



Roma, 8 giugno 2010 ore 10.00  
Auditorium Parco della Musica  
viale Pietro de Coubertin, 30

R.S.V.P.  
06 42034614  
assemblea@federalberghi.it

La invitiamo a partecipare alla 60<sup>a</sup> Assemblea di Federalberghi  
che si svolgerà a Roma martedì 8 giugno 2010

intervengono:

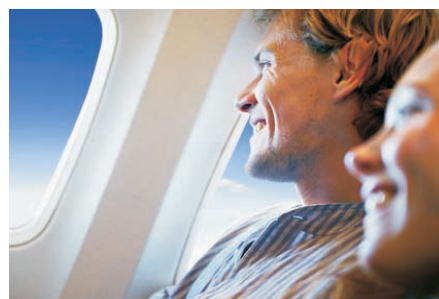
**Renata Polverini**  
Presidente Regione Lazio

**Bernabò Bocca**  
Presidente Federalberghi

**Michela Vittoria Brambilla**  
Ministro del Turismo

**Silvio Berlusconi**  
Presidente del Consiglio dei Ministri

# SESTO RAPPORTO SUL SISTEMA ALBERGHIERO IN ITALIA 2010



In collaborazione con

*Mercury*  
STRATEGIE PER IL TURISMO

## **SESTO RAPPORTO SUL SISTEMA ALBERGHIERO - 2010**

La redazione del rapporto è stata curata da Mercury Srl su incarico di Federalberghi.

Il gruppo di lavoro, coordinato da Emilio Becheri, è stato composto da Giacomo Becheri, Federica Bonafaccia, Angelo Giuseppe Candido, Elena Caramaschi, Alessandro Cianella, Flavia Coccia, Elena Di Raco, Andrea Fondatori, Emilio La Serra, Giovanni Liberatore, Alessandro Massimo Nucara, Antonio Rana, Paolo Sani, Serena Scarcella.

### **EDIZIONI ISTA**

Istituto Internazionale di Studi  
e Documentazione Turistico Alberghiera  
"Giovanni Colombo"  
00187 Roma – Via Toscana 1

Copyright © 2010 Federalberghi & Format

La traduzione, l'adattamento totale o parziale, la riproduzione con qualsiasi mezzo (compresi i microfilm, i film, le fotocopie), nonché la memorizzazione elettronica, sono riservati per tutti i Paesi.

## INDICE

### CAPITOLO I - GLI ALBERGHI DI FRONTE ALLA CRISI

1. Premessa: una lunga storia ed una doppia realtà.....	1
2. L'Italia è comunque un paese leader.....	3
3. Il movimento turistico alberghiero e le altre ricettività.....	4
4. Dall'outgoing all'incoming?.....	5
5. Congiuntura e prospettive di medio periodo.....	6
6. Gli obiettivi del lavoro.....	8

### CAPITOLO II - IL POSIZIONAMENTO DELL'ITALIA

1. I Paesi leader.....	11
2. Il mercato dell'UE.....	12
2.1 Offerta alberghiera.....	12
2.2 Tasso di occupazione.....	18
2.3 Relazioni fra offerta alberghiera ed extralberghiera.....	19
2.4 Movimento e propensione alberghiera.....	21
3. Il Mediterraneo.....	26

### CAPITOLO III - L'OSPITALITÀ ALBERGHIERA

1. Sessanta anni: un lungo sviluppo.....	29
2. Il sistema di offerta allargato.....	32
3. L'offerta di servizi alberghieri: evoluzione storica e quadro attuale.....	33
4. Un confronto con il comparto extralberghiero.....	42
5. Alberghi ed altri esercizi ricettivi nelle macroaree e nelle regioni.....	45
6. L'offerta alberghiera nel territorio regionale: evoluzione e quadro attuale.....	47
6.1 Densità dell'offerta: posti letto e popolazione residente.....	52
6.2 Le categorie alberghiere.....	54
7. L'offerta a livello provinciale.....	59
8. L'offerta a livello comunale.....	64
9. L'albergo come attività principale e secondaria.....	68

### CAPITOLO IV - LA DOMANDA DI RICETTIVITÀ ALBERGHIERA

1. L'evoluzione della domanda turistica in Italia.....	73
2. Le dinamiche della domanda di ricettività alberghiera.....	76
2.1 Evoluzione e quadro attuale.....	76
2.2 Un confronto con il comparto extralberghiero.....	79
3. La composizione dei flussi secondo le categorie alberghiere utilizzate.....	80
3.1 La composizione.....	80
3.2 Sintonia o discrasia fra domanda ed offerta.....	84
4. Località e tipologia di turismo scelta.....	85
5. I flussi turistici stranieri.....	89
6. La stagionalità della domanda.....	93
6.1 I periodi scelti.....	93
6.2 La distribuzione mensile delle presenze di alcune nazionalità.....	96
7. Un diverso modo di valutare la stagionalità.....	98
7.1. Aperto per ferie.....	98
7.2 La stagionalità dei prodotti turistici italiani.....	100

7.3 Le misure per la destagionalizzazione.....	105
8. Il ruolo della domanda turistica alberghiera nelle regioni.....	106
8.1 La propensione alla utilizzazione dell'albergo.....	106
8.2 Analisi congiunturale 2008 e confronto di lungo periodo.....	107
8.3 Il grado di internazionalizzazione delle regioni.....	111
8.4 Analisi per categoria alberghiera.....	111
8.5 La stagionalità.....	113
8.6 Il grado di turisticità rispetto alla popolazione ed alla dimensione territoriale.....	114
9. La domanda turistica alberghiera a livello provinciale.....	115
 <b>CAPITOLO V - L'HOTÉLLERIE MONDIALE</b>	
1. Le imprese e i gruppi alberghieri: premessa.....	121
2. Le principali compagnie mondiali secondo Hotels Magazine e Mkg Hospitality.....	123
3. I principali consorzi mondiali.....	127
4. La graduatoria europea delle principali compagnie alberghiere.....	128
5. Le principali novità nel comparto dell'hotellerie internazionale e nazionale.....	129
 <b>CAPITOLO VI - L'HOTÉLLERIE ITALIANA</b>	
1. Le categorie di riferimento.....	135
2. Un mercato dinamico, ma non troppo.....	137
3. I gruppi internazionali presenti in Italia.....	142
4. I gruppi Italiani.....	151
4.1 Le schede sui gruppi.....	151
4.2 Le localizzazioni degli hotels in Italia e gli assetti societari.....	182
5. Fashion hotels.....	191
 <b>CAPITOLO VII - I CONSORZI ALBERGHIERI ITALIANI</b>	
1. Consorzi ed associazioni.....	195
2. Principali consorzi ed associazioni in Italia.....	195
3. Alcuni consorzi regionali.....	205
3.1 Il caso dei consorzi veneti.....	205
3.2 Il caso dei consorzi trentini.....	207
3.3 Altri consorzi e Associazioni.....	209
 <b>CAPITOLO VIII - AMBIENTE E SOSTENIBILITÀ</b>	
1. Premessa.....	213
2. La certificazione ambientale nel turismo.....	214
2.1 Il sistema di gestione ambientale (SGA).....	214
2.2 I marchi ecologici.....	215
3. I numeri della certificazione ambientale nel turismo.....	217
3.1 Quadro generale.....	217
3.2 Lo stato attuale delle certificazioni negli alberghi.....	219
4. L'indagine IULM-Confturismo sulla certificazione nel turismo.....	220
5. Alcune valutazioni.....	224
 <b>CAPITOLO IX - L'ECONOMIA DEL TURISMO</b>	
1. I consumi turistici ed il valore aggiunto.....	225
2. Il contesto internazionale.....	230
3. Un aspetto fiscale: l'aliquota IVA.....	231

## CAPITOLO X – I BILANCI DELLE AZIENDE ALBERGHIERE ITALIANE

1. Premessa.....	237
2. L'analisi sui bilanci delle imprese alberghiere.....	238
3. L'andamento delle imprese alberghiere italiane.....	239
3.1 Analisi patrimoniale e finanziaria.....	240
3.1 Analisi economica.....	243
3.3 Analisi di redditività.....	248
4. Alcune valutazioni di sintesi.....	253

## CAPITOLO XI - IL MERCATO DEL LAVORO

1. Premessa.....	255
2. Il mercato del lavoro nel sistema ricettivo dell'Unione Europea.....	255
2.1 Quadro generale.....	255
2.2 L'orario di lavoro.....	257
2.3 Caratterizzazione per sesso.....	258
2.4 La stagionalità del lavoro.....	259
3. Il mercato del lavoro nel turismo in Italia.....	260
3.1 La consistenza del comparto.....	260
3.2 Le categorie di lavoratori.....	261
3.3 L'orario di lavoro.....	262
3.4 Caratterizzazione per sesso.....	263
3.5 I lavoratori stranieri.....	264
3.6 La stagionalità.....	265
4. Alcuni valori regionali.....	267
5. Focus sul comparto ricettivo: il ruolo degli alberghi.....	269
5.1 Analisi nazionale.....	269
5.2 Dettaglio regionale e provinciale.....	273

## CAPITOLO XII - LA FORMAZIONE

1. Premessa.....	285
2. Priorità per la progettazione degli interventi formativi.....	285
3. La formazione media superiore.....	288
4. L'Apprendistato.....	292
5. I fondi interprofessionali per la formazione continua.....	299
6. La formazione universitaria.....	300
7. Al di là delle accademie. La formazione professionalizzante: alcuni esempi.....	305
7.1 Il Master in hospitality management.....	305
7.2 Il Centro di formazione management del terziario.....	306
7.3 Il filone enogastronomico.....	306
7.4 I corsi finanziati dal FSE.....	307
7.5 I corsi IFTS.....	310
8. Alcune valutazioni critiche.....	311
9. I profili richiesti dalle imprese alberghiere.....	312
9.1 Una indagine del Comitato nazionale attività stagionali.....	312
9.2 Una ricerca dell'Isnart.....	314

### **CAPITOLO XIII - DALL'OFFLINE ALL'ONLINE: INTERNET E TURISMO**

1. Premessa.....	317
2. La diffusione di Internet nel mondo.....	318
3. Internet e turismo: un nuovo panorama competitivo.....	319
4. Le dimensioni del turismo online in Italia e Europa.....	321
4.1 La propensione all'utilizzo di Internet per il turismo.....	321
4.2 Il mercato del turismo online in Europa secondo i dati del Centre for Regional and Tourism Research.....	325
4.3 Il mercato del turismo online in Italia secondo PhoCusWright.....	326
4.4 Lo share dell'e-tourism in Italia rispetto agli altri settori.....	328
5. Il sistema di ospitalità e la sfida dell'online.....	329
5.1 Uno sguardo al comparto.....	329
5.2 L'inchiesta "Internet in hotel e web marketing".....	333
6. Internet come nuova logica di mercato.....	341
6.1 Web 2.0: la rivalutazione del passaparola.....	341
6.2 I social network come opportunità.....	345
6.3 I social network come limite.....	346
7. "italyhotels.it": il portale degli albergatori italiani.....	348

### **ALCUNE CONSIDERAZIONI FINALI**

1. Sintesi conclusiva.....	351
2. Alcuni problemi strutturali e alcune proposte operative.....	354

con la partecipazione di:

