



RAPPORTO SULLA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI LIGURI PER IL PERIODO 2016-2019 *SECONDA EDIZIONE*

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

Responsabile scientifico:

Alberto Quagli

Gruppo di ricerca:

Paola Ramassa, Elisa Roncagliolo, Lorenzo Simoni, Shekerta Aliu

31 marzo 2021

Indice

1. EXECUTIVE SUMMARY	3
2. IL SETTORE TURISTICO-RICETTIVO LIGURE	5
3. LA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI PER AREA GEOGRAFICA	7
4. LA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI PER PROVINCIA	10
5. LA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI PER CATEGORIA	14
6. LA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI PER CLASSE DIMENSIONALE	17
7. ANALISI DI BENCHMARK	19
APPENDICE I. DATI COMPLETI DEGLI ALBERGHI LIGURI	31
APPENDICE II. NOTA METODOLOGICA	43
Analisi degli alberghi liguri	43
Selezione del benchmark	46

OGGETTO DELLO STUDIO

Il rapporto sulla redditività degli alberghi liguri, giunto alla seconda 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 e effettuare gli investimenti necessari, mantenendosi competitivi.

1. EXECUTIVE SUMMARY

La seconda edizione del rapporto sulla redditività degli alberghi liguri esamina il quadriennio 2016-2019, in cui si rileva a livello complessivo una crescita del fatturato (+2,1%) e del fatturato per camera (+2,6%). Nonostante tale tendenza positiva, le imprese mostrano un peggioramento nella capacità di remunerare economicamente gli investimenti effettuati e difficoltà crescenti nella copertura dei costi operativi, che aumentano in modo significativo in particolare con riferimento ai costi del personale (incremento medio annuo del 3,9%). I dati evidenziano la difficoltà delle imprese nel trasferire sui prezzi praticati alla clientela i maggiori costi, con una conseguente riduzione dei margini, in un contesto caratterizzato da una crescente pressione competitiva. Tale condizione accomuna gli alberghi di tutte le aree della Liguria, in particolare le imprese situate nel Comune di Genova, con una situazione migliore nel caso degli hotel a 5 stelle, che sono caratterizzati da maggiori profitti e si rivelano più attenti agli investimenti.

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 posti a confronto con quelli della Versilia. Da quest'analisi di benchmark risultano similarità tra Genova e Torino nei livelli di indebitamento e nella propensione ai nuovi investimenti, ma gli alberghi torinesi mostrano una superiore capacità di remunerare gli investimenti. Dal confronto tra gli alberghi della Riviera e quelli delle Versilia, emerge un maggiore indebitamento delle imprese

toscano, che tuttavia presentano anche migliori performance economiche rispetto a quelle liguri.

Il quadro complessivo che emerge dall'analisi evidenzia una situazione di criticità già nell'ultimo esercizio precedente lo scoppio della pandemia, che può essere sintetizzata in un calo della capacità di coprire adeguatamente i costi operativi, a cui si associa una scarsa propensione agli investimenti di rinnovo della struttura produttiva. Tali evidenze mettono in luce una situazione di debolezza fotografando il panorama delle imprese liguri prima degli impatti della crisi pandemica, che ha determinato a partire dall'esercizio 2020 (i cui bilanci sono ancora in fase di redazione al momento della stesura di questo rapporto) un forte calo di presenze nelle strutture ricettive a causa delle restrizioni alla mobilità nazionale e internazionale.

2. IL SETTORE TURISTICO-RICETTIVO LIGURE

La Liguria si presentava nel 2019 come una delle regioni con la più alta spesa dei viaggiatori stranieri, elemento positivo che deve tuttavia essere letto alla luce dei dati sulle presenze alberghiere. Infatti, già nel 2019 la Liguria ha registrato un calo delle presenze complessive (-0,66%), determinato dalla diminuzione di presenze in strutture alberghiere (-1.73% rispetto al 2018, -3,2% rispetto al 2017), con un calo degli stranieri. Al contrario, il mercato parallelo delle abitazioni private ha visto nel 2019 una crescita di presenze (+3,6% rispetto al 2018) (fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria). Si evidenzia inoltre una perdita di competitività da parte degli alberghi liguri, confermata dai dati sull'impatto economico dei turisti che alloggiano in strutture ricettive, che ha visto nel 2019 una diminuzione dello 0,3% rispetto al 2018, a fronte di un aumento del 3,3% per le abitazioni private (fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria). Tale quadro è in linea con i dati sull'indice sintetico di composizione dell'offerta alberghiera, che vedono le provincie liguri in posizioni medio-basse: su 107 provincie Italiane, Genova si posiziona infatti al 44° posto, Imperia all'85° posto, Savona al 103° e La Spezia al 104° (fonte: rapporto DataTur, marzo 2021).

Coerentemente con questo panorama, l'analisi dei bilanci degli alberghi liguri evidenzia alcune criticità in merito alla loro capacità di rimanere competitivi già nel 2019, prima di dover sopportare l'impatto provocato dalla crisi pandemica. I dati relativi al risultato economico conseguito nel periodo 2016-2019 (Tabella 1) mostrano una sostanziale stabilità del numero di aziende che hanno registrato un utile al termine di ciascuno degli anni considerati, con 106 alberghi che mantengono un risultato positivo lungo l'intero quadriennio. Il reddito prodotto dalle imprese alberghiere liguri decresce nel quadriennio del 4,1%¹, con un notevole divario tra gli alberghi a 5 stelle rispetto alle restanti categorie, che registrano utili decisamente inferiori. Inoltre, si notano risultati economici più contenuti per gli alberghi della provincia di Imperia, che presentano un dato medio e mediano meno soddisfacente delle altre province.

¹ Si segnala che la variazione di questa e delle altre variabili illustrate nel presente documento sono riferite ai valori mediani.

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

		2019	2018	2017	2016
N° alberghi che conseguono un utile		171	171	171	172
N° alberghi che conseguono un risultato pari a 0		1	2	2	2
N° alberghi che conseguono una perdita		60	76	66	59
N° alberghi con risultato non disponibile		31	14	24	30
Utile d'esercizio (migliaia di €)					
		2019	2018	2017	2016
<i>Per area geografica</i>					
Comune di Genova	<i>Media</i>	12	38	33	67
	<i>Mediana</i>	10	1	1	12
Riviera	<i>Media</i>	68	47	66	56
	<i>Mediana</i>	11	11	19	13
<i>Per Provincia</i>					
Genova	<i>Media</i>	141	138	145	153
	<i>Mediana</i>	16	10	9	13
Imperia	<i>Media</i>	-4	-90	-37	-62
	<i>Mediana</i>	7	2	7	4
La Spezia	<i>Media</i>	35	61	42	45
	<i>Mediana</i>	19	36	22	15
Savona	<i>Media</i>	35	36	51	44
	<i>Mediana</i>	10	14	23	21
<i>Per dimensione</i>					
Micro	<i>Media</i>	7	-7	10	3
	<i>Mediana</i>	8	5	7	6
Pmi	<i>Media</i>	112	103	116	113
	<i>Mediana</i>	30	19	34	27
<i>Per categoria</i>					
5 STELLE	<i>Media</i>	812	609	675	808
	<i>Mediana</i>	58	15	79	95
4 STELLE	<i>Media</i>	51	16	76	33
	<i>Mediana</i>	37	31	40	25
3 STELLE	<i>Media</i>	19	24	21	25
	<i>Mediana</i>	9	8	10	12
< 3 STELLE	<i>Media</i>	7	10	13	6
	<i>Mediana</i>	6	3	9	5
Totali	<i>Media</i>	60	46	62	58
	<i>Mediana</i>	11	11	14	13

3. LA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI PER AREA GEOGRAFICA

Considerate le differenze in termini di flusso turistico e di permanenza degli ospiti nelle strutture alberghiere, risulta interessante porre a confronto le performance delle strutture alberghiere situate nel Comune di Genova rispetto agli alberghi situati nei restanti comuni, che sono stati oggetto di un'analisi dedicata e identificati come alberghi della Riviera.

L'analisi dei bilanci distinta per area geografica permette di mettere in luce alcune importanti differenze. In primo luogo, il miglioramento del fatturato è più accentuato per gli alberghi del Comune di Genova, sebbene in tutto il territorio regionale il fatturato risulti in crescita. Nel caso del Comune di Genova, infatti, il fatturato ha registrato un incremento nel 2019 del 9,6% nel valore medio e del 43% nel valore mediano (Tabella 2). Nel caso della Riviera, invece, l'incremento dei ricavi nell'ultimo esercizio è più contenuto, pari al 5,15% nel valore medio e del 4,7% nella mediana. Tale differenza si riflette anche nel rapporto tra fatturato e numero di camere, cresciuto maggiormente per gli alberghi del Comune di Genova, pur caratterizzati da un valore medio del fatturato per camera inferiore a quello degli alberghi situati nella Riviera.

A tale positivo andamento del fatturato non corrisponde tuttavia una soddisfacente capacità di produrre un reddito congruo agli investimenti effettuati, come emerge dal peggioramento dell'indice Return on Investment (ROI), che fornisce indicazioni sul reddito prodotto dalle attività operative di un'impresa per ogni euro investito in tale impresa. Il peggioramento è evidente considerando il valore mediano del ROI degli alberghi del Comune di Genova, che presenta un tasso di variazione del -9% per ogni anno considerato, mentre per gli alberghi della Riviera il dato corrispondente è pari a -6,3%.

Tale peggioramento del ROI è determinato da un aumento dei costi della produzione, che si presenta decisamente superiore per gli alberghi del Comune di Genova (+11,34%) rispetto a quelli della Riviera (+2,39%). L'analisi di dettaglio delle voci di costo evidenzia, in particolare, un incremento dei costi del personale per il Comune di Genova del 5,98% rispetto ad un aumento più contenuto di tale voce di costo per gli alberghi della Riviera (+1,88%). Tale incremento dei costi conduce ad una riduzione dei margini ottenuti sulle vendite. La riduzione

dei margini è evidenziata dal calo dell'indice Return On Sales (ROS), che indica quanto reddito l'impresa è in grado di produrre per ogni euro di fatturato. Il ROS subisce un decremento del 13,8% per gli alberghi del Comune di Genova e del 6,9% per gli alberghi della Riviera.

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

		Fatturato (migliaia di €)				Fatturato per camera			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
Comune di Genova	<i>Media</i>	1.329	1.215	1.178	1.213	28,86	24,92	23,77	23,43
	<i>Mediana</i>	908	622	631	635	26,35	23,68	23,47	21,62
Riviera	<i>Media</i>	1.306	1.242	1.250	1.200	31,75	31,25	31,16	29,12
	<i>Mediana</i>	729	696	722	680	24,11	23,65	23,87	23,11
		ROI				ROS			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
Comune di Genova	<i>Media</i>	3,37%	4,22%	3,65%	9,14%	5,34%	2,70%	5,45%	4,38%
	<i>Mediana</i>	3,90%	1,72%	1,99%	5,70%	3,10%	2,01%	2,14%	5,62%
Riviera	<i>Media</i>	5,30%	4,87%	7,24%	7,22%	6,48%	8,04%	7,70%	8,38%
	<i>Mediana</i>	3,70%	3,57%	4,22%	4,81%	4,80%	4,81%	6,00%	6,39%
		ROTAZIONE CI				EBITDAV			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
Comune di Genova	<i>Media</i>	1,06	1,13	1,21	1,16	12,24%	10,27%	13,05%	6,24%
	<i>Mediana</i>	0,98	0,92	0,98	0,98	11,55%	11,25%	14,94%	14,26%
Riviera	<i>Media</i>	1,11	1,13	1,15	1,16	16,75%	17,52%	16,87%	16,56%
	<i>Mediana</i>	0,79	0,84	0,89	0,82	15,55%	14,79%	16,17%	16,19%

Gli alberghi della Riviera hanno effettuato investimenti maggiori rispetto a quelli di Genova, che aumentano anch'essi ma con un tasso inferiore. Infatti, l'incremento del capitale investito è particolarmente evidente se si analizza il valore mediano, che presenta una variazione media annua del +13,9%. L'incremento del capitale investito è invece più contenuto per le strutture del Comune di Genova dove l'incremento nel quadriennio è pari all'8,6%. Le maggiori risorse investite nell'attività di impresa hanno inoltre impieghi diversi: per gli alberghi della Riviera sono destinate alla conservazione e in alcuni casi all'ampliamento delle strutture, mentre nel comune di Genova gli investimenti degli alberghi non sembrano sufficienti al mantenimento della struttura esistente e l'aumento del totale attivo si riflette in prevalenza in un incremento dei crediti. Tale tendenza è messa in luce anche dal fatto che i costi per ammortamenti stanziati, che indicano il costo per il consumo dei fattori durevoli, superano la

spesa per nuovi investimenti, indicando ridotti investimenti effettuati dalle imprese esaminate per mantenere la propria struttura produttiva.

La presenza di maggiori investimenti da parte degli alberghi della Riviera si accompagna ad un aumento dei debiti a medio-lungo termine (+3,6%). I debiti contratti sembrano comunque sostenibili sia nel caso delle imprese della Riviera che di quelle del Comune di Genova, come evidenziato dall'andamento del rapporto di indebitamento. Tale indice è calcolato come rapporto tra i debiti e le risorse apportate dai soci dell'impresa e in linea generale 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 (1,14 per le imprese del Comune di Genova e 1,28 per le imprese della Riviera), mentre in entrambe le aree geografiche il 58% delle imprese mostra un valore del rapporto di indebitamento pari o inferiore al valore-soglia.

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 crescente e con un valore mediano decisamente superiore all'ipotetica soglia di 1. A tal proposito, ben l'81% delle imprese del Comune di Genova superano tale soglia, mentre questo dato sale all'88% per la Riviera.

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

		RAPPORTO DI INDEBITAMENTO				EBITDA/OF			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
Comune di Genova	<i>Media</i>	3,42	3,79	2,53	3,22	25,79	23,08	28,86	27,34
	<i>Mediana</i>	1,14	1,90	2,11	1,71	15,14	19,73	16,55	14,15
Riviera	<i>Media</i>	0,66	2,24	2,24	4,11	28,04	21,43	27,55	25,42
	<i>Mediana</i>	1,28	1,45	1,27	1,74	12,70	13,65	12,68	12,07
		Investimenti/Fatturato			Ammortamenti/Investimenti				
		2019	2018	2017	2019	2018	2017		
Comune di Genova	<i>Media</i>	4,87%	9,04%	6,71%	5,21	3,50	4,05		
	<i>Mediana</i>	1,65%	3,06%	2,76%	1,70	1,64	1,20		
Riviera	<i>Media</i>	12,14%	14,44%	12,72%	4,18	4,01	2,62		
	<i>Mediana</i>	6,33%	5,59%	5,08%	1,24	1,30	1,23		

Nel complesso l'analisi di dettaglio tra alberghi del Comune di Genova e della Riviera mostra un generale allineamento rispetto alle performance evidenziate per l'intera Regione, evidenziando tuttavia una minore capacità di remunerare gli investimenti per gli alberghi del Comune di Genova, nonostante l'incremento del fatturato registrato nel quadriennio.

4. LA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI PER PROVINCIA

Suddividendo gli alberghi in base alla provincia, si nota che in tutte le provincie i ricavi del periodo sono aumentati, in linea con il trend generale, con l'eccezione della provincia di Savona (-0,79%), che ha visto nel 2019 un calo delle presenze del 2,1% rispetto all'anno precedente (fonte: rapporto DataTur, marzo 2021). A conferma di questo dato, il fatturato per camera ha visto una crescita per gli alberghi di tutte le provincie tranne Savona (variazione media nel periodo di -1,45%). L'unica provincia della Liguria con un calo delle presenze maggiore di quello di Savona è Genova, con una diminuzione del 2,5% rispetto al 2018. Tuttavia, gli alberghi del comune di Genova presentano un elevato tasso di occupazione delle camere e un fatturato per camera in crescita nel periodo analizzato (+1,59%), oltre alla più marcata crescita del fatturato tra le provincie liguri (+7,07%).

Nonostante queste differenze a livello di crescita, tutte le provincie sono accomunate da un calo generale della capacità di remunerare gli investimenti nel 2019. Il ROI appare in

crescita nel 2019 rispetto al 2018 per tre provincie su quattro, ma fa registrare un calo nel periodo 2016-2019 in tutte le aree, con Imperia che mostra il dato peggiore (variazione media di -14,17%) e Genova con il calo di entità più lieve (variazione media di -4,99%) (Tabella 4) grazie ad un miglioramento dei margini sulle vendite. Tale tendenza è confermata dall'indice ROS, che mostra un incremento di +0,83% per le imprese della provincia del capoluogo.

Ulteriore elemento che contribuisce alla limitata capacità di remunerare gli investimenti è rappresentato dalla bassa velocità di ritorno degli investimenti, che caratterizza le imprese di tutte le provincie ad eccezione di La Spezia, che evidenzia un netto miglioramento nel periodo. A tale conclusione si giunge osservando il tasso di rotazione del capitale investito, misurato come rapporto tra fatturato e investimenti. Questo indice si presenta pressoché stabile per gli alberghi della provincia di Genova e in netto calo per le imprese di Imperia e Savona, mentre cresce per quelle di La Spezia.

Tabella 4. Dati sulla redditività degli alberghi liguri per provincia

		Fatturato (migliaia di €)				Fatturato per camera			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
Genova	<i>Media</i>	1.919	1.802	1.792	1.730	37,33	35,43	35,18	33,22
	<i>Mediana</i>	883	689	669	672	26,48	26,64	26,11	24,86
Imperia	<i>Media</i>	1.163	1.077	1.082	1.089	26,63	24,79	24,34	23,61
	<i>Mediana</i>	751	768	725	694	22,03	19,86	17,89	18,81
La Spezia	<i>Media</i>	862	825	788	758	32,57	33,45	31,51	28,61
	<i>Mediana</i>	729	734	719	676	24,11	22,55	23,09	22,30
Savona	<i>Media</i>	1.022	983	1.006	961	26,70	26,27	27,01	25,53
	<i>Mediana</i>	713	614	710	736	21,13	20,57	22,75	22,40
		ROI				ROS			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
Genova	<i>Media</i>	6,07%	6,02%	6,45%	8,80%	7,20%	6,12%	7,48%	8,02%
	<i>Mediana</i>	4,62%	3,10%	4,37%	5,67%	7,07%	4,04%	5,22%	6,84%
Imperia	<i>Media</i>	2,87%	0,75%	4,65%	4,63%	3,37%	3,25%	3,04%	3,87%
	<i>Mediana</i>	1,91%	1,80%	2,74%	3,52%	3,02%	2,53%	3,91%	3,81%
La Spezia	<i>Media</i>	6,51%	10,47%	8,57%	10,23%	7,61%	14,32%	10,18%	11,92%
	<i>Mediana</i>	5,10%	5,30%	6,42%	7,26%	7,64%	8,28%	8,66%	8,52%
Savona	<i>Media</i>	4,55%	2,79%	7,35%	6,26%	6,78%	7,23%	8,73%	7,88%
	<i>Mediana</i>	3,68%	2,92%	4,61%	4,82%	4,71%	4,77%	6,38%	6,00%

		ROTAZIONE CI				EBITDA/V			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
Genova	<i>Media</i>	1,00	1,06	1,13	1,04	15,72%	15,12%	15,67%	14,78%
	<i>Mediana</i>	0,88	0,91	0,98	0,87	14,22%	13,26%	15,70%	16,32%
Imperia	<i>Media</i>	1,05	1,17	1,22	1,24	12,80%	10,48%	11,49%	7,41%
	<i>Mediana</i>	0,71	0,85	0,97	0,93	12,69%	10,33%	13,13%	13,03%
La Spezia	<i>Media</i>	1,31	1,10	1,13	1,06	17,71%	24,17%	18,48%	18,26%
	<i>Mediana</i>	0,87	0,83	0,79	0,70	19,14%	21,49%	21,65%	19,85%
Savona	<i>Media</i>	1,13	1,21	1,16	1,28	18,12%	17,66%	19,17%	19,07%
	<i>Mediana</i>	0,71	0,82	0,86	0,86	16,01%	14,81%	18,48%	16,32%

L'analisi della solvibilità mostra che la limitata redditività non compromette la capacità degli alberghi liguri di far fronte ai propri impegni. Il rapporto tra EBITDA (che approssima il flusso di cassa operativo) e interessi passivi è infatti elevato per tutte le provincie, che mostrano una percentuale di imprese con valori superiori alla soglia di 1 (convenzionalmente usata per tale indice) che va dall'84% delle imprese di Imperia all'89% delle imprese delle provincie di Genova e Savona, passando per l'85% fatto registrare da La Spezia.

Al contrario, i dati sugli investimenti effettuati rivelano notevoli differenze. Le imprese delle provincie di Genova e Savona sono quelle che destinano la minor porzione di fatturato a nuovi investimenti e, conseguentemente, quelle che mostrano le maggiori difficoltà a contrastare l'obsolescenza della struttura produttiva, come dimostrato dal rapporto tra ammortamenti e investimenti. Quest'ultima grandezza, se maggiore di 1, indica che i nuovi investimenti non sono sufficienti a compensare la crescente obsolescenza della struttura produttiva. Le imprese di Genova mostrano un valore mediano pari a 1,44, mentre quelle di Savona un valore mediano pari a 1,57 (Tabella 5). Opposta la tendenza per le imprese di Imperia e La Spezia, le quali mostrano una crescita nella percentuale di fatturato assorbita dagli investimenti e un valore del rapporto tra ammortamenti e investimenti vicino a 1 e in miglioramento. Tale dato conferma quello del 2018, che evidenziava una maggiore propensione degli alberghi di Imperia, provincia con la più alta spesa di viaggiatori stranieri tra quelle della Liguria, all'investimento. La propensione all'investimento potrebbe essere alla base del maggiore livello di indebitamento delle imprese di Imperia e La Spezia. Considerando, infatti, il numero

di imprese con debiti che eccedono il doppio delle risorse apportate dai soci, si può notare come Imperia (45%) e La Spezia (51%) superino Genova (41%) e Savona (36%).

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

		RAPPORTO DI INDEBITAMENTO				EBITDA/OF			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
Genova	<i>Media</i>	1,18	3,62	2,84	4,39	25,85	22,94	24,81	24,89
	<i>Mediana</i>	1,18	1,51	1,07	1,67	13,43	15,40	12,14	12,26
Imperia	<i>Media</i>	-4,05	-1,62	0,83	5,67	28,70	20,77	29,03	25,65
	<i>Mediana</i>	1,84	1,83	1,81	3,32	9,10	11,07	10,99	7,75
La Spezia	<i>Media</i>	4,03	3,99	3,02	4,81	24,71	21,48	22,43	23,43
	<i>Mediana</i>	2,82	2,63	1,49	2,14	11,17	14,09	11,89	11,59
Savona	<i>Media</i>	2,97	3,29	2,25	1,82	31,04	20,96	33,31	28,04
	<i>Mediana</i>	1,15	1,21	1,11	1,55	17,63	13,16	27,34	18,53
		Investimenti/Fatturato			Ammortamenti/Investimenti				
		2019	2018	2017	2019	2018	2017		
Genova	<i>Media</i>	8,10%	10,04%	10,00%	4,45	3,61	3,00		
	<i>Mediana</i>	4,02%	4,38%	4,32%	1,44	1,44	1,09		
Imperia	<i>Media</i>	14,33%	18,73%	13,13%	3,67	3,11	2,52		
	<i>Mediana</i>	7,65%	7,63%	5,06%	0,98	1,06	1,29		
La Spezia	<i>Media</i>	14,73%	9,64%	15,44%	5,58	4,09	2,97		
	<i>Mediana</i>	5,32%	4,47%	5,10%	1,06	1,01	1,13		
Savona	<i>Media</i>	9,78%	16,63%	10,93%	3,86	4,85	2,71		
	<i>Mediana</i>	3,94%	5,17%	5,19%	1,57	1,68	1,40		

La fotografia delle diverse provincie mostra in definitiva un generalizzato calo dei margini degli alberghi liguri, che non compromette la capacità di sostenere il costo dei debiti contratti ma che può incidere pesantemente sugli investimenti. Le imprese di Imperia e La Spezia sembrano effettuare gli investimenti necessari al mantenimento e in alcuni casi all'ampliamento della struttura produttiva, mentre le imprese di Genova e Savona sembrano aver adottato una politica di investimenti che si limita al mero mantenimento, con alcuni casi anche al di sotto di questa soglia.

5. LA REDDITIVITÀ DEGLI ALBERGHI PER CATEGORIA

L'analisi degli alberghi liguri per categoria rileva che nel quadriennio 2016-2019 c'è stato un incremento del fatturato per tutte le categorie, in maniera coerente con quanto riscontrato nel trend generale degli alberghi liguri. Il fatturato, infatti, evidenzia una crescita per tutte le categorie di stelle. In maniera analoga anche il fatturato per camera evidenzia un miglioramento, che si presenta più accentuato per gli alberghi di categoria inferiore alle 3 stelle (variazione media annua: +5%) e per gli alberghi a 5 stelle (variazione media annua: +3,1%) (Tabella 6). La crescita del fatturato per camera risulta invece più contenuta per gli alberghi a 3 (+1,6%) e 4 stelle (+0,05%).

Alla luce di tale incremento del fatturato degli alberghi, risulta interessante analizzare il trend della redditività degli investimenti, che si presenta decrescente nel periodo considerato. Il ROI mostra un declino complessivo nel quadriennio, che risulta più accentuato per gli alberghi di più bassa categoria (variazione media annua di -14,5%) e per gli alberghi a 3 stelle (variazione media annua di -9,6%). Nonostante ciò, anche gli alberghi a 5 stelle subiscono un peggioramento del ROI (variazione media annua: -3,9%) principalmente riconducibile ad un decremento dei margini sulle vendite. Tale decremento può essere dedotto dalla lettura dell'indice ROS, che presenta una variazione media annua pari a -11,7%. Anche il tasso di rotazione del capitale investito contribuisce a ridurre la capacità di remunerare gli investimenti negli alberghi a 5 stelle, dal momento che nel quadriennio subisce una diminuzione dell'1,9%. Tuttavia, gli hotel a 5 stelle riescono a estrarre maggiori flussi di cassa (approssimati dall'EBITDA) dalle vendite. Tale capacità è dimostrata dall'andamento del rapporto tra EBITDA e fatturato, il quale evidenzia una miglior performance degli alberghi a 5 stelle (che mostrano un tasso medio di crescita di tale grandezza dell'1,3%).

Tabella 6. Dati sulla redditività degli alberghi liguri per categoria

		Fatturato (migliaia di €)				Fatturato per camera			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
5 STELLE	<i>Media</i>	8.289	7.516	7.831	7.555	106,69	99,57	100,42	96,90
	<i>Mediana</i>	6.506	5.815	6.631	6.208	77,05	64,33	70,43	68,13
4 STELLE	<i>Media</i>	1.908	1.844	1.843	1.737	37,55	36,27	36,04	33,51
	<i>Mediana</i>	1.520	1.431	1.431	1.459	31,34	31,40	31,57	30,72
3 STELLE	<i>Media</i>	698	691	694	681	24,40	24,51	24,23	22,98
	<i>Mediana</i>	569	554	555	546	21,77	21,47	20,93	20,45
< 3 STELLE	<i>Media</i>	339	319	322	288	20,74	19,22	19,47	16,95
	<i>Mediana</i>	293	284	309	260	15,19	12,55	14,23	12,45

		ROI				ROS			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
5 STELLE	<i>Media</i>	4,66%	2,18%	4,32%	4,88%	7,94%	10,55%	9,21%	13,76%
	<i>Mediana</i>	2,63%	0,61%	3,39%	3,08%	3,32%	1,35%	3,47%	5,47%
4 STELLE	<i>Media</i>	4,69%	4,33%	7,94%	8,07%	5,46%	6,88%	8,57%	7,91%
	<i>Mediana</i>	3,64%	3,38%	4,54%	3,94%	6,67%	5,37%	6,38%	6,49%
3 STELLE	<i>Media</i>	5,06%	5,03%	5,66%	7,78%	6,72%	7,84%	6,71%	8,08%
	<i>Mediana</i>	3,82%	3,79%	3,94%	5,72%	4,42%	4,55%	5,70%	6,42%
< 3 STELLE	<i>Media</i>	5,92%	5,41%	9,49%	5,87%	5,62%	4,73%	7,25%	4,88%
	<i>Mediana</i>	3,90%	2,01%	5,42%	7,30%	3,39%	2,35%	6,26%	5,09%

		ROTAZIONE CI				EBITDAV			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
5 STELLE	<i>Media</i>	0,79	0,85	0,82	0,90	17,51%	19,82%	17,34%	23,00%
	<i>Mediana</i>	0,49	0,46	0,51	0,53	15,72%	13,26%	16,03%	14,93%
4 STELLE	<i>Media</i>	0,98	0,84	0,92	0,92	16,31%	16,72%	18,39%	11,80%
	<i>Mediana</i>	0,67	0,62	0,59	0,53	15,84%	17,79%	17,50%	16,74%
3 STELLE	<i>Media</i>	1,19	1,23	1,24	1,18	16,02%	16,92%	15,77%	16,61%
	<i>Mediana</i>	0,93	0,92	0,99	0,93	14,88%	13,87%	15,87%	14,71%
< 3 STELLE	<i>Media</i>	1,07	1,36	1,37	1,59	15,55%	13,34%	14,30%	13,25%
	<i>Mediana</i>	1,01	0,98	1,04	1,08	13,77%	11,98%	14,02%	14,65%

Gli alberghi delle categorie più elevate si confermano più attivi anche sotto il profilo degli investimenti. Infatti, gli hotel a 5 e 4 stelle presentano un trend crescente del rapporto tra investimenti e fatturato, mentre l'andamento di tale indicatore si presenta decrescente per gli alberghi delle categorie inferiori (Tabella 7). È di meritevole attenzione l'andamento del rapporto tra ammortamenti e investimenti, che presenta un miglioramento per gli alberghi a 5 stelle, con un valore inferiore all'unità per tutti gli anni analizzati. Tale dato suggerisce una

tendenza verso investimenti di ampliamento, anziché di mero rinnovo o riorganizzazione. Nelle altre categorie i valori sono superiori all'unità, evidenziando quindi una scarsa propensione per la crescita strutturale.

La propensione all'investimento potrebbe essere la causa dell'aumento del peso dei debiti per gli alberghi della categoria più elevata. Tali alberghi, infatti, mostrano un valore del rapporto tra debiti e risorse apportate dai soci superiore alla soglia di 2 (Tabella 7), mentre nelle altre categorie il ricorso ai debiti è limitato e si riduce nel corso dei quattro anni esaminati. Tuttavia, in tutte le categorie si evidenzia 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 per tutte le categorie.

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

		RAPPORTO DI INDEBITAMENTO				EBITDA/OF			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
5 STELLE	<i>Media</i>	4,96	1,53	2,45	6,19	30,61	29,40	35,30	35,27
	<i>Mediana</i>	3,72	1,02	2,07	3,64	14,06	18,96	16,46	20,44
4 STELLE	<i>Media</i>	2,23	3,23	3,57	4,29	28,34	22,54	27,57	23,50
	<i>Mediana</i>	0,88	1,66	1,31	1,54	15,63	16,19	15,96	10,99
3 STELLE	<i>Media</i>	-0,38	1,58	1,89	3,88	27,61	20,99	27,02	25,93
	<i>Mediana</i>	1,34	1,45	1,14	1,71	10,49	11,93	12,01	12,11
< 3 STELLE	<i>Media</i>	4,32	4,90	1,38	3,18	25,51	19,97	28,53	25,70
	<i>Mediana</i>	1,98	2,90	1,62	3,43	17,45	13,91	18,03	14,70
		Investimenti/Fatturato			Ammortamenti/Investimenti				
		2019	2018	2017	2019	2018	2017		
5 STELLE	<i>Media</i>	32,42%	34,85%	20,44%	3,13	1,26	3,57		
	<i>Mediana</i>	10,44%	12,30%	2,64%	0,74	0,76	0,78		
4 STELLE	<i>Media</i>	13,89%	14,84%	12,69%	4,91	3,84	2,87		
	<i>Mediana</i>	6,60%	5,90%	5,58%	1,42	1,68	1,33		
3 STELLE	<i>Media</i>	8,80%	11,58%	11,18%	4,11	3,91	2,51		
	<i>Mediana</i>	3,94%	4,78%	5,06%	1,27	1,27	1,25		
< 3 STELLE	<i>Media</i>	7,79%	13,31%	10,49%	4,51	5,13	3,75		
	<i>Mediana</i>	4,73%	2,92%	4,33%	1,62	1,10	1,18		

Nel complesso, gli alberghi a 5 stelle evidenziano una maggiore propensione alla crescita dimensionale, associata a più alti livelli di indebitamento. Come evidenziato per il trend generale di tutti gli alberghi, emerge una diminuzione dei margini subita dalle diverse categorie.

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 141 microimprese e 122 piccole e medie imprese (PMI). Sebbene entrambe le classi dimensionali siano caratterizzate da un aumento del valore dei ricavi, l'analisi del fatturato per camera mostra una crescita più marcata per le PMI (variazione media annua: +2,16%), con le microimprese che esibiscono una crescita di questo indice prossima allo zero nel periodo esaminato (+0,27%) (Tabella 8).

In linea con l'andamento generale rilevato sull'intero campione e nelle varie aree geografiche, i dati della capacità di remunerare gli investimenti mostrano un peggioramento nel periodo. Nonostante in crescita per entrambe le classi dimensionali rispetto al 2018, il ROI ha subito una decisa flessione nel periodo 2016-2019 (variazione media annua: -5,45% per le microimprese e -7,73% per le PMI). I margini sulle vendite risultano, invece, omogenei. Le microimprese mostrano un ROS lievemente inferiore alle PMI (4,75% contro il 4,98%), mentre presentano un miglior rapporto tra EBITDA e fatturato (16,9% contro il 14,43% delle PMI).

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

		Fatturato (migliaia di €)				Fatturato per camera			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
Micro	<i>Media</i>	424	409	421	392	20,38	20,04	20,25	18,24
	<i>Mediana</i>	368	374	363	338	16,89	16,27	16,68	16,71
Pmi	<i>Media</i>	2.165	2.143	2.107	2.019	41,33	41,06	39,91	37,94
	<i>Mediana</i>	1.261	1.256	1.221	1.208	30,43	31,15	30,45	29,90
		ROI				ROS			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
Micro	<i>Media</i>	4,65%	3,79%	5,49%	5,81%	6,75%	8,27%	7,85%	8,29%
	<i>Mediana</i>	3,82%	3,24%	3,92%	4,78%	4,75%	4,05%	6,45%	6,76%
Pmi	<i>Media</i>	5,38%	5,79%	7,98%	9,16%	5,90%	6,22%	6,86%	7,36%
	<i>Mediana</i>	3,69%	3,54%	4,38%	5,09%	4,98%	4,55%	5,45%	5,86%

		ROTAZIONE CI				EBITDA/V			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
Micro	<i>Media</i>	0,99	1,13	1,12	1,16	17,16%	17,72%	16,44%	16,08%
	<i>Mediana</i>	0,83	0,84	0,90	0,89	16,90%	14,79%	16,37%	16,44%
Pmi	<i>Media</i>	1,22	1,14	1,20	1,15	15,09%	15,21%	16,16%	14,16%
	<i>Mediana</i>	0,84	0,90	0,86	0,80	14,43%	13,58%	14,94%	15,93%

Le microimprese mostrano un diverso trend delle PMI sul fronte degli investimenti (Tabella 9). Infatti, le PMI destinano una parte del fatturato pari al 6,73% a nuovi investimenti, mentre le microimprese si fermano al 3,73%. Tale percentuale, inoltre, cresce per le PMI nel periodo (+5,95%), mentre diminuisce per le microimprese (-3,6%). Inoltre, gli investimenti effettuati dalle microimprese non sembrano sufficienti al mantenimento della struttura produttiva (rapporto tra ammortamenti e investimenti pari a 1,54). Nonostante tendano ad effettuare investimenti più contenuti, le microimprese presentano un peso dei debiti più elevato delle PMI, come indicato dal rapporto tra debiti e risorse apportate dai soci. Tale rapporto si rivela comunque in calo nel periodo esaminato e inferiore alla soglia di sicurezza delle due unità (1,83 per le microimprese e 0,99 per le PMI). A conferma di tale dato, il 46% delle microimprese e il 39% delle PMI mostrano valori del rapporto tra debiti e risorse apportate dai soci superiori alla soglia di 2. Entrambe le classi dimensionali sono caratterizzate da elevati livelli del rapporto tra EBITDA e oneri finanziari, che dimostra 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			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
Micro	<i>Media</i>	2,68	2,33	1,60	4,91	24,56	19,18	25,55	23,53
	<i>Mediana</i>	1,83	2,28	1,17	3,20	10,91	12,13	13,73	12,22
Pmi	<i>Media</i>	-0,52	2,60	3,00	3,06	30,83	24,31	30,12	27,86
	<i>Mediana</i>	0,99	1,05	1,29	1,20	15,14	16,19	12,89	12,95
		Investimenti/Fatturato			Ammortamenti/Investimenti				
		2019	2018	2017	2019	2018	2017		
Micro	<i>Media</i>	9,93%	14,12%	10,13%	5,71	5,16	3,18		
	<i>Mediana</i>	3,73%	4,22%	4,32%	1,54	1,27	1,20		
Pmi	<i>Media</i>	12,25%	13,17%	13,65%	3,02	2,70	2,46		
	<i>Mediana</i>	6,73%	5,93%	5,34%	1,06	1,37	1,30		

7. ANALISI DI BENCHMARK

Per poter 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 le performance degli alberghi di un altro capoluogo di provincia del Nord Italia, Torino. Sulla base dei dati riportati dal report DataTur del marzo 2021 la provincia di Torino si colloca al 53° posto (su 107) per composizione dell'offerta alberghiera, mentre la provincia di Genova si trova al 44° posto. Inoltre, lo stesso report sottolinea che negli esercizi 2018 e 2019 le due realtà presentano valori simili del tasso di occupazione delle camere, nel ricavo medio delle camere occupate e nel ricavo medio per camera disponibile. Alla luce di tali considerazioni risultano evidenti le similarità delle due realtà e 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 (42) si presenta molto simile a quello degli alberghi del Comune di Genova (38). Il confronto dei dati di bilancio permette di evidenziare un incremento del volume d'affari anche nel contesto torinese, dal momento che il fatturato mostra un incremento nel quadriennio, seppure più contenuto di quello degli alberghi del Comune di Genova (variazione media annua: +3%) (Tabella 10). L'incremento del fatturato risulta evidente soprattutto per gli alberghi a 5 stelle, il cui valore vede un incremento dell'8,2%. In maniera analoga anche il rapporto tra fatturato e numero di camere evidenzia un trend crescente per il contesto torinese (+2,2%), con un valore di tale indicatore leggermente più alto di quello del Comune di Genova.

Gli alberghi del comune di Torino presentano una redditività operativa (ROI) crescente lungo il quadriennio considerato, evidenziando un trend opposto rispetto a quello riscontrato nel Comune di Genova. Tale differenza può essere ricondotta a un diverso andamento dei costi operativi, che condiziona la capacità degli alberghi genovesi di ottenere margini positivi. Gli alberghi torinesi registrano, a titolo di esempio, un più contenuto incremento dei costi del personale (1,94%) rispetto agli alberghi genovesi (incremento nel quadriennio del 5,98%). Gli

alberghi del Comune di Torino presentano, inoltre, una più elevata velocità di rotazione del capitale investito, che registra un incremento dell'11,5% (Tabella 11).

Gli investimenti si riducono in entrambe le realtà con l'eccezione delle microimprese del Comune di Torino, che evidenziano una tendenza verso la crescita dimensionale e lo sviluppo delle strutture alberghiere (rapporto tra ammortamenti e investimenti inferiore a 1 nel 2019 e nel 2018). Per gli altri alberghi, torinesi e genovesi, si evidenzia invece una scarsa capacità di effettuare investimenti espansivi (rapporto tra ammortamenti e investimenti superiore all'unità) (Tabella 12).

Il peso dei debiti è maggiore negli alberghi del Comune di Torino, come evidenziato dal valore del rapporto tra debiti e risorse apportate dai soci (Tabella 13). In particolare, risultano accresciuti i debiti a medio/lungo termine che presentano un tasso di crescita dell'11%, mentre più contenuto è l'incremento dei debiti a breve termine (+2,29%). Tale andamento si accompagna ad una riduzione del rapporto tra EBITDA e interessi passivi, che si presenta inferiore a quello del Comune di Genova. Negli alberghi del Comune di Torino, infatti, si riscontra un incremento degli interessi passivi nel corso del quadriennio dell'8,3% (Comune di Genova: -1,6%). Tale dato suggerisce una maggiore difficoltà a fare fronte ai costi connessi con l'indebitamento per gli alberghi del Comune di Torino, anche se occorre precisare che i valori non raggiungono soglie che possano essere considerate critiche.

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 €)				Valore aggiunto (migliaia di €)				Fatturato/ nr.camere			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
<i>Per dimensione</i>																	
Micro	<i>Media</i>	802	598	606	572	1.407	1.051	1.007	1.018	183	156	149	144	18,74	14,77	15,37	16,21
	<i>Mediana</i>	626	344	375	376	702	378	365	483	200	137	154	159	21,45	16,83	14,94	15,82
Pmi	<i>Media</i>	3.596	3.272	2.975	2.893	8.278	7.603	7.785	7.853	1.453	1.313	1.194	1.148	37,69	36,54	31,57	30,50
	<i>Mediana</i>	2.567	2.243	2.206	2.016	3.026	2.982	2.785	2.839	798	962	862	790	31,35	31,01	29,81	27,59
<i>Per categoria</i>																	
5 STELLE	<i>Media</i>	6.608	6.569	4.261	4.820	13.173	13.260	12.243	22.493	2.076	2.125	1.745	3.000	63,07	63,44	39,35	40,17
	<i>Mediana</i>	6.608	6.569	4.261	4.820	13.173	13.260	12.243	22.493	2.076	2.125	1.745	3.000	63,07	63,44	39,35	40,17
4 STELLE	<i>Media</i>	4.346	3.854	3.563	3.403	11.929	10.318	10.295	9.887	1.850	1.627	1.409	1.264	35,40	32,38	29,70	28,07
	<i>Mediana</i>	2.930	2.853	2.980	2.931	3.905	2.790	2.775	2.846	1.359	1.300	1.138	1.009	32,38	31,01	29,93	28,00
3 STELLE	<i>Media</i>	1.659	1.418	1.497	1.451	2.098	2.161	2.346	2.300	575	497	533	511	25,90	25,20	27,39	28,61
	<i>Mediana</i>	1.376	1.323	1.385	1.328	1.298	1.253	1.404	1.259	410	369	440	480	23,60	23,07	24,25	25,07
< 3 STELLE	<i>Media</i>	569	477	378	403	2.426	1.749	1.737	2.107	253	218	178	185	30,49	25,03	15,03	13,52
	<i>Mediana</i>	525	344	375	389	875	446	299	755	258	137	154	172	16,68	16,95	14,94	13,88
Totali	<i>Media</i>	2.664	2.294	2.164	2.077	5.988	5.206	5.466	5.451	1.030	890	837	795	32,36	29,89	27,15	26,81
	<i>Mediana</i>	1.515	1.363	1.443	1.334	2.208	1.468	1.724	1.579	643	458	450	485	27,41	24,25	25,03	25,07

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

		ROI				ROS				EBITDA/V			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
<i>Per dimensione</i>													
Micro	<i>Media</i>	6,93%	3,58%	0,99%	5,09%	3,40%	4,49%	0,88%	8,22%	4,47%	15,25%	10,85%	18,32%
	<i>Mediana</i>	1,93%	1,50%	1,40%	4,86%	4,72%	1,14%	1,19%	2,93%	7,56%	4,10%	4,32%	11,05%
Pmi	<i>Media</i>	3,97%	3,02%	1,98%	2,61%	5,02%	2,80%	3,71%	5,11%	13,85%	11,85%	13,77%	15,69%
	<i>Mediana</i>	3,90%	2,69%	1,75%	1,64%	4,82%	3,93%	4,37%	4,97%	12,89%	11,04%	12,69%	15,51%
<i>Per categoria</i>													
5 STELLE	<i>Media</i>	2,08%	0,40%	0,25%	0,42%	2,68%	-0,02%	0,76%	1,98%	9,06%	6,48%	8,18%	15,18%
	<i>Mediana</i>	2,08%	0,40%	0,25%	0,42%	2,68%	-0,02%	0,76%	1,98%	9,06%	6,48%	8,18%	15,18%
4 STELLE	<i>Media</i>	5,49%	3,22%	0,49%	1,49%	4,62%	4,64%	3,63%	8,69%	13,34%	15,69%	13,90%	18,68%
	<i>Mediana</i>	4,17%	2,11%	2,34%	3,87%	5,04%	4,07%	0,91%	2,13%	11,21%	10,45%	9,68%	9,82%
3 STELLE	<i>Media</i>	6,64%	4,58%	3,39%	5,38%	6,35%	4,14%	2,41%	5,18%	13,14%	10,73%	9,61%	12,98%
	<i>Mediana</i>	4,12%	2,88%	1,89%	3,95%	6,46%	3,25%	2,56%	5,33%	11,74%	11,25%	9,95%	14,16%
< 3 STELLE	<i>Media</i>	2,32%	0,58%	-0,81%	2,50%	1,43%	0,56%	2,90%	4,80%	13,86%	12,08%	15,69%	18,56%
	<i>Mediana</i>	3,26%	1,22%	1,02%	1,61%	3,03%	1,14%	2,73%	2,50%	9,19%	7,93%	9,83%	12,18%
Totali	<i>Media</i>	4,95%	3,20%	1,64%	3,48%	4,48%	3,42%	2,74%	6,20%	10,72%	13,10%	12,77%	16,62%
	<i>Mediana</i>	3,64%	2,05%	1,59%	2,91%	4,82%	2,18%	1,90%	3,10%	10,74%	10,45%	9,89%	13,32%

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

		ROTAZIONE CI				Investimenti/Fatturato			Ammortamenti/Investimenti		
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2019	2018	2017
<i>Per dimensione</i>											
Micro	<i>Media</i>	1,41	2,76	1,22	1,09	12,99%	18,94%	8,72%	1,75	1,07	5,44
	<i>Mediana</i>	1,33	0,87	1,03	0,82	2,61%	2,05%	1,97%	0,25	0,44	1,27
Pmi	<i>Media</i>	0,98	0,93	0,82	0,83	13,37%	-6,12%	8,12%	5,41	2,86	6,60
	<i>Mediana</i>	0,90	0,77	0,54	0,46	4,15%	3,37%	6,15%	2,76	2,18	1,53
<i>Per categoria</i>											
5 STELLE	<i>Media</i>	1,19	1,20	0,75	0,21	5,29%	15,27%	7,64%	8,86	0,57	1,53
	<i>Mediana</i>	1,19	1,20	0,75	0,21	5,29%	15,27%	7,64%	8,86	0,57	1,53
4 STELLE	<i>Media</i>	1,04	1,04	1,01	0,97	21,24%	12,56%	11,16%	6,15	3,57	6,85
	<i>Mediana</i>	0,56	0,57	0,40	0,41	3,39%	1,12%	4,83%	2,28	2,87	1,00
3 STELLE	<i>Media</i>	1,26	2,23	1,02	0,99	3,97%	4,55%	5,89%	3,10	1,74	4,48
	<i>Mediana</i>	1,09	1,04	0,98	0,89	2,82%	3,20%	2,59%	1,70	1,14	0,96
< 3 STELLE	<i>Media</i>	1,03	1,01	0,88	0,86	37,94%	18,38%	11,14%	2,13	1,32	7,34
	<i>Mediana</i>	0,98	0,87	0,68	0,65	9,95%	21,17%	12,41%	1,35	0,24	1,78
Totali	<i>Media</i>	1,13	1,60	0,96	0,92	13,24%	10,28%	8,33%	4,23	2,28	6,20
	<i>Mediana</i>	1,02	0,87	0,73	0,66	3,30%	2,88%	4,83%	1,83	1,39	1,53

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				CCNOp (migliaia di €)			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
<i>Per dimensione</i>																	
Micro	<i>Media</i>	2,13	2,77	3,09	5,72	14,81	34,90	28,68	56,28	154,56	177,25	13,54	1,94	121,88	107,95	151,63	163,05
	<i>Mediana</i>	2,04	1,86	1,80	2,35	9,53	19,15	6,15	39,08	-52,34	-70,90	-46,27	-68,30	126,58	94,51	105,05	104,92
Pmi	<i>Media</i>	8,50	10,30	8,51	6,42	18,91	34,97	30,86	34,97	2.488,90	2.418,02	2.448,16	3.082,99	652,51	385,70	153,71	-36,37
	<i>Mediana</i>	1,59	2,22	2,53	2,54	12,29	29,87	13,91	11,17	362,60	408,93	322,56	725,87	80,26	205,56	37,58	33,57
<i>Per categoria</i>																	
5 STELLE	<i>Media</i>	14,22	16,40	13,09	0,40	4,15	37,41	49,32	5,32	2.848,84	3.030,18	2.064,06	2.215,90	-3.821,51	-3.348,96	-3.266,57	-3.209,73
	<i>Mediana</i>	14,22	16,40	13,09	0,40	4,15	37,41	49,32	5,32	2.848,84	3.030,18	2.064,06	2.215,90	-3.821,51	-3.348,96	-3.266,57	-3.209,73
4 STELLE	<i>Media</i>	10,68	12,48	9,48	8,12	25,87	37,06	38,66	45,22	3.492,55	3.562,87	3.639,88	4.220,99	1.488,17	1.020,17	627,27	241,99
	<i>Mediana</i>	1,95	5,29	6,41	7,67	23,40	25,31	11,98	18,95	142,69	635,97	-10,82	1.503,87	223,16	570,55	88,39	118,64
3 STELLE	<i>Media</i>	3,20	3,27	4,02	5,56	17,30	35,97	16,35	41,92	710,92	720,22	774,16	974,63	128,76	126,31	88,61	92,12
	<i>Mediana</i>	1,44	1,26	1,94	2,54	11,68	25,11	11,77	20,41	34,69	208,12	235,53	307,65	83,22	37,45	75,22	13,60
< 3 STELLE	<i>Media</i>	4,65	9,77	7,05	5,59	23,11	25,06	26,22	34,99	301,15	287,87	258,73	356,92	-155,55	-128,49	-87,05	-62,90
	<i>Mediana</i>	1,81	1,86	1,96	2,17	11,61	6,77	6,15	7,83	301,15	287,87	258,73	356,92	-155,55	-128,49	-87,05	-62,90
Totali	<i>Media</i>	6,38	7,55	6,66	6,17	17,46	34,94	30,17	42,28	1.821,95	1.722,61	1.886,32	2.413,20	500,90	299,50	153,23	6,98
	<i>Mediana</i>	1,68	1,87	1,99	2,49	11,68	19,75	11,98	19,10	186,22	217,31	167,73	350,78	98,66	128,70	69,77	53,98

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 che internazionale, rendendo di particolare interesse il confronto effettuato nel presente studio.

I dati di bilancio degli alberghi della Versilia mostrano anche per questa realtà un incremento del fatturato nel periodo 2016-2019 superiore a quello degli alberghi della Riviera ligure. L'aumento del fatturato nella Riviera è infatti pari all'1,8% mentre in Versilia risulta pari al 3%, con un dato decisamente più elevato soprattutto negli alberghi a 5 stelle (+6,6%) (Tabella 14). Nonostante ciò, il fatturato per camera degli alberghi della Versilia rimane pressoché stabile nel quadriennio (+0,05%) mantenendosi su valori inferiori a quelli della Riviera.

Inoltre, in linea con quanto già illustrato per la Riviera ligure, la Versilia mostra un peggioramento dei margini sulle vendite, che è però compensato dall'aumentata velocità di rotazione del capitale investito. I dati, infatti, mostrano un calo del ROS e del rapporto tra EBITDA e fatturato (con l'eccezione per entrambi questi indici degli hotel a 5 stelle). Complessivamente, per gli alberghi della Versilia (Tabella 15) mostrano una maggiore redditività operativa, ossia una migliore capacità di remunerazione degli investimenti, rispetto ai loro competitor della Riviera ligure, con un miglioramento del rapporto tra fatturato e capitale investito (ROI).

Gli alberghi della Versilia mostrano una minor propensione per gli investimenti. La quota di fatturato assorbita da nuovi investimenti risulta, per tali alberghi, pari a 3,96% (Riviera ligure: 6,33%), anche se con una crescita di questa percentuale nel tempo superiore a quella degli alberghi della Riviera ligure. Tale tendenza è confermata anche dal rapporto tra ammortamenti e investimenti, anch'esso crescente per le imprese della Versilia (+4,7%), a differenza della Riviera ligure, dove tale indicatore rimane pressoché costante. È di particolare interesse notare che questo indicatore si presenta inferiore all'unità in tutti gli anni considerati per gli alberghi a 4 stelle della Versilia, indicando investimenti volti alla crescita strutturale degli alberghi.

L'analisi del profilo dell'indebitamento mette in luce differenze tra le due aree. Gli alberghi della Riviera ligure mostrano una riduzione dell'indebitamento, mentre gli alberghi della Versilia hanno registrato un aumento del peso dell'indebitamento nel quadriennio (+2,2%) (Tabella 17), senza tuttavia compromettere la sostenibilità del debito, come dimostra il rapporto tra EBITDA e interessi passivi.

Nel complesso, la redditività degli alberghi della Versilia appare superiore a quella degli alberghi della Riviera ligure. Anche in Versilia all'aumento del fatturato si è accompagnata una riduzione dei margini, che è stata tuttavia compensata da una maggiore rotazione del capitale, che si riflette in un miglioramento della capacità di remunerare gli investimenti. Le imprese della Versilia mostrano tuttavia una inferiore propensione agli investimenti, che rimangono inferiori a quelli effettuati dagli alberghi della Riviera ligure.

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 €)				Valore aggiunto (migliaia di €)				Fatturato/ nr.camere			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
<i>Per dimensione</i>																	
Micro	<i>Media</i>	363	370	347	332	946	977	941	1.022	149	137	143	146	17,73	19,26	18,04	16,79
	<i>Mediana</i>	309	313	288	285	474	477	500	528	131	110	108	118	15,13	15,91	14,64	13,92
Pmi	<i>Media</i>	2.224	2.202	2.218	2.048	3.515	3.586	3.508	3.351	1.058	1.040	1.074	981	72,97	71,07	73,22	68,67
	<i>Mediana</i>	996	957	966	908	1.813	1.831	1.783	1.840	520	505	524	497	24,68	23,37	22,59	25,44
<i>Per categoria</i>																	
5 STELLE	<i>Media</i>	7.186	6.790	6.790	6.054	11.267	11.368	10.912	10.137	3.248	3.074	3.249	2.793	225,06	210,87	210,95	189,96
	<i>Mediana</i>	8.178	7.409	6.907	6.323	9.835	10.112	8.467	6.546	3.467	2.958	2.772	2.242	132,08	130,45	144,41	119,50
4 STELLE	<i>Media</i>	1.343	1.389	1.263	1.226	2.261	2.289	1.982	1.918	687	698	621	615	31,77	31,84	31,47	31,21
	<i>Mediana</i>	1.094	1.104	1.020	955	1.897	1.876	1.755	1.768	571	593	474	491	25,86	26,95	24,06	25,72
3 STELLE	<i>Media</i>	474	481	453	419	1.007	1.047	1.048	1.110	207	196	198	193	18,13	19,33	18,04	16,40
	<i>Mediana</i>	437	423	388	374	514	528	516	563	171	146	139	162	15,25	16,05	15,54	15,08
Totali	<i>Media</i>	1.220	1.185	1.149	1.088	2.129	2.137	2.041	2.048	567	538	542	514	46,66	45,17	45,63	42,73
	<i>Mediana</i>	597	567	582	529	698	702	697	696	266	204	245	232	18,08	19,32	18,88	17,73

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

		ROI				ROS				EBITDAV			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
<i>Per dimensione</i>													
Micro	<i>Media</i>	2,85%	2,90%	5,14%	9,37%	5,37%	4,44%	5,47%	5,91%	15,44%	11,14%	18,28%	19,41%
	<i>Mediana</i>	2,19%	2,69%	2,22%	2,38%	3,47%	4,04%	6,02%	5,69%	10,73%	9,45%	14,54%	16,78%
Pmi	<i>Media</i>	9,34%	6,98%	12,79%	9,84%	9,29%	7,71%	9,44%	7,92%	17,07%	15,43%	16,58%	16,34%
	<i>Mediana</i>	5,38%	3,52%	5,10%	4,79%	6,26%	5,74%	6,10%	6,07%	15,57%	12,84%	15,29%	16,54%
<i>Per categoria</i>													
5 STELLE	<i>Media</i>	5,27%	5,49%	11,23%	7,13%	4,52%	1,49%	4,87%	2,47%	9,15%	9,12%	12,29%	8,93%
	<i>Mediana</i>	5,47%	2,00%	2,31%	1,15%	6,06%	2,22%	6,10%	4,49%	12,57%	5,66%	9,76%	9,56%
4 STELLE	<i>Media</i>	9,22%	5,49%	10,44%	10,72%	9,83%	6,64%	8,02%	8,35%	16,93%	13,38%	14,64%	16,71%
	<i>Mediana</i>	3,82%	3,96%	4,75%	5,40%	7,52%	5,13%	5,91%	6,52%	16,12%	12,24%	14,33%	16,21%
3 STELLE	<i>Media</i>	4,77%	4,38%	7,14%	9,70%	6,56%	6,32%	6,86%	7,17%	16,99%	13,77%	19,46%	22,34%
	<i>Mediana</i>	4,51%	3,34%	2,82%	3,20%	4,23%	5,46%	5,94%	6,21%	12,33%	11,68%	14,78%	18,93%
Totali	<i>Media</i>	5,83%	4,66%	8,51%	9,58%	7,17%	5,89%	7,17%	6,80%	16,19%	13,05%	17,55%	18,06%
	<i>Mediana</i>	4,25%	2,94%	3,48%	3,53%	5,43%	5,04%	6,10%	5,69%	12,57%	11,68%	15,29%	16,78%

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

		ROTAZIONE CI				Investimenti/Fatturato			Ammortamenti/Investimenti		
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2019	2018	2017
<i>Per dimensione</i>											
Micro	<i>Media</i>	1,38	1,27	1,26	1,19	5,28%	79,10%	12,50%	3,38	5,33	5,46
	<i>Mediana</i>	0,62	0,60	0,53	0,43	3,39%	2,10%	1,65%	1,90	2,05	1,20
Pmi	<i>Media</i>	1,30	1,30	1,34	1,17	9,61%	18,35%	13,78%	1,98	2,27	2,58
	<i>Mediana</i>	0,97	0,94	0,91	0,94	4,11%	8,94%	6,22%	1,08	0,62	0,86
<i>Per categoria</i>											
5 STELLE	<i>Media</i>	0,84	0,85	0,95	0,98	4,21%	4,11%	10,59%	2,25	7,86	10,00
	<i>Mediana</i>	0,83	0,73	0,75	0,93	4,26%	4,61%	0,79%	1,17	1,13	4,62
4 STELLE	<i>Media</i>	1,27	1,17	1,23	1,19	14,20%	19,30%	4,89%	1,14	1,79	1,60
	<i>Mediana</i>	0,71	0,84	0,91	0,96	6,52%	12,71%	10,06%	0,93	0,52	0,85
3 STELLE	<i>Media</i>	1,47	1,43	1,39	1,26	5,23%	76,60%	16,81%	3,32	4,38	4,63
	<i>Mediana</i>	0,98	1,12	0,76	0,69	3,49%	3,23%	1,81%	1,82	2,04	1,18
Totali	<i>Media</i>	1,35	1,29	1,30	1,18	7,27%	52,92%	13,06%	2,68	3,96	4,17
	<i>Mediana</i>	0,83	0,85	0,89	0,70	3,96%	4,18%	2,63%	1,32	0,92	1,15

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

		RAPPORTO DI INDEB.				EBITDA/OF				PFN				CCNOp (migliaia di €)			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
<i>Per dimensione</i>																	
Micro	<i>Media</i>	4,71	7,61	5,65	3,65	34,75	20,38	39,49	13,18	530,73	749,37	529,64	497,68	98,42	106,81	186,75	259,28
	<i>Mediana</i>	1,36	1,97	1,36	1,31	6,74	9,66	11,87	9,04	151,96	153,14	115,20	313,42	24,64	23,47	46,70	141,12
Pmi	<i>Media</i>	3,30	3,98	3,63	3,41	40,22	21,61	37,70	16,07	1.176,51	1.553,44	1.324,55	1.308,23	960,69	1.261,72	852,60	814,18
	<i>Mediana</i>	1,65	1,98	1,83	1,57	11,21	9,72	12,50	9,76	754,57	937,47	628,55	771,52	223,24	592,46	348,91	333,98
<i>Per categoria</i>																	
5 STELLE	<i>Media</i>	3,92	4,42	5,87	7,56	33,28	15,73	30,51	9,93	2.669,18	3.303,87	3.636,66	2.536,68	2.963,67	2.933,26	2.843,23	1.784,56
	<i>Mediana</i>	1,65	2,13	1,66	1,24	11,33	7,37	6,15	3,64	1.689,26	1.903,17	2.271,03	771,52	2.961,23	2.748,78	2.459,14	1.321,51
4 STELLE	<i>Media</i>	3,69	2,41	3,35	2,37	54,30	23,86	50,70	17,79	548,00	488,32	59,84	322,54	206,18	429,92	163,54	213,74
	<i>Mediana</i>	1,84	1,84	2,15	0,99	15,82	17,88	13,61	11,90	529,41	898,90	105,21	134,63	113,02	548,37	144,90	268,96
3 STELLE	<i>Media</i>	3,92	6,56	5,03	3,29	31,68	19,95	33,61	13,90	604,59	846,15	880,29	719,07	128,84	129,22	205,07	241,38
	<i>Mediana</i>	1,22	1,83	1,42	1,77	7,67	10,19	11,87	9,86	181,67	228,26	618,39	636,59	23,10	26,74	63,65	88,74
Totali	<i>Media</i>	4,06	6,00	4,78	3,54	37,22	20,92	38,73	14,52	889,49	1.151,41	1.006,59	999,45	577,46	684,26	586,26	602,79
	<i>Mediana</i>	1,65	1,97	1,66	1,51	10,35	9,66	12,26	9,52	304,25	746,72	352,44	561,15	26,16	42,53	151,19	268,96

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 €)			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
<i>Per area geografica</i>													
Comune di Genova	<i>Media</i>	1.329	1.215	1.178	1.213	2.343	2.214	2.158	2.339	534	511	490	515
	<i>Mediana</i>	908	622	631	635	972	734	581	698	277	348	259	301
Riviera	<i>Media</i>	1.306	1.242	1.250	1.200	3.281	3.189	3.200	3.163	675	634	641	613
	<i>Mediana</i>	729	696	722	680	820	779	730	776	344	321	341	334
<i>Per Provincia</i>													
Genova	<i>Media</i>	1.919	1.802	1.792	1.730	4.083	3.966	3.895	3.939	949	892	908	874
	<i>Mediana</i>	883	689	669	672	942	742	633	767	326	325	313	301
Imperia	<i>Media</i>	1.163	1.077	1.082	1.089	4.283	4.082	4.126	4.241	592	525	531	535
	<i>Mediana</i>	751	768	725	694	746	703	699	733	356	312	340	334
La Spezia	<i>Media</i>	862	825	788	758	1.441	1.484	1.584	1.569	412	415	379	373
	<i>Mediana</i>	729	734	719	676	914	900	983	1.028	339	334	323	329
Savona	<i>Media</i>	1.022	983	1.006	961	2.308	2.221	2.178	2.118	527	499	502	476
	<i>Mediana</i>	713	614	710	736	887	887	814	718	329	316	365	334
<i>Per dimensione</i>													
Micro	<i>Media</i>	424	409	421	392	1.285	1.323	1.350	1.382	190	189	191	175
	<i>Mediana</i>	368	374	363	338	521	465	399	404	171	153	152	144
Pmi	<i>Media</i>	2.165	2.143	2.107	2.019	4.947	4.941	4.847	4.733	1.103	1.080	1.069	1.025
	<i>Mediana</i>	1.261	1.256	1.221	1.208	1.590	1.637	1.525	1.436	600	626	629	598

		Fatturato (migliaia di €)				Capitale investito (migliaia di €)				Valore aggiunto (migliaia di €)			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
<i>Per categoria</i>													
5 STELLE	<i>Media</i>	8.289	7.516	7.831	7.555	15.518	15.493	15.187	14.385	4.456	3.951	4.229	4.082
	<i>Mediana</i>	6.506	5.815	6.631	6.208	11.417	10.465	9.838	9.099	2.991	2.815	3.193	3.203
4 STELLE	<i>Media</i>	1.908	1.844	1.843	1.737	6.361	6.288	6.414	6.368	956	915	918	862
	<i>Mediana</i>	1.520	1.431	1.431	1.459	2.485	2.514	2.565	2.583	778	717	752	750
3 STELLE	<i>Media</i>	698	691	694	681	1.255	1.213	1.212	1.219	328	333	328	323
	<i>Mediana</i>	569	554	555	546	631	598	591	596	264	279	259	253
< 3 STELLE	<i>Media</i>	339	319	322	288	451	507	497	484	151	133	136	117
	<i>Mediana</i>	293	284	309	260	331	253	228	224	100	103	114	79
Totali	<i>Media</i>	1.310	1.238	1.239	1.202	3.148	3.052	3.047	3.050	655	616	619	600
	<i>Mediana</i>	739	692	696	680	900	773	708	776	340	327	326	329

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

		Fatturato per camera			
		2019	2018	2017	2016
<i>Per area geografica</i>					
Comune di Genova	<i>Media</i>	28,86	24,92	23,77	23,43
	<i>Mediana</i>	26,35	23,68	23,47	21,62
Riviera	<i>Media</i>	31,75	31,25	31,16	29,12
	<i>Mediana</i>	24,11	23,65	23,87	23,11
<i>Per Provincia</i>					
Genova	<i>Media</i>	37,33	35,43	35,18	33,22
	<i>Mediana</i>	26,48	26,64	26,11	24,86
Imperia	<i>Media</i>	26,63	24,79	24,34	23,61
	<i>Mediana</i>	22,03	19,86	17,89	18,81
La Spezia	<i>Media</i>	32,57	33,45	31,51	28,61
	<i>Mediana</i>	24,11	22,55	23,09	22,30
Savona	<i>Media</i>	26,70	26,27	27,01	25,53
	<i>Mediana</i>	21,13	20,57	22,75	22,40
<i>Per dimensione</i>					
Micro	<i>Media</i>	20,38	20,04	20,25	18,24
	<i>Mediana</i>	16,89	16,27	16,68	16,71
Pmi	<i>Media</i>	41,33	41,06	39,91	37,94
	<i>Mediana</i>	30,43	31,15	30,45	29,90

		Fatturato per camera			
		2019	2018	2017	2016
<i>Per categoria</i>					
5 STELLE	<i>Media</i>	106,69	99,57	100,42	96,90
	<i>Mediana</i>	77,05	64,33	70,43	68,13
4 STELLE	<i>Media</i>	37,55	36,27	36,04	33,51
	<i>Mediana</i>	31,34	31,40	31,57	30,72
3 STELLE	<i>Media</i>	24,40	24,51	24,23	22,98
	<i>Mediana</i>	21,77	21,47	20,93	20,45
< 3 STELLE	<i>Media</i>	20,74	19,22	19,47	16,95
	<i>Mediana</i>	15,19	12,55	14,23	12,45
Totali	<i>Media</i>	31,32	30,33	30,04	28,31
	<i>Mediana</i>	24,22	23,68	23,86	22,92

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

		ROI				ROS				EBITDAV			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
<i>Per area geografica</i>													
Comune di Genova	<i>Media</i>	3,37%	4,22%	3,65%	9,14%	5,34%	2,70%	5,45%	4,38%	12,24%	10,27%	13,05%	6,24%
	<i>Mediana</i>	3,90%	1,72%	1,99%	5,70%	3,10%	2,01%	2,14%	5,62%	11,55%	11,25%	14,94%	14,26%
Riviera	<i>Media</i>	5,30%	4,87%	7,24%	7,22%	6,48%	8,04%	7,70%	8,38%	16,75%	17,52%	16,87%	16,56%
	<i>Mediana</i>	3,70%	3,57%	4,22%	4,81%	4,80%	4,81%	6,00%	6,39%	15,55%	14,79%	16,17%	16,19%
<i>Per Provincia</i>													
Genova	<i>Media</i>	6,07%	6,02%	6,45%	8,80%	7,20%	6,12%	7,48%	8,02%	15,72%	15,12%	15,67%	14,78%
	<i>Mediana</i>	4,62%	3,10%	4,37%	5,67%	7,07%	4,04%	5,22%	6,84%	14,22%	13,26%	15,70%	16,32%
Imperia	<i>Media</i>	2,87%	0,75%	4,65%	4,63%	3,37%	3,25%	3,04%	3,87%	12,80%	10,48%	11,49%	7,41%
	<i>Mediana</i>	1,91%	1,80%	2,74%	3,52%	3,02%	2,53%	3,91%	3,81%	12,69%	10,33%	13,13%	13,03%
La Spezia	<i>Media</i>	6,51%	10,47%	8,57%	10,23%	7,61%	14,32%	10,18%	11,92%	17,71%	24,17%	18,48%	18,26%
	<i>Mediana</i>	5,10%	5,30%	6,42%	7,26%	7,64%	8,28%	8,66%	8,52%	19,14%	21,49%	21,65%	19,85%
Savona	<i>Media</i>	4,55%	2,79%	7,35%	6,26%	6,78%	7,23%	8,73%	7,88%	18,12%	17,66%	19,17%	19,07%
	<i>Mediana</i>	3,68%	2,92%	4,61%	4,82%	4,71%	4,77%	6,38%	6,00%	16,01%	14,81%	18,48%	16,32%
<i>Per dimensione</i>													
Micro	<i>Media</i>	4,65%	3,79%	5,49%	5,81%	6,75%	8,27%	7,85%	8,29%	17,16%	17,72%	16,44%	16,08%
	<i>Mediana</i>	3,82%	3,24%	3,92%	4,78%	4,75%	4,05%	6,45%	6,76%	16,90%	14,79%	16,37%	16,44%
Pmi	<i>Media</i>	5,38%	5,79%	7,98%	9,16%	5,90%	6,22%	6,86%	7,36%	15,09%	15,21%	16,16%	14,16%
	<i>Mediana</i>	3,69%	3,54%	4,38%	5,09%	4,98%	4,55%	5,45%	5,86%	14,43%	13,58%	14,94%	15,93%

		ROI				ROS				EBITDAV			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
<i>Per categoria</i>													
5 STELLE	<i>Media</i>	4,66%	2,18%	4,32%	4,88%	7,94%	10,55%	9,21%	13,76%	17,51%	19,82%	17,34%	23,00%
	<i>Mediana</i>	2,63%	0,61%	3,39%	3,08%	3,32%	1,35%	3,47%	5,47%	15,72%	13,26%	16,03%	14,93%
4 STELLE	<i>Media</i>	4,69%	4,33%	7,94%	8,07%	5,46%	6,88%	8,57%	7,91%	16,31%	16,72%	18,39%	11,80%
	<i>Mediana</i>	3,64%	3,38%	4,54%	3,94%	6,67%	5,37%	6,38%	6,49%	15,84%	17,79%	17,50%	16,74%
3 STELLE	<i>Media</i>	5,06%	5,03%	5,66%	7,78%	6,72%	7,84%	6,71%	8,08%	16,02%	16,92%	15,77%	16,61%
	<i>Mediana</i>	3,82%	3,79%	3,94%	5,72%	4,42%	4,55%	5,70%	6,42%	14,88%	13,87%	15,87%	14,71%
< 3 STELLE	<i>Media</i>	5,92%	5,41%	9,49%	5,87%	5,62%	4,73%	7,25%	4,88%	15,55%	13,34%	14,30%	13,25%
	<i>Mediana</i>	3,90%	2,01%	5,42%	7,30%	3,39%	2,35%	6,26%	5,09%	13,77%	11,98%	14,02%	14,65%
Totali	<i>Media</i>	5,03%	4,78%	6,74%	7,48%	6,32%	7,29%	7,37%	7,83%	16,11%	16,52%	16,31%	15,12%
	<i>Mediana</i>	3,71%	3,42%	4,18%	4,93%	4,79%	4,55%	5,85%	6,10%	15,07%	14,17%	15,89%	16,01%

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

		ROTAZIONE CI				Investimenti/Fatturato			Ammortamenti/Investimenti		
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2019	2018	2017
<i>Per area geografica</i>											
Comune di Genova	<i>Media</i>	1,06	1,13	1,21	1,16	4,87%	9,04%	6,71%	5,21	3,50	4,05
	<i>Mediana</i>	0,98	0,92	0,98	0,98	1,65%	3,06%	2,76%	1,70	1,64	1,20
Riviera	<i>Media</i>	1,11	1,13	1,15	1,16	12,14%	14,44%	12,72%	4,18	4,01	2,62
	<i>Mediana</i>	0,79	0,84	0,89	0,82	6,33%	5,59%	5,08%	1,24	1,30	1,23
<i>Per Provincia</i>											
Genova	<i>Media</i>	1,00	1,06	1,13	1,04	8,10%	10,04%	10,00%	4,45	3,61	3,00
	<i>Mediana</i>	0,88	0,91	0,98	0,87	4,02%	4,38%	4,32%	1,44	1,44	1,09
Imperia	<i>Media</i>	1,05	1,17	1,22	1,24	14,33%	18,73%	13,13%	3,67	3,11	2,52
	<i>Mediana</i>	0,71	0,85	0,97	0,93	7,65%	7,63%	5,06%	0,98	1,06	1,29
La Spezia	<i>Media</i>	1,31	1,10	1,13	1,06	14,73%	9,64%	15,44%	5,58	4,09	2,97
	<i>Mediana</i>	0,87	0,83	0,79	0,70	5,32%	4,47%	5,10%	1,06	1,01	1,13
Savona	<i>Media</i>	1,13	1,21	1,16	1,28	9,78%	16,63%	10,93%	3,86	4,85	2,71
	<i>Mediana</i>	0,71	0,82	0,86	0,86	3,94%	5,17%	5,19%	1,57	1,68	1,40
<i>Per dimensione</i>											
Micro	<i>Media</i>	0,99	1,13	1,12	1,16	9,93%	14,12%	10,13%	5,71	5,16	3,18
	<i>Mediana</i>	0,83	0,84	0,90	0,89	3,73%	4,22%	4,32%	1,54	1,27	1,20
Pmi	<i>Media</i>	1,22	1,14	1,20	1,15	12,25%	13,17%	13,65%	3,02	2,70	2,46
	<i>Mediana</i>	0,84	0,90	0,86	0,80	6,73%	5,93%	5,34%	1,06	1,37	1,30

		ROTAZIONE CI				Investimenti/Fatturato			Ammortamenti/Investimenti		
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2019	2018	2017
<i>Per categoria</i>											
5 STELLE	<i>Media</i>	0,79	0,85	0,82	0,90	32,42%	34,85%	20,44%	3,13	1,26	3,57
	<i>Mediana</i>	0,49	0,46	0,51	0,53	10,44%	12,30%	2,64%	0,74	0,76	0,78
4 STELLE	<i>Media</i>	0,98	0,84	0,92	0,92	13,89%	14,84%	12,69%	4,91	3,84	2,87
	<i>Mediana</i>	0,67	0,62	0,59	0,53	6,60%	5,90%	5,58%	1,42	1,68	1,33
3 STELLE	<i>Media</i>	1,19	1,23	1,24	1,18	8,80%	11,58%	11,18%	4,11	3,91	2,51
	<i>Mediana</i>	0,93	0,92	0,99	0,93	3,94%	4,78%	5,06%	1,27	1,27	1,25
< 3 STELLE	<i>Media</i>	1,07	1,36	1,37	1,59	7,79%	13,31%	10,49%	4,51	5,13	3,75
	<i>Mediana</i>	1,01	0,98	1,04	1,08	4,73%	2,92%	4,33%	1,62	1,10	1,18
Totali	<i>Media</i>	1,11	1,13	1,16	1,16	11,13%	13,65%	11,88%	4,32	3,94	2,82
	<i>Mediana</i>	0,84	0,84	0,89	0,84	5,28%	4,90%	5,03%	1,28	1,34	1,23

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

		RAPPORTO DI INDEBITAMENTO				EBITDA/OF				PFN (migliaia di €)			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
<i>Per area geografica</i>													
Comune di Genova	<i>Media</i>	3,42	3,79	2,53	3,22	25,79	23,08	28,86	27,34	1.241,92	1.351,71	1.537,01	1.590,63
	<i>Mediana</i>	1,14	1,90	2,11	1,71	15,14	19,73	16,55	14,15	-33,04	-8,76	54,14	1,92
Riviera	<i>Media</i>	0,66	2,24	2,24	4,11	28,04	21,43	27,55	25,42	929,74	944,98	958,94	939,77
	<i>Mediana</i>	1,28	1,45	1,27	1,74	12,70	13,65	12,68	12,07	241,34	159,74	179,29	144,31
<i>Per Provincia</i>													
Genova	<i>Media</i>	1,18	3,62	2,84	4,39	25,85	22,94	24,81	24,89	1.160,49	1.087,65	1.172,74	1.182,69
	<i>Mediana</i>	1,18	1,51	1,07	1,67	13,43	15,40	12,14	12,26	63,71	42,12	75,15	60,21
Imperia	<i>Media</i>	-4,05	-1,62	0,83	5,67	28,70	20,77	29,03	25,65	1.987,95	2.047,64	1.957,57	2.100,33
	<i>Mediana</i>	1,84	1,83	1,81	3,32	9,10	11,07	10,99	7,75	212,81	200,41	147,62	119,14
La Spezia	<i>Media</i>	4,03	3,99	3,02	4,81	24,71	21,48	22,43	23,43	396,66	459,73	516,44	506,02
	<i>Mediana</i>	2,82	2,63	1,49	2,14	11,17	14,09	11,89	11,59	241,34	150,21	411,00	412,65
Savona	<i>Media</i>	2,97	3,29	2,25	1,82	31,04	20,96	33,31	28,04	503,85	443,92	531,77	476,76
	<i>Mediana</i>	1,15	1,21	1,11	1,55	17,63	13,16	27,34	18,53	167,62	143,30	80,12	54,99
<i>Per dimensione</i>													
Micro	<i>Media</i>	2,68	2,33	1,60	4,91	24,56	19,18	25,55	23,53	593,52	571,42	671,59	595,34
	<i>Mediana</i>	1,83	2,28	1,17	3,20	10,91	12,13	13,73	12,22	111,06	79,80	109,91	90,47
Pmi	<i>Media</i>	-0,52	2,60	3,00	3,06	30,83	24,31	30,12	27,86	1.255,74	1.322,82	1.331,26	1.375,67
	<i>Mediana</i>	0,99	1,05	1,29	1,20	15,14	16,19	12,89	12,95	223,43	119,12	164,40	199,88

		RAPPORTO DI INDEBITAMENTO				EBITDA/OF				PFN (migliaia di €)			
		2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
<i>Per categoria</i>													
5 STELLE	<i>Media</i>	4,96	1,53	2,45	6,19	30,61	29,40	35,30	35,27	5.454,20	5.456,86	5.431,10	5.034,35
	<i>Mediana</i>	3,72	1,02	2,07	3,64	14,06	18,96	16,46	20,44	3.246,21	2.461,76	2.379,28	2.945,83
4 STELLE	<i>Media</i>	2,23	3,23	3,57	4,29	28,34	22,54	27,57	23,50	1.376,24	1.516,79	1.630,45	1.756,26
	<i>Mediana</i>	0,88	1,66	1,31	1,54	15,63	16,19	15,96	10,99	241,34	216,17	228,79	451,08
3 STELLE	<i>Media</i>	-0,38	1,58	1,89	3,88	27,61	20,99	27,02	25,93	373,79	345,38	409,28	339,97
	<i>Mediana</i>	1,34	1,45	1,14	1,71	10,49	11,93	12,01	12,11	88,30	83,36	109,09	75,99
< 3 STELLE	<i>Media</i>	4,32	4,90	1,38	3,18	25,51	19,97	28,53	25,70	121,98	85,46	105,16	130,82
	<i>Mediana</i>	1,98	2,90	1,62	3,43	17,45	13,91	18,03	14,70	70,43	18,91	-8,24	38,20
Totali	<i>Media</i>	1,05	2,46	2,28	3,99	27,73	21,66	27,73	25,68	977,61	1.004,19	1.042,09	1.034,60
	<i>Mediana</i>	1,27	1,49	1,28	1,74	12,73	13,78	13,13	12,26	162,19	97,38	143,08	111,19

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

		CCNOP (migliaia di €)			
		2019	2018	2017	2016
<i>Per area geografica</i>					
Comune di Genova	<i>Media</i>	290,96	237,38	169,34	96,62
	<i>Mediana</i>	56,57	30,18	23,54	26,11
Riviera	<i>Media</i>	385,92	354,97	435,45	302,92
	<i>Mediana</i>	62,53	62,01	57,84	63,77
<i>Per Provincia</i>					
Genova	<i>Media</i>	685,19	532,68	517,42	284,65
	<i>Mediana</i>	61,69	56,76	57,28	85,12
Imperia	<i>Media</i>	430,95	337,62	591,76	492,08
	<i>Mediana</i>	40,60	92,91	103,30	79,57
La Spezia	<i>Media</i>	132,40	216,31	219,13	177,68
	<i>Mediana</i>	76,47	69,95	50,80	46,14
Savona	<i>Media</i>	128,61	181,12	222,50	170,15
	<i>Mediana</i>	38,50	42,52	30,11	42,79
<i>Per dimensione</i>					
Micro	<i>Media</i>	287,99	361,29	427,33	389,74
	<i>Mediana</i>	56,57	26,85	42,07	45,81
Pmi	<i>Media</i>	431,73	320,59	373,63	182,11
	<i>Mediana</i>	93,04	137,19	70,61	86,92

		CCNOP (migliaia di €)			
		2019	2018	2017	2016
<i>Per categoria</i>					
5 STELLE	<i>Media</i>	2.270,23	1.518,34	2.361,71	825,57
	<i>Mediana</i>	205,17	578,96	1.243,13	1.173,80
4 STELLE	<i>Media</i>	641,11	698,07	724,92	612,59
	<i>Mediana</i>	160,49	152,72	179,52	100,95
3 STELLE	<i>Media</i>	51,85	51,43	68,21	58,45
	<i>Mediana</i>	34,84	46,57	28,86	44,29
< 3 STELLE	<i>Media</i>	81,36	75,66	82,49	56,91
	<i>Mediana</i>	78,74	42,76	69,60	43,43
Totali	<i>Media</i>	371,36	337,85	397,17	272,86
	<i>Mediana</i>	61,69	56,76	56,14	63,49

APPENDICE II. NOTA METODOLOGICA

Analisi degli alberghi liguri

La presente indagine ha per oggetto l'analisi delle performance economico-finanziarie degli alberghi liguri nel quadriennio 2016-2019. 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 2020 o nell'ultimo trimestre del 2019, 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 267 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 1 albergo perché situato al di fuori della Regione Liguria, 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 263 strutture. Si sottolinea che rispetto all'analisi condotta lo scorso anno la popolazione degli alberghi liguri risulta modificata perché sono stati inseriti 18 alberghi non presenti nel database AIDA lo scorso anno, mentre sono state escluse 3 società perché cessate/in liquidazione e 2 società perché non più disponibili nella banca dati AIDA.

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 10 marzo 2021. 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>) ²	Rapporto tra il reddito operativo e il capitale investito medio
ROS (<i>Return on Sales</i>) ³	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 ⁴	Rapporto tra l'EBITDA e il fatturato
Posizione Finanziaria Netta	Debiti finanziari ¹⁰ - disponibilità liquide
Rapporto di indebitamento ⁵	Rapporto tra il Totale debiti e il Patrimonio Netto
Copertura degli interessi passivi ⁶	Rapporto tra l'EBITDA e gli oneri finanziari
Capitale Circolante Netto Operativo	Attivo circolante + Ratei e risconti attivi - Debiti operativi
Investimenti nell'anno	La differenza (in termini assoluti) tra il valore iniziale e il valore finale delle immobilizzazioni
Investimenti/ fatturato	Rapporto tra gli investimenti e il fatturato
Ammortamenti/ investimenti ⁷	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:

² Dati winsorizzati al 1° e 99° percentile.

³ Dati winsorizzati al 5° e 99° percentile.

⁴ Dati winsorizzati al 1° e 99° percentile.

⁵ Dati winsorizzati al 90° percentile. Considerata la distribuzione dei dati la winsorizzazione per gli alberghi della Versilia è avvenuta al 5° e 90° percentile.

⁶ Dati winsorizzati al 5° e 80° percentile.

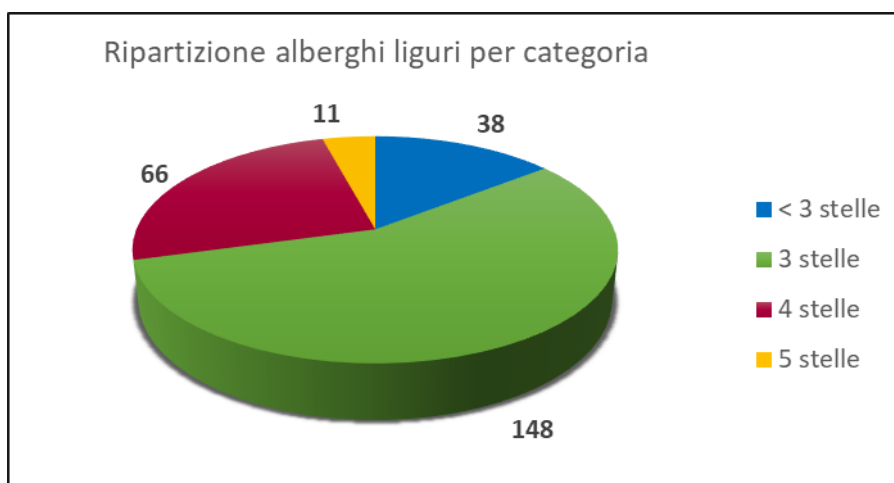
⁷ Dati winsorizzati al 5° e 95° percentile. Considerata la distribuzione dei dati tale grandezza per gli alberghi di Torino è winsorizzata al 10° e 90° percentile.

- 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;
- 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 e nel campione analizzato sono pertanto presenti 141 microimprese e 122 piccole-medie imprese. Nel territorio 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 38 alberghi, mentre i restanti 225 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 42 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	125
- Aziende che presentano fatturato pari a 0 in almeno uno degli anni considerati (2016-2019)	-12
- Aziende costituite nel 2020	-6
- Aziende che hanno dati non disponibili per tutti gli anni considerati (2016-2019)	-14
- Alberghi situati in altre città	-44
- Alberghi non individuabili	-5
- Società con rapporti partecipativi con altre imprese incluse nel campione che ne comportano la duplicazione	-2
Alberghi del Comune di Torino	42

Con riferimento alla determinazione del campione degli alberghi della Versilia si precisa innanzitutto 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 69 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	110
- Aziende che presentano fatturato pari a 0 in almeno uno degli anni considerati (2016-2019)	-20
- Aziende costituite nel 2020	-2
- Aziende che hanno dati non disponibili per tutti gli anni considerati (2016-2019)	-13
- Aziende in liquidazione	-1
- Alberghi situati in altre città	-3
- Alberghi non individuabili	-1
- Società con rapporti partecipativi con altre imprese incluse nel campione che ne comportano la duplicazione	-1
Alberghi della Versilia	69

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 un solo albergo appartiene ad una categoria inferiore alle 3 stelle e pertanto non è stato rappresentato nelle tabelle che riportano la suddivisione per categoria. Invece, per gli alberghi del Comune di Torino si precisa che è presente 1 albergo appartenente alla categoria 5L ed è stato assimilato agli alberghi a 5 stelle.