



# Horwath HTL

*Hotel, Tourism and Leisure*



ASSOCIAZIONE ITALIANA  
CONFINDUSTRIA ALBERGHI

SENTIMENT SURVEY

## Italian Hotel Market

*Covid-19 Impact*  
*Impatto del COVID-19*

AUGUST / AGOSTO 2020

## Market Review

Horwath HTL Italia conducted this survey in collaboration with the Italian Hotel Association, Associazione Italiana Confindustria Alberghi, to evaluate the current and medium-term impacts of Covid-19 on the Italian hospitality industry.

The Covid-19 pandemic started upon the best year for global Tourism. In 2019, international outbound travellers exceeded 1.5 billion, resulting in a positive growth rate of 4%, albeit slower than the exceptional rates of 2018 of 6%, and 2017 of 6%. The pandemic is critically affecting the tourism sector and halting these prominent growth rhythms.

As for Italy, the pandemic is hitting a primary economic sector which represents 13.2% of the national GDP, and in constant growth (+ 2.1% annual growth since 2014, and +1.7% since 2009).

Italian tourism holds an essential role in Europe. The country records 437 million overnight stays in 2019, a 1.8% growth over 2018, and ranks 4th among the EU-28 states, only behind Spain, France and Germany.

The hotel industry alone accounts for 64.3% of the overnight stays in 2019. Among this, international flows represent 51% of total hotel overnights. The prime part of international tourism in the Italian hotel industry has also been strengthening over the last decade, with annual growth rates of 2.5% in average, well superior of the 0.1% growth rates of the domestic demand.

In this context, the impact of Covid-19 was significant in the first five months of 2020, more than halving hotel overnight stays, a decrease of -63% compared to the same period in 2019.

## Rassegna del Mercato

*La presente indagine è stata sviluppata da Horwath HTL Italia in collaborazione con Associazione Italiana Confindustria Alberghi per conoscere gli effetti che il Covid-19 ha avuto sull'operatività del comparto ricettivo italiano e le previsioni a medio termine.*

*L'impatto del Covid-19 è avvenuto in un contesto che vedeva il turismo outgoing nel mondo continuare a battere record - con un 2019 che aveva superato quota 1 miliardo e 500 milioni di arrivi internazionali, con un trend (+4% sul 2018) sia pure più lento rispetto ai tassi eccezionali del 2017 (+6%) e del 2018 (+6%) - con effetti deflagranti sul comparto turistico azzerando questi ritmi.*

*Per quanto riguarda l'Italia, la pandemia si è abbattuta su un settore economico di primaria importanza e che esprime il 13,2% del PIL nazionale, in costante crescita (+2,1% m.a. nell'ultimo quinquennio; +1,7% m.a. nell'ultimo decennio).*

*Lo status di primaria potenza turistica è confermato dal 4° posto (dopo Spagna, Francia e Germania) detenuto dall'Italia nella classifica EU-28 per presenze nella ricettività complessiva pari a circa 437 milioni (+1,8% sul 2018).*

*La sola sistemazione alberghiera rappresenta il 64,3% di questo flusso con la componente internazionale che nel decennio ha conosciuto una crescita più accelerata di quella domestica (+2,6 vs +0,1 m.a.) fino ad assumere un ruolo primario rappresentando il 51% delle presenze.*

*In questo contesto, l'impatto del Covid-19 è stato notevole nei primi cinque mesi del 2020 più che dimezzando (-63%) le presenze alberghiere registrate nello stesso periodo dell'anno precedente*

To better interpret the results of the survey, it is necessary to present some further notes on the Covid-19 development in Italy.

As known, after China, Italy was the first western country to face, on February 21, the first cases of Coronavirus rapidly expanding especially in the Northern region and particularly in Lombardy and Veneto.

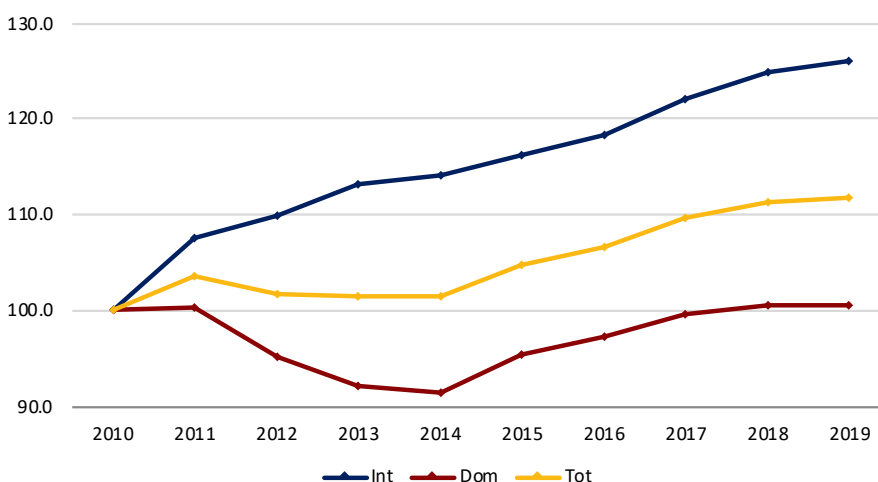
However, after a few weeks of severe distress, the spread of the pandemic was slowed down. Much of the country remained unharmed, in particular Central and Southern Italy. The effects of Covid-19 were substantial on the entire national economic system, but especially on the tourism sector in all its aspects.

*Per meglio interpretare i risultati della presente indagine occorre premettere alcune note sullo sviluppo della pandemia Covid-19 in Italia.*

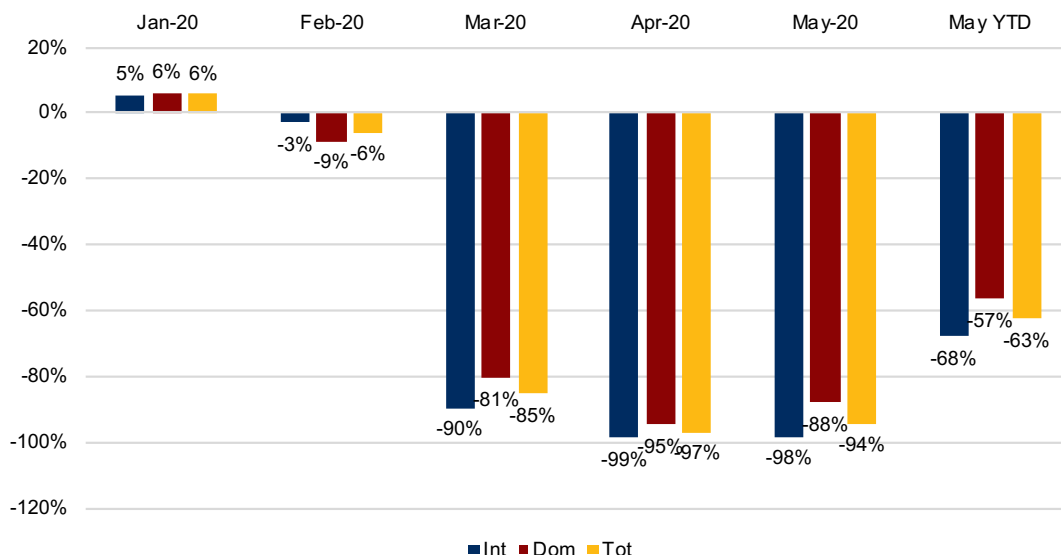
*Come noto, dopo la Cina, l'Italia è stato il primo paese occidentale a conoscere, il 21 febbraio, i primi casi del Coronavirus espandendosi rapidamente, specie in alcune zone del nord in particolare della Lombardia e del Veneto.*

*Tuttavia, dopo alcune settimane di forte emergenza, lo sviluppo della pandemia è stato rallentato permettendo a gran parte del Paese, in particolare l'Italia centrale ed il sud con le isole, di esserne meno colpito. Pesanti tuttavia sono stati gli effetti del Covid-19 su tutto il sistema economico nazionale, ma particolarmente sul comparto turistico in tutte le sue articolazioni.*

**Hotel overnights in Italy, Index number 2010=100, ISTAT / Presenze alberghiere, Numero indice 2010=100, ISTAT**



**Hotel overnights in Italy, YoY (2019-20) variation, UNWTO / Presenze alberghiere, variazione anno su anno (2019-20), UNWTO**



## Introduction

The Hotel Market Sentiment Survey was conducted during the first two weeks of June 2020, after the Government first restrictions lifting for national and international travel.

The survey comprised of 81 hotels, of which more than a third located in Central Italy, in regions such as Latium, Tuscany and Marche. Properties located in the North East (Veneto and Emilia Romagna) and the North West (Lombardy, Liguria and Piedmont) weighted for the 22% and 26% respectively. Hotels located in Southern Italy, including Sicily and Sardinia, were less dominant, yet in line with the real hotel supply distribution in the country.

In general, the surveyed hotels were mainly: All-year opened (73% of surveyed properties), located in the most popular destinations for international tourism, positioned on the 4\* (64.2%) and 5\* (19.8%) tiers, Chain hotels (53.1%), independent hotels (46.9%).

## Introduzione

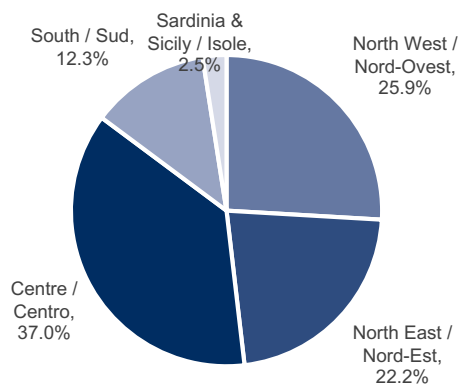
L'indagine è stata condotta durante le prime due settimane di Giugno 2020, a seguito dell'alleggerimento delle principali restrizioni sugli spostamenti sul territorio nazionale ed all'estero.

Gli hotel che hanno partecipato all'indagine, pari a 81 unità, per più di un terzo sono localizzati nell'Italia centrale (Lazio, Toscana, Marche). Quelli operanti nel Nord Est (Veneto ed Emilia Romagna) e nel Nord Ovest (Lombardia, Liguria e Piemonte) pesano rispettivamente il 22 e 26% del totale. Meno rilevante la partecipazione degli hotel del Sud ed Isole, comunque in coerenza con il loro peso reale.

In sintesi, trattasi prevalentemente di alberghi: ad apertura annuale (73% dei rispondenti) e di categoria 4 stelle e 4S (64,2%) e 5 stelle e 5L (19,8%) e dislocati nelle mete più ambite dal turismo internazionale, appartenenti a catene alberghiere (53,1%) ma con una significativa quota di indipendenti (46,9%).

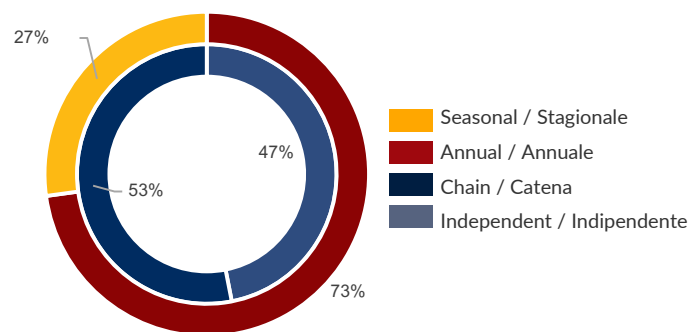
Respondents by Macro Region

Rispondenti per macro area

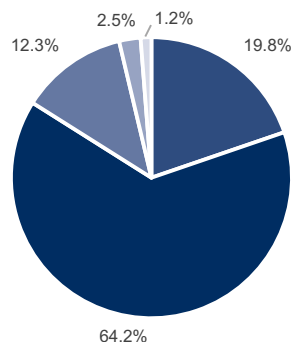


Respondents by Opening Period and Affiliation

Rispondenti per periodo di apertura e affiliazione



Respondents by Hotel Category / Rispondenti per categoria



■ 5 & 5 L ■ 4 & 4 S ■ 3 & 3 S ■ 2 & 1 ■ Residences / RTA

### Current status/re-opening expectations

In this context, the number of closed hotels was significant, 70.4%, compared to only 28.3% of operating hotels, of which 16% and operating partially, and 12.3% operating fully.

70% of the 23 hotels operating provided catering services to the guests and the external public, while 8.7% only to the guests.

On the other hand, 13% of the operating hotels, only operated rooms department, and 8.7% did not offer F&B services as they lack dedicated facilities.

Over 61% of properties expected to re-open by the summer, although during the month of July many hotels are postponing this date, especially if operating in urban destinations. Those who planned to reopen between September and December (28%), or later, will therefore be much more. Only 3.5% of respondents hypothesized to re-open later in 2021.

### Stato attuale e prospettive di ri-apertura

In questo contesto, notevole risulta (70,4%) il numero degli hotel al momento chiusi rispetto a solo il 28,3% di quelli operativi, di cui in tutte le funzioni il 16% e parzialmente il 12,3%.

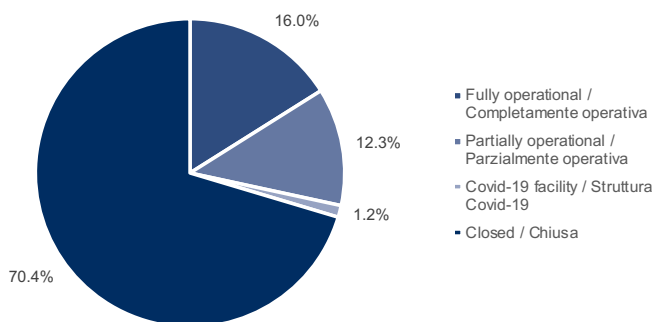
Il 70% dei 23 hotel aperti fornisce il servizio ristorazione agli alloggiati e al pubblico esterno, mentre l'8,7% solo agli alloggiati.

Il 13% invece ha attivo solo il reparto alloggio e mantiene chiuso il ristorante, mentre l'8,7% non ha il ristorante nell'esercizio.

Oltre il 61% degli esercizi attualmente chiusi prevede di riaprire entro l'estate, seppur durante il mese di luglio molte strutture stiano posticipando tale data, soprattutto se hotel di città. La schiera di chi prevedeva di riaprire fra settembre e dicembre (28%), o oltre, sarà, quindi, più ampia. Solo il 3,5% ipotizza di riaprire addirittura dopo oltre un anno.

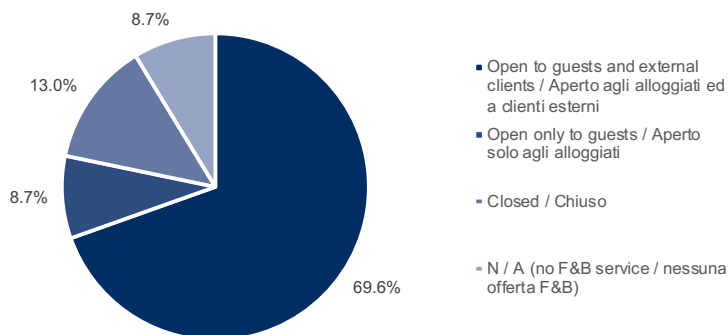
#### Hotel Operational Status

Rispondenti per stato attuale di operatività

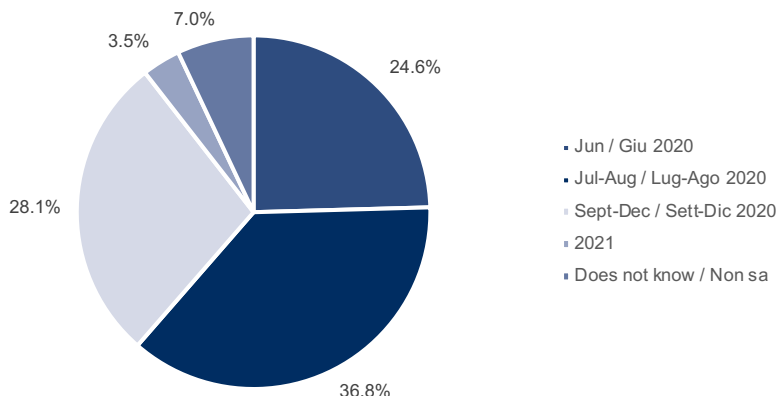


#### F&B Department Status

Rispondenti per stato attuale servizio ristorazione



#### Re-opening expectations / Rispondenti per previsioni di riapertura



**Based on the current situation, for how long do you assess the influence of the COVID-19 outbreak on the hotel's operating performance will continue?**

Hotel operators were less optimistic on the return to "operational normality". Only 46% of respondents did not expect it before the end of 2021.

This cynical sentiment is reinforced by negative expectations, expressed by 29.6% of respondents, about a return to normality within 10-12 months. For some 12.3% others, return to normalcy is not expected within the next 7-9 months.

Fewer - mainly seasonal hotels, are the respondents who were optimists and expect the negative effects of the on hotel operations to disappear within three months, c. 5% of the sample, or within 4-to-6 months, c. 7.4%.

In general, the prevailing sentiment was to expecting a very compromised summer-fall season, with expectations of recovery only by the end of the year.

**Per quanto tempo ritiene che l'influenza dell'epidemia COVID-19 inciderà sulle prestazioni operative della Struttura prima del ritorno "alla normalità"?**

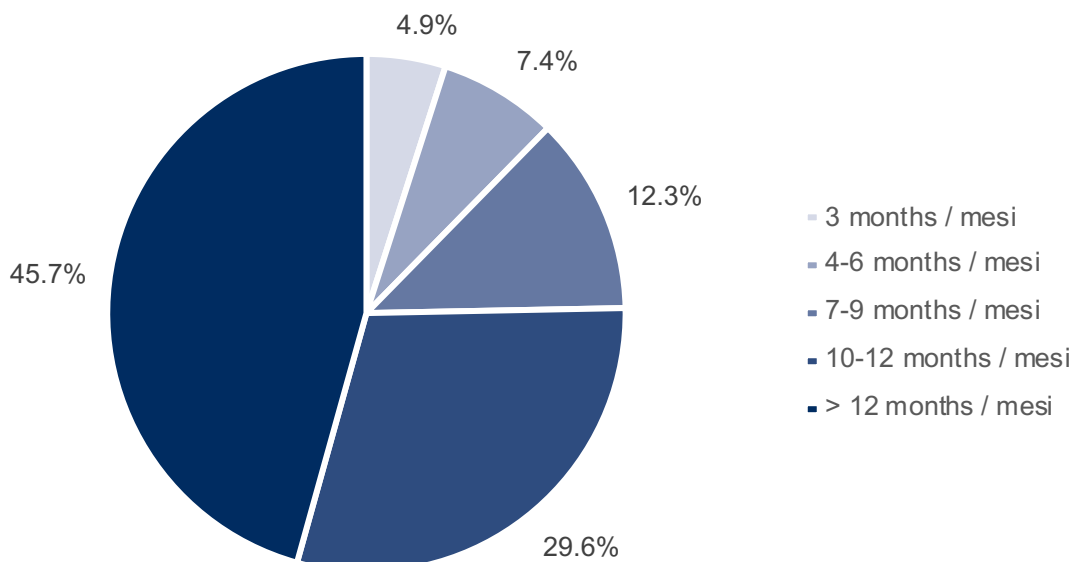
Meno ottimistiche le previsioni sul ritorno alla "normalità operativa" delle strutture ricettive che si ipotizza, per il 46% dei rispondenti, avvenire non prima della fine del 2021.

Questo sentiment negativo è rafforzato da previsioni parimenti negative espresse dal 29,6% dei rispondenti circa un ritorno all'operatività dei propri hotel entro 10-12 mesi e per il 12,3% entro 7-9 mesi.

Sparuta (5%) la schiera degli ottimisti - principalmente strutture stagionali - che prevedono svanire gli effetti negativi del Covid-19 sulla operatività del proprio esercizio entro 3 mesi, poco confortati da un 7,4% di chi prevede questo traguardo entro 4-6 mesi.

In sintesi, una stagione turistica estivo-autunnale molto compromessa con attese di ripresa solo a partire dal periodo invernale.

**Impact of the COVID-19 Epidemic on the Hotel's Operational Performance before returning to "Normal"**  
**Impatto dell'epidemia COVID-19 sulle prestazioni operative della Struttura prima del ritorno "alla normalità"**



**Considering the influence of the COVID-19 outbreak for your hotel, what is your expectation for percentage growth/decline in the first half of 2020 (H1 2020) vs the first half of 2019 (H1 2019)?**

In general, it is commonly expected a drop of performances over the first semester of 2020 compared to 2019.

A drop of more than 80% is expected:

- by 49% of respondents, on Total Revenues;
- by 47%, of respondents, on Occupancy;
- by 41%, of respondent, on ADR.

17% of less pessimistic respondents are expecting a maximum decrease in ADR of 25% .

Over 60% of respondents is expecting a drop in OR and Total Revenues higher than 70%, confirming the general more significant concern over the demand levels.

**Per la sua Struttura, quali sono le aspettative di flessione dei seguenti indici per il primo semestre 2020 (H1 2020) rispetto al primo semestre 2019 (H1 2019)?**

Generalizzata la previsione di flessioni dei principali indicatori di performance, per il primo semestre 2020 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

In particolare, una flessione superiore all'80% è attesa:

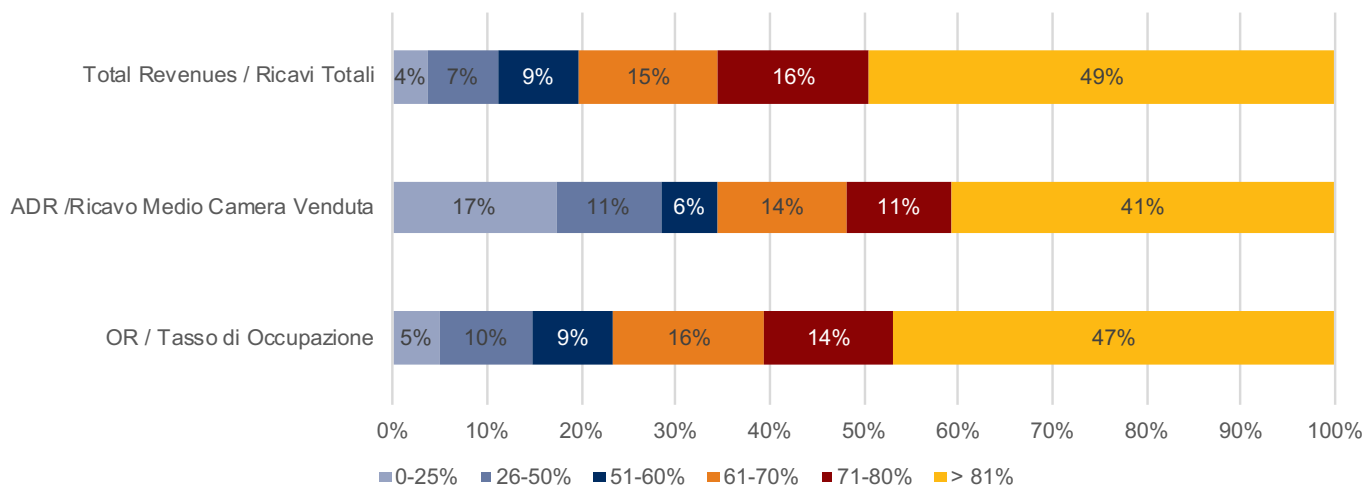
- dal 49% dei rispondenti relativamente al Totale ricavi,
- dal 47% relativamente ai Tassi di occupazione,
- dal 41% con riferimento all'ADR.

Relativamente meno pessimistiche le attese riguarda l'ADR che, per il 17% degli hotel, fletterebbe nel semestre 2020 fra lo zero e il -25%.

Maggiori le preoccupazioni espresse sul tasso di occupazione e sui ricavi totali, con oltre il 60% dei rispondenti che si attende una flessione superiore al 70%.

**Anticipated KPIs Contraction for the first half of 2020 based on 2019**

**Aspettative di flessione dei seguenti indici per il primo semestre 2020 rispetto al primo semestre 2019**



**Please indicate the major international source markets for your hotel (top 3)**

According the surveyed panel, the major international source markets are:

- Germany (accounting for 22.4% of the total international hotel stays in 2019 in Italy);
- The USA (8.8%);
- The UK (7.1%);
- France (6.7%);
- China (3.3%);
- Russia (3.1%);

The above distribution highlights significant challenges for the short-term recovery of the Italian hospitality system, as some of the international markets of origin, the USA above all, are still very affected by the pandemic, and have imposed travelling restrictions.

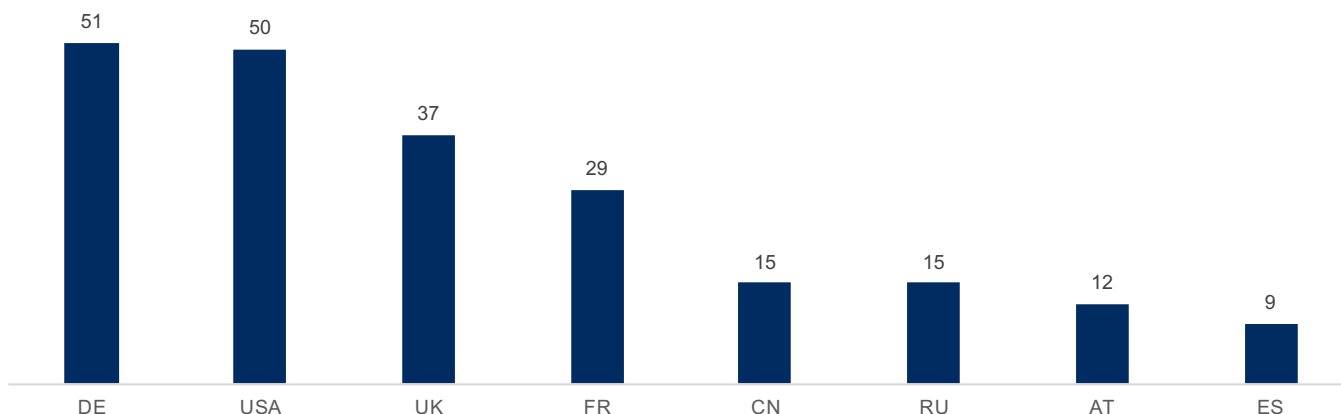
**Indichi i maggiori mercati internazionali di origine per la sua Struttura (top 3)**

I flussi turistici internazionali con maggior peso sulle presenze degli hotel partecipanti all'indagine sono:

- tedeschi (che nel 2019 pesano il 22,4% sul totale presenze internazionali nell'alberghiero);
- statunitensi (8,8%);
- inglesi (7,1%);
- francesi (6,7%);
- cinesi (3,3%);
- russi (3,1%);

evidenziando forti criticità per la ripresa nel breve periodo per il sistema ricettivo nazionale vista la presenza di aree (Usa su tutte) ancora molto colpite dall'epidemia e che hanno imposto forti limitazioni ai viaggi all'estero dei propri connazionali.

**Major International Source Markets**  
**Maggiori mercati internazionali di origine**





**Please indicate your hotel Occupancy during this period:**

In the first 5 months of the year, actual performances recorded significant effects of Covid-19 on management operational assumptions and budgeting.

For instance, while 52 respondents had forecasted an OR level of at least 60%, 58 eventually achieved significantly lower results, with OR lower than 20%, although the first months of the year (January and February) recorded performances in line with expectations.

The summer season was expected to record occupancy rates over 70% according to more than 50 respondents. At the moment, 31 hoteliers foresee OR levels below 10% (also caused by the properties remaining closed). Nevertheless, 17 of the respondent (mainly in leisure destinations) expect a sharp recovery reaching OR levels ranging from 40% to 70%.

For Q4, the scenario is more articulated, but yet very impacted by the coronavirus. With 38 respondents having budgeted OR over 70%, there are 50 hoteliers expecting not to reach 40% occupancy. In addition, 11 respondents, planning to open their hotel between September and December, foresee to operate below 10% volumes.

**Per i periodi indicati, indichi il Tasso d’Occupazione secondo le stime Pre- e Post-Covid:**

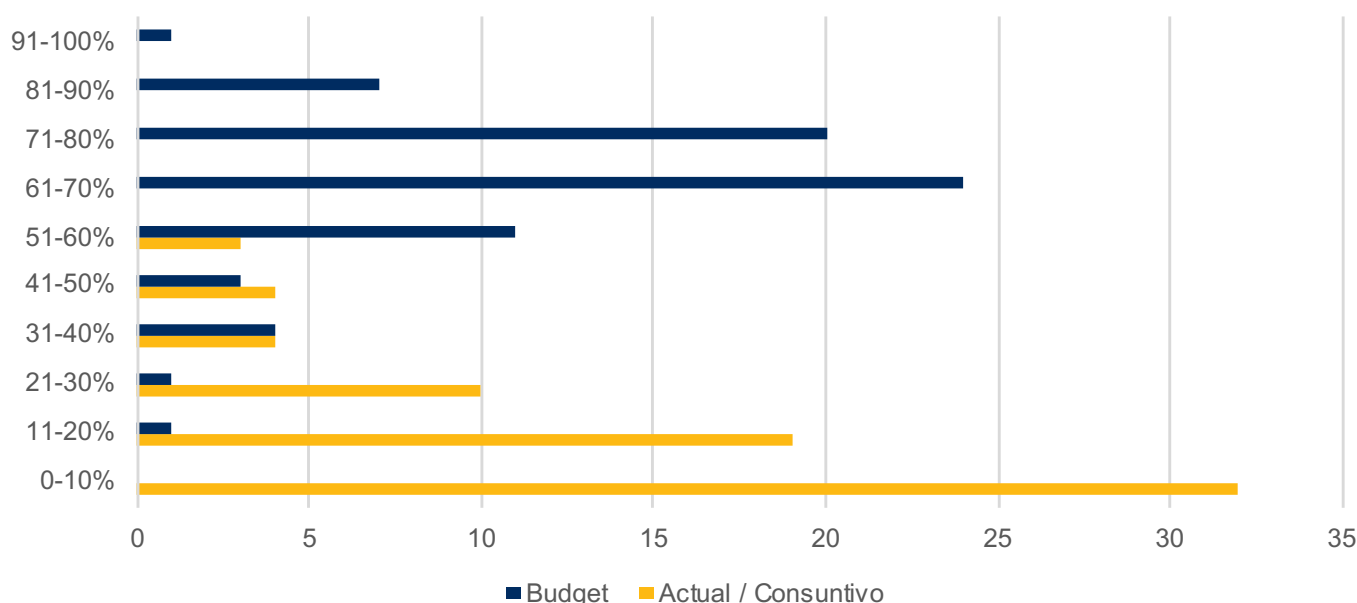
Nei primi 5 mesi dell’anno rispetto alle previsioni di Budget, il Consuntivo riflette i notevoli effetti del Covid-19 sulle ipotesi gestionali.

In particolare, a fronte di 52 rispondenti che avevano previsto un T.O. di almeno il 60%, ben 58 hanno conseguito risultati reali notevolmente inferiori, pari a meno del 20%, nonostante i primi mesi dell’anno (gennaio e febbraio) abbiano fatto registrare performance in linea con le attese.

Per il periodo estivo, a fronte di 50 rispondenti che prevedevano un’occupazione oltre il 70%, 31 si attendono un T.O. inferiore al 10% (anche a causa delle aperture rimandate) a fronte di 17 (prevalentemente in destinazioni leisure) che intravedono una lieve ripresa ipotizzando di conseguire un’occupazione dal 40 al 70%.

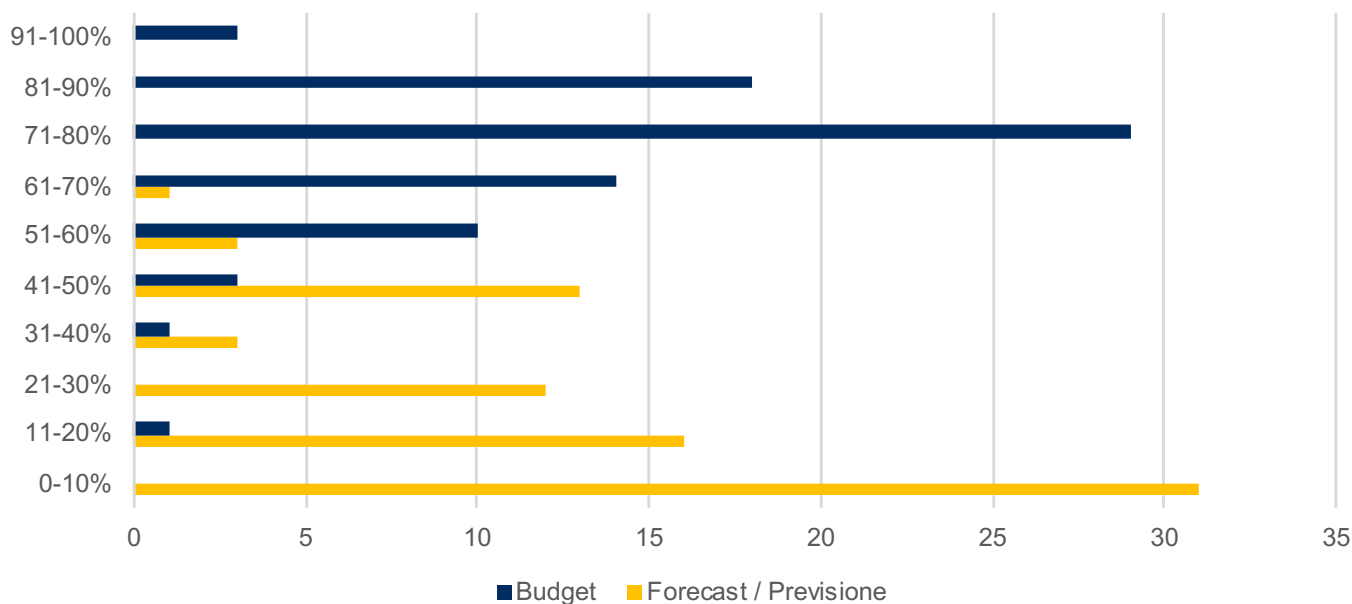
Per l’autunno-inverno le previsioni rispetto alle ipotesi di Budget sono più articolate, ma ancora evidentemente influenzate dalla pandemia. Rispetto a 38 rispondenti che si attendevano un T.O. oltre il 70%, sono ben 50 quelli che prospettano un T.O. non superiore al 40%, oltre 11 che prevedono di non superare il 10% pur riaprendo la propria struttura.

**Occupancy Rate: Jan-May 2020 – Budget vs Actual**  
**Tasso d’Occupazione: Gen-Mag 2020 – Budget vs Consuntivo**



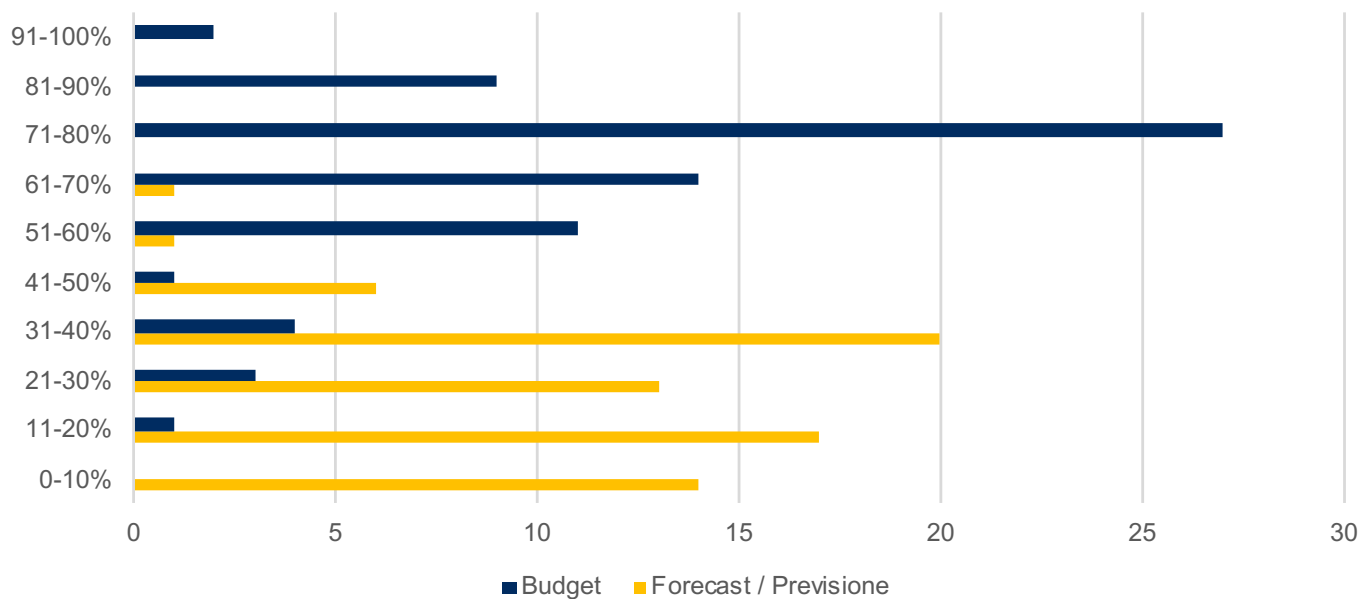
Occupancy Rate: Jun-Aug 2020 - Outlook Pre and Post Covid-19

Tasso d'Occupazione: Giu-Ago 2020 - Previsioni Pre e Post Covid



Occupancy Rate: Sep-Dec 2020 - Outlook Pre and Post Covid-19

Tasso d'Occupazione: Set-Dic 2020 - Previsioni Pre e Post Covid



**How are each of the major demand segments expected to recover, once the COVID-19 outbreak is over?**

The respondents were inquired about their expectations on market recovery post-Covid-19 according to main demand segments such as Corporate, MICE, Leisure FIT and Leisure Groups, and by market origin: Domestic and International.

The demand segments expected first to reach, or exceed, the pre-Covid-19 levels are the Leisure segments, both FIT and Groups. FIT is foreseen to recover faster, mainly driven by domestic travellers, but also with some anticipated rebound of foreign flows.

Over 70% of respondents foresee the domestic Corporate segment to recover faster, although not excelling in reaching the Pre-Covid volumes.

On the other hand, more pessimism is expressed for the recovery over the medium term of the MICE segment, especially due to the severe restrictions applied to the congress and events venues.

**Come prevede che ciascuno dei principali segmenti di domanda si riprenderà, una volta terminata l'epidemia COVID-19?**

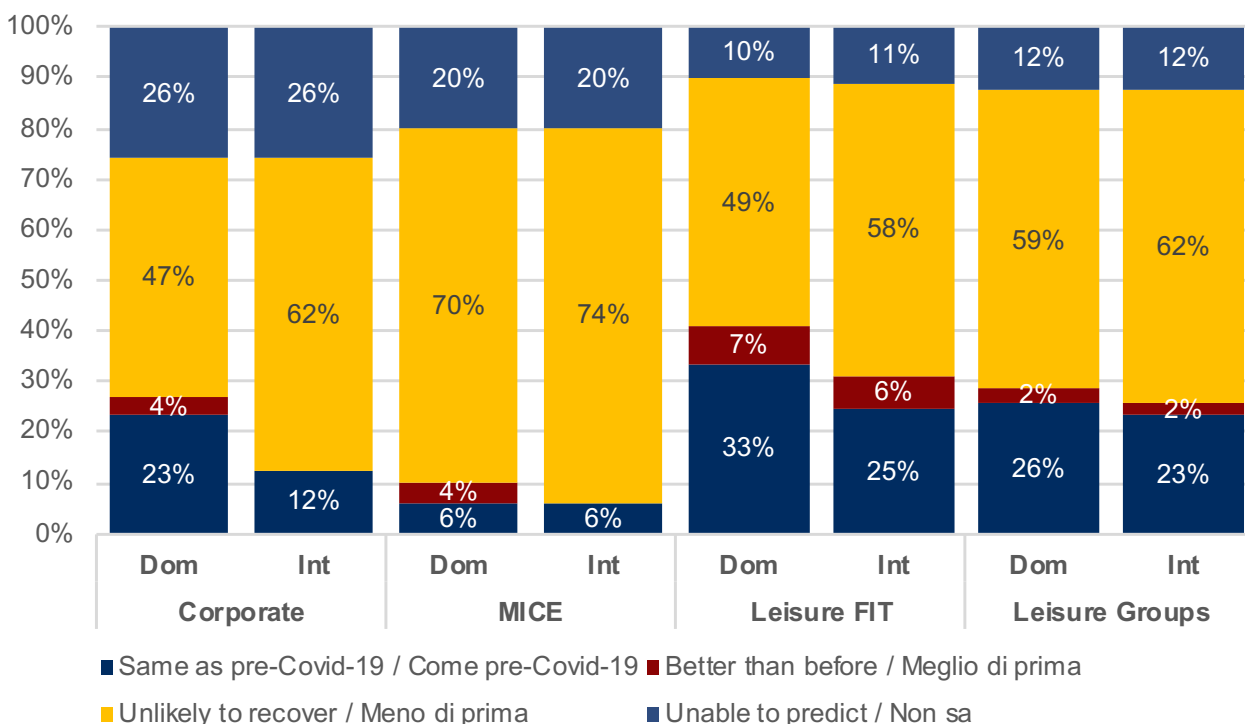
Le previsioni sulla ripresa del mercato post Covid-19 sono state articolate per macro segmenti: Corporate, MICE, Leisure FIT e Leisure Gruppi e per mercato: Domestico ed Internazionale.

Il macro segmento che si prevede possa raggiungere o superare per primo i livelli pre-Covid è quello Leisure sia FIT che Gruppi. Il turismo leisure FIT domestico è indicato come il più favorito a ritornare almeno ai livelli Pre-Covid, nonostante la buona performance attesa anche per i flussi internazionali.

Oltre il 70% dei rispondenti si attende, invece, che il segmento Corporate, per la componente nazionale, sarà il più veloce nella ripresa, pur non eccellendo nella ripresa dei volumi Pre-Covid.

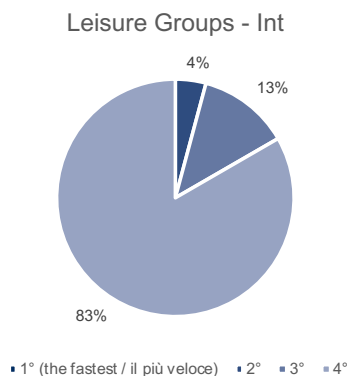
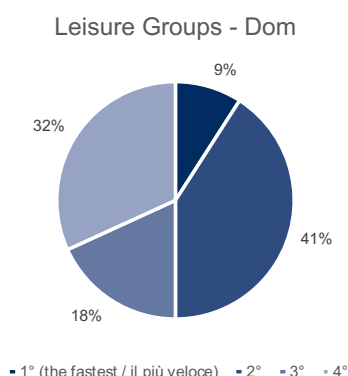
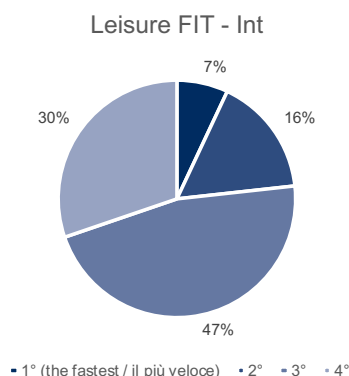
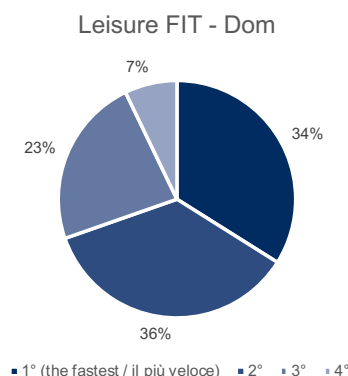
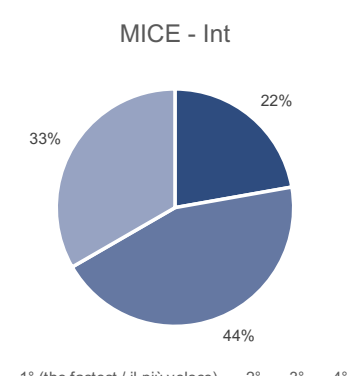
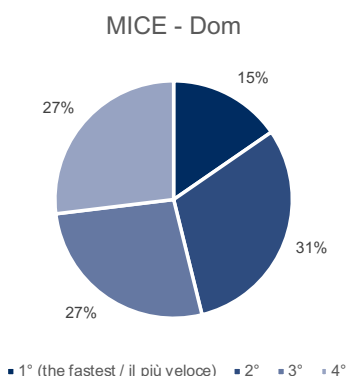
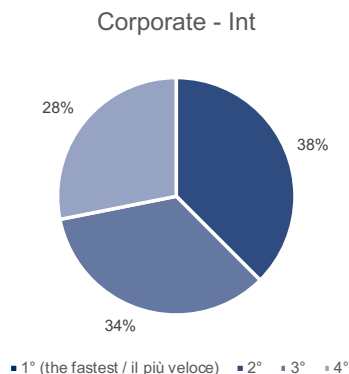
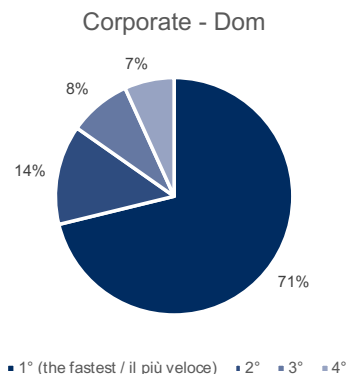
Di contro, viene espresso molto pessimismo sulla capacità del segmento MICE a risollevarsi nel medio periodo, specialmente a causa delle restrizioni applicate dalle Regioni allo svolgimento di eventi e congressi.

**Post-Covid Recovery by Demand Segments / Ripresa post-Covid per segmenti di mercato**



By ranking, which of the major demand segments are expected to recover fastest back to their original contribution levels, once the COVID-19 outbreak is over? (List top 4 only from 1° - the fastest - to 4°):

Quale dei principali segmenti di domanda crede si riprenderà più rapidamente? (Indicare solo i primi 4 dal 1° - il più veloce - al 4°):



### What are the main cost control measures which have been taken?

The temporary operational measures, generally carried by all the surveyed hotels, mainly focused on setting new hygiene standards & procedures.

Besides this, about a third of the hotels favored less strategic and contingent measures such as restructuring organizational structure (even considering the impossibility of firing employees hired before the pandemic), the renegotiation of contracts with suppliers, and investments in digital marketing, at the expense of a reduction in traditional marketing budget.

More fundamental measures, such as the development of new strategic alliances, or new branding strategies for independent hotels, were less envisaged.

Furthermore, it is worth noting that only few respondents postponed planned investments, but rather they took advantage of the closing period to complete building renovations.

### Quali sono le principali iniziative che sta pianificando per la Sua Struttura?

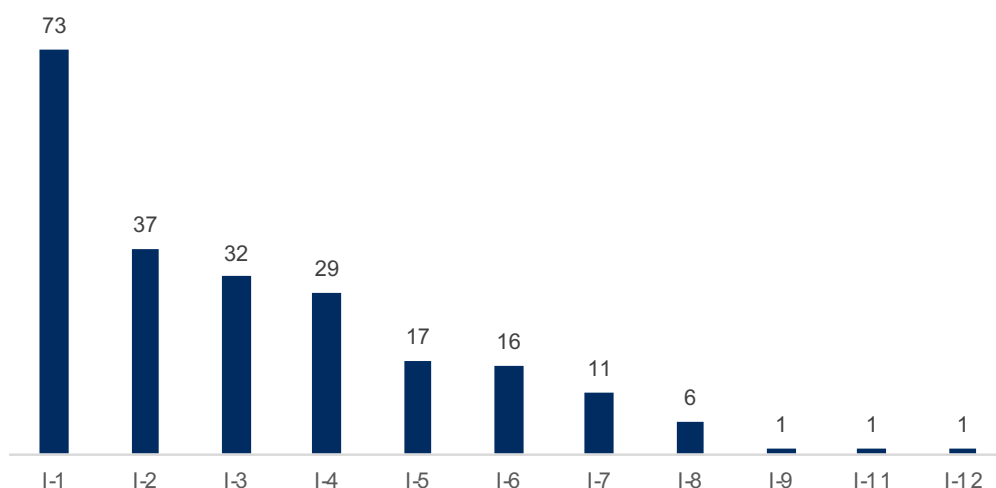
Le misure di carattere organizzativo intraprese dagli alberghi hanno riguardato, ovviamente gli investimenti in nuovi standard e procedure di igiene, iniziativa adottata praticamente dalla totalità dei rispondenti.

Circa un terzo degli hotel ha privilegiato iniziative meno strategiche e contingenti quali la razionalizzazione della struttura organizzativa (considerando comunque l'impossibilità di licenziare i dipendenti già assunti), la rinegoziazione dei contratti con i fornitori e gli investimenti in digital marketing, a scapito della spesa in marketing tradizionale.

Risultano quasi assenti iniziative di maggior respiro quali l'attivazione di nuove alleanze strategiche o l'affiliazione a Brand/Catena per gli indipendenti.

Interessante notare, in senso positivo, come pochi abbiano rinviato gli investimenti, ma anzi abbiano approfittato del periodo di chiusura per completare lavori di ristrutturazione.

Main Measures taken by Hotel Operators / **Principali iniziative pianificate dagli Operatori**



- I-1: Investment in new standards and hygiene procedures / Investimento in nuovi standard e procedure di igiene
- I-2: Rationalization of the organizational structure / Razionalizzazione della struttura organizzativa
- I-3: Renegotiation of contracts with suppliers / Rinegoziazione dei contratti con i fornitori
- I-4: Investments in digital marketing / Investimenti in digital marketing
- I-5: Reduction in traditional marketing expenditure / Riduzione della spesa per il marketing tradizionale
- I-6: Restructuring / Ristrutturazione
- I-7: CAPEX deferral / Rinvio CAPEX
- I-8: New strategic alliances / Nuove alleanze strategiche
- I-9: Affiliation to Brand/Chain, if independent / Affiliazione a Brand/Catena, se indipendente
- I-10: New proposals and offers / Nuove proposte e offerte
- I-11: Renegotiation with customers / Rinegoziazione con la client

**What interventions or measures should the government activate urgently? (Evaluate on a scale of 1 to 5, where 1 corresponds to “very important” and 5 corresponds to “not important”)**

Among the requested Government measures to support the industry, those deemed most urgent and incisive were: the cut of regional tax on production, the exemption of civil/criminal liability for the employer in case of on-site contagion, the reduction of the cost of labour; all these demanded by 80% of the respondents, and the extension of social safety nets, requested by 75% of the respondents.

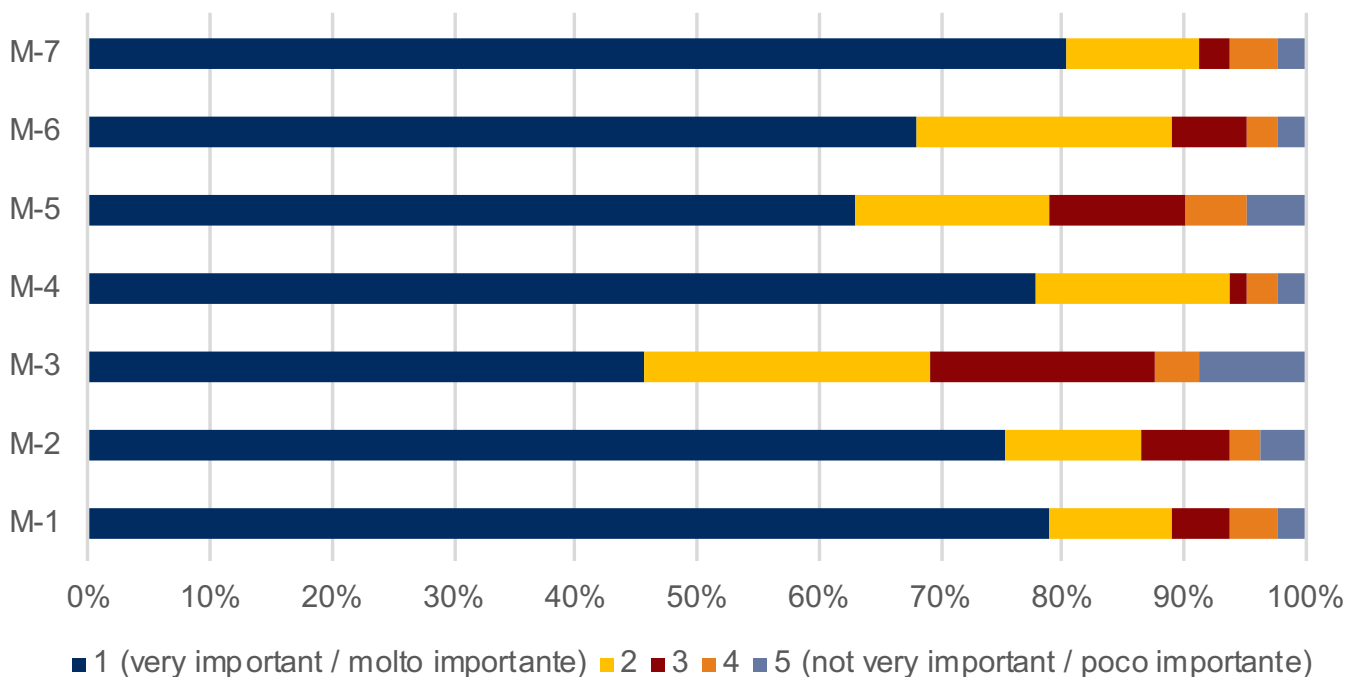
Notable was the request for further measures to reduce local taxation, demanded by 68% of the respondents, and increase in labour market flexibility, requested by 63% of the respondents. Less stressed, was the request for measures to protect unemployed seasonal workers, demanded by 46% of respondents only.

**Quali interventi o provvedimenti dovrebbe attivare con urgenza il Governo? (Valutare da 1 a 5, dove 1 corrisponde a “molto importante” e 5 corrisponde a “poco importante”)**

Relativamente agli interventi attesi dal comparto da parte degli organi governativi, quelli ritenuti più urgenti ed incisivi riguardano: il taglio dell'IRAP, l'esonero della responsabilità civile/penale del datore di lavoro in caso di contagio, gli interventi per ridurre il costo del lavoro e la proroga degli ammortizzatori sociali, auspicati nell'ordine rispettivamente dall'80 al 75% dei rispondenti.

Anche gli interventi relativi alla riduzione della tassazione locale e all'aumento della flessibilità del mercato del lavoro assumono rilevanza essendo segnalati dal 68 e 63% rispettivamente. Minore interesse ha riscosso l'intervento a tutela dei lavoratori stagionali in attesa di occupazione (46% dei rispondenti).

**Requested Governmental support to the industry by importance / Interventi o provvedimenti Governativi per importanza**



- M-1: Exemption from civil-criminal liability of employer in case of contagion/Esonero dalla responsabilità civile/penale del datore di lavoro in caso di contagio
- M-2: Covid-19 social safety nets extension also with respect to the extension envisaged by the Relaunch Decree / Proroga ammortizzatori sociali Covid-19 rispetto anche all'allungamento previsto dal DL Rilancio
- M-3: Protection for seasonal workers awaiting employment / Tutele per lavoratori stagionali in attesa di occupazione
- M-4: Interventions to reduce labor costs / Interventi per ridurre il costo del lavoro
- M-5: Interventions to increase the flexibility of the labor market / Interventi per aumentare la flessibilità del mercato del lavoro
- M-6: Reduction of local taxation / Riduzione della tassazione locale
- M-7: Reduction of state taxation (e.g. IRAP cut) / Riduzione della tassazione statale (es. taglio IRAP)

## Closing Statement

One figure can summarize the significant impact of the Covid-19 pandemic on the Italian Hotel Industry: the expectation of the return to “operating normality” which is hypothesized by 46% of respondents to only take place as of 2021. Only 5% of the respondents (mainly seasonal operators) expect the effects to disappear by September of this year at the expense of a 50% drop in revenues.

In the first 5 months of the year, Covid-19 influenced heavily the performance (complete lockdown and non-existent demand) in a way that 58 respondents achieved an occupancy rate of less than 20%, despite the first months of the year (January and February) recorded performances in line with expectations.

Nevertheless, the Italian hotel industry has kept intact its unique entrepreneurial determination, expressed by the willingness of 61% of the respondents to reopen the hotel by the end of the summer, despite the numerous postponements found during June and July.

Besides setting new hygiene standards & procedures, operators favored less strategic and contingent measures such as restructuring organizational structure, the renegotiation of contracts with suppliers, and investments in digital marketing.

Also, it is worth noting that only few respondents postponed planned investments, but rather they took advantage of the closing period to complete building renovations.

The survey also reveals a unanimous sentiment that the domestic tourism will be the one that will react most favourably, given the persistence of critical issues in many other parts of the world.

The Leisure demand will first lead the recovery, both FIT and Groups, followed by the Corporate domestic market, while the MICE segment will face a longer recovery time due to the extension of prohibitions to carry out events and conferences.

To support the recovery, the Italian Hotel Industry demands, in support of the efforts already undertaken by the companies, a governmental back up with urgent and incisive measures such as and above all: the cutting of regional and state taxes, the exemption from civil / criminal liability of the employer in case of on-site contagion, the reduction of labor costs, the extension of the social safety nets, the reduction of the local taxation and the improvement of the flexibility of the labour market.

## Conclusioni

*Un dato sintetizza il livello di drammaticità degli effetti del Covid-19 sull'Hotellerie nazionale: la previsione sul ritorno alla “normalità operativa” ipotizzata dal 46% dei rispondenti avviene oltre il 2021, con solo il 5% di operatori principalmente stagionali che prevedono svanire gli effetti del Covid-19 entro 3 mesi, a prezzo tuttavia di una flessione dei ricavi e dei tassi di occupazione di circa il 50%.*

*Nei primi 5 mesi dell'anno il Covid-19 ha influito in maniera così importante (lockdown completo e domanda inesistente) tale che 58 rispondenti hanno conseguito un tasso di occupazione pari a meno del 20%, nonostante i primi mesi dell'anno (gennaio e febbraio) abbiano fatto registrare performance in linea con le attese.*

*Ma il settore ha mantenuto intatta una notevole forza imprenditoriale esplicitata da una volontà di reazione espressa dal 61% dei rispondenti che prevede di riaprire comunque l'hotel entro la fine dell'estate, nonostante le numerose posticipazioni riscontrate durante giugno e luglio.*

*Oltre alla sanificazione degli esercizi ed all'implementazione di nuove procedure igieniche, sono state attivate varie iniziative quali la razionalizzazione della struttura organizzativa, la rinegoziazione dei contratti con i fornitori e gli investimenti in digital marketing.*

*Interessante notare, in senso positivo, come pochi abbiano rinviato gli investimenti, ma anzi abbiano approfittato del periodo di chiusura per completare lavori di ristrutturazione. Dall'indagine emerge un sentiment unanime sulla previsione che il turismo nazionale sarà quello che reagirà più favorevolmente verso la meta Italia, considerato il permanere di criticità in molte altre parti del mondo.*

*Prima il Leisure, sia FIT che Gruppi, ma anche il Corporate sono ritenuti i segmenti di domanda che si attiveranno con più rapidità mentre il MICE sarà ancora in grossa sofferenza, visto il prolungarsi dei divieti di svolgere eventi e congressi.*

*Ma per rinascere il settore richiede, a supporto degli sforzi già intrapresi delle imprese, anche il sostegno pubblico dal quale si attendono interventi urgenti ed incisivi quali, prioritariamente: il taglio dell'IRAP, l'esonero della responsabilità civile/penale del datore di lavoro in caso di contagio, la riduzione del costo del lavoro e la proroga degli ammortizzatori sociali, ma anche la riduzione della tassazione locale e l'aumento della flessibilità del mercato del lavoro.*

## Author



**Zoran Bačić**  
*Managing Director*  
Horwath HTL Italy  
zbacic@horwathhtl.com

## Contributors

**Alessio Franzese**, *Project Manager*  
**Maddalena Terraneo**, *Senior Market Analyst*  
**Benedetto Gneccchi Ruscone**, *Market Analyst*

## Horwath HTL

At Horwath HTL, our focus is one hundred percent on hotel, tourism and leisure consulting. Our services cover every aspect of hotel real estate, tourism and leisure development.

Our clients choose us because we have earned a reputation for impartial advice that will often mean the difference between failure and success. Each project we help is different, so we need all of the experience we have gained over our 100-year history.

We are a global Brand with 47 offices, who have successfully carried out over 30,000 assignments for private and public clients. We are part of Crowe Global, a top 10 accounting and financial services network. We are the number one choice for companies and financial institutions looking to invest and develop in the industry. We are Horwath HTL, the global leader in hotel, tourism and leisure consulting

### Horwath HTL Italy

Via Flaminia 21, 00196 – Rome, Italy  
Tel. +39 06 68395091  
[www.horwathhtl.it](http://www.horwathhtl.it)

## Associazione Italiana Confindustria Alberghi

Associazione Italiana Confindustria Alberghi originated from the merger of two industry-representing players at Confindustria: the independent hotels and the hotel companies.

Associazione Italiana Confindustria Alberghi is present throughout the country, with more than 2,500 tourist accommodation facilities totalling 175,000 rooms, 70,000 employees and more than 5 billion Euros in revenues. It is therefore a reference player of the tourism economy in Italy and has an entrepreneurial vision whose main features are commitment, planning skills, and attention to market change and rationale.

At international level, Associazione Italiana Confindustria Alberghi looks to new phenomena and dynamics that drive investments and tourist flows. Its aim is to provide companies with the tools to address today's crisis while looking at the future of an industry that all indicators see as growing strongly in the years to come, worldwide.





# Horwath HTL

*Hotel, Tourism and Leisure*

## **AFRICA**

Ivory Coast  
Rwanda  
South Africa

## **ASIA PACIFIC**

Australia  
China  
Hong Kong  
India  
Indonesia  
Japan  
Malaysia  
New Zealand  
Singapore  
Thailand

## **EUROPE**

Andorra  
Austria  
Croatia  
Cyprus  
France  
Germany  
Greece  
Hungary  
Ireland  
Italy  
Netherlands  
Norway  
Poland  
Portugal  
Serbia  
Spain  
Switzerland  
Turkey  
United Kingdom

## **LATIN AMERICA**

Argentina  
Brazil  
Chile  
Dominican Republic  
Mexico

## **MIDDLE EAST**

UAE & Oman

## **NORTH AMERICA**

Atlanta  
Denver  
Los Angeles  
Miami  
Montreal  
New York  
Norfolk  
Orlando  
Toronto