

SCENARI

Gli albergatori pagano a caro prezzo la loro "pigrizia" commerciale

Una recente ricerca della Hospitality Asset Managers Association mostra come le commissioni delle Online Travel Agency siano aumentate nell'ultimo anno del 37% rispetto ad un aumento del 20% dei ricavi. Come si può far fronte a questo squilibrio? Le OTA stanno investendo per migliorare la *customer experience* nella fase di acquisto, investono per valorizzare i propri siti web. E' qui che gli albergatori devono migliorarsi per anticipare i giganti! La "pigrizia" e gli errori commessi dagli albergatori hanno consentito alle OTA di arrivare dove sono. La pigrizia commerciale, le prenotazioni che arrivano senza fare nulla, l'idea che il mondo dei clienti sia a portata di mano ha gradualmente tarpato le prospettive di portafoglio e di redditività. Tre sono gli elementi su cui investire secondo gli esperti del panel:

1. un pricing dinamico. Sono necessari almeno 4 livelli di tariffe e le camere devono essere prezzate in base a domanda, segmento di mercato e tipo di alloggio; ma senza inferire sui clienti inesperti!

2. il talento delle persone e il loro dinamismo. Un revenue manager bravo se lasciato andare può costare perdite ingenti, fino a 200 mila euro di ricavi;

3. la *customer experience*. Occorre riprendere in mano i passi cruciali dell'ospitalità, rivedere i rapporti con i clienti sia a livello personale che a livello web. Molti albergatori stanno permettendo alle OTA e ad altri soggetti di entrare in relazione con i loro ospiti. Gravissimo!

Ma prima di fare tentativi a casaccio, farvi consigliare da un amico bisogna avere una visione del mercato, studiare le tendenze, sentire un consulente di marketing indipendente che sappia interpretare i cambiamenti della domanda e indicarvi la strada giusta per migliorare l'offerta. Conclusione: *bisogna fare in modo che i clienti si emozionino, si fidino, siano disposti a pagare un po' di più per quella ottima occasione che state loro proponendo*

ITALIAN HOTEL MONITOR

Prosegue il trend positivo

Occupazione e prezzi medi in crescita nel primo quadrimestre dell'anno. La performance migliore è di Milano, con 68% di R.O. seguita da Roma (65,2%). Venezia, la più cara con 146,03 euro a camera

Il primo quadrimestre dell'anno conferma i segnali positivi che l'industria alberghiera manda dall'inizio del 2014. L'Italian Hotel Monitor registra, infatti, che, nel periodo gennaio-aprile, l'occupazione delle camere negli alberghi italiani cresce di 2,3 punti percentuali rispetto allo stesso periodo del 2013 (dal 57,1% al 59,4%), così come il prezzo medio camera che, sebbene non si riporti sui livelli del 2012 (quando superava quota 111 euro), sale dello 0,4%.

La performance migliore in termini di crescita occupazionale la fanno registrare: Foggia +4,5%, Padova +4,4%, Venezia +3,6%, Napoli +3,9 e Roma +3,5%. In numeri assoluti invece sono invece Milano con il 68% di R.O., Roma (65,2%) e Firenze (64,5%) a guidare la classifica.

A livello di prezzo medio da segnalare il risultato della Repubblica di San Marino, con le tariffe alberghiere in

salita di oltre 9 punti percentuali. Per quanto riguarda invece i prezzi assoluti si conferma al vertice del ranking Venezia, con un prezzo medio camera di 146,03 euro, seguita da Milano (130,19 euro), Firenze (116,13 euro), Roma (112,04 euro) e Torino (103,05 euro)... le uniche città con un prezzo medio a tre cifre.

Analizzando le tipologie ricettive, i dati confermano il buon andamento del settore luxury che nei primi quattro mesi del 2014, hanno visto crescere sia occupazione che prezzo, rispettivamente del 2,3% e dell'1,1%. Tiene anche il segmento upscale (4 stelle) con una R.O. in salita di 2,3 punti percentuali e i prezzi praticamente stabili (+0,4%). Contenute le difficoltà commerciali degli alberghi a 3 stelle che crescono dell'1,3% come occupazione camere, ma vedono calare il prezzo medio camera di un altro 0,5%.

REPORT ITALIAN HOTEL MONITOR - GEN-APR 2014

Occupazione e Prezzo per Città

| Città | Occupazione % Camere | | | Prezzo Medio | | |
|-------------------|----------------------|--------------|-----------|--------------|--------------|-----------|
| | Gen-Apr 2014 | Gen-Apr 2013 | Var 14/13 | Gen-Apr 2014 | Gen-Apr 2013 | Var 14/13 |
| + TORINO | 57,0 | 55,2 | 1,8 | 103,05 | 102,27 | 0,8% |
| + GENOVA | 57,1 | 55,2 | 1,9 | 88,34 | 90,66 | -2,6% |
| + MILANO | 68,0 | 66,1 | 1,9 | 130,19 | 129,52 | 0,5% |
| + COMO | 44,4 | 42,0 | 2,4 | 99,46 | 97,03 | 2,5% |
| + BRESCIA | 40,2 | 39,4 | 0,8 | 81,91 | 82,27 | -0,4% |
| + BERGAMO | 62,2 | 60,3 | 1,9 | 87,92 | 88,41 | -0,6% |
| + PARMA | 53,0 | 50,7 | 2,3 | 87,01 | 87,77 | -0,9% |
| + REGGIO EMILIA | 48,1 | 45,6 | 2,5 | 83,70 | 84,09 | -0,5% |
| + MODENA | 48,0 | 46,1 | 1,9 | 82,98 | 82,42 | 0,7% |
| + TRENTO | 48,4 | 47,9 | 0,5 | 86,59 | 88,28 | -1,9% |
| + BOLZANO | 52,1 | 50,1 | 2,0 | 87,60 | 89,69 | -2,3% |
| + VENEZIA | 58,6 | 55,0 | 3,6 | 146,03 | 143,59 | 1,7% |
| + VERONA | 49,5 | 48,3 | 1,2 | 90,62 | 93,12 | -2,7% |
| + VICENZA | 46,5 | 43,9 | 2,6 | 85,30 | 84,54 | 0,9% |
| + PADOVA | 52,5 | 48,1 | 4,4 | 83,70 | 82,21 | 1,8% |
| + TREVISO | 50,4 | 48,4 | 2,0 | 83,86 | 83,09 | 0,9% |
| - UDINE | 50,6 | 51,4 | -0,8 | 86,46 | 86,93 | -0,5% |
| - TRIESTE | 50,4 | 52,4 | -2,0 | 90,10 | 91,77 | -1,8% |
| + FERRARA | 45,6 | 43,5 | 2,1 | 91,56 | 91,90 | -0,4% |
| + BOLOGNA | 56,8 | 54,6 | 2,2 | 95,96 | 96,57 | -0,6% |
| + RAVENNA | 56,1 | 55,4 | 0,7 | 85,48 | 86,08 | -0,7% |
| + RIMINI | 52,3 | 50,3 | 2,0 | 86,53 | 85,47 | 1,2% |
| - REP. SAN MARINO | 46,8 | 48,8 | -2,0 | 65,21 | 59,79 | 9,1% |
| + FIRENZE | 64,5 | 64,3 | 0,2 | 116,13 | 117,43 | -1,1% |
| + PISA | 54,0 | 53,2 | 0,8 | 87,33 | 85,10 | 2,6% |
| - SIENA | 55,3 | 55,6 | -0,3 | 89,96 | 90,01 | -0,1% |
| - ANCONA | 50,0 | 52,0 | -2,0 | 84,83 | 84,85 | 0,0% |
| + PESARO | 50,4 | 48,0 | 2,4 | 80,61 | 77,69 | 3,8% |
| + PERUGIA | 39,4 | 36,9 | 2,5 | 83,06 | 84,54 | -1,8% |
| + ROMA | 65,2 | 61,7 | 3,5 | 112,50 | 112,04 | 0,4% |
| + VITERBO | 46,6 | 44,7 | 1,9 | 81,96 | 82,11 | -0,2% |
| + LATINA | 44,1 | 41,8 | 2,3 | 83,21 | 81,86 | 1,6% |
| + RIETI | 46,8 | 45,7 | 1,1 | 80,06 | 78,79 | 1,6% |
| + PESCARA | 48,8 | 48,4 | 0,4 | 85,72 | 88,91 | -3,6% |
| + NAPOLI | 56,3 | 52,4 | 3,9 | 98,33 | 97,13 | 1,2% |
| - BARI | 51,5 | 51,7 | -0,2 | 84,72 | 84,14 | 0,7% |
| + FOGGIA | 42,7 | 38,2 | 4,5 | 83,14 | 81,33 | 2,2% |
| + TARANTO | 51,7 | 49,2 | 2,5 | 61,51 | 77,50 | -20,6 |
| - POTENZA | 42,9 | 43,0 | -0,1 | 79,09 | 76,20 | 3,8% |
| - REGGIO CALABRIA | 42,1 | 42,3 | -0,2 | 83,05 | 82,19 | 1,0% |
| + PALERMO | 52,3 | 49,5 | 2,8 | 88,33 | 89,88 | -1,7% |
| + MESSINA | 45,8 | 43,7 | 2,1 | 82,75 | 80,37 | 3,0% |
| - CATANIA | 53,7 | 55,3 | -1,6 | 84,41 | 88,70 | -4,8% |
| + CAGLIARI | 53,0 | 49,6 | 3,4 | 89,51 | 90,35 | -0,9% |
| + SASSARI | 49,1 | 48,0 | 1,1 | 83,98 | 84,38 | -0,5% |
| + TOTALE ITALIA | 59,4 | 57,1 | 2,3 | 107,48 | 107,07 | 0,4% |

Zoom sulle città Top Ten

| Città | Occupazione % Camere | | | Prezzo Medio |
|----------------------|----------------------|-------------|-------------|--------------|
| | Luxury | Upscale | Midscale | |
| VENEZIA | 55,2 | 58,6 | 58,6 | |
| MILANO | 60,8 | 68,0 | 65,1 | |
| FIRENZE | 56,2 | 64,5 | 60,9 | |
| ROMA | 56,5 | 65,2 | 67,2 | |
| TORINO | - | 57,0 | 54,8 | |
| NAPOLI | - | 56,3 | 56,1 | |
| BOLOGNA | - | 56,8 | 55,3 | |
| VERONA | - | 49,5 | 49,9 | |
| GENOVA | - | 57,1 | 56,4 | |
| BARI | - | 51,5 | 52,6 | |
| TOTALE ITALIA | 57,0 | 59,4 | 55,3 | |

| Città | Prezzo Medio | | |
|----------------------|---------------|---------------|--------------|
| | Luxury | Upscale | Midscale |
| VENEZIA | 398,94 | 146,03 | 86,78 |
| MILANO | 351,37 | 130,19 | 66,98 |
| FIRENZE | 382,70 | 116,13 | 63,36 |
| ROMA | 282,05 | 112,50 | 62,81 |
| TORINO | - | 103,05 | 58,11 |
| NAPOLI | - | 98,33 | 54,71 |
| BOLOGNA | - | 95,96 | 59,69 |
| VERONA | - | 90,62 | 53,84 |
| GENOVA | - | 88,34 | 52,46 |
| BARI | - | 84,72 | 52,85 |
| TOTALE ITALIA | 335,26 | 107,48 | 55,82 |

Occupazione e Prezzo per Tipologia

| Tipologia | Occupazione Camere | | |
|-----------|--------------------|--------------|-----------|
| | Gen-Apr 2014 | Gen-Apr 2013 | Var 14/13 |
| Luxury | 57,0 | 54,7 | 2,3 |
| Upscale | 59,4 | 57,1 | 2,3 |
| Midscale | 55,3 | 54,0 | 1,3 |

| Tipologia | Prezzo medio | | |
|-----------|--------------|--------------|-----------|
| | Gen-Apr 2014 | Gen-Apr 2013 | Var 14/13 |
| Luxury | 335,26 | 331,65 | 1,1% |
| Upscale | 107,48 | 107,07 | 0,4% |
| Midscale | 55,82 | 56,11 | -0,5% |

Fonte: Italian Hotel Monitor - Trademark Italia