Hotel Italia: tra 5 anni flussi turistici in aumento, fino a +25%

Il sentimento del mercato alberghiero italiano si conferma in positivo e proiettato verso un ammodernamento delle strutture alberghiere.
Questo il dato generale emerso dall'ultima indagine svolta da World Capital e Nomisma su un campione significativo di albergatori, ai quali sono state rivolte delle domande in merito ai flussi turistici, ai fattori chiave di crescita delle loro strutture alberghiere e su quali ambiti di sviluppo puntare per il potenziamento strategico dei loro alberghi.
La survey dal titolo "Come sarà il settore alberghiero tra 5 anni?" mostra un sentiment positivo e in crescita (fino al +25%) per il 69,20% degli albergatori intervistati.
Per quanto riguarda invece gli utenti che ricercano/acquistano servizi turistici attraverso dispositivi mobili, è emerso che per il 73,10% la ricerca aumenterà, mentre per il 26,90% crescerà in modo netto.
Il sentiment per l'acquisto di servizi turistici, invece, risulta più frammentato: per il 57,70% infatti aumenterà, per il 30,80% aumenterà in maniera netta, mentre per l'11,50% non cambierà.
Dalla survey è stato possibile, inoltre, dare uno sguardo alla situazione relativa al mercato interno, il cui fatturato, per il 46,20% degli intervistati, sarà composto per il 50% - 75% da turisti italiani, mentre per il 38,50% fino alla metà del proprio fatturato sarà determinato da turisti italiani.
Spostandoci sui dati emersi sui mercati esteri, il sentiment degli albergatori per i prossimi 5 anni mostra una spiccata fiducia verso gli arrivi di turisti europei, seguiti poi dagli asiatici, dagli est-europei ed infine dai nord-americani.
Infine, è stato chiesto agli intervistati, qualora avessero a disposizione del denaro da investire, su quali ambiti di sviluppo strategico punterebbero per un miglioramento della propria struttura.
È interessante notare che il 57,70% investirebbe sugli arredi e la struttura, mentre il 34,60% punterebbe sulla formazione e le risorse umane della propria struttura ed infine il 26,90% punterebbe su un potenziamento del marketing.