

I dati dell'ospitalità. Nel 2013 le catene hanno registrato i dati migliori dell'ultimo triennio

Gli hotel rivedono la redditività

Tra le città la migliore performance è stata quella di Venezia

Laura Dominici

Ritorna la redditività negli hotel italiani. I segnali sono ancora timidi, come avverte l'osservatorio di Confindustria Alberghi tirando le somme del 2013, ma gli albergatori che hanno puntato sulla clientela straniera e hanno contenuto i prezzi sono stati ricompensati.

Le catene registrano un RevPar di 82,50 euro (+7,2% rispetto al 2012), la performance migliore dell'ultimo triennio. «La politica di contenimento delle tariffe - spiega Giorgio Palmucci, presidente Confindustria Alberghi - ha premiato il segmento upscale che ha visto crescere il RevPar del 5,4 per cento. Il target lusso ha riportato i migliori risultati (RevPar +11,4%)».

Tra le città si è distinta Venezia, dove i 5 stelle hanno registrato le performance più elevate, «con un +35% rispetto al 2012», rileva l'analisi. «I segnali di recupero potrebbe-

ro indicare un'inversione di tendenza - commenta Palmucci - ma il carico fiscale grava sui conti delle imprese e rischia di vanificare gli effetti del mercato. Il 2014 deve segnare un cambio di rotta».

Il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, commenta: «Gli imprenditori non devono mollare la presa, ma ci vuole l'adozione di politiche di sviluppo». Per **Trademark Italia** il 2014 sarà positivo «per le città che dispongono di elevate quote di turismo internazionale sia leisure che business». Di strada ce n'è ancora da fare: secondo i dati Eurostat su 28 stati europei, il record dei pernottamenti nel 2013 va alla Francia, seguita dalla Spagna. Terza l'Italia, con 363 milioni di pernottamenti (-4,6%). Le catene internazionali continuano a credere nell'attrazione esercitata dall'ospitalità made in Italy. Il gruppo con sede in Cina e a Taiwan, Hotel de Chine Corporation, ha scel-

to lo scorso anno Piemonte e Umbria per sbarcare in Italia (si veda **Il Sole 24 Ore** del 17 gennaio) e ora si appresta a trasformare in hotel, entro il 2015, il palazzo veneziano Bacchini delle Palme. Hilton Worldwide ha sette aperture in programma. «Abbiamo una presenza multi-brand - commenta Simon Vincent, president Emea della catena -. Ci sono forti potenzialità in Italia, a patto che l'economia cresca e il governo riformi la politica dei visti». Marriott inaugurerà il brand Moxy Hotels a luglio con la sua prima proprietà a Milano al T1 di Malpensa, mentre a fine anno sarà la volta del JW Marriott Venice sull'isola di Sacca Sessola. La catena spagnola Sol Meliá ha in programma a fine 2014 l'apertura del resort Siracusa Mare (235 camere, 10 appartamenti, campo da golf e Spa), mentre ha trattative in corso a Milano, dove punta al raddoppio. José Maria Basterrechea Alvarez,

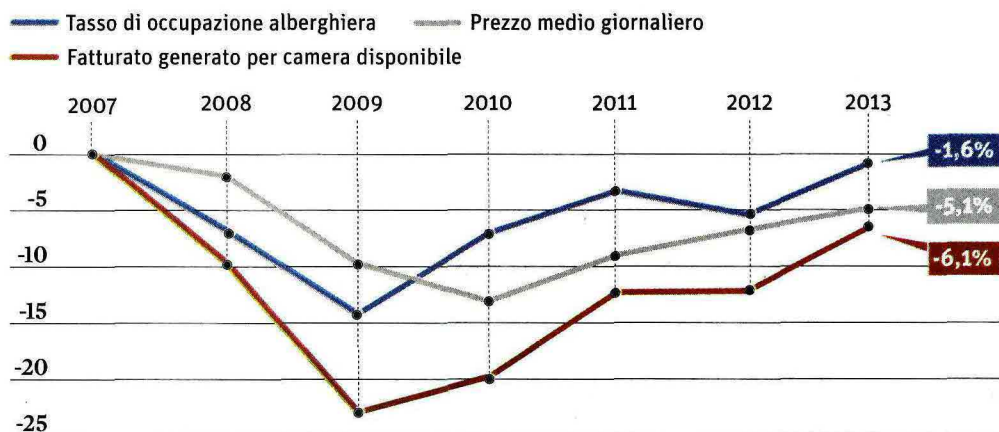
ceo di NH Hoteles Italia, annuncia «un'apertura a Parma ad aprile e due nuovi hotel a Venezia e a Torino». Il gruppo tedesco Tui ha preso in gestione il Baia di Conte di Alghero (ex Valtur).

Tra le società italiane, Sina Hotels punta a cogliere nuove opportunità «in città dove siamo già presenti come Roma - annuncia il presidente Bernabò Bocca - oppure ad acquisire proprietà all'estero, a Parigi e Londra». Anche Baglioni guarda all'estero con il debutto nella gestione di un boutique hotel a Marrakech. Boscolo ha un piano che prevede il focus nella gestione dei 5 stelle. Nel Sud Italia, Puglia in primo piano: la famiglia Melpignano ha investito 10 milioni per Maseria Nuova a Ostuni, location per eventi vip che aprirà in primavera, e Piazza di Spagna View sta definendo la gestione di un paio di masserie di lusso.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il trend e il gap rispetto al periodo pre crisi

Andamento dei principali indicatori di redditività degli alberghi



Fonte: Confindustria Alberghi

GLI OPERATORI

Palmucci (Confindustria): bene le politiche tariffarie
 Bocca (Federalberghi): ora è necessaria una strategia di sviluppo

