

Ricettività. Aumenta il tasso di occupazione delle camere

Alberghi di lusso senza crisi grazie a russi, cinesi e arabi

Laura Dominici

■ In Italia gli hotel di lusso schivano la crisi e mantengono un trend positivo, grazie ai flussi stranieri che in alcune strutture toccano una quota pari all'80% del totale ospiti. L'Associazione Italiana Confindustria Alberghi evidenzia che ad aprile 2013 il tasso di occupazione di questa categoria ha registrato un +3,5%, mentre il ricavo medio per camera occupata è aumentato del +4,8% e il ricavo medio per camera disponibile è passato da 124 a 134 euro (+8%).

La forbice di mercato si allarga, così le catene e gli alberghi indipendenti puntano a rafforzare i servizi, dalla ristorazione, con la caccia agli chef di grido, al wellness. Secondo uno studio Jfc il settore benessere ha prodotto nel 2012 un fatturato di 2,2 miliardi di euro nel nostro Paese, di cui 1,5 riferito al settore dell'ospitalità. Per Massimo Feruzzi, amministratore Jfc, «l'offerta ricettiva luxury permette di acquisire nuove quote di mercato tra cinesi, indiani, brasiliani e russi. È un fenomeno che dalle città d'arte si sta diffondendo ai centri medi e alle località leisure».

Borgo San Felice, affiliato a Relais & Chateaux, ha ristrutturato il centro benessere e investito nella ristorazione e il tasso di occupazione è aumentato del 10% in un anno.

«Un trend di prenotazioni oltre le aspettative, con un 80% di riempimento medio». È il commento di Palmiro Noschese, area mana-

ger Sol Meliá, che traccia un profilo del cliente di lusso: «Soggiorna tre giorni, sono coppie adulte o famiglie in vacanza e tra i mercati in ascesa ci sono quelli arabi, russo e sudamericano. La tariffa media per camera va da 300 a 600 euro».

La corsa al prezzo delle strutture a 4 stelle, secondo Noschese, ha portato alcune catene a compiere scelte più precise: «Il gruppo Meliá ha dirottato l'espansione verso il segmento alto creando il brand Premium». Sol Meliá aprirà un paio di strutture nel 2014 in Campania e in Sicilia per arrivare a 10 hotel in tre anni. Un desiderio di espansione dettato dall'occasione creata dall'Expo 2015. Anche un marchio storico

del lusso come Kempinski vuole fare la sua parte: «Stiamo cercando location in Costa Smeralda, a Roma, Firenze e Venezia».

Dare risposta alla fascia extra-lusso è l'intenzione del circuito Leading Hotels of the World (60 hotel in Italia), che stima un trend di prenotazioni del +5/6% grazie a Medio Oriente, Russia e Asia e prevede un paio di aperture a settembre: «Palazzo Parigi a Milano del gruppo Giambelli - annuncia Federica Damiani, director consumer marketing - 100 camere in centro a Brera (100 milioni di euro di investimento) che annovera lo chef Carlo Cracco come responsabile del food & beverage, e una new entry a Roma a due passi da Piazza di Spagna». Il Regina Baglioni di Roma ha realizzato una suite da 300 mq che vende a 15mila euro per notte e ha un ottimo riscontro. Accor sta sviluppando il brand upscale MGallery: in Italia è presente con 12 hotel ed entro il 2015 sono previste aperture a Milano, Tigullio, Alto Adige, Veneto, Sicilia, Lazio. Registra un buon primo trimestre la catena Rocco Forte (3 hotel in Italia) che guarda con interesse a Venezia e Milano. Piano di espansione anche per Four Seasons, con l'investimento romano dell'ex palazzo della Zecca ai Parioli, Antognolla in Umbria e altre valutazioni tra Nord e Centro Italia. La diversificazione dei servizi è la scelta strategica di Boscolo Hotels (19 strutture di cui 9 a 5 stelle).

IL SETTORE IN CIFRE

2,2 miliardi

Il valore del benessere
Secondo uno studio Jfc il settore benessere ha prodotto nel 2012 un fatturato di 2,2 miliardi di euro nel nostro Paese, di cui 1,5 riferito al settore dell'ospitalità

+3,5

Il tasso di occupazione
Ad aprile 2013 il tasso di occupazione ha registrato un +3,5%, mentre il ricavo medio per camera occupata è aumentato del +4,8%

© RIPRODUZIONE RISERVATA