

Italia, città d'arte e montagna al top

Il 2013 chiude in positivo per il settore turistico con una media di vendita camere delle imprese ricettive pari al 42,5%, quota in crescita del +1,9% rispetto al 2012. Lo comunica l'Isnart, Istituto nazionale ricerche turistiche. L'andamento dell'occupazione camere ha registrato due velocità: nel primo semestre i risultati si sono mantenuti al di sotto delle performance del 2012, mentre nella seconda parte dell'anno si registrano dati più incoraggianti grazie al trend positivo che accompagna la chiusura dell'anno (+4,3% di camere vendute nel II semestre).

In particolare, nell'ultimo trimestre dell'anno si registra la sostanziale tenuta delle vendite camere con il 38,1% di occupazione ad ottobre (+1,6% rispetto allo stesso periodo del 2012), il 33,2% a novembre (+4,8%), ed il 25,7% di dicembre (+1,9%; dato provvisorio). In questo scenario le strutture alberghiere si distinguono per i risultati registrati nel trimestre, potendo contare sul 46,9% di occupazione ad ottobre, sul 38,8% a novembre e sul 30,7% a dicembre. Gli alberghi, quindi, superano le performance di vendita delle strutture extralberghiere dove il tasso di occupazione si attesta al 28,1% ad ottobre, al 25,7% a novembre, al 18,9% a dicembre.

La fotografia del comparto ricettivo

L'ultimo trimestre dell'anno, quindi, si caratterizza per l'ampliamento della forbice tra i risultati ottenuti dagli alberghi e dalle strutture complementari fino a circa 10 punti percentuali. Tra gli alberghi, in particolare, si distinguono gli hotel a 5 stelle che - con tassi di occupazione camere del 60,2% a ottobre, del 55,0% a novembre e del 49,5% a dicembre - registrano incrementi fino al +14,3% (a dicembre). Tra le strutture extralberghiere, invece, emergono le case per ferie che registrano il 51% di camere occupate a ottobre, il 42,7% a novembre ed il 36,2% a dicembre. Nel caso delle tariffe delle strutture alberghiere si registra un aumento, con una media di circa 81 euro per una doppia, in crescita del +6,7% rispetto al 2012, cifra che comunque non raggiunge gli 87 euro del 2008 (87 euro).

A livello territoriale, l'andamento di occupazione camere prende strade diverse: nel Nord Est si recuperano le perdite del 2012 (+6,6% ottobre, +10,8% novembre, +5,8% dicembre); nel centro si realizza la performance migliore di ottobre (43,2% di occupazione, +2,4%); in calo le vendite camere delle imprese del Nord Ovest (-2% ottobre, -2,8% dicembre) e del Sud/Isole (-3,9% ottobre).

Tra i prodotti turistici protagonisti dell'ultimo trimestre dell'anno si posizionano in primis le città d'arte che riescono a mantenere livelli di occupazione più elevati (54,3% ottobre, 45,4% novembre e 31,4% dicembre, rispettivamente +4,9%, +4,2% e +1,1%), mentre le terme ottengono buoni risultati ma solo ad ottobre e novembre (rispettivamente 39,6% e 32,6%). La montagna si distingue per il trend positivo di fine anno con il +3,6% ottobre ed il +6,7% novembre e la stabilità di dicembre, posizionandosi come destinazione ideale per il Natale 2013.

Anticipazioni sul 2014

Per le Festività Natalizie, infatti, le imprese ad alta quota registrano la performance migliore tra i prodotti turistici con un tasso medio di occupazione camere previste del 49,2% (+2,8% rispetto al 2012). Un ottimo risultato se si pensa che il dato medio nazionale per le festività natalizie è del 30,4% (+1,3%). Seguono le città d'arte (32,7%) che, però, registrano un trend lievemente negativo (-2,5%).

Quali le prospettive per il 2014? In linea generale sono ancora le città e la montagna a distinguersi nello scenario nazionale. Le prenotazioni registrate nel mese di dicembre dagli operatori si attestano sul 9,6% per gennaio (15,3% in montagna e 15% nelle città d'arte), 5,8% per febbraio (10,9% in città e 8,1% in montagna), appena il 5% per marzo (9,8% in città, 5,5% in montagna). Tra i comparti ottiene risultati migliori quello alberghiero con il 12,8% a gennaio, l'8% a febbraio e il 6,7% a marzo. È da precisare, però, che a determinare quote così contenute è la tendenza sempre più esasperata alla prenotazione a ridosso della partenza, fenomeno che aggiunge difficoltà alle imprese che non possono pianificare investimenti a lungo termine.