

Movimento alberghiero

Pasqua 2003 (18-27 aprile 2003)

Flussi e disdette dei clienti nelle strutture alberghiere

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel periodo di Pasqua 2003, e precisamente dal 18 al 27 aprile, gli alberghi italiani hanno registrato, rispetto al periodo pasquale 2002 (dal 29 marzo al 7 aprile), un aumento del 15,3 per cento degli arrivi e del 16,9 per cento delle giornate di presenza. Per una migliore interpretazione dei dati va considerato come il confronto temporale sia condizionato dall'effetto del diverso calendario: nel 2002 la Pasqua è caduta il 31 marzo mentre nel 2003 è caduta il 20 aprile e il periodo preso a riferimento della rilevazione ha incluso anche il "ponte" del 25 aprile.

Tabella 1. Arrivi e presenze negli esercizi alberghieri. Pasqua 2003 (variazioni tendenziali percentuali)

MOVIMENTO ALBERGHIERO	Italiani	Stranieri	Totale
Arrivi	+25,4	+2,6	+15,3
Presenze	+25,4	+8,0	+16,9

La clientela italiana ha fatto registrare, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, una crescita del 25,4 per cento sia negli arrivi sia nelle presenze. La clientela straniera ha segnato incrementi più contenuti (più 2,6 per cento per gli arrivi e più 8,0 per cento per le presenze).

*Componenti della domanda
turistica e distribuzione
territoriale del movimento
alberghiero*

Tabella 2. Arrivi e presenze negli esercizi alberghieri per ripartizione geografica e nazionalità. Pasqua 2003 (variazioni tendenziali percentuali)

RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	ARRIVI			PRESENZE		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Nord-ovest	+8,0	-5,1	+2,4	+12,5	+0,6	+7,0
Nord-est	+25,0	+3,5	+15,3	+31,7	+15,6	+23,2
Centro	+22,7	-1,0	+10,6	+23,2	-0,6	+11,0
Sud e isole	+44,1	+16,7	+34,4	+29,0	+9,2	+20,7
ITALIA	+25,4	+2,6	+15,3	+25,4	+8,0	+16,9

Tutte le ripartizioni geografiche sono state interessate, seppure in misura differenziata, da una variazione positiva per il complesso tanto degli arrivi quanto delle presenze. Nel Nord-ovest, rispetto all'analogo periodo del 2002, si è verificato un aumento del 2,4 per cento degli arrivi totali, determinato da una crescita degli arrivi di italiani dell'8,0 per cento e da un calo di stranieri del 5,1 per cento. Nel Nord-est si è registrato un incremento degli arrivi pari al 3,5 per cento per gli stranieri e al 25,0 per cento per gli italiani, per una crescita degli arrivi totali del 15,3 per cento. Il Centro Italia ha mostrato una variazione positiva degli arrivi totali (10,6 per cento), risultante da un marcato incremento degli italiani (più 22,7 per cento) e ad una leggera flessione degli stranieri (meno 1,0 per cento).

Comunicazione e immagine

Tel. +39 06 4673.2244-2243

Centro di informazione statistica

Tel. +39 06 4673.3105

Informazioni e chiarimenti

Servizio Statistiche Congiunturali sull'attività industriale e dei servizi

Roma, Viale Liegi 13-00198

Roberto Gismondi tel. +39 06 85227306

Anna Pia Mirto tel. +39 06 85227269

Maria Teresa Santoro tel. +39 06 85227268

Prossimo comunicato: 25 settembre 2003

L'Italia meridionale ed insulare, infine, con una crescita del 44,1 per cento degli arrivi della componente nazionale e del 16,7 per cento di quella estera, ha fatto registrare un aumento complessivo degli arrivi del 34,4 per cento.

Per quanto riguarda le presenze, nell'Italia Nord occidentale gli aumenti della clientela italiana, pari al 12,5 per cento, e di quella straniera, pari allo 0,6 per cento, hanno determinato una crescita complessiva del 7,0 per cento. Nell'Italia Nord orientale le presenze degli stranieri sono salite del 15,6 per cento, mentre quelle degli italiani del 31,7 per cento, per un incremento complessivo di presenze pari al 23,2 per cento. Nell'Italia centrale si è verificata una crescita complessiva delle presenze pari all'11,0 per cento, risultante di un aumento della clientela nazionale (più 23,2 per cento) e di un lieve calo di quella straniera (meno 0,6 per cento). Infine, l'aumento complessivo delle presenze nell'Italia meridionale ed insulare, pari al 20,7 per cento, è dovuto all'incremento delle presenze sia della componente italiana (più 29,0 per cento), sia di quella estera (più 9,2 per cento).

Tabella 3. Permanenza media negli esercizi alberghieri per ripartizione geografica e nazionalità. Pasqua 2003

RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	PERMANENZA MEDIA			VARIAZIONI PERCENTUALI		
	<i>(giornate)</i>			Pasqua 2003 rispetto a Pasqua 2002		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Nord-ovest	2,3	2,6	2,4	+4,5	+8,3	+4,3
Nord-est	2,6	3,8	3,1	+4,0	+11,8	+6,9
Centro	2,3	2,5	2,4	0,0	0,0	0,0
Sud e isole	2,2	2,7	2,3	-8,3	-6,9	-11,5
ITALIA	2,4	3,0	2,6	0,0	+3,4	0,0

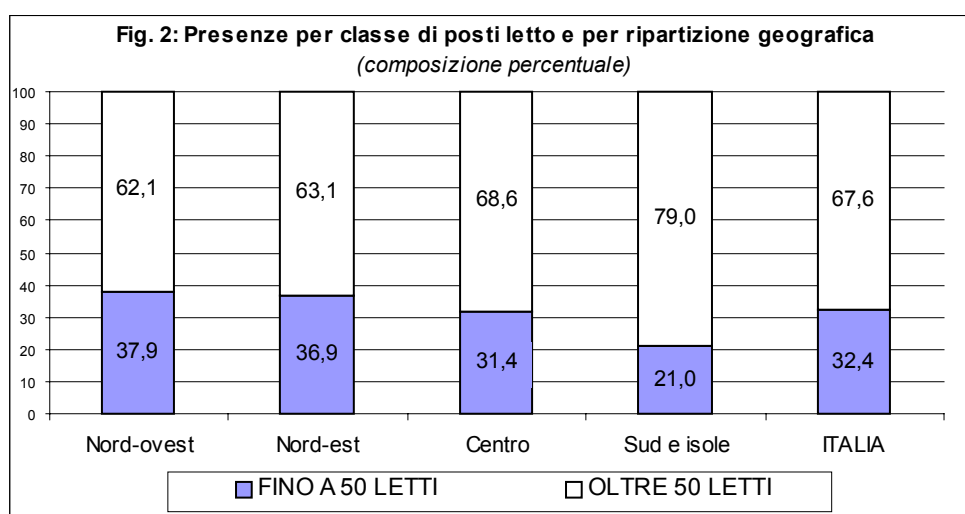
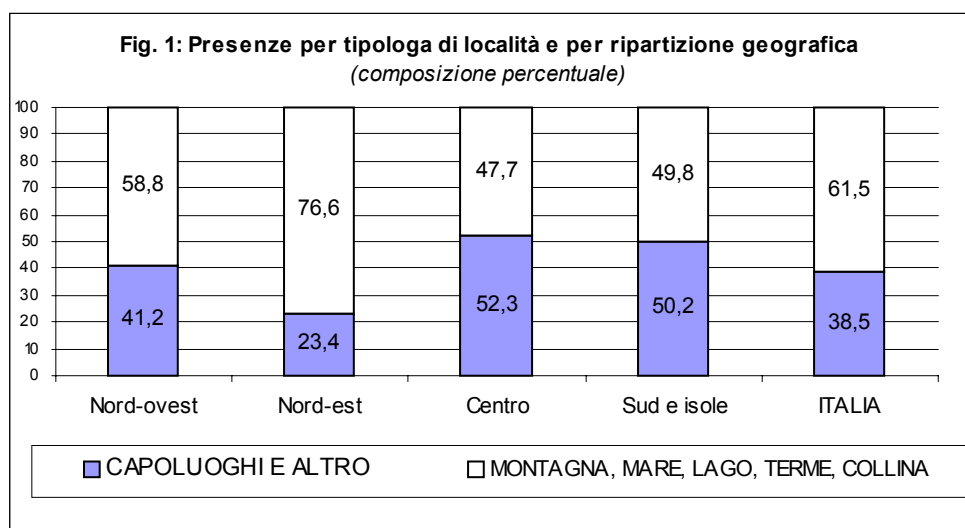
La durata media della permanenza negli esercizi rilevati è stata di 2,6 giornate, invariata rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente; le giornate di presenza media sono risultate in aumento per gli stranieri, mentre sono rimaste stabili per gli italiani.

Nel periodo di Pasqua 2003, il 62,9 per cento della clientela italiana si è recato in località turistiche di tipo stagionale (località montane, marine, lacuali, termali, collinari), mentre il restante 37,1 per cento ha visitato città d'arte e capoluoghi. La quota di stranieri che ha optato per queste ultime località è risultata lievemente superiore (40,3 per cento della clientela estera totale).

Complessivamente, il 61,5 per cento della clientela ha scelto le località turistiche di tipo stagionale e il restante 38,5 per cento le città d'arte.

La percentuale di clientela italiana che ha pernottato in alberghi di media-grande dimensione (più di 50 posti-letto) è stata del 65,7 per cento, mentre la quota di stranieri che ha scelto tale tipologia di alloggio è risultata pari al 69,8 per cento. Complessivamente, circa il 32,4 per cento della clientela ha scelto di soggiornare in alberghi di piccola dimensione, mentre il restante 67,6 per cento ha preferito gli alberghi di dimensione medio-grande.

*Presenze per tipologia di
località e dimensione
alberghiera*



Disdette

Durante il periodo pasquale i tassi di rinuncia (quota di prenotazioni disdette rispetto al totale delle prenotazioni) sono risultati molto contenuti, sia per la clientela italiana, sia per quella straniera. In particolare, il 46,4 per cento degli albergatori segnala che non vi sono state prenotazioni disdette e il 44,9 per cento indica che la quota di prenotazioni disdette è stata inferiore al 25 per cento. Solo l'1,7 per cento degli albergatori segnala una quota di disdette superiore alla metà delle prenotazioni.

Tabella 4. Tasso di rinuncia dei clienti italiani e stranieri negli esercizi alberghieri. Pasqua 2003
(composizioni percentuali)

TASSO DI RINUNCIA	Italiani	Stranieri	Totale
Nessuna rinuncia	41,1	53,5	46,4
Basso (1-25%)	50,5	37,4	44,9
Medio (26-50%)	7,0	6,9	7,0
Alto (>50%)	1,4	2,2	1,7
Totale	100,0	100,0	100,0

ALCUNE CARATTERISTICHE STRUTTURALI DEGLI ALBERGHI IN ITALIA: LE DOTAZIONI INFORMATICHE, LE INIZIATIVE PROMOZIONALI E PUBBLICITARIE E I SERVIZI OFFERTI

Attrezzature informatiche ed utilizzo di Internet

L'86,7 per cento degli alberghi italiani è dotato di personal computer (con un aumento di 2,7 punti percentuali dell'incidenza rispetto allo scorso anno), il 77,9 per cento dispone di un indirizzo di posta elettronica (più 4,5 punti percentuali) ed il 74,3 per cento utilizza Internet (più 1,7 punti percentuali).

La distribuzione territoriale degli alberghi in possesso di personal computer è rimasta piuttosto omogenea. Si riscontrano, invece, differenziazioni territoriali più accentuate riguardo alla disponibilità di un indirizzo e-mail e all'utilizzo di Internet, con un grado di diffusione superiore alla media italiana nel Nord-ovest ed inferiore nell'Italia meridionale ed insulare.

Tabella 5. Alberghi che possiedono attrezzature informatiche ed utilizzano Internet, per ripartizione geografica (valori percentuali)

RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	ATTREZZATURE INFORMATICHE		
	P.C.	E-mail	Accesso ad Internet
Nord-ovest	88,8	81,5	80,0
Nord-est	86,9	79,4	76,2
Centro	84,1	78,7	72,8
Sud e isole	86,9	69,2	65,1
ITALIA	86,7	77,9	74,3

Sviluppo di iniziative

Il 52,5 per cento degli alberghi italiani ha aderito, o ha intenzione di aderire nel corso del 2003, a promozioni turistiche; il 56,6 per cento ha sviluppato, o ha intenzione di sviluppare, iniziative pubblicitarie; infine, il 27,9 per cento ha aderito, o ha intenzione di aderire, a forme di associazionismo quali: consorzi, reti di commercializzazione, franchising, ecc. (tabella 6).

Tabella 6. Alberghi che hanno sviluppato o hanno intenzione di sviluppare iniziative nel 2003, per ripartizione geografica (valori percentuali)

RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	SVILUPPO DI INIZIATIVE			
	Adesione a promozioni turistiche	Pubblicità	Adesione a forme di associazionismo	Altro
Nord-ovest	57,7	65,1	30,6	5,4
Nord-est	47,7	53,1	25,4	2,9
Centro	54,9	61,2	33,8	5,4
Sud e isole	55,8	51,3	24,8	5,6
ITALIA	52,5	56,6	27,9	4,4

Servizi offerti

La tabella 7 riporta la distribuzione del fatturato alberghiero per tipo di servizio offerto¹: sono stati considerati separatamente i servizi connessi all'attività ricettiva in senso stretto - ossia il pernottamento (con e senza prima colazione) e il trattamento di pensione (mezza o completa) - ed i servizi "addizionali" come il

¹ I dati escludono la Provincia Autonoma di Bolzano, per la quale non sono pervenute le informazioni di base.

bar e il ristorante, la vendita di articoli vari e gli altri servizi.

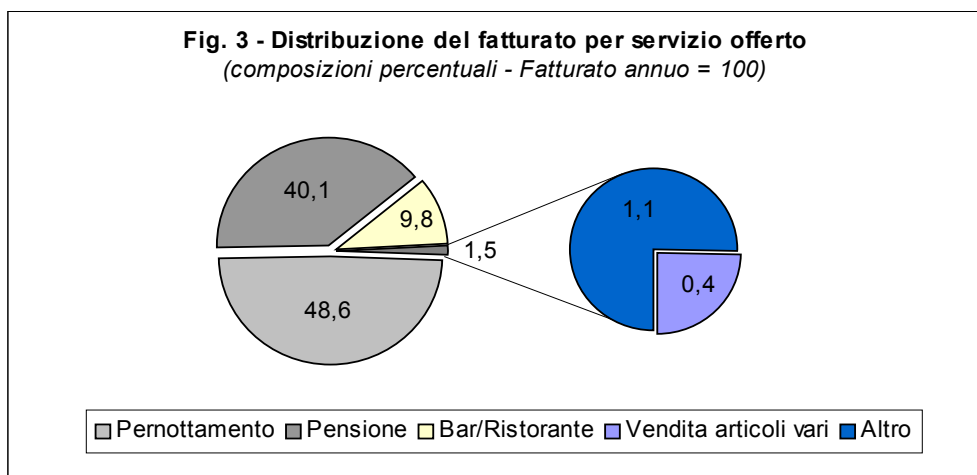
In media, l'88,7 per cento del fatturato degli alberghi italiani deriva dalla sola attività ricettiva in senso stretto, mentre il restante 11,3 per cento dall'attività di ristorazione e bar, dalla vendita di articoli di varia natura e da altri servizi; rispetto allo scorso anno si registra un lieve aumento della prima componente (che aveva inciso per l'88,4 per cento nel 2002).

Le differenziazioni tra le ripartizioni territoriali sono contenute, benché l'Italia meridionale ed insulare continui a presentare una quota di fatturato prodotta dai servizi alberghieri "addizionali" (14,0 per cento) leggermente più elevata della media nazionale, a causa soprattutto dalla modernità di molte strutture alberghiere del Meridione.

Tabella 7. Distribuzione del fatturato per servizio offerto e per ripartizione geografica (composizioni percentuali - Fatturato totale = 100)

RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	Pernottamento o pensione	Pernottamento	Pensione	Bar/ ristorante	Vendita articoli vari	Altro	Totale
Nord-ovest	86,7	57,5	29,2	11,7	0,3	1,3	100,0
Nord-est	90,4	38,0	52,5	9,0	0,2	0,5	100,0
Centro	89,7	59,1	30,6	9,2	0,4	0,7	100,0
Sud e isole	86,0	53,0	33,0	10,4	0,9	2,8	100,0
ITALIA	88,7	48,6	40,1	9,8	0,4	1,1	100,0

Fig. 3 - Distribuzione del fatturato per servizio offerto (composizioni percentuali - Fatturato annuo = 100)



Aspettative degli albergatori italiani sull'andamento del turismo e dell'occupazione

La rilevazione sull'attività alberghiera, al fine di cogliere le tendenze in atto nel settore, raccoglie le opinioni degli albergatori riguardo all'andamento del turismo e dell'occupazione nel trimestre maggio-luglio 2003.

Aspettative sull'andamento del turismo nel trimestre maggio-luglio 2003

In relazione ai giudizi sull'andamento del turismo nel trimestre maggio-luglio 2003 prevale l'opinione di stabilità (55,7 per cento); la differenza tra la quota di coloro che prevedono un aumento e quella di chi prevede una diminuzione è negativa (-23,4), mentre quella relativa allo stesso trimestre del 2002 era stata positiva (1,4). Il saldo è negativo ovunque, ma si registrano valori molto alti nel Nord-ovest (-37,5) e nel Centro (-38,0), mentre nel Sud e nelle isole il saldo negativo è più contenuto (-2,7). Si riscontra, in generale, un giudizio negativo più accentuato per la componente della domanda turistica estera (-28,6) rispetto a quella nazionale (-19,1).

Tabella 8. Opinione degli albergatori sull'andamento delle presenze turistiche nel trimestre maggio/luglio 2003, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, per ripartizione geografica (composizioni percentuali)

RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	PRESENZE TOTALI				
	Aum.	Staz.	Dim.	Non sa	Saldo (a)
Nord-ovest	5,5	48,3	43,0	3,1	-37,5
Nord-est	6,7	65,4	26,2	1,8	-19,5
Centro	7,5	46,3	45,4	0,8	-38,0
Sud e isole	22,2	50,4	24,8	2,6	-2,7
ITALIA	9,4	55,7	32,8	2,1	-23,4

(a) Differenza tra la quota di previsione in aumento e la quota di previsione in diminuzione.

Tabella 9. Opinione degli albergatori sull'andamento delle presenze nel trimestre maggio/luglio 2003, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, per nazionalità e per ripartizione geografica (composizioni percentuali)

RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	ITALIANI					STRANIERI				
	Aum.	Staz.	Dim.	Non sa	Saldo (a)	Aum.	Staz.	Dim.	Non sa	Saldo (a)
Nord-ovest	6,0	52,6	40,2	1,3	-34,2	4,9	42,7	46,8	5,5	-41,9
Nord-est	6,8	69,9	22,1	1,3	-15,4	6,6	60,8	30,2	2,3	-23,6
Centro	8,4	51,4	39,8	0,4	-31,4	6,4	40,4	52,1	1,3	-45,7
Sud e isole	21,9	56,4	21,0	0,7	0,9	22,6	40,5	31,1	5,9	-8,5
ITALIA	9,6	60,6	28,7	1,0	-19,1	9,1	49,8	37,7	3,4	-28,6

(a) Differenza tra la quota di previsione in aumento e la quota di previsione in diminuzione.

Le aspettative sull'andamento dell'occupazione nel trimestre maggio-luglio 2003

Le opinioni relative all'andamento dell'occupazione nel trimestre maggio-luglio 2003 risultano pessimistiche. La quota di albergatori che esprimono l'intenzione di diminuire il numero degli occupati rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente è pari al 22,0 per cento, mentre la quota di quelli che si orientano in senso opposto è del 4,6 per cento. Il saldo tra i giudizi è negativo in tutte le ripartizioni, segnando risultati più sfavorevoli nel Nord-ovest e nel Centro Italia.

