

Turismo mare Italia: tariffe, prenotazioni e trend 2024



Quando arriva l'estate andare al mare diventa **costoso** in tutta Europa. La bella stagione, le vacanze scolastiche e la presenza dei turisti stranieri spesso spingono **albergatori e operatori turistici ad aumentare le tariffe senza timori**.

In Italia, questo è un trend consolidato.

La società di consulenza in marketing e sviluppo territoriale [Ideazione srl](#), ha combinato i dati forniti da [D / AI Destinations](#) e ISTAT per **analizzare la correlazione tra tariffe, prenotazioni sui portali turistici online (OTA) e presenze complessive** in quattro grandi destinazioni di mare italiane: **Riviera Veneta, Maremma Toscana, Salento e Riviera Romagnola**.

Ecco i quesiti principali a cui risponde l'analisi:

1. L'aumento delle tariffe quanto incide sulle prenotazioni online e le presenze effettive delle destinazioni?
2. C'è una correlazione tra occupazione e turisti stranieri?
3. Quali sono le previsioni per l'estate 2024?
4. Qual è il livello di disintermediazione?



Turismo mare 2023: prezzi in aumento e saturazione OTA in calo

Analizzando i dati consolidati 2023 vs 2022, due dati chiave emergono subito: **l'aumento delle tariffe medie delle camere e la diminuzione dei tassi di saturazione delle OTA (la quota del prenotato sulle offerte disponibili).**

Questi due elementi sono inversamente correlati: quando i prezzi salgono, le prenotazioni tramite OTA diminuiscono, anche se in modo non lineare.

Ecco i dettagli dei prezzi medi per notte 2023 vs 2022 (hospitality + affitti brevi):

- Riviera Veneta: +16% (da 180 a 210 €)
- Maremma Toscana: +9% (da 179 a 196 €)
- Salento: +11% (da 142 a 158 €)
- Riviera Romagnola: +9% (da 139 a 152 €)

Parallelamente, il tasso di saturazione OTA è diminuito nel 2023:

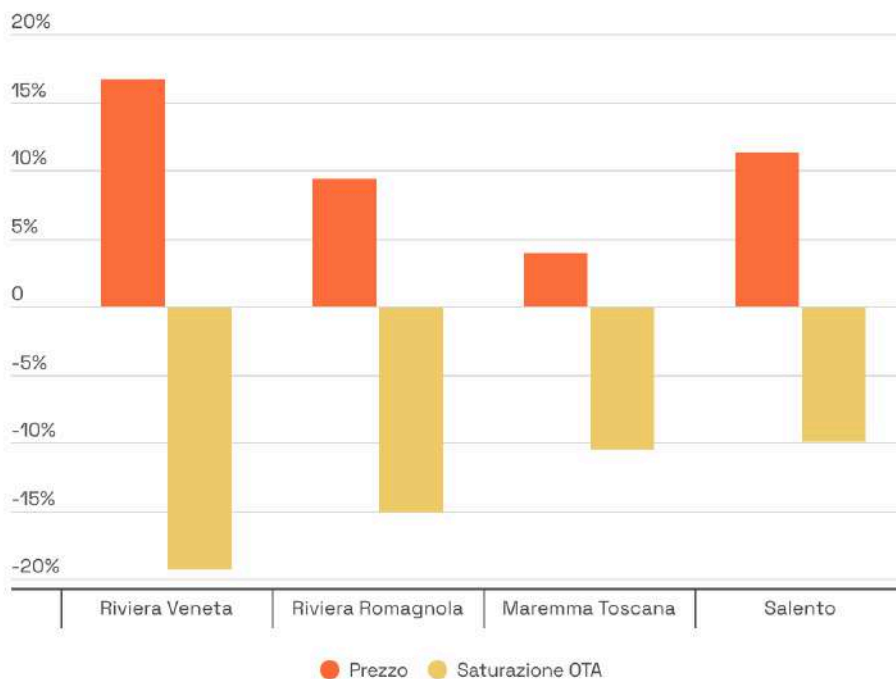
- Riviera Veneta: -19,9%
- Riviera Romagnola: -15,02%

- Maremma Toscana: -10,42%
- Salento: -9,84%



Un trend che avevamo già fotografato e analizzato in uno speciale focus del settembre 2023 dal titolo: [Turismo Italia 2023: luglio e agosto sotto la lente d'ingrandimento](#).

Correlazione fra variazioni percentuali dei prezzi e saturazione OTA (1)



(1) Variazione 2022 vs 2023

Share

Made with infogram

(Dati giugno-settembre 2023 vs 2022 – Elaborazione Ideazione su dati D / AI Destinations)

Perché la saturazione OTA e presenze reali non collimano?

Se prendiamo in esame solo i dati che abbiamo visto, avremo quindi l'impressione che in tutte le destinazioni italiane prese in esame ci sia stato un calo delle presenze a fronte di un innalzamento dei prezzi.

Ma le cose stanno davvero così?

Se aggiungiamo all'analisi i dati forniti da ISTAT, scopriamo infatti che le presenze reali sono aumentate in quasi tutte le destinazioni prese in esame nel 2023 rispetto al 2022.

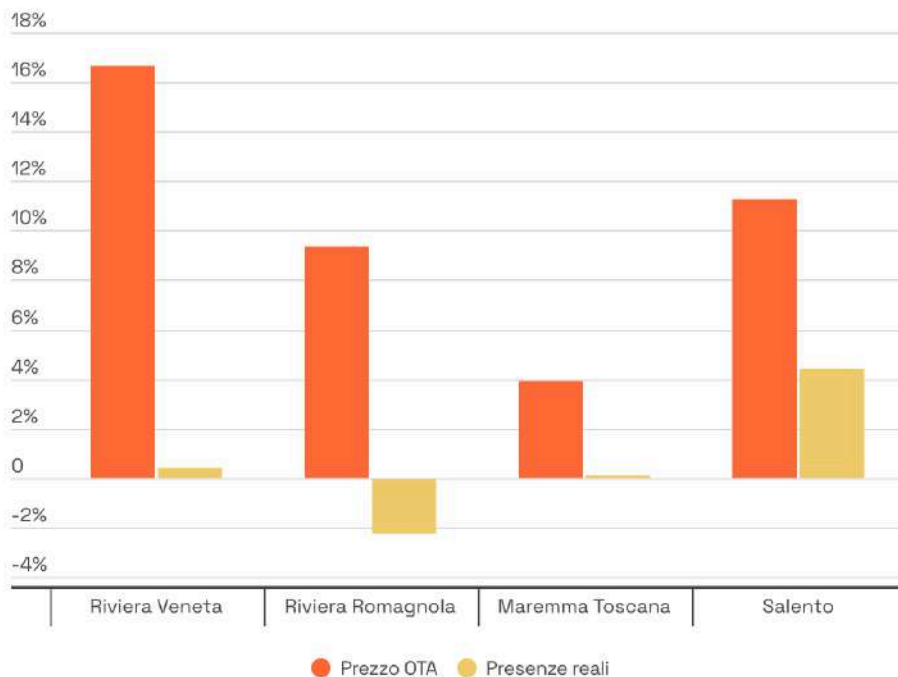
Solo la Riviera Romagnola ha registrato un calo, forse a seguito della severa alluvione che ha colpito le coste nel maggio 2023 e che ha disincentivato le prenotazioni, almeno in un primo momento.

- Riviera Veneta: +0,4% (22,5 milioni di presenze)
- Maremma Toscana: +0,1% (4 milioni di presenze)
- Salento: +4,4% (4,6 milioni di presenze)
- Riviera Romagnola: -2,2% (21,7 milioni di presenze)

Che cosa significa questo?

Significa che nonostante l'aumento dei prezzi, le prenotazioni complessive non sono calate, ma molto probabilmente si sono spostate dai canali OTA a quelli diretti.

Correlazione fra variazione dei prezzi OTA e presenze reali (1)



(1) Variazione 2022 vs 2023

Share

Made with infogram

Dati giugno-settembre 2023 vs 2022 – Elaborazione Ideazione su dati D / AI Destinations e ISTAT)

In pratica, le strutture ricettive hanno utilizzato le OTA più come vetrina che come canali di prenotazione principali, come spesso accadeva in passato.

Grazie alla rimozione delle clausole di parità tariffaria, le strutture stanno incentivando le prenotazioni dirette attraverso i propri siti web, riducendo la dipendenza dalle OTA.

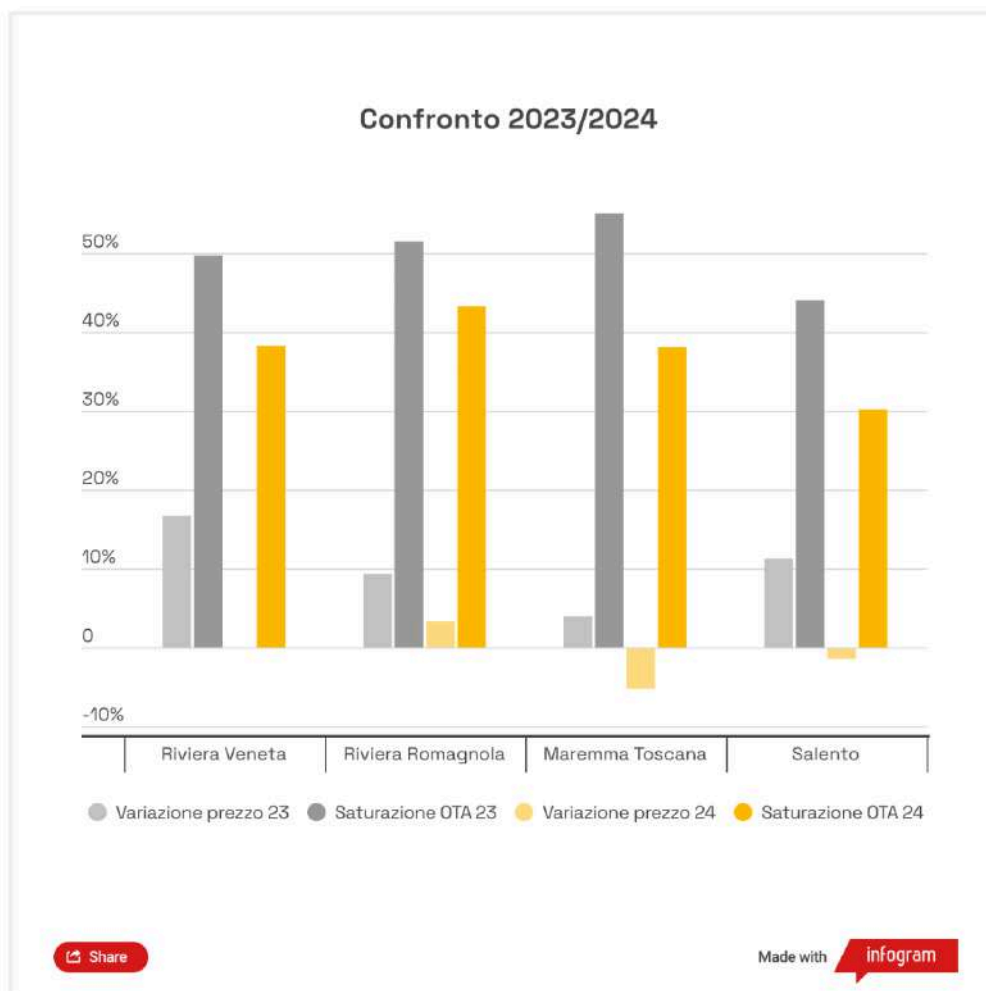
Previsioni 2024: la saturazione deve ancora decollare

Cosa ci aspetta quindi per il 2024? Le strutture ricettive spingeranno ancora sull'acceleratore dei prezzi?

^

I dati che D / AI Destinations fornisce su tariffe online e saturazione OTA sono raccolti in tempo reale e quindi in progress: questo significa che, man mano che ci avviciniamo alla data, le informazioni variano al variare delle prenotazioni e degli aggiustamenti tariffari.

I dati giugno-settembre 2024 ci mostrano che al momento c'è un atteggiamento più cauto da parte delle strutture ricettive riguardo alle tariffe.



(Dati 2023 – 2024 – Elaborazione Ideazione su dati D / AI Destinations)

Ad oggi si registrano prezzi stabili in Riviera Veneta rispetto al 2024, in leggero aumento in Romagna, in calo in Salento e in Maremma.

I tassi di saturazione OTA, nonostante i prezzi in calo, non sembrano però risentirne positivamente.

Questo può essere correlato a due fattori:

1. Maremma Toscana e Salento sono le due destinazioni dove è più forte la presenza di italiani, che storicamente hanno una finestra di prenotazione più ridotta rispetto agli stranieri e tendono a prenotare quindi maggiormente sotto data.
2. Le tariffe tendono di solito ad alzarsi sotto data, come la saturazione.

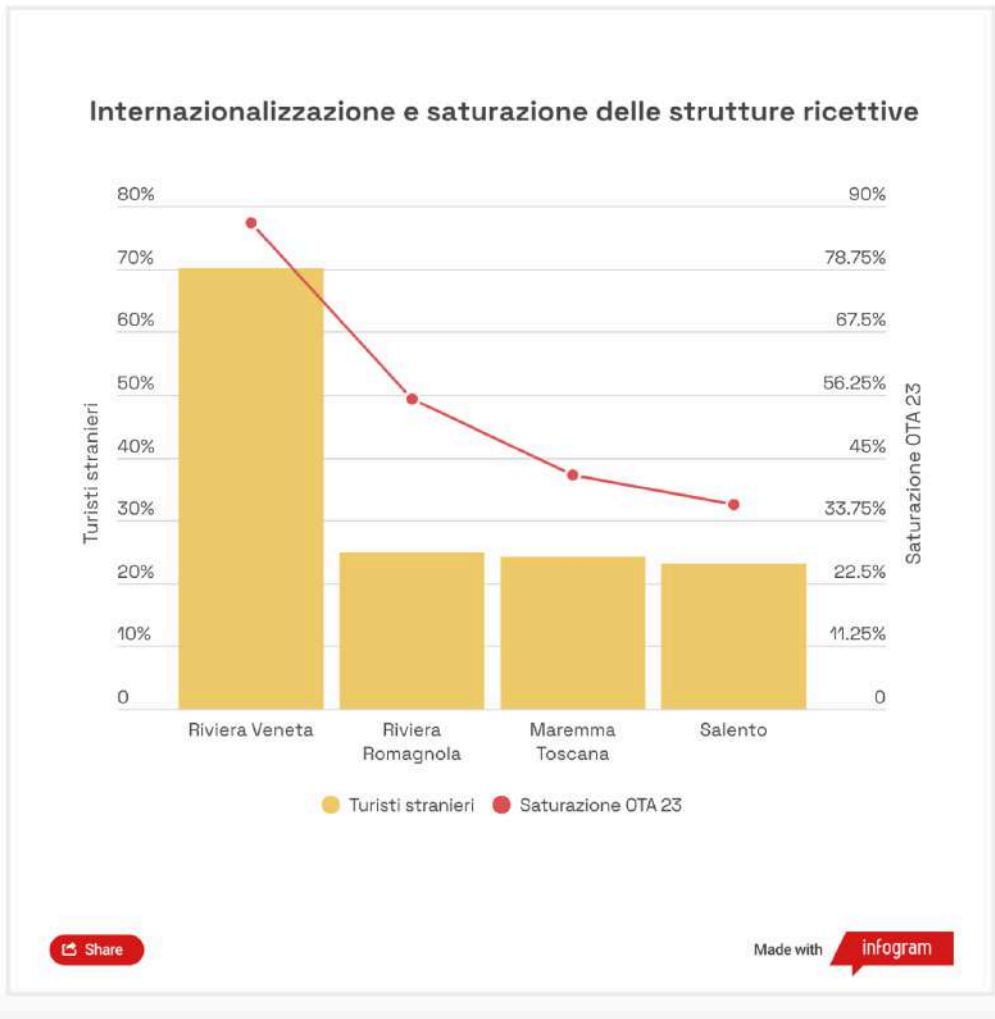
Sarà necessario aspettare i mesi autunnali per poter tracciare un bilancio completo e capire le reali differenze rispetto al 2023.



Il turismo internazionale alleato della sostenibilità e della destagionalizzazione

Tra i dati emersi da mettere in evidenza c'è quello della possibile correlazione tra la presenza di turisti stranieri e il tasso di saturazione delle strutture. Più sono alte le presenze di stranieri, più sono alti i livelli di saturazione OTA, come dimostrano i dati del 2023.

- Riviera Veneta: 70,1% di presenze straniere e 87% di saturazione
- Riviera Romagnola: 24,8% di presenze straniere e 55,5% di saturazione
- Maremma Toscana: 24,2% di presenze straniere e 41,8% di saturazione
- Salento: 23% di presenze straniere e 36,6% di saturazione



(Dati giugno-settembre 2023 – Elaborazione Ideazione su dati D / AI Destinations e ISTAT)

Sono dati che confermano un'altra tendenza: **i flussi internazionali contribuiscono in maniera evidente alla destagionalizzazione del turismo.**

Questo perché i turisti stranieri tendono a distribuire le loro visite in modo più uniforme rispetto agli italiani, che concentrano le vacanze principalmente ad agosto. Un dato confermato dal nostro ultimo report [“Dopo l'estate 2024: trend e previsioni turistiche in Francia, Grecia, Italia e Spagna”](#).

Per la destinazione si tratta di una informazione importante, perché **puntare sul turismo internazionale favorisce una gestione più equilibrata delle risorse e delle strutture ricettive, prevenendo sovraffollamenti e promuovendo un utilizzo sostenibile della capacità di accoglienza.**



4 Best practice per sfruttare al meglio i dati delle OTA

Tariffe e saturazioni OTA sono quindi un eccezionale strumento di analisi per misurare in tempo reale le performance della [destinazione](#).

Per concludere la nostra analisi, ecco alcuni consigli utili per sfruttare al meglio questi dati a vantaggio della DMO e degli stakeholder locali.

- 1. Pianifica la capacità di accoglienza e analizza i trend in atto:**
tracciare i dati sulla saturazione nel tempo consente di identificare le tendenze stagionali o annuali e adattare di conseguenza la strategia di destinazione. Stimando la saturazione attuale, puoi anticipare i periodi di punta e preparare il tuo territorio a una domanda più elevata. Ciò consente anche di ottimizzare la gestione quotidiana dei servizi locali e delle infrastrutture.
- 2. Crea strategie di marketing mirate:** quando la saturazione indica periodi di bassa affluenza, è possibile aiutare gli stakeholder locali a implementare strategie di marketing mirate, come offerte speciali o promozioni last minute, per stimolare ulteriormente la domanda turistica
- 3. Incentiva il turismo nei periodi di bassa stagione:**
utilizzando le previsioni di saturazione, puoi pianificare in modo proattivo eventi, festival o esperienze specifiche per attirare visitatori durante i periodi di flessione o soddisfare meglio coloro che hanno già prenotato il loro soggiorno. Ad esempio, se la saturazione data indica una bassa affluenza in

un periodo specifico, puoi pianificare un evento speciale o offrire un'esperienza unica per attirare più visitatori.

4. **Condividi le informazioni con gli stakeholder:** invia un bollettino o una newsletter mensile, oppure organizza un webinar con cadenza fissa per condividere con albergatori, operatori e tour operator i dati di destinazione, la saturazione e le tariffe OTA. In questo modo potrai stimolare la condivisione e la creazione di strategie più coerenti per spingere la destinazione in modo più efficace, allineando i tuoi obiettivi e quelli degli operatori.

Vuoi saperne di più? Esplora D / AI Destinations.

Richiedi la demo gratuita