



# Indagine sull'andamento del settore turistico ricettivo (V wave)

*Dicembre 2021*

# Metodologia

<i>Luglio 2021- III wave</i>	<i>Ottobre 2021- IV wave</i>	<i>Dicembre 2021- V wave</i>
Universo di riferimento Aziende operanti nel settore turistico	Universo di riferimento Aziende operanti nel settore turistico	Universo di riferimento Aziende operanti nel settore turistico
Numerosità campionaria 6000 interviste	Numerosità campionaria 6000 interviste	Numerosità campionaria 6000 interviste
Margine errore (livello di affidabilità 95%) +/- 1.3%	Margine errore (livello di affidabilità 95%) +/- 1.3%	Margine errore (livello di affidabilità 95%) +/- 1.3%
Metodo raccolta informazioni e elaborazione dati Metodo di intervista: CATI Tipo di questionario: strutturato Elaborazione dei dati: SPSS 25.0	Metodo raccolta informazioni e elaborazione dati Metodo di intervista: CATI Tipo di questionario: strutturato Elaborazione dei dati: SPSS 25.0	Metodo raccolta informazioni e elaborazione dati Metodo di intervista: CATI Tipo di questionario: strutturato Elaborazione dei dati: SPSS 25.0
Realizzazione interviste Luglio 2021	Realizzazione interviste Ottobre 2021	Realizzazione interviste Dicembre 2021



# Il campione delle strutture turistiche intervistate

# Campione delle strutture intervistate

*(dati non ponderati)*

## Luglio 2021-III wave

	Totale casi
Hotel 5 stelle + Hotel 4 stelle	406
Hotel 3 stelle	961
Hotel 2 stelle	353
Hotel 1 stella	173
RTA- Residenza Turistico Alberghiera	189
<b>Totale Strutture Alberghiere</b>	<b>2082</b>
Campeggio - Villaggio turistico	178
Agriturismo	1240
Ostello gioventù, Case ferie, Rifugi alpini, ecc	288
Bed and Breakfast	2219
<b>Totale Strutture Extra-Alberghiere</b>	<b>3925</b>
<b>Totale</b>	<b>6007</b>

## Ottobre 2021-IV wave

	Totale casi
Hotel 5 stelle + Hotel 4 stelle	401
Hotel 3 stelle	948
Hotel 2 stelle	344
Hotel 1 stella	165
RTA- Residenza Turistico Alberghiera	182
<b>Totale Strutture Alberghiere</b>	<b>2040</b>
Campeggio - Villaggio turistico	174
Agriturismo	1237
Ostello Gioventù, Case ferie, Rifugi alpini, ecc	284
Bed and Breakfast	2265
<b>Totale Strutture Extra-Alberghiere</b>	<b>3960</b>
<b>Totale</b>	<b>6000</b>

## Dicembre 2021-V wave

	Totale casi
Hotel 5 stelle + Hotel 4 stelle	402
Hotel 3 stelle	949
Hotel 2 stelle	345
Hotel 1 stella	160
RTA- Residenza Turistico Alberghiera	182
<b>Totale Strutture Alberghiere</b>	<b>2038</b>
Campeggio - Villaggio turistico	174
Agriturismo	1239
Ostello Gioventù, Case ferie, Rifugi alpini, ecc	284
Bed and Breakfast	2265
<b>Totale Strutture Extra-Alberghiere</b>	<b>3962</b>
<b>Totale</b>	<b>6000</b>

Come nelle precedenti rilevazioni anche per quinta wave della ricerca sono stati intervistati i responsabili di 6000 strutture turistiche divise tra strutture alberghiere ed extra alberghiere, ubicate sull' intero territorio nazionale (nord ovest, nord est, centro, sud e isole).





**NOTOSONDAGGI**  
ISTITUTO DEMOSCOPICO

**ENIT** 1919  AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO

**1.**

**Periodo ottobre-dicembre 2021**  
**Consuntivo attività**

# Consuntivo ottobre-novembre

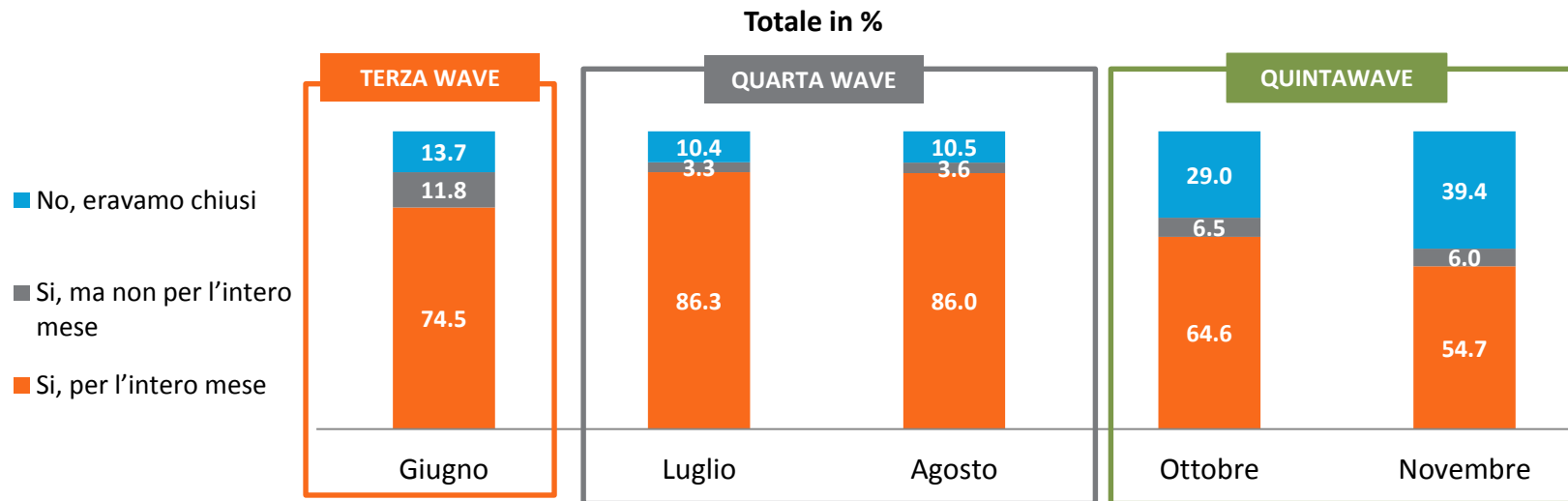
---

- **Dopo il periodo di fermo attività imposto dalla pandemia, con la stagione estiva la percentuale di strutture aperte era passata dal 74,5% di giugno ad oltre l'85% di luglio e agosto. Decresce, fisiologicamente, il numero di strutture aperte nel periodo autunnale (65% ad ottobre e 55% a novembre).**
- **L'occupazione media delle strutture, ritornato questa estate su livelli quasi pre-pandemia, torna a scendere nel periodo autunnale e fa registrare il 35% in ottobre e 31% in novembre.**
- **Riguardo alla provenienza dei visitatori invece si conferma il trend già riscontrato nella stagione estiva. A prevalere è la clientela italiana proveniente da altre regioni (87% a ottobre e 89% a novembre); sale la quota di visitatori provenienti da regioni limitrofe (69% a ottobre e 73% novembre) mentre cala quella dei visitatori provenienti dall'estero (39% a ottobre, 36% a novembre).**



# Periodo di apertura delle strutture turistiche

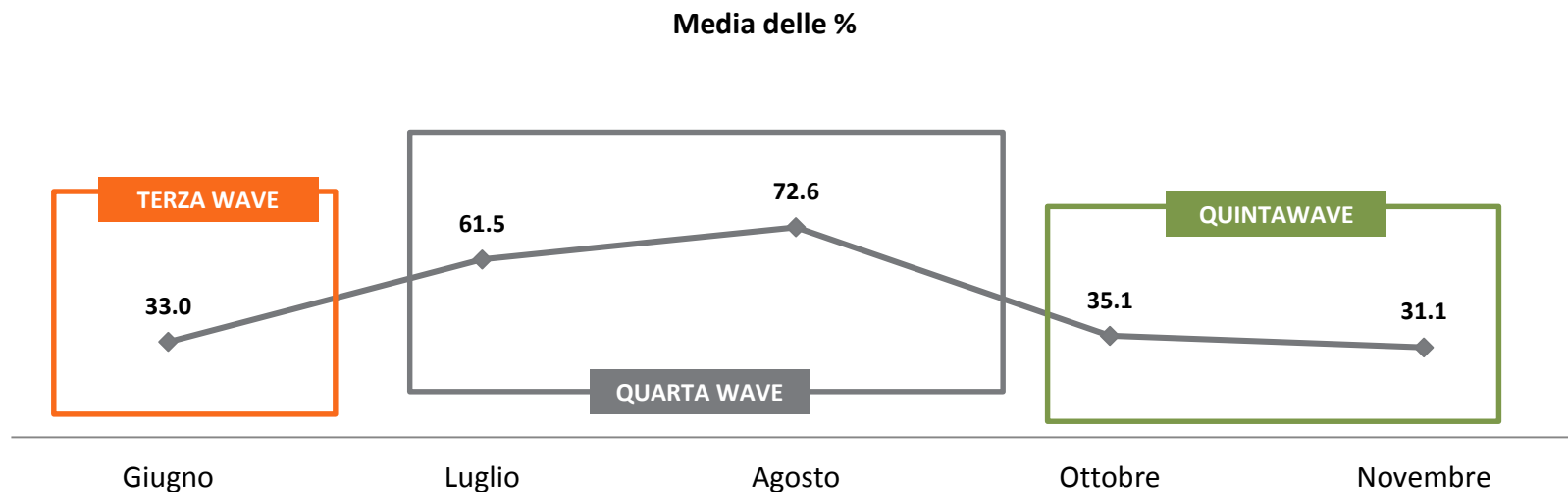
La struttura è stata aperta nei mesi di...



Base: strutture aperte o che stanno per riaprire

# Occupazione media mensile delle strutture

*In percentuale, rispetto ai giorni di apertura, qual è stato in media il riempimento della sua struttura nel corso del mese?*



*Base: strutture aperte nei periodi di riferimento*





# Provenienza della clientela

*Nel corso del mese, gli ospiti che hanno frequentato la sua struttura arrivavano...*

	TERZA WAVE	QUARTA WAVE		QUINTA WAVE	
	Giugno 021	Luglio 021	Agosto 021	Ottobre 021	Novembre 021
Dalla regione o regioni limitrofe	72,8	65,7	65,8	69,0	72,8
Da altre regioni italiane	79,5	90,2	91,6	87,1	89,4
Dall'estero	29,8	53,1	55,4	39,5	36,0

*Base: strutture che hanno avuto clienti nel periodo di riferimento  
Domande a risposta multipla*

# Consuntivo dicembre

---

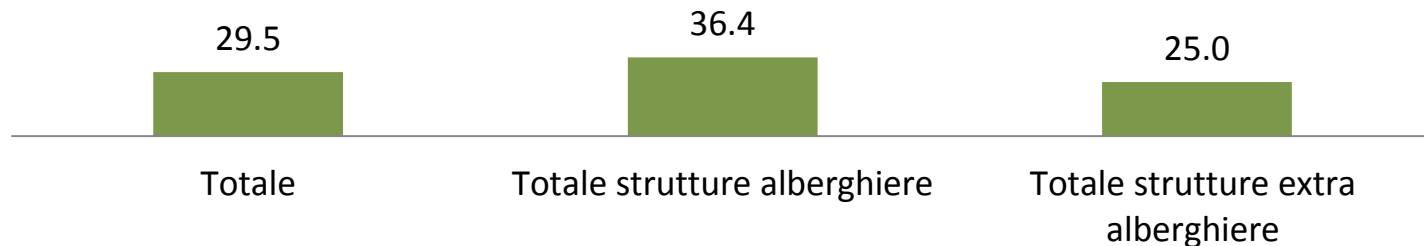
- **Nel mese di dicembre si è registrata una conferma del trend in calo del livello di occupazione delle strutture: il dato in generale è del 29% ma il calo riguarda soprattutto le strutture extra alberghiere, occupate in questo periodo solo per un quarto (25%). Migliore il risultato delle strutture alberghiere dove invece i responsabili dichiarano un livello di occupazione pari al 36%.**
- **Coerentemente con quanto rilevato nei mesi precedenti, invece, sono stati soprattutto coppie e famiglie ad occupare le strutture e in particolare a preferire quelle extra alberghiere al contrario della clientela business che ha preferito invece gli alberghi.**
- **Anche riguardo alla provenienza degli ospiti si conferma la presenza di clientela prevalentemente italiana anche se in % maggiore proveniente da regioni diverse rispetto a quella in cui sono ubicate le strutture. Intorno al 30%, invece, la clientela estera che per soggiornare mostra di preferire le strutture alberghiere alle altre tipologie di strutture ricettive.**
- **I canali utilizzati dai clienti per le prenotazioni non sono troppo diversi rispetto alla tipologia delle strutture. In generale, da parte della clientela prevale leggermente l'utilizzo del canale più diretto, in misura leggermente maggiore per le strutture extra-alberghiere rispetto a quelle alberghiere. Una quota analoga nel complesso è occupata dai canali "virtuali" (OTA, siti e profili social delle strutture) utilizzati in misura leggermente superiore nel contatto con realtà alberghiere piuttosto che extralberghiere.**

# % di riempimento delle strutture turistiche nel mese di dicembre

QUINTA  
WAVE

*In percentuale, (rispetto ai giorni di apertura) qual è stato il riempimento effettivo della sua struttura nel corso del mese di dicembre?*

% di riempimento in media



Base: strutture aperte nel mese di Dicembre



# Tipologia di ospiti che ha frequentato la struttura nel mese di dicembre

QUINTA  
WAVE

*Quale è stata la tipologia di ospiti che ha frequentato la sua struttura nel corso del mese di dicembre?*

	Totale in %	Totale strutture alberghiere	Totale strutture extra alberghiere
Coppie - famiglie	71,9	67,7	<b>75,1</b>
Turisti - viaggi di piacere	22,6	24,9	20,8
Clientela business	22,2	<b>31,6</b>	14,9
Viaggiatori singoli	16,7	18,2	15,6
Gruppi	6,5	6,3	6,7
Studenti - scuole...	1,2	1,0	1,3
Congressisti	1,1	1,6	0,8
Altro	0,4	0,2	0,5
Senza opinione	0,7	0,4	0,8

*Domanda a risposta multipla*

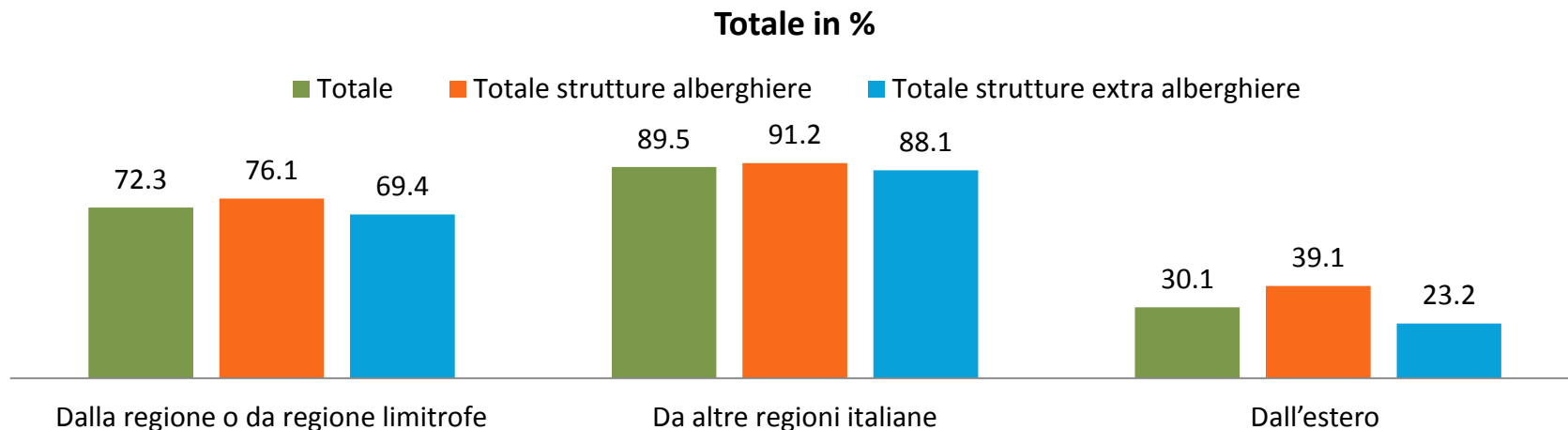
*Base: strutture aperte che hanno avuto clienti nel mese di dicembre*



# Provenienza degli ospiti nel mese di dicembre

QUINTA  
WAVE

*Rispetto alla provenienza, nel corso del mese di dicembre, gli ospiti che hanno frequentato la sua struttura sono arrivati...*



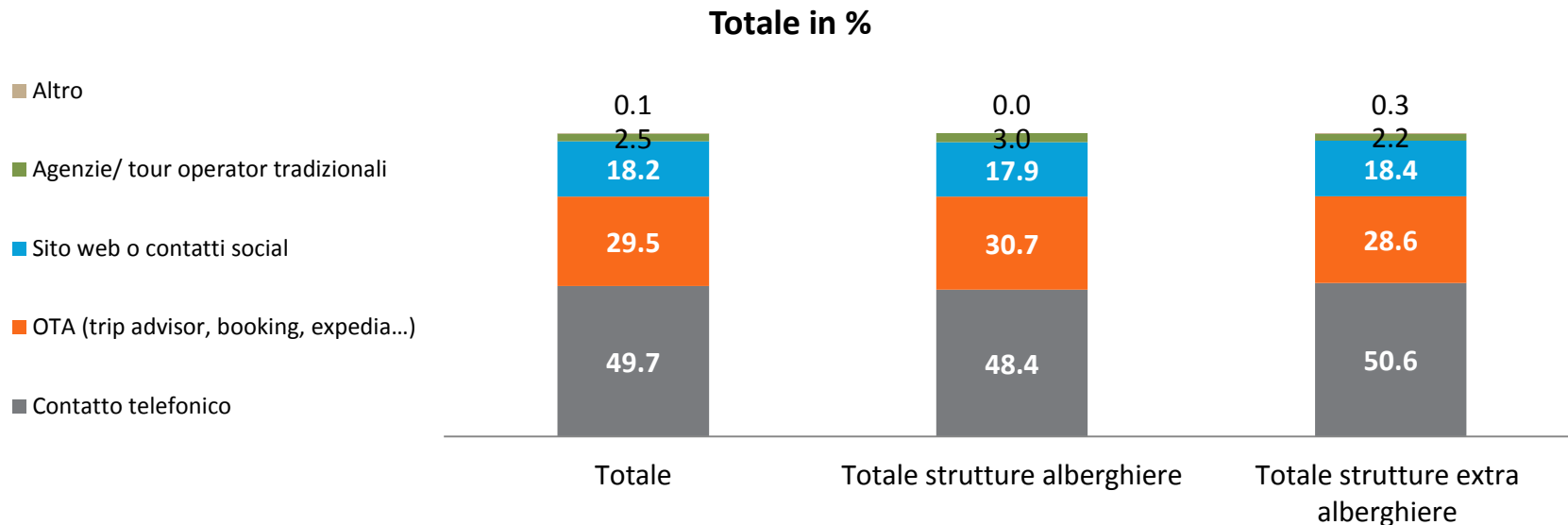
*Base: strutture aperte che hanno avuto clienti nel mese di Dicembre  
Domanda a risposta multipla*



# Canali utilizzati per le prenotazioni di dicembre

QUINTA  
WAVE

*Ad oggi, fatto pari a 100 il totale delle prenotazioni di dicembre,  
in quale % sono stati utilizzati i seguenti canali di prenotazione?*



*Base: strutture aperte o che stanno per riaprire e stanno ricevendo prenotazioni*



**NOTOSONDAGGI**

ISTITUTO DEMOSCOPICO

**ENIT**  
1919

AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO

**2.**

**Previsioni per i prossimi mesi**

# Previsioni per i prossimi mesi

---

- **Ad oggi dichiarano di avere prenotazioni quote intorno al 26% per gennaio, al 15% per febbraio e un 13% per il periodo marzo-aprile del prossimo anno con una preferenza per le strutture alberghiere rispetto a quelle extra-alberghiere. Tra quanti dichiarano di star ricevendo prenotazioni la percentuale di occupazione le strutture ad oggi dichiarata è intorno ad  $\frac{1}{4}$  della capacità di accoglienza senza forti differenze tra strutture alberghiere e extralberghiere (con un picco di quasi  $\frac{1}{3}$  nel mese di marzo).**
- **I canali di contatto delle strutture per le prenotazioni si confermano soprattutto quelli diretti (soprattutto per le strutture extra-alberghiere), seguiti dai canali OTA e in terza battuta dai social o i siti web delle strutture. Sono le strutture extra alberghiere inoltre a giovare un po' di più dell'ausilio del web.**
- **Coppie e famiglie si confermano i più interessati ad opzionare il proprio soggiorno. Interessante la preferenza di questo target per le strutture extra-alberghiere a fronte di turisti e clientela business che invece continua a orientarsi in misura leggermente superiore sulle strutture alberghiere.**
- **L'Italia e in particolare le regioni differenti da quelle in cui è ubicata la struttura si confermano il bacino di provenienza maggiore per queste prenotazioni (oltre l'80%), mentre si stimano quote di ospiti stranieri intorno al 42% (46% per gli alberghi e 36% per le altre tipologie di strutture ricettive).**



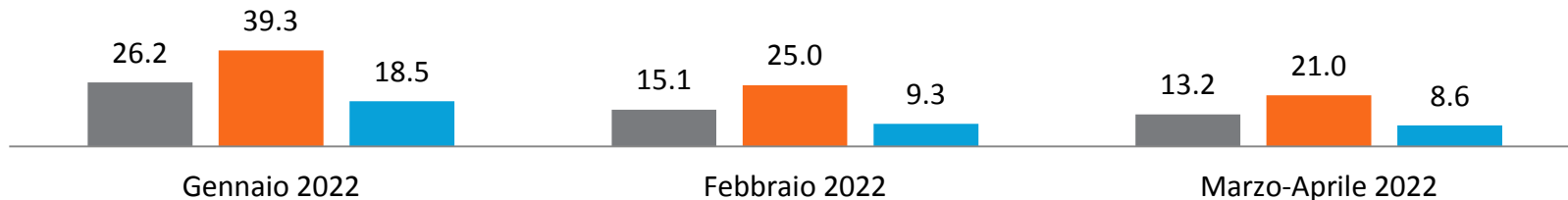
# Presenza di prenotazioni delle strutture turistiche nei prossimi mesi

QUINTA  
WAVE

*Ad oggi la struttura ha già prenotazioni per..?*

Sì in %

■ Totale ■ Totale strutture alberghiere ■ Totale strutture extra alberghiere



*Base: strutture aperte o che stanno per riaprire e stanno ricevendo prenotazioni*

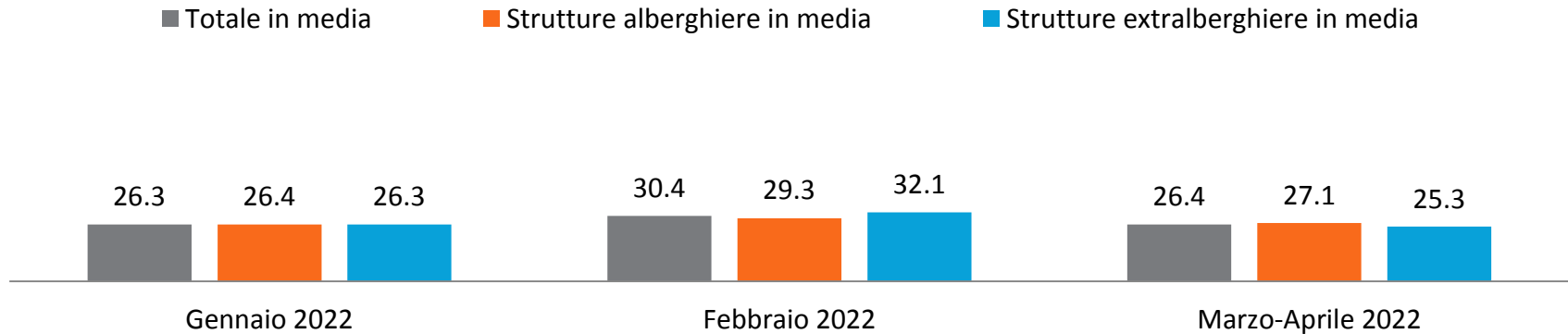


# Stima del livello di occupazione delle strutture turistiche nei prossimi mesi

QUINTA  
WAVE

*In quale percentuale la sua struttura è già riempita mediamente per ...?*

% di riempimento della struttura in media



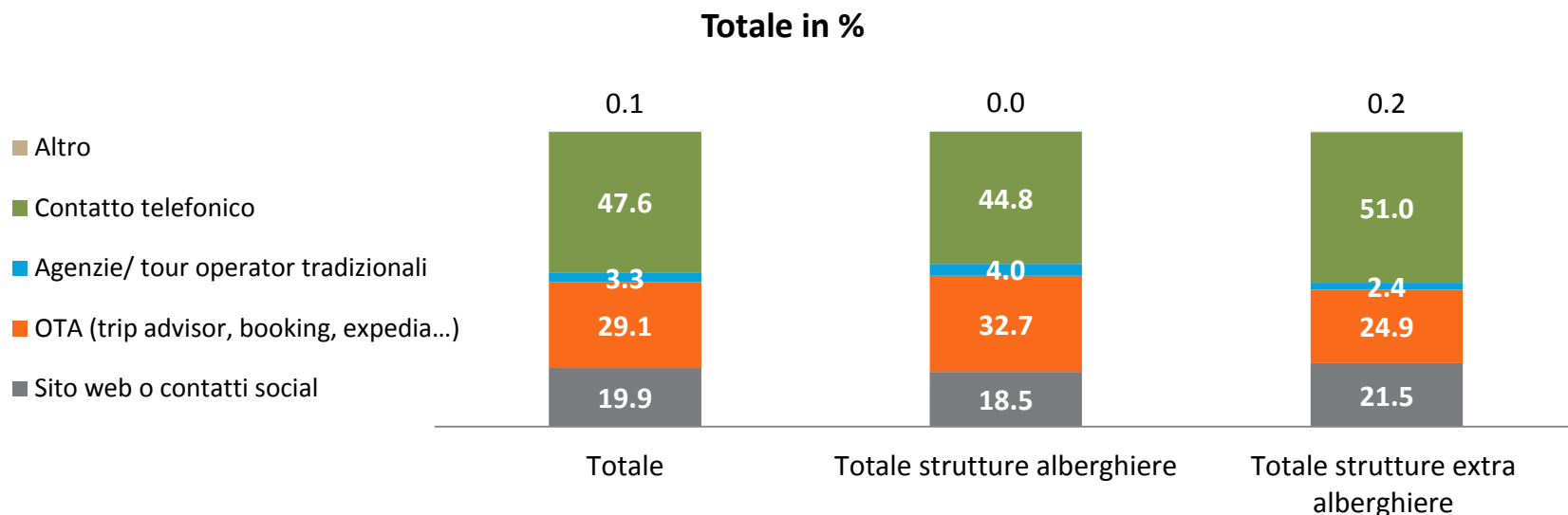
*Base: strutture che hanno dichiarato di star ricevendo prenotazioni*



# Canali utilizzati per le prenotazioni

QUINTA  
WAVE

**Ad oggi, fatto pari a 100 il totale delle prenotazioni,  
in quale % sono stati utilizzati i seguenti canali?**



*Base: strutture aperte o che stanno per riaprire e stanno ricevendo prenotazioni*

# Tipologia di ospiti che stanno prenotando per i prossimi mesi

QUINTA  
WAVE

*Per quale tipologia di ospiti sta ricevendo oggi richieste di prenotazione?*

	Totale in %	Totale strutture alberghiere	Totale strutture extra alberghiere
Coppie/ famiglie	67,0	64,7	69,7
Turisti/viaggi di piacere	28,2	29,9	26,3
Clientela business	20,2	23,7	16,1
Viaggiatori singoli	17,7	20,0	15,1
Gruppi	8,5	9,4	7,4
Studenti/scuole	1,7	2,1	1,1
Congressisti	1,4	2,3	0,4
Altro	0,7	0,4	1,1
Senza opinione	0,6	0,8	0,2

*Domanda a risposta multipla*

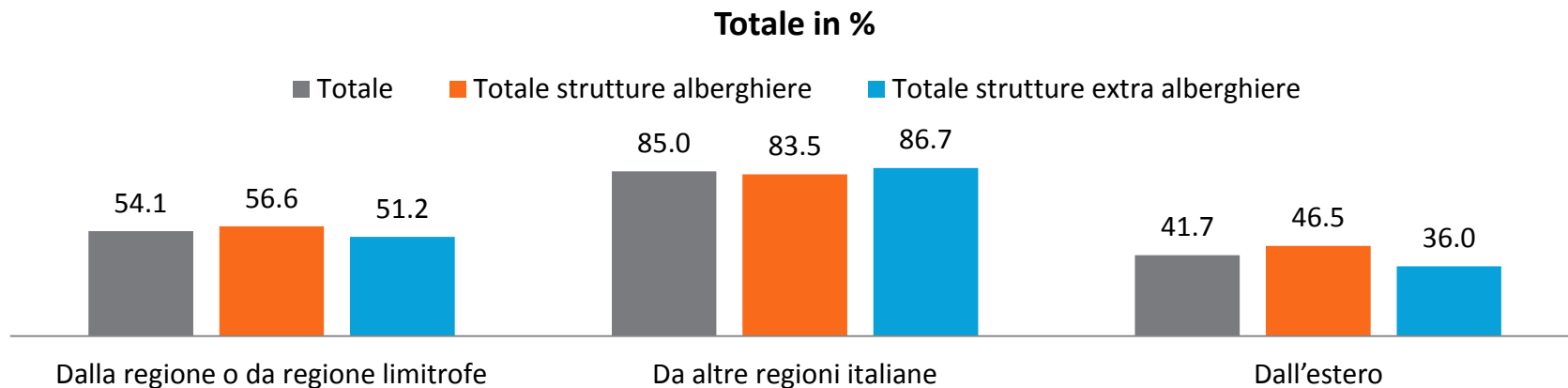
*Base: strutture che hanno dichiarato di star ricevendo prenotazioni*



# Provenienza delle prenotazioni per i prossimi mesi

QUINTA  
WAVE

*Da dove stanno arrivando maggiormente le prenotazioni?*



*Base: strutture che hanno dichiarato di star ricevendo prenotazioni*





**NOTOSONDAGGI**  
ISTITUTO DEMOSCOPICO

**ENIT** 1919  AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO

**3.**

# **Sostenibilità e Inclusione: IMPATTO AMBIENTALE**

# Sostenibilità e Inclusione:

## IMPATTO AMBIENTALE

---

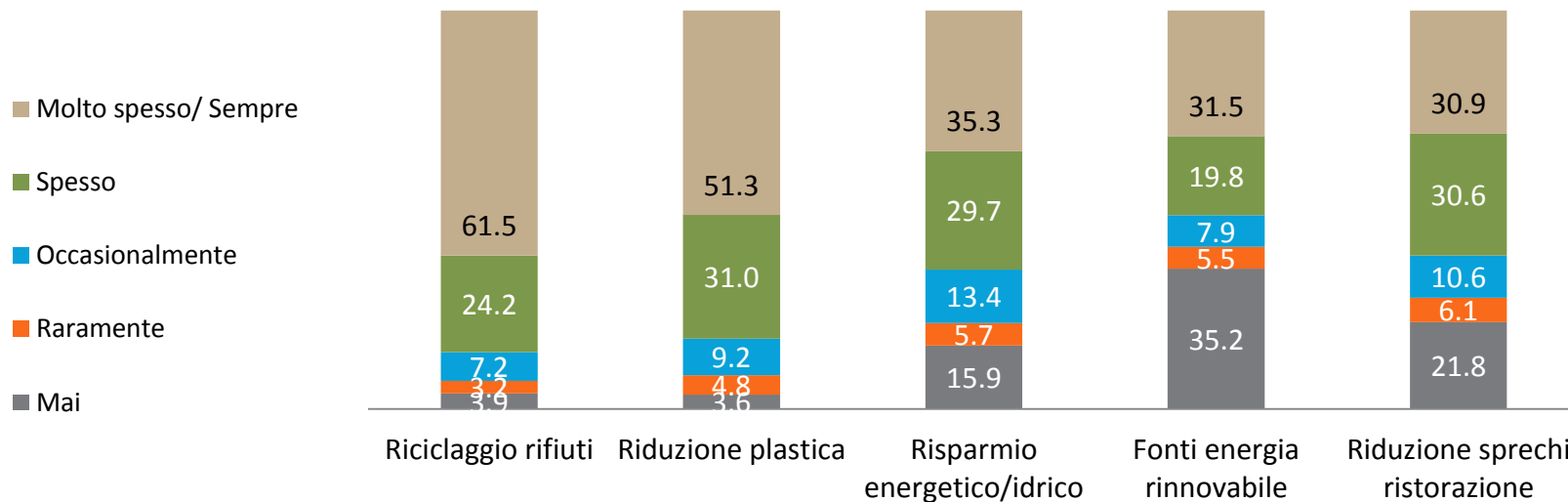
- **L'analisi relativa alla consapevolezza dell'impatto ambientale delle strutture ricettive intervistate evidenzia un buon livello di adozione di pratiche riguardanti sia il riciclaggio dei rifiuti che la riduzione della plastica attuate «sempre» nell'assoluta maggioranza dei casi. Anche sulla riduzione di rifiuti e il risparmio idrico si nota un impegno da parte dell'assoluta maggioranza delle aziende, mentre un po' più faticoso è il ricorso alle energie rinnovabili.**
- **Un'alta frequenza di comportamenti virtuosi è dichiarata, inoltre, dall'assoluta maggioranza delle aziende intervistate rispetto a «incoraggiare comportamenti ecologici dei clienti», «utilizzare prodotti ecocompatibili», «ridurre il bucato riutilizzando asciugamani e lenzuola» e «selezionare fornitori rispettosi dell'ambiente». Meno praticata l'attenzione alla partecipazione a progetti o iniziative che prevedano la conservazione ambientale nell'area della struttura, evidenziando che la consapevolezza ambientale al momento si traduce tra le aziende del settore più in responsabilità individuale che in responsabilità sociale.**
- **Solo l'8% delle aziende nell'ultimo anno ha organizzato corsi su sostenibilità e prestazioni ambientali per dipendenti e/o collaboratori e la quota è superiore alla media nelle realtà alberghiere. Mancanza di tempo e motivazione sono i motivi principalmente adottati da chi non ha ritenuto opportuno organizzarli.**
- **Poter misurare l'impatto della propria attività però è giudicato importante dall'assoluta maggioranza delle aziende intervistate senza differenze notevoli tra strutture alberghiere e extra alberghiere.**



# Attenzione all'ambiente/1

QUINTA  
WAVE

**Con quale frequenza nella sua struttura vengono adottati i seguenti processi e/o tecnologie?**



Base: strutture aperte o che stanno per riaprire e stanno ricevendo prenotazioni

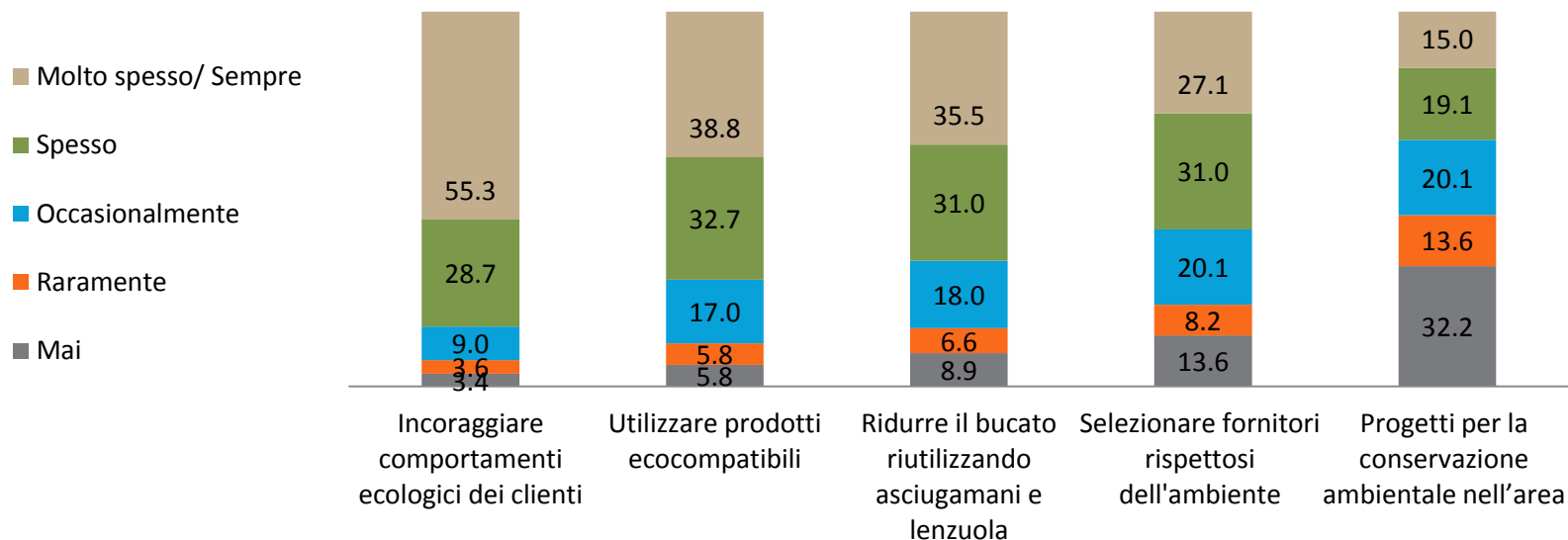




# Attenzione all'ambiente/2

QUINTA  
WAVE

**Con quale frequenza nella sua struttura vengono adottati i seguenti processi e/o tecnologie?**



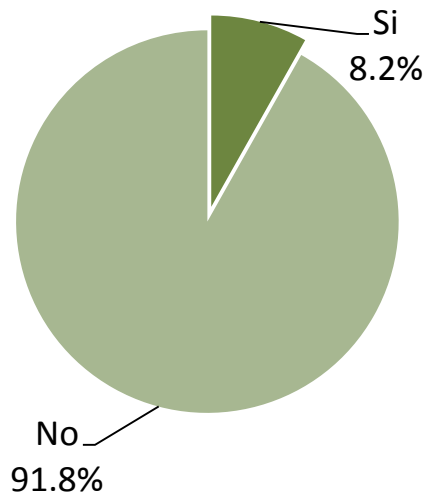
Base: strutture aperte o che stanno per riaprire



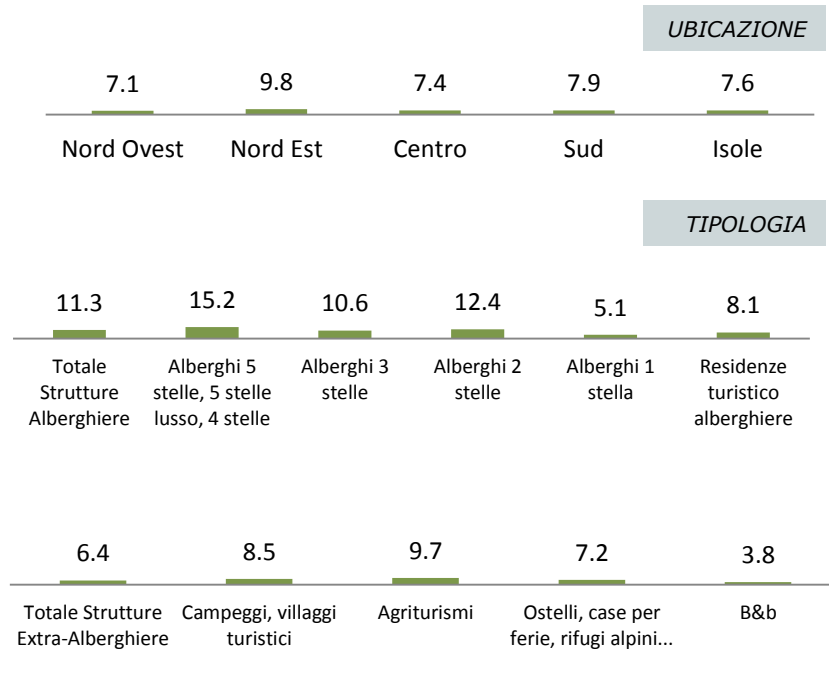
# Le strutture che hanno organizzato corsi su sostenibilità e prestazioni ambientali

QUINTA WAVE

**Nell'ultimo anno la sua azienda ha organizzato corsi su sostenibilità e prestazioni ambientali per dipendenti e/o collaboratori?**



**Ha organizzato corsi in %**



Base: Strutture aperte o che stanno per riaprire



# I motivi per cui non sono stati organizzati corsi su sostenibilità e prestazioni ambientali

QUINTA  
WAVE

**Per quali motivi la sua azienda non ha organizzato corsi sulla sostenibilità per dipendenti e/o collaboratori?**



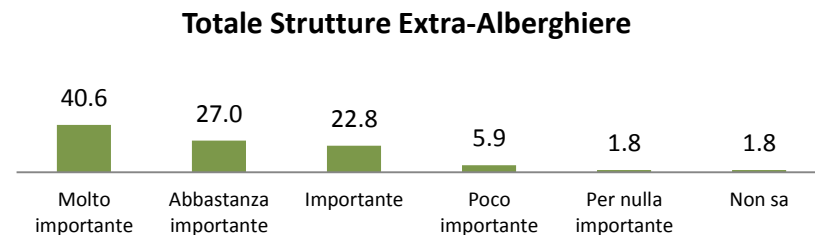
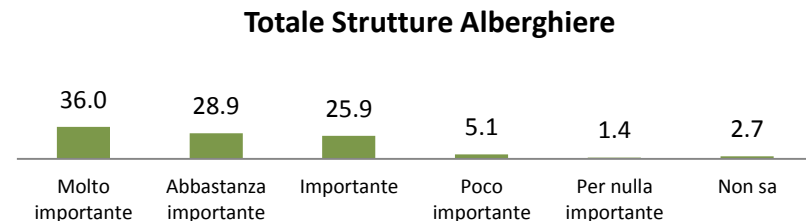
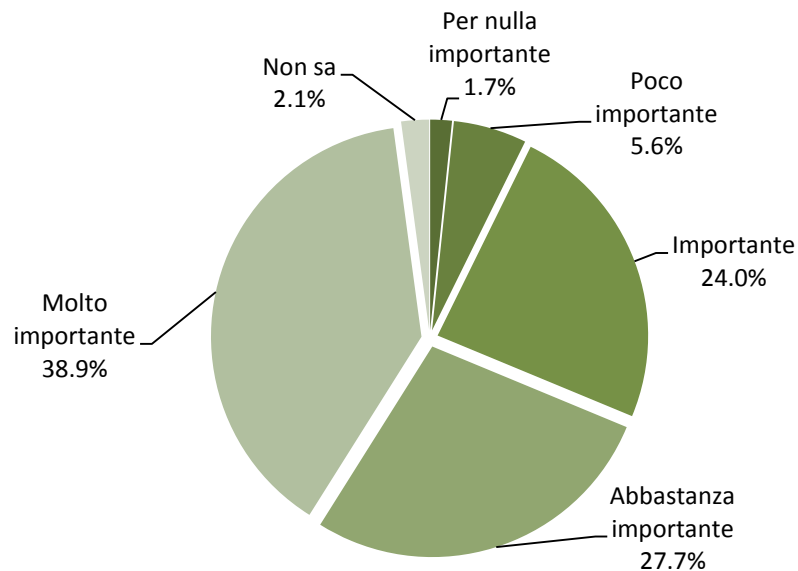
*Base: strutture aperte o che stanno per riaprire che non hanno organizzato corsi sulla sostenibilità  
Domanda a risposta multipla*



# Quanto è importante per le aziende misurare l'impatto ambientale della propria attività?

QUINTA WAVE

Quanto è importante per la vostra azienda poter misurare l'impatto ambientale della vostra attività?



Base: Strutture aperte o che stanno per riaprire





**NOTOSONDAGGI**

ISTITUTO DEMOSCOPICO

**ENIT** 1919  AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO

**4.**

# **Sostenibilità e Inclusione: INVESTIMENTI GREEN**

# Sostenibilità e Inclusione:

## INVESTIMENTI GREEN

---

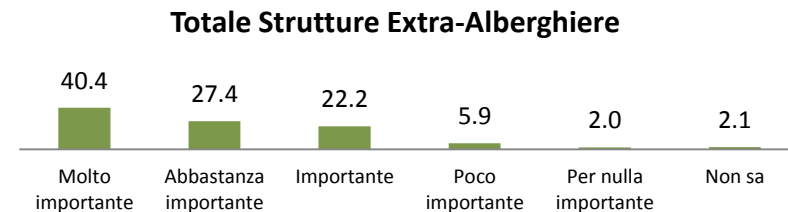
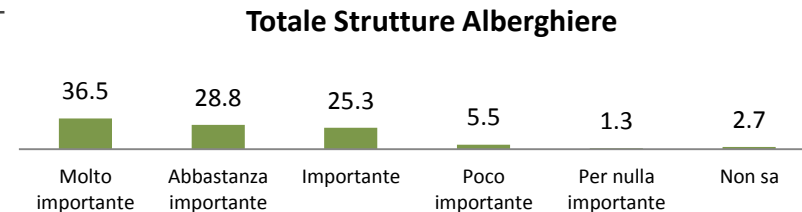
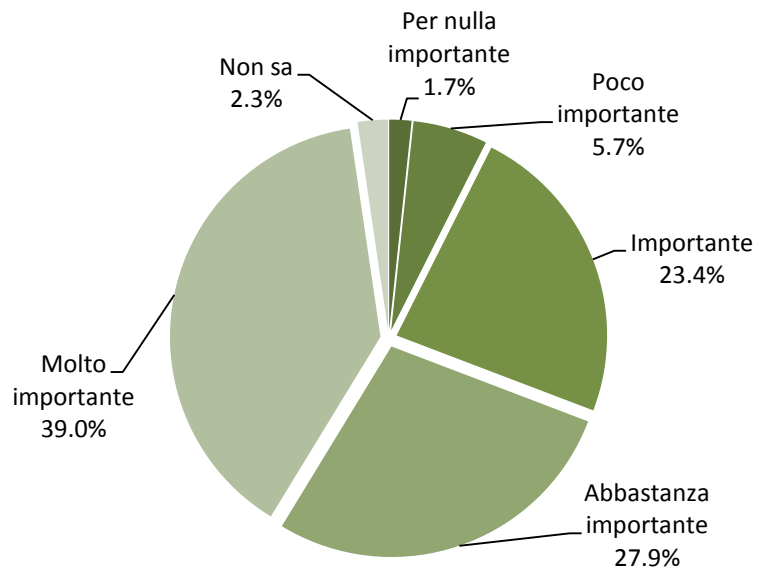
- **L'assoluta maggioranza delle aziende intervistate ritiene importante investire in tecnologie di riduzione dell'inquinamento., senza differenze significative tra strutture alberghiere e extra-alberghiere.**
- **Sistemi di illuminazione ad alta efficienza energetica e monitoraggio dei consumi sono interventi realizzati da circa 1/3 delle aziende intervistate, seguiti da termoregolazione e isolamento delle finestre messo in pratica da poco più di 1 su 4.**
- **Sta invece valutando l'ipotesi di investire in tecnologie di riduzione dell'inquinamento in futuro il 27% delle aziende intervistate e si tratta di strutture alberghiere più che extra alberghiere, ubicate al sud più che nel resto d'Italia (33%).**
- **Quello economico è certamente il maggior ostacolo citato da chi non intende fare questo tipo di investimenti nel prossimo futuro; ma al di là de problema finanziario va segnalata la mancanza di informazione su opportunità, costi e benefici delle tecnologie di riduzione dell'inquinamento riscontrata in circa il 20% dei casi.**



# Quanto è importante per le aziende investire nelle tecnologie di riduzione dell'inquinamento?

QUINTA WAVE

Quanto è importante per la vostra azienda investire nelle tecnologie di riduzione dell'inquinamento?



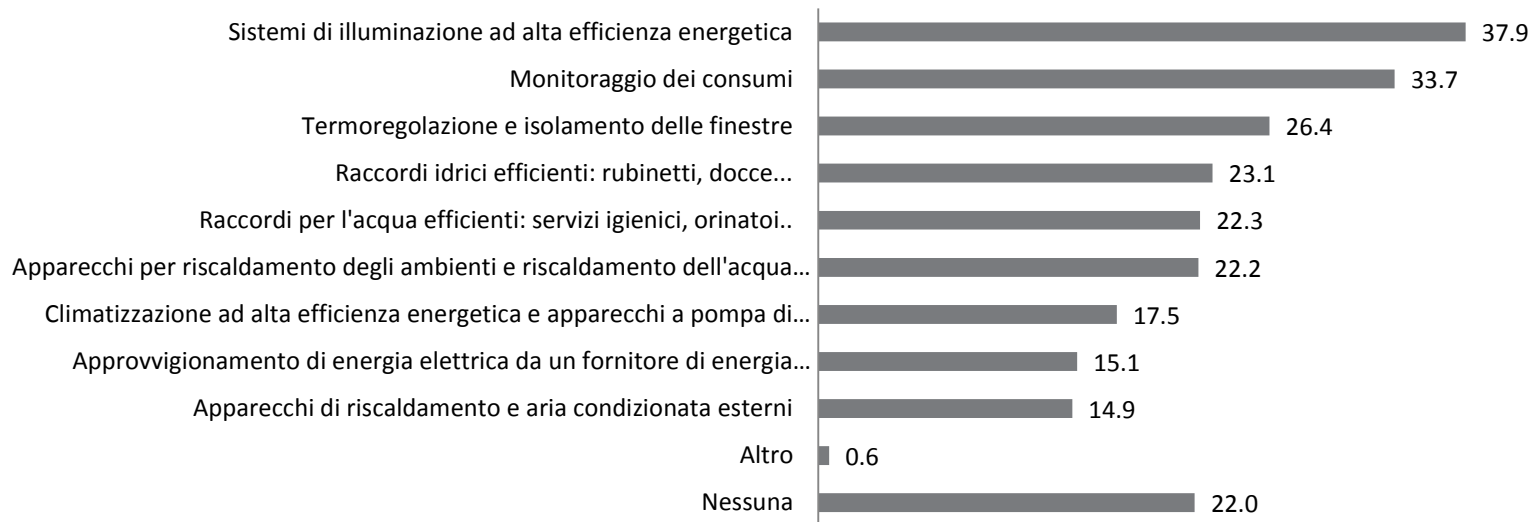
Base: Strutture aperte o che stanno per riaprire



# Iniziative per la riduzione dell'inquinamento implementate negli ultimi anni

QUINTA  
WAVE

**Quali iniziative per la riduzione dell'inquinamento la vostra azienda ha implementato negli ultimi anni?**



*Base: strutture aperte o che stanno per riaprire  
Domanda a risposta multipla*

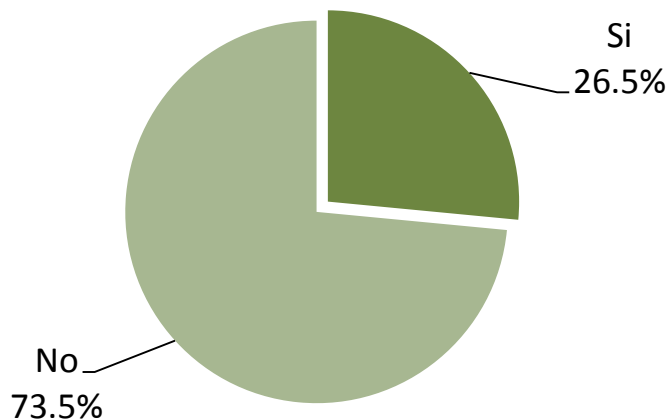




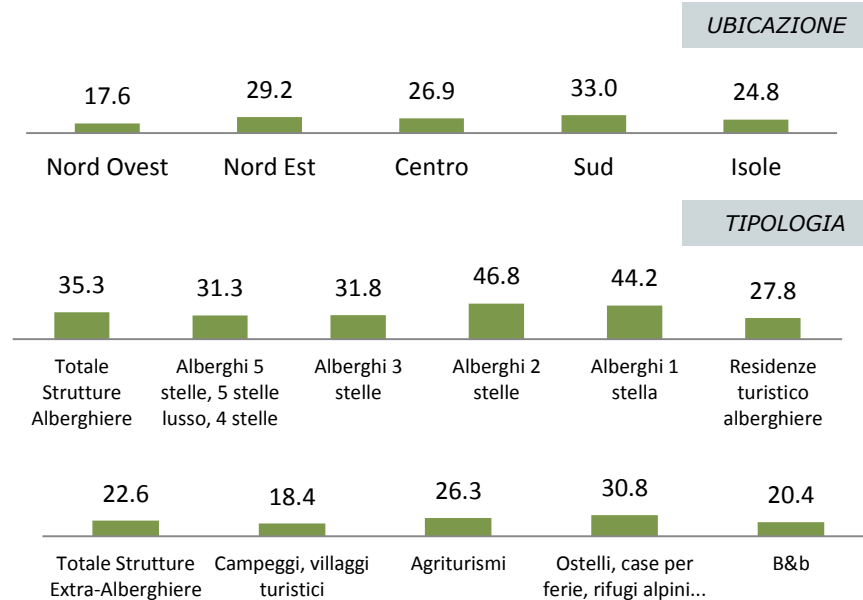
# Investire in tecnologie di riduzione dell'inquinamento per il futuro

QUINTA WAVE

**La vostra azienda sta pensando di investire in tecnologie di riduzione dell'inquinamento in futuro?**



**Aziende che stanno pensando di investire in tecnologie di riduzione dell'inquinamento in %**

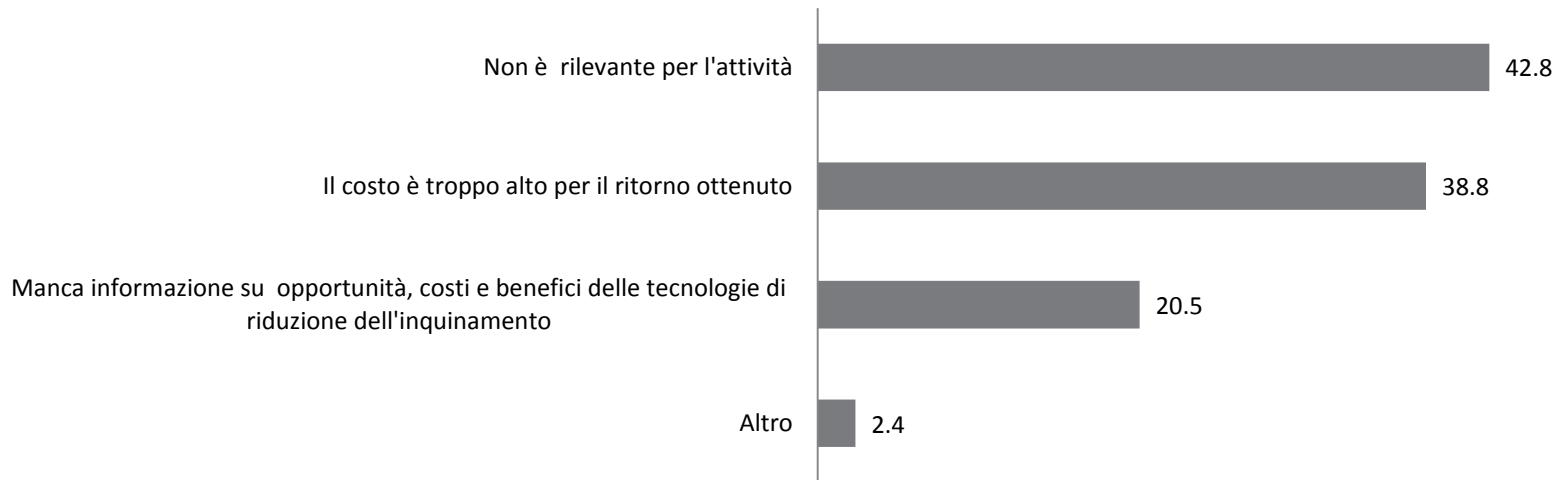


Base: Strutture aperte o che stanno per riaprire

# Perché le aziende non vogliono investire nella riduzione delle tecnologie di inquinamento?

QUINTA  
WAVE

***Perché la vostra azienda non vuole investire nella riduzione delle tecnologie di inquinamento?***



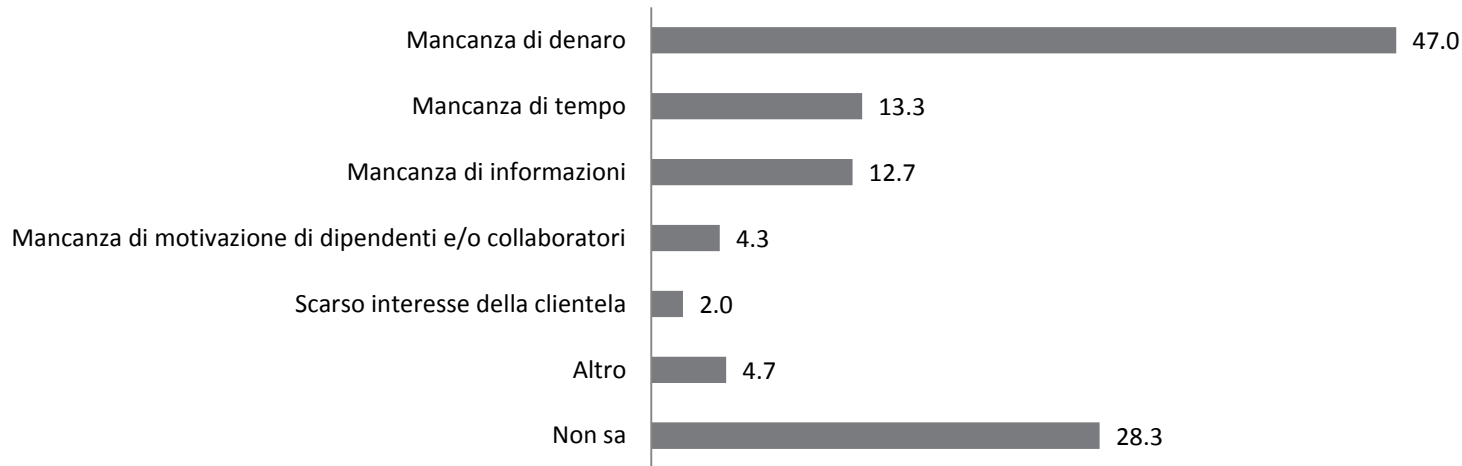
*Base: strutture aperte o che stanno per riaprire che non vogliono investire nella riduzione delle tecnologie di inquinamento*  
*Domanda a risposta multipla*



# I principali ostacoli per implementare le tecnologie di riduzione dell'inquinamento

QUINTA  
WAVE

**Quali sono i principali ostacoli che la vostra azienda deve affrontare per implementare tecnologie di riduzione dell'inquinamento?**



*Base: strutture aperte o che stanno per riaprire che vogliono investire nella riduzione delle tecnologie di inquinamento*  
*Domanda a risposta multipla*





**NOTOSONDAGGI**

ISTITUTO DEMOSCOPICO

**ENIT** 1919  AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO

5.

# Sostenibilità e Inclusione: CERTIFICAZIONI GREEN

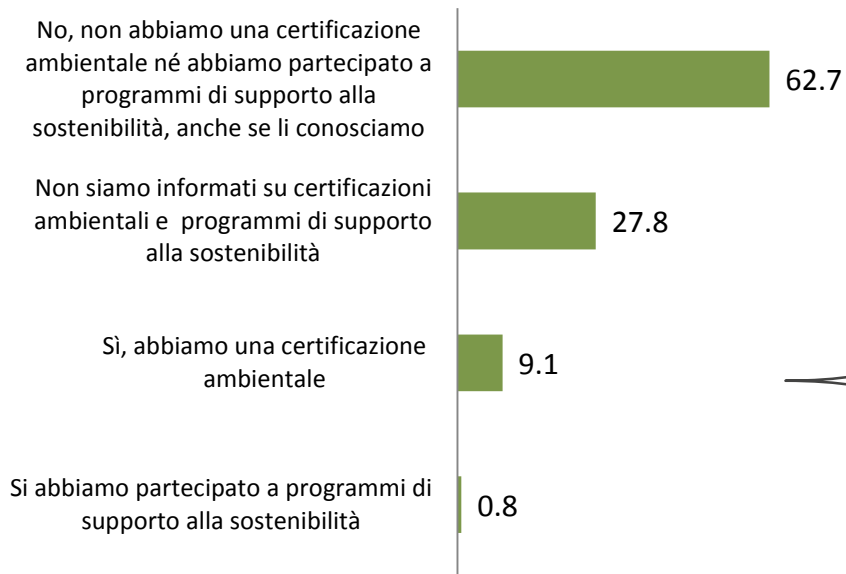
# Sostenibilità e Inclusione: CERTIFICAZIONI GREEN

---

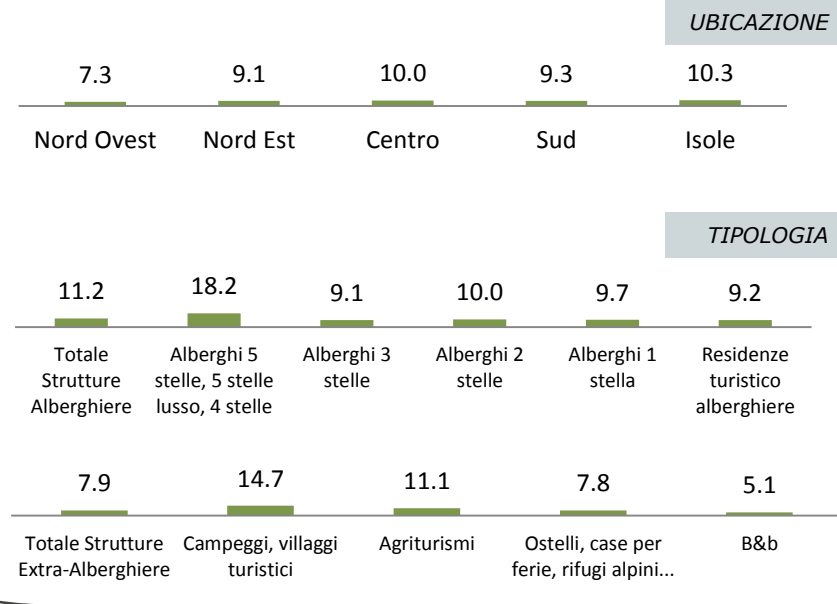
- **Un 9% delle aziende intervistate è in possesso della certificazione ambientale e si tratta di una quota abbastanza uniforme sul territorio nazionale. La % ovviamente è più alta della media nelle realtà più strutturate e quindi gli alberghi a 5 stelle o anche nei campeggi e villaggi turistici, parlando di strutture extralberghiere.**
- **Tra tutte la ISO 14001 è la più presente e viene citata nelle aziende intervistate e viene citata dal 12% degli intervistati.**

# La certificazione ambientale

**La vostra azienda ha una certificazione ambientale o ha partecipato a programmi di sostegno alla sostenibilità?**



**Aziende che hanno la certificazione ambientale in %**

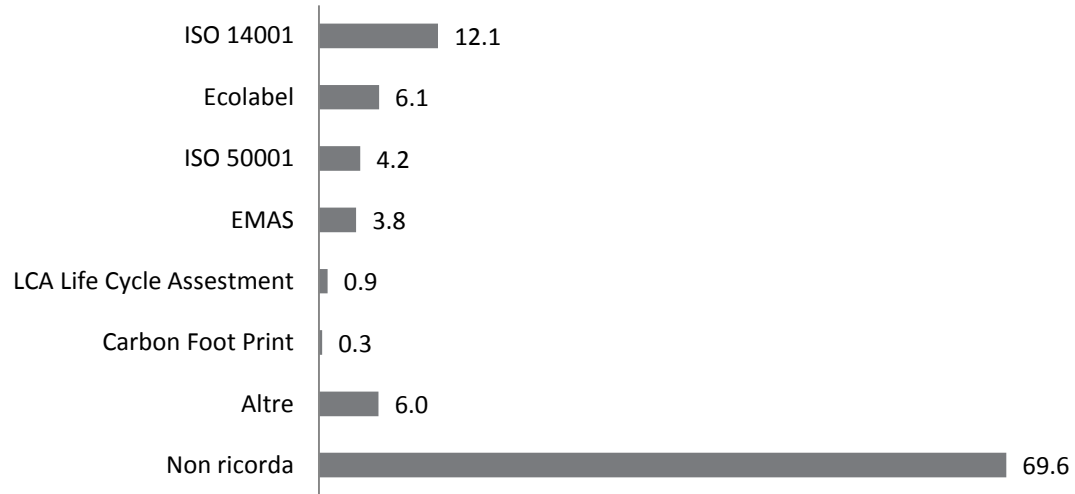


Base: Strutture aperte o che stanno per riaprire

# Certificazioni ambientali

QUINTA  
WAVE

## Quali certificazioni ambientali ha la sua azienda?



Base: strutture aperte o che stanno per riaprire che hanno una certificazione ambientale  
Domanda a risposta multipla





**NOTOSONDAGGI**

ISTITUTO DEMOSCOPICO

**ENIT** 1919  AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO

**6.**

# **Sostenibilità e Inclusione: RELAZIONE GREEN CON IL CLIENTE**



# Sostenibilità e Inclusione:

## RELAZIONE GREEN CON IL CLIENTE

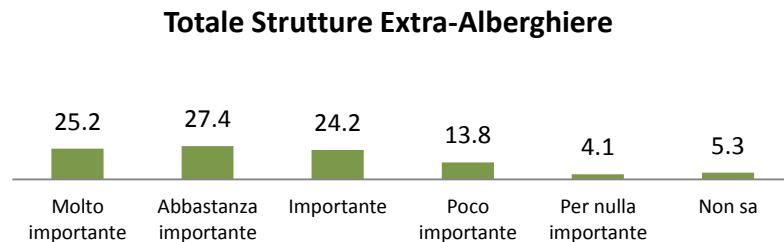
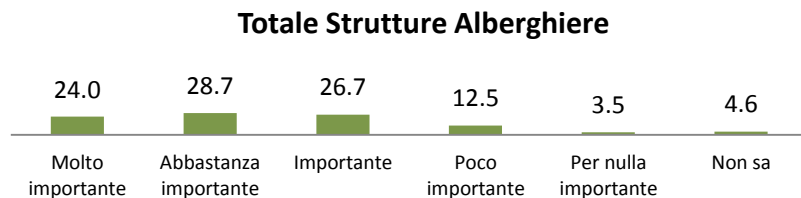
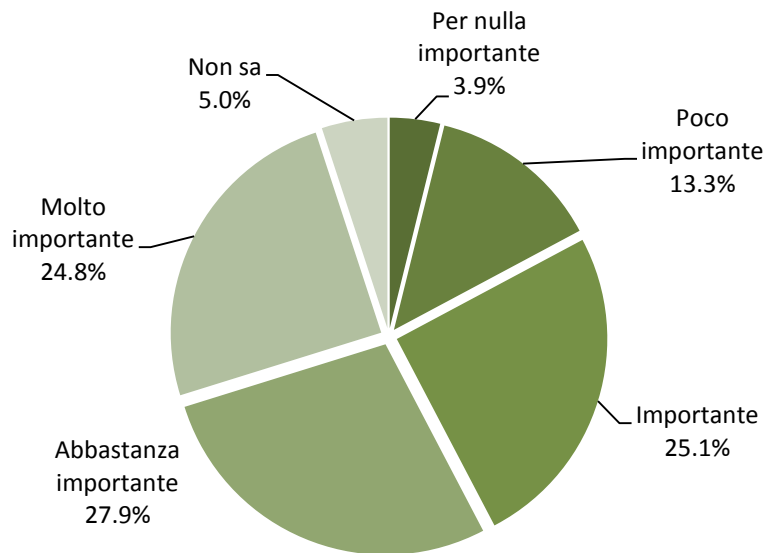
---

- **Verso la cura dell'attenzione green con il cliente si registra tra le aziende intervistate un buon livello di coinvolgimento e interesse.**
- **Nel curare la relazione green con il cliente è risultato importante nell'assoluta maggioranza dei casi includere pratiche ecosostenibili nella loro esperienza turistica. Incoraggiare al consumo di prodotti locali è l'iniziativa praticata da oltre il 60% delle aziende turistiche intervistate.**
- **Quello alimentare è quindi il settore che fa registrare da parte degli intervistati la maggiore propositività negli interventi, seguito dalla richiesta ai clienti di porre attenzione ai rifiuti, incoraggiandoli a ridurli anche in funzione anti spreco.**

# Quanto è importante per i clienti includere pratiche ecosostenibili nell'esperienza turistica?

QUINTA WAVE

**Secondo Lei, quanto è importante per i vostri clienti includere pratiche ecosostenibili nella loro esperienza turistica?**

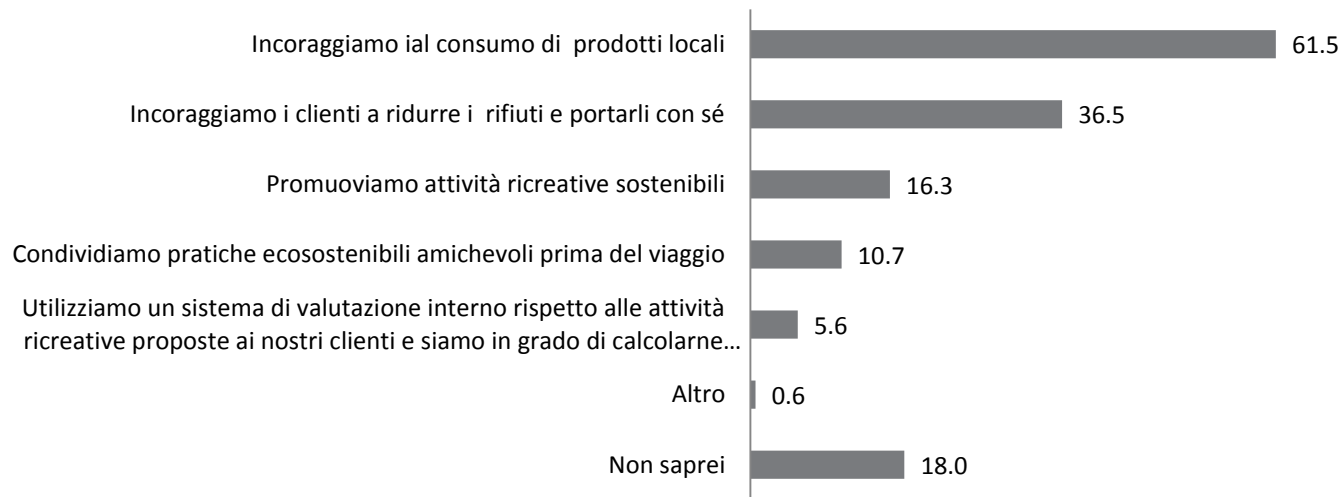


Base: Strutture aperte o che stanno per riaprire

# Sensibilizzazione dei clienti sul loro impatto ambientale

QUINTA  
WAVE

*Cosa fate per sensibilizzare i vostri clienti al loro impatto ambientale?*



*Base: strutture aperte o che stanno per riaprire  
Domanda a risposta multipla*





**NOTOSONDAGGI**

ISTITUTO DEMOSCOPICO

**ENIT** 1919  AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO

7.

# Sostenibilità e Inclusione: PRATICHE ECO-SOSTENIBILI

# Sostenibilità e Inclusione:

## PRATICHE ECO-SOSTENIBILI

---

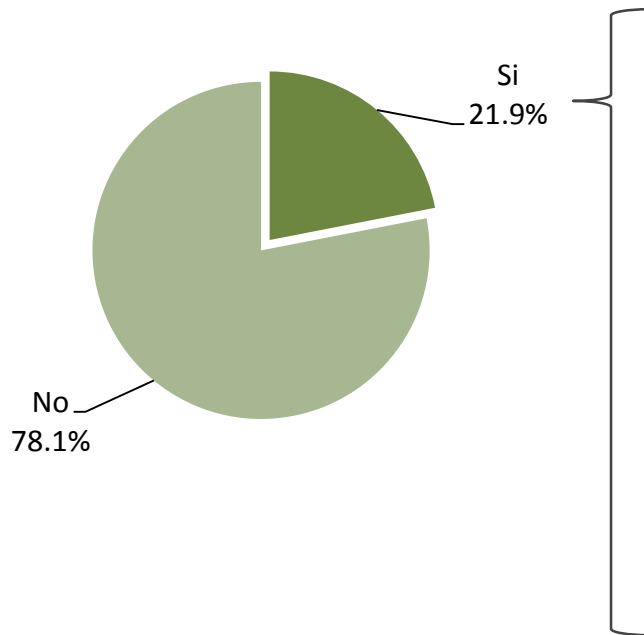
- **Riguardo alla mobilità, sono offerti ai clienti servizi di trasporto nel 22% dei casi. Si tratta soprattutto di auto per uso personale, citate nel 38% dei casi, ma tra i servizi più frequentemente proposti ci sono anche le biciclette (28%). Riguardo all'ecomobilità da prospettare ai clienti, a fronte di un 55% di aziende che si dichiara non interessato a questa opzione, un 32% dice di essere disponibile e si tratta di strutture alberghiere più che extra alberghiere.**
- **In tema, invece, di attività ricreative ecologiche, percorsi escursionistici o di trekking rispettosi dell'ambiente e della comunità locale sono la scelta più presente nell'area in cui sono situate le strutture. Viene citato questo tipo di attività dall'assoluta maggioranza degli intervistati seguita da itinerari culturali e storici rispettosi dell'ambiente e della comunità locale.**
- **L'eco compatibilità, infine, è ritenuta assolutamente importante dalle aziende anche pensando ai propri fornitori: per l'assoluta maggioranza è un requisito importante il fatto che i fornitori soddisfino standard e criteri di eco compatibilità. Si tratta di un concetto che va a braccetto con la valorizzazione del territorio e delle propria risorse. Scegliere infatti un fornitore in ambito locale, ovvero presente sul proprio territorio, risulta un elemento cui l'assoluta maggioranza delle aziende intervistate attribuiscono il massimo di importanza.**



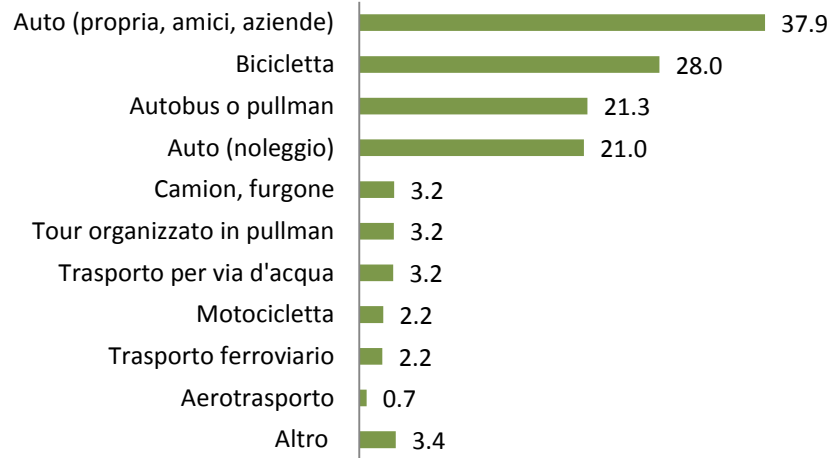
# Servizi di trasporto offerti ai clienti

QUINTA  
WAVE

**Offrite servizi di trasporto ai vostri clienti?**



**Che tipo di servizio di trasporto fornite per spostarsi all'interno della destinazione?**



*Base: strutture aperte o che stanno per riaprire che offrono servizi di trasporto  
Domanda a risposta multipla*

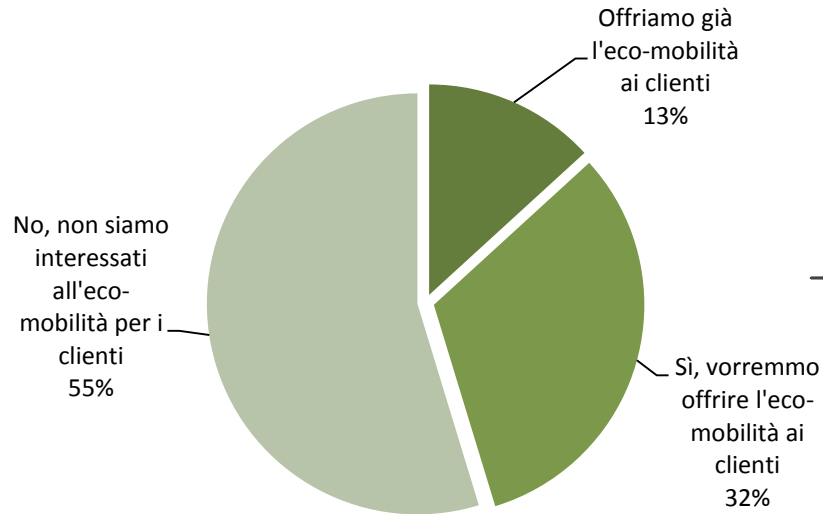
*Base: Strutture aperte o che stanno per riaprire*



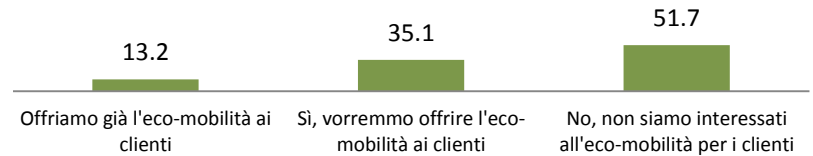
# Eco mobilità

QUINTA  
WAVE

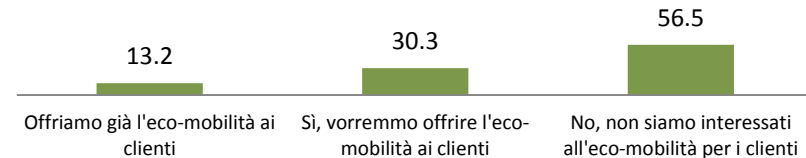
**La sua azienda prenderebbe in considerazione l'idea di offrire/sensibilizzare i clienti all'eco-mobilità?**



## Totale Strutture Alberghiere



## Totale Strutture Extra alberghiere

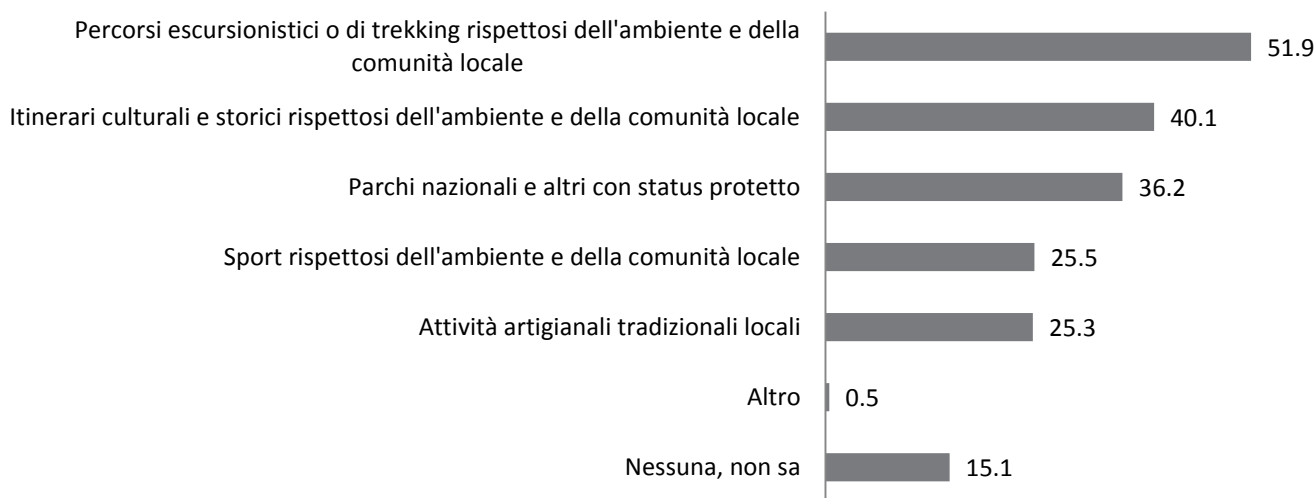


Base: Strutture aperte o che stanno per riaprire

# Attività ricreative ecologiche

QUINTA  
WAVE

***Che tipo di attività ricreative ecologiche sono disponibili nell'area in cui è situata la vostra struttura?***



*Base: strutture aperte o che stanno per riaprire  
Domanda a risposta multipla*

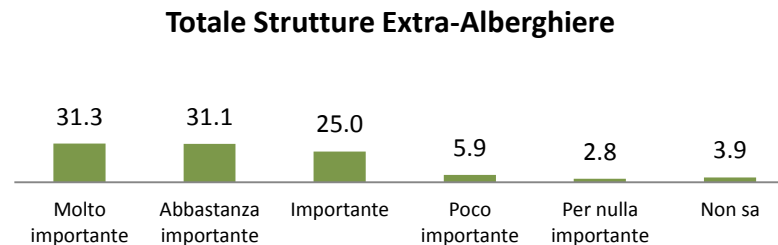
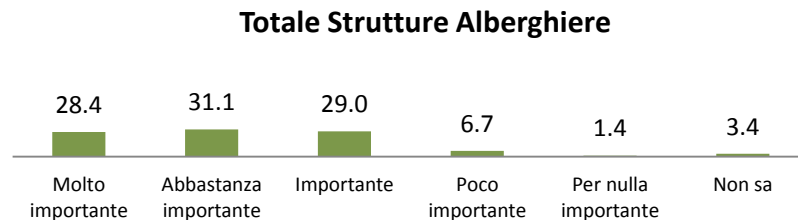
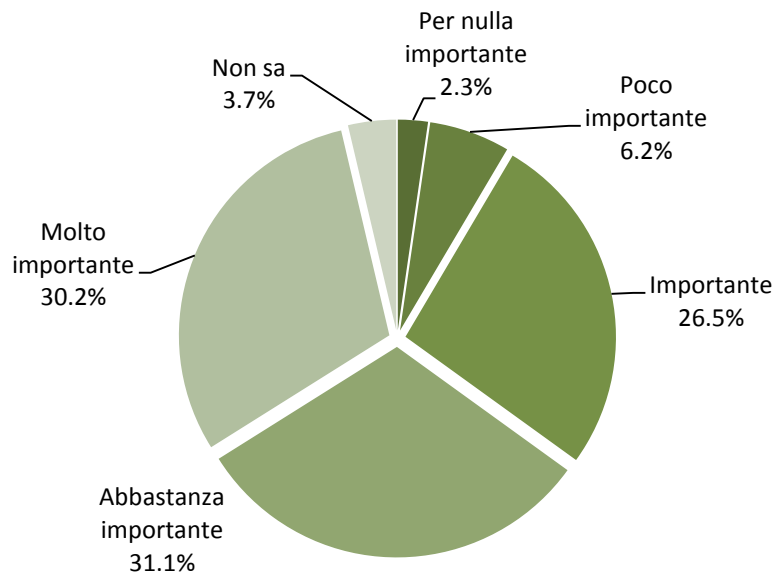




# Quanto è importante che i fornitori soddisfino standard e criteri eco-compatibili?

QUINTA WAVE

**Quanto è importante che i vostri fornitori soddisfino standard e criteri eco-compatibili?**

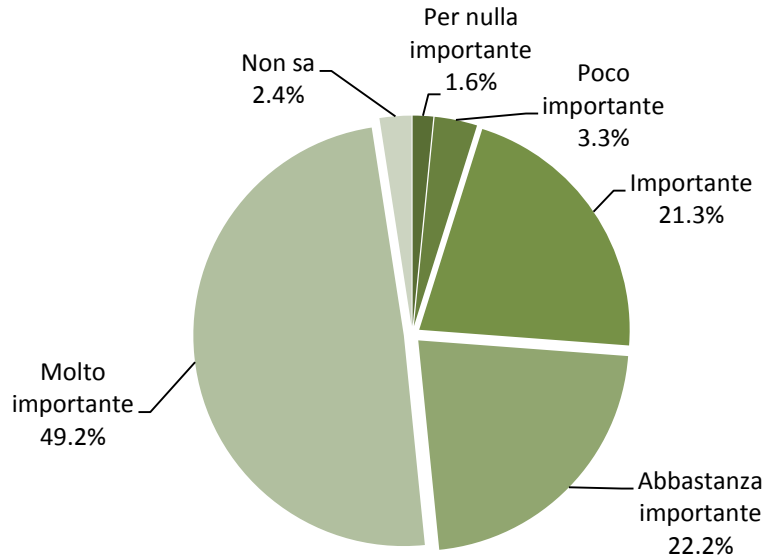


Base: Strutture aperte o che stanno per riaprire

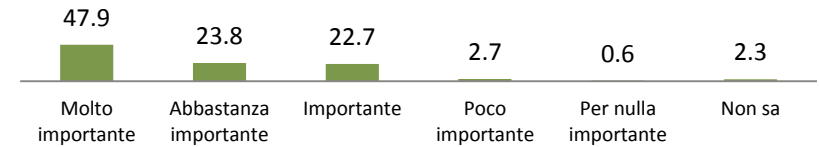
# Quanto è importante per le aziende scegliere un fornitore locale?

QUINTA  
WAVE

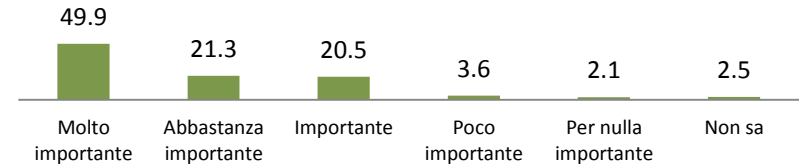
**Quanto è importante per la vostra azienda scegliere un fornitore locale?**



**Totale Strutture Alberghiere**



**Totale Strutture Extra-Alberghiere**



Base: Strutture aperte o che stanno per riaprire





**NOTOSONDAGGI**

ISTITUTO DEMOSCOPICO

**ENIT** 1919  
AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO

**8.**

**Sostenibilità e Inclusione:  
SFIDE ECO-SOSTENIBILI  
PER AFFRONTARE IL FUTURO**

# Sostenibilità e Inclusione:

## SFIDE ECO-SOSTENIBILI PER IL FUTURO

---

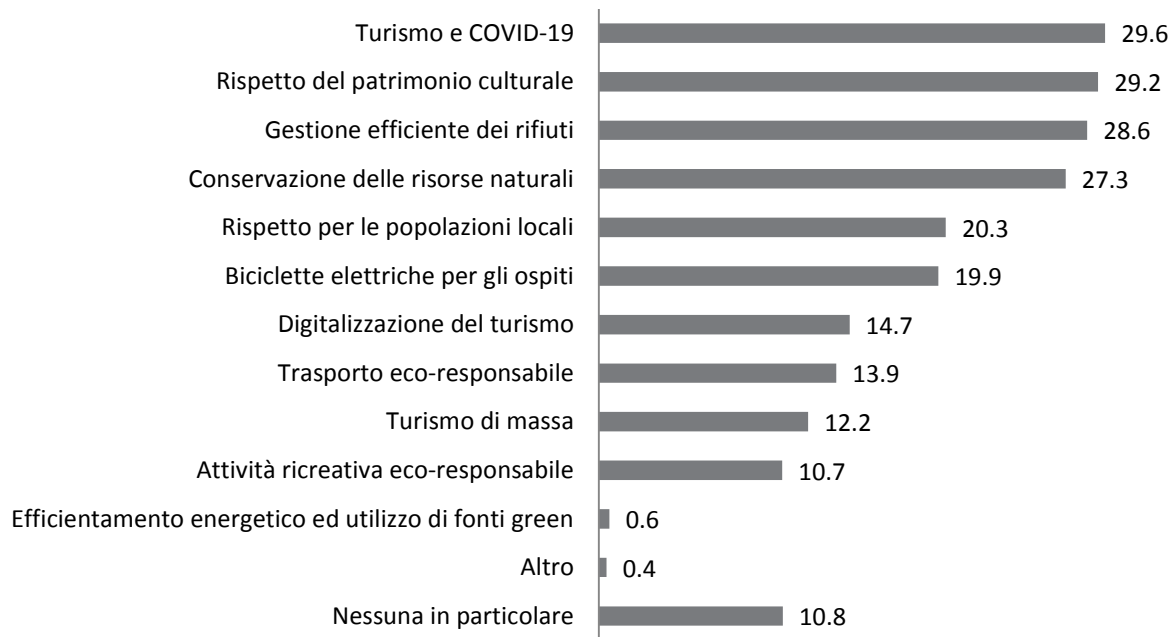
- **In conclusione dalla verifica sugli ambiti in cui intervenire con maggiore urgenza le sfide ecosostenibili più urgenti a cui devono far fronte le aziende nel settore riguardano diversi ambiti cui è stata attribuita analoga importanza.**
- **Accanto all'emergenza sanitaria e alle sue ricadute sulla situazione in cui versa l'intero comparto, è stato citato il patrimonio di cui il Paese dispone. Si tratta non solo del patrimonio artistico ma anche di quello ambientale e più in generale di quello culturale cui è sentito urgente dedicare attenzione e rispetto.**
- **Analoga urgenza di intervento viene assegnata dagli operatori del settore alla questione rifiuti e quindi all'efficienza della sua gestione oltre che alla mobilità segnalando l'importanza di investire sull'elettrico e in particolare sulle bici elettriche di cui poter dotare i propri ospiti, un investimento considerato oggi prioritario da circa il 20% degli operatori del settore.**



# Sfide ecosostenibili per affrontare il futuro

QUINTA  
WAVE

**Quali sono le sfide ecosostenibili più urgenti a cui deve far fronte la vostra azienda?**



*Base: strutture aperte o che stanno per riaprire  
Domanda a risposta multipla*





**ENIT** 1919  AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO



**NOTOSONDAGGI**  
ISTITUTO DEMOSCOPICO

Via Ciro Menotti, 1 00195 Roma

Tel: 0621129411

*mail:* [info@notosondaggi.it](mailto:info@notosondaggi.it)