



Numero 6
Giugno 2010



SOMMARIO:

- 1. LE CIFRE DELLA NOTTE ROSA, IL CAPODANNO DELL'ESTATE ITALIANA**
- 2. LE SPA D'ALBERGO**
- 3. PREVISIONI PRICEWATERHOUSECOOPERS**
- 4. I TURISTI TEDESCHI SULLA RIVIERA DELL'EMILIA-ROMAGNA**
- 5. COSTRUIRE NUOVI ALBERGHI? ATTENTI AL DOPO**

1. LE CIFRE DELLA NOTTE ROSA, IL CAPODANNO DELL'ESTATE ITALIANA

Un appuntamento che in pochi anni è entrato nel calendario del divertimento degli italiani, un weekend (nel 2010 si parte già dal tramonto di venerdì 2 luglio) che attira oltre 1 milione e mezzo di persone sui 110 chilometri di costa della Riviera dell'Emilia-Romagna. Giovani e meno giovani, single e famiglie, uniti dalla voglia di divertirsi.

Un vero festival di emozioni da Cattolica ai Lidi di Comacchio; in un unico palcoscenico, per uno show da Guinness dei Primati, oltre 300 eventi e 40 tra concerti e spettacoli musicali, tutti gratuiti.

Ecco le cifre più significative della Notte Rosa 2010:

- oltre **1 milione e mezzo** di partecipanti;
- più di **100 milioni di euro** di fatturato;
- **300** appuntamenti in calendario tra concerti, spettacoli, feste a tema, spettacoli comici, etc.;
- **2 grattacieli illuminati**: Rimini e Cesenatico;
- **180** eventi enogastronomici tra cui cene di gala, degustazioni, finger food, rustide e cene a tema dedicate alle donne;
- la cottura di **700.000** piadine, di cui almeno **20.000** color rosa;
- **1.500** **lampioni** con luce rosa lungo la Riviera;
- **25** postazioni di fuochi d'artificio lungo 110 km di costa;
- **100.000** gadget a tema;

- **50 km** di luci rosa negli hotel della Riviera;
- **oltre 50.000 fans de La Notte Rosa** tra sito ufficiale e Facebook.

2. LE SPA D'ALBERGO

La crescita esponenziale del mercato del benessere italiano negli ultimi anni ha raggiunto cifre notevoli.

Nel 2009, le imprese legate al benessere in Italia, sono oltre 30 mila (dati AICEB), mentre i centri benessere sono circa 2.500, pari all'8% del totale.

In Emilia-Romagna, le imprese del settore sono circa 2.900, ma tra queste potrebbero esserci palestre con servizi benessere, non sempre in linea con le esigenze del mercato.

Il giro d'affari ufficiale del settore è quello registrato dalla contabilità nazionale, che quantifica in circa 21 miliardi di euro, la spesa delle famiglie, per l'acquisto di beni e servizi generici per l'igiene personale: un aggregato indistinto, all'interno del quale, si stima che il solo giro d'affari delle SPA (Salus Per Aquam), metà delle quali collegate ad hotel, (dunque circa 1.200), abbia superato nel 2009, il miliardo di euro e raggiunga i 4 miliardi con l'indotto.

Ma ecco il grande dilemma: le SPA poi come si gestiscono?

3. PREVISIONI PRICEWATERHOUSECOOPERS

Anche se nel 2010 avvertiremo un piccolo aumento dell'indice di occupazione, questo non vuol dire che le cose stiano migliorando. Le tariffe alberghiere infatti scenderanno del 1,7% nel 2010 e cresceranno del 3,5% nel 2011.

La fase critica è destinata a continuare:

- perché la contrazione dei prezzi non produce il Revpar che gli alberghi si aspettano;
- perché le catene internazionali perdono colpi nelle classi di comfort più economiche, anche se migliorano nelle categorie 5 stelle e 5 stelle de luxe;
- perché nessuno in Italia verifica il rapporto tra stelle e comfort;
- perché il livello medio dell'ospitalità italiana diminuisce;
- perché le catene alberghiere non si espandono, anzi restringono la loro presenza.

4. I TURISTI TEDESCHI SULLA RIVIERA DELL'EMILIA-ROMAGNA

Dei 42.466.000 di presenze turistiche registrate sulla Riviera dell'Emilia-Romagna nel 2009, dall'Osservatorio Turistico Regionale, 3.035.000 costituiscono il movimento dei turisti provenienti dalla Germania.

Si tratta del 35,6% delle presenze straniere e del 7,1% delle presenze complessive, quote che pongono la Germania al primo posto fra le aree di provenienza della domanda turistica della Riviera dell'Emilia Romagna.

Il dettaglio della distribuzione nelle 4 province costiere, evidenzia il primato della Provincia di Rimini con 1.225.000 presenze (il 40,4%), seguita dalla Provincia di Ravenna con 652.000 presenze (il 21,5%), dalla Provincia di Ferrara con 596.000 presenze (il 19,6%) e dalla Provincia di Forlì-Cesena con 562.000 presenze (il 18,5%).

Il dettaglio delle singole località, conferma Rimini al primo posto con il 17% delle presenze tedesche complessive in Riviera, ma al secondo posto figura Cesenatico (12,6%), seguita da Cervia-Milano Marittima (12,3%), Riccione (8,4%) e Bellaria-Igea Marina (7,6%).

5. COSTRUIRE NUOVI ALBERGHI? ATTENTI AL DOPO

Mille nuovi hotel all'anno, il 10% affidato a designer e architetti famosi, esperti di tutto, ma non di alberghi. Un terzo di queste strutture nasce senza un serio progetto di fattibilità alle spalle.

Il resto, invece si sviluppa senza "*concept*", senza indirizzo architettonico, senza un'idea del tipo di comfort e servizio che si produrrà.

La quasi totalità dei nuovi alberghi va da 4 stelle in su.

Dopo il boom alberghiero del periodo 2000-2006 i cantieri hanno rallentato, ma investitori e costruttori stanno decidendo se: 1) costruire un albergo di stile e comfort classico o contemporaneo; 2) affidarsi a designer più giovani di loro, poco esperti di alberghi, ma innovativi; 3) finanziare un modello d'albergo gradito a un famoso brand internazionale, che promette, semmai, di gestirlo con un contratto di management.

Sono tre strade divaricanti, con basse probabilità di successo economico.

La più nota società di consulenza italiana, ha tra i suoi clienti, una decina di alberghi che stanno perennemente attorno all'85% di occupazione camere, e un centinaio, che stanno sotto il 70%.

Ma, ha anche tre alberghi famosi, cosiddetti di "*modern design*" che sono sotto il 50% di R.O.

E' la prova che la performance, dipende dal "*concept*" progettuale e dagli standard costruttivi.

Morale: meglio non avviare un cantiere senza avere chiaro in mente il "*concept*" di ospitalità che si vuole proporre.

Questo messaggio viene spedito nel rispetto dell'art. 13 del Decreto Legislativo 30 giugno 2003 n.196 . Per essere rimossi dalla nostra mailing list è sufficiente darne comunicazione al seguente indirizzo di posta elettronica: benedetta.cavezzali@rer.camcom.it