

# Pasqua e Pasquetta da oltre 14milioni e 300mila euro nei locali

*Il trend positivo vissuto dalla ristorazione segue l'andamento soddisfacente del turismo*



Oscar Fusini



Petronilla Frosio

I ristoranti stanno per chiudere le prenotazioni per il classico pranzo di Pasqua e si confida in un buon numero di

coperti anche a Pasquetta, per cui le prenotazioni continuano ad essere last second, fortemente condizionate dal meteo ( e le previsioni per lunedì non sono ahimè buone). Nonostante il periodo economico difficile, la voglia di festeggiare fuori casa non tramonta e i posti disponibili sono quasi ultimati. **Nei 2305 ristoranti bergamaschi e nei 3070 pubblici esercizi, Confcommercio Bergamo stima un indotto di oltre 14 milioni e 300mila euro, con una crescita del 17% rispetto allo scorso anno.** La cifra è portata per oltre 11 milioni dai ristoranti tradizionali e la restante parte da bar e da ristorazione senza somministrazione (asporto). In particolare saranno oltre **206 mila** a scegliere di festeggiare fuori casa, quasi uno su cinque dei bergamaschi, con un incremento del **+ 17,3%**.

**Positivo anche l'asporto**, per cui si stima un valore di **oltre 556mila euro a Pasqua e 463mila a Pasquetta**. Ottimi segnali anche dalle gastronomie, che propongono le più svariate ricette, a partire dall'intramontabile torta salata all'insalata di nervetti, oltre a una vera e propria proposta di menù, di terra e mare, che va in media, dall'antipasto al dolce, dai 30 ai 40 euro a persona.

*"Le previsioni delle presenze nelle festività rappresentano il termometro della tenuta del settore dei pubblici esercizi, che vede nel solo segmento della ristorazione tradizionale una crescita significativa. La voglia di festeggiare fuori casa è una tendenza in atto ormai da anni, post pandemia, nonostante inflazione e difficoltà economiche per i rincari-* commenta **Oscar Fusini**, direttore Confcommercio Bergamo-. *L'impennata dei costi delle materie prime ha portato ad un aumento dei prezzi anche al ristorante che è mediamente più alto di 5 euro per un menù completo rispetto allo scorso anno. Rincari che del resto purtroppo si fanno evidenti anche nella spesa di tutti i giorni".*

Quanto ai menù, per la tavola delle vince la tradizione, senza rinunciare a tecniche di cottura innovative. **La spesa va in media dai 60 ai 100 euro, con punte oltre i 120 euro per i locali più blasonati, oltre a menù a 50 euro in trattoria. C'è anche chi sceglie di mantenere anche la proposta a la carte**

**per chi desidera un pranzo più agile.** E a Pasquetta è possibile scegliere un menù gourmet a prezzo calmierato nei ristoranti stellati e nei migliori indirizzi del territorio (con qualche incursione in altre province lombarde) con l'iniziativa Gourmantico, che sta riscuotendo un ottimo successo in particolare tra le coppie più giovani che scelgono l'esperienza di degustazione in locali rinomati.

Le prenotazioni per Pasqua sono arrivate in anticipo, complici anche le ottime presenze in generale nei weekend dei ristoranti, che hanno spinto la clientela ad organizzarsi per tempo per la festività. C'è chi ha del tutto rinunciato a pubblicizzare il menù di Pasqua perché già al completo. Anche se in alcuni casi le prenotazioni sono arrivate a rilento, si va verso il tutto esaurito. Per Pasquetta la partita è ancora aperta e si gioca sul meteo, che sembra sfavorevole: le prenotazioni tendono sempre ad arrivare all'ultimo minuto e fare previsioni diventa più difficile. Eccezion fatta comunque per i locali in alta montagna più difficili da raggiungere in caso di condizioni meteo avverse, i ristoranti sono al completo o quasi per la classica gita fuori porta, cui comunque non si rinuncia. Non mancano i locali che hanno deciso di tenere aperto sia a pranzo che a cena, sia a Pasqua che a Pasquetta. Quanto alla proposta, i menù resistono, ma non manca la scelta a la carte per chi preferisce festeggiare in modo più agile. Il menù è per molti la formula preferita, anche per avere certezza dei costi, specialmente se sono incluse le bevande.

La tradizione ha la meglio, ma prevale lo sforzo di accontentare tutti: largo quindi a menù di pesce, ai piatti vegetariani e ad alternative alle carni ovine, affiancate quindi da arrosti, conigli e altre specialità. Agnelli e capretti vengono esaltati con tecniche di cottura innovative, dalla bassa temperatura alla cottura con il fieno. Non si rinuncia alla classica colomba, rigorosamente artigianale, che accompagna i brindisi augurali o il caffè, o viene rivisitata, proposta in semifreddi con crema di zabaione o mascarpone. Uova, asparagi, germogli ed erbe spontanee ispirano ricette

d'autore e grandi piatti.

*“Pasqua conferma la voglia di festeggiare fuori casa al ristorante. L’offerta è ampia e diversificata. Sarà un weekend di intenso lavoro– commenta **Petronilla Frosio**, presidente del Gruppo Ristoratori Confcommercio Bergamo- . Confidiamo di registrare il tutto o quasi esaurito e speriamo nel bel tempo per Pasquetta. Quanto ai menù, per le festività vincono tradizione e prodotti di stagione, a partire dagli asparagi e dalle uova, interpretati con creatività nei nostri ristoranti”.*



Alessandro Capozzi

**Il trend positivo vissuto dalla ristorazione segue l’andamento soddisfacente del turismo.** In città, complice anche l’organizzazione di eventi, Pasqua ormai è diventato un momento interessante per il turismo primaverile e ci sono buoni segnali anche per il mese di aprile. Buone le presenze straniere, in particolare da Polonia, Germania, Spagna, Regno Unito, Francia e Svizzera; in ripresa i viaggi dal Nord Europa, dai Paesi scandinavi, oltre ai turisti a lungo raggio da Stati Uniti, Russia, Giappone. Nell’hinterland c’è rinnovato interesse per Leolandia e parchi divertimento. Nelle valli l’abbinata neve e bel tempo dei giorni scorsi aveva dato grande impulso alle prenotazioni per un lungo week-end sugli sci, ma ora le prenotazioni sono appese al meteo, oltre a chi

sceglie la nostra provincia come base, atterrando e ripartendo dall'aeroporto di Orio al Serio, per tour più ampio in Lombardia. In continua crescita il turismo termale e legato al benessere. Gli amanti del wellness scelgono hotel, anche in zone a minor vocazione turistica, per la spa, ancora meglio se abbinata a pacchetti gourmet e ad altri servizi, dalla degustazione di vini a cicli di massaggi e cure estetiche. Bene anche il turismo termale: San Pellegrino Terme registra il tutto esaurito ed è sempre più scelta come località per abbinare gite nel verde o in montagna al relax termale. Il lago è leggermente al di sotto dello scorso anno (nel 2023 Pasqua era più in là nella stagione, cadeva infatti il 9 aprile) . Sul Sebino oltre ai turisti a corto e medio raggio lombardi si registrano buone presenze anche di stranieri, dalla vicina Svizzera al Nord Europa. *“Anche quest’anno Pasqua e Pasquetta si confermano momenti importanti per i flussi turistici di inizio primavera in città e sembra che l’onda lunga della promozione per la capitale della cultura dello scorso anno, abbinata all’organizzazione di eventi e festival, stia dando ottimi risultati-* commenta **Alessandro Capozzi**, presidente Federalberghi Bergamo-. *Anche in provincia e nelle valli i segnali sono buoni, anche se purtroppo con l’abbassamento delle temperature e il clima sfavorevole, molte prenotazioni sono appese al meteo. Il turismo termale e wellness sono in continua crescita e attirano sempre più. Il lago segna una flessione, probabilmente per l’incertezza meteo”*.

---

**Affitti brevi turistici,**

# exploit per effetto Capitale 2023: +42,03% in città e +52,6% di Seriate

*Ad agosto 2023 il numero di annunci pubblicati su Airbnb in Bergamasca ammontava a 3.087 contro i 2.377 dello stesso periodo dell'anno precedente*



*Ascom Confcommercio Bergamo fa il punto sugli affitti brevi turistici, attraverso lo studio Federalberghi Confcommercio. Il focus provinciale evidenzia la dinamica degli affitti brevi turistici nel 2023, anno della Capitale della Cultura,*

confrontati con il 2022 e mette in luce i comuni bergamaschi che concentrano il maggior numero di alloggi. Ad agosto 2023 il numero di annunci pubblicati su Airbnb in Bergamasca ammontava a 3.087 contro i 2.377 dello stesso periodo dell'anno precedente. La crescita a livello provinciale è stata complessivamente del 29,9% contro il 14,4% del dato nazionale. In città la crescita è stata del 42,03%, addirittura tre volte la media nazionale. L'exploit di annunci registrato a Bergamo è notevole e la spinta deriva dall'effetto "Capitale della cultura 2023" e in generale dalle ottime infrastrutture di collegamento, tra cui l'aeroporto. In città il boom degli appartamenti destinati all'affitto turistico rende di fatto quasi introvabile un appartamento in affitto per famiglie e studenti. Con la città si sviluppa anche l'hinterland. A Seriate, ad esempio, gli annunci segnano il + 52,6% nell'ultimo anno, rispetto al 2022. L'altra area di forte espansione di Airbnb e dintorni è quella del lago d'Iseo, con Riva di Solto leader con 104 annunci (+31,6% rispetto al 2022), seguita da Lovere, Predore, Solto Collina,

Parzanica, Fonteno e Tavernola. In crescita anche nelle principali aree delle Orobie dove non manca il patrimonio delle seconde case da affittare, a fronte di una caduta della domanda di affitto di villeggiatura. Alessandro Capozzi, presidente del Gruppo Albergatori Ascom Confcommercio ha evidenziato: "Quello degli affitti brevi turistici è stato spesso etichettato come fenomeno, ma non lo è più: abbiamo a che fare con un mercato ormai più che maturo e strutturato anche in provincia che da segmento sta conquistando di anno in anno posizioni. Ben venga una pluralità dell'offerta in una città come la nostra, con un aeroporto che ha accolto 16 milioni di turisti, ma nello stesso mercato si opera con le stesse regole. Non si tratta di attività occasionali o di integrazione al reddito, ma il business è consolidato. Quasi il 60% degli host a livello provinciale ha più di un appartamento e a livello nazionale il 35% ha più di 4 appartamenti. Le attività sono ipertecnologiche, con gli orari dei voli dell'aeroporto, tra mattina presto e sera tardi: si accede alle strutture con Pin, si fanno self check-in e si paga on-line. In città c'è chi sta ristrutturando intere palazzine per destinarle a foresterie. Non resta che sperare che l'introduzione del Cin metta ordine nel settore, anche se in Lombardia è già attivo il Codice identificativo Regionale. Servono maggiori controlli per contrastare l'abusivismo e la concorrenza sleale". Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo, sottolinea come il boom degli affitti turistici porti inevitabili conseguenze per i residenti: "Trovare un appartamento in affitto per giovani coppie, studenti o per le stesse famiglie che con i tassi sui mutui alle stelle non possono acquistare casa, è diventata una vera e propria impresa. C'è chi è costretto a spostarsi dalla città in provincia, in comuni poco attrattivi per i turisti".

### **Il dato provinciale 2023**

In Bergamasca sono 3087 gli annunci pubblicati relativi per il 78,9% ad appartamenti interi (2437 complessivi). 1848 annunci

(il 59,9%) è pubblicato da host che gestiscono più alloggi. Quanto alla stagionalità, 1799 annunci (il 58,3%) hanno un'apertura superiore a sei mesi .

## **Il dato provinciale 2022**

Nel 2022 erano 2377 gli annunci pubblicati, relativi per il 77,4% ad appartamenti interi (1839 complessivi). 1432 annunci (il 60,2%) era pubblicato da host che gestiscono più alloggi. Quanto alla stagionalità, 1380 annunci (il 58,1%) presentavano un'apertura superiore a sei mesi .

## **I comuni con il maggior numero di annunci**

Sia nel 2023 che nel 2022 il primato va alla città capoluogo di provincia (1149 annunci nel 2023, 809 nel 2022), cui seguono Riva di Solto (104 annunci nel 2023, 79 nel 2022) e Lovere (78 nel 2023, 69 nell'anno precedente). Se il "podio" resta invariato, quest'anno Seriate (che nel 2022 era al decimo posto provinciale con 35 annunci) scalza dal quarto posto Foppolo ( che ricopriva nel 2022 con 46 annunci), sorpassando con 54 annunci (+52,6%). Anche Sarnico ha una crescita significativa, passando da 36 annunci (nono comune per annunci in Bergamasca nel 2022) a 50 annunci.

## **L'indagine nazionale**

L'evoluzione del fenomeno degli alloggi italiani venduti su Airbnb vede una crescita esponenziale da dicembre 2008 con 52 annunci, ad agosto 2023 con 503.612 annunci pubblicati. Nell'ultimo anno, da agosto 2022 a agosto 2023, la crescita è stata del 14,4%, da 440.305 a 503.612 annunci. L'idea originaria di Airbnb (nata nel 2007 a San Francisco) di condividere stanza o appartamento (da air bed and breakfast, materasso ad aria e letto di fortuna gonfiato per l'ospite e prima colazione) è completamente tradita e mutata: ad agosto 2023 l'intero appartamento rappresenta l'81,6% degli annunci, la stanza privata il 18,1%, mentre la stanza condivisa lo 0,3%. L'indagine smentisce che le nuove formule si sviluppano

dove c'è carenza di offerta. Basti pensare che le prime dieci località (in testa Roma 27.389 annunci, Milano 23.656 e Firenze 12.117) concentrano più del 20% degli annunci. Il 65% degli annunci è pubblicato da host che gestiscono più di un alloggio e il 33% che gestiscono più di 4 alloggi. Solo un terzo 35% degli host gestisce un solo alloggio. L'host più grande ha pubblicato 10.380 annunci in un mese, il secondo 4.973 e via andare. Il 55,6% degli alloggi è in vendita per oltre sei mesi l'anno. Solo l'11,6% sono venduti per meno di 30 giorni. Solo il 32,7 degli alloggi ha in dotazione il kit di primo soccorso, il 24,0% l'estintore, il 14,5% il rilevatore di fumo, l'11,6% il rilevatore del monossido di carbonio ecc.

Quanto al mercato del lavoro, gli affitti brevi portano 137.468 occupati pari all'11,9% del totale, contro i 1.018.701 occupati del settore ufficiale alberghiero ed extralberghiero, pari al 88,1% (stima impatto sull'occupazione – Sociometrica 2023).

---

## **Federalberghi, a Bergamo la 73<sup>a</sup> assemblea nazionale: “Il turismo brand dell'Italia”**

*Sabato 13 maggio al Centro Congressi di Bergamo. Il presidente Bocca: “Il turismo campo largo della partita del nostro futuro”*

Il mondo dell'ospitalità e del turismo si dà appuntamento quest'anno a Bergamo Brescia, Capitale italiana della Cultura 2023, per la 73<sup>a</sup> Assemblea Nazionale della Federalberghi.

Dopo l'incontro svoltosi lo scorso anno a Parma, città che ha potuto realmente onorare il titolo di capitale della Cultura 2021 solo dopo il dramma della pandemia, ancora una volta la Federazione degli albergatori premia un territorio che ha conquistato un titolo di enorme importanza per il Paese.

Sabato 13 maggio gli albergatori di tutta Italia hanno partecipato alle sessioni di lavoro dedicate al comparto del turismo e della ricettività. Sotto la guida del presidente, Bernabò Bocca, sono stati affrontati i temi salienti, confrontandosi sulle nuove istanze del comparto anche a fronte di un universo, quello del turismo, in continua e rapida evoluzione.

Di fronte ad una platea di 400 persone tra operatori del settore, figure istituzionali, giovani e giornalisti, dopo il saluto del sindaco di Bergamo, **Giorgio Gori**, si sono alternati sul palco il presidente della Regione Lombardia, **Attilio Fontana**, il presidente di Federalberghi, **Bernabò Bocca**, il Responsabile Divisione Banca dei Territori Intesa San Paolo, **Stefano Barrese**, il ministro del Turismo, **Daniela Santanchè**. L'imprenditore illuminato, **Brunello Cucinelli**, è stato il protagonista del focus "Cucinelli e l'arte del made in Italy".

"Ci siamo dati appuntamento a Bergamo Brescia per onorare un territorio che ha conquistato un titolo di grande importanza come quello di Capitale della Cultura 2023 – ha dichiarato il presidente Bocca –. Sappiamo quanto un riconoscimento del genere possa contribuire a rendere ancora più incisivo l'impatto economico per tutta la filiera del nostro comparto. Secondo alcuni studi, si evidenzia già un risultato di raddoppio degli arrivi domestici nelle strutture turistiche locali rispetto al 2019. Ma siamo qui anche per dare a Bergamo un segnale di rinascita, dopo il tragico evento del Covid che,

sin dal suo primo manifestarsi, ha letteralmente travolto e messo in lutto questa città”.

“Il turismo è l’elemento distintivo del brand dell’Italia – ha proseguito Bocca -. E’ il campo largo in cui sarà possibile giocare, tutti insieme, la partita del nostro futuro. In questo contesto ogni cosa è importante: dal potenziamento e perfezionamento del sistema di infrastrutture che possa rendere raggiungibili tutte le mete più belle e anche meno conosciute del nostro paese, senza creare impedimenti, ma piuttosto inviti; la lotta all’abusivismo ed alla deregulation degli affitti brevi che tanto fa male alla ricettività riconosciuta come tale ma anche al Paese; e poi ancora, è fondamentale avere a cuore la pianificazione di grandi eventi, i più potenti attrattori di flussi turistici nazionali ed internazionali. Oggi siamo qui anche per trovare insieme la strada – ha detto Bocca -. E con noi ci sono gli italiani, che negli ultimi tempi hanno dimostrato di privilegiare il Belpaese come meta preferita per le proprie vacanze, e di sentirsi sicuri nei nostri alberghi. Mi piace onorare questo dato, perché ritengo che questa maggior affezione nei confronti delle nostre strutture dimostrata dai nostri concittadini ma anche dai turisti stranieri, sia dovuta proprio alla tenuta del nostro comparto di fronte a situazioni avverse, ma anche alla sensazione di sicurezza e protezione che si respira e si è respirato nei nostri alberghi, durante e dopo il periodo più buio della pandemia”.

“Il turismo è uno dei comparti che ha sofferto tanto durante il Covid – dice il presidente della Regione Lombardia, Attilio Fontana –, sta ripartendo. È ripartito: i numeri sono assolutamente positivi, nel 2022 abbiamo recuperato i livelli del 2019 e quest’anno c’è un ulteriore aumento. Noi abbiamo cercato di essere sempre al fianco del comparto, abbiamo approvato il piano di sviluppo del turismo, abbiamo messo delle risorse, speriamo che il futuro possa essere estremamente positivo, anche grazie agli eventi in

programmazione che faranno la differenza”.

“Grazie di avermi invitato alla vostra assemblea. Vengo qui ad ascoltare le vostre esigenze. Chiedete. E noi cercheremo di rispondere con la nostra capacità al meglio possibile”. Lo ha dichiarato il ministro del Turismo, Daniela Santanchè.

“Entro i primi di giugno vorrei presentare una proposta di legge sugli affitti brevi – ha aggiunto il ministro – Non un decreto legge perché sarebbe una forzatura e credo che il Parlamento debba essere centrale in queste decisioni. Ho già fatto due tavoli con le associazioni di categoria. Sono consapevole che nel settore del turismo le associazioni di categoria denunciavano a Pasqua la mancanza di 50 mila addetti e che l’anno scorso nella stagione ne sono mancati 250 mila. Stiamo lavorando in questa direzione; però abbiamo anche tolto il reddito di cittadinanza. Siamo disponibili sulla formazione, per professionalizzare alcune categorie. Siamo sul pezzo – ha concluso il ministro – ma dateci un po’ di tempo per poter fare le cose”.

Stefano Barrese, responsabile Divisione Banca dei Territori Intesa Sanpaolo, ha dichiarato: “Il settore turistico rappresenta una risorsa fondamentale per il nostro Paese, in termini di Pil, occupazione e attrattività. Dal 2020 Intesa Sanpaolo ha erogato 7 miliardi per sostenerlo anche durante la crisi pandemica. Lavoriamo ora per un rilancio con nuove chiavi di crescita, tra cui la sostenibilità. Per questo rinnoviamo il nostro impegno nei confronti del settore con nuove iniziative, come l’adesione al Fondo Rotativo per il Turismo e finanziamenti ad hoc per conseguire obiettivi ESG, di digitalizzazione, riqualificazione delle strutture e per favorire la transizione energetica. Attraverso Equiter abbiamo aderito al Fondo per il Turismo con risorse BEI, che ci consente di intervenire anche sul capitale. Affianchiamo le imprese anche con i nostri servizi di consulenza per valutare il loro grado di sostenibilità e individuare interventi immediati, anche grazie alla disponibilità straordinaria dei

fondi PNRR”.

Grande emozione in sala nel momento dell'intervento dell'imprenditore illuminato Brunello Cucinelli sul tema del Made in Italy “Il mondo intero da noi si aspetta molto. Siamo un paese che ha tantissimo. Voi albergatori investite su un futuro sicuro perché il turismo c'è e ci sarà. La questione è come gestire tutto questo. La qualità è importantissima. è qualcosa che si deve coltivare ogni giorno in ogni ambito. Per esempio in un albergo il letto deve essere top. Perché il cliente dedica molto tempo, una media di 9 ore, al riposo. Una volta che si è conquistata la qualità, il corpo, la mente si abitua a quello standard ed è molto difficile tornare indietro. Noi dovremmo avere il coraggio di ascoltare di più. Ascoltare e discutere. poi si decide. La qualità è data anche dalla gentilezza. Non c'è nessuno che non si è sentito migliore dopo un complimento che gli viene fatto. Nell'ospitalità questo è essenziale. Siete in un mercato affascinante che nessuno ci può toccare... Chi è che non vorrà venire in Italia?”.

---

## **Turismo in crescita: vale quasi 228milioni per il territorio**

*I dati presentati nella 73a Assemblea nazionale Federalberghi a Bergamo*

A Bergamo, tra città e comuni della provincia, sono 1.028 le strutture ricettive ufficiali. Le camere alberghiere sono 5.755. Le 3.488 unità locali delle imprese attive nel settore ricettivo e della ristorazione danno lavoro a 16.419 addetti.

Considerando queste e altre informazioni, si può stimare che il valore aggiunto turistico per il territorio sia pari a quasi 228 milioni di euro (227.717.596 euro).

I dati sono estratti dal rapporto "Alberghi e affitti brevi", presentato in occasione della 73a assemblea Federalberghi, che si svolge in questi giorni a Bergamo e a Brescia, scelte come Capitale Italiana della Cultura.

I dati evidenziano come il contributo di un albergo all'economia locale non stia semplicemente nei suoi fatturati, nella sua economia in senso stretto, ma negli effetti espansivi che è in grado

di diffondere sugli altri settori. Non manca inoltre un accento sul valore immateriale dell'ospitalità in hotel: in albergo non ci si limita a fornire le chiavi all'arrivo e a pulire la stanza al termine del soggiorno, ma si forniscono innumerevoli servizi grazie a personale altamente qualificato.

"Nell'ultimo decennio abbiamo assistito ad una notevole crescita dell'ospitalità in città e provincia in tutta la sua pluralità di offerta, dai bed&breakfast agli alberghi, passando per le case vacanza – commenta Alessandro Capozzi, presidente del Gruppo Albergatori Ascom Confcommercio Bergamo-Federalberghi Bergamo-. Uno sviluppo dell'offerta importante per dare più risposte alle diverse esigenze dei turisti. Di pari passo abbiamo però assistito ad una crescita dell'abusivismo, con un danno notevole all'economia e alla sicurezza di tutti. Un fenomeno che va contrastato senza compromessi".

"L'ospitalità è ancora un settore giovane nel nostro sistema economico, ma è quello che sta producendo crescite migliori, generando un valore aggiunto che sfiora i 228milioni di euro, coinvolgendo quasi 16.500 addetti, compresi part-time e stagionali- commenta Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. Un indotto redistribuito sul territorio perché affidato a piccole e medie imprese, con un contributo al benessere economico che va ben oltre le porte degli hotel". Bergamo punterà per due giorni i riflettori sul comparto, in quanto sede scelta per l'assemblea nazionale

Federalberghi, con oltre 400 imprenditori attesi da tutta Italia per riunioni, visite e per il convegno in programma domani alle 9.30 al Centro Congressi Giovanni XXIII “Il turismo brand dell’Italia: nuove tecniche di crescita costruendo il futuro” sotto la guida del presidente Federalberghi, Bernabò Bocca. “Ospitare l’assemblea nazionale di Federalberghi rappresenta per il territorio e per la nostra associazione motivo di orgoglio- aggiunge Fusini-. Un’occasione per valorizzare il cambio di vocazione che stiamo registrando, integrando la natura manifatturiera con quella turistica”.

Il testo integrale dello studio “Alberghi e affitti brevi – modelli di sviluppo locale a confronto”, realizzato da Sociometrica in collaborazione con il CFMT (Centro di Formazione Management del Terziario), è disponibile sul sito [www.federalberghi.it](http://www.federalberghi.it)).

---

## **Bergamo ospita la 73a assemblea Federalberghi. Al Centro Congressi, sabato 13 maggio, ore 9.30 “Il turismo brand dell’Italia”**

*“Il turismo brand dell’Italia: nuove tecniche di crescita costruendo il futuro”, convegno sotto la guida del presidente Federalberghi, Bernabò Bocca*



Il mondo dell'ospitalità e del turismo si dà appuntamento quest'anno a Bergamo Brescia, Capitale italiana della Cultura 2023, per la 73a Assemblea Nazionale della Federalberghi.

Una scelta dettata dalla volontà della Federalberghi di dare risalto, ancora una volta dopo Parma, al territorio meritevole di un titolo così ambito.

L'evento pubblico si svolgerà sabato 13 maggio alle 9,30 presso il Centro Congressi Giovanni XXIII di Bergamo. Di fronte ad un foltissimo pubblico di circa 400 persone tra albergatori di tutta Italia, addetti ai lavori, personalità locali, cittadini, studenti e giornalisti, e dopo i saluti del sindaco di Bergamo Giorgio Gori, si aprirà il convegno "Il turismo brand dell'Italia: nuove tecniche di crescita costruendo il futuro" sotto la guida del presidente Federalberghi, Bernabò Bocca.

Presenti all'incontro, il presidente della Regione Lombardia, Attilio Fontana, il ministro del Turismo, Daniela Santanchè e Stefano Barrese, responsabile Divisione Banca dei Territori di Intesa Sanpaolo. A coordinare l'evento, il giornalista e vicedirettore de La7, Andrea Pancani.

Il focus dell'evento sarà dedicato ad un imprenditore illuminato: "Brunello Cucinelli, l'arte del Made in Italy" è infatti il titolo dell'incontro con un grande della produzione italiana, celebre per la qualità delle sue creazioni ma anche per aver voluto e saputo attivare un circuito virtuoso nel rapporto con gli operatori della sua filiera produttiva.

---

# Negli alberghi bergamaschi l'ospitalità è sicura

*Dai cartelli informativi alle Faq sulla sicurezza: le iniziative di Federalberghi per garantire che le strutture ricettive sono un luogo sicuro*

In vista dell'entrata in vigore del green pass il 15 ottobre anche negli ambiti lavorativi pubblici e privati, gli albergatori bergamaschi di Ascom sono pronti ad accogliere in sicurezza i loro ospiti. È questo quanto emerso nel corso dell'Assemblea del Gruppo Albergatori, svoltasi il 5 ottobre in Ascom, durante la quale è stato fatto il punto sugli obblighi posti a carico delle strutture turistico-ricettive in materia di green pass.

In particolare sono state presentate le iniziative di Federalberghi nate per promuovere l'immagine dell'Italia e delle strutture ricettive come luogo sicuro.

In quest'ottica, la Federazione ha realizzato alcuni strumenti per comunicare agli ospiti e agli intermediari che tutti i lavoratori-collaboratori delle strutture associate sono in possesso del green pass: cartelli in 6 lingue (italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo e russo) che possono essere affissi negli spazi comuni e visualizzati mediante gli schermi presenti nella struttura e le televisioni in camera; una "firma" digitale della campagna "Accoglienza sicura" che può essere apposta in calce alle e-mail, diffusa sui social media e sul sito web. In entrambi i casi l'obiettivo è chiaro: valorizzare le condizioni di sicurezza garantite da tutto il sistema locale di accoglienza.

"L'Italia è il primo Paese in Europa per numero di persone vaccinate e l'unico ad aver introdotto il Green Pass per accedere ai luoghi di lavoro – commenta il presidente Giovanni Zambonelli, alla guida di Ascom e del Gruppo Albergatori -. Più che una imposizione ritengo sia un elemento cruciale per uscire dall'emergenza sanitaria e, di fatto, un valore aggiunto per rilanciare il settore dell'ospitalità in particolare in città e hinterland, di fatto le aree che hanno pagato di più gli effetti della pandemia negli ultimi mesi. Il Green Pass può quindi essere un valore aggiunto in termini di

sicurezza e fare da traino al comparto turistico italiano e straniero”.

L'Assemblea, oltre ad analizzare i risultati della stagione estiva appena conclusa, è stata un'importante occasione di confronto della categoria su temi cruciali per il settore ricettivo: dalle risorse messe a disposizione dalla Regione Lombardia a sostegno delle attività ubicate nei comprensori sciistici al nuovo decreto ministeriale che disciplina la nascita di una piattaforma per mappare le strutture ricettive e gli immobili destinati agli affitti brevi al fine di contrastare l'evasione nel settore turistico.

## **Il cartello di Federalberghi**

MEGLIO SEGUIRE LE REGOLE



BETTER TO FOLLOW THE RULES



**TUTTI I NOSTRI COLLABORATORI  
HANNO IL GREEN PASS**

**ALL OUR COLLABORATORS HAVE  
GREEN PASSES**

**ALLE UNSERE MITARBEITER HABEN  
DEN GRÜNEN PASS**

**TOUS NOS COLLABORATEURS  
POSSÈDENT LE PASS SANITAIRE**

**TODOS NUESTROS EMPLEADOS  
TIENEN EL PASAPORTE COVID**

**У ВСЕХ НАШИХ СОТРУДНИКОВ ЕСТЬ  
СЕРТИФИКАТ О ВАКЦИНАЦИИ**



# Al mare ad agosto in Italia per dieci giorni in albergo: ecco l'identikit della vacanza tipo di quest'estate

*È quanto emerge dall'indagine di Federalberghi secondo cui il 54,5% degli italiani farà una vacanza, per un giro d'affari complessivo di 22,7 miliardi di euro*

Piano piano il turismo riparte: l'estate 2021 significherà vacanze per 32,5 milioni di italiani, pari al 54,5%. Meglio rispetto allo scorso anno, anche se il confronto con il 2019 fa emergere una "perdita" di 2,1 milioni di turisti (-2,6% in percentuale). A dirlo è l'indagine Federalberghi sul movimento degli italiani per l'estate 2021, realizzata con il supporto tecnico dell'Istituto ACS Marketing Solutions. La ripresa non si avverte però ancora nelle città d'arte e nelle località meta tradizionale dei turisti stranieri: nei primi mesi del 2021 a Venezia, Roma e Firenze il tasso di occupazione delle camere è infatti crollato di oltre il 70% rispetto al 2019.

A seguito dell'emergenza sanitaria Covid-19, nel 2020 sono andate perse 228 milioni di presenze (-52,3% rispetto al 2019), con un calo di fatturato del settore ricettivo pari al 54,9%. La crisi non è ancora passata: nei primi sei mesi del 2021 le presenze totali sono state 115 milioni in meno rispetto a quelle dello stesso periodo del 2019 (-67,3%). Ma vediamo nel dettaglio i risultati della ricerca.

**IN VACANZA PER QUANTO TEMPO** – La durata media della vacanza principale sale a **dieci notti contro le nove del 2020**. Diminuisce quindi di quasi dieci punti percentuali (da 57,1% a 48,9%) il numero di coloro che passeranno da 4 a 7 notti fuori casa e di quanti faranno anche delle vacanze brevi (1,3%

contro il 2% del 2020). Sostanzialmente stabili, invece, quanti si potranno permettere un week end o poco più (da 7,8% a 7,4%). Chi ha dovuto accorciare la vacanza lo ha fatto principalmente perché il budget si è ridotto (73,9% degli intervistati), perché trova che i prezzi siano aumentati (23,9%) e perché parte delle ferie è stata consumata durante il corso dell'anno (21,7%).

**LE METE PREFERITE – Il 93,3% degli italiani che ha effettuato o effettuerà una vacanza nel corso dell'estate rimarrà in Italia**, per un totale di 30,1 milioni di persone. All'estero andrà il 5,1% contro il 2,8% nel 2020, mentre l'1,6% è ancora indeciso.

**LA VACANZA IN ITALIA – Il mare** si conferma la meta preferita dagli italiani, anche se in leggera flessione rispetto allo scorso anno (75% rispetto al. 77%), seguito dalla montagna (9,7%) e dalle città d'arte (4,7%). Per queste ultime c'è un leggero aumento rispetto al 2020 (+2,5%), ma restano ancora ben lontane dai livelli pre-Covid (9,5% nel 2019).

**VIAGGIO E MEZZO DI TRASPORTO – Il 38,8%** sceglierà una regione lontana dalla propria abitazione (nel 2020 era il 19,3%), mentre il 36,5% trascorrerà le vacanze nella propria regione di residenza (era il 56,6% nel 2020). **Il 53,7% degli intervistati ha deciso di muoversi in automobile**, mentre il 31,2% torna ad utilizzare l'aereo (11,4% nel 2020).

**SPESA MEDIA E GIRO D'AFFARI – La spesa media complessiva** (comprensiva di viaggio, vitto, alloggio e divertimenti) stimata per tutto il periodo estivo si attesta sugli **876 euro a persona**. Il giro d'affari complessivo è di **22,7 miliardi di euro** (+58,7% sul 2020). La vacanza principale costerà 833 euro a chi rimane in Italia e 1.425 euro a chi va all'estero. Nel 2019 il giro d'affari era stato di 14,3 miliardi di euro (+58,7% circa).

**DISTRIBUZIONE DELLA SPESA – Il 27,5% del budget di chi va in**

**vacanza è destinato ai pasti (colazioni, pranzi e cene), il 21,4% al pernottamento, il 19,5% alle spese di viaggio, il 15,7% allo shopping e il 15,9% a tutte le altre spese (divertimenti, escursioni e gite).**

**DOVE DORMIRE – L'albergo rimane la scelta privilegiata con il 25,2% delle preferenze. Seguono la casa di parenti o amici (23%), la casa di proprietà (13,8%), la casa in affitto e il b&b (entrambi all'11,1%).**

**MESI PIÙ GETTONATI – Solo lo 0,8% degli italiani che hanno effettuato o effettueranno un periodo di ferie durante l'estate 2021 ha scelto giugno per la propria vacanza principale. Luglio è stato scelto dal 14,1%, mentre **agosto si conferma il mese leader con il 68,2% delle preferenze.** Settembre, infine, "pesa" per il 14,3%**

**SCelta DELLA DESTINAZIONE – Per la scelta della località di villeggiatura gli italiani si lasciano guidare **nel 52,6% dei casi dalla ricerca delle bellezze naturali**, nel 29,4% dalla voglia di relax, nel 28,9% dalla facilità di raggiungimento.**

**ATTIVITA' IN VACANZA – Vincono **le passeggiate (64,6%)**, seguite da pranzi e cene al ristorante (58,5%), drink con gli amici (54,7%), serate in compagnia di amici (54,2%), escursioni e gite per conoscere il territorio (33,1%). Da notare che a causa del coronavirus, i vacanzieri rinunceranno alle serate in discoteca o nei locali notturni (29,6%) e ad andare al cinema o a teatro (23,3%). **Il 26,7% non ha comunque intenzione di rinunciare a nessuna attività.****

**CHI RESTA A CASA – Il 45,2% della popolazione, pari a 26,8 milioni di persone, non farà vacanze tra giugno e settembre rispetto al 39,5% del 2019. **Si resta a casa principalmente per motivi economici (42%)**, a seguire i motivi familiari (29,3%) e gli impedimenti di salute (27,9%).**

# Estate 2021, le vacanze degli italiani

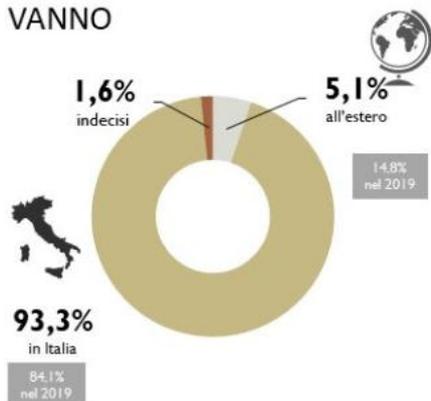
@federalberghi

GLI ITALIANI  
IN VIAGGIO  
32,5 milioni  
da giugno a settembre

- 6,7%

34,6 mln nel 2019

DOVE  
VANNO



GIRO  
D'AFFARI  
22,7 miliardi  
di euro

+ 4,1%

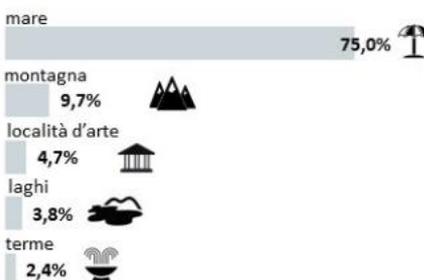
21,8 mld nel 2019

SPESA MEDIA  
PRO CAPITE  
876 euro

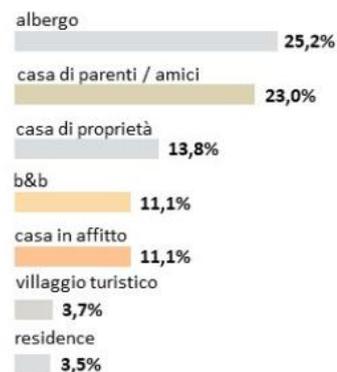
+ 4,7%

837 euro nel 2019

META  
PREFERITA



ALLOGGIO  
PREFERITO



L'indagine è stata effettuata da ACS Marketing Solutions dal 14 al 17 luglio con metodologia C.A.T.I. intervistando 1.203 italiani maggiorenni. Il campione, rappresentativo dei 50 milioni di maggiorenni, è stato interpellato anche in merito alle vacanze dei minorenni.

FEDERALBERGHI  
WWW.FEDERALBERGHI.IT

italyHOTELS  
WWW.ITALYHOTELS.IT

## Bocca: "Un buon auspicio per il Paese, ma pesa la perdita del fatturato nei primi sei mesi dell'anno"

"Che il movimento turistico degli italiani in questa estate 2021 stia riprendendo quota non può che essere una buona notizia. Questo è un passaggio essenziale che ci dà la misura di quanto sia stata significativa la campagna vaccinale messa in atto dal nostro Governo in modo radicale. Con la percentuale sempre crescente di vaccinati, la paura di nuovi contagi sembra infatti diminuire rispetto allo scorso anno, malgrado il manifestarsi delle nuove varianti": così il **presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca**, per il quale "le ultime norme sul green pass hanno tuttavia generato qualche incertezza che potrebbe ripercuotersi sull'andamento della stagione in corso. A fronte di queste impreviste restrizioni

che prevederebbero il controllo della certificazione verde nei ristoranti interni all'hotel anche per gli alloggiati, si teme che vi possano essere cancellazioni. Ricordiamo che gli albergatori hanno già posto in essere con la clientela contratti di mezza pensione che nessuno vorrebbe assolutamente disattendere”.

Quanto al primato degli alberghi nella scelta del tipo di soggiorno, Bocca rileva che si tratta di “una tendenza che non ci stupisce. Allo stato attuale, infatti, l'albergo è probabilmente il luogo in assoluto più sicuro in merito alle cautele ed alle garanzie contro la diffusione del virus. Applichiamo un protocollo rigorosissimo che tutela sia gli ospiti delle nostre strutture che i collaboratori che lavorano all'interno. Le regole che seguiamo sono molto rigide e chi viaggia sa quanto questo sia prezioso per opporre ogni ostacolo al contagio”.

---

## **Se non è in albergo, non è una vera vacanza: a pensarlo è 1 italiano su 10**

*È quanto emerge dall'indagine di Federalberghi, in collaborazione con Cfmt, che analizza il legame tra gli italiani e il mondo dell'hotellerie*

Se non è in albergo, non è una vera vacanza: lo pensa l'88,8% degli Italiani, che scelgono il soggiorno in hotel piuttosto che negli affitti brevi in case private. È questo il dato, rilevato da Sociometrica, che ha dato origine al concept strategico della campagna di comunicazione realizzata da The

Washing Machine per Federalberghi, con la collaborazione di Cfmt (Centro di Formazione Management del Terziario). L'idea creativa, realizzata su incarico della Federalberghi all'agenzia The Washing Machine Italia, di Alessandra Furfaro e Mimmo Di Lorenzo, si articola in più soggetti che raccontano la varietà dell'offerta dell'hotel e il carattere multidimensionale dei suoi servizi. L'albergo è il luogo in cui rilassarsi è l'unico dovere; dove c'è da aspettarsi solo belle sorprese; dove il menù non delude mai; dove la sicurezza e la pulizia sono garantite da uno staff di professionisti.

## **Gli alberghi come specchio della storia di ciascuno di noi**

Dalla ricerca è emerso un elemento interessante, cioè che gli alberghi vengono percepiti come parte della storia degli italiani, hanno costituito sempre il mondo della scoperta. Secondo l'indagine, realizzata mediante un campione rappresentativo di italiani, si indica, ad esempio, che il 70,9 % della popolazione ha un ricordo forte degli alberghi e cerca di tornare dove è già stato e il 37,8% torna spesso in alberghi dove ha vissuto qualche vacanza da bambino.

Lo studio si colloca in un contesto molto particolare: a poca distanza dalla fase più nefasta della pandemia, nel momento in cui le restrizioni vanno allentandosi e ci si affaccia alla stagione estiva con un impulso molto forte per la ripresa. Questo anche a fronte di una campagna vaccinale che sta dando maggior sicurezza agli italiani che intendono programmare una vacanza, principalmente nel proprio Paese. Il turismo sta ripartendo, le prenotazioni sono in crescita e vi sono tutti i presupposti per immaginare una stagione positiva, salvo ancora qualche difficoltà sul piano del movimento turistico internazionale e per le grandi città d'arte. Infine, l'albergo è un luogo di emozioni e di ricordi: quelli dei soggiorni passati, dell'infanzia, dei viaggi in famiglia, e quelli ancora da vivere e da costruire. Il target è coinvolto dalla combinazione di immagini e parole in un'atmosfera suggestiva,

sospesa, esclusiva, utile a trasmettere un messaggio ben preciso: in albergo, la vacanza è differente.



## **La fiducia nella qualità dei servizi**

L'indagine evidenzia che il 34,4% degli italiani ha sempre qualche storia da raccontare rispetto agli alberghi e il 28,2% dice che pernottare in un albergo riserva sempre qualcosa di speciale. Tale intensità di sentimenti degli Italiani verso gli alberghi si collega anche alla fiducia rispetto alla qualità dei loro servizi e al senso di sicurezza che danno. Soprattutto in un periodo di coda lunga nell'uscita dalla pandemia, gli Italiani apprezzano la pulizia degli alberghi (55,4%), l'attenzione con cui si prendono cura dei loro clienti (22,8%) e il senso generale di sicurezza che diffondono (17,2%).

È per queste ragioni che l'88,8% degli Italiani preferisce il

soggiorno in albergo piuttosto che negli affitti brevi di case private. Trovano che gli alberghi siano meglio custoditi e che possano giovare di tanti addetti che si preoccupano degli aspetti igienici e sanitari. Inoltre, si rivela essenziale per il 55,0% degli intervistati, la circostanza che durante il soggiorno in albergo si è serviti: non si è sostanzialmente costretti a dedicarsi ai lavori domestici. Ciò crea un vantaggio notevolissimo, di cui ognuno cerca di avvalersi. Per gli Italiani la vera vacanza va vissuta in albergo. L'albergo allo stesso tempo nutre il sogno, perché per molte persone la vita in hotel rappresenta la vita ideale (lo pensa il 31,7% degli Italiani); ci si sente liberi di perseguire ciò che si vuole maggiormente (28,1%) e si presenta come un mondo pieno di possibilità, perché in albergo si possono trovare persone interessanti, persone con cui condividere lo stesso stile di vita e le stesse ambizioni (37,9%).

Ancora, l'albergo fa parte del vissuto degli Italiani in maniera molto intensa e radicata, tanto che il 48,3% non si pone neppure la domanda su dove andare a dormire, perché per loro l'albergo è la scelta più ovvia, automatica, convinta e va oltre ogni discussione. Gli Italiani amano gli hotel perché fanno parte del loro stile di vita: ci sono sempre stati e sempre ci saranno. In qualche modo compendiano la storia italiana, tanto che molti eventi importanti sono accaduti negli alberghi e molti luoghi sono famosi proprio perché hanno alberghi famosi. Secondo la ricerca l'albergo condensa e rappresenta al massimo livello lo stile italiano dell'ospitalità.