



LE PERFORMANCE DI VENDITA DELLE IMPRESE DEL RICETTIVO

Anno 2010 e Gennaio 2011

Marzo 2011

A cura di



Sommario

Premessa.....	3
1. LE PERFORMANCE DI VENDITA DELLE IMPRESE DEL RICETTIVO NEL 2010	5
1.2 La composizione della clientela	9
1.3 Gli accordi con il circuito di intermediazione ed il peso del turismo organizzato	11
1.4 Internet: visibilità delle imprese e utilizzo da parte della clientela	12
2. LE PERFORMANCE DI VENDITA DELLE IMPRESE DEL RICETTIVO GENNAIO 2011 E PRENOTAZIONI FEBBRAIO-MARZO 2011.....	14
2.2 La composizione della clientela	15
Nota metodologica	18

Premessa

Isnart ha intrapreso nuovi percorsi metodologici per indagare il fenomeno e le dinamiche del turismo da tutti i punti di vista. In particolare intende analizzare in via sperimentale la performance di vendita delle strutture ricettive italiane, appartenenti sia al comparto alberghiero che extralberghiero, tramite rilevazione CAWI, (Computer Assisted Web Interviewing) che permette di integrarsi ai modelli metodologici di indagine già strutturati da anni.

Isnart, quindi, intende condividere con i 16 mila operatori del ricettivo, coinvolti in questa rilevazione, i risultati dell'indagine effettuata tra il 15 febbraio ed il 3 marzo 2011 sull'occupazione e la prenotazione delle camere e sulle dinamiche e le caratteristiche della domanda di turismo.

La collaborazione preziosa degli operatori trova, così, riscontro pratico e viene riconosciuta restituendo loro l'interpretazione dei dati di tendenza riscontrati sia nell'anno 2010 che nel mese di gennaio e le prospettive di breve periodo per febbraio e marzo.

La piattaforma di dati raccolti ed elaborati nel 2010 si basa sulla rilevazione effettuata trimestralmente a livello nazionale tramite interviste telefoniche su 5.000 operatori del ricettivo e per i primi mesi dell'anno è strutturata in via sperimentale sulla base di 1917 questionari completi, a cui corrisponde una redemption del 12% (rapporto tra il numero di questionari inviati e numero di quelli andati a buon fine). In termini di distribuzione delle risposte valide, si rileva, in particolare, la partecipazione delle strutture alberghiere (943 di cui 469 alberghi a 3 stelle e 255 a 4 stelle), degli agriturismi (383 strutture) e dei B&B (340 strutture).

Le aree geografiche dove si è riscontrata una maggiore adesione all'indagine sono il nord ovest (769 questionari validi), ed il centro (541 risposte).

L'attuale campione di strutture ricettive, quindi, pur non avendo ancora un livello ottimale di significatività statistica, è il punto di partenza per profilare le dinamiche e le tendenze in atto, mese per mese. Ad oggi, quindi, tale indagine sperimentale intende fornire informazioni sull'andamento delle vendite delle camere in tempo reale e costituisce uno strumento immediato di valutazione a disposizione di tutti gli operatori che hanno partecipato all'indagine.

Il passo successivo sarà quello di integrare tale indagine mensile alle future analisi dei dati 2011 a consuntivo che Isnart effettua ogni trimestre dell'anno, andando a completare lo scenario di indagine utilizzando strumenti metodologici integrati.

Il prossimo bollettino trimestrale si avvarrà anche dei risultati ufficiali aggiornati dell'Osservatorio Nazionale del Turismo e che, quindi, hanno parametri di significatività statistica ottimale. Tali risultati saranno disponibili ed inviati in via riservata, e non pubblicabili, solo alle imprese che avranno partecipato all'indagine CAWI.

Questi operatori, quindi, disporranno di uno strumento strategico utile sia per approfondire le tematiche del fenomeno turistico che riguarda il settore, sia per strutturare le proprie azioni di promo-commercializzazione dell'offerta ricettiva e migliorare le performance di vendita.

1. LE PERFORMANCE DI VENDITA DELLE IMPRESE DEL RICETTIVO NEL 2010

Le strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere italiane hanno venduto nel 2010 in media il 44% delle camere disponibili. In particolare, per i due comparti ricettivi:

- l'hôtellerie conta il 46,9% di occupazione camere, con punte del 53% circa nelle strutture 4 e 5 stelle a cui seguono quelle a 3 stelle che registrano tassi di quasi il 46%; la performance delle strutture 1 e 2 stelle, invece, è al di sotto della media del comparto (tra il 36% ed il 39%),
- l'extralberghiero occupa il 39,9% delle camere disponibili e raggiunge le vendite più elevate nei villaggi (44,4%), negli ostelli della gioventù (46,4%) e nelle case per ferie (55,4%).

Occupazione media camere anno 2010 (%)	
Alberghiero	46,9
1 stella	35,6
2 stelle	39,0
3 stelle	45,8
4 stelle	53,3
5 stelle	53,2
RTA	45,9
Extralberghiero	39,9
Villaggio	44,4
Agriturismo	31,8
Campeggio	41,0
B&B	30,4
Case per ferie	55,4
Ostello della gioventù	46,4
Rifugio	29,1
Altri esercizi ricettivi	43,3
Italia	44,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Nel corso dell'anno le imprese del ricettivo hanno venduto in media 3-4 camere su 10 in autunno ed inverno, tra le 4 e le 5 camere su 10 in primavera e 6-7 camere ogni 10 disponibili in estate.

Le strutture alberghiere registrano un'occupazione camere più elevata in tutto il corso dell'anno, con la sola eccezione dei picchi estivi quando le vendite dei due comparti si allineano (in luglio 60,1% l'occupazione negli hotel e 59,7% negli esercizi extralberghieri, in agosto 68,4% nell'hôtellerie e 69,6% nell'extralberghiero).

Nel dettaglio del comparto alberghiero, le strutture 4 e 5 stelle ottengono risultati superiori alla media del settore durante tutto l'anno, fenomeno comune alle strutture a 3 stelle ma in alta stagione. In sordina, invece, le strutture 1/2 stelle che mantengono risultati al di sotto della media del comparto.

In termini di area prodotto, se per tutte le destinazioni il picco stagionale è quello estivo (luglio/agosto), in base alla distinzione tra i comparti si rilevano alcune differenze nelle performance delle strutture in base alla loro localizzazione geografica. In particolare, il fenomeno più rilevante riguarda gli alberghi delle città e della montagna che nei mesi di aprile (56,8% e 33,1%), maggio (61,2% e 33,3%) e giugno (60,1% e 44,7%) allungano le distanze dal comparto extralberghiero (tra i 20 ed i 10 punti percentuali in meno).

Occupazione camere per tipologia ricettiva anno 2010¹ (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Alberghiero	37,8	39,4	41,4	42,7	45,0	51,9	60,1	68,4	50,4	45,4	36,9	31,7
1 stella	26,6	28,2	29,9	30,2	29,1	38,8	46,4	55,3	40,6	37,2	29,6	26,9
2 stelle	28,9	30,4	32,1	31,7	34,2	41,6	52,7	62,3	42,8	37,7	28,3	28,6
3 stelle	36,2	38,1	38,7	40,8	42,2	50,3	59,7	68,5	50,0	43,4	34,2	31,1
4 stelle	45,4	47,0	51,6	51,9	55,5	58,7	66,3	72,5	55,6	52,1	42,3	35,1
5 stelle	40,8	39,5	41,8	54,4	63,8	66,4	63,0	69,5	61,3	59,3	48,8	32,2
RTA	39,3	39,3	42,2	39,7	43,2	56,1	59,6	71,5	46,0	39,8	39,1	29,2
Extralberghiero	27,2	26,7	29,7	27,5	33,3	41,9	59,7	69,6	38,4	28,5	28,1	30,6
Villaggio	39,9	45,3	50,3	14,6	21,9	45,0	71,9	82,8	39,9	21,1	10,6	18,5
Agriturismo	19,2	20,5	23,4	27,2	32,3	36,8	40,5	53,8	36,1	29,3	23,2	27,3
Campeggio	20,7	18,7	23,1	24,9	32,5	43,1	65,2	75,0	38,4	26,5	30,5	34,3
B&B	27,5	28,0	28,4	27,2	28,3	32,5	36,4	44,4	33,8	28,7	21,6	22,1
Case per ferie	57,8	60,1	58,4	53,3	56,0	49,6	61,7	65,6	46,1	49,4	42,6	41,7
Ostello della gioventù	39,9	39,3	45,3	43,3	46,0	48,3	54,4	58,2	54,8	46,4	46,4	27,9
Rifugio	26,4	24,7	26,7	19,7	20,0	24,8	37,7	42,3	35,7	25,2	21,4	36,1
Altri esercizi ricettivi	37,8	37,1	40,6	32,9	37,2	47,5	65,5	76,5	44,6	36,1	28,7	24,5
Italia	33,9	34,6	36,9	36,1	39,7	47,5	59,9	69,0	45,6	38,5	34,0	31,4

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

¹ I dati relativi a dicembre 2010 sono provvisori

Occupazione camere anno 2010 per area-prodotto (%)

	Città di interesse storico artistico	Montagna	Terme	Lago	Mare	Campagna	Totale Italia
Alberghiero							
Gennaio	44,7	46,6	32,7	29,6	23,2	29,6	37,8
Febbraio	46,6	49,8	32,8	27,3	24,3	32,3	39,4
Marzo	53,7	44,9	34,6	31,9	27,1	35,2	41,4
Aprile	56,8	33,1	41,3	39,5	33,9	38,0	42,7
Maggio	61,2	33,3	43,4	47,8	37,3	41,4	45,0
Giugno	60,1	44,7	41,7	53,5	53,6	47,4	51,9
Luglio	61,4	49,2	52,0	66,0	68,7	47,8	60,1
Agosto	63,9	63,3	63,2	74,7	78,3	59,2	68,4
Settembre	57,1	46,8	49,8	51,0	48,8	46,2	50,4
Ottobre	58,8	39,0	43,5	42,4	38,5	45,2	45,4
Novembre	47,5	35,3	32,0	28,7	29,0	34,9	36,9
Dicembre	36,4	38,8	32,9	28,3	23,6	25,8	31,7
Extralberghiero							
Gennaio	37,3	36,2	30,0	26,4	20,9	26,3	27,2
Febbraio	38,1	31,8	30,3	25,9	21,6	27,5	26,7
Marzo	42,6	31,3	32,1	28,9	25,0	31,3	29,7
Aprile	37,4	21,6	35,7	31,3	29,2	35,8	27,5
Maggio	41,1	24,3	39,3	37,4	35,4	41,1	33,3
Giugno	42,1	30,8	43,7	45,2	49,5	46,8	41,9
Luglio	73,2	51,0	48,9	66,7	65,2	46,6	59,7
Agosto	74,5	61,7	66,8	73,7	77,0	57,0	69,6
Settembre	50,3	41,9	45,1	42,1	43,4	42,1	38,4
Ottobre	40,4	24,0	44,4	26,0	35,6	39,6	28,5
Novembre	30,0	25,7	31,3	31,3	28,5	30,9	28,1
Dicembre	29,3	40,1	36,4	30,9	23,7	26,5	30,6
Totale Italia							
Gennaio	42,4	42,8	30,0	26,4	20,9	26,3	33,9
Febbraio	43,9	43,0	30,3	25,9	21,6	27,5	34,6
Marzo	50,1	39,8	32,1	28,9	25,0	31,3	36,9
Aprile	51,3	28,3	35,7	31,3	29,2	35,8	36,1
Maggio	55,1	29,2	39,3	37,4	35,4	41,1	39,7
Giugno	54,6	38,8	43,7	45,2	49,5	46,8	47,5
Luglio	66,9	50,0	48,9	66,7	65,2	46,6	59,9
Agosto	69,0	62,6	66,8	73,7	77,0	57,0	69,0
Settembre	59,3	37,6	45,1	42,1	43,4	42,1	45,6
Ottobre	53,8	33,5	44,4	26,0	35,6	39,6	38,5
Novembre	42,8	31,8	31,3	31,3	28,5	30,9	34,0
Dicembre	34,5	39,2	36,4	30,9	23,7	26,5	31,4

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Le performance di vendita delle imprese del ricettivo

Periodo di riferimento: occupazione camere gennaio e prenotazioni febbraio-marzo

Pagina 8 di 19

1.2 La composizione della clientela

Il turismo leisure nel 2010 è risultato composto per lo più da famiglie (34,8%) e coppie (33,6%) che complessivamente costituiscono quasi il 70% della clientela che alloggia presso le strutture ricettive alberghiere e complementari, seguiti da turisti che viaggiano da soli (9,5%) e dai gruppi di vacanzieri (7,2%).

Nel dettaglio, le strutture 1 e 2 stelle hanno accolto una quota considerevole di turisti leisure che viaggiano da soli (tra il 12% e l'11% della clientela di queste strutture), mentre negli alberghi di alta categoria si sono contati molti turisti in gruppo (soprattutto nei 4 stelle, 10,3%) ed in coppia (il 37% della clientela nelle strutture 5 stelle).

Il segmento business costituisce in media annua (tra picchi invernali e pause estive) il 15% della clientela delle strutture: il 10,7% sono turisti d'affari che viaggiano individualmente (14,1% della clientela degli hotel e 7,7% di quella del comparto extralberghiero), il 2,7% gruppi business e l'1,6% congressisti.

A farla da padrona nel caso del turismo business è la categoria alberghiera medio-alta (4/5 stelle e 3 stelle) soprattutto per i turisti individuali e per i congressisti; buoni risultati anche per gli alberghi ad 1 stella nel caso dei gruppi.

Tipologia della clientela per tipologia ricettiva anno 2010 (%)

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Alberghiero	33,1	29,2	8,2	9,6	14,1	4,0	1,8	100,0
1 stella	31,1	31,3	6,0	12,5	12,7	5,1	1,3	100,0
2 stelle	33,5	32,1	7,0	11,0	11,3	3,8	1,2	100,0
3 stelle	33,4	28,5	9,1	9,0	14,3	3,8	1,8	100,0
4 stelle	26,1	27,9	10,3	8,6	19,4	4,6	3,1	100,0
5 stelle	24,8	37,0	7,5	8,7	12,7	4,3	5,0	100,0
RTA	47,9	23,5	5,9	6,7	12,5	2,7	0,7	100,0
Extralberghiero	36,2	37,3	6,4	9,4	7,7	1,5	1,4	100,0
Villaggio	53,6	26,4	8,5	5,1	5,3	0,9	0,1	100,0
Agriturismo	43,7	35,8	6,1	6,3	5,1	1,4	1,7	100,0
Campeggio	59,2	24,4	6,3	5,9	2,4	0,8	1,0	100,0
B&B	28,0	43,2	3,8	12,0	10,2	1,6	1,2	100,0
Case per ferie	29,1	21,8	20,2	16,0	8,9	1,9	2,2	100,0
Ostello della gioventù	26,8	24,3	24,0	15,2	5,0	3,9	0,7	100,0
Rifugio	26,1	23,1	30,8	12,2	5,3	1,2	1,3	100,0
Altri esercizi ricettivi	32,9	35,2	4,7	8,9	14,3	3,2	0,9	100,0
Italia	34,8	33,6	7,2	9,5	10,7	2,7	1,6	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

1.3 Gli accordi con il circuito di intermediazione ed il peso del turismo organizzato

Le imprese ricettive che stringono accordi con tour operator, agenzie di viaggi, CRAL e associazioni di categoria nel 2010 sono state in media il 30,4% ed in particolare il 41,7% delle strutture alberghiere ed il 20,6% di quelle complementari.

Il ricorso al circuito dell'intermediazione anno 2010 (%)			
	Si	No	Totale
Alberghiero	41,7	58,3	100,0
Extralberghiero	20,6	79,4	100,0
Villaggi	37,7	62,3	100,0
Agriturismo	22,7	77,3	100,0
Campeggi	19,7	80,3	100,0
Bed & Breakfast	16,3	83,7	100,0
Case per ferie	32,7	67,3	100,0
Ostello della gioventù	33,7	66,3	100,0
Rifugi alpini	22,8	77,2	100,0
Altri esercizi ricettivi	30,4	69,6	100,0
Italia	30,4	69,6	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Circa 1 cliente su 10 arriva dal circuito dell'intermediazione, il 9,8% della clientela delle strutture.

Nel comparto alberghiero la quota di turismo organizzato sale al 13,6% e raggiunge il 24%-25% della clientela nelle strutture 4 e 5 stelle, mentre negli esercizi extralberghieri è in media il 6,5% della clientela e fino al 13,9% nei villaggi e al 12,4% nelle case per ferie.

Turisti organizzati per tipologia ricettiva anno 2010 (%)

Alberghiero	13,6
1 stella	5,0
2 stelle	7,3
3 stelle	14,6
4 stelle	24,3
5 stelle	25,7
RTA	19,0
Extralberghiero	6,5
Villaggio	13,9
Agriturismo	8,0
Campeggio	5,5
B&B	4,2
Case per ferie	12,4
Ostello della gioventù	9,8
Rifugio	7,4
Altri esercizi ricettivi	9,5
Italia	9,8

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

1.4 Internet: visibilità delle imprese e utilizzo da parte della clientela

Internet è uno strumento di informazione, promozione e commercializzazione per le imprese ricettive: a fine 2010 è presente online l'82,6% delle strutture (l'86,5% degli hotel e il 79,2% delle strutture extralberghiere) e ne approfitta in media 1 cliente su 3.

Tra la clientela, infatti, il 35,2% utilizza il web: il 17,3% prenota tramite e-mail, l'11,3% tramite il sito di proprietà della struttura ricettiva ed il 6,6% attraverso i grandi portali di booking online.

In particolare, tra le strutture del comparto alberghiero quelle di alta categoria registrano una più alta quota di prenotazioni online (circa 4 turisti su 10 prenotano tramite internet nei 4/5 stelle).

Strutture presenti on line anno 2010 (%)

	Si	No	Totale
Alberghiero	86,5	13,5	100,0
Extralberghiero	79,2	20,8	100,0
Villaggi	90,9	9,1	100,0
Agriturismo	81,1	18,9	100,0
Campeggi	77,7	22,3	100,0
Bed & Breakfast	78,7	21,3	100,0
Case per ferie	71,7	28,3	100,0
Ostello della gioventù	87,2	12,8	100,0
Rifugi alpini	69,9	30,1	100,0
Altri esercizi ricettivi	78,0	22,0	100,0
Italia	82,6	17,4	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per tipologia ricettiva (%)

	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	Totale turisti Internet
Alberghiero	11,5	7,3	15,7	34,6
1 stella	7,1	3,9	10,5	21,6
2 stelle	8,5	5,3	14,2	28,0
3 stelle	12,2	7,9	16,9	37,0
4 stelle	15,3	11,8	16,3	43,3
5 stelle	16,1	10,3	13,4	39,8
RTA	15,9	6,8	20,9	43,5
Extralberghiero	11,1	6,0	18,7	35,8
Villaggio	10,9	3,5	17,7	32,1
Agriturismo	12,7	5,4	19,9	38,1
Campeggio	12,6	4,0	16,4	33,0
B&B	9,7	7,2	18,6	35,5
Case per ferie	10,0	3,6	13,7	27,3
Ostello della gioventù	15,3	9,0	17,7	42,0
Rifugio	5,6	2,3	16,4	24,2
Altri esercizi ricettivi	10,2	6,8	17,3	34,3
Italia	11,3	6,6	17,3	35,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Le performance di vendita delle imprese del ricettivo

Periodo di riferimento: occupazione camere gennaio e prenotazioni febbraio-marzo

Pagina 13 di 19

2. LE PERFORMANCE DI VENDITA DELLE IMPRESE DEL RICETTIVO GENNAIO 2011 E PRENOTAZIONI FEBBRAIO-MARZO 2011

All'inizio dell'anno le strutture ricettive vendono il 31,4% delle camere disponibili e registrano il 29,9% di camere prenotate a febbraio ed il 25,9% a marzo.

Nel dettaglio dei comparti, a consuntivo l'alberghiero conta su quasi il 37% di camere occupate, quota che si aggira intorno al 40% negli alberghi a 4 stelle e nelle residenze turistico alberghiere a gennaio.

Tra le strutture extralberghiere, che in media registrano il 25,1% di camere occupate a gennaio, le case per ferie registrano il 42,5% delle camere vendute.

In termini di prenotazioni, le strutture ricettive alberghiere possono contare sul 37,5% di camere prenotate a febbraio ed il 30,5% a marzo, media superata dagli alberghi a 4 stelle che anche in questi mesi ottengono i risultati migliori del comparto (41,7% a febbraio e 34,6% a marzo).

Risultati meno confortanti, invece, per il comparto extralberghiero che con il 20,5% di camere prenotate a febbraio ed il 20,1% a marzo attende la bella stagione per rivitalizzare la sua offerta turistica.

Tra le strutture extralberghiere le case per ferie rappresentano un bacino di ricettività attivo nei primi mesi dell'anno e continuano a registrare una buona performance anche a febbraio e marzo con, rispettivamente, il 40,5% ed il 46,6% di camere prenotate.

Occupazione camere gennaio e prenotazioni febbraio-marzo 2011 (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo
Alberghiero	36,7	37,5	30,5
Extralberghiero	25,1	20,5	20,1
Italia	31,4	29,9	25,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Occupazione camere gennaio e prenotazioni febbraio-marzo 2011 (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo
Hotel	36,7	37,5	30,5
1 stella	35,3	36,5	30,5
2 stelle	26,0	24,4	25,2
3 stelle	34,2	35,2	26,1
4 stelle	40,2	41,7	34,6
5 stelle	35,1	32,0	37,8
RTA	39,9	33,5	31,3
Villaggio	23,7	23,7	22,4
Agriturismo	13,1	10,4	9,7
Campeggio	27,6	14,8	17,9
B&B	16,2	16,6	11,0
Case per ferie	42,5	40,5	46,6
Altri esercizi ricettivi	35,8	35,8	30,7
Italia	31,4	29,9	25,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

2.2 La composizione della clientela

La domanda di turismo nel mese di gennaio è caratterizzata dalla presenza soprattutto di turisti italiani nelle strutture ricettive. Infatti, ben il 76,1% della clientela proviene da altre località italiane ed il 23,9%, invece, dall'estero.

In linea generale, tale scenario è comune sia al comparto alberghiero che all'extralberghiero, anche se si evidenziano delle controtendenze nel caso di alcune tipologie di strutture che si mostrano più vocate al turismo internazionale:

- nel comparto alberghiero, gli alberghi a 5 stelle accolgono ben il 41,4% di clientela straniera,
- nel comparto extralberghiero, i campeggi (41,5% di clientela straniera) ed i villaggi (36,8%)

Le case per ferie, invece, registrano una quota considerevole di turismo domestico (82,3% della clientela totale).

In termini di composizione della clientela, inoltre, i principali target leisure di riferimento per le strutture ricettive sono le coppie (in media il 30,3% della domanda turistica) e le famiglie (21,5%). Nel segmento

business, spiccano soprattutto i turisti che alloggiano da soli e che rappresentano una quota media del 26% della clientela totale.

Nel dettaglio dei comparti:

- nell'alberghiero i turisti business sono in prima linea con il 37,7% per gli individuali (46,3% nei 4 stelle e 39,2% nei 3 stelle), seguono le coppie (23,7%) e le famiglie (14,5%); per quanto riguarda gli alberghi ad 1 e 2 stelle, si rileva una quota superiore alla media di turisti leisure che alloggiano da soli (tra circa il 15% ed il 16%)
- nell'extralberghiero, la clientela è composta innanzitutto da coppie (in media 38,2%; 42,1% nei B&B), da famiglie (29,9%; picco che sfiora il 70% nel caso dei villaggi anche in bassa stagione) e, quasi a pari merito, da uomini d'affari (11,8%) e da turisti (10,4%) che alloggiano, in entrambi i casi, da soli.

Provenienza della clientela per tipologia ricettiva (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Alberghiero	76,2	23,8	100,0
Extralberghiero	76,0	24,0	100,0
Italia	76,1	23,9	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Provenienza della clientela per tipologia ricettiva (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Hotel	76,2	23,8	100,0
1 stella	75,8	24,2	100,0
2 stelle	77,1	22,9	100,0
3 stelle	79,1	20,9	100,0
4 stelle	71,8	28,2	100,0
5 stelle	58,6	41,4	100,0
RTA	78,2	21,8	100,0
Villaggio	63,2	36,8	100,0
Agriturismo	75,6	24,4	100,0
Campeggio	58,5	41,5	100,0
B&B	77,9	22,1	100,0
Case per ferie	82,3	17,7	100,0
Altri esercizi ricettivi	75,0	25,0	100,0
Italia	76,1	23,9	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Le performance di vendita delle imprese del ricettivo

Periodo di riferimento: occupazione camere gennaio e prenotazioni febbraio-marzo

Pagina 16 di 19

Tipologia della clientela per tipologia ricettiva (%)

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Alberghiero	14,5	23,7	7,3	9,4	37,7	4,8	2,6	100,0
Extralberghiero	29,9	38,2	6,3	10,4	11,8	2,6	0,8	100,0
Italia	21,5	30,3	6,8	9,8	26,0	3,8	1,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per tipologia ricettiva (%)

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Hotel	14,5	23,7	7,3	9,4	37,7	4,8	2,6	100,0
1 stella	26,9	27,2	3,7	14,8	15,9	11,5	0,0	100,0
2 stelle	23,6	29,6	6,0	16,0	18,0	5,5	1,3	100,0
3 stelle	13,8	22,9	8,6	8,8	39,2	4,7	2,0	100,0
4 stelle	9,8	21,2	6,4	7,6	46,3	3,8	4,9	100,0
5 stelle	10,3	54,8	5,4	4,6	19,5	4,0	1,4	100,0
RTA	31,2	17,4	1,8	8,4	32,2	8,4	0,6	100,0
Villaggio	68,0	11,0	19,8	1,2	0,0	0,0	0,0	100,0
Agriturismo	35,7	40,8	5,3	5,2	9,6	2,9	0,5	100,0
Campeggio	60,8	25,5	6,8	6,1	0,5	0,3	0,0	100,0
B&B	19,3	42,1	4,5	16,0	14,7	2,2	1,2	100,0
Case per ferie	13,3	20,9	12,8	33,3	9,1	8,1	2,5	100,0
Altri esercizi ricettivi	34,5	30,6	10,6	7,6	14,3	2,1	0,3	100,0
Italia	21,5	30,3	6,8	9,8	26,0	3,8	1,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Nota metodologica

Le performance di vendita delle imprese del ricettivo nel 2010

“Monitoraggio sull’andamento dell’industria dell’ospitalità italiana”- Unioncamere-Isnart,

L’indagine è realizzata trimestralmente tramite interviste telefoniche su 5.000 operatori del ricettivo. Il campionamento è a tre stadi di stratificazione; le unità di primo stadio sono tipo geografico, in particolare si distingue tra regioni e province; il secondo stadio riguarda la tipologia di struttura ricettiva: il terzo stadio stratifica le interviste a seconda del prodotto turistico partendo dalla definizione Istat dei comuni turistici. La prevalenza di un prodotto rispetto a un altro può variare a seconda del periodo della rilevazione. Questa stratificazione determina stime campionarie che hanno, ad un livello di confidenza del 99%, un margine di errore dell’1,9%. L’universo di riferimento di tale campionamento è composto dal totale delle strutture ricettive in Italia rispondenti alla stratificazione per tipologia ricettiva indicata;

Le performance di vendita delle imprese del ricettivo gennaio 2011 e prenotazioni febbraio-marzo 2011

Nei giorni compresi tra il 15 febbraio e il 3 marzo 2011 è stata effettuata in via sperimentale la prima rilevazione CAWI relativa all’occupazione/prenotazione camere nelle strutture ricettive italiane.

Sono stati inviati un totale di 16.000 inviti a partecipare all’indagine e la redemption dell’indagine è stata di 1917 questionari completi finali. Considerato il numero valido di inviti effettuati, si tratta di circa il 12% del totale. Tale numerosità rappresenta il 2,5% del totale comparto ricettivo considerato. I casi validi si distribuiscono come segue:

Area geografica	Distribuzione interviste (%)
Nord Ovest	769
Nord Est	293
Centro	541
Sud	314
Italia	1917

Tipologia ricettiva	Distribuzione interviste (%)
Hotel	943
1 stella	41
2 stelle	125
3 stelle	469
4 stelle	255
5 stelle	16
RTA	37
Villaggio	14
Agriturismo	383
Campeggio	30
B&B	340
Case per ferie	24
Altri esercizi ricettivi	183
Italia	1917

Per l'elaborazione dei dati, il campione è stato riportato all'universo di riferimento attraverso i coefficienti di espansione, vale a dire i pesi che vengono assegnati alle singole tipologie; questa operazione è necessaria per mantenere invariate le proporzioni dell'offerta ricettiva nazionale. I coefficienti di espansione vengono calcolati rapportando il numero totale delle strutture ricettive (a livello di area e per tipologia) con il numero totale delle strutture intervistate.