

**OSSERVATORIO NAZIONALE
DEL TURISMO**

3° RAPPORTO

“INDAGINE SULLE PRENOTAZIONI/PRESENZE NELLE AREE
TURISTICHE E SUI SEGMENTI DI PRODOTTO”

Ottobre, 2007

Storia del documento

Copyright:	UNIONCAMERE - IS.NA.R.T.
Committente:	OSSERVATORIO NAZIONALE DEL TURISMO
Versione:	OTTOBRE 2007
Quadro dell'opera:	MONITORAGGIO SULL'ANDAMENTO DELL'INDUSTRIA DELL'OSPITALITA' - III TRIMESTRE 2007
Termine rilevazione:	17 SETTEMBRE 2007
Casi:	2.000

Indagine: Monitoraggio sull'andamento dell'industria dell'ospitalità	Osservatorio Nazionale del Turismo
Periodo di riferimento: III trimestre 2007	Pagina 2 di 47

SOMMARIO

Highlights.....	4
1. L'ANDAMENTO DELLA STAGIONE.....	5
2. LE PERFORMANCES DELLE STRUTTURE RICETTIVE.....	14
2.1 Le politiche di promozione – commercializzazione	14
2.2 La competitività delle imprese ricettive.....	17
2.3 L'andamento nelle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere.....	21
2.3.1 Focus sulle strutture ricettive alberghiere.....	22
2.3.2 Focus sulle strutture ricettive extra – alberghiere.....	24
3. IL PROFILO DEL TURISTA	28
3.1 I segmenti turistici.....	28
3.2 L'andamento dei mercati internazionali	29
4. I PRODOTTI TURISTICI	33
4.1 La mappa competitiva dei prodotti.....	33
4.2 Le città d'arte e i centri di interesse storico artistico	35
4.3 La montagna.....	37
4.4 Le terme	39
4.5 Le destinazioni lacuali	41
4.6 Il balneare.....	43
4.7 Il turismo verde e rurale.....	45
NOTA METODOLOGICA	47

Highlights

I risultati dell'indagine congiunturale alle imprese ricettive italiane sull'occupazione camere nel terzo trimestre 2007 mostrano un andamento del settore che soddisfa gli operatori solo nel mese di punta della stagione estiva. Infatti, la media di occupazione rilevata nelle località ricettive del turismo in Italia si attesta a giugno al 58,8%, a luglio al 66,4% ed in agosto al 75,7%.

Le mete più tradizionalmente forti sia sul mercato italiano che su quelli internazionali (Sicilia, Toscana, Campania) sono quelle che in questa estate 2007 ottengono le performances migliori per la loro offerta combinata di mare e cultura. Le destinazioni balneari e quelle lacuali sono le mete che in agosto raccolgono i valori più alti di occupazione (rispettivamente 80,4% e 75,5%).

Rispetto allo scorso anno, però, le imprese segnalano una diminuzione nella media di occupazione estiva, passando dal 70,8% del 2006 al 67% nel 2007.

Con andamenti diversi nel territorio nazionale, si rilevano sacche di instabilità di mercato sia sulla domanda italiana che su quella internazionale (che questa estate ha rappresentato una quota media pari al 35,9% della clientela delle strutture ricettive), nonostante le imprese dichiarino di aver attivato sia politiche di commercializzazione (il 31,6% si affida all'intermediazione dei tour operator anche in estate) che di prezzo (il 71,7% non ha aumentato il prezzo applicato lo scorso anno).

L'andamento estivo italiano è comunque in linea con quello europeo, poiché gli osservatori nazionali della Spagna e della Francia segnalano per la prima un dato medio di occupazione camere registrata per il mese di agosto nelle imprese alberghiere del 75,4%, mentre in Francia del 69,2% contro il 74,9% della media alberghiera italiana.

Rispetto allo scorso anno però, mentre in Italia gli operatori segnalano un calo, in Spagna l'andamento è stabile ed in Francia si registra una leggera crescita.

Indagine: Monitoraggio sull'andamento dell'industria dell'ospitalità	Osservatorio Nazionale del Turismo
Periodo di riferimento: III trimestre 2007	Pagina 4 di 47

1. L'ANDAMENTO DELLA STAGIONE

Estate 2007, reggono bene le destinazioni più forti

L'estate 2007, da giugno alla fine di agosto, non segnala elementi di ripresa rispetto alle preoccupazioni che ad inizio stagione avevano permeato le indicazioni degli operatori in merito all'occupazione delle camere nelle strutture ricettive.

Complessivamente la media di occupazione rilevata per il mese di giugno si attesta al 58,8%, per il mese di luglio al 66,4% e per il mese di agosto raggiunge il 75,5%.

Alcune aree del Paese indicano risultati maggiormente positivi rispetto alla media nazionale,

- a giugno le destinazioni del nord est e del centro si attestano su valori superiori al 60% di camere occupate;
- a luglio nel nord est si raggiunge il 69,2% e nel centro il 67,3%;
- ad agosto, al sud e nelle isole l'occupazione camere si attesta in media all'80,2%, e nel nord est al 77,7%.

Occupazione camere giugno- agosto 2007 per area

	% occupazione giugno	% occupazione luglio	% occupazione agosto
nord ovest	56,1	63,8	67,8
nord est	61,6	69,2	77,7
centro	60,5	67,3	74,7
sud e isole	54,4	62,8	80,2
Totale Italia	58,8	66,4	75,7

Nel dettaglio regionale, positivi risultati di occupazione si rilevano sostanzialmente

- nel mese di giugno in Veneto (70,2%), in Toscana (70%), in Sardegna (67,2%), in Sicilia (66,8%) ed in Campania (62,5%);
- nel mese di luglio in Toscana (79%), in Sicilia (74,2%), in Veneto (73,9%), in Sardegna (72,4%) e nel Friuli Venezia Giulia (72,1%);
- in agosto, infine, in Sicilia (86,9%), in Toscana (83,6%), in Campania (83%), in Friuli Venezia Giulia (81,7%) ed in Alto Adige (81,3%).

Occupazione camere giugno-agosto per regione

	% occupazione giugno	% occupazione luglio	% occupazione agosto
Piemonte	55,5	60,9	60,2
Valle d'Aosta	42,9	58,6	60,7
Lombardia	53,6	67,3	67,5
Trentino	49,9	68,6	75,4
Alto Adige	46,9	66,1	81,3
Veneto	70,2	73,9	75,1
Friuli Venezia Giulia	55,6	72,1	81,7
Liguria	60,6	67,8	75,6
Emilia Romagna	61,5	68,1	77,4
Toscana	70,0	79,0	83,6
Umbria	42,4	53,7	64,5
Marche	54,9	64,8	77,2
Lazio	58,3	59,3	64,3
Abruzzo	48,0	66,2	75,6
Molise	43,0	57,8	75,8
Campania	62,5	68,1	83,0
Puglia	41,4	58,4	79,2
Basilicata	35,8	44,0	66,3
Calabria	42,2	54,0	77,1
Sicilia	66,8	74,2	86,9
Sardegna	67,2	72,4	76,8
Totale Italia	57,9	67,2	75,3

L'andamento nelle aree prodotte segnala altresì la stagionalità dei turismi,

- a giugno sono le località di campagna (63,1%), le città d'arte (61,8%) e le località balneari (60,3%) a raggiungere livelli medi di occupazione camere superiori alla media nazionale;
- a luglio le mete lacuali (69,8%) e balneari (68%) si distanziano dalle altre destinazioni di prodotte;
- ad agosto solo le mete balneari (80,4%) superano il dato medio nazionale.

Occupazione camere giugno-agosto 2007 per prodotte

	% occupazione giugno	% occupazione luglio	% occupazione agosto
città di interesse storico artistico	61,8	66,2	68,4
montagna	49,4	60,1	72,2
terme	50,1	59,3	73,3
lago	58,9	69,8	75,5
mare	60,3	68,0	80,4
campagna	63,1	67,9	73,0
altre località	58,2	67,8	71,0
Totale Italia	58,8	66,4	75,7

Le prenotazioni rilevate ad inizio settembre nelle strutture ricettive indicano per lo stesso mese il 40,7% di camere prenotate nelle strutture ricettive italiane (45% nel sud e nelle isole grazie alla maggiore durata della buona stagione), per il mese di ottobre le prenotazioni già acquisite si attestano in media al 14,4% (18,9% nel nord ovest anche grazie alla ripresa del business), e solo al 6,8% per il mese di novembre (12,9% nel nord ovest).

Per il mese di settembre, si rileva come in alcune regioni si superi la metà delle camere prenotate, specie in Campania (59,4%), Sicilia (59,1%), Alto Adige (58,6%), Piemonte (55,4%) e Toscana (55,1%). Le aree prodotte dove si rilevano quote superiori di prenotazioni per il mese di settembre sono la montagna (45%) e le città d'arte (43,2%).

Prenotazioni camere settembre-novembre 2007 per area

	% prenotazioni settembre	% prenotazioni ottobre	% prenotazioni novembre
nord ovest	39,6	18,9	12,9
nord est	39,2	13,0	6,7
centro	40,0	10,9	2,9
sud e isole	45,0	16,8	5,6
Totale Italia	40,7	14,4	6,8

Prenotazioni camere settembre-novembre 2007 per regione

	% prenotazioni settembre	% prenotazioni ottobre	% prenotazioni novembre
Piemonte	55,4	27,2	21,9
Valle d'Aosta	29,6	0,8	0,2
Lombardia	29,3	18,7	11,0
Trentino	44,6	15,4	9,8
Alto Adige	58,6	14,6	8,3
Veneto	26,9	5,2	2,2
Friuli Venezia Giulia	53,7	9,0	7,5
Liguria	43,1	4,4	2,6
Emilia Romagna	37,3	7,6	7,5
Toscana	55,1	11,1	0,5
Umbria	33,0	13,8	6,7
Marche	34,2	6,2	9,3
Lazio	22,8	4,7	2,1
Abruzzo	22,6	10,5	20,8
Molise	34,1	8,9	9,6
Campania	59,4	19,7	7,5
Puglia	29,7	6,5	3,7
Basilicata	26,2	10,9	5,2
Calabria	29,8	6,3	11,7
Sicilia	59,1	13,8	2,4
Sardegna	36,8	5,7	3,0
Totale Italia	39,1	10,6	6,2

Prenotazioni camere settembre-novembre 2007 per prodotto

	% prenotazioni settembre	% prenotazioni ottobre	% prenotazioni novembre
città di interesse storico			
artistico	43,2	20,8	12,1
montagna	45,0	13,4	7,2
terme	42,9	21,9	8,8
lago	38,5	17,7	10,3
mare	41,2	10,1	2,2
campagna	26,8	7,9	3,8
altre località	30,1	13,3	9,2
Totale Italia	40,7	14,4	6,8

Non si ripetono le performances del 2006

Rispetto alla stagione estiva del 2006 si rileva un calo delle quote medie di occupazione rilevate per i mesi estivi del 2007: nel 2006 la media di occupazione camere per il mese di giugno era pari al 61%, per luglio al 72,2%, per agosto al 79,1%, facendo rilevare differenze percentuali per l'estate 2007 pari al -2,2% a giugno, al -5,8% in luglio e -3,4% nel mese di agosto. Complessivamente, la diminuzione di occupazione in estate si rileva tra l'occupazione media del 2006 pari al 70,8% e quella 2007 pari al 67%.

Lei è in grado di indicarci il tasso di occupazione, mese per mese o nel complesso, dei tre mesi dello scorso anno?

	occupazione media
Sì nel complesso	70,8
Sì nel mese di giugno	61,0
Sì nel mese di luglio	72,2
Sì nel mese di agosto	79,1

A fronte del 48,4% di imprese che valuta l'andamento della stagione uguale a quella dello scorso anno, il 18,3% la valuta decisamente peggiore (con valori di decremento maggiori del -5%), il 13,3% la ritiene peggiore rispetto allo scorso anno con una diminuzione entro il -5%; il 12,1%, invece, la ritiene migliore (con una crescita entro il +5%) ed il 5,6% la giudica decisamente migliore (in aumento maggiore del +5%).

Indagine: Monitoraggio sull'andamento dell'industria dell'ospitalità	Osservatorio Nazionale del Turismo
Periodo di riferimento: III trimestre 2007	Pagina 8 di 47

Più penalizzate le destinazioni del sud e delle isole dove oltre il 45% degli operatori ha dichiarato nel 2007 un decremento dell'occupazione rispetto al 2006.

Relativamente alla tipologia ricettiva, si è rilevato un andamento peggiore dell'estate 2006 più negli hotel (complessivamente nel 32,9%) che nelle imprese extralberghiere (29,9%).

Secondo i dati di cui dispone, o secondo una sua valutazione generale, o semplicemente per intuizione, come giudica l'andamento della stagione estiva per la sua impresa in questo anno rispetto allo scorso anno?

	nord ovest	nord est	centro	sud e isole	Totale Italia
decisamente migliore (indicativamente aumento presenze sopra più del 5 %)	6,3	4,1	6,1	7,3	5,6
meglio dello scorso anno (crescita entro circa il 5 %)	11,9	11,7	15,3	7,7	12,1
uguale allo scorso anno	46,2	59,0	45,1	35,1	48,4
un po' peggio rispetto allo scorso anno (diminuzione entro il 5 %)	14,1	12,0	12,3	17,1	13,3
decisamente peggiore (indicativamente diminuzione presenze superiori al 5 %)	20,0	11,9	18,9	28,3	18,3
non risponde	1,4	1,3	2,3	4,5	2,2
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Secondo i dati di cui dispone, o secondo una sua valutazione generale, o semplicemente per intuizione, come giudica l'andamento della stagione estiva per la sua impresa in questo anno rispetto allo scorso anno?

	alberghiero	extralberghiero	Totale Italia
decisamente migliore (indicativamente aumento presenze sopra più del 5 %)	5,3	6,1	5,6
meglio dello scorso anno (crescita entro circa il 5 %)	11,2	13,3	12,1
uguale allo scorso anno	48,5	48,3	48,4
un po' peggio rispetto allo scorso anno (diminuzione entro il 5 %)	13,9	12,6	13,3
decisamente peggiore (indicativamente diminuzione presenze superiori al 5 %)	19,0	17,3	18,3
non risponde	2,1	2,4	2,2
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Gli operatori, inoltre, segnalano come questo andamento negativo non si limiti alla propria impresa ma a tutta la propria area: il 55,5% dichiara che nel proprio territorio di riferimento vi sia stabilità dei flussi, il 31,1% sostiene che vi sia una diminuzione e solo l'11,1% che vi sia una crescita.

Rispetto alle macro aree territoriali si rileva una maggiore stabilità nel nord est (64,4%) ed una maggiore diminuzione nel sud e nelle isole (47,5%), mentre tra le tipologie ricettive sono gli hotel a segnalare un peggiore andamento (35,1%).

A prescindere dall'andamento della sua azienda, qual è la Sua percezione dell'andamento complessivo del turismo nella Sua area rispetto allo scorso anno per area

	aumento	stabilità	diminuzione	non risponde	Totale
nord ovest	15,1	52,6	31,6	0,7	100,0
nord est	8,5	64,4	25,1	2,0	100,0
centro	12,5	55,7	28,4	3,5	100,0
sud e isole	10,5	38,9	47,5	3,1	100,0
Totale Italia	11,1	55,3	31,1	2,4	100,0

A prescindere dall'andamento della sua azienda, qual è la Sua percezione dell'andamento complessivo del turismo nella Sua area rispetto allo scorso anno per tipologia

	aumento	stabilità	diminuzione	non risponde	Totale
alberghiero	9,8	52,9	35,1	2,2	100,0
extralberghiero	12,9	58,4	26,0	2,7	100,0
Totale Italia	11,1	55,3	31,1	2,4	100,0

Italiani e stranieri, il mercato è instabile

Queste tendenze sono da attribuirsi sia ad una diminuzione del mercato italiano (nel 19,1% delle imprese) che all'instabilità dei flussi internazionali in alcune aree:

- nel nord ovest si rileva una maggiore stabilità del mercato italiano, con un calo limitato al 14% delle strutture, ed una crescita dei mercati internazionali (nel 13,1% delle imprese);
- nel nord est le variazioni sono negative sia sul mercato nazionale (in calo nel 15,4% delle strutture) che su quelli stranieri (in calo nel 18,6% delle imprese);
- nel centro il 21,4% delle imprese dichiara una diminuzione dei flussi italiani ed il 15,8% un calo di quelli internazionali;
- nel sud e nelle isole si rileva la maggiore instabilità delle presenze italiane che diminuiscono nel 27,7% delle imprese, ma anche di quelle straniere indicate in diminuzione dal 26,4% degli operatori.

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per area

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
nord ovest	6,2	79,8	14,0	13,1	76,9	10,0
nord est	10,7	73,9	15,4	11,4	70,0	18,6
centro	12,5	66,1	21,4	9,1	75,1	15,8
sud e isole	13,0	59,3	27,7	10,3	63,3	26,4
Totale Italia	10,9	70,0	19,1	10,8	71,5	17,7

Analizzando i singoli andamenti regionali, si evince

rispetto al mercato italiano

- una forte stabilità in Abruzzo (per il 93% degli operatori) ed in Lombardia (88,5%)
- una netta diminuzione in Sicilia (nel 47,4% delle imprese) ma anche in Calabria (nel 28,8% delle strutture)
- una grande instabilità in Toscana dove si rileva al contempo la quota maggiore di operatori che segnalano un aumento (19,2%) ma anche una quota consistente che lamenta una diminuzione (28,9%).

rispetto ai mercati stranieri

- un andamento stabile in Friuli Venezia Giulia (92%) ed in Lombardia (88,9%) ed una crescita evidente in Piemonte (nel 29,2% delle imprese)
- un calo in Campania (nel 36,4% delle imprese) ed in Sicilia (nel 28,9%)
- un andamento fortemente instabile in Emilia Romagna che contemporaneamente registra nel 25,1% delle strutture una crescita e nel 31,8% una diminuzione delle presenze straniere.

Relativamente alle aree prodotte, si rileva sul mercato italiano una maggiore stabilità in montagna mentre destano preoccupazione le segnalazioni di diminuzione tra gli operatori delle terme (37,6%) e del balneare (23,1%); sui mercati internazionali è positivo l'andamento del prodotto lago e si conferma sostanzialmente stabile quello delle città d'arte, mentre sono ancora le località termali e balneari a segnalare un calo di presenze (rispettivamente nel 38,9% e nel 23,1% delle imprese).

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per regione

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Piemonte	11,4	65,9	22,8	29,2	58,2	12,6
Valle d'Aosta	2,3	71,0	26,7	7,6	79,5	12,9
Lombardia	5,7	88,5	5,8	7,2	88,9	3,9
Trentino	0,0	83,8	16,2	10,4	80,3	9,4
Alto Adige	8,8	85,3	5,9	4,2	84,0	11,8
Veneto	12,8	68,8	18,5	7,6	70,9	21,4
Friuli Venezia Giulia	6,9	83,3	9,8	6,5	92,0	1,5
Liguria	1,6	85,4	13,1	3,1	79,9	17,1
Emilia Romagna	14,7	62,2	23,2	25,1	43,1	31,8
Toscana	19,2	51,9	28,9	6,2	80,8	13,0
Umbria	13,3	74,2	12,5	18,1	67,8	14,2
Marche	7,1	82,1	10,7	6,9	80,1	13,0
Lazio	8,8	66,7	24,5	10,0	68,2	21,7
Abruzzo	1,8	93,0	5,2	9,4	78,0	12,6
Molise	6,8	67,6	25,6	7,6	66,2	26,2
Campania	16,0	57,9	26,1	13,1	50,5	36,4
Puglia	15,6	64,2	20,2	11,4	64,5	24,1
Basilicata	13,7	76,9	9,4	11,4	77,0	11,7
Calabria	11,7	59,5	28,8	13,4	61,8	24,8
Sicilia	13,0	39,6	47,4	8,5	62,6	28,9
Sardegna	6,0	79,6	14,4	5,1	77,8	17,2
Totale Italia	10,9	70,0	19,1	10,8	71,5	17,7

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per prodotto

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
città di interesse storico artistico	12,8	69,2	18,0	14,5	69,9	15,7
montagna	7,3	79,6	13,1	7,0	79,7	13,4
terme	9,6	52,8	37,6	3,0	58,1	38,9
lago	7,5	76,5	16,1	11,3	80,0	8,7
mare	11,8	65,1	23,1	11,4	65,5	23,1
campagna	17,1	63,5	19,4	12,2	72,5	15,4
altre località	3,3	87,6	9,1	5,2	86,9	7,9
Totale Italia	10,9	70,0	19,1	10,8	71,5	17,7

Le diverse tipologie ricettive forniscono specifici risultati di mercato:

- il mercato italiano risulta maggiormente in diminuzione tra i villaggi turistici (33,2%) ed i B&B (22,7%), ma anche negli esercizi alberghieri ad esclusione dei 4 stelle;
- anche i mercati internazionali risultano diminuiti nei villaggi (30,1%) e nei B&B (21,4%), mentre un saldo positivo perviene dagli hotel di categoria 4 e 5 stelle.

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per tipologia

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
hotel	10,4	70,8	18,8	10,8	70,0	19,2
1 stella	8,4	68,6	23,0	5,4	72,9	21,7
2 stelle	8,5	72,3	19,3	10,9	69,0	20,1
3 stelle	10,2	70,8	18,9	11,5	68,0	20,6
4 stelle	18,3	70,4	11,3	14,4	75,6	10,0
5 stelle	8,6	70,7	20,7	18,9	74,8	6,3
villaggio	18,6	48,2	33,2	26,2	43,8	30,1
agriturismo	12,7	71,0	16,3	9,4	80,2	10,4
campeggio	8,0	71,4	20,6	10,5	73,8	15,7
B&B	10,5	66,9	22,7	11,9	66,7	21,4
Totale Italia	10,9	70,0	19,1	10,8	71,5	17,7

2. LE PERFORMANCES DELLE STRUTTURE RICETTIVE

2.1 Le politiche di promozione – commercializzazione

Anche in estate le imprese si affidano al tour operating

Il 31,6% delle strutture ricettive italiane ricorre nella stagione estiva al circuito dell'intermediazione da parte di grossisti (tour operators italiani e stranieri), con quote che scalano dal 50% dei villaggi, al 40% degli hotel fino a valori inferiori per le altre tipologie di impresa.

Il ricorso al circuito dell'intermediazione	
Si	31,6
No	68,4
Totale	100,0

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che <u>non</u> ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
hotel	40,6	59,4	100,0
villaggio	50,5	49,5	100,0
agriturismo	26,0	74,0	100,0
campeggio	21,3	78,7	100,0
B&B	11,8	88,2	100,0
Totale	31,6	68,4	100,0

Il livello regionale mostra una quota media di imprese che si affidano a questi circuiti maggiore in Campania (47%), Basilicata (46,3%), Trentino (45,4%), Toscana (43,9%) e Calabria (43,8%). Le quote minori, per contro, si rilevano in Alto Adige (10%), Valle d'Aosta (20,2%), Molise (20,3%) e Veneto (23,5%).

In termini di aree prodotte ricorrono maggiormente all'intermediazione le imprese in campagna (36,8%), in città (36,6%) ed al lago (36%) mentre sono quelle di montagna quelle che si dichiarano orientate in minor misura a queste modalità di commercializzazione (19,3%).

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che <u>non ricorrono</u> al circuito dell'intermediazione	Totale
Piemonte	32,2	67,8	100,0
Valle d'Aosta	20,2	79,8	100,0
Lombardia	33,1	66,9	100,0
Trentino	45,4	54,6	100,0
Alto Adige	10,0	90,0	100,0
Veneto	23,5	76,5	100,0
Friuli Venezia Giulia	30,2	69,8	100,0
Liguria	35,7	64,3	100,0
Emilia Romagna	26,7	73,3	100,0
Toscana	43,9	56,1	100,0
Umbria	39,8	60,2	100,0
Marche	28,9	71,1	100,0
Lazio	32,4	67,6	100,0
Abruzzo	27,4	72,6	100,0
Molise	20,3	79,7	100,0
Campania	47,0	53,0	100,0
Puglia	36,6	63,4	100,0
Basilicata	46,3	53,7	100,0
Calabria	43,8	56,2	100,0
Sicilia	38,7	61,3	100,0
Sardegna	31,8	68,2	100,0
Totale Italia	31,6	68,4	100,0

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
città	36,6	63,4	100,0
montagna	19,3	80,7	100,0
terme	31,5	68,5	100,0
lago	36,0	64,0	100,0
mare	34,4	65,6	100,0
campagna	36,8	63,2	100,0
altre località	21,8	78,2	100,0
Totale Italia	31,6	68,4	100,0

Anche nel periodo estivo, quando lo spontaneismo dei flussi verso le imprese ricettive è più incidente, i valori di occupazione rilevati nelle imprese che si affidano ai canali della commercializzazione intermediata sono costantemente più elevati che nelle altre imprese, con uno scarto del +11,8% nel mese di giugno, del +9,4% per luglio e del +4,8% per agosto. Ancor più evidente il margine per le imprese che accolgono il turista organizzato nelle prenotazioni di settembre (+14,6% di prenotazioni).

Occupazione camere giugno -agosto e prenotazioni settembre -novembre 2007 per le strutture che ricorrono e non ricorrono al circuito dell'intermediazione

	% occupazione giugno	% occupazione luglio	% occupazione agosto	% prenotazioni settembre	% prenotazioni ottobre	% prenotazioni novembre
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	65,0	71,3	78,2	48,2	19,4	9,9
Strutture che <u>non</u> ricorrono al circuito dell'intermediazione	53,2	61,9	73,4	33,6	9,0	3,4
Totale Italia	58,8	66,4	75,7	40,7	14,4	6,8

2.2 La competitività delle imprese ricettive

Una buona competitività delle imprese ricettive sui territori

Il 60,5% delle imprese ricettive italiane ritiene che la propria impresa sia adeguata rispetto al livello di qualità praticato dalle sue concorrenti nel territorio; il 17,3% si valuta superiore ed il 16,7% in buona parte adeguata alla concorrenza. Solo il 3,3% infine si ritiene non del tutto adeguata.

Rispetto al livello di qualità delle strutture ricettive della sua area e in concorrenza con lei, lei pensa che la sua struttura sia:

	Superiore	perfettamente adeguata e in linea con la concorrenza	adeguata in buona parte	non del tutto adeguata	non risponde	Totale
nord ovest	17,2	62,3	16,5	2,8	1,3	100,0
nord est	13,4	66,6	14,8	3,4	1,8	100,0
centro	19,8	57,5	18,0	2,7	2,0	100,0
sud e isole	21,1	51,9	18,3	4,7	4,0	100,0
Totale Italia	17,3	60,5	16,7	3,3	2,2	100,0

Rispetto al livello di qualità delle strutture ricettive della sua area e in concorrenza con lei, lei pensa che la sua struttura sia:

	Superiore	perfettamente adeguata e in linea con la concorrenza	adeguata in buona parte	non del tutto adeguata	non risponde	Totale
alberghiero	15,4	62,4	17,2	4,4	0,6	100,0
extralberghiero	19,8	58,2	15,9	1,8	4,2	100,0
Totale Italia	17,3	60,5	16,7	3,3	2,2	100,0

Servizi e innovazioni per un miglioramento continuo

Seppur il 32,8% delle imprese ricettive italiane segnala di non aver bisogno di adeguamenti nei servizi o di innovazioni, il 28,7% dichiara che la propria struttura necessita di adeguamenti tecnologici, il 14,5% di ampliare la propria offerta di servizi combinati (prenotazioni musei, auto, escursioni, ecc.), e il 13,4% quella dei servizi alle persone (baby sitting, lavanderia, ecc.). L'11,5% delle imprese dichiara di poter migliorare la propria offerta fornendo informazioni sul territorio (opportunità, eventi, ecc.), mentre il 10,1% necessita di adeguamenti di tipo strutturale o di ampliamenti.

Ci può indicare in quali aree, servizi o innovazioni la sua struttura avrebbe bisogno di adeguamenti

(possibili più risposte; % di colonna sul Totale operatori)

	nord ovest	nord est	centro	sud e isole	Totale Italia
Tecnologia (connessioni internet ecc.)	26,5	26,0	30,6	32,9	28,7
Servizi combinati (prenotazioni musei, auto, escursioni, ecc)	20,2	11,5	12,2	19,2	14,5
Informazioni sulle opportunità e gli eventi del territorio	21,4	7,6	11,0	10,8	11,5
Servizi alle persone (baby sitter, lavanderia, ecc.)	18,3	10,1	13,7	15,2	13,4
Altro:					
ristrutturazione/ampliamento/innovazioni	5,7	11,9	9,8	11,3	10,1
ho tutto/non mi serve niente	33,9	18,2	49,0	33,5	32,8
Non risponde	15,5	36,7	8,6	17,0	21,2

Ci può indicare in quali aree, servizi o innovazioni la sua struttura avrebbe bisogno di adeguamenti

(possibili più risposte; % di colonna sul Totale operatori)

	alberghiero	extralberghiero	Totale Italia
Tecnologia (connessioni internet ecc.)	27,5	30,3	28,7
Servizi combinati (prenotazioni musei, auto, escursioni, ecc)	14,7	14,3	14,5
Informazioni sulle opportunità e gli eventi del territorio	10,3	13,2	11,5
Servizi alle persone (baby sitter, lavanderia, ecc.)	11,8	15,3	13,4
Altro:			
ristrutturazione/ampliamento/innovazioni	10,0	10,3	10,1
ho tutto/non mi serve niente	33,2	32,3	32,8
Non risponde	22,8	19,2	21,2

Una sostanziale stabilità dei prezzi praticati

Rispetto al prezzo praticato il 71,7% degli operatori lo dichiara identico allo scorso anno, il 20,1% segnala un aumento inferiore al +5%, il 2,7% delle imprese indica che il prezzo è aumentato di oltre il +5% rispetto all'anno precedente. A diminuire le tariffe, l'1,8% delle imprese che ha praticato un lieve calo (entro il -5%) e lo 0,6% ha abbattuto le tariffe di oltre il -5%.

A fronte di questa sostanziale stabilità delle tariffe praticate, gli aumenti di prezzo si sono verificati in maniera più diffusa nel nord est dove il 30,6% delle imprese ha segnalato un rincaro contenuto entro il +5%; le diminuzioni per contro si registrano maggiormente nel sud e nelle isole.

Potrebbe indicarci se e quanto il prezzo medio applicato dalla sua struttura, rispetto allo scorso anno, è cambiato:

	nord ovest	nord			Totale Italia
		est	centro	sud e isole	
cresciuto oltre il 5%	3,2	1,0	3,7	3,8	2,7
cresciuto di poco, sotto il 5%	14,2	30,6	13,4	16,1	20,1
rimasto identico allo scorso anno	79,0	65,2	76,4	69,7	71,7
diminuito di poco, sotto il 5%	2,2	0,8	1,7	3,4	1,8
diminuito oltre il 5%	0,5	0,1	0,8	1,6	0,6
non risponde	1,0	2,4	4,0	5,4	3,2
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Potrebbe indicarci se e quanto il prezzo medio applicato dalla sua struttura, rispetto allo scorso anno, è cambiato:

	alberghiero	extralberghiero	Totale Italia
cresciuto oltre il 5%	2,6	2,7	2,7
cresciuto di poco, sotto il 5%	25,7	12,9	20,1
rimasto identico allo scorso anno	67,5	77,2	71,7
diminuito di poco, sotto il 5%	2,2	1,2	1,8
diminuito oltre il 5%	0,8	0,4	0,6
non risponde	1,3	5,6	3,2
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Il territorio come sostegno all'offerta di ospitalità, in alcune aree un rapporto difficile

Le imprese ricettive giudicano la quantità e la qualità di alcuni dei servizi di ausilio alla propria attività in maniera differente a seconda della loro localizzazione.

Nel complesso i giudizi sono tutti sufficienti con voti più alti per la qualità dell'ambiente (in media 7,4), del decoro urbano (7,1), dell'offerta culturale (6,8) e dell'organizzazione del territorio (6,6). Più basse invece le valutazioni su i trasporti pubblici locali e sulla qualità delle infrastrutture (aeroporti, porti, strade, ferrovie), in media giudicati appena sufficienti (entrambi 6,2). Le politiche promozionali e la qualità degli eventi raggiungono un voto medio rispettivamente pari a 6,3 e 6,5.

Ma se si analizzano i giudizi per macro area si denotano alcune specificità rilevanti:

- l'ospitalità del nord est restituisce le migliori valutazioni, in particolare rispetto alla qualità dell'ambiente e del decoro urbano (entrambi in media 8);
- le imprese del nord ovest lamentano le politiche promozionali (5,5) e i trasporti pubblici locali (5,8) esprimendo al contempo una certa soddisfazione per la qualità dell'ambiente (7,6);

- le strutture del centro giudicano insufficienti i trasporti pubblici locali (5,8) e le infrastrutture (5,9);
- le imprese operanti nel sud e nelle isole valutano sufficienti solo la qualità dell'ambiente (6,6) e dell'offerta culturale (6,2), sottolineando le problematiche di mobilità (5,1) e infrastrutturali (5,2) ma anche gli aspetti promozionali (5,4) e di animazione territoriale (5,7).

Come giudica la quantità e la qualità di alcuni servizi di ausilio alla sua attività ricettiva presenti sul suo territorio, dia per cortesia una valutazione da 1 a 10 (dove 1 è il giudizio peggiore e 10 quello migliore) per area

	nord ovest	nord est	centro	sud e isole	Totale Italia
La qualità degli eventi	6,1	7,3	6,2	5,7	6,5
La qualità dell'ambiente	7,6	8,0	7,1	6,6	7,4
La qualità del decoro urbano e della pulizia	7,0	8,0	6,6	5,9	7,1
L'organizzazione del territorio (orari dei negozi, orari dei musei ecc.)	6,3	7,4	6,2	5,9	6,6
I Trasporti pubblici locali	5,8	7,2	5,8	5,1	6,2
La qualità delle infrastrutture (aeroporti, porti, strade, ferrovie)	6,0	7,2	5,9	5,2	6,2
L'offerta culturale	6,2	7,3	6,8	6,2	6,8
Le politiche promozionali	5,5	7,1	6,2	5,4	6,3
Non risponde	1,5	1,4	1,0	2,5	1,5

Come giudica la quantità e la qualità di alcuni servizi di ausilio alla sua attività ricettiva presenti sul suo territorio, dia per cortesia una valutazione da 1 a 10 (dove 1 è il giudizio peggiore e 10 quello migliore) per tipologia ricettiva

	alberghiero	extralberghiero	Totale Italia
La qualità degli eventi	6,5	6,5	6,5
La qualità dell'ambiente	7,4	7,5	7,4
La qualità del decoro urbano e della pulizia	7,1	7,0	7,1
L'organizzazione del territorio (orari dei negozi, orari dei musei ecc.)	6,7	6,5	6,6
I Trasporti pubblici locali	6,4	5,9	6,2
La qualità delle infrastrutture (aeroporti, porti, strade, ferrovie)	6,3	6,1	6,2
L'offerta culturale	6,7	6,9	6,8
Le politiche promozionali	6,2	6,4	6,3
Non risponde	1,6	1,4	1,5

2.3 L'andamento nelle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere

L'andamento di occupazione rilevato per l'estate 2007 mostra per il comparto alberghiero risultati superiori a quello extralberghiero, fatta eccezione per il mese di agosto quando le strutture ricettive extralberghiere raggiungono in media il 76,6% di occupazione contro il 74,9% di quelle alberghiere.

Occupazione camere giugno -agosto e prenotazioni settembre -novembre 2007 per tipologia ricettiva						
	%	%	%	%	%	%
	occupazione	occupazione	occupazione	prenotazioni	prenotazioni	prenotazioni
	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre
alberghiero	61,3	67,1	74,9	47,5	20,5	10,4
extralberghiero	55,9	65,6	76,6	32,5	6,0	1,8
Totale Italia	58,8	66,4	75,7	40,7	14,4	6,8

Rispetto allo scorso anno gli operatori del comparto extralberghiero sono quelli che dichiarano valori di occupazione inferiori, con maggiori scarti percentuali a luglio ed agosto.

Occupazione camere giugno -agosto 2006 per tipologia di alloggio				
Lei è in grado di indicarci il tasso di occupazione, mese per mese o nel complesso, dei tre mesi dello scorso anno?				
	Sì nel complesso	Sì nel mese di giugno	Sì nel mese di luglio	Sì nel mese di agosto
alberghiero	70,9	62,1	68,8	74,7
extralberghiero	70,6	60,0	75,6	83,6
Totale Italia	70,8	61,0	72,2	79,1

La clientela dell'estate 2007 si connota per la presenza in media del 35,9% di turisti stranieri (38,3% nelle imprese extralberghiere e 34% negli alberghi).

Le modalità di organizzazione dei soggiorni indicano, in particolare, per le strutture extralberghiere una quota relativa pari al 37,5% di clientela che ha organizzato dal Web, per quelle alberghiere una quota del 40,8% di clientela abituale ed il 9,9% di turisti organizzati.

Provenienza della clientela per tipologia ricettiva			
	% Italiani	% stranieri	Totale
alberghiero	66,0	34,0	100,0
extralberghiero	61,7	38,3	100,0
Totale Italia	64,1	35,9	100,0

Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno per tipologia ricettiva			
	% turisti organizzati	% clientela abituale	% turisti Internet
alberghiero	9,9	40,8	31,0
extralberghiero	3,9	31,3	37,5
Totale Italia	7,3	36,6	33,8

2.3.1 Focus sulle strutture ricettive alberghiere

Nei mesi di giugno e luglio sono soprattutto gli hotel a 4 e 5 stelle a realizzare le quote migliori di occupazione, con circa 7 camere occupate su 10, mentre le categorie medio-basse si limitano alle 5-6 camere. In agosto, però anche le altre categorie si attestano su valori del 70% con performances migliori negli hotel a 3 e 4 stelle (75,7%).

Occupazione camere giugno -agosto e prenotazioni settembre -novembre 2007 per tipologia ricettiva						
	% occupazione giugno	% occupazione luglio	% occupazione agosto	% prenotazioni settembre	% prenotazioni ottobre	% prenotazioni novembre
hotel	61,3	67,1	74,9	47,5	20,5	10,4
1 stella	49,2	56,3	69,9	36,7	12,5	5,7
2 stelle	52,9	61,7	73,4	39,9	13,8	5,8
3 stelle	61,1	67,5	75,7	47,0	19,2	9,2
4 stelle	69,5	72,0	75,7	56,1	27,6	15,7
5 stelle	69,3	71,5	73,1	42,2	24,0	8,6
Totale						
Italia	58,8	66,4	75,7	40,7	14,4	6,8

La clientela, che negli hotel ha soggiornato in media 4 notti, si connota per una maggiore quota relativa di presenze internazionali nel 4 stelle (41,3%) e soprattutto nei 5 stelle (61,4%) dove i turisti stranieri superano la metà della clientela presente.

Il turismo organizzato nelle imprese alberghiere costituisce una quota rilevante per quelle di alta categoria: 22,7% nei 4 stelle e 30,7% nei 5 stelle, mentre è praticamente irrilevante negli hotel di categoria bassa dove oltre il 40% della clientela è abituale.

Il turismo che si muove organizzando on-line è presente in quota crescente al crescere delle categorie: dal 18,3% degli hotel ad 1 stella, al 45,7% dei 5 stelle.

Provenienza della clientela per tipologia ricettiva			
	% Italiani	% stranieri	Totale
hotel	66,0	34,0	100,0
1 stella	68,0	32,0	100,0
2 stelle	69,6	30,4	100,0
3 stelle	65,5	34,5	100,0
4 stelle	58,7	41,3	100,0
5 stelle	38,6	61,4	100,0
Totale Italia	64,1	35,9	100,0

Permanenza media della clientela (n.° notti) per tipologia ricettiva			
	Italiani	Stranieri	Media Totale
hotel	4,1	3,9	4,0
1 stella	3,7	3,3	3,5
2 stelle	4,3	4,1	4,2
3 stelle	4,3	4,1	4,2
4 stelle	3,5	3,5	3,5
5 stelle	3,0	3,3	3,2
Totale Italia	3,9	4,0	3,9

Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno per tipologia ricettiva			
	% turisti organizzati	% clientela abituale	% turisti Internet
hotel	9,9	40,8	31,0
1 stella	2,9	41,9	18,3
2 stelle	4,1	40,7	26,0
3 stelle	12,0	41,9	34,6
4 stelle	22,7	36,1	43,8
5 stelle	30,7	27,5	45,7
Totale Italia	7,3	36,6	33,8

Per quanto riguarda i segmenti di domanda presenti nelle strutture il turismo business, anche in estate, si rileva in quota relativa maggiore nei 5 e 4 stelle (rispettivamente 23,1% e 22,6%). Il turismo leisure indica alcune modalità di alloggio prevalente: le famiglie sono presenti in quota relativa maggiore nei 2 stelle, le coppie nei 5 stelle ma al contempo negli hotel a 2 e 1 stella, i gruppi negli hotel a 5 stelle o nei 3 stelle, i single negli hotel ad 1 stella.

Tipologia della clientela per tipologia ricettiva (media %)

Tipologia di struttura	Turisti leisure				Turisti business		Totale
	famiglie	coppie	gruppi	Single	individuali	gruppi	
hotel	39,0	38,0	6,0	5,8	9,6	1,6	100,0
1 stella	37,1	40,7	4,3	7,6	8,3	2,0	100,0
2 stelle	41,6	41,4	5,2	5,0	5,7	1,1	100,0
3 stelle	38,9	36,5	7,1	6,0	10,2	1,3	100,0
4 stelle	31,3	34,4	6,6	5,1	19,4	3,2	100,0
5 stelle	22,5	42,9	8,1	3,5	17,9	5,2	100,0
Totale Italia	40,0	40,5	4,3	5,6	8,5	1,1	100,0

2.3.2 Focus sulle strutture ricettive extra – alberghiere

Come sempre nel mese di agosto il comparto extralberghiero ottiene le performances migliori (in media il 76,6% di occupazione contro il 74,9% del comparto alberghiero), mentre in giugno e luglio l'occupazione si limita rispettivamente al 55,9% ed al 65,6%.

Occupazione camere giugno -agosto e prenotazioni settembre -novembre 2007

	% occupazione giugno	% occupazione luglio	% occupazione agosto	% prenotazioni settembre	% prenotazioni ottobre	% prenotazioni novembre
Totale						
extralberghiero	55,9	65,6	76,6	32,5	6,0	1,8
villaggio	54,1	69,1	88,8	44,5	5,9	4,4
agriturismo	54,3	64,2	77,5	41,3	12,5	3,5
campeggio	56,7	66,4	75,7	29,6	4,1	1,2
B&B	50,9	51,4	65,9	34,1	8,9	2,7
Totale Italia	58,8	66,4	75,7	40,7	14,4	6,8

Sono in particolare i campeggi le imprese extralberghiere che realizzano la migliore occupazione media nel mese di giugno (56,7%), mentre i villaggi turistici sono quelle che riportano i risultati più soddisfacenti già a luglio (69,1%) ma soprattutto in agosto (88,8%), e che per il mese di settembre mantengono un'occupazione media del 44,5%.

Molto al di sotto della media extralberghiera e nazionale l'andamento estivo nei B&B che solo ad agosto si attestano su valori di occupazione del 65,9% contro il 51,4% del mese di luglio ed il 50,9% di giugno.

Anche le strutture ricettive agrituristiche seppur con risultati di occupazione media del mese di agosto superiori alla media nazionale (77,5%) negli altri mesi della stagione riescono a riempire il 54,3% della disponibilità a giugno ed il 64,2% a luglio.

La clientela presente in estate indica una quota di clienti internazionali pari al 38,3% (contro il 34% del comparto alberghiero), con una maggiore concentrazione negli agriturismi (41,6%). In particolare, per contro, i villaggi turistici hanno avuto nei mesi estivi una quota di clientela internazionale pari solo al 17,1%.

Provenienza della clientela per tipologia ricettiva			
	% Italiani	% stranieri	Totale
Totale extralberghiero	61,7	38,3	100,0
villaggio	82,9	17,1	100,0
agriturismo	58,4	41,6	100,0
campeggio	61,8	38,2	100,0
B&B	64,7	35,3	100,0
Totale Italia	64,1	35,9	100,0

La permanenza media nelle strutture ricettive extralberghiere è pari a circa 4 notti, 3,6 notti in media per i turisti italiani, 4,1 notti per quelli stranieri.

I villaggi turistici per la stessa natura della commercializzazione da loro effettuata indicano in media 7,4 notti di permanenza, i campeggi 5,3 notti. Negli agriturismi e nei B&B, invece, si sono registrati soggiorni più brevi rispettivamente pari nei primi a 4,3 notti (3,9 notti gli italiani e 4,7 notti gli stranieri) e nei secondi a 2,9 notti.

Permanenza media della clientela (n.° notti) per tipologia ricettiva			
	Italiani	Stranieri	Media Totale
Totale extralberghiero	3,6	4,1	3,8
villaggio	7,3	7,5	7,4
agriturismo	3,9	4,7	4,3
campeggio	5,4	5,2	5,3
B&B	2,7	3,1	2,9
Totale Italia	3,9	4,0	3,9

In merito alle modalità di organizzazione/prenotazione dei soggiorni, nelle strutture extralberghiere si rilevano specifiche peculiarità:

- nei villaggi turistici il 17% della clientela proviene dal circuito dell'intermediazione, il 32,9% dalle strategie di fidelizzazione, il 27,7% dalla promo-commercializzazione on-line; si tratta prevalentemente di famiglie (63,2%);
- negli agriturismi Internet è lo strumento di organizzazione maggiormente diffuso (38,9% della clientela), poi il 33,5% è clientela abituale, e solo il 5,2% proviene dalla commercializzazione tradizionale del tour operating; la clientela leisure si divide tra famiglie e coppie (rispettivamente 45,1% e 41,6% del totale) ma anche in estate si rileva una quota del 5,6% di clientela business
- nei campeggi il 40,1% della clientela è abituale, il 33% ha organizzato dal Web, mentre è minimale la presenza del turismo organizzato (3,2%);
- nei B&B, come negli agriturismi, grande rilevanza è data all'organizzazione sul Web da cui proviene il 37,3% della clientela, poi solo il 27% è clientela abituale e totalmente residuale la quota di turismo organizzato (2,1%).

Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno per tipologia ricettiva			
	% turisti organizzati	% clientela abituale	% turisti Internet
Totale extralberghiero	3,9	31,3	37,5
villaggio	17,0	32,9	27,7
agriturismo	5,2	33,5	38,9
campeggio	3,2	40,1	33,0
B&B	2,1	27,0	37,3
Totale Italia	7,3	36,6	33,8

La presenza dei vari segmenti di domanda, leisure e business, caratterizza ulteriormente la clientela di questa estate:

- nei villaggi turistici si tratta prevalentemente di famiglie (63,2%);
- negli agriturismi la clientela leisure si divide tra famiglie e coppie (rispettivamente 45,1% e 41,6% del totale) ma anche in estate si rileva una quota del 5,6% di clientela business:
- nei campeggi, nonostante la presenza rilevante di famiglie (58,1%) e di coppie (30,1%), la clientela si caratterizza per una discreta presenza di gruppi leisure (7,1%);
- nei B&B, come negli agriturismi, le coppie di vacanzieri sono presenti in quota relativa maggiore (49,25), le famiglie per il 32,1%, ed al contempo si rileva il 9,5% di clientela business estiva.

Tipologia della clientela per tipologia ricettiva (media %)

Tipologia di struttura	Turisti leisure				Turisti business		Totale
	famiglie	coppie	gruppi	Single	individuali	gruppi	
Totale extralberghiero	41,3	43,7	3,3	5,3	5,8	0,5	100,0
villaggio	63,2	26,9	3,7	4,9	1,4	0,0	100,0
agriturismo	45,1	41,6	3,6	4,1	4,8	0,8	100,0
campeggio	58,1	30,1	7,1	3,5	1,1	0,1	100,0
B&B	32,1	49,2	2,1	7,1	9,2	0,3	100,0
Totale Italia	40,0	40,5	4,3	5,6	8,5	1,1	100,0

3. IL PROFILO DEL TURISTA

3.1 I segmenti turistici

La clientela presente nell'estate 2007 nelle strutture ricettive si differenzia, in termini di segmenti turistici presenti, tra le varie aree prodotto del territorio turistico italiano.

In particolare,

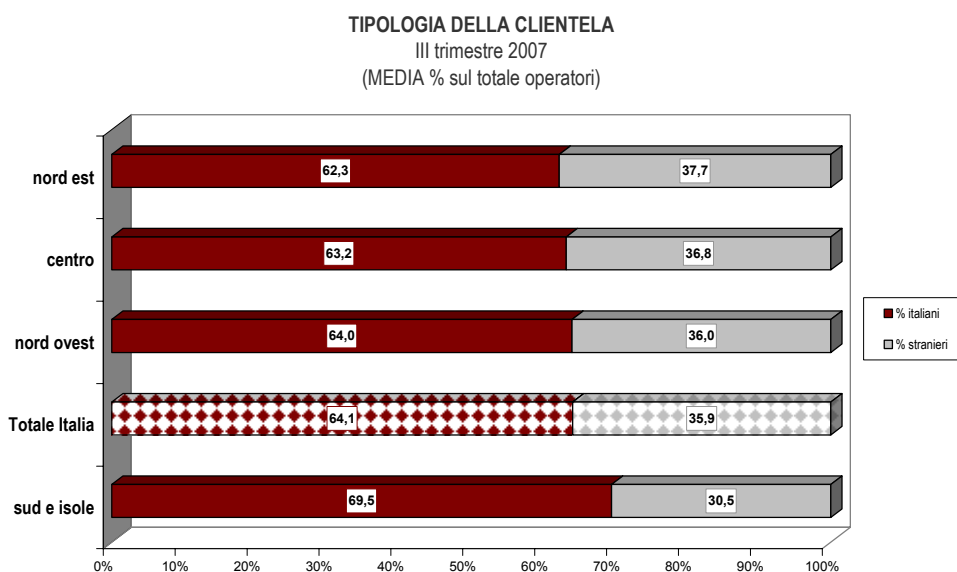
- nelle città di interesse storico artistico si rileva una quota relativa prevalente di coppie di vacanzieri (39,8%), mentre le famiglie costituiscono il 35,4% delle presenze ed il turismo di visitazione da parte di individui singoli è pari al 7,4%; il turismo business nelle strutture ricettive di questi centri costituisce una quota del 13%;
- nelle località di montagna la clientela si caratterizza per una distribuzione orientata alla prevalenza di famiglie (44,3%) ma anche alla forte presenza di coppie di vacanzieri (41,5%);
- nelle mete termali si rileva per il 45% un turismo leisure di coppia, per il 30,8% di famiglie, mentre il 12% delle presenze è individuale per vacanza;
- al lago, ad una forte presenza di coppie (38,4%) e di famiglie (36,2%), si accompagnano quote interessanti di gruppi di vacanzieri (9,7%) e di individuali leisure (7,4%);
- nelle località balneari la clientela si distribuisce fortemente tra famiglie (44,6%) e coppie di vacanzieri (41,2%);
- in campagna, infine, si rileva una prevalenza di coppie di turisti (42%), poi di famiglie (36%) e individuali (6,9%) tra i leisure, mentre il 10,7% dei clienti è business.

Tipologia della clientela per prodotto (media %)

	Turisti leisure				Turisti business		Totale
	famiglie	coppie	gruppi	Single	individuali	gruppi	
città di interesse storico artistico	35,4	39,8	4,2	7,4	12,0	1,0	100,0
montagna	44,3	41,5	4,2	3,0	5,7	1,2	100,0
terme	30,8	45,0	6,6	12,0	4,9	0,7	100,0
lago	36,2	38,4	9,7	7,4	6,7	1,6	100,0
mare	44,6	41,2	5,0	4,2	4,5	0,6	100,0
campagna	36,0	42,0	4,4	6,9	8,9	1,8	100,0
altre località	31,5	34,0	4,2	9,8	15,2	5,4	100,0
Totale Italia	40,0	40,5	4,3	5,6	8,5	1,1	100,0

3.2 L'andamento dei mercati internazionali

Il 35,9% delle presenze estive proviene dai mercati internazionali, diversamente concentrate nelle diverse aree italiane, meno nel sud e nelle isole (30,5%), di più nel nord est (37,7%) e nel centro (36,8%), in media nazionale nel nord ovest (36%).



In particolare, le regioni dove la quota relativa di turismo internazionale è maggiore sono nel nord, l'Alto Adige (49,4%), il Veneto (46,4%), il Piemonte (44,6%) ed il Trentino (44,3%), poi nel centro la Toscana (43,7%) ed il Lazio (42,6%).

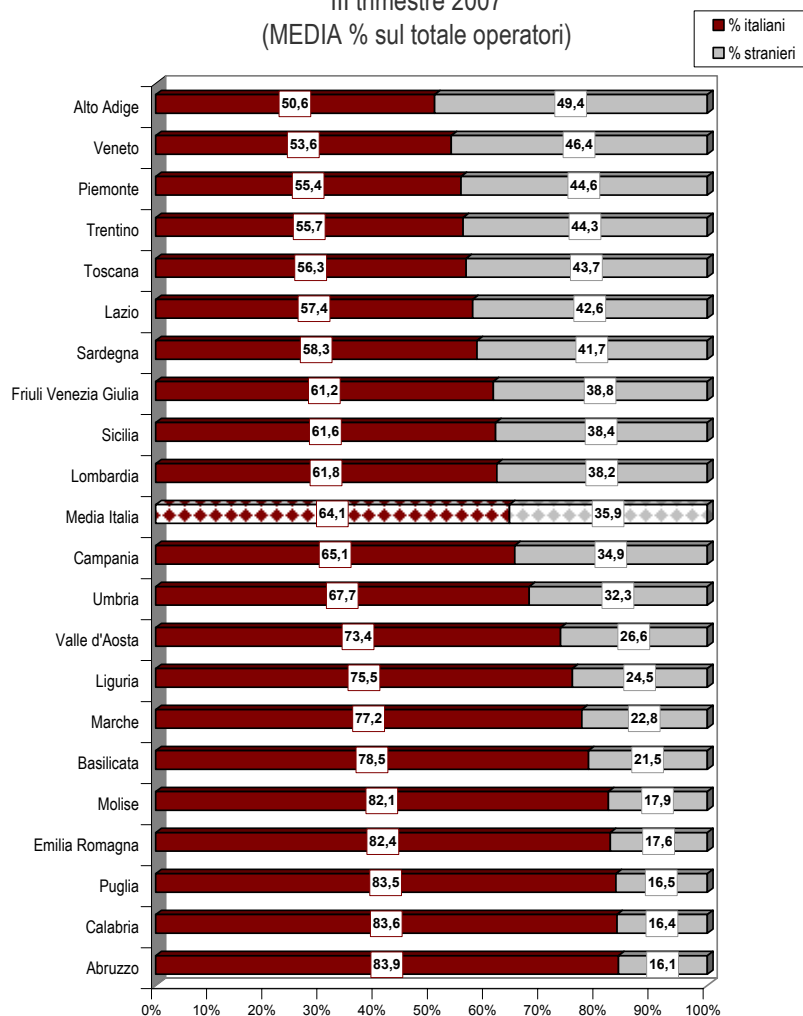
A seguire, sempre sopra la media nazionale, la Sardegna dove il 41,7% della clientela estiva è straniera, il Friuli Venezia Giulia (38,8%), la Sicilia (38,4%) e la Lombardia (38,2%).

La distribuzione delle presenze nelle aree prodotto indica la massima concentrazione relativa di turismo internazionale al lago (55,8%) e nelle città di interesse storico artistico (41,7%), quella di turismo nazionale alle terme (82,4%) ed al mare (71,6%).

TIPOLOGIA DELLA CLIENTELA

III trimestre 2007

(MEDIA % sul totale operatori)



Provenienza della clientela per prodotto

	% Italiani	% stranieri	Totale
città di interesse storico artistico	58,3	41,7	100,0
montagna	60,6	39,4	100,0
terme	82,4	17,6	100,0
lago	44,2	55,8	100,0
mare	71,6	28,4	100,0
campagna	64,2	35,8	100,0
altre località	70,1	29,9	100,0
Totale Italia	64,1	35,9	100,0

I mercati internazionali segnalati come principali dalle imprese ricettive italiane per l'estate 2007 risultano: la Germania (per il 52,9% delle imprese), la Francia (per il 20,9%) ed il Regno Unito (per il 19,6%). Seguono Usa (13,1%), Olanda (11,8%), Austria (11,5%) e Svizzera (9,3%).

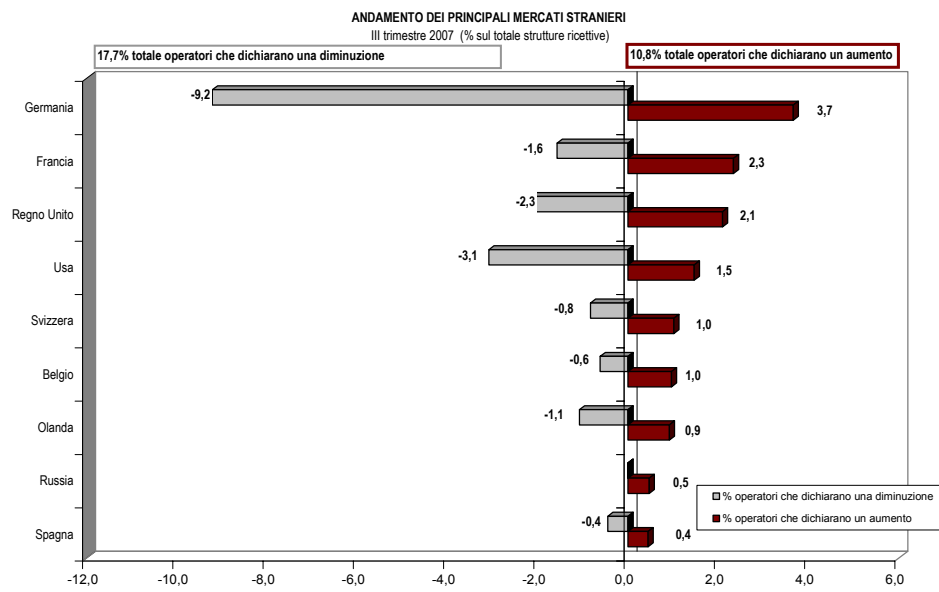
Principali mercati		
% sul Totale strutture		
1°	Germania	52,9
2°	Francia	20,6
3°	Regno Unito	19,6
	Usa	13,1
	Olanda	11,8
	Austria	11,5
	Svizzera	9,3
	Belgio	7,1
	Spagna	4,4
	Polonia	1,5

Anche l'importanza dei mercati stranieri si differenzia per macro area di destinazione italiana, seppur con la Germania come primo mercato segnalato da tutte le imprese italiane:

- nel nord ovest seguono Francia e Regno Unito;
- nel nord est, Austria e Francia;
- al centro, Regno Unito e Usa;
- al sud e nelle isole, Regno Unito e Francia.

Principali mercati per area geografica			
% sul Totale strutture			
	1°	2°	3°
nord ovest	Germania	Francia	Regno Unito
nord est	Germania	Austria	Francia
centro	Germania	Regno Unito	Usa
sud e isole	Germania	Regno Unito	Francia
Totale Italia	Germania	Francia	Regno Unito

A fronte del 17,7% di operatori italiani del ricettivo che indicano un andamento dei mercati stranieri in diminuzione il 9,2% segnala un calo dalla Germania, il 3,1% dagli Usa, il 2,3% dal Regno Unito. Per contro il 10,8% di strutture indicano in crescita l'andamento dei mercati internazionali, riducendo così il saldo negativo sui singoli mercati, e lasciando identificare solo per la Germania delle sacche di criticità.



4. I PRODOTTI TURISTICI

I risultati relativi all'occupazione rilevata nelle strutture ricettive, sono sintetizzati graficamente in una scacchiera dei prodotti, che, per ogni regione, evidenzia i livelli di occupazione, registrati nelle destinazioni di prodotto, in ognuno dei mesi oggetto dell'indagine.

I dati vengono accorpati in quattro fasce:

- bassa occupazione: fino al 25% di camere occupate, evidenziata in GIALLO
- media occupazione: fino al 50% di camere occupate, evidenziata in OCRA
- alta occupazione: fino al 75% di camere occupate, evidenziata in ARANCIO
- piena occupazione: fino al 100% di camere occupate, evidenziata in ROSSO

Questo schema consente alle istituzioni ed agli operatori locali:

- di riconoscere le specializzazioni territoriali per prodotto;
- di effettuare un immediato raffronto con i propri obiettivi di destagionalizzazione e di diversificazione di prodotto;
- di avere un primo parametro per la misurazione degli effetti delle azioni di promozione realizzate.

4.1 La mappa competitiva dei prodotti

L'occupazione rilevata nelle singole regioni, per mese ed area prodotto, mostra in primo luogo come le performances territoriali, ad eccezione di pochissime realtà, vedano nelle specializzazioni di prodotto i maggiori successi. Allo stesso tempo, ad eccezione della Lombardia e del Lazio, tutte le regioni, durante l'estate, hanno registrato in una o più aree prodotto dei momenti di buone performances, in particolare,

- nel **nord ovest**, il Piemonte per il prodotto lago nei mesi di luglio e agosto; la Valle d'Aosta in città ad agosto; la Liguria a giugno per la natura e ad agosto per il mare;
- nel **nord est**, il Trentino emerge ad agosto per il buon andamento sia della montagna che delle aree termali e lacuali; l'Alto Adige ad agosto per la montagna, e da luglio a settembre (e per le prenotazioni di novembre) per la città; il Veneto ad agosto al mare ed in città, e da luglio ad agosto per le terme e la natura; il Friuli Venezia Giulia in agosto in città, al mare ed alle terme; l'Emilia Romagna ad agosto per il turismo balneare;

Indagine: Monitoraggio sull'andamento dell'industria dell'ospitalità	Osservatorio Nazionale del Turismo
Periodo di riferimento: III trimestre 2007	Pagina 33 di 47

4.2 Le città d'arte e i centri di interesse storico artistico

L'occupazione nelle strutture ricettive

Dopo le performances del secondo trimestre con dati di occupazione costantemente superiori alla media nazionale, l'occupazione rilevata in estate nelle città di interesse storico artistico italiane mantiene un andamento in linea con quello nazionale, con valori medi tra il 61,8% del mese di giugno, il 66,2% di luglio ed il 68,4% di agosto. Superiori alla media nazionale le prenotazioni rilevate per il mese di settembre (43,2%), ottobre (20,8%) e novembre (12,1%).

Occupazione camere giugno-agosto e prenotazioni settembre -novembre 2007						
	%	%	%	%	%	%
	occupazione	occupazione	occupazione	prenotazioni	prenotazioni	prenotazioni
	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre
città di interesse						
storico artistico	61,8	66,2	68,4	43,2	20,8	12,1
Totale Italia	58,8	66,4	75,7	40,7	14,4	6,8

La clientela

Nel terzo trimestre dell'anno, e coerentemente con quello precedente, la clientela delle strutture ricettive nelle città di interesse storico artistico, si connota per una quota relativa di turismo internazionale, pari al 41,7%, superiore alla media nazionale (35,9%) ma al contempo per una permanenza media più breve, pari in media a 2,8 notti contro le 3,9 in tutta Italia. Non si rilevano forti differenze nella lunghezza dei soggiorni tra turisti italiani (che pernottano 2,7 notti) e stranieri (2,9 notti).

Le modalità di organizzazione del soggiorno indicano una quota di clientela che ha utilizzato il Web pari al 38,4%, superiore cioè alla media Italia (33,8%), mentre la clientela abituale si attesta su una quota relativa del 29,9% (contro il 36,6% della media Italia). In linea con il resto del Paese la quota di turisti che provengono dai canali della commercializzazione dei tour operator (7,7%).

I segmenti di domanda presenti nelle città di interesse storico artistico vedono in questa stagione la prevalenza del turismo leisure, in particolare di coppie di vacanzieri (39,8%) e di famiglie (35,4%), seppur risulta superiore alla media nazionale la quota di vacanzieri individuali (7,4% contro il 5,6%).

Il turismo business in questi centri, anche in estate, costituisce una quota maggiore che nel resto d'Italia (13% contro il 9,6%).

Indagine: Monitoraggio sull'andamento dell'industria dell'ospitalità	Osservatorio Nazionale del Turismo
Periodo di riferimento: III trimestre 2007	Pagina 35 di 47

Provenienza della clientela per prodotto			
	% Italiani	% stranieri	Totale
città di interesse			
storico artistico	58,3	41,7	100,0
Totale Italia	64,1	35,9	100,0

Permanenza media della clientela (n.° notti) per prodotto			
	Italiani	Stranieri	Media Totale
città di interesse			
storico artistico	2,7	2,9	2,8
Totale Italia	3,9	4,0	3,9

Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno per prodotto			
	% turisti organizzati	% clientela abituale	% turisti Internet
città di interesse			
storico artistico	7,7	29,9	38,4
Totale Italia	7,3	36,6	33,8

Tipologia della clientela per prodotto (media %)							
	Turisti leisure				Turisti business		Totale
	famiglie	coppie	gruppi	Single	individuali	gruppi	
città di interesse storico artistico							
storico artistico	35,4	39,8	4,2	7,4	12,0	1,0	100,0
Totale Italia	40,0	40,5	4,3	5,6	8,5	1,1	100,0

4.3 La montagna

L'occupazione nelle strutture ricettive

L'andamento congiunturale delle destinazioni montane nel terzo trimestre del 2007 mostra valori di occupazione camere coerenti con la stagionalità del prodotto, con quote crescenti da giugno (49,4%) ad agosto (72,2%), seppur inferiori alla media nazionale. Nelle prenotazioni per il mese di settembre (45%), l'andamento del prodotto si posiziona al di sopra di quello medio nazionale (40,7%), anche grazie alle condizioni climatiche che hanno favorito un allungamento della stagione.

Occupazione camere giugno-agosto e prenotazioni settembre -novembre 2007						
	% occupazione giugno	% occupazione luglio	% occupazione agosto	% prenotazioni settembre	% prenotazioni ottobre	% prenotazioni novembre
montagna	49,4	60,1	72,2	45,0	13,4	7,2
Totale Italia	58,8	66,4	75,7	40,7	14,4	6,8

La clientela

Nelle località montane la clientela estiva si è caratterizzata per una discreta presenza di turismo internazionale (39,4%) mediamente superiore al dato Italia (35,9%) e comunque in crescita rispetto al trimestre precedente (38,3%). La permanenza media dei soggiorni indica soggiorni di durata media pari a 4,1 notti per il turista italiano ed a 4,7 notti per gli stranieri.

Rispetto alle altre destinazioni di prodotto la montagna ha accolto una quota di clientela abituale (38,7%) superiore alla media nazionale, mentre i turisti che hanno organizzato on-line in soggiorno costituiscono il 31,9%. Tali connotazioni ne fanno una clientela ancora orientata alle modalità tradizionali di vacanza, coerenti con il segmento di domanda prevalente che si rivela quello delle famiglie (44,3%). Molto alta anche la quota relativa di coppie di vacanzieri (41,5%), ed in generale del turismo leisure (93,1%).

Provenienza della clientela			
	% Italiani	% stranieri	Totale
montagna	60,6	39,4	100,0
Totale Italia	64,1	35,9	100,0

Permanenza media della clientela (n.° notti)			
	Italiani	Stranieri	Media Totale
montagna	4,1	4,7	4,4
Totale Italia	3,9	4,0	3,9

Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno			
	% turisti organizzati	% clientela abituale	% turisti Internet
montagna	4,5	38,7	31,9
Totale Italia	7,3	36,6	33,8

Tipologia della clientela (media %)							
	Turisti leisure				Turisti business		Totale
	famiglie	coppie	gruppi	Single	individuali	gruppi	
montagna	44,3	41,5	4,2	3,0	5,7	1,2	100,0
Totale Italia	40,0	40,5	4,3	5,6	8,5	1,1	100,0

4.4 Le terme

L'occupazione nelle strutture ricettive

L'andamento estivo del prodotto termale indica per il mese di giugno un'occupazione media pari al 50,1% della disponibilità, che sale al 59,3% in luglio ed al 73,3% in agosto, anche grazie alla caratteristica di offerta multi-prodotto delle destinazioni termali. Superiori alla media nazionale le prenotazioni rilevate per il mese di settembre (42,9%) e ottobre (21,9%).

Occupazione camere giugno-agosto e prenotazioni settembre -novembre 2007						
	%	%	%	%	%	%
	occupazione	occupazione	occupazione	prenotazioni	prenotazioni	prenotazioni
	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre
terme	50,1	59,3	73,3	42,9	21,9	8,8
Totale						
Italia	58,8	66,4	75,7	40,7	14,4	6,8

La clientela

Il turismo termale in estate è fortemente orientato al mercato italiano (82,4% della clientela). I soggiorni dei turisti italiani indicano una permanenza media molto superiore alla media italiana, 6,1 notti contro le 3,9 della media Italia. I soggiorni del turismo internazionale sono, invece, più brevi, in media 4 notti.

Si tratta per circa la metà di clientela abituale (47,8%) mentre risulta più limitata la quota di turismo che ha organizzato il soggiorno termale on-line (24,2%). Troppo circoscritta (5,8%) la quota del turismo organizzato dall'intermediazione tradizionale dei T.O.

Provenienza della clientela			
	% Italiani	% stranieri	Totale
terme	82,4	17,6	100,0
Totale Italia	64,1	35,9	100,0

Permanenza media della clientela (n.° notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
terme	6,1	4,0	5,0
Totale Italia	3,9	4,0	3,9

Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno

	% turisti organizzati	% clientela abituale	% turisti Internet
terme	5,8	47,8	24,2
Totale Italia	7,3	36,6	33,8

Tipologia della clientela (media %)							
	Turisti leisure				Turisti business		Totale
	famiglie	coppie	gruppi	Single	individuali	gruppi	
terme	30,8	45,0	6,6	12,0	4,9	0,7	100,0
Totale Italia	40,0	40,5	4,3	5,6	8,5	1,1	100,0

4.5 Le destinazioni lacuali

L'occupazione nelle strutture ricettive

L'andamento del turismo lacuale in estate, coerentemente con il secondo trimestre dell'anno, restituisce valori di occupazione nelle strutture ricettive superiori alla media nazionale, nel mese di giugno (58,9%) ma soprattutto a luglio (69,8%). Nel mese di agosto (75,5%), invece, l'occupazione si allinea con la media nazionale.

Occupazione camere giugno-agosto e prenotazioni settembre -novembre 2007						
	%	%	%	%	%	%
	occupazione	occupazione	occupazione	prenotazioni	prenotazioni	prenotazioni
	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre
lago	58,9	69,8	75,5	38,5	17,7	10,3
Totale						
Italia	58,8	66,4	75,7	40,7	14,4	6,8

La clientela

Il turismo internazionale nelle località lacuali rappresenta ben il 55,8% della clientela totale, confermando anche per l'estate 2007 l'appeal delle mete lacuali sui mercati internazionali. La permanenza media dei soggiorni, però, è breve sia per i turisti italiani (3,5 notti) che per quelli stranieri (3,7 notti).

In termini di organizzazione, si rilevano quote significative sia di clientela abituale (38,1%) che di turisti che hanno organizzato i soggiorni dal Web (37,5%). Anche il turismo organizzato tradizionale rappresenta una quota rilevante rispetto alla media nazionale, pari al 12,6% contro il 7,3% della media Italia.

I segmenti di domanda turistica presenti nelle destinazioni dei laghi, seppur con la prevalenza di coppie di vacanzieri (38,4%) e di famiglie (36,2%), indicano quote relative maggiori della media nazionale per i turisti leisure in gruppo (9,7%) e individuali (7,4%).

Provenienza della clientela			
	% Italiani	% stranieri	Totale
lago	44,2	55,8	100,0
Totale Italia	64,1	35,9	100,0

Permanenza media della clientela (n.° notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
lago	3,5	3,7	3,6
Totale Italia	3,9	4,0	3,9

Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno

	% turisti organizzati	% clientela abituale	% turisti Internet
lago	12,6	38,1	37,5
Totale Italia	7,3	36,6	33,8

Tipologia della clientela (media %)							
	Turisti leisure				Turisti business		Totale
	famiglie	coppie	gruppi	Single	individuali	gruppi	
lago	36,2	38,4	9,7	7,4	6,7	1,6	100,0
Totale Italia	40,0	40,5	4,3	5,6	8,5	1,1	100,0

4.6 Il balneare

L'occupazione nelle strutture ricettive

Il terzo trimestre dell'anno segna in positivo la stagionalità delle destinazioni balneari italiane, che seppur con valori più contenuti nel mese di giugno (60,3% di occupazione) ed a luglio (68%), in agosto si affermano in testa alle mete italiane con 8 camere occupate ogni 10. Tengono, anche grazie alle buone condizioni climatiche, le prenotazioni per il mese di settembre (41,2%).

Occupazione camere giugno-agosto e prenotazioni settembre -novembre 2007						
	%	%	%	%	%	%
	occupazione	occupazione	occupazione	prenotazioni	prenotazioni	prenotazioni
	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre
mare	60,3	68,0	80,4	41,2	10,1	2,2
Totale						
Italia	58,8	66,4	75,7	40,7	14,4	6,8

La clientela

La domanda estiva delle destinazioni balneari seppur maggiormente proveniente dal mercato italiano, si caratterizza per una quota del 28,4% di turismo internazionale. In termini di permanenza media, la domanda pernotta in media 4,5 notti, senza differenze sostanziali tra i mercati. La clientela risulta abituale per il 39,9% e si affida al canale del Web per l'organizzazione del soggiorno nel 31,6% dei casi.

Il turismo organizzato, seppur contenuto, risulta superiore alla media nazionale, e rappresenta una quota pari all'8,4%.

I segmenti di domanda presenti nelle destinazioni balneari vedono una quota relativa maggiore di famiglie (44,6%) e di coppie (41,2%).

Provenienza della clientela			
	% Italiani	% stranieri	Totale
Mare	71,6	28,4	100,0
Totale Italia	64,1	35,9	100,0

Permanenza media della clientela (n.° notti)			
	Italiani	Stranieri	Media Totale
mare	4,4	4,5	4,5
Totale Italia	3,9	4,0	3,9

Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno			
	% turisti organizzati	% clientela abituale	% turisti Internet
mare	8,4	39,9	31,6
Totale Italia	7,3	36,6	33,8

Tipologia della clientela (media %)							
	Turisti leisure				Turisti business		Totale
	famiglie	coppie	gruppi	Single	individuali	gruppi	
mare	44,6	41,2	5,0	4,2	4,5	0,6	100,0
Totale Italia	40,0	40,5	4,3	5,6	8,5	1,1	100,0

4.7 Il turismo verde e rurale

L'occupazione nelle strutture ricettive

Le località del turismo verde durante i mesi estivi raggiungono valori di occupazione pari al 63,1% nel mese di giugno ed al 67,9% nel mese di luglio, superando così le performances medie nazionali. In agosto, la quota di occupazione media per il turismo verde e rurale si attesta al 73%.

Occupazione camere giugno-agosto e prenotazioni settembre -novembre 2007						
	%	%	%	%	%	%
	occupazione	occupazione	occupazione	prenotazioni	prenotazioni	prenotazioni
	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre
campagna	63,1	67,9	73,0	26,8	7,9	3,8
Totale						
Italia	58,8	66,4	75,7	40,7	14,4	6,8

La clientela

La presenza del turismo internazionale nelle località del turismo verde è pari ad una quota relativa del 35,8%, in linea col dato nazionale così come la permanenza media di questi soggiorni, pari a 3,8 notti.

La domanda di questa tipologia di prodotto si caratterizza per un alto utilizzo del Web nell'organizzazione della vacanza e dei soggiorni, che si rileva nel 36,5% dei casi. Inferiori alla media nazionale, invece, le quote di turismo abituale (31,4%) e di turismo organizzato tradizionale (6,6%).

I segmenti di domanda turistica presenti nella stagione indicano una quota relativa maggiore di coppie di vacanzieri (42%), meno di famiglie (36%). Abbastanza in linea con il dato nazionale la quota di turismo business, pari al 10,7% della clientela totale.

Provenienza della clientela			
	% Italiani	% stranieri	Totale
campagna	64,2	35,8	100,0
Totale Italia	64,1	35,9	100,0

Permanenza media della clientela (n.° notti)			
	Italiani	Stranieri	Media Totale
campagna	3,7	3,9	3,8
Totale Italia	3,9	4,0	3,9

Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno			
	% turisti organizzati	% clientela abituale	% turisti Internet
campagna	6,6	31,4	36,5
Totale Italia	7,3	36,6	33,8

Tipologia della clientela (media %)							
	Turisti leisure				Turisti business		Totale
	famiglie	coppie	gruppi	Single	individuali	gruppi	
campagna	36,0	42,0	4,4	6,9	8,9	1,8	100,0
Totale Italia	40,0	40,5	4,3	5,6	8,5	1,1	100,0

NOTA METODOLOGICA

Lo studio viene realizzato tramite interviste telefoniche su un panel (già testato) di 2.000 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. Il campionamento comprende tutte le province e tutte le regioni Italiane. Questa stratificazione determina stime campionarie che hanno, ad un livello di confidenza del 99% con un margine di errore del 2,8%.

L'universo di riferimento di tale campionamento è composto dal Totale delle strutture ricettive in Italia rispondenti alla stratificazione per tipologia ricettiva indicata. Per il riporto a tale universo viene utilizzato un sistema di pesi ponderato per la tipologia delle strutture a livello regionale.

Il dato di occupazione camere è stato ponderato sulla base della distribuzione dei posti letto per regione e tipologia ricettiva.

Distribuzione interviste				
Ricettività Italia	esercizi		letti	
	Universo	Campione	Universo	Campione
Hotel 1 stella	16,1	16,1	6,2	7,2
Hotel 2 stelle	25,2	25,3	14,2	15,7
Hotel 3 stelle	46,2	46,2	50,4	49,1
Hotel 4 stelle	11,7	11,8	26,8	26,1
Hotel 5 stelle	0,7	0,7	2,3	1,9
Totale alberghi	56,2	56,3	54,9	54,3
Campeggi e Villaggi turistici	4,3	4,3	39,4	38,0
Alloggi agro-turistici e Country-Houses	21,1	21,0	4,1	5,5
Bed & Breakfast	18,4	18,3	1,6	2,2
Totale esercizi complementari	43,8	43,7	45,1	45,7

La rilevazione si è svolta dal 3 al 17 settembre 2007.

Indagine: Monitoraggio sull'andamento dell'industria dell'ospitalità	Osservatorio Nazionale del Turismo
Periodo di riferimento: III trimestre 2007	Pagina 47 di 47