

A thick dark blue vertical bar runs down the left side of the page. A blue arrow-shaped graphic points to the right from the bar, containing the date.

19/04/2018

Le strutture alberghiere

Assohotel -Assemblea Elettiva - 2018

Several thin, curved lines in shades of blue and grey originate from the bottom left and sweep upwards and to the right, creating a sense of movement and design.

Ufficio Economico
CONFESERCENTI NAZIONALE

1. La struttura

In Italia si contano 178 mila 449 esercizi ricettivi: il 18,6% sono attività alberghiere, l'81,4% attività extra-alberghiere. Le attività alberghiere negli ultimi 4 anni si sono ridotte di circa 560 unità, arrivando a **33 mila 166**, una contrazione che ha riguardato soprattutto gli alberghi a 1 e 2 stelle con 1.175 alloggi in meno su tutto il territorio nazionale. A fronte di questo calo si ha una crescita rispettivamente del 17 e 7 per cento degli alberghi di lusso a 5 stelle e degli alberghi a 4 stelle, strutture con una capacità di oltre 150 posti letti di media. Si continua ad evidenziare uno spostamento delle categorie da quelle più basse a quelle di maggiore "qualità".

Dal lato dell'offerta, quindi, si assiste a una sorta di saturazione e "maturità": per la ricettività alberghiera il minimo storico degli esercizi è già stato toccato (dai 42mila negli anni Ottanta siamo passati ai 33mila di oggi), ed è in atto un processo di riqualificazione che ne spinge verso l'alto le categorie e in prospettiva anche la redditività.

Tutti gli alloggi extra-alberghieri, a parte i campeggi e i villaggi che rimangono stabili, crescono in modo significativo, in parte anche a causa del cambiamento delle normative che hanno fatto emergere attività precedentemente sommerse. Da segnalare i 7 mila e 300 alloggi in più in affitto gestiti in forma imprenditoriale (con una capacità di 8 posti letti di media ad alloggio) che fanno registrare un +10%, i bed & breakfast che con oltre 32 mila attività crescono del 28%, gli agriturismi che aumentano dell'8,5% e la forte crescita degli altri esercizi ricettivi non classificati, alloggi privati, che sono regolati dalle varie normative regionali. Quest'ultima tipologia insieme ai bed and breakfast, con una media di circa 6 posti letto a struttura, ha visto crescere il proprio peso sul comparto complementare di 3 punti percentuali in quattro anni.

Tav. 1 Le consistenze

	2012	2016	var. % 2016-2012	peso %
Totale esercizi ricettivi	157.228	178.449	13,5%	100%
Esercizi alberghieri	33.728	33.166	-1,7%	18,6%
alberghi di 5 stelle e 5 stelle lusso	393	460	17,0%	1,4%
alberghi di 4 stelle	5.354	5.726	6,9%	17,3%
alberghi di 3 stelle	15.243	15.355	0,7%	46,3%
alberghi di 2 stelle	6.509	5.911	-9,2%	17,8%
alberghi di 1 stella	3.438	2.861	-16,8%	8,6%
residenze turistico alberghiere	2.791	2.853	2,2%	8,6%
Esercizi extra-alberghieri	123.500	145.283	17,6%	81,4%
campeggi e villaggi turistici	2.670	2.694	0,9%	1,9%
alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale	73.804	81.171	10,0%	55,9%
agriturismi	17.228	18.686	8,5%	12,9%
ostelli per la gioventù	494	636	28,7%	0,4%
case per ferie	2.242	2.419	7,9%	1,7%
rifugi di montagna	1.063	1.090	2,5%	0,8%
altri esercizi ricettivi n.a.c.	758	6.220	720,6%	4,3%
bed and breakfast	25.241	32.367	28,2%	22,3%

Fonte: Elaborazione Confesercenti su dati Istat

2. I movimenti

I dati provvisori e aggregati per il 2017 indicano che nel nostro paese si sono registrati 122 milioni di arrivi e 427 milioni di presenze per una permanenza media di 3,5 giorni; tra il 2011 e il 2017 gli arrivi sono sempre cresciuti con un picco nel 2015 del 6,4%, le presenze invece sono tornate al segno positivo nel 2014 e registrano il loro massimo proprio nel 2017 superando come tasso di crescita gli arrivi. Il 2017 in questo senso

è un anno particolare rispetto ai precedenti in cui a fronte di un aumento degli arrivi, le presenze si erano ridotte, come per il 2012-2013, o erano cresciute di meno.

Per scendere nel dettaglio della tipologia di alloggio e clientela è necessario prendere a riferimento il 2016, ultimo dato disponibile; in quest'anno gli arrivi di cittadini stranieri sono 57 milioni, quelli italiani li superano di poco con 60 milioni, in termini di presenze gli stranieri hanno raggiunto quota 50%. Da sottolineare negli ultimi 5 anni che per gli stranieri si registrano aumenti sia nel numero degli arrivi che delle presenze, nelle strutture alberghiere rispettivamente del 14 e del 10% mentre nell'extra alberghiero del 41 e 19%, per gli italiani invece a fronte di un aumento degli arrivi +7% c'è un calo delle presenze -3%.

Tav. 2 Arrivi e presenze nelle strutture turistiche tra il 2011 e il 2016

Valori in migliaia	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Arrivi totali	103.724	103.733	103.863	106.552	113.392	116.944	122.203
Presenze totali	386.895	380.711	376.786	377.771	392.874	402.962	427.062
Arrivi esercizi alberghieri	83.056	82.645	82.639	84.240	89.020	90.256	-
Presenze esercizi alberghieri	259.911	255.610	254.759	254.941	263.010	267.675	-
Variazioni tendenziali		2012	2013	2014	2015	2016	2017
Arrivi totali		0,01%	0,12%	2,59%	6,42%	3,13%	4,50%
Presenze totali		-1,60%	-1,03%	0,26%	4,00%	2,57%	5,98%
Arrivi esercizi alberghieri		-0,49%	-0,01%	1,94%	5,67%	1,39%	
Presenze esercizi alberghieri		-1,65%	-0,33%	0,07%	3,16%	1,77%	

Fonte: Elaborazione Confesercenti su dati Istat

Tav. 3 Arrivi e presenze nelle strutture turistiche

2016	Totale		Paesi esteri		Italia	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
Totale esercizi ricettivi	116.944	402.962	56.764	199.422	60.180	203.540
Esercizi alberghieri	90.256	267.675	43.405	131.989	46.851	135.687
alberghi di 5 stelle, 5 stelle lusso e 4 stelle	46.084	123.198	25.123	70.732	20.962	52.467
alberghi di 3 stelle e residenze turistico alberghiere	38.028	125.547	15.751	53.454	22.277	72.093
alberghi di 2 stelle e alberghi di 1 stella	6.144	18.930	2.532	7.803	3.612	11.127
Esercizi extra-alberghieri	26.688	135.287	13.359	67.433	13.329	67.854
campeggi e villaggi turistici	9.691	64.147	4.953	31.938	4.738	32.209
alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale	8.198	38.598	4.645	21.443	3.553	17.154
Agriturismi	3.038	12.068	1.380	6.909	1.658	5.159
bed and breakfast	2.144	5.118	849	2.138	1.295	2.980
altri esercizi ricettivi	3.616	15.357	1.532	5.006	2.085	10.351

Fonte: Elaborazione Confesercenti su dati Istat

Il grosso degli arrivi, **più del 77%, è diretto verso le strutture alberghiere**: tra queste sono gli alberghi a 4 e 3 stelle a concentrare oltre l'85% degli arrivi. Opportuno segnalare la crescita degli arrivi nelle strutture ricettive a 5 e 4 stelle, che per gli stranieri negli ultimi quattro anni è del +21% mentre per gli italiani del +13%. Calano invece in media del 15% gli arrivi nelle strutture alberghiere a 2 e 1 stella. Come detto sopra, l'utilizzo degli alberghi di qualità superiore soprattutto per la componente turistica straniera spinge a cambiamenti dal lato dell'offerta.

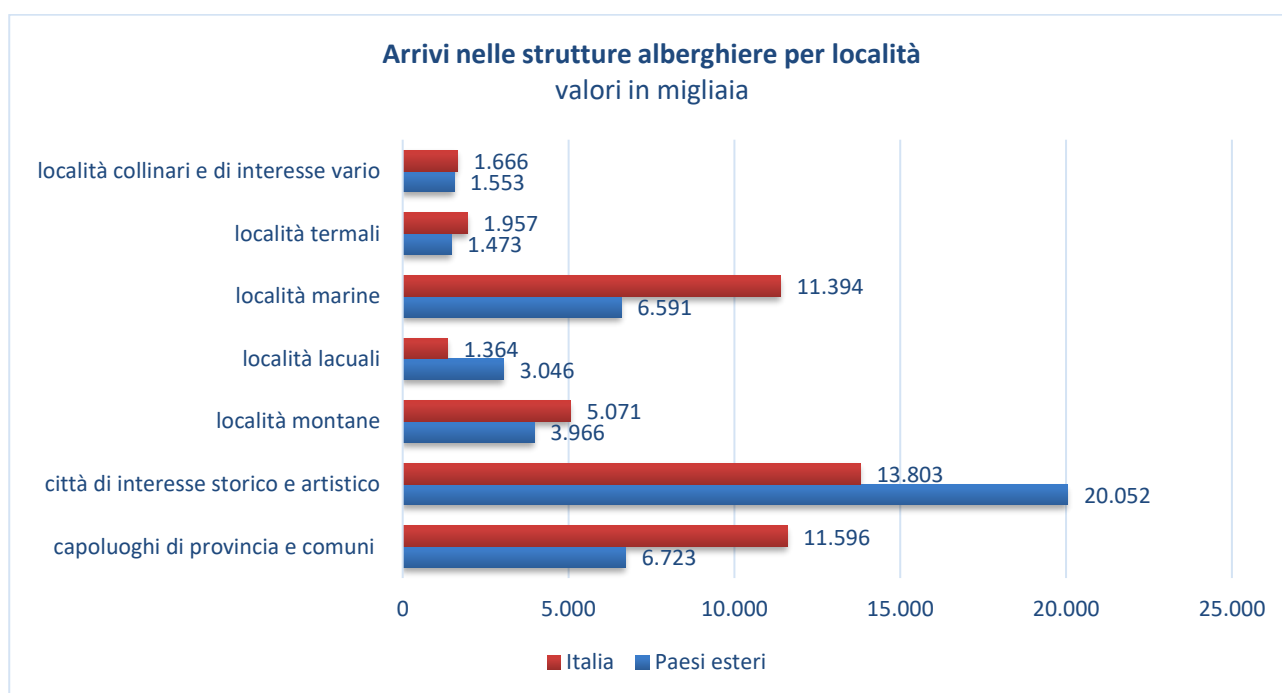
Per l'extra-alberghiero la tipologia alloggiativa preferita per stranieri e italiani sono i campeggi e villaggi turistici e gli alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale che attirano rispettivamente il 72% e il 62% degli

arrivi. Tutte le strutture extra-alberghiere fanno registrare incrementi importanti negli arrivi, con i bed and breakfast che in pochi anni addirittura vedono raddoppiare gli arrivi stranieri o gli alloggi in forma imprenditoriale dove la crescita degli arrivi nazionali e stranieri è rispettivamente del 41 e 67%.

Tav. 4 Variazioni degli arrivi e delle presenze – 2011 -2016

	Paesi esteri		Italia	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze
totale esercizi ricettivi	19,6%	13,0%	7,0%	-3,3%
esercizi alberghieri	14,3%	10,0%	3,9%	-3,0%
alberghi di 5 stelle, 5 stelle lusso e 4 stelle	25,4%	23,3%	9,7%	6,9%
alberghi di 3 stelle e residenze turistico alberghiere	5,9%	2,3%	3,2%	-5,0%
alberghi di 2 stelle e alberghi di 1 stella	-17,6%	-24,9%	-17,2%	-25,3%
esercizi extra-alberghieri	41,0%	19,4%	19,1%	-3,8%
campeggi e villaggi turistici	12,3%	6,8%	-2,4%	-12,9%
alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale	68,5%	28,4%	45,4%	-1,1%
agriturismi	53,3%	31,3%	14,9%	3,6%
bed and breakfast	126,1%	80,8%	93,8%	61,2%
altri esercizi ricettivi	48,2%	46,1%	17,1%	10,4%

Fonte: Elaborazione Confesercenti su dati Istat



L'81% degli arrivi si registra nelle località di interesse turistico e il restante 19% nei capoluoghi di provincia e comuni. Gli arrivi nelle località di interesse turistico per il 76% sono diretti in strutture alberghiere; gli stranieri prediligono le città di interesse storico e artistico (55%), mentre per gli italiani le città storiche (39%) si contendono il primato con le località marine (32%). Prendendo a riferimento le strutture alberghiere gli stranieri superano gli italiani per arrivi nelle città storiche e artistiche e nelle località lacuali mentre gli arrivi nazionali sono nettamente superiori nelle località marine e montane.

Come già detto le strutture alberghiere catturano la maggior parte degli arrivi, in alcune località come quelle termali o nelle città di interesse storico e artistico la percentuale arriva al 90-80% mentre per le località lacuali il 60% degli arrivi si riversa nelle strutture alberghiere e il 40% in quello extra-alberghiero.

Alcune regioni italiane in questi anni hanno registrato aumenti degli arrivi e delle presenze importanti, da segnalare al sud la Basilicata (rispettivamente +40% e +19,5%), la Sardegna e la Puglia, al nord la Valle d'Aosta, il Trentino Alto Adige, la Liguria, il Piemonte e il Veneto. Nessuna regione del centro registra incrementi superiori alla media nazionale, inoltre ad eccezione del Lazio, delle Marche e della Toscana, dove arrivi e presenze anche se di poco crescono, nelle altre regioni le presenze si riducono, soprattutto in Molise (-32,4%) Abruzzo (17.6%) e in Friuli Venezia Giulia (-7,2%).

Per quanto riguarda le strutture alberghiere, l'82% degli arrivi è al Centro-Nord, con Lombardia, Veneto, Lazio, Emilia Romagna e Toscana tra le mete preferite. Rapportando il numero degli arrivi ai residenti, le prime cinque regioni diventano il Trentino Alto Adige, la Valle d'Aosta, il Veneto, la Toscana e la Liguria.

L'area geografica dove il numero degli arrivi è cresciuto di più, tra il 2011 e il 2016, è stata il Nord Est (+13% con il Trentino dove gli arrivi sono aumentati del 18% e il Friuli Venezia Giulia del +13%), bene anche il Nord Ovest con una forte ripresa turistica della Valle d'Aosta (+20% di arrivi). Sotto la media nazionale gli arrivi nelle strutture alberghiere delle altre aree, meritano una menzione invece gli arrivi in Sardegna e Basilicata con incrementi superiori al 20%. Se per numero di arrivi e presenze gli stranieri sono superiori ai turisti italiani in Lombardia, Veneto e Trentino gli italiani invece li superano soprattutto in Emilia Romagna e Puglia.

Tav. 5 Arrivi e presenze nelle strutture alberghiere per area geografica

2016						
	Mondo		Paesi esteri		Italia	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
Italia	90.256	267.675	43.405	131.989	46.851	135.687
Nord Ovest	20.950	49.005	10.230	25.514	10.721	23.491
Nord Est	31.497	103.553	15.773	53.126	15.724	50.427
Centro	21.471	56.039	11.696	30.403	9.775	25.636
Sud	10.664	37.953	3.187	12.295	7.477	25.658
Isole	5.674	21.125	2.520	10.650	3.155	10.475
Var. %						
2016 -2011	Mondo		Paesi esteri		Italia	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
Italia	8,7%	3,0%	14,3%	10,0%	3,9%	-3,0%
Nord Ovest	10,1%	5,3%	22,9%	18,9%	0,1%	-6,4%
Nord Est	13,1%	4,6%	16,3%	12,2%	10,0%	-2,4%
Centro	3,1%	-2,9%	2,3%	-6,6%	4,0%	1,9%
Sud	7,1%	3,7%	25,3%	19,6%	0,9%	-2,6%
Isole	5,5%	5,5%	18,6%	26,9%	-3,1%	-10,0%

Fonte: Elaborazione Confesercenti su dati Istat

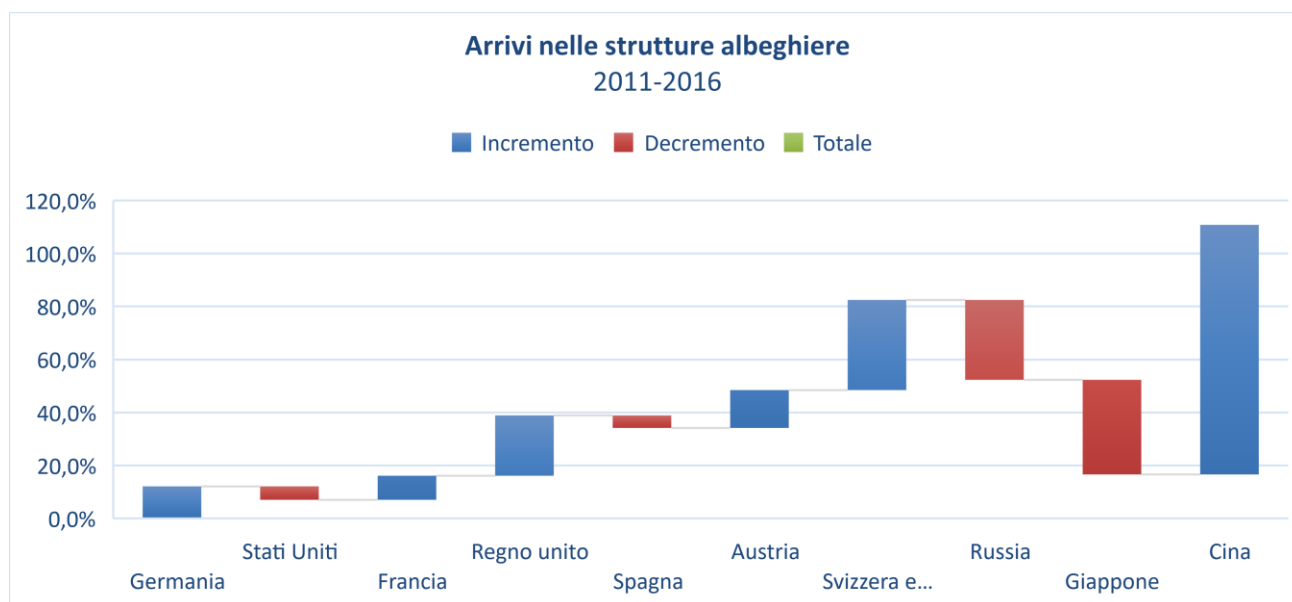
Gli arrivi nelle strutture alberghiere in valori assoluti, vedono ai primi posti, rimasti invariati nell'arco degli ultimi 5 anni, le grandi città: Roma, Milano, Venezia, Bolzano e Firenze; si raggiunge quasi il 50% degli arrivi complessivi nelle strutture alberghiere con Napoli, Torino, Verona e Rimini. Considerando invece gli andamenti degli arrivi tra il 2011 e il 2016 per crescita si segnalano le province della Sardegna, +48% di media tra Nuovo, Olbia, Oristano e Medio Campitano, poi Viterbo, Matera, Mantova, e Varese. Si riducono invece gli arrivi in diverse province siciliane come Agrigento (-14%) e Palermo (-11%) oltre che Caltanissetta ed Enna a Piacenza e Pisa.

Passando alle diverse nazionalità, la Germania è il paese che domina gli arrivi turistici nel nostro Paese sia nelle strutture alberghiere rappresentando il 17% della clientela complessiva, che nell'extra alberghiero dove arriva al 30%. I primi 5 paesi per numeri di arrivi nelle strutture alberghiere, circa il 46% del totale, sono: la

Germania con 7,6 milioni, gli Stati Uniti con 3,7 milioni, la Francia 3,3 milioni, il Regno Unito e la Cina con 2,5 milioni. Per le strutture extra alberghiere dopo la Germania con 4 milioni di arrivi, ci sono i Paesi Bassi e la Francia che fanno registrare 1 milione di arrivi ciascuno, la Svizzera e gli Stati Uniti rispettivamente con 723 mila e 701 mila arrivi.

Nel comparto alberghiero la Cina tra il 2011 e il 2016 ha scalato 5 posizioni, gli arrivi sono cresciuti del 95% andando più che a compensare la contrazione della Russia e del Giappone che insieme hanno ridotto gli arrivi di 894 mila unità. In contrazione anche gli arrivi dagli Stati Uniti (-204 mila) e dalla Spagna; crescono invece gli arrivi della Svizzera (+34%), del Regno Unito (+23%) e dell’Austria (+14%). In termini di crescita degli arrivi quella più intensa è stata della Corea del Sud, dell’Argentina, della Turchia e dell’Egitto.

Nell’extra alberghiero gli arrivi aumentano e le prime posizioni non subiscono cambiamenti, la Germania fa registrare un +32%, la Francia +59%, il Regno Unito e la Svizzera rispettivamente +66 e +63%. Nell’extra alberghiero la Cina triplica i propri arrivi passando da 51 mila a 172 mila, da segnalare anche i turisti russi che arrivano a 174 mila con un +71%.



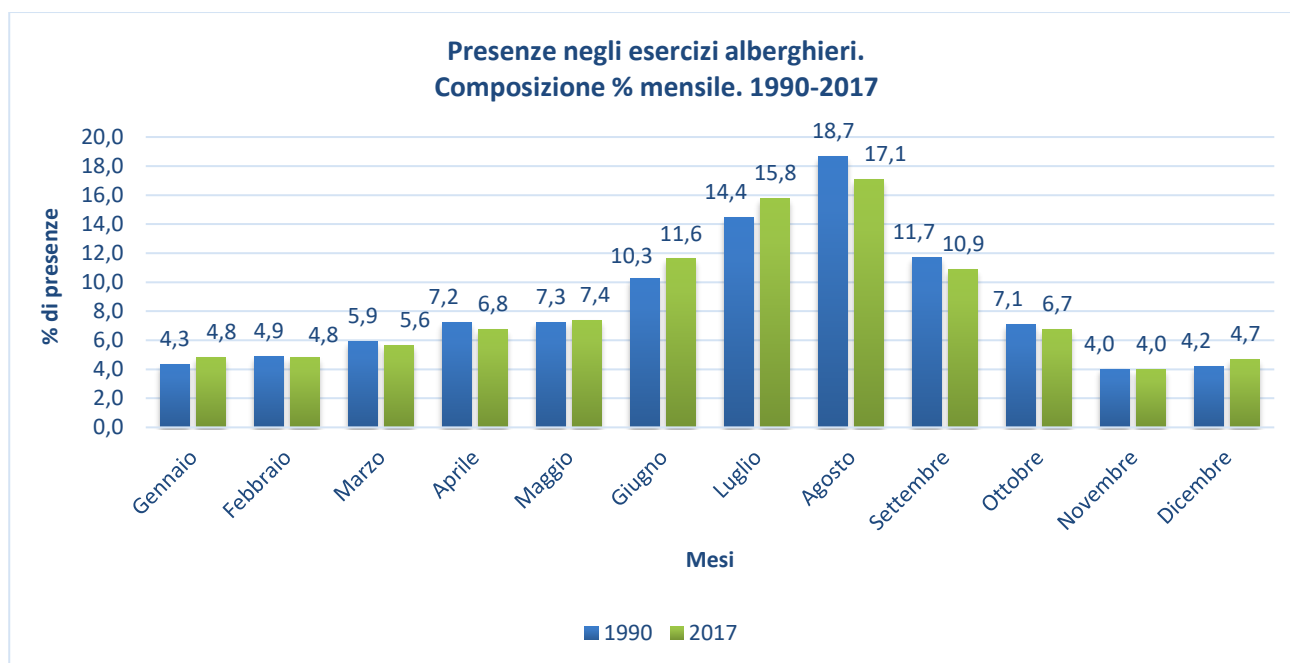
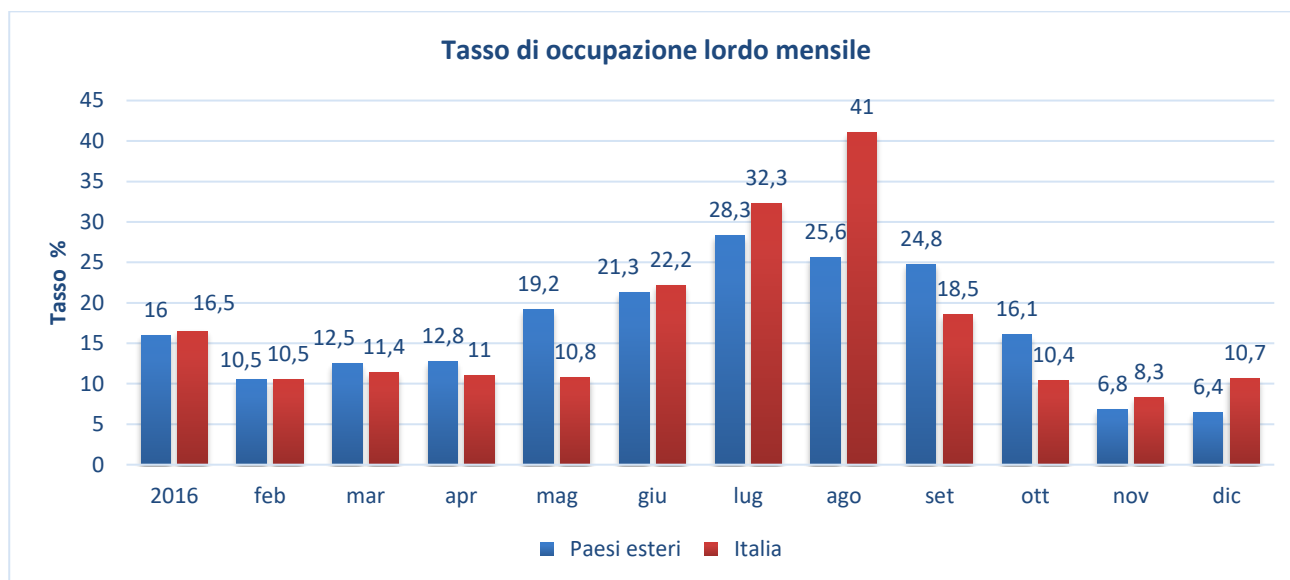
3. Stagionalità

Il tasso lordo annuo di occupazione alberghiera dei posti letto, in Italia è pari al 32,5% mentre il tasso netto arriva al 43,7%. Il tasso di utilizzazione lorda si calcola su 365 giorni, senza cioè tener conto dell’effettivo periodo di apertura e di fatto indica la potenzialità dell’offerta a prescindere dalla stagionalità. La Liguria è la regione con il più alto tasso netto di utilizzazione pari al 43%, seguita dal Veneto (41,3%) e dalla Lombardia, il Molise (13,3%), la Calabria (18,5%) e l’Abruzzo sono invece in coda. Il tasso di utilizzazione raggiunge il suo massimo nei mesi di agosto (66,6%) e di luglio (60,6%) e il suo minimo nei mesi di novembre (15,1%) e dicembre (17,1%). Tra le tipologie alberghiere sono gli esercizi a quattro stelle ad avere il tasso di occupazione più alto, pari al 40,3%, seguiti da quelli a 5 stelle e lusso (+38,2%).

Il dato sul tasso di utilizzo ci porta al tema del “modello” di turismo. Da diversi anni si dibatte il tema della elevata stagionalità turistica nel nostro Paese che, come altri paesi con presenza elevata di coste e località balneabili, tende ad avere una concentrazione di presenze nei mesi estivi.

La stagionalità è uno dei principali problemi del comparto turistico italiano, con quella straniera che risulta meno accentuata di quella dei residenti che prediligono le località balneari.

Dal grafico si nota che, in un periodo ampio di tempo, dal 1990 al 2017, 27 anni, il comportamento dei turisti ha subito sì delle modificazioni, ma solo parziali. A fronte di un incremento elevato di presenze totali, pari 93 milioni, il 48,7% in più, i 4 mesi estivi concentrano sempre il 55% delle presenze, con un lieve aumento nel 2017. I turisti si sono però redistribuiti: le presenze ad agosto sono diminuite di 1,6 punti, quelle di settembre di 0,8, mentre sono salite quelle di giugno e luglio di 1,3/1,4 punti percentuali. Sono leggermente aumentate le quote di presenze a dicembre e gennaio (di 0,5 punti).



4. Un confronto europeo

L'Italia è al primo posto in Europa per numero di strutture alberghiere, poi viene la Germania con 33.061 e la Spagna con circa 19 mila. La Germania e l'Austria più dell'Italia negli ultimi cinque hanno registrato una diminuzione delle attività alberghiere rispettivamente del -7% e -6%; ben peggiore la contrazione che si

registra in Belgio quasi del 30%. Significativo che l'Italia si posiziona al quarto posto nel mondo dopo Usa, Cina e Giappone per numero di camere, davanti a Regno Unito, Germania e Spagna.

Anche nel comparto extra alberghiero l'Italia stacca di molto gli altri paesi, con queste strutture che raggiungono l'81% del totale; in un confronto europeo solo la Croazia e il Belgio hanno situazioni simili.

Tav. 6 Strutture alberghiere ed extra alberghiere in alcuni paesi europei (*)

2016	Esercizi alberghieri	Esercizi extra -alberghieri	Totale	Peso extra alberghiero
Austria	12.366	8.253	20.619	40,0%
Belgio	1.522	6.690	8.212	81,5%
Bulgaria	2.158	1.173	3.331	35,2%
Croazia	1.011	82.222	83.233	98,8%
Danimarca	537	599	1.136	52,7%
Francia	18.424	11.623	30.047	38,7%
Germania	33.061	17.091	50.152	34,1%
Grecia	9.987	24.678	34.665	71,2%
Italia	33.166	145.283	178.449	81,4%
Paesi Bassi	3.585	5.365	8.950	59,9%
Polonia	3.965	6.544	10.509	62,3%
Portogallo	2.437	1.734	4.171	41,6%
Repubblica Ceca	6.022	3.146	9.168	34,3%
Romania	2.638	4.390	7.028	62,5%
Slovacchia	1.475	1.280	2.755	46,5%
Slovenia	692	2.568	3.260	78,8%
Spagna	19.524	29.177	48.701	59,9%

Nota: (*) gli ultimi dati disponibili per il Regno Unito si riferiscono al 2013: il numero di strutture turistiche è di 87.079 di cui 40.272 quelle alberghiere. Fonte: Elaborazione Confesercenti su dati Eurostat

Tav. 7 Arrivi e presenze in alcuni paesi europei

valori in migliaia	Arrivi		Presenze	
	2011	2016	2011	2016
Austria	30.906	37.091	105.340	117.957
Danimarca	6.165	7.519	28.211	31.896
Francia	146.792	157.263	401.007	404.763
Germania	141.741	165.624	339.021	388.852
Grecia	21.083	23.714	87.511	101.855
Italia	103.724	116.888	386.895	402.858
Paesi Bassi	30.667	38.883	85.368	106.213
Polonia	21.477	30.108	57.148	79.394
Portogallo	14.850	21.917	46.858	66.014
Repubblica Ceca	12.989	18.389	38.235	49.697
Slovacchia	3.537	4.944	10.416	13.895
Slovenia	3.045	4.264	8.860	11.058
Spagna	103.083	123.542	389.858	454.957

Fonte: Elaborazione Confesercenti su dati Eurostat

Le strutture alberghiere pur aumentando stanno riducendo il loro peso relativo in quasi tutti i paesi europei per il forte aumento delle ultime tipologie extra alberghiere come gli affitti in forma imprenditoriale, i B&B e gli agriturismi.

Nel 2016 l'Italia si posiziona al quarto posto tra i principali paesi dell'Unione Europea per arrivi nazionali e stranieri dietro a Germania, Francia e Spagna; nel 2011 era terza davanti alla Spagna. Per crescita degli arrivi

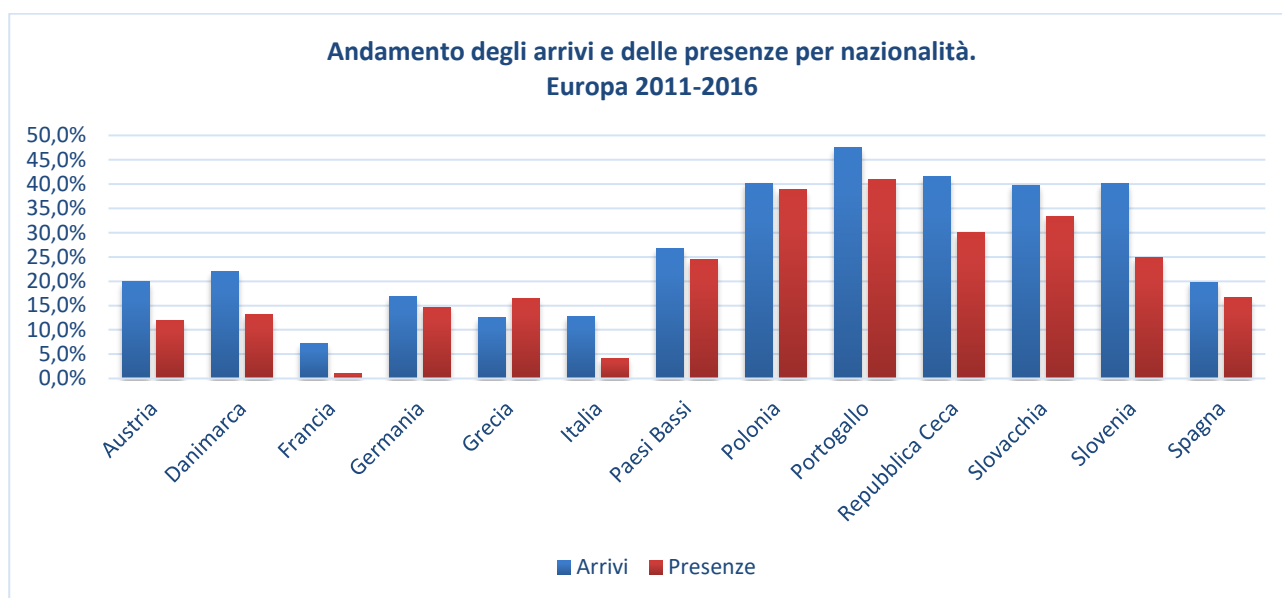
l'Italia è invece terz'ultima davanti solo a Grecia e Francia. Bene gli arrivi in Portogallo (+48%), nei Paesi Bassi (+27%) e in Danimarca (+22%), crescono poi di oltre il 40% gli arrivi in Repubblica Ceca, Slovenia, Slovacchia, Polonia e Ungheria e triplicano in Serbia. Considerando solo gli arrivi degli stranieri l'Italia è seconda dietro la Spagna, nel 2010 aveva il primato degli arrivi stranieri in Europa.

Per numero di presenze l'Italia è terza dietro Spagna e Francia posizione rimasta invariata rispetto al 2011; nel 2009 l'Italia registrava il maggior numero di presenze. L'Italia si posiziona al secondo posto dietro la Spagna per presenze straniere. **Considerando esclusivamente le presenze nelle strutture alberghiere l'Italia è seconda dopo la Spagna.**

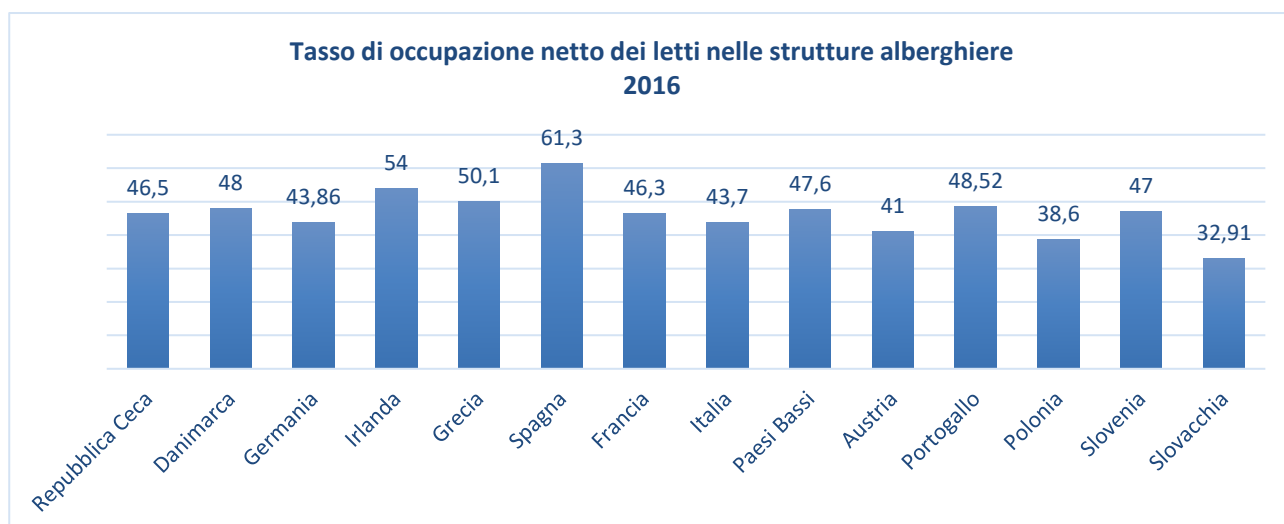
Tav. 8 Andamento degli arrivi, delle presenze e permanenza media per alcuni paesi europei

	Arrivi	Presenze	Permanenza media	
	2016-2011	2011	2011	2016
Austria	20,0%	12,0%	3,4	3,2
Danimarca	22,0%	13,1%	4,6	4,2
Francia	7,1%	0,9%	2,7	2,6
Germania	16,8%	14,7%	2,4	2,3
Grecia	12,5%	16,4%	4,2	4,3
Italia	12,7%	4,1%	3,7	3,4
Paesi Bassi	26,8%	24,4%	2,8	2,7
Polonia	40,2%	38,9%	2,7	2,6
Portogallo	47,6%	40,9%	3,2	3,0
Repubblica Ceca	41,6%	30,0%	2,9	2,7
Slovacchia	39,8%	33,4%	2,9	2,8
Slovenia	40,0%	24,8%	2,9	2,6
Spagna	19,8%	16,7%	3,8	3,7

Fonte: Elaborazione Confesercenti su dati Eurostat



L'Italia ha un tasso netto di utilizzazione dei posti letto più basso rispetto ai suoi diretti competitors, tasso che resta molto inferiore alle potenzialità a causa della forte stagionalità. Il tasso più alto lo registra la Spagna, seguita dalla Grecia e dal Portogallo.



5. La spesa per il turismo in Italia

I turisti stranieri spendono in Italia circa 48 miliardi di euro, di questi 13 miliardi vengono spesi in servizi ricettivi, ossia il 27,1%; il turismo domestico con una spesa complessiva pari a 64 miliardi diretta verso le strutture alloggiative il 17,4%, pari a 11 miliardi di euro. L'incidenza della spesa domestica in alloggio è inferiore di quasi 10 punti percentuali rispetto al turismo *inbound*. Sommando la spesa degli stranieri e la spesa domestica per turismo in servizi ricettivi in Italia si arriva a 24 miliardi di euro. Il prodotto che ha un peso maggiore all'interno del consumo turistico interno è quello relativo agli esercizi ricettivi, seguito dai servizi abitativi delle seconde case di proprietà e dalla ristorazione. Gli italiani spendono di più per i servizi di trasporto e noleggio e per i servizi delle agenzie di viaggio e tour operator.

Per gli italiani che viaggiano all'estero la spesa turistica si attesta sui 24 miliardi (il 34% destinato all'alloggio) portando a 88 miliardi la spesa complessiva tra turismo domestico e *outbound*.

Tav. 9 Spesa per il consumo turistico interno

(valori in milioni di euro)	Stranieri	Italiani	Altro consumo turistico	Totale	Incidenza
Servizi di Alloggio	14.880	14.134	23.446	52.460	35,8%
Servizi ricettivi	13.051	11.166	6.266	30.483	20,8%
<i>Alloggi seconde case</i>	1.829	2.967	17.181	21.977	15,0%
Ristorazione	8.429	10.116	925	19.470	13,3%
Trasporto e noleggio	3.378	9.541	5.554	18.473	12,6%
Agenzie di viaggio e altri servizi	298	2.976	2.058	5.332	3,6%
Servizi culturali	334	257	766	1.357	0,9%
Servizi sportivi e ricreativi	1.514	1.166	691	3.371	2,3%
Shopping	7.117	10.632	515	18.264	12,5%
Altro	12.198	15.408	-	27.606	18,9%
Totale	48.148	64.229	33.956	146.333	100,0%

Fonte: 2^a conto satellite del turismo per l'Italia

A quanto speso direttamente dai turisti occorre aggiungere ciò che viene speso dalle aziende per i viaggi d'affari, i servizi abitativi figurativi (cioè i servizi resi dall'utilizzo per vacanza delle seconde case), e i consumi turistici collettivi sostenuti dalle amministrazioni. Così facendo la spesa per i servizi alloggiativi raggiunge i 30 miliardi di euro ossia il 21% del totale.

Negli ultimi 2-3 anni si è registrato un incremento di arrivi e di spesa da parte dei turisti stranieri in Italia e questo ha contribuito a migliorare il saldo turistico. Va sottolineato che ad aumentare è stata anche la spesa media pro capite dei viaggiatori stranieri, che si era ridotta negli ultimi anni, riflettendo mutamenti legati ad esempio alla crescente diffusione dei viaggi low cost che permettevano un turismo più “mordi e fuggi”. Nell’ultimo anno, soprattutto, invece, si è osservato un recupero della durata media dei viaggi (con un incremento dei pernottamenti medi) e di conseguenza della spesa pro capite.

Va però evidenziato che i flussi turistici *inbound* molto vivaci osservati negli ultimi anni riflettono anche condizioni geopolitiche particolari: l’Italia ha guadagnato qualche quota di mercato perché altre destinazioni mediterranee (e quindi in certa misura considerabili “sostitute”) sono state percepite, o sono proprio diventate, meno sicure a causa di terrorismo e guerre. Il mutamento dei flussi turistici *inbound* tra il 2010 e il 2015 evidenzia come ci sia un gruppo di paesi che ha perso appeal come destinazione (prima di tutti ovviamente la Siria, ma anche Egitto e Tunisia), a favore della sponda europea del Mediterraneo. Questo aspetto evidenzia dei rischi ed una sfida per il turismo nostrano, perché le situazioni geopolitiche possono mutare; alcuni paesi mediterranei stanno puntando molto sulla ripresa del turismo (Turchia, soprattutto, ma anche Tunisia e Egitto), e questo potrebbe voler dire meno flussi in ingresso in Italia già dal prossimo anno.

6. L’occupazione

L’occupazione nel più ampio comparto dell’Alloggio e della Ristorazione tra il 2013 e il 2017 cresce del 14,7% a fronte di un’occupazione generale che aumenta del 3,2%. La crescita più sostenuta si ha nell’occupazione dipendente con un +19%.

Per il solo comparto dell’Alloggio (che include tutte le tipologie), considerando dati di fonte Inps e Istat, stimiamo circa 309 mila occupati totali medi annui di cui 61,5 mila indipendenti e 247,6 mila dipendenti.

Tav. 10 Occupati dipendenti e indipendenti

(valori in migliaia)	2017			2013		
	Occupati	Dipendenti	Indipendenti	Occupati	Dipendenti	Indipendenti
Occupati totali	25.106	19.055	6.050	24.323	18.081	6.242
Alloggio e Ristorazione	1.576	1.109	466	1.374	931	443
2017-2013 variazioni assolute e tendenziali						
(valori in migliaia)	Occupati	Dipendenti	Indipendenti	Occupati	Dipendenti	Indipendenti
Occupati	783	974	-192	3,2%	5,4%	-3,1%
Alloggio e Ristorazione	202	178	23	14,7%	19,1%	5,3%

Fonte: Elaborazioni Confesercenti su dati Istat

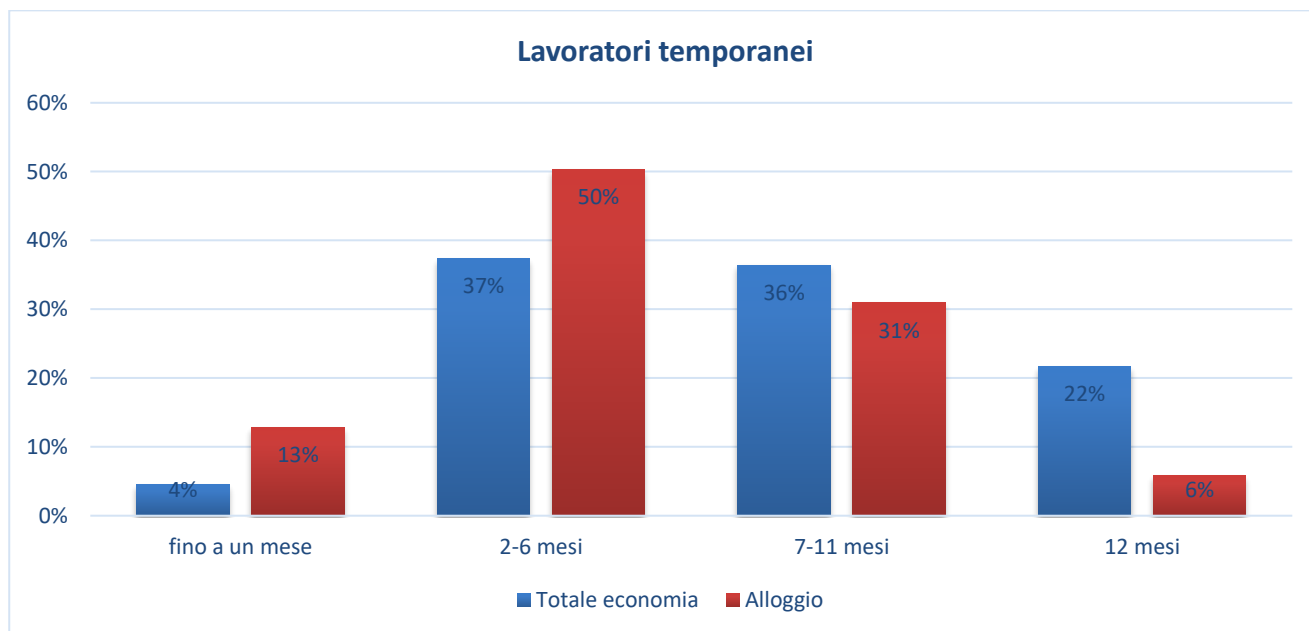
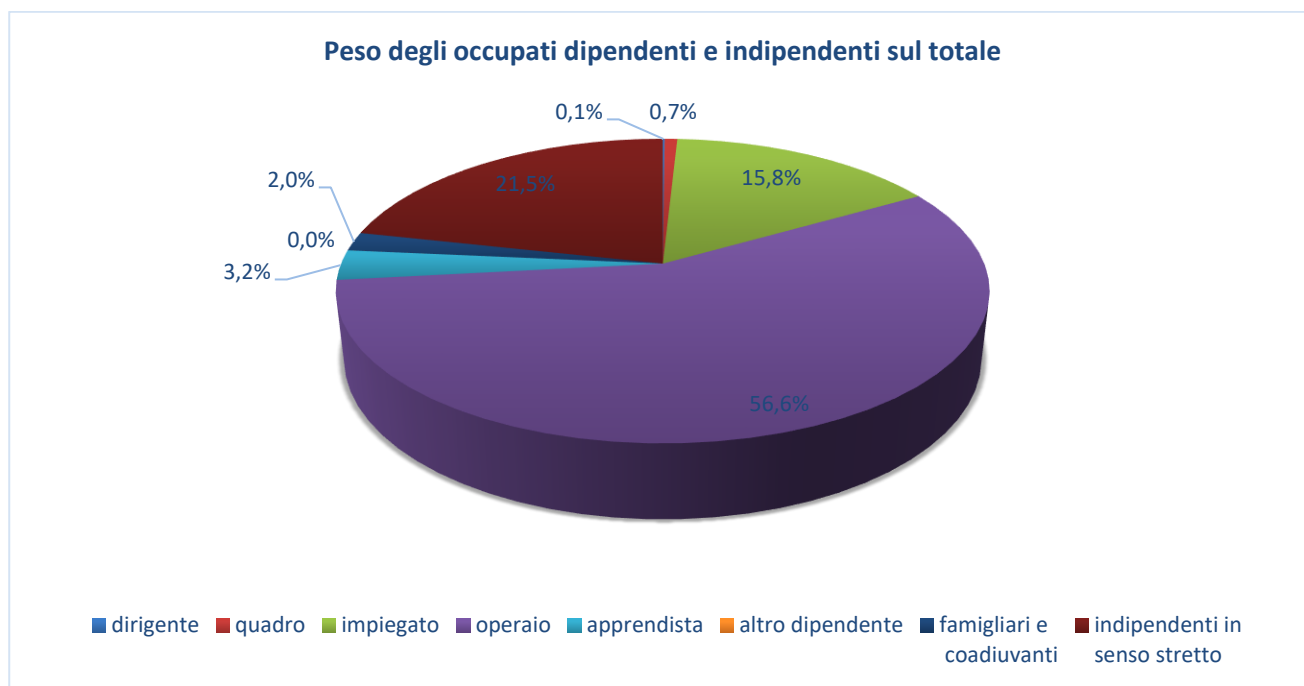
Tav. 11 Occupati nell’Alloggio

	2016	2017
Dipendenti	232.701	247.594
Indipendenti	61.147	61.575
Totale	293.848	309.169

Fonte: Stime Confesercenti su dati Inps e Istat

I lavoratori dipendenti nel comparto Alloggio per il 20,7% sono occupati come impiegati, per il 74% come operai e per il 4,2% come apprendisti, l’1% riveste il ruolo di quadro; percentuali più alte per gli operai (54%) e più bassi per gli impiegati (37%) rispetto al totale economia. I lavoratori indipendenti per l’91% sono

indipendenti in senso stretto e per il restante 9% sono famigliari e coadiuvanti; infine i lavoratori esterni per il 48% sono amministratori, per il 29% collaboratori e altro per il restante 23%, percentuali più alte per gli amministratori e altro e più basse per la figura collaboratore che nel complesso dell'economia è pari al 59%. Tra i lavoratori dipendenti il 54% sono a tempo determinato e il 46,3% a tempo indeterminato; il 74% dei dipendenti è a tempo pieno mentre il 26% a tempo parziale.



7. Prezzi e tariffe

I prezzi nel comparto dei servizi ricettivi si sono mantenuti nel complesso sotto la media dell'indice generale dei prezzi al consumo. A fronte di un'inflazione che tra il 2011 e il 2017 cumula un aumento dell'8,4% gli alloggi nel complesso registrano il 6,1%. Scendendo nel dettaglio della tipologia alloggiativa, a calmierare i prezzi sono state proprio le strutture alberghiere dove in sei anni sono stati aggiustati al rialzo del 3,3% a fronte di un +17% dell'extra alberghiero e del +23% dei servizi di alloggio forniti in altre strutture.

Tav. 12 Confronto prezzi al consumo

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	cumulata
Indice generale prezzi al consumo	2,8	3	1,2	0,2	0,1	-0,1	1,2	8,4
Alloggio	1,9	-0,6	0,5	-0,3	2,1	-0,8	3,3	6,1
Alberghi, motel e pensioni	0,0	-1,5	0,6	-0,3	1,9	-1,0	3,6	3,3
Villaggi, campeggi, ostelli e simili	3,3	3,1	3,4	-0,5	3,1	1,7	2,5	16,6
Servizi di alloggio in altre strutture	5,9	3,4	7,6	3,4	3,9	0,0	-1,1	23,1

Fonte: Elaborazione Confesercenti su dati Istat

Seppur in presenza di una inflazione bassa e di una politica dei prezzi contenuta da parte delle strutture turistiche, negli ultimi cinque anni le tariffe dei servizi locali hanno cumulato aumenti significativi. Le tariffe a controllo locale crescono quasi del 30% con i Rifiuti solidi urbani che registrano un +23% e l'Acqua potabile che tocca incrementi quasi del 40%. La Tari continua ad essere un tributo privo di omogeneità territoriale svincolato dalla qualità del servizio fornito a commercianti, pubblici esercizi e imprenditori e anche ai cittadini. Nel 2017 in media un albergo ha speso 6.500 euro l'anno per la tassa sui rifiuti e un ristorante 5 mila. Un albergatore di Roma ha pagato quasi 11 mila euro, a Torino meno di 4 mila e a Genova il doppio, con un esborso di 8 mila e 500 euro.

Tv. 13 Inflazione tariffaria

Variazioni tendenziali	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Cumulata
Tariffe complessive	2,1	1,5	3,1	2	1,6	1,1	11,4
Tariffe a controllo nazionale	3,8	2,4	3,3	1,8	1,4	0,5	13,2
Tariffe a controllo locale	7,3	7,2	4,5	4,8	1,8	1,7	27,3
<i>di cui:</i>							
<i>rifiuti solidi urbani</i>	4,9	3,2	6	10,8	-2,9	0,8	22,8
<i>acqua potabile</i>	9,6	5,2	6,6	6,4	8,5	3,4	39,7
Tariffe energetiche	6,3	13,4	1,7	-4	2,5	-5,2	14,7
<i>di cui</i>							
<i>energia elettrica</i>	1,9	14	3	0,9	-1,2	1,8	20,4
<i>gas di rete</i>	9,1	13,1	0,9	-7,4	-3,5	-9,4	2,8

Fonte: Elaborazioni Confesercenti su dati Indis ref.

Tav. 14 Spesa per Tari per tipologia di attività e città

Tari - 2017	Albergo	Ristorante	Bar
Milano	4.380	5.035	2.238
Torino	3.660	6.433	2.859
Genova	8.490	7.387	3.283
Bologna	6.620	2.975	1.322
Verona	4.120	2.839	1.262
Roma	10.960	7.627	3.390
Pescara	4.990	3.272	1.454
Bari	7.870	4.421	1.965
Cagliari	6.060	3.757	1.670
Palermo	6.810	4.910	2.182
Italia*	6.500	5.004	2.224

Nota: Albergo di 1000 mq - ristorante di 180 mq – bar di 80 mq – ortofrutta 60 di mq – (*) dato medio 2016

Fonte: Stime Confesercenti su dati Indis ref.ricerche, Confesercenti Innova SCRL, Rapporto sulle Tariffe dei Servizi Pubblici locali.

Oltre la Tari anche il peso del costo per il Servizio idrico integrato è lievitato sui bilanci delle imprese. Un albergo paga 23 mila euro l'anno l'acqua, un ristorante quasi 5000 e un bar sostiene una spesa di 2 mila e 400 euro.

Tav. 15 Spesa per Servizio Idrico Integrato

	mc	2013	2017
Albergo	8000	20.272	23.200
Ristorante	1800	4.644	4.991
Bar/Pub	900	2.194	2.448

Nota: (*) stime; 1) albergo di 1000 mq, prelievo acqua 8000m3/anno, 2) ristorante di 200 mq, prelievo acqua 1800m3/anno 3) bar di 100mq. Fonte: Indis ref.

8. Acquisti online

Il settore turistico è tra i primi ad aver subito gli effetti dei nuovi comportamenti digitali dei consumatori ed è attualmente quello che genera quasi il 50% degli acquisti in rete totali (dati Osservatorio e-commerce Politecnico di Milano). A fine 2017 il mercato Travel italiano - che considera sia gli acquisti degli italiani nel nostro Paese o all'estero sia quelli dei turisti stranieri in Italia - varrà oltre 55 miliardi di euro, con una crescita del 4% rispetto al 2016.

La crescita è generata principalmente proprio dalla componente digitale che, con un valore complessivo di quasi 11,2 miliardi di euro, arriva a rappresentare oltre il 20% del mercato e fa segnare un aumento del 16% in due anni. Cresce però, anche se di meno, la componente tradizionale, del 3% che continua a costituire, con i suoi 43,8 miliardi, l'80%. Segmentando la "spesa digitale" (cioè il transato generato online per l'acquisto tramite e-Commerce di un prodotto in ambito Turismo) le strutture ricettive assommano il 15%, circa 2 miliardi (+10%).

Secondo il Politecnico di Milano, il mercato dei viaggi in Europa vive un momento di ripresa e cresce grazie anche alle nuove opportunità offerte dal digitale agli attori tradizionali e alla capacità delle Internet Company di espandere il proprio business. Anche in Italia, dove il contesto competitivo è molto più frastagliato, il mercato comunque cresce del 3-4%. Per gli attori del sistema di offerta è quindi un momento propizio per costruire quelle reti digitali che possono consentire di approfittare di una pesca più ricca che in passato: big data analytics, intelligenza artificiale e realtà aumentata diventeranno sempre più centrali e la velocità con cui si sapranno comprendere e sfruttare questi nuovi fenomeni nei prossimi 3-5 anni stabilirà chi subirà l'innovazione rispetto a chi riuscirà a darsi un ruolo sul mercato.

Sempre secondo il Politecnico di Milano, le strutture ricettive stanno raggiungendo tassi elevati di digitalizzazione, ma la sfida è governare correttamente i canali.

Considerando l'intero sistema turistico italiano, il comparto in cui la trasformazione digitale ha fatto più strada è proprio quello delle strutture ricettive che si trovano in questo momento a gestire il passaggio dall'adozione degli strumenti digitali a un governo efficace degli stessi:

Il tasso di adozione degli strumenti digitali da parte delle strutture ricettive è ormai elevato sia per quanto riguarda le attività di promozione (89%) che di prenotazione (85% è presente sulle OTA – agenzie di viaggio online - e il 57% ha un sistema di prenotazione online avanzato sul proprio sito).

Le strutture che riescono ad avere una percentuale maggiore di prenotazioni dirette sono quelle che puntano su una relazione stabile con il cliente e usano strumenti promozionali come email marketing verso propri contatti (le prenotazioni dirette costituiscono il 48% rispetto al 41% di chi non ne fa uso).