

I dati della crisi delle Agenzie di Viaggio emerse in una indagine di Fiavet Lazio e EBTL



I dati relativi alla filiera del turismo in quest'ultimo anno, sono davvero impietosi. A soffrirne in maniera più evidente le agenzie di viaggio a causa della chiusura delle frontiere, il lockdown e i divieti imposti dai vari DPCM. Per comprendere in maniera compiuta il fenomeno, nei mesi scorsi, Fiavet Lazio e l'Ente Bilaterale del Turismo Lazio avevano lanciato on line un'indagine conoscitiva il cui risultato ha dimostrato, qualora ce ne fosse stato bisogno, il grave stato di crisi nel quale versa il settore della distribuzione. Un dato fondamentale, per tradurre in numeri lo stato della crisi attuale, emerge dalla domanda relativa alla stima di perdita di fatturato per l'anno 2020. Il 92,3% delle aziende intervistate ha stimato una perdita di fatturato di oltre il 60% rispetto all'anno precedente; il 4,3% una perdita compresa tra il 51% ed il 60% rispetto al 2019; l'1,8% tra il 21% e il 40%, mentre solo l'1,7 ha stimato una perdita al di sotto del 20%.

Nel questionario si chiedeva, tra l'altro, anche la reale consistenza dell'azienda dal punto di vista occupazionale che ha evidenziato come il settore sia composto prevalentemente da micro, piccole e medie imprese: il 71,8% è infatti, composto

tra i 0 e 5 addetti; il 13,7% tra i 5 e 10 addetti, mentre solo il 9,4% delle aziende intervistate ha dichiarato una situazione occupazionale pre-covid compresa tra i 15 e oltre i 25 addetti. Per quanto concerne la situazione degli addetti in CIG e FIS, tutte le aziende intervistate hanno risposto di avere lavoratori in FIS o CIG, con numeri variabili: il 78,6% delle aziende da 1 a 5 addetti; il 12,8% dai 5 ai 15 addetti, mentre l'8,6% delle aziende ha dichiarato un numero di addetti protetti da ammortizzatori sociali, dai 15 ai 25 addetti. Relativamente alla consistenza del fatturato pre-crisi, le risposte indicano che nel territorio della Regione Lazio il 35,9% delle aziende intervistate ha una media di fatturato da 1 a 3 milioni di Euro, il 27,4% fino a 500 mila Euro, il 19,7% oltre 3 milioni di Euro, mentre il 17,1% dichiara di avere un fatturato da 500 mila Euro a 1 milione di Euro. Il questionario richiedeva anche la percentuale dell'incoming sul fatturato (per il 61,5% delle aziende oltre il 60%) e la percentuale della clientela italiana sul totale della clientela incoming: per il 66,7% tra lo 0 e il 20%; per il 21,4% oltre il 60%, mentre per il 12% tra il 21% e il 60%. La percentuale della clientela estera sul totale di quella incoming ha evidenziato invece che per il 57,3% delle aziende è pari al oltre il 60%. Molto interessanti sono state le risposte relative al prossimo futuro. L'indagine ha evidenziato che per il primo semestre del 2021, l'88,8% delle aziende intervistate ha stimato un fatturato molto basso, compreso tra lo 0% e il 20%; l'11,1% tra il 21% ed il 30%, e il 2,6% tra il 31% e il 40%. In ultimo lo 0,9% presume un fatturato dal 41% al 50%, mentre solo l'1,7% stima un fatturato oltre il 60%. Alla domanda su quale fosse stato l'impatto del primo lockdown ed il protrarsi della crisi Covid-19 sulle aziende del settore, il 72% delle aziende afferma di aver avuto una riduzione totale delle attività e di non essere in grado di presumere una data per una eventuale ripresa. Il 15% delle aziende sostiene poi che, a seguito della riduzione totale delle attività lavorative, sta valutando la chiusura dell'azienda, mentre il 17%, presume una

riorganizzazione aziendale verso innovazione e nuove strategie commerciali e di lavoro. Circa una eventuale propensione a fare investimenti per il 2021, infine, il 53,3% delle aziende ha risposto che “non farà investimenti per il 2021”, mentre il 42,7% afferma che “farà investimenti” e tra quest’ultime, il 33,3% investirebbe in “Sito Web e E-Commerce”; il 17,9% nell’ “Informatizzazione”; il 16,2% nell’Internazionalizzazione”; il 10,3% nella “formazione imprenditoriale” e sempre il 10,3% nella “formazione dei propri lavoratori”.