42	0,80	0,84	0,89	0,90	25,2%	13,1%	16,0%	16,7%	16,0%	15,1%
Pmi	Media	0,74	0,56	1,15	1,13	1,17	1,08	23,7%	10,1%	15,0%	14,8%	16,0%	16,6%
	Mediana	0,47	0,34	0,82	0,84	0,84	0,78	24,1%	12,2%	14,3%	13,3%	15,1%	16,2%

Le microimprese sembrano, inoltre, investire di più, mostrando un'incidenza degli investimenti sul fatturato mediani simile a quella dell'anno precedente, laddove le PMI fanno registrare un calo dal 6,6% al 3,7% (Tabella 9). Dal punto di vista della solvibilità, entrambe le categorie presentano bassi valori del rapporto di indebitamento, in calo nel periodo esaminato e inferiore alla soglia di sicurezza delle due unità, con le PMI che si presentano più solide (valore mediano pari a 0,84 per le microimprese e 0,68 per le PMI). A conferma di tale dato, il 74% delle microimprese e l'82% delle PMI mostrano valori del rapporto tra debiti e risorse apportate dai soci inferiori alla soglia di 2. Entrambe le classi dimensionali sono caratterizzate da elevati livelli del rapporto tra EBITDA e oneri finanziari, indice di una buona capacità di far fronte al rimborso dei debiti.

Tabella 9. Dati su indebitamento e investimenti degli alberghi liguri per classe dimensionale

		RAPPORTO DI INDEBITAMENTO						EBITDA/OF					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Micro	<i>Media</i>	2,2	2,5	4,1	4,4	3,5	2,2	67,8	60,9	66,9	48,8	53,5	82,9
	<i>Mediana</i>	0,8	1,3	1,6	2	1,3	0,8	16,4	6,1	12,1	13,7	14,7	13
Pmi	<i>Media</i>	1,6	2,2	3,2	3,5	3,4	1,6	80,2	58,9	80,3	79,1	63,2	76
	<i>Mediana</i>	0,7	0,7	1,2	1	1,1	0,7	23,5	7,5	12,8	13,2	11,6	10,6
		Investimenti/Fatturato					Ammortamenti/Investimenti						
		2021	2020	2019	2018	2017	2021	2020	2019	2018	2017		
Micro	<i>Media</i>	8,6%	13,7%	8,1%	11,8%	7,7%	7,3	6,8	5,1	3,3	3,7		
	<i>Mediana</i>	4%	4%	3,6%	5,3%	4%	1,7	1	1,5	1	1,2		
Pmi	<i>Media</i>	9%	14,2%	9%	10,5%	8,1%	5,4	5,2	2,8	3,2	3		
	<i>Mediana</i>	3,7%	6,6%	6,4%	5%	5,2%	1,8	1,3	1,2	1,5	1,3		

7. ANALISI DI BENCHMARK

Per meglio comprendere le tendenze riscontrate negli alberghi liguri risulta interessante effettuare un confronto con realtà paragonabili per tipologia di flusso turistico. In particolare, le performance economico-finanziarie degli alberghi del Comune di Genova vengono confrontate con quelle degli alberghi di un altro capoluogo di provincia del Nord Italia, Torino. Sulla base dei dati riportati dal report Datatur del marzo 2021, Torino ha un valore dell'indice sintetico di composizione dell'offerta alberghiera simile a quello di Genova, pari a 81,4 (Genova ha un

valore pari a 84,3). Pur simili agli alberghi di Genova per tasso di occupazione delle camere fino al 2019, gli hotel di Torino hanno registrato una riduzione più spiccata di tale indicatore nel 2020, ma anche una ripresa di entità maggiore nel 2021. Alla luce di tali considerazioni risulta evidente l'utilità del confronto effettuato.

Sulla base dei criteri di selezione del campione utilizzati in questo studio, il numero degli alberghi situati nel Comune di Torino (45) si presenta molto simile a quello degli alberghi del Comune di Genova (40).

La maggiore variazione delle presenze e dell'occupazione delle camere degli hotel di Torino si riflette in un maggiore aumento del fatturato rispetto agli hotel del Comune di Genova. Il fatturato medio è aumentato dell'89%, mentre quello mediano del 114% per gli alberghi torinesi (Tabella 10). La situazione è diversa se si esamina il dato del fatturato per camera, la cui crescita mostra per gli alberghi di Torino una forte ripresa, ma inferiore a quella del fatturato complessivo (+68% nel fatturato per camera medio e +89% in quello mediano), con il dato mediano del fatturato per camera che cresce in misura inferiore rispetto a quello del Comune di Genova (+104%). La forte ripresa delle presenze degli hotel torinesi è dovuta ai flussi per turismo culturale e congressuale e agli spostamenti dei trasfertisti, pur essendo stato il Piemonte a lungo zona arancione o rossa nei primi mesi del 2021.

Gli hotel che hanno visto il maggiore aumento di fatturato sono stati i tre stelle, mentre le categorie più basse, che avevano risentito meno delle chiusure del 2020, hanno visto un aumento moderato dei ricavi nel 2021.

Nonostante l'aumento di fatturato, non ancora ai livelli pre-pandemici, e del ROI, gli alberghi torinesi mostrano una capacità di remunerare gli investimenti decisamente più bassa rispetto a quella degli hotel di Genova (Tabella 11). Mentre questi ultimi hanno raggiunto i livelli di ROI più alti del periodo osservato proprio nel 2021, gli hotel di Torino non sembrano aver recuperato pienamente dalle difficoltà del 2020. Il valore medio del ROI si attesta ad un modesto 1,99%, mentre il valore mediano è pari a 1,21%. La differenza tra gli hotel di Genova e quelli di Torino nella capacità di estrarre valore è evidente anche se si esamina il rapporto tra EBIDTA e vendite, in crescita e allineato agli anni precedenti per gli hotel di Torino, ma

molto più alto rispetto agli anni passati per gli hotel di Genova. Il valore mediano di tale indicatore è pari a 12,3% per gli hotel torinesi, a fronte di un valore di 19,4% per quelli di Genova.

Tra gli hotel di Torino, quelli delle categorie più basse risultano più forti sotto il profilo della capacità di remunerare gli investimenti e di estrarre margini dalle vendite, mentre sembra preoccupante la condizione dei 4 stelle, che rappresentano l'unica categoria che mantiene valori medi e mediani di ROI negativi nel 2021 (anche se in miglioramento rispetto al 2020) e valori del rapporto tra EBITDA e fatturato molto più bassi rispetto alle altre categorie (valore mediano di 5,8%, contro il 19,1% dei 5 stelle, il 14,5% dei 3 stelle e il 36,2% di quelli delle classi più basse).

Gli alberghi di Torino sembrano competitivi sia sul piano degli investimenti che su quello della solvibilità (Tabelle 12 e 13). Esaminando il primo di questi due profili, si nota come la percentuale di fatturata assorbita dagli investimenti è, per questi alberghi, superiore a quella mostrata dagli hotel di Genova. Tale circostanza può essere motivata dal fatto che la fine delle restrizioni connesse alla crisi pandemica abbia effetti attesi sugli alberghi torinesi più rilevanti rispetto a quelli attesi per gli hotel di Genova, che ha comunque potuto beneficiare dei flussi legati al turismo balneare nel 2020. Tali circostanze possono avere indotto gli hotel di Torino ad effettuare ingenti investimenti. Ad investire maggiormente sono gli hotel delle categorie più alte. Guardando, invece, alla solvibilità, gli hotel di Torino mostrano bassi livelli di indebitamento e buoni livelli di liquidità, anche se gli hotel genovesi fanno meglio. Anche in questo caso, come in quello della capacità di remunerare gli investimenti, gli hotel delle categorie più basse mostrano dati migliori, con una superiore capacità di sostenere il costo dell'indebitamento tramite i flussi di cassa generati, misurata dal rapporto tra EBITDA e oneri finanziari (valore mediano di 17,3 per i 3 stelle e 6 per quelli delle categorie più basse, a fronte di un valore mediano di 3,9 per i 4 stelle e di 2,4 per i 5 stelle) e minori livelli di indebitamento. Gli hotel 4 stelle sono quelli che fanno peggio, con un valore mediano del rapporto tra mezzi di terzi e mezzi propri molto vicino alla soglia critica di 2 (valore pari a 1,77).

Complessivamente, il confronto degli hotel di Genova con il benchmark evidenzia un aumento di fatturato lievemente più contenuto di tali alberghi rispetto a quelli di Torino, dovuto probabilmente al minore calo registrato nel 2020 dagli hotel genovesi, che avrebbero quindi avuto un recupero di entità minore, ma una migliore capacità di remunerare gli investimenti, di estrarre margini dalle vendite e di far fronte ai propri impegni. Particolarmente preoccupante risulta la condizione degli hotel torinesi delle categorie più alte, che evidenziano una peggiore capacità di remunerare gli investimenti e, in alcuni casi, debolezze sul piano della solvibilità.

Tabella 10. Dati su fatturato, capitale investito, valore aggiunto e fatturato per camera per classe dimensionale e categoria degli alberghi del Comune di Torino

		Fatturato (migliaia di €)						Capitale investito (migliaia di €)						Fatturato per camera					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per dimensione</i>																			
Micro	<i>Media</i>	471	338	813	771	769	719	1.910	1.150	1.183	1.098	1.054	1.064	11,0	6,8	19,4	17,7	18,2	16,8
	<i>Mediana</i>	389	296	692	885	805	568	746	736	690	529	602	559	9,3	6,0	21,5	20,1	20,8	18,4
Pmi	<i>Media</i>	2.132	1.211	3.780	3.611	3.276	3.167	13.062	10.983	9.113	8.712	8.974	9.126	20,3	12,6	39,8	38,5	32,9	31,5
	<i>Mediana</i>	1.636	828	2.783	2.721	2.698	2.483	7.353	4.699	4.286	4.432	4.803	5.103	16,9	10,8	35,2	33,3	30,1	28,2
<i>Per categoria</i>																			
5 STELLE	<i>Media</i>	3.047	1.578	6.608	6.569	4.261	4.820	28.455	27.333	13.173	13.260	12.243	22.493	25,4	13,2	63,1	63,4	39,4	40,2
	<i>Mediana</i>	3.047	1.578	6.608	6.569	4.261	4.820	28.455	27.333	13.173	13.260	12.243	22.493	25,4	13,2	63,1	63,4	39,4	40,2
4 STELLE	<i>Media</i>	2.348	1.266	4.018	3.854	3.563	3.403	17.362	15.311	11.063	10.318	10.295	9.887	16,7	9,8	33,0	32,4	29,7	28,1
	<i>Mediana</i>	1.842	877	2.853	2.853	2.980	2.931	6.312	4.110	3.505	2.790	2.775	2.846	16,6	9,6	31,3	31,0	29,9	28,0
3 STELLE	<i>Media</i>	1.300	720	1.648	1.505	1.558	1.505	4.165	2.536	2.467	2.435	2.668	2.718	17,6	9,6	28,6	26,0	28,0	27,1
	<i>Mediana</i>	916	420	1.377	1.323	1.385	1.333	1.446	1.097	1.330	1.253	1.404	1.346	15,0	8,0	24,0	23,8	24,2	25,1
< 3 STELLE	<i>Media</i>	282	274	471	510	379	403	4.630	2.469	2.039	2.146	2.129	2.744	17,6	15,2	26,9	28,3	15,5	13,4
	<i>Mediana</i>	389	289	377	482	337	376	1.151	913	530	842	796	1.245	12,2	8,3	19,9	18,5	16,7	13,9
Totali	<i>Media</i>	1.616	857	2.519	2.446	2.301	2.231	9.601	6.997	5.743	5.588	5.894	6.043	17,5	10,4	31,9	30,8	27,8	26,6
	<i>Mediana</i>	962	449	1.515	1.450	1.539	1.425	4.277	2.074	2.208	2.324	2.476	2.379	16,3	8,6	27,4	26,8	25,5	25,4

Tabella 11. Dati sulla redditività per classe dimensionale e categoria degli alberghi del Comune di Torino

		ROI						ROS						EBITDA/V				
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per dimensione</i>																		
Micro	<i>Media</i>	8,9%	-18,4%	7,2%	4,8%	2,9%	7,3%	68,1%	-33,7%	2,7%	3,1%	2,3%	12,5%	19,9%	-24,4%	10,3%	9,3%	8,7%
	<i>Mediana</i>	5,9%	-11,6%	1,8%	1,5%	2%	6,2%	10%	-25,2%	1,5%	1,8%	1,9%	5,2%	23,7%	-17,5%	8,8%	4,1%	4,9%
Pmi	<i>Media</i>	-0,4%	-5,8%	4%	2,6%	1,4%	1,1%	-9,6%	-39,5%	5,4%	3,1%	4,5%	4,6%	9,4%	-18,2%	14,9%	13,1%	15,9%
	<i>Mediana</i>	0,8%	-3,7%	3,6%	2,1%	1,7%	1,5%	1,3%	-23,4%	5,3%	2,7%	4%	4%	9,7%	-11,7%	14,4%	11,4%	13,8%
<i>Per categoria</i>																		
5 STELLE	<i>Media</i>	1,2%	-1,2%	2,1%	0,4%	0,2%	0,4%	11,1%	-19,8%	2,7%	0%	0,8%	2%	19,1%	-12,6%	9,1%	6,5%	8,2%
	<i>Mediana</i>	1,2%	-1,2%	2,1%	0,4%	0,2%	0,4%	11,1%	-19,8%	2,7%	0%	0,8%	2%	19,1%	-12,6%	9,1%	6,5%	8,2%
4 STELLE	<i>Media</i>	-3,7%	-13,8%	4,9%	3,2%	0,4%	1,3%	-15,1%	-65,2%	3,2%	3,8%	3,2%	7,7%	6,7%	-39,3%	14,2%	12,8%	13,5%
	<i>Mediana</i>	-1%	-7,7%	3,6%	2,1%	2,3%	3,9%	-2,9%	-59,2%	4,3%	4,1%	0,9%	2,1%	5,8%	-32,7%	12,2%	10,4%	9,7%
3 STELLE	<i>Media</i>	5,2%	-11,2%	6,7%	4,8%	4,1%	5,6%	18,7%	-27,6%	6,5%	3,4%	4,4%	8,3%	12,5%	-15,8%	13,5%	11,2%	13,3%
	<i>Mediana</i>	3,1%	-6,7%	3,3%	2,8%	3,1%	4%	6,8%	-11,3%	5,8%	2,4%	3,1%	5,5%	14,5%	-9,3%	14%	11,3%	14,1%
< 3 STELLE	<i>Media</i>	4,1%	-1,8%	1,1%	0,1%	-2%	1%	93,2%	-15,0%	-1,5%	0,6%	3,3%	5,4%	31,1%	2,4%	8,7%	11,9%	13,9%
	<i>Mediana</i>	5,9%	-1,6%	0,9%	1%	0,8%	1,3%	8,8%	-17,1%	0,8%	1,4%	4%	2%	36,1%	2,7%	10,3%	9,1%	10,1%
Totali	<i>Media</i>	2%	-10,6%	5,3%	3,5%	2%	3,4%	14,5%	-37,2%	4,2%	3,1%	3,6%	7,6%	12,7%	-20,7%	12,9%	11,5%	13,1%
	<i>Mediana</i>	1,2%	-6,3%	3,0%	1,9%	1,7%	2,9%	5,3%	-25,2%	4,1%	2,2%	2,6%	4,4%	12,3%	-12,6%	12%	10,4%	10,1%

Tabella 12. Dati sugli investimenti per classe dimensionale e categoria degli alberghi del Comune di Torino

		ROTAZIONE CI						Investimenti/Fatturato					Ammortamenti/Investimenti				
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2021	2020	2019	2018	2017
<i>Per dimensione</i>																	
Micro	<i>Media</i>	1,1	0,7	1,3	2,8	1,2	1,2	96,9%	15,3%	18,8%	8,3%	9,5%	0,5	2,9	2,4	2	1,7
	<i>Mediana</i>	0,9	0,5	1,1	1,1	1,1	1	3,1%	1,1%	3,1%	2,2%	2,4%	0,5	0,3	0,7	1	0,8
Pmi	<i>Media</i>	0,3	0,2	0,9	0,9	0,7	0,7	41,2%	27,0%	10,9%	6,7%	7,2%	3,6	4,7	5,3	3,3	6,2
	<i>Mediana</i>	0,2	0,2	0,5	0,6	0,4	0,4	7,8%	7,3%	4,9%	4%	4,8%	0,6	2,1	2,3	2,4	1,6
<i>Per categoria</i>																	
5 STELLE	<i>Media</i>	0,1	0,1	1,2	1,2	0,7	0,2	35,7%	2,6%	6,7%	16,6%	8,9%	0,2	2,8	9,4	0,6	1,3
	<i>Mediana</i>	0,1	0,1	1,2	1,2	0,7	0,2	35,7%	2,6%	6,7%	16,6%	8,9%	0,2	2,8	9,4	0,6	1,3
4 STELLE	<i>Media</i>	0,3	0,2	1	1	1	1	13,5%	40,1%	21,8%	6,1%	9,1%	4,9	6,6	5,8	3,9	6,8
	<i>Mediana</i>	0,1	0,1	0,5	0,6	0,4	0,4	8,3%	7,3%	3,6%	1,6%	4,6%	0,4	0,3	1,9	2,5	1
3 STELLE	<i>Media</i>	0,8	0,6	1,2	2,3	1	0,9	90,2%	11,8%	4,7%	4,2%	6%	2,3	2,7	3,1	2,5	3,3
	<i>Mediana</i>	0,6	0,4	1,1	1,1	1	0,8	5,8%	2,1%	3,7%	3,2%	2,1%	0,8	1	2,4	1,3	1
< 3 STELLE	<i>Media</i>	0,3	0,3	0,6	0,7	0,5	0,5	27,8%	28%	43,2%	20%	14,8%	0,1	3,4	0,8	1,6	1,3
	<i>Mediana</i>	0,0	0,1	0,3	0,6	0,5	0,3	-1,7%	24,6%	27,7%	22,2%	18,4%	-0,2	2	0,3	0,9	1,8
Totali	<i>Media</i>	0,6	0,4	1,1	1,6	0,9	0,9	55,7%	22,6%	14,3%	7,3%	8,1%	2,8	4	4,1	2,8	4,4
	<i>Mediana</i>	0,2	0,2	0,8	0,9	0,7	0,6	7,2%	3,4%	3,9%	3,3%	4,8%	0,5	1	2,2	1,4	1

Tabella 13. Dati sulla solvibilità e sulla liquidità per classe dimensionale e categoria degli alberghi del Comune di Torino

		RAPPORTO DI INDEB.						EBITDA/OF						PFN					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per dimensione</i>																			
Micro	<i>Media</i>	1,1	6,0	5,5	2,7	3,5	5,1	37,7	-82,7	457,8	165,6	16,9	90,9	25,5	209,4	171,8	205,1	37,3	31,6
	<i>Mediana</i>	0,9	3,7	2,2	1,9	2,3	2,5	18,1	-8,6	9,3	16,7	4,7	26,7	-14,8	189,7	-7,9	-52,5	-24,1	-68,3
Pmi	<i>Media</i>	4,0	9,1	17,8	16,8	12,6	19,8	10,9	-27,3	159,5	102	46,6	75,9	3.723	3.434,2	2.756,6	3.008,1	3.057,9	3.703,5
	<i>Mediana</i>	0,7	1	1,6	2,6	2,8	2,6	7,7	-3,4	15,8	31,2	18,7	12,8	1.716,6	1.601,6	362,6	856,5	945,6	1.664,4
<i>Per categoria</i>																			
5 STELLE	<i>Media</i>	0,4	0,4	26,1	27	21	0,4	2,4	-2,9	4,2	37,4	58	5,3	3.710,5	3.785,5	2.848,8	3.030,2	2.064,1	2.215,9
	<i>Mediana</i>	0,4	0,4	26,1	27	21	0,4	2,4	-2,9	4,2	37,4	58	5,3	3.710,5	3.785,5	2.848,8	3.030,2	2.064,1	2.215,9
4 STELLE	<i>Media</i>	4,9	4,6	23,9	19,8	11,4	23,7	15	-62,3	259,9	140,2	49,3	111,3	5.856,2	4.627,1	3.492,6	3.562,9	3.639,9	4.221
	<i>Mediana</i>	1,8	0,5	1,7	5,3	6,4	7,7	3,9	-20,8	19,2	25,3	12	19	2.778,9	2.275	142,7	636	-10,8	1.503,9
3 STELLE	<i>Media</i>	2	8,3	2,8	3,5	6,1	9,1	24	-53,9	407,5	155,3	29	78,2	1.230,5	838,3	715	943,9	1.026,1	1.335,9
	<i>Mediana</i>	0,7	3,5	1,6	1,5	2,5	2,5	17,3	-6,8	13,8	31,2	12,2	24,4	131,3	288,9	34,7	318,5	308,5	350,8
< 3 STELLE	<i>Media</i>	3,5	16,1	16,5	11,8	8,4	6,7	6	1,8	-6,9	7,4	9,1	5,7	305,5	325,0	301,2	287,9	258,7	356,9
	<i>Mediana</i>	0,9	11,9	14,0	11,5	8,6	2,0	6	0,8	8,8	6,4	5,6	4,9	305,5	325,0	301,2	287,9	258,7	356,9
Totali	<i>Media</i>	3,1	7,8	12,6	11	9,1	14,2	17,9	-48,8	285,1	128,8	36,1	81,5	2.798,6	2.211	1.895	1.906,9	2.012,3	2.586
	<i>Mediana</i>	0,9	2,7	1,9	1,9	2,6	2,5	8	-4	12,5	19,8	11,8	17,7	928,3	396,8	229,8	338,3	287,2	356,9

Spostando l'attenzione sugli alberghi della Riviera, è stato effettuato un confronto con le performance economico-finanziarie degli alberghi della Versilia, che costituisce un competitor della Riviera ligure sotto il profilo turistico, rappresentando entrambe mete balneari rinomate sia nel contesto nazionale sia in quello internazionale e rendendo quindi di particolare interesse il confronto qui condotto.

In linea con quanto visto per gli alberghi della Liguria e per quelli di Torino e coerentemente con la ripresa del turismo nazionale, le strutture ricettive della Versilia hanno visto il fatturato aumentare notevolmente nel 2021, indicando una ripresa dopo il crollo del 2020. Osservando, però, il valore mediano del fatturato e del fatturato per camera³ si nota come la ripresa si mostri più lenta rispetto agli hotel della Riviera ligure. Nonostante un forte aumento delle presenze, tale da rendere la Versilia l'area della Toscana con le migliori performance in termini di flussi turistici (fonte: IRPET), gli hotel della Riviera ligure sembrano più pronti a sfruttare il clima positivo connesso alla ripresa economica del 2021. Il valore mediano del fatturato è aumentato del 29,8% tra il 2020 e il 2021 per gli hotel della Versilia, mentre il fatturato per camera mediano è cresciuto del 37,3% nello stesso periodo (Tabella 14). Dati lusinghieri, ma decisamente inferiori a quelli della Riviera ligure (che ha visto un aumento del fatturato mediano del 59% e del fatturato per camera mediano del 53,7%).

Gli hotel che hanno visto un maggiore aumento del fatturato sono quelli delle categorie più alte, che avevano fatto registrare il calo maggiore nel 2020, e gli hotel delle classi minori. Gli hotel 5 stelle erano quelli che più avevano sofferto lo scoppio della pandemia. Nel 2021 tali hotel hanno fatto registrare una crescita del fatturato mediano del 55%.

Gli hotel della Versilia sono allineati a quelli della Riviera per capacità di remunerare gli investimenti, come evidenzia un ROI mediano pari al 5,5% (Tabella 15), a fronte del 5,7% fatto registrare dagli alberghi della Riviera. Tali livelli di redditività derivano dalla buona marginalità sulle vendite, misurata dal rapporto tra EBIDTA e fatturato (valore medio di 22,5% e valore mediano di 21,5%) e dal ROS (valore medio e mediano pari al 14%). Particolarmente buone

³ Si segnala che, a causa di dati sul numero camere non disponibili, è stato possibile determinare il fatturato per camera del 2021 soltanto per 40 dei 70 alberghi della Versilia.

le prestazioni degli hotel 4 stelle, che mostrano un valore mediano del rapporto tra EBITDA e fatturato di 24,6% (contro il 14,1% dei 5 stelle e il 21,4% dei 3 stelle) e un ROS mediano del 17,1% (contro l'11,4% dei 5 stelle e il 14,4% dei 3 stelle).

Gli hotel della Versilia mostrano una propensione agli investimenti in crescita, con un valore del rapporto tra investimenti e fatturato di poco superiore a quello degli hotel della Riviera (Tabella 16). Le diverse categorie fanno registrare, in questo caso, valori simili.

Guardando, infine, alla solvibilità, gli hotel della Versilia, analogamente a quelli della Riviera, presentano livelli di indebitamento contenuti (valore mediano del rapporto di indebitamento pari a 0,8) e confortanti valori del rapporto tra EBITDA e oneri finanziari, in crescita rispetto al 2021 (Tabella 17). Gli hotel a 4 stella della Versilia si presentano particolarmente solidi dal punto di vista finanziario, mostrano un livello di indebitamento mediano inferiore rispetto ai 5 stelle e ai 3 stelle (valore di 0,6) e, al contempo, un rapporto tra EBITDA e oneri finanziari mediano superiore a quello delle categorie adiacenti.

Nel complesso, gli alberghi della Versilia hanno visto una ripresa del volume di affari rilevante, ma inferiore a quella degli hotel della Riviera. La redditività, in aumento, è sostanzialmente in linea con quella degli alberghi della Riviera, con gli hotel 4 stelle che mostrano le prestazioni migliori. Gli alberghi della Versilia mostrano anche buone condizioni di solvibilità, apparendo poco indebitate e in grado di sostenere gli oneri finanziari grazie ai flussi di cassa prodotti.

Tabella 14. Dati su fatturato, capitale investito, valore aggiunto e fatturato per camera per classe dimensionale e categoria degli alberghi della Versilia

		Fatturato (migliaia di €)						Capitale investito (migliaia di €)						Fatturato per camera					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per dimensione</i>																			
Micro	<i>Media</i>	373	235	420	392	342	333	1.135	904	823	828	810	832	13,8	11,3	16,9	18,4	16,6	16,2
	<i>Mediana</i>	266	198	282	283	273	249	650	587	539	513	571	582	14,3	11,4	15,3	16,0	15,3	15,1
Pmi	<i>Media</i>	2.015	1.146	2.147	2.202	2.201	2.088	5.069	4.544	3.798	4.031	4.016	3.942	70,5	38,6	75,4	77,7	80,2	76,6
	<i>Mediana</i>	908	608	859	904	840	861	2.514	2.368	1.788	1.831	1.783	1.840	22,7	15,1	22,8	21,9	21,1	24,8
<i>Per categoria</i>																			
5 STELLE	<i>Media</i>	6.270	3.301	7.463	6.988	6.827	6.193	15.395	13.385	13.277	13.457	12.889	11.966	89,6	47,2	106,6	99,8	97,5	88,5
	<i>Mediana</i>	6.414	4.138	8.182	7.693	7.303	6.596	11.447	10.711	10.892	10.443	8.852	6.680	91,6	59,1	116,9	109,9	104,3	94,2
4 STELLE	<i>Media</i>	1.339	781	1.252	1.388	1.251	1.214	3.281	2.943	2.174	2.270	2.002	1.974	29,4	18,3	25,8	26,8	25,5	26,4
	<i>Mediana</i>	1.053	653	1.020	1.035	966	945	2.470	2.074	1.788	1.831	1.727	1.682	22,9	15,1	22,8	21,9	21,0	24,1
3 STELLE	<i>Media</i>	444	336	499	504	468	433	1.237	1.086	831	836	842	887	15,5	13,2	18,5	19,6	18,3	16,6
	<i>Mediana</i>	392	294	493	521	415	402	649	606	527	525	501	555	15,4	11,7	15,6	17,2	15,7	15,6
Totali	<i>Media</i>	1.035	633	1.127	1.121	1.093	1.046	2.708	2.410	2.033	2.064	2.034	2.052	39,3	24,6	43,9	44,0	44,6	42,6
	<i>Mediana</i>	435	335	575	567	582	529	898	759	698	702	697	669	16,9	12,3	17,5	18,7	18,0	17,5

Tabella 15. Dati sulla redditività per classe dimensionale e categoria degli alberghi della Versilia

		ROI						ROS						EBITDAV					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per dimensione</i>																			
Micro	<i>Media</i>	14,3%	4,6%	4,5%	3,5%	7,8%	10,8%	15%	6%	7,7%	6,4%	7,6%	7,5%	23,6%	21,3%	16,5%	13,9%	16,3%	16,4%
	<i>Mediana</i>	5,9%	1,0%	3,9%	3,0%	2,8%	2,8%	15,6%	8%	3,4%	4,2%	5,8%	6,2%	22,5%	18,7%	10%	9,4%	12,7%	10,6%
Pmi	<i>Media</i>	9,2%	1,4%	7,9%	7,0%	9,9%	8,1%	12,4%	-1,6%	9,3%	7,1%	9%	6,9%	20,9%	10,4%	17,2%	14,7%	17,1%	16,2%
	<i>Mediana</i>	5,4%	1,3%	5,4%	3,7%	4,1%	4,3%	13,2%	3,4%	7%	5,7%	6,2%	5,5%	20,7%	14%	14,6%	12%	16%	16,6%
<i>Per categoria</i>																			
5 STELLE	<i>Media</i>	7,3%	-5,5%	5,2%	5,7%	10,6%	6,7%	11,3%	-23,1%	6,9%	5,5%	7,8%	4,1%	14,1%	-11,1%	13,3%	12,9%	15,2%	12,7%
	<i>Mediana</i>	6,9%	-4,9%	4,0%	0,6%	0,7%	-0,5%	11,4%	-24,1%	6,9%	3,4%	4,3%	1,2%	14,1%	-7%	15,5%	12,7%	13,5%	12,6%
4 STELLE	<i>Media</i>	13,6%	0,7%	9,4%	6,9%	11,9%	9,6%	17,1%	0,1%	10,4%	7,1%	7,5%	6,3%	26,8%	14,1%	18,3%	14,8%	14,9%	14,4%
	<i>Mediana</i>	5,7%	0,7%	4,3%	4,9%	5,1%	5,1%	17,1%	2,2%	7,5%	5,4%	5,9%	5,3%	24,6%	15,9%	16,1%	12%	11,2%	11,3%
3 STELLE	<i>Media</i>	12,2%	5,5%	5,2%	4,4%	7,9%	11,1%	13,3%	5,8%	8,3%	6,8%	8%	8,1%	22,2%	21%	17,6%	14,8%	17,1%	18,4%
	<i>Mediana</i>	5,5%	1,5%	5,5%	3,9%	3,8%	3,5%	14,4%	8,2%	5,5%	4,7%	5,7%	6,5%	21,4%	19,4%	12,1%	10,3%	13,6%	17,9%
Totali	<i>Media</i>	12,0%	3,2%	5,8%	4,8%	8,6%	9,7%	14%	2,8%	8,4%	6,6%	8,1%	7,3%	22,5%	16,8%	16,8%	14,2%	16,6%	16,3%
	<i>Mediana</i>	5,5%	1,1%	4,8%	3,5%	3,8%	3,4%	14%	5,4%	5,6%	5%	5,9%	5,7%	21,5%	16,9%	12,3%	10,5%	13,6%	13,3%

Tabella 16. Dati sugli investimenti per classe dimensionale e categoria degli alberghi della Versilia

		ROTAZIONE CI						Investimenti/Fatturato					Ammortamenti/Investimenti				
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2021	2020	2019	2018	2017
<i>Per dimensione</i>																	
Micro	<i>Media</i>	0,8	0,8	1,5	1,4	1,4	1,4	7,7%	9,3%	5,4%	10,8%	7,5%	2,7	5,8	4,2	3,9	4,8
	<i>Mediana</i>	0,7	0,5	0,9	1,1	0,7	0,5	4,1%	2,6%	2,9%	4,1%	1,7%	1,1	1,5	1,5	1	1,1
Pmi	<i>Media</i>	0,7	0,6	1,2	1,1	1,1	1,0	10,7%	11,7%	7,2%	15,2%	10%	1,9	2,1	1,7	3	2,8
	<i>Mediana</i>	0,6	0,4	0,8	0,8	0,8	0,8	6,1%	3,6%	4,2%	11,7%	6,1%	1	1	0,9	0,7	1,2
<i>Per categoria</i>																	
5 STELLE	<i>Media</i>	0,5	0,3	0,6	0,6	0,6	0,7	12,7%	4,7%	4,4%	11,1%	5,1%	2,2	5,7	2,6	8,3	10,9
	<i>Mediana</i>	0,4	0,3	0,6	0,5	0,5	0,6	4,5%	1,8%	4,8%	5,1%	3,7%	1,3	2,4	1,8	7,3	10,9
4 STELLE	<i>Media</i>	0,6	0,6	1,3	1,3	1,3	1,3	6,7%	15,4%	10,3%	16,2%	12,5%	2,3	3,1	1,2	0,8	1,4
	<i>Mediana</i>	0,5	0,4	0,7	0,8	0,9	1,0	4,1%	4,0%	5,4%	12,2%	8,4%	1,1	0,8	0,9	0,5	1,4
3 STELLE	<i>Media</i>	0,9	0,8	1,6	1,5	1,5	1,4	9,7%	8,0%	5,4%	12,4%	7,6%	2,4	4,7	4	4,1	4,3
	<i>Mediana</i>	0,7	0,6	1,0	1,2	0,9	0,8	4,4%	2,8%	3,2%	4,1%	2,2%	0,9	1,8	1,6	2	1,2
Totali	<i>Media</i>	0,8	0,7	1,4	1,3	1,3	1,2	9,1%	10,3%	6,1%	12,5%	8,5%	2,3	4,2	3,2	3,5	4
	<i>Mediana</i>	0,6	0,4	0,8	0,9	0,8	0,7	4,4%	2,9%	3,4%	4,3%	2,6%	1,0	1,5	1,2	0,9	1,2

Tabella 17. Dati sulla solvibilità e sulla liquidità per classe dimensionale e categoria degli alberghi della Versilia

		RAPPORTO DI INDEB.						EBITDA/OF						PFN					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per dimensione</i>																			
Micro	<i>Media</i>	2,2	5,6	5,2	17,9	-18,2	11,6	70,8	53,4	38,4	23,1	29,8	16	482,6	717,4	734,9	462,5	926,4	362,4
	<i>Mediana</i>	0,6	0,9	1,9	2,6	2,1	2,4	15,9	15,4	14,2	11,0	12,1	12	-30	14	59,7	10,7	107	294,7
Pmi	<i>Media</i>	7,3	6,1	6,4	4,9	3,4	3	35,7	33,8	29,3	17,4	21,8	11,3	1274	1784,7	1466,5	2118,4	1990,1	1903,1
	<i>Mediana</i>	0,9	1	1,7	2	1,7	1,8	16,5	4,1	8,8	8,0	11,1	7,7	548	727,8	1078,7	1488,9	938,5	816,1
<i>Per categoria</i>																			
5 STELLE	<i>Media</i>	4,5	5,6	4,4	3,5	4,3	5,4	29,7	-14,2	34,3	16,9	22,3	11,3	2460,5	3599,5	2669,2	3303,9	3636,7	2978
	<i>Mediana</i>	1,2	1,6	1,2	1,5	1,3	1,1	12,5	-9,9	9,7	5,4	6,9	6,1	-512,7	1723	1689,3	1903,2	2271	948,6
4 STELLE	<i>Media</i>	1,4	3,8	6,7	2,5	2,6	2,7	76	62,7	52,3	25,0	33,0	16,7	907,7	1490,8	634,1	621	68	145,8
	<i>Mediana</i>	0,6	0,4	1,3	1,5	1,8	1,3	30,8	16,8	25,3	21,8	16,0	9,2	517,9	740	754,6	898,9	-49,1	21,7
3 STELLE	<i>Media</i>	4,5	5	3,6	15,9	-19,6	4,4	48,2	41,1	28,7	20,1	24,8	12,9	484,9	492,9	600	712	1010,2	828,6
	<i>Mediana</i>	0,8	0,9	1,8	2,4	1,6	1,8	12,4	14,9	8	9,8	10,2	7,9	237,6	197,8	171	228,3	628,6	670,1
Totali	<i>Media</i>	4,2	5,8	5,7	12,9	-9,9	8,2	56,3	45,0	34,7	20,9	26,6	14	957,5	1270,8	1100,7	1207,6	1458,3	1184,1
	<i>Mediana</i>	0,8	0,9	1,7	2,1	1,8	1,8	16,5	12,5	11,3	9,8	11,5	8,9	316,2	498,7	429,4	746,7	628,6	332,2

APPENDICE I. DATI COMPLETI DEGLI ALBERGHI LIGURI

Tabella 18. Dati su fatturato, capitale investito e valore aggiunto per area geografica, provincia, classe dimensionale e categoria

		Fatturato (migliaia di €)						Capitale investito (migliaia di €)						Valore aggiunto (migliaia di €)					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per area geografica</i>																			
Comune di Genova	<i>Media</i>	803	494	1.009	1.062	1.043	1.067	2.575	2.349	1.861	2.066	2.053	2.196	346	156	404	407	418	442
	<i>Mediana</i>	403	265	446	517	509	479	486	491	540	687	545	553	190	94	236	230	209	211
Riviera	<i>Media</i>	1.167	693	1.316	1.315	1.314	1.264	5.915	5.645	3.373	3.411	3.389	3.407	654	323	674	668	675	638
	<i>Mediana</i>	594	373	727	753	755	718	1.262	1.087	914	800	805	972	331	186	339	342	344	334
<i>Per Provincia</i>																			
Genova	<i>Media</i>	1.625	861	1.798	1.872	1.869	1.802	10.120	8.924	4.119	4.305	4.261	4.342	875	363	888	910	966	905
	<i>Mediana</i>	575	301	663	725	685	679	1.052	940	886	821	796	846	248	123	288	348	319	316
Imperia	<i>Media</i>	848	614	1.168	1.124	1.101	1.108	2.740	4.446	4.227	4.308	4.183	4.285	451	274	592	549	520	528
	<i>Mediana</i>	580	393	731	763	735	768	936	935	797	711	690	674	318	193	349	339	305	321
La Spezia	<i>Media</i>	865	466	812	827	775	728	3.331	2.474	1.590	1.565	1.645	1.660	480	206	402	417	373	354
	<i>Mediana</i>	528	300	728	763	719	676	1.618	1.321	1.024	957	1.042	1.115	372	143	339	341	318	265
Savona	<i>Media</i>	839	577	981	971	1.003	972	2.965	2.631	2.119	2.194	2.173	2.141	1.807	480	293	494	494	498
	<i>Mediana</i>	560	379	567	614	738	736	1.177	969	753	819	763	770	686	282	194	308	295	354
<i>Per dimensione</i>																			
Micro	<i>Media</i>	406	271	483	498	497	474	1.786	1.750	1.561	1.609	1.604	1.674	209	109	221	231	221	210
	<i>Mediana</i>	332	216	381	413	398	384	665	584	537	535	532	535	175	90	177	183	174	164
Pmi	<i>Media</i>	2.114	1.251	2.421	2.362	2.368	2.262	10.571	10.243	5.459	5.457	5.436	5.355	1.165	580	1.236	1.186	1.224	1.151
	<i>Mediana</i>	1.301	849	1.505	1.386	1.434	1.345	2.686	2.480	2.204	2.020	1.843	1.937	735	384	750	690	657	670

		Fatturato (migliaia di €)						Capitale investito (migliaia di €)						Valore aggiunto (migliaia di €)					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per categoria</i>																			
5 STELLE	<i>Media</i>	6.778	2.927	6.975	6.901	7.831	7.555	53.221	45.023	14.070	14.263	15.187	14.385	4.001	1.272	3.750	3.614	4.229	4.082
	<i>Mediana</i>	5.233	2.839	5.630	5.770	6.631	6.208	17.218	13.368	11.417	10.366	9.838	9.099	3.243	1.096	2.670	2.338	3.193	3.203
4 STELLE	<i>Media</i>	1.658	1.056	1.986	1.932	1.926	1.829	7.593	7.494	6.546	6.605	6.838	6.990	919	470	982	949	978	897
	<i>Mediana</i>	1.238	759	1.482	1.438	1.429	1.433	4.218	3.389	2.590	2.521	2.547	2.652	707	341	778	746	752	772
3 STELLE	<i>Media</i>	645	410	694	710	711	703	2.116	1.892	1.384	1.399	1.342	1.378	353	190	333	343	335	332
	<i>Mediana</i>	471	300	560	567	569	552	806	694	679	639	634	602	233	138	256	282	245	253
< 3 STELLE	<i>Media</i>	349	233	390	398	402	366	623	449	525	520	518	515	164	98	167	160	165	147
	<i>Mediana</i>	307	196	293	284	309	296	322	278	260	253	228	231	127	76	100	103	114	90
Totali	<i>Media</i>	1.115	663	1.269	1.279	1.276	1.238	5.434	5.147	3.142	3.221	3.200	3.247	609	298	633	631	639	612
	<i>Mediana</i>	565	347	696	708	719	701	1.195	992	816	798	750	797	295	170	320	340	323	321

Tabella 19. Dati sul fatturato per camera per area geografica, provincia, classe dimensionale e categoria

		Fatturato per camera					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per area geografica</i>							
Comune di Genova	<i>Media</i>	20,3	12,8	24,9	24,2	22,6	21,8
	<i>Mediana</i>	21,7	10,6	22,7	22,2	20,2	20,8
Riviera	<i>Media</i>	28,7	17,4	32,0	32,5	32,4	30,5
	<i>Mediana</i>	20,4	13,3	23,1	23,8	23,9	23,3
<i>Per Provincia</i>							
Genova	<i>Media</i>	32,1	17,8	35,9	36,3	36,1	34,2
	<i>Mediana</i>	23,5	13,7	24,8	26,0	25,4	23,4
Imperia	<i>Media</i>	19,9	15,1	27,0	26,4	25,7	25,0
	<i>Mediana</i>	18,8	13,4	22,5	23,3	22,8	24,0
La Spezia	<i>Media</i>	31,1	16,7	31,5	33,6	31,2	28,4
	<i>Mediana</i>	20,8	13,0	23,6	23,3	23,1	21,5
Savona	<i>Media</i>	24,8	16,6	26,7	26,9	27,9	26,7
	<i>Mediana</i>	18,2	13,0	20,6	19,7	21,7	21,9
<i>Per dimensione</i>							
Micro	<i>Media</i>	17,4	11,3	20,4	21,0	20,8	19,2
	<i>Mediana</i>	15,4	9,7	16,7	16,9	16,4	17,2
Pmi	<i>Media</i>	41,2	24,5	45,7	45,1	44,8	42,4
	<i>Mediana</i>	28,9	18,3	33,7	31,2	31,0	30,0

		Fatturato per camera					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per categoria</i>							
5 STELLE	<i>Media</i>	91,6	41,0	94,6	92,6	100,7	97,2
	<i>Mediana</i>	58,2	30,5	68,6	62,6	70,4	67,6
4 STELLE	<i>Media</i>	33,4	20,8	38,9	38,0	37,6	35,0
	<i>Mediana</i>	25,6	17,9	32,0	31,5	31,6	30,9
3 STELLE	<i>Media</i>	22,1	14,1	24,4	25,3	24,9	23,9
	<i>Mediana</i>	18,5	12,0	20,7	21,6	20,9	20,4
< 3 STELLE	<i>Media</i>	17,4	11,0	19,3	19,9	20,2	18,1
	<i>Mediana</i>	12,6	7,7	14,2	12,5	14,2	13,5
Totali	<i>Media</i>	27,5	16,7	30,9	31,3	31,0	29,3
	<i>Mediana</i>	20,6	13,2	23,0	23,7	23,9	22,7

Tabella 20. Dati sulla redditività per area geografica, provincia, classe dimensionale e categoria

		ROI						ROS						EBITDAV					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per area geografica</i>																			
Comune di Genova	<i>Media</i>	8,1%	-6,8%	4,2%	4,3%	4,3%	8,1%	8,0%	-11,8%	4,5%	2,6%	2,5%	2,8%	19,3%	1,0%	13,0%	10,6%	11,4%	13,6%
	<i>Mediana</i>	4,1%	-3,5%	4,3%	1,6%	2,2%	5,7%	8,1%	-5,5%	2,9%	2,0%	2,1%	4,1%	19,4%	0,9%	11,4%	9,2%	13,3%	13,7%
Riviera	<i>Media</i>	8,8%	-0,1%	4,4%	5,4%	6,5%	6,5%	13,3%	-3,4%	5,8%	7,2%	7,3%	7,2%	26,3%	12,2%	16,5%	17,2%	17,7%	17,6%
	<i>Mediana</i>	5,7%	0,2%	3,6%	3,7%	4,2%	4,7%	12,5%	0,7%	5,2%	5,1%	6,3%	6,4%	25,8%	13,7%	15,5%	15,2%	16,4%	15,9%
<i>Per Provincia</i>																			
Genova	<i>Media</i>	9,1%	-4,0%	5,1%	6,5%	6,7%	8,2%	12,9%	-8,8%	5,7%	5,2%	6,9%	6,7%	24,7%	5,4%	15,3%	14,6%	16,8%	17,4%
	<i>Mediana</i>	5,1%	-0,5%	4,3%	2,6%	4,4%	5,0%	12,5%	-4,9%	5,8%	4,1%	5,3%	6,8%	24,9%	7,6%	13,9%	14,1%	15,9%	16,5%
Imperia	<i>Media</i>	7,2%	-0,2%	3,2%	2,3%	3,9%	3,9%	8,2%	-5,9%	3,4%	3,5%	2,6%	3,0%	20,5%	6,9%	13,2%	12,5%	12,1%	12,9%
	<i>Mediana</i>	4,7%	-0,2%	2,4%	2,4%	2,9%	3,4%	9,2%	0,0%	3,5%	3,3%	4,0%	3,9%	21,3%	10,6%	13,0%	10,7%	12,7%	13,0%
La Spezia	<i>Media</i>	9,7%	-1,9%	5,7%	9,7%	6,8%	8,1%	15,4%	-4,5%	8,8%	12,7%	8,9%	8,9%	31,1%	15,0%	20,7%	23,4%	19,9%	19,6%
	<i>Mediana</i>	5,2%	0,6%	4,6%	4,7%	5,3%	5,8%	13,5%	1,2%	8,0%	10,9%	8,3%	8,5%	30,0%	19,8%	21,1%	23,3%	22,0%	19,3%
Savona	<i>Media</i>	8,6%	2,5%	3,5%	2,9%	6,9%	6,0%	13,5%	1,5%	5,2%	6,6%	7,9%	7,8%	26,1%	17,0%	16,0%	16,5%	18,3%	18,1%
	<i>Mediana</i>	6,3%	0,7%	3,6%	3,2%	4,6%	4,8%	13,6%	4,6%	4,7%	5,1%	6,4%	6,1%	25,7%	16,2%	15,1%	14,7%	18,4%	15,9%
<i>Per dimensione</i>																			
Micro	<i>Media</i>	8,9%	-2,0%	4,1%	5,0%	6,0%	6,4%	13,5%	-4,7%	5,8%	7,3%	7,0%	6,7%	26,4%	10,9%	16,7%	17,4%	17,4%	17,4%
	<i>Mediana</i>	5,7%	0,1%	3,5%	3,2%	3,9%	4,7%	12,1%	0,5%	4,8%	4,4%	6,4%	6,1%	25,2%	13,1%	16,0%	16,7%	16,0%	15,1%
Pmi	<i>Media</i>	8,4%	0,2%	4,7%	5,5%	6,5%	7,0%	11,1%	-4,5%	5,4%	5,6%	6,2%	6,6%	23,7%	10,1%	15,0%	14,8%	16,0%	16,6%
	<i>Mediana</i>	5,2%	0,1%	3,6%	3,7%	4,4%	4,7%	10,3%	0,2%	5,2%	4,8%	5,5%	5,9%	24,1%	12,2%	14,3%	13,3%	15,1%	16,2%

		ROI						ROS						EBITDAV					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per categoria</i>																			
5 STELLE	<i>Media</i>	2,5%	-2,7%	2,1%	2,2%	4,3%	4,9%	8,4%	-10,0%	7,3%	5,9%	6,4%	9,9%	27,2%	2,5%	17,7%	14,6%	17,7%	19,2%
	<i>Mediana</i>	1,2%	-0,5%	2,0%	0,6%	3,4%	3,1%	6,6%	-5,9%	3,3%	1,1%	3,5%	5,5%	26,0%	2,0%	15,7%	12,0%	16,0%	14,9%
4 STELLE	<i>Media</i>	6,1%	-2,7%	4,2%	4,8%	6,8%	6,4%	12,2%	-8,7%	5,4%	6,2%	7,9%	6,6%	24,8%	7,9%	16,7%	16,8%	18,6%	17,6%
	<i>Mediana</i>	4,7%	-0,9%	3,3%	3,5%	4,0%	3,8%	11,3%	-4,5%	6,6%	5,6%	6,4%	6,1%	24,4%	10,6%	15,6%	16,7%	17,4%	16,5%
3 STELLE	<i>Media</i>	10,5%	0,5%	5,1%	5,4%	5,5%	7,3%	14,0%	-1,9%	6,6%	7,6%	6,3%	7,3%	26,8%	13,6%	16,5%	17,4%	16,6%	17,7%
	<i>Mediana</i>	7,1%	0,8%	3,9%	3,8%	4,4%	5,7%	13,0%	3,7%	5,0%	4,9%	6,0%	6,9%	25,4%	14,4%	15,8%	15,8%	16,0%	14,9%
< 3 STELLE	<i>Media</i>	8,1%	-3,7%	2,9%	6,2%	8,6%	5,5%	8,5%	-6,3%	2,4%	3,6%	5,7%	3,9%	19,6%	6,1%	12,5%	11,7%	13,9%	13,4%
	<i>Mediana</i>	4,0%	-0,2%	2,3%	2,0%	3,9%	6,5%	6,6%	-0,5%	2,5%	2,2%	4,1%	3,4%	22,4%	8,3%	10,5%	11,3%	11,9%	12,6%
Totali	<i>Media</i>	8,7%	-1,1%	4,4%	5,2%	6,2%	6,7%	12,5%	-4,6%	5,6%	6,6%	6,6%	6,7%	25,3%	10,5%	16,0%	16,3%	16,8%	17,0%
	<i>Mediana</i>	5,4%	0,1%	3,6%	3,5%	4,2%	4,7%	11,5%	0,3%	4,8%	4,7%	5,9%	6,0%	24,7%	13,1%	14,9%	14,2%	15,9%	15,9%

Tabella 21. Dati sugli investimenti per area geografica, provincia, classe dimensionale e categoria

		ROTAZIONE CI						Investimenti/Fatturato					Ammortamenti/Investimenti				
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2021	2020	2019	2018	2017
<i>Per area geografica</i>																	
Comune di Genova	<i>Media</i>	0,9	0,7	1,3	1,3	1,3	1,2	9,1%	7,1%	3,6%	8,4%	5,9%	9,6	8,4	7	3,3	5,5
	<i>Mediana</i>	0,7	0,5	1	1	1	1	5,2%	2,2%	1,3%	2,3%	2,5%	1,8	1,6	2,1	1,3	1,4
Riviera	<i>Media</i>	0,7	0,5	1	1,1	1,2	1,1	8,7%	15,1%	9,3%	11,7%	8,2%	5,9	5,7	3,7	3,2	3
	<i>Mediana</i>	0,5	0,3	0,7	0,8	0,9	0,8	3,7%	5,9%	5,7%	5,8%	4,9%	1,8	1,1	1,3	1,3	1,3
<i>Per Provincia</i>																	
Genova	<i>Media</i>	0,7	0,5	1	1,1	1,1	1,1	8%	14,8%	7,8%	9,6%	7,6%	8,5	5,3	4,6	3	4
	<i>Mediana</i>	0,6	0,4	0,8	0,8	0,9	0,8	3,7%	7%	4%	4,6%	4,4%	1,9	1,1	1,5	1,4	1,2
Imperia	<i>Media</i>	0,9	0,7	1,1	1,2	1,4	1,3	10,3%	14,7%	10,4%	13%	7,3%	6,0	4,5	2,9	2,6	2,9
	<i>Mediana</i>	0,6	0,4	0,9	0,9	1	1	5,8%	5,7%	7%	7,3%	4,6%	1,6	1,0	1	1	1,4
La Spezia	<i>Media</i>	0,7	0,5	1,0	1,1	1,1	1	9,7%	18,4%	9,3%	13,3%	8,3%	5,9	8,8	5,2	3,1	3,7
	<i>Mediana</i>	0,3	0,2	0,6	0,7	0,8	0,7	3,5%	6,8%	4,5%	6,2%	4,9%	1,7	0,9	1,1	0,9	1
Savona	<i>Media</i>	0,8	0,6	1,2	1,2	1,2	1,3	8,1%	9,3%	7,4%	10,6%	8,2%	4,7	6,6	3,8	4,1	2,7
	<i>Mediana</i>	0,5	0,5	0,8	0,8	0,9	0,9	3,5%	3,3%	4%	5%	4,8%	1,9	2	1,5	1,8	1,5
<i>Per dimensione</i>																	
Micro	<i>Media</i>	0,7	0,6	1,0	1,1	1,2	1,2	8,6%	13,7%	8,1%	11,8%	7,7%	7,3	6,8	5,1	3,3	3,7
	<i>Mediana</i>	0,6	0,4	0,8	0,8	0,9	0,9	4%	4%	3,6%	5,3%	4%	1,7	1	1,5	1	1,2
Pmi	<i>Media</i>	0,7	0,6	1,1	1,1	1,2	1,1	9%	14,2%	9%	10,5%	8,1%	5,4	5,2	2,8	3,2	3
	<i>Mediana</i>	0,5	0,3	0,8	0,8	0,8	0,8	3,7%	6,6%	6,4%	5%	5,2%	1,8	1,3	1,2	1,5	1,3

		ROTAZIONE CI						Investimenti/Fatturato					Ammortamenti/Investimenti				
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2021	2020	2019	2018	2017
<i>Per categoria</i>																	
5 STELLE	<i>Media</i>	0,4	0,3	0,7	0,8	0,8	0,9	18,2%	28%	15%	16,1%	10,7%	7,7	1,5	5,5	1,3	4,3
	<i>Mediana</i>	0,2	0,1	0,5	0,5	0,5	0,5	3,4%	20,4%	10,4%	12,3%	5,3%	1	0,1	0,9	0,8	0,8
4 STELLE	<i>Media</i>	0,5	0,4	0,9	0,8	0,9	0,8	10,4%	18,3%	9,3%	11,1%	6,8%	5,4	4,7	3,8	3,6	3,6
	<i>Mediana</i>	0,3	0,3	0,6	0,6	0,6	0,5	6,6%	8,7%	6,5%	4,9%	4,7%	1,4	1,4	1,4	1,8	1,5
3 STELLE	<i>Media</i>	0,8	0,6	1,1	1,2	1,3	1,2	7,7%	12,2%	7,6%	10,9%	7,9%	6	7,8	3,7	3,2	3,2
	<i>Mediana</i>	0,7	0,5	0,9	0,9	1	0,9	3,8%	4,4%	3,8%	5,7%	4,7%	1,8	1,1	1,3	1,2	1,3
< 3 STELLE	<i>Media</i>	0,9	0,7	1,2	1,5	1,6	1,7	7,2%	7,9%	7,3%	11,3%	8%	10,5	3,6	6	3,5	3,6
	<i>Mediana</i>	0,7	0,6	1	1	1,2	1,1	2,5%	2,7%	3,4%	2,7%	3,9%	2,4	1,7	1,7	1,2	1,1
Totali	<i>Media</i>	0,7	0,6	1,1	1,1	1,2	1,2	8,8%	13,9%	8,5%	11,2%	7,9%	6,5	6,1	4,1	3,2	3,4
	<i>Mediana</i>	0,5	0,4	0,8	0,8	0,9	0,8	3,7%	4,9%	4,5%	5,1%	4,6%	1,8	1,2	1,3	1,3	1,3

Tabella 22. Dati sulla solvibilità per area geografica, provincia, classe dimensionale e categoria

		RAPPORTO DI INDEBITAMENTO						EBITDA/OF						PFN (migliaia di €)					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per area geografica</i>																			
Comune di Genova	<i>Media</i>	2,3	2,3	4,6	5,9	4,4	5,5	63,4	60,0	59,1	77,2	66,2	95,1	1.231,1	1.139,8	1.029,4	1.161,1	1.362,8	1.535,3
	<i>Mediana</i>	0,9	0,9	1,1	1,9	1,0	1,8	18,4	0,2	13,1	9,5	12,3	20,3	-42,9	-26,1	-23,5	-33,4	59,1	-4,0
Riviera	<i>Media</i>	1,9	2,4	3,6	3,7	3,3	4,7	74,5	60,1	74,6	59,1	56,2	77,7	701,6	1.051,6	943,1	1.007,8	993,2	1.004,6
	<i>Mediana</i>	0,7	1,0	1,3	1,5	1,2	1,7	21,5	7,5	12,4	13,8	12,9	11,6	238,4	352,1	255,9	160,2	155,4	144,3
<i>Per Provincia</i>																			
Genova	<i>Media</i>	2,0	2,2	3,8	4,2	3,8	4,8	66,6	52,4	68,4	68,1	58,4	90,5	1.051,3	1.241,8	1.089,1	1.134,7	1.220,8	1.240,3
	<i>Mediana</i>	0,9	0,9	1,1	1,5	1,0	1,3	17,7	2,0	13,2	13,0	12,2	12,3	79,5	184,0	47,9	42,1	86,2	49,2
Imperia	<i>Media</i>	2,2	2,8	4,3	4,7	4,0	5,8	73,2	68,3	100,4	82,7	58,8	81,3	1.146,9	1.978,2	1.992,0	2.144,3	1.864,2	2.077,6
	<i>Mediana</i>	0,8	1,0	1,8	2,3	1,5	1,8	17,5	5,8	9,8	10,8	10,8	7,8	231,1	297,5	259,3	160,2	102,4	119,1
La Spezia	<i>Media</i>	1,4	2,0	3,8	3,8	3,3	5,2	98,9	61,9	78,9	66,4	51,2	75,1	295,4	499,1	462,6	456,3	515,2	520,6
	<i>Mediana</i>	0,5	1,0	2,4	2,6	1,5	2,1	28,6	7,1	9,9	15,2	11,9	11,6	91,6	188,0	212,9	103,8	411,0	408,1
Savona	<i>Media</i>	2,1	2,6	3,1	3,4	2,8	3,7	66,1	62,1	52,5	35,8	59,4	69,0	562,5	587,9	490,2	461,3	566,7	510,5
	<i>Mediana</i>	0,7	1,3	1,3	1,3	1,1	1,6	25,5	18,4	13,2	13,1	26,2	18,5	228,1	271,6	211,1	159,7	209,9	66,6
<i>Per dimensione</i>																			
Micro	<i>Media</i>	2,2	2,5	4,1	4,4	3,5	4,9	67,8	60,9	66,9	48,8	53,5	82,9	508,8	725,9	658,1	721,2	746,3	729,1
	<i>Mediana</i>	0,8	1,3	1,6	2,0	1,3	2,0	16,4	6,1	12,1	13,7	14,7	13,0	77,1	149,4	81,8	55,5	91,4	68,2
Pmi	<i>Media</i>	1,6	2,2	3,2	3,5	3,4	4,7	80,2	58,9	80,3	79,1	63,2	76,0	1.085,6	1.437	1.287,6	1.362,6	1.408,1	1.478,6
	<i>Mediana</i>	0,7	0,7	1,2	1,0	1,1	1,2	23,5	7,5	12,8	13,2	11,6	10,6	273,1	306,0	248,0	160,2	202,4	289,8

		RAPPORTO DI INDEBITAMENTO						EBITDA/OF						PFN (migliaia di €)					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per categoria</i>																			
5 STELLE	<i>Media</i>	1,5	1,8	4,1	3,7	3,7	6,2	119,3	96,8	92,0	91,0	84,6	131,9	5.993,6	4.555,2	4.512,3	5.014,2	5.431,1	5.034,3
	<i>Mediana</i>	0,4	0,6	2,2	0,9	2,1	3,6	19,8	3,5	14,1	15,2	16,5	20,4	2.295,6	1.641,2	1.745,1	588,1	2.379,3	2.945,8
4 STELLE	<i>Media</i>	1,8	2,3	2,9	3,6	3,6	4,4	40,5	31,9	45,9	57,8	48,6	53,4	1.020,7	1.641,1	1.438,5	1.640,6	1.809,3	1.967,6
	<i>Mediana</i>	0,8	0,9	1,2	1,9	1,4	1,7	17,7	4	12,5	12,3	11,3	9,7	584,5	555,1	278,8	298,8	393,8	516,3
3 STELLE	<i>Media</i>	1,8	2,4	3,8	4,2	3,6	5,2	82,5	64,3	86,7	64,1	56,3	91,7	311,2	412,8	350,4	327,1	356,7	345,8
	<i>Mediana</i>	0,7	0,8	1,3	1,3	1,1	1,6	25,9	9,6	12,1	14,1	12,8	14,2	73,7	142,6	68,0	50,5	99,0	69,9
< 3 STELLE	<i>Media</i>	2,7	2,9	4,7	4,5	2,6	3,4	67,8	70,4	56,4	39,7	61,7	67,7	56,9	162,2	142,7	94,7	105,2	120,9
	<i>Mediana</i>	1,7	2,1	2	2,9	1,7	2,3	9,7	5,2	13,2	12,2	18,0	13,2	0,4	53,7	93,0	21,2	-3,5	36,1
Totali	<i>Media</i>	1,9	2,4	3,7	4	3,5	4,8	72,9	60,1	72,2	61,6	57,5	79,9	779,8	1.065,6	957,1	1.031,5	1.049,6	1.078,9
	<i>Mediana</i>	0,7	0,9	1,3	1,5	1,2	1,7	21,4	7,1	12,6	13,2	12,8	12,3	156,4	237,6	135,5	91,0	128,0	112,8

Tabella 23. Dati sulla liquidità per area geografica, provincia, classe dimensionale e categoria

		CCNOp (migliaia di €)					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per area geografica</i>							
Comune di Genova	<i>Media</i>	-90,6	-135,4	-176,9	-147,5	-140	-150,2
	<i>Mediana</i>	-48,8	-36	-42,9	-78,9	-32,6	-90
Riviera	<i>Media</i>	-92,5	-137,3	-192,9	-214,2	-158,9	-184,4
	<i>Mediana</i>	-60,2	-35,2	-50,8	-50,4	-52,8	-53,5
<i>Per Provincia</i>							
Genova	<i>Media</i>	-97,4	-85,3	-119,3	-98,7	-78,6	-94,3
	<i>Mediana</i>	-48,8	-51,8	-46,8	-53,9	-35,6	-63,7
Imperia	<i>Media</i>	-156,8	-499,1	-721,1	-692,1	-516,3	-603,5
	<i>Mediana</i>	-58,4	-47,5	-74,8	-36,7	-49,6	-49,8
La Spezia	<i>Media</i>	16,6	57,3	53,5	46,7	61,6	46,9
	<i>Mediana</i>	-93,1	-29,7	-30,9	-42,6	-41,5	-24,3
Savona	<i>Media</i>	-124,1	-74,9	-112,2	-145,4	-154	-111,7
	<i>Mediana</i>	-52,1	-29,4	-53	-54,2	-80,6	-74
<i>Per dimensione</i>							
Micro	<i>Media</i>	-31,2	194,8	156,9	165,9	198,4	179,6
	<i>Mediana</i>	-42	-23,1	-30,3	-45,4	-28,5	-34,5
Pmi	<i>Media</i>	-156,1	-468,8	-572,0	-574	-532,3	-559,8
	<i>Mediana</i>	-85,8	-60,8	-67,7	-57,9	-70,6	-101,7

		CCNOp (migliaia di €)					
		2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Per categoria</i>							
5 STELLE	<i>Media</i>	-205,9	-212,4	-600,2	-563,7	-105,5	-287,2
	<i>Mediana</i>	-124	-181	-159,6	-147,3	-107,2	-144,2
4 STELLE	<i>Media</i>	-110,8	-270,7	-321,1	-368,6	-330,3	-368,6
	<i>Mediana</i>	-176,1	-85,5	-117,6	-96,7	-75,9	-107
3 STELLE	<i>Media</i>	-79,1	-59,2	-77,3	-79,2	-76,9	-88,4
	<i>Mediana</i>	-49,5	-23	-34,4	-40,5	-41,5	-40,5
< 3 STELLE	<i>Media</i>	-46,8	-22,7	-51,9	-45,1	-52,9	-51
	<i>Mediana</i>	-40,6	-13,7	-31	-24,1	-32,1	-41,4
Totali	<i>Media</i>	-92,2	-137	-190,4	-204	-156,1	-179,5
	<i>Mediana</i>	-58,4	-35,2	-50,4	-50,6	-50,4	-55,5

APPENDICE II. NOTA METODOLOGICA

Analisi degli alberghi liguri

La presente indagine ha per oggetto l'analisi delle performance economico-finanziarie degli alberghi liguri nel quinquennio 2016-2021. La selezione degli alberghi liguri è stata effettuata utilizzando le informazioni fornite dalla banca dati AIDA, curata da Bureau van Dijk. Nello specifico, sono state estratte dalla banca dati le società di capitali attive che svolgono attività alberghiera, identificata dal codice ATECO 55100, e la cui sede operativa o legale si trova nella Regione Liguria.

Le società selezionate non devono presentare fatturato pari a zero in nessuno degli anni considerati e devono avere dati disponibili in almeno uno degli anni oggetto dell'analisi. Sono escluse le case di riposo e le società in liquidazione. Sono inoltre escluse le società costituite nel 2022 o nell'ultimo trimestre del 2021, considerato che i dati economico-finanziari non sarebbero riferiti ad un arco temporale paragonabile alle altre società.

Sulla base di tali criteri risulta una popolazione di 293 alberghi liguri. L'elenco degli alberghi liguri così ottenuti è stato esaminato manualmente per verificare in quale comune ha sede l'albergo e poter dunque effettuare un'analisi di dettaglio in funzione della provincia di appartenenza della struttura alberghiera. Da tale controllo dettagliato risultano da escludere 9 alberghi perché situati al di fuori della Regione Liguria, 6 perché non è stato possibile identificare l'albergo, 1 albergo per revoca dell'autorizzazione a svolgere attività alberghiera e 2 alberghi per rapporti partecipativi con altra società inclusa nell'elenco che ne avrebbe comportato la duplicazione. Pertanto, il campione degli alberghi liguri analizzato nel presente studio si compone di 274 strutture.

I dati di natura economico-finanziaria per ciascun albergo sono stati raccolti dalla banca dati AIDA. L'ultima estrazione dei dati è stata effettuata in data 1 marzo 2023. Ove possibile, tali dati sono stati integrati mediante la raccolta manuale dai bilanci delle singole aziende in modo da garantire la completezza delle informazioni analizzate. Le informazioni relative al numero delle camere e al numero delle stelle della struttura alberghiera sono state invece ottenute dalla banca dati disponibile sul sito della Regione Liguria (si veda il link <https://www.regione.liguria.it/homepage/turismo/strutture-ricettive/strutture-alberghiere.html>).

Laddove non sia stato possibile reperire tali informazioni dalla banca dati messa a disposizione dalla Regione Liguria, i dati sono stati integrati tramite ricerca manuale sui siti web dei singoli alberghi o

su piattaforme specializzate quali <https://www.booking.com/index.it.html>. La tabella A1 riporta una sintesi degli indicatori economico-finanziari che sono stati analizzati nella presente indagine.

Tabella A1. Definizione delle grandezze economico-finanziarie analizzate

Nome variabile	Definizione
Fatturato per camera	Rapporto tra il fatturato e il numero delle camere
ROI (<i>Return on Investments</i>) ⁴	Rapporto tra il reddito operativo e il capitale investito medio
ROS (<i>Return on Sales</i>) ⁵	Rapporto tra il reddito operativo e il fatturato
Rotazione del capitale investito	Rapporto tra il fatturato e il capitale investito
EBITDA (<i>Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization</i>)	Il reddito operativo al lordo degli ammortamenti, delle svalutazioni e di tutti gli accantonamenti (B.12 e B.13 del CE)
EBITDA/ fatturato ⁶	Rapporto tra l'EBITDA e il fatturato
Posizione Finanziaria Netta	Debiti finanziari - disponibilità liquide
Rapporto di indebitamento ⁷	Rapporto tra il Totale debiti e il Patrimonio Netto
Copertura degli interessi passivi ⁸	Rapporto tra l'EBITDA e gli oneri finanziari
Capitale Circolante Netto Operativo	Rimanenze + Crediti verso clienti + Ratei e risconti attivi - Debiti verso fornitori, tributari e previdenziali - Ratei e risconti passivi
Investimenti nell'anno	La differenza (in termini assoluti) tra il valore iniziale e il valore finale delle immobilizzazioni materiali e immateriali, corretta per tenere conto delle variazioni legate a ammortamenti, svalutazioni e rivalutazioni
Investimenti/ fatturato ⁹	Rapporto tra gli investimenti e il fatturato
Ammortamenti/ investimenti ¹⁰	Rapporto tra il totale degli ammortamenti e gli investimenti

L'analisi degli alberghi liguri è stata effettuata sia nella loro totalità sia a seguito di una suddivisione per cluster che permettesse di meglio comprendere i trend evidenziati nello studio. In particolare, sono stati suddivisi gli alberghi liguri in funzione della loro dimensione, della categoria di appartenenza, della area geografica di riferimento.

La dimensione degli alberghi è stata definita in base alle indicazioni del Decreto del Ministero delle Attività Produttive del 18/04/2005 a seguito del recepimento del regolamento europeo n. 364/2004 del 25/02/2004. Nello specifico, si individuano tre classi dimensionali in funzione dei seguenti parametri:

- microimpresa: se l'azienda ha meno di 10 dipendenti e un fatturato annuo o un totale attivo pari o inferiore a 2 milioni di euro;

⁴ Dati winsorizzati al 1° e 99° percentile.

⁵ Dati winsorizzati al 5° e 95° percentile.

⁶ Dati winsorizzati al 5° e 95° percentile.

⁷ Dati winsorizzati al 10° e 90° percentile.

⁸ Dati winsorizzati al 10° e 90° percentile.

⁹ Dati winsorizzati al 5° e 99° percentile.

¹⁰ Dati winsorizzati al 5° e 95° percentile.

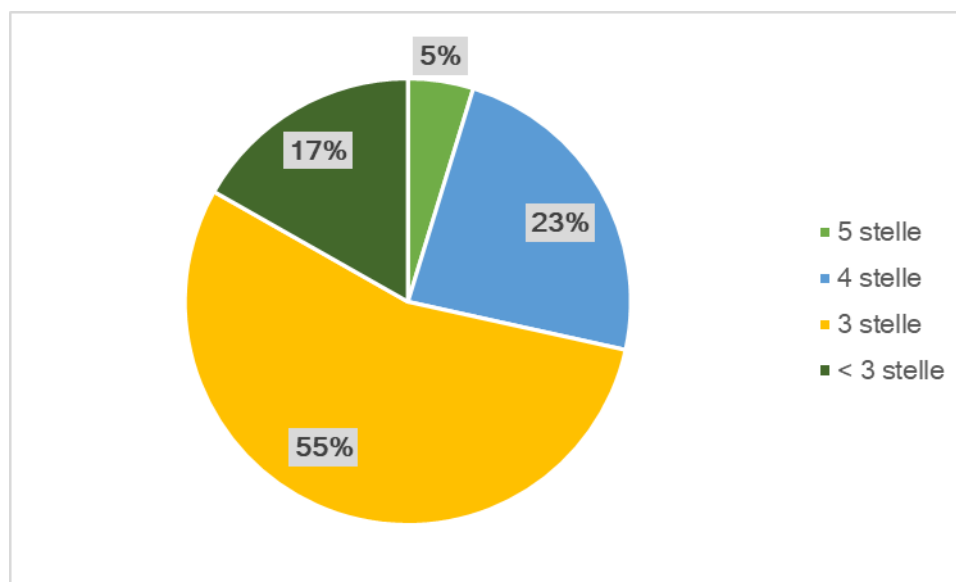
- piccola-media impresa: se l'azienda ha un numero di dipendenti compreso tra 10 e 250 e un fatturato annuo compreso tra 2 e 50 milioni di euro o un totale attivo compreso tra 2 e 43 milioni di euro;

- grande: se l'azienda ha più di 250 dipendenti e fatturato annuo superiore a 50 milioni o un totale attivo superiore a 43 milioni di euro.

L'analisi dei parametri è stata effettuata considerando i dati dell'ultimo bilancio disponibile. Impiegando questi criteri, nel campione analizzato sono presenti 167 microimprese e 107 piccole-medie imprese, mentre non risultano invece presenti grandi aziende.

Con riferimento alla categoria di appartenenza la suddivisione risulta più semplice e basata sul numero di stelle che sono attribuite alla struttura alberghiera. Si precisa che la verifica sulla categoria di appartenenza è stata effettuata nel mese di marzo del 2021 per tener conto di eventuali cambiamenti intervenuti rispetto allo studio condotto lo scorso anno. Il grafico A2 mostra la ripartizione degli alberghi in base alla categoria di appartenenza.

Grafico A2. Suddivisione campione per categoria



Infine, con riferimento all'area geografica di riferimento si è ritenuto opportuno procedere in due fasi successive.

Si è scelto innanzitutto di evidenziare le performance degli alberghi liguri in funzione della provincia in cui è situata la struttura alberghiera. In maniera analoga a quanto fatto lo scorso anno

si evidenziano pertanto le strutture che appartengono alla provincia di Genova, Imperia, Savona e La Spezia.

Nella seconda fase si è invece scelto di porre in evidenza l'andamento degli alberghi liguri in base al posizionamento nel capoluogo di Regione piuttosto che negli altri Comuni della Regione (indicati come Riviera). Sulla base di tale criterio risultano collocati nel Comune di Genova 40 alberghi, mentre i restanti 234 si trovano nella riviera. Tale distinzione risulta particolarmente efficace anche per poter evidenziare il confronto con altre realtà limitrofe. Gli alberghi del Comune di Genova vengono posti a confronto con gli alberghi nella città di Torino, mentre i restanti alberghi della Liguria sono confrontati con gli alberghi della Versilia.

Selezione del benchmark

Al fine di garantire la comparabilità dei dati analizzati, la selezione degli alberghi delle aree geografiche di confronto è avvenuta utilizzando gli stessi criteri stabiliti per gli alberghi liguri. La selezione della popolazione degli alberghi del Comune di Torino e della Versilia è stata realizzata utilizzando la banca dati AIDA. Inoltre, in maniera analoga a quanto fatto per gli alberghi liguri, la popolazione delle aziende ottenute dall'estrazione dalla banca dati sono state esaminate manualmente al fine di accertare la posizione della struttura alberghiera e la presenza di caratteristiche che rendessero necessaria l'esclusione dal campione.

La selezione degli alberghi del comune di Torino ha comportato la determinazione di un campione di 45 alberghi. La procedura per la selezione degli alberghi è indicata nella Tabella A3.

Tabella A3. Selezione del campione degli alberghi di Torino

Criteri	Numerosità
Popolazione delle società di capitali attive che svolgono attività alberghiera (codice ATECO 55100) e che hanno sede legale o operativa nel Comune di Torino	126
- Aziende che presentano fatturato pari a 0 in almeno uno degli anni considerati (2016-2021)	17
- Aziende costituite nel 2022	1
- Aziende che hanno dati non disponibili per tutti gli anni considerati (2016-2021)	14
- Alberghi situati in altre città	41
- Alberghi non individuabili	8
- Società con rapporti partecipativi con altre imprese incluse nel campione che ne comportano la duplicazione	0
Alberghi del Comune di Torino	45

Con riferimento alla determinazione del campione degli alberghi della Versilia si precisa innanzitutto che tale area geografica risulta identificata dai seguenti Comuni: Camaiore, Forte dei Marmi, Massarosa, Pietrasanta, Seravezza, Stazzema e Viareggio. La selezione delle strutture alberghiere della Versilia è riepilogata nella Tabella A4 ed ha determinato l'analisi di 70 alberghi.

Tabella A4. Selezione del campione degli alberghi della Versilia

Criteri	Numerosità
Popolazione delle società di capitali attive che svolgono attività alberghiera (codice ATECO 55100) e che hanno sede legale o operativa nei Comuni della Versilia	115
- Aziende che presentano fatturato pari a 0 in almeno uno degli anni considerati (2016-2021)	20
- Aziende costituite nel 2022	9
- Aziende che hanno dati non disponibili per tutti gli anni considerati (2016-2021)	12
- Alberghi situati in altre città	2
- Alberghi non individuabili	2
Alberghi della Versilia	70

I dati economico-finanziari sono stati estratti dalla banca dati AIDA sia per gli alberghi del Comune di Torino sia per gli alberghi della Versilia. Per ciò che concerne, invece, il numero delle camere e la categoria le informazioni sono state reperite manualmente sui siti web della struttura alberghiera o, ove non disponibili, utilizzando piattaforme specializzate quali <https://www.booking.com/index.it.html>.

Le grandezze economico-finanziarie sono state infine calcolate utilizzando la stessa procedura già illustrata per gli alberghi liguri. In particolare, nel presente report si propongono i dati suddivisi per dimensione e per categoria di appartenenza. Per ciò che concerne gli alberghi della Versilia, si precisa che soltanto tre alberghi appartengono ad una categoria inferiore alle 3 stelle, con uno solo dei tre che presenta dati per il 2021. Pertanto, tali hotel non sono stati rappresentati nelle tabelle che riportano la suddivisione per categoria. Per gli alberghi del Comune di Torino si precisa che è presente un albergo appartenente alla categoria 5L ed è stato assimilato agli alberghi a 5 stelle.