

*“Studi e Analisi” presenta  
elaborazioni e indagini prodotte  
dal Centro Studi nei suoi ambiti  
d’interesse*

## **Indagine trimestrale sul settore alberghiero high level**

***Primo trimestre 2010***

*a cura di Maria Grazia De Maglie*

### **Centro Studi**

#### **Andrea Fioni**

Responsabile Centro Studi  
Area sociale e mercato del  
lavoro

#### **Maria Grazia De Maglie**

Macroeconomia e terziario

#### **Valeria Negri**

Macroeconomia e industria

<http://www.assolombarda.it/>  
<mailto:stud@assolombarda.it>  
Tel. segreteria: 02.58370.328

*L’Osservatorio trimestrale del terziario turistico ha lo scopo di fornire periodicamente un’analisi sull’andamento delle principali variabili di questo importante settore dell’economia milanese.*

*Il Gruppo Merceologico del Terziario Turistico si fa carico di raccogliere e mettere a disposizione i dati che dal 1992 vengono mensilmente rilevati presso gli alberghi di 4°, 5° e 5° lusso associati ad Assolombarda.*

*Il Centro Studi predispose l’elaborazione statistica destagionalizzata dei dati forniti dagli operatori del settore e i relativi rapporti congiunturali trimestrali.*

## 1 Risultati dell'indagine

Dopo un 2009 di progressiva ripresa, nel primo trimestre del 2010 gli alberghi high level dell'area milanese mostrano ancora segnali di rallentamento. Diminuiscono, infatti, il tasso di occupazione delle camere, le presenze e i ricavi. Per quanto concerne i prezzi delle camere affittate si osserva un nuovo piccolo rimbalzo positivo, nonostante i valori rimangano lontani dai quelli massimi raggiunti nel 2006 e nel 2007.

Il World Tourism Organization prevede nella seconda parte del 2010 una ripresa del turismo mondiale che permette di stimare una crescita nel 2011 del 3,2%. Nonostante la crescita della Cina e la tenuta dell'Asia quest'anno la scena sarà ancora dominata dai Paesi sviluppati.

Il settore mostra un andamento opposto rispetto a quello della produzione industriale nazionale: la stima del Centro Studi di Confindustria per il primo trimestre 2010 indica una crescita congiunturale dell'attività produttiva italiana dell'1,7%, dopo il +1% del quarto trimestre 2009 - *grafico 3*.

Nel dettaglio dei singoli indicatori si osservano i seguenti risultati:

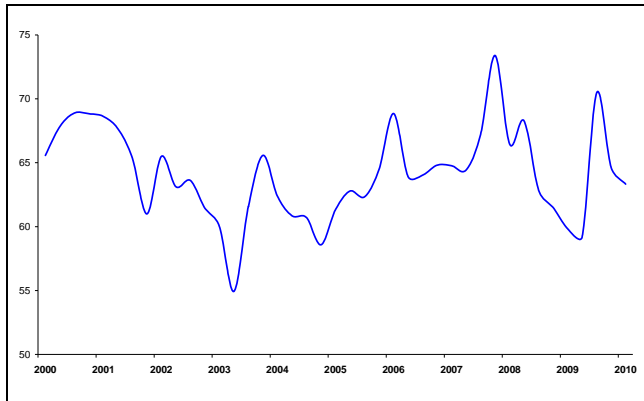
- Il **tasso di occupazione delle camere** (indice destagionalizzato) diminuisce nuovamente del 2% rispetto al quarto trimestre 2009 e risulta pari a 63,3. L'indice rimane comunque al di sopra dei valori di fine 2008 – *grafico 1, tabella 1*.
- L'indice destagionalizzato relativo alle **presenze** diminuisce dopo tre trimestri di crescita e si posiziona sul valore di 147,1 rispetto a 161,2 dello scorso trimestre (il valore più alto da quando è iniziata la rilevazione). La variazione congiunturale è pari a -8,4% – *grafico 2, tabella 2*.
- La **permanenza media** registrata negli alberghi del campione nel primo trimestre 2010 diminuisce lievemente e risulta pari a 1,8 giorni. – *tabella 7*.
- I **ricavi prodotti dalle camere affittate** diminuiscono del 6,5% rispetto al periodo precedente, dopo tre trimestri di crescita. l'indice destagionalizzato, infatti, passa a 156,1 da 167,0 – *grafico 4, tabella 3*.
- I **ricavi totali** rimangono sostanzialmente stabili sui livelli dello scorso trimestre: l'indice destagionalizzato è pari a 155,2 rispetto a 155,1 del periodo precedente, con una variazione congiunturale pari a +0,1% – *grafico 5, tabella 4*.
- Il **ricavo medio per camera occupata**<sup>1</sup> cresce per il secondo trimestre consecutivo pur rimanendo su valori ancora bassi rispetto al picchi massimi del 2006 e del 2007. L'indice, infatti, risulta pari a 120,5 euro da 115,5 del quarto trimestre 2009, con un aumento del 4,3% rispetto al periodo precedente e una variazione tendenziale negativa dell' 8,0% – *grafico 6, tabella 6*.
- Aumenta anche il **ricavo medio per camera disponibile**<sup>2</sup> che si attesta a 80,2 euro da 77,6 dello scorso periodo (+3,3% la variazione congiunturale e -3,8% quella rispetto al primo trimestre del 2009) – *grafico 6, tabella 5*.

<sup>1</sup> Il ricavo per camere occupate è calcolato come il rapporto fra il ricavo delle camere e il numero di camere occupate.

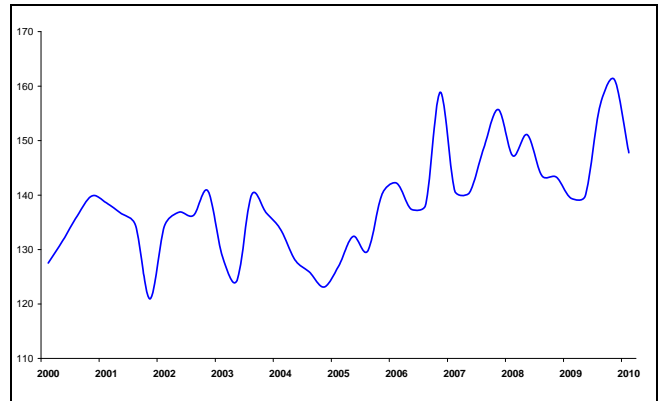
<sup>2</sup> Il numero di camere disponibili è uguale al numero di camere presenti in albergo moltiplicato per il numero di giorni di cui è composto il mese di riferimento. Il ricavo per camere disponibili è ottenuto dal rapporto fra il ricavo delle camere e il numero di camere disponibili.

## 2 Grafici

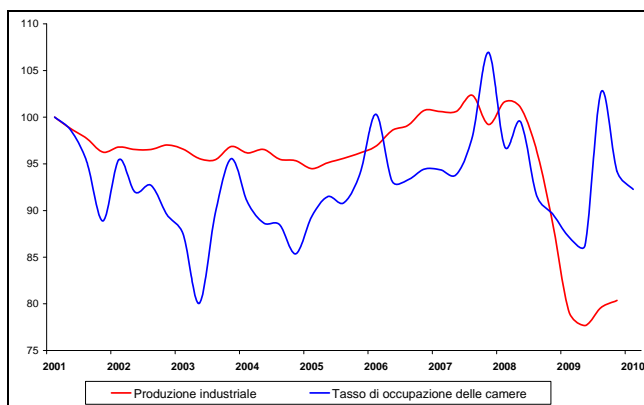
**Grafico 1 – Tasso di occupazione delle camere** (dati destagionalizzati)



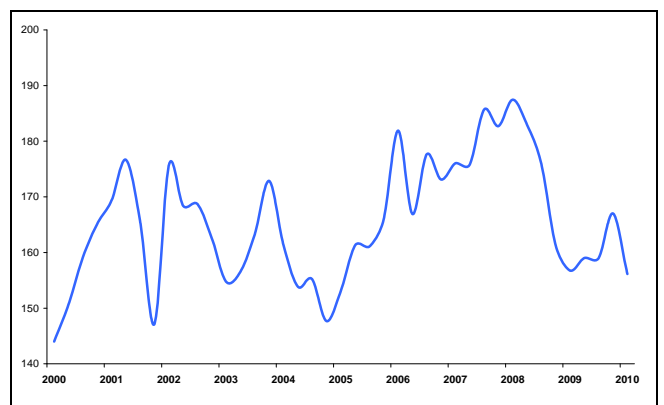
**Grafico 2 – Presenze** (dati destagionalizzati – indice I trimestre 1992=100)



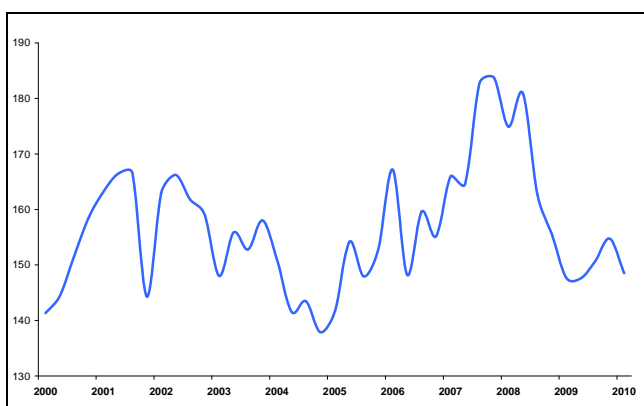
**Grafico 3 – Tasso di occupazione delle camere e produzione industriale** (dati destagionalizzati – indice I trimestre 2001=100)



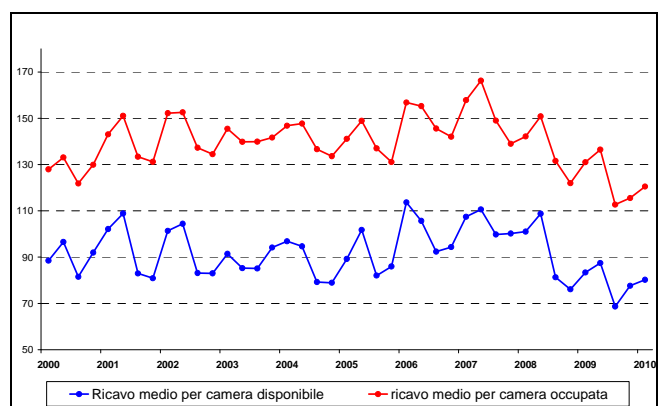
**Grafico 4 – Ricavo camere** (dati destagionalizzati – indice I trimestre 1992=100)



**Grafico 5 – Ricavo totale** (dati destagionalizzati – indice I trimestre 1992=100)



**Grafico 6 – Ricavo per camera disponibile e ricavo per camera occupata** (valori grezzi in euro)



### 3 Tabelle

(a = variazione tendenziale; b = variazione congiunturale)

#### 1 Tasso di occupazione delle camere

Periodo di riferimento	Dati grezzi		Dati destagionalizzati	
	indice	var.% (a)	indice	var.% (b)
I trimestre 2009	61,5	-7,9	59,8	-2,7
II trimestre 2009	62,8	-14,5	59,2	-1,1
III trimestre 2009	65,1	13,4	70,5	19,1
IV trimestre 2009	64,8	5,2	64,6	-8,3
I trimestre 2010	64,2	4,4	63,3	-2,0

#### 2 Presenze (indice I trimestre 1992=100)

Periodo di riferimento	Dati grezzi		Dati destagionalizzati	
	indice	var.% (a)	indice	var.% (b)
I trimestre 2009	134,0	-5,0	139,4	-2,7
II trimestre 2009	144,2	-7,7	139,8	0,3
III trimestre 2009	144,4	6,3	156,3	11,7
IV trimestre 2009	153,3	7,4	161,2	3,2
I trimestre 2010	141,9	5,9	147,8	-8,4

#### 3 Ricavo camere (indice I trimestre 1992=100)

Periodo di riferimento	Dati grezzi		Dati destagionalizzati	
	indice	var.% (a)	indice	var.% (b)
I trimestre 2009	153,9	-14,4	156,7	-2,8
II trimestre 2009	166,8	-15,5	159,0	1,4
III trimestre 2009	133,9	-12,5	159,0	0,0
IV trimestre 2009	152,2	4,2	167,0	5,0
I trimestre 2010	151,1	-1,8	156,1	-6,5

#### 4 Ricavo totale (indice I trimestre 1992=100)

Periodo di riferimento	Dati grezzi		Dati destagionalizzati	
	indice	var.% (a)	Indice	var.% (b)
I trimestre 2009	143,7	-15,1	155,5	-3,9
II trimestre 2009	156,1	-17,4	154,3	-0,8
III trimestre 2009	126,2	-9,4	155,1	0,5
IV trimestre 2009	149,9	0,7	155,1	0,0
I trimestre 2010	143,6	-0,1	155,2	0,1

## 5 Ricavo per camera disponibile

Periodo di riferimento	Dati grezzi		
	Valori in euro	var.% (a)	var.% (b)
I trimestre 2009	83,4	-17,5	9,5
II trimestre 2009	87,4	-19,6	4,9
III trimestre 2009	68,7	-15,5	-21,5
IV trimestre 2009	77,6	2,0	13,1
I trimestre 2010	80,2	-3,8	3,3

## 6 Ricavo per camera occupata

Periodo di riferimento	Dati grezzi		
	Valori in euro	var.% (a)	var.% (b)
I trimestre 2009	131,0	-7,8	7,4
II trimestre 2009	136,5	-9,5	4,2
III trimestre 2009	112,7	-14,3	-17,4
IV trimestre 2009	115,5	-5,3	2,5
I trimestre 2010	120,5	-8,0	4,3

## 7 Permanenza media (presenze/arrivi)

Periodo di riferimento	Dati grezzi
I trimestre 2009	2,1
II trimestre 2009	2,1
III trimestre 2009	2,1
IV trimestre 2009	2,0
I trimestre 2010	1,8

### Alcune informazioni metodologiche

Il Gruppo Merceologico Terziario Turistico di Assolombarda rileva mensilmente i dati congiunturali di un campione di alberghi milanesi appartenenti alle categorie 4, 5 e 5 lusso.

Il panel utilizzato per l'elaborazione è composto da 28 alberghi che inseriscono direttamente i propri dati sul sito di Assolombarda.

Il Centro Studi presenta graficamente i dati trimestrali destagionalizzati, depurati cioè degli effetti legati alla durata e alla composizione dei mesi. Per valutare correttamente l'andamento economico nel breve periodo è opportuno, infatti, rimuovere dai risultati grezzi tutte quelle componenti di carattere stagionale riscontrabili nei singoli mesi e dovute essenzialmente al numero di giorni lavorati.

La destagionalizzazione dei dati è compiuta con l'ausilio di Demetra, interfaccia grafica di Tramo-Seats.