
OSSERVATORIO NAZIONALE DEL TURISMO

in collaborazione con



LE PERFORMANCE DI VENDITA DELLE IMPRESE DEL RICETTIVO



Ottobre 2010

A cura di



**Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche**

Storia del documento

Copyright:	IS.NA.R.T. Scpa
Versione:	1.0
Quadro dell'opera:	■ ■ ■ □
Termine rilevazione:	settembre 2010
Casi:	5.000

Sommario

1. L'andamento della stagione.....	4
1.1 Le vendite nelle strutture ricettive nel III trimestre	4
1.2 Le prenotazioni per il trimestre autunnale.....	9
2. Le performance delle strutture ricettive.....	13
2.1 La politica dei prezzi nell'hôtellerie	13
2.2 Le politiche di promo-commercializzazione	15
2.3 Il ruolo di internet	19
3. Il profilo del turista	22
3.1 I segmenti turistici.....	22
3.2 La provenienza della clientela	26
4. I prodotti turistici	30
4.1 La mappa competitiva dei prodotti.....	31
4.2 Le città d'arte e i centri di interesse storico artistico.....	32
4.3 Il balneare.....	35
4.4 Le destinazioni lacuali.....	38
4.5 Le terme	41
4.6 La montagna.....	44
4.7 Il turismo verde e rurale.....	46
Nota metodologica	49

1. L'andamento della stagione

1.1 Le vendite nelle strutture ricettive nel III trimestre

L'estate 2010 si chiude con un bilancio passivo: il mese di luglio, con il 59,9% di occupazione camere, è leggermente in calo rispetto allo scorso anno (-3,2%) ed agosto, con il 69% di camere vendute, non raggiunge il picco degli scorsi anni e si chiude con performance negative per le imprese ricettive (-6%).

Tra i due comparti ricettivi l'occupazione camere è pressoché in linea nei mesi di luglio (hotel 60,1%, strutture extralberghiere 59,7%) e agosto (hotel 68,4%, strutture extralberghiere 69,6%), mentre a settembre le vendite negli hotel sono superiori (hotel 50,5%, strutture extralberghiere 43,2%).

Rispetto all'estate 2009, l'hôtellerie soffre meno delle strutture extralberghiere chiudendo luglio con una occupazione camere del -2,7% e agosto con -4,7%, mentre per settembre diminuisce il calo (-1,1%).

Sono gli alberghi di alta categoria, 4 e 5 stelle, a registrare risultati di occupazione superiori alla media dell'hôtellerie, insieme alle Residenze Turistico Alberghiere. Tra le strutture complementari buone le performance dei villaggi e dei campeggi a luglio (rispettivamente 71,9% e 65,2%) ed agosto (82,8% e 75%) mentre a settembre sono le case per ferie a superare la media del comparto complementare (50,5% contro il 43,2%).

Occupazione camere luglio-settembre 2009/2010 per tipologia ricettiva (%)

	2009			2010			Variazione 2010-2009		
	Luglio	Agosto	Settembre ^{1*}	Luglio	Agosto	Settembre*	Luglio	Agosto	Settembre*
Alberghiero	62,7	73,1	51,6	60,1	68,4	50,5	-2,7	-4,7	-1,1
Extralberghiero	63,6	77,2	40,9	59,7	69,6	43,2	-3,9	-7,6	2,2
Italia	63,1	75,0	46,6	59,9	69,0	47,1	-3,2	-6,0	0,5

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

¹ Settembre, dati provvisori

Occupazione camere luglio-settembre 2009/2010 per tipologia ricettiva (%)

	2009			2010			Variazione 2010-2009		
	Luglio	Agosto	Settembre*	Luglio	Agosto	Settembre*	Luglio	Agosto	Settembre*
Hotel	62,7	73,1	51,6	60,1	68,4	50,5	-2,7	-4,7	-1,1
1 stella	50,5	61,8	36,5	46,4	55,3	32,0	-4,2	-6,5	-4,6
2 stelle	58,1	70,9	43,6	52,7	62,3	40,9	-5,4	-8,6	-2,7
3 stelle	63,2	73,7	53,1	59,7	68,5	48,5	-3,5	-5,2	-4,6
4 stelle	65,7	71,8	56,8	66,3	72,5	58,7	0,6	0,7	1,9
5 stelle	65,3	69,5	59,8	63,0	69,5	58,0	-2,2	0,0	-1,8
RTA	64,1	81,2	47,5	59,6	71,5	55,6	-4,5	-9,7	8,2
Villaggio	57,3	76,7	34,4	71,9	82,8	37,7	14,6	6,1	3,3
Agriturismo	58,4	73,2	35,9	40,5	53,8	36,3	-17,9	-19,3	0,4
Campeggio	66,8	80,7	41,8	65,2	75,0	45,7	-1,6	-5,7	3,9
B&B	41,5	53,4	26,7	36,4	44,4	29,8	-5,1	-8,9	3,1
Case per ferie	65,7	73,0	53,7	61,7	65,6	50,5	-4,0	-7,4	-3,2
Ostello della gioventù	64,7	71,4	46,5	54,4	58,2	47,3	-10,3	-13,2	0,8
Rifugio	40,6	53,9	29,9	37,7	42,3	33,2	-3,0	-11,6	3,4
Altro	69,6	78,7	53,4	65,5	76,5	41,1	-4,0	-2,2	-12,3
Italia	63,1	75,0	46,6	59,9	69,0	47,1	-3,2	-6,0	0,5

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere




Le destinazioni del Nord Est contano anche quest'estate l'occupazione camere più alta, sia in luglio (65,9%), che in agosto (72,6%), seguite da quelle del Nord Ovest (luglio 60,7%, agosto 67%). Queste ultime si distinguono nel confronto con i risultati dell'estate 2009 registrando, nella generale contrazione delle vendite, una crescita del +4,9% in luglio, del +4,7% in agosto e del +1,4% in settembre.

Le vendite più elevate di luglio sono in città (66,9% di camere occupate) e al lago (66,7%), quelle di agosto al mare (77%) e al lago (73,7%), mentre i dati provvisori di settembre mostrano l'occupazione camere più alta in città e alle terme (54% circa ciascuna).

Rispetto al 2009, chiudono il bilancio estivo in positivo sia le città d'arte (luglio +5,6%, agosto +1,7%, settembre +2,7%) che i laghi (luglio +3,4%, agosto +5,9%). Per contro, flessioni di vendita sono segnalate dagli operatori del balneare (luglio -4,6%; agosto -7,3%; settembre -3,8%), una debacle che colpisce in modo particolare alcune aree del centro, del nord est e del sud. Anche le destinazioni montane, in particolare del nord est, non hanno riscontrato i livelli di eccezionalità dell'anno scorso chiudendo con un passivo del -9,2% a luglio e -12,9% ad agosto, ma vedono una crescita a settembre (+4,8%).

Ad influenzare l'andamento dell'estate, ed in particolare la rilevante contrazione registrata nel Nord Est, anche le avverse condizioni meteorologiche del mese di agosto (con una punta nella settimana di

ferragosto) e settembre. Condizioni meteo che hanno investito in particolare il Trentino e l'Alto Adige dove si sono registrate perturbazioni in tutto il mese di luglio e agosto.

Occupazione camere e condizione meteo prevalente						
III trimestre 2010						
	Luglio		Agosto		Settembre	
	occupazione	condizione meteo	occupazione	condizione meteo	occupazione	condizione meteo
Nord Ovest	60,7		67,0		40,4	
Nord Est	65,9		72,6		49,9	
Centro	54,9		64,0		50,0	
Sud ed isole	54,7		69,0		45,3	

Fonte: Elaborazione Isnart su dati Aeronautica Militare

Occupazione camere luglio-settembre 2009/2010 per area (%)

	2009			2010			Variazione 2010-2009		
	Luglio	Agosto	Settembre*	Luglio	Agosto	Settembre*	Luglio	Agosto	Settembre*
Nord ovest	55,8	62,3	39,0	60,7	67,0	40,4	4,9	4,7	1,4
Nord est	69,1	82,3	53,0	65,9	72,6	49,9	-3,2	-9,7	-3,1
Centro	63,1	72,6	43,9	54,9	64,0	50,0	-8,2	-8,6	6,1
Sud e isole	59,0	75,3	44,3	54,7	69,0	45,3	-4,3	-6,3	1,0
Italia	63,1	75,0	46,6	59,9	69,0	47,1	-3,2	-6,0	0,5

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Occupazione camere luglio-settembre 2009/2010 per area-prodotto (%)

	2009			2010			Variazione 2010-2009		
	Luglio	Agosto	Settembre*	Luglio	Agosto	Settembre*	Luglio	Agosto	Settembre*
Città di interesse storico artistico	61,2	67,3	51,3	66,9	69,0	54,0	5,6	1,7	2,7
Montagna	59,2	75,5	39,8	50,0	62,6	44,6	-9,2	-12,9	4,8
Terme	54,2	70,6	50,6	48,9	66,8	54,1	-5,2	-3,7	3,5
Lago	63,3	67,9	46,1	66,7	73,7	41,6	3,4	5,9	-4,5
Mare	69,8	84,3	49,6	65,2	77,0	45,8	-4,6	-7,3	-3,8
Campagna	57,7	68,3	41,3	46,6	57,0	41,0	-11,1	-11,2	-0,4
Altre località	51,8	58,4	40,9	48,3	53,4	45,7	-3,5	-5,0	4,8
Italia	63,1	75,0	46,6	59,9	69,0	47,1	-3,2	-6,0	0,5

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Nel dettaglio delle singole regioni:

- nel mese di luglio sono gli operatori del Veneto ad ottenere i risultati migliori vendendo 8 camere su 10 sul totale di quelle disponibili, buone anche le performance delle imprese ricettive liguri (con una media di occupazione del 70,7%) e dell'Emilia Romagna (66,6%);
- ad agosto sono ancora gli operatori del ricettivo del Veneto a distinguersi con una media di occupazione dell'81,7%, seguiti da quelli della Puglia (79,8%), della Liguria (78,6%) e della Valle d'Aosta (77,2%);
- a settembre (47,1%) emergono in particolare le imprese ricettive della Toscana (53,2%), della Calabria (53,1%), del Lazio (52,7%), del Trentino (51,9%), del Friuli Venezia Giulia (51,5%) e dell'Alto Adige (51,3%).

Occupazione camere luglio-settembre 2009/2010 per regione (%)

	2009			2010			Variazione 2010-2009		
	Luglio	Agosto	Settembre*	Luglio	Agosto	Settembre*	Luglio	Agosto	Settembre*
Piemonte	59,1	64,0	38,9	45,6	54,1	42,1	-13,6	-9,9	3,2
Valle d'Aosta	53,0	75,3	26,6	61,4	77,2	36,6	8,4	1,9	10,0
Lombardia	48,7	50,9	40,0	63,0	64,2	41,1	14,3	13,2	1,1
Trentino	64,9	83,5	44,9	47,7	63,8	51,9	-17,2	-19,7	7,0
Alto Adige	66,2	84,8	51,8	45,7	59,0	51,3	-20,6	-25,8	-0,4
Veneto	72,8	83,7	55,7	79,6	81,7	50,5	6,8	-2,0	-5,2
Friuli Venezia Giulia	66,5	77,6	64,5	51,4	63,5	51,5	-15,0	-14,1	-13,0
Liguria	67,7	79,8	40,8	70,7	78,6	39,3	3,0	-1,2	-1,5
Emilia Romagna	69,8	79,8	52,7	66,6	74,0	45,2	-3,2	-5,9	-7,5
Toscana	65,3	75,9	50,2	53,6	67,1	53,2	-11,7	-8,7	2,9
Umbria	47,9	60,9	26,2	47,6	57,0	27,0	-0,3	-3,8	0,8
Marche	67,1	76,7	41,4	55,7	67,4	48,1	-11,4	-9,3	6,7
Lazio	63,1	69,5	45,2	58,6	59,4	52,7	-4,4	-10,1	7,5
Abruzzo	56,6	68,6	50,9	45,9	62,0	42,5	-10,7	-6,6	-8,4
Molise	49,0	70,0	33,4	33,7	50,4	47,2	-15,3	-19,6	13,9
Campania	59,6	71,8	49,6	55,5	62,7	50,0	-4,0	-9,1	0,5
Puglia	56,9	80,5	35,8	62,4	79,8	34,7	5,6	-0,7	-1,1
Basilicata	49,0	66,0	38,0	38,9	57,3	36,7	-10,1	-8,7	-1,3
Calabria	55,7	70,6	43,4	51,7	66,8	53,1	-4,0	-3,8	9,7
Sicilia	53,6	69,9	46,4	48,8	65,1	46,3	-4,8	-4,8	-0,1
Sardegna	70,5	81,7	50,1	60,2	74,8	46,5	-10,3	-7,0	-3,6
Italia	63,1	75,0	46,6	59,9	69,0	47,1	-3,2	-6,0	0,5

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Il III trimestre del 2010 si chiude con un saldo di occupazione camere del 64,5% (-4,6% rispetto all'estate 2009). Un andamento omogeneo sul territorio, ad eccezione del Nord ovest che registra una crescita del +4,8%. Le strutture del centro, infatti, registrano un calo del -8,3%, quelle del Sud e Isole del -5,3% e quelle del Nord Est del -6,3%.

Recuperano rispetto alla scorsa estate le città d'arte (+3,7%) e le destinazioni lacuali (+4,7%) mentre la perdita maggiore è registrata dalle imprese in campagna (-11,1%) e in montagna (-10,7%). Complessivamente il saldo negativo riguarda entrambi i comparti, con un calo più contenuto negli hotel (-3,7%) rispetto a quello delle strutture complementari (-5,6%).

Saldo occupazione camere per area (%)

III trimestre 2009-2010

	2009	2010	Variazione 2010/2009
Nord ovest	59,0	63,8	4,8
Nord est	75,7	69,3	-6,3
Centro	67,9	59,6	-8,3
Sud e isole	67,2	61,9	-5,3
Italia	69,1	64,5	-4,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Saldo occupazione camere per area-prodotto (%)

III trimestre 2009-2010

	2009	2010	Variazione 2010/2009
Città di interesse storico artistico	64,3	67,9	3,7
Montagna	67,4	56,7	-10,7
Terme	62,4	57,8	-4,6
Lago	65,6	70,3	4,7
Mare	77,1	71,2	-5,9
Campagna	63,0	51,9	-11,1
Altre località	55,1	50,8	-4,3
Italia	69,1	64,5	-4,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Saldo occupazione camere per tipologia ricettiva (%)

III trimestre 2009-2010

	2009	2010	Variazione 2010/2009
Alberghiero	67,9	64,3	-3,7
Extralberghiero	70,4	64,8	-5,6
Italia	69,1	64,5	-4,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

1.2 Le prenotazioni per il trimestre autunnale

Le prenotazioni per il trimestre autunnale, rilevate ad inizio settembre, mostrano un saldo positivo rispetto allo scorso anno: prenotate il 38,1% delle camere disponibili nelle strutture ricettive italiane per ottobre (il 13,6% in più rispetto alle prenotazioni di ottobre 2009), il 23,8% per novembre (+11,2%) e il 26,2% delle disponibilità per dicembre (+10,9%). Previsioni in crescita per entrambi i comparti produttivi che, tuttavia, nelle prenotazioni non raggiungono ancora le vendite effettive realizzate nell'autunno 2009.

Rispetto al 2009 crescono le prenotazioni in tutta Italia ad eccezione del Nord Ovest che mostra un leggero calo (-1,9% ottobre, -3,8% novembre, -5,1% dicembre). La crescita maggiore, invece, la registrano le prenotazioni camere delle strutture del Centro Italia (+27,4% ottobre, +21,5% novembre, +23,3% dicembre), seguite da quelle del Sud (+17,8% ottobre, +14,1% novembre, +15,6% dicembre).

Per ottobre prenotate circa $\frac{1}{4}$ di camere in più rispetto allo scorso anno per soggiorni in montagna (+24,4%) e alle terme (+26,8%), dove anche le previsioni di novembre e dicembre lasciano ben sperare. Ripartono anche i soggiorni programmati in anticipo nelle città d'arte italiane, dove le strutture ricettive segnalano il 38,8% di camere prenotate per ottobre (+11,1% rispetto allo scorso anno), il 24,8% per novembre (+10%) e il 25,1% per dicembre (+12,7%). Stentano, invece, a decollare le prenotazioni nelle località lacuali che rimangono leggermente al di sotto di quelle dell'autunno 2009.

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2009/2010 per tipologia ricettiva (%)

	2009			2010			Variazione 2010-2009		
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Alberghiero	25,6	14,3	17,4	37,4	24,8	26,3	11,8	10,5	8,8
Extralberghiero	22,8	10,3	12,7	39,1	22,1	26,2	16,3	11,8	13,5
Italia	24,4	12,6	15,3	38,1	23,8	26,2	13,6	11,2	10,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2009/2010 per area (%)

	2009			2010			Variazione 2010-2009		
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Nord ovest	25,5	19,5	24,2	23,6	15,7	19,0	-1,9	-3,8	-5,1
Nord est	30,5	12,1	16,7	41,0	23,8	28,3	10,5	11,7	11,6
Centro	18,0	7,8	5,9	45,4	29,3	29,2	27,4	21,5	23,3
Sud e isole	19,8	9,6	10,4	37,7	23,7	26,1	17,8	14,1	15,6
Italia	24,4	12,6	15,3	38,1	23,8	26,2	13,6	11,2	10,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2009/2010 (%)

	2009			2010			Variazione 2010-2009		
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Città di interesse storico artistico	27,7	14,8	12,3	38,8	24,8	25,1	11,1	10,0	12,7
Montagna	19,0	12,1	22,2	43,4	29,2	34,7	24,4	17,1	12,5
Terme	26,0	18,1	18,1	52,8	30,9	29,2	26,8	12,8	11,1
Lago	26,1	16,3	24,2	28,0	11,4	19,8	1,9	-5,0	-4,4
Mare	27,6	10,5	10,4	34,6	22,5	22,1	7,1	12,1	11,6
Campagna	20,0	9,6	11,7	37,2	20,8	24,1	17,2	11,2	12,5
Altre località	19,3	12,4	15,6	33,1	19,9	24,8	13,8	7,5	9,2
Italia	24,4	12,6	15,3	38,1	23,8	26,2	13,6	11,2	10,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tra le tipologie ricettive, sono gli hotel di alta categoria (4 e 5 stelle) a registrare le prenotazioni più elevate, circa 4 camere prenotate su 10 per ottobre e 3 camere su 10 per l'inverno. Le Residenze Turistico Alberghiere hanno prenotazioni pari alla metà delle camere disponibili per ottobre (51,3%), il 33,6% di camere prenotate per novembre e il 36,7% per dicembre.

Tra le strutture complementari, gli ostelli (48,3%) e i campeggi (46,7%) superano la media delle prenotazioni di ottobre nel comparto (38,1%). A novembre hanno già prenotate 3 camere su 10 le case per ferie, strutture che si distinguono per le prenotazioni più elevate anche in dicembre (34,9%) insieme agli ostelli (37,1%).

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2009/2010 per tipologia ricettiva (%)

	2009			2010			Variazione 2010-2009		
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Hotel	25,6	14,3	17,4	37,4	24,8	26,3	11,8	10,5	8,8
1 stella	17,4	10,2	16,2	23,5	10,7	15,5	6,1	0,5	-0,8
2 stelle	20,1	12,6	15,0	32,7	20,0	23,4	12,7	7,4	8,4
3 stelle	21,6	11,0	15,7	34,6	22,6	24,3	13,0	11,5	8,6
4 stelle	33,9	18,3	18,5	41,2	29,7	28,8	7,3	11,3	10,3
5 stelle	35,2	16,0	16,7	44,2	33,4	35,6	9,0	17,3	18,9
RTA	23,3	17,5	23,9	51,3	33,6	36,7	28,0	16,0	12,8
Villaggio	14,0	7,5	6,9	24,5	10,2	16,0	10,5	2,8	9,0
Agriturismo	10,6	3,8	7,1	31,1	17,1	22,0	20,5	13,3	14,8
Campeggio	29,1	11,9	13,8	46,7	23,8	28,5	17,7	11,9	14,7
B&B	7,7	3,2	3,2	24,6	15,7	20,0	16,9	12,5	16,8
Case per ferie	28,4	19,7	23,5	34,9	34,4	34,9	6,5	14,7	11,4
Ostello della gioventù	24,2	10,0	6,1	48,3	26,6	37,1	24,1	16,6	31,0
Rifugio	13,4	11,6	11,1	37,9	22,4	23,8	24,4	10,8	12,7
Altro	25,1	16,1	20,3	17,7	10,4	11,5	-7,4	-5,6	-8,8
Italia	24,4	12,6	15,3	38,1	23,8	26,2	13,6	11,2	10,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Nel dettaglio regionale,

- per il mese di ottobre (38,1%) le prenotazioni più alte si registrano nelle strutture ricettive del Trentino (61,7%), del Molise (57%), dell'Alto Adige (55,1%), del Lazio (49,5%) e della Toscana (49,2%);
- a novembre (23,8%) le imprese dell'Alto Adige restituiscono il 38,3% di prenotazioni camere, il Lazio il 36,6%, il Trentino il 35,1%, la Campania il 33,8%, le Marche il 32,7% e la Toscana il 27,5%;
- per il mese di dicembre (26,2%) sono già prenotate circa la metà delle camere disponibili dell'Alto Adige (49,7%) e del Trentino (47,1%). A queste si affiancano le imprese della Valle d'Aosta (41,9%), del Molise (38,4%) e del Lazio (36,3%).

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2009/2010 per regione (%)

	2009			2010			Variazione 2010-2009		
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Piemonte	16,0	11,9	9,8	36,0	24,2	25,0	19,9	12,3	15,2
Valle d'Aosta	9,9	8,3	17,5	20,8	16,5	41,9	10,8	8,2	24,4
Lombardia	30,4	21,6	31,2	21,4	12,5	10,9	-9,0	-9,1	-20,3
Trentino	13,9	8,7	14,8	61,7	35,1	47,1	47,8	26,4	32,3
Alto Adige	34,1	20,8	37,0	55,1	38,3	49,7	21,0	17,5	12,7
Veneto	38,0	7,2	6,6	21,8	11,4	10,4	-16,2	4,3	3,8
Friuli Venezia Giulia	28,4	22,7	29,8	46,3	22,9	35,0	17,9	0,2	5,1
Liguria	26,0	24,0	22,0	12,2	5,6	4,1	-13,8	-18,4	-17,8
Emilia Romagna	21,9	14,7	12,5	18,6	8,3	6,9	-3,3	-6,4	-5,6
Toscana	15,7	5,1	3,4	49,2	27,5	29,7	33,5	22,4	26,3
Umbria	15,9	7,4	6,7	9,8	1,4	1,1	-6,2	-6,0	-5,6
Marche	18,5	13,8	12,7	46,4	32,7	29,6	27,9	19,0	16,9
Lazio	22,5	9,6	6,4	49,5	36,6	36,3	27,0	27,0	29,9
Abruzzo	27,0	15,4	21,6	38,9	22,0	24,6	11,9	6,6	3,0
Molise	9,9	10,2	10,7	57,0	25,0	38,4	47,1	14,8	27,7
Campania	22,7	10,1	11,8	41,2	33,8	32,0	18,5	23,7	20,2
Puglia	12,9	4,5	3,3	13,6	6,9	4,9	0,6	2,4	1,7
Basilicata	11,9	8,1	7,5	34,8	22,5	26,7	22,9	14,4	19,1
Calabria	15,1	9,8	10,4	46,4	25,2	28,6	31,3	15,5	18,2
Sicilia	22,8	12,9	12,5	38,4	23,8	31,6	15,6	10,9	19,1
Sardegna	19,4	5,4	5,7	35,6	17,0	20,8	16,2	11,6	15,1
Italia	24,4	12,6	15,3	38,1	23,8	26,2	13,6	11,2	10,9

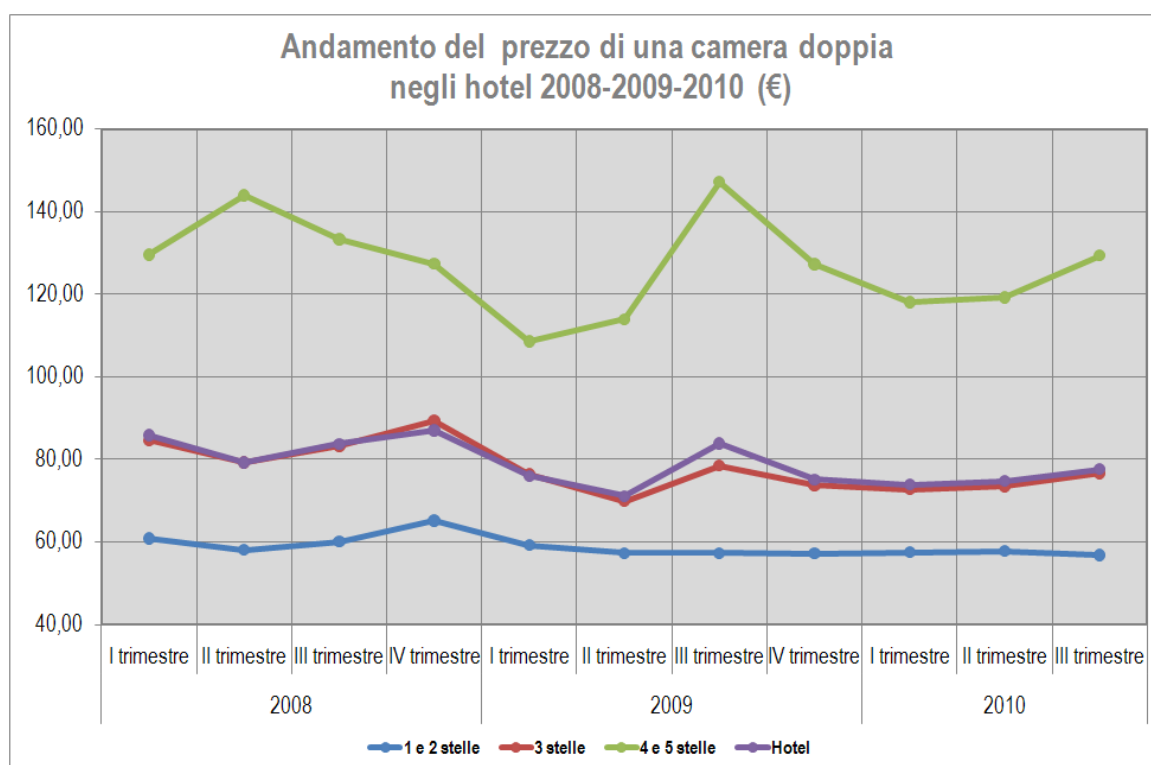
Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

2. Le performance delle strutture ricettive

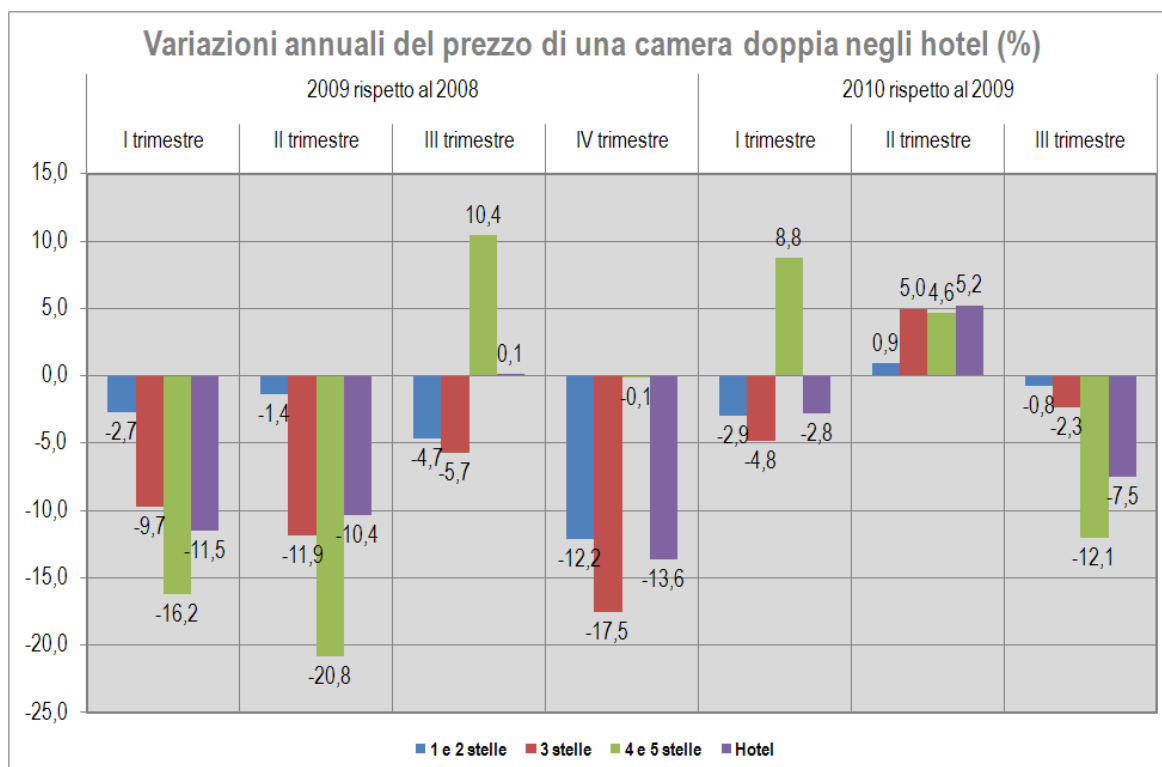
2.1 La politica dei prezzi nell'hôtellerie

Il I ed il II trimestre 2010 si erano caratterizzati per un tentativo da parte delle imprese ricettive alberghiere di recuperare sul fatturato, con un riallineamento dei prezzi, già abbattuti nel 2009, ma la stagione estiva registra nuovamente una riduzione generalizzata rispetto all'anno precedente, alla ricerca di una maggiore capacità di attrazione della clientela.

Il III trimestre 2010, infatti, ha visto nell'hôtellerie un calo del prezzo medio per camera doppia del -7,5%, con una contrazione delle tariffe negli hotel di alta categoria di oltre il -12,1%. Gli hotel a 1 e 2 stelle che hanno anche sofferto il maggior calo occupazionale, hanno invece registrato una sostanziale stabilità nelle politiche dei prezzi rispetto al 2009 (-0,8%).



Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere



Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

2.2 Le politiche di promo-commercializzazione

Se molte imprese hanno individuato la loro politica anticrisi nel pricing, torna a crescere anche la quota delle imprese ricettive che ricorrono ai circuiti dell'intermediazione, passando dal 31,2% del III trimestre 2009 al 33,9% nel III trimestre 2010.

Sono le imprese alberghiere quelle che vi si rivolgono in misura maggiore, ben il 46,4% (era il 39,7% degli hotel nel 2009) mentre la commercializzazione intermediata coinvolge solo il 23,2% delle strutture complementari (22,9% nel 2009). Anche tra queste, però, rispetto alla scorsa estate alcune tipologie hanno diffuso il ricorso a questi canali, in particolare gli agriturismi ed i campeggi ma anche tipologie ricettive molto specialistiche come i rifugi alpini.

Sul territorio questo processo di intermediazione delle proposte ricettive risulta trainato dalle imprese nel nord Italia, nel nord est (che dal 23,6% passano al 29,1%) ma soprattutto nel nord ovest (dal 21,1% al 44,8% di imprese ricettive che si rivolgono agli intermediari). Diminuisce per contro il ricorso a questa tipologia di commercializzazione da parte delle imprese nel centro Italia e nel sud, presenti comunque su questi canali con circa 1/3 delle imprese.

Tra le aree prodotto spicca il ricorso all'intermediazione da parte delle imprese al lago (49,1% in forte crescita rispetto al 32% indicato nell'estate 2009).

Il ricorso al circuito dell'intermediazione (%)

	III trimestre 2009	III trimestre 2010
Si	31,2	33,9
No	68,8	66,1
Totale	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Circuiti di intermediazione utilizzati

% sul totale strutture che ricorrono all'intermediazione; possibili più risposte

Agenzie di viaggio	67,0
Tour operator	53,4
Agenzie di viaggio on line	35,2
Cral	8,4
Associazioni sportive	7,6
Associazioni culturali	7,1
Parrocchie	6,9
Scuole	5,3
Organizzazione religiosa	4,3
Altro	1,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Il ricorso al circuito dell'intermediazione (%)

III trimestre 2010

	Si	No	Totale
Alberghiero	46,4	53,6	100,0
Extralberghiero	23,2	76,8	100,0
Italia	33,9	66,1	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Il ricorso al circuito dell'intermediazione (%)

III trimestre 2010

	Si	No	Totale
Hotel	46,4	53,6	100,0
Villaggi	34,0	66,0	100,0
Agriturismo	28,1	71,9	100,0
Campeggi	21,8	78,2	100,0
Bed & Breakfast	16,2	83,8	100,0
Case per ferie	33,8	66,2	100,0
Ostello della gioventù	34,3	65,7	100,0
Rifugi alpini	28,3	71,7	100,0
Altri esercizi ricettivi	37,2	62,8	100,0
Italia	33,9	66,1	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Il ricorso al circuito dell'intermediazione (%)

III trimestre 2010

	Si	No	Totale
Nord ovest	44,8	55,2	100,0
Nord est	29,1	70,9	100,0
Centro	33,2	66,8	100,0
Sud e isole	33,5	66,5	100,0
Italia	33,9	66,1	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Il ricorso al circuito dell'intermediazione (%)

III trimestre 2010

	Si	No	Totale
Città	35,3	64,7	100,0
Montagna	32,4	67,6	100,0
Terme	36,2	63,8	100,0
Lago	49,1	50,9	100,0
Mare	33,2	66,8	100,0
Campagna	30,6	69,4	100,0
Altre località	32,0	68,0	100,0
Italia	33,9	66,1	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Una politica che per la seconda parte dell'anno premia le scelte delle imprese che si commercializzano su queste vetrine con un'occupazione delle camere costantemente maggiore rispetto a chi non la intraprende, e con maggiori prenotazioni già in casa per l'ultimo trimestre.

Corrispondentemente, infatti, aumenta rispetto allo scorso anno anche la quota di clientela organizzata presente nelle strutture ricettive, passando dal 9,3% del 2009 al 10,5% di questa estate. Tale quota sale al 15,2% per il comparto alberghiero, con una media del 28,1% nei 4 stelle e del 26% nei 5 stelle.

Occupazione camere luglio-settembre 2010 (%)

	Luglio	Agosto	Ferragosto	Settembre*
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	63,8	71,6	76,2	52,8
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	56,3	66,5	73,3	41,7
Italia	59,9	69,0	74,7	47,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2010(%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	42,0	28,0	28,4
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	34,4	19,5	24,1
Italia	38,1	23,8	26,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati (%)

III trimestre 2009	9,3
III trimestre 2010	10,5

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per tipologia ricettiva (%)

III trimestre 2010	
Alberghiero	15,2
Extralberghiero	7,9
Italia	11,3

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per tipologia ricettiva (%)

III trimestre 2010	
Hotel	15,2
1 stella	6,7
2 stelle	8,7
3 stelle	15,8
4 stelle	28,1
5 stelle	26,0
RTA	19,2
Villaggio	12,0
Agriturismo	11,1
Campeggio	5,9
B&B	4,4
Case per ferie	14,2
Ostello della gioventù	12,4
Rifugio	7,8
Altri esercizi ricettivi	11,1
Italia	11,3

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

2.3 Il ruolo di internet

Nell'ultimo triennio la quota di strutture ricettive presenti on-line ha superato l'80% delle imprese ricettive italiane. Una crescita costante, soprattutto nel comparto alberghiero, dove questa estate è stato presente in rete l'85,9% delle strutture (contro il 78,6% delle imprese extralberghiere).

A livello territoriale, le più virtuose sono le imprese del Nord est (è presente on line l'84,3% su una media Italia dell'81,9%) e tra le diverse tipologie ricettive i villaggi turistici (92,7%) e gli ostelli della gioventù (92,6%).

Nell'estate 2010 circa 1/3 della clientela delle strutture ricettive utilizza questa facility per organizzare e prenotare il soggiorno turistico in Italia, attraverso il sito di proprietà della struttura (10%), i grandi portali di settore (6,5%) o le e-mail (18,4%).

Ad utilizzare maggiormente internet sono i turisti che pernottano nelle destinazioni lacuali (40,7% della clientela estiva) ed in città (38,6%) e la clientela delle strutture del Centro (36,1%).

Strutture presenti on line (%)

	2009	2010
I trimestre	85,0	85,7
II trimestre	82,0	84,6
III trimestre	79,6	81,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Strutture presenti on line per area (%)

III trimestre 2010

	Si	No	Totale
Nord ovest	78,5	21,5	100,0
Nord est	84,3	15,7	100,0
Centro	80,6	19,4	100,0
Sud e isole	82,7	17,3	100,0
Italia	81,9	18,1	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Strutture presenti on line (%)

III trimestre 2010

	Si	No	Totale
Alberghiero	85,9	14,1	100,0
Extralberghiero	78,6	21,4	100,0
Italia	81,9	18,1	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Strutture presenti on line (%)

III trimestre 2010

	Si	No	Totale
Hotel	85,9	14,1	100,0
Villaggi	92,7	7,3	100,0
Agriturismo	80,8	19,2	100,0
Campeggi	77,5	22,5	100,0
Bed & Breakfast	78,0	22,0	100,0
Case per ferie	67,6	32,4	100,0
Ostello della gioventù	92,6	7,4	100,0
Rifugi alpini	67,3	32,7	100,0
Altri esercizi ricettivi	77,3	22,7	100,0
Italia	81,9	18,1	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per area (%)

III trimestre 2010

	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	Totale turisti Internet
Nord ovest	9,6	5,9	18,1	33,7
Nord est	10,1	6,5	17,8	34,4
Centro	9,9	6,8	19,4	36,1
Sud e isole	10,0	6,4	18,3	34,7
Italia	10,0	6,5	18,4	34,8

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per tipologia ricettiva (%)

III trimestre 2010

	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	Totale turisti Internet
Alberghiero	10,0	7,9	15,6	33,5
Extralberghiero	9,9	5,2	20,7	35,9
Italia	10,0	6,5	18,4	34,8

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per tipologia ricettiva (%)

III trimestre 2010

	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	Totale turisti Internet
Hotel	10,0	7,9	15,6	33,5
1 stella	5,7	3,5	9,1	18,3
2 stelle	7,2	5,2	13,4	25,8
3 stelle	10,4	8,1	17,5	36,0
4 stelle	14,2	14,2	16,7	45,0
5 stelle	19,1	11,5	15,7	46,2
RTA	14,3	10,0	19,7	44,0
Villaggio	17,7	4,4	20,9	43,0
Agriturismo	10,9	5,0	22,8	38,7
Campeggio	10,3	2,4	17,6	30,2
B&B	8,9	6,0	20,5	35,4
Case per ferie	10,2	3,7	13,8	27,7
Ostello della gioventù	13,7	8,9	19,4	42,0
Rifugio	7,8	1,3	17,1	26,2
Altri esercizi ricettivi	9,1	7,1	17,5	33,8
Italia	10,0	6,5	18,4	34,8

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

III trimestre 2010

	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	Totale turisti Internet
Città di interesse storico artistico	10,4	8,9	19,3	38,6
Montagna	9,8	4,5	17,6	31,9
Terme	10,6	6,7	17,3	34,6
Lago	12,9	7,4	20,4	40,7
Mare	9,6	6,0	18,5	34,0
Campagna	9,1	6,0	17,8	32,9
Altre località	9,8	6,1	17,9	33,7
Italia	10,0	6,5	18,4	34,8

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

3. Il profilo del turista

3.1 I segmenti turistici

La tipologia della clientela presente nelle strutture ricettive durante il III trimestre del 2010 vede, come di consueto, prevalere famiglie (37,3%) e coppie (36,7%) in vacanza, mentre la quota del business raggiunge complessivamente il 9,3% della clientela.

I target di clientela ricalcano sostanzialmente l'andamento dello stesso trimestre del 2009, ad eccezione dei single che registrano un aumento, passando dal 7,8% al 9,8%.

Negli hotel pesano in misura maggiore i turisti business (che tra gruppi e individuali complessivamente rappresentano il 13,6%, su una media Italia del 9,4%) mentre nelle imprese extralberghiere si rileva una maggiore incidenza di coppie leisure (39,7% su una media Italia del 36,7%).

Tipologia della clientela (%)							
	Turisti leisure				Turisti business		Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	
III trimestre 2009	38,9	35,4	7,3	7,8	7,8	2,7	100,0
III trimestre 2010	37,3	36,7	6,8	9,8	6,9	2,4	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per tipologia ricettiva (%)								
III trimestre 2010								
	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Alberghiero	35,8	33,3	7,5	9,8	9,9	2,6	1,1	100,0
Extralberghiero	38,5	39,7	6,2	9,8	4,4	0,8	0,5	100,0
Italia	37,3	36,7	6,8	9,8	6,9	1,7	0,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Nel dettaglio delle macro aree si possono rilevare alcune peculiarità:

- nelle strutture ricettive del Nord Ovest si rileva una quota maggiore dei turisti business (14%) rispetto alla media Italia (9,3%);
- nelle imprese del Nord Est il segmento delle famiglie rappresenta il 39,6%, superando la media Italia che si attesta al 37,3%;
- le strutture ricettive nel Sud e nelle Isole vedono prevalere target di coppie che viaggiano per motivi di piacere (40,4% contro una media del 36,7%) e una quota maggiore rispetto alla media di single (11,1%, contro il 9,8% della media Italia).

Tipologia della clientela per area (%)								
III trimestre 2010								
	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Nord ovest	33,2	37,4	6,1	9,3	11,4	1,9	0,7	100,0
Nord est	39,6	32,2	7,8	8,7	8,6	2,2	0,7	100,0
Centro	38,0	38,6	6,6	10,2	4,5	1,3	0,8	100,0
Sud e isole	36,2	40,4	6,2	11,1	4,2	1,1	0,8	100,0
Italia	37,3	36,7	6,8	9,8	6,9	1,7	0,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tra le tipologie ricettive,

- le famiglie rappresentano oltre la metà della clientela sul totale del periodo nei campeggi (62%) nei villaggi (61,4%) nelle RTA (49,8%) e negli agriturismo (46,6%);
- le coppie sono il segmento prevalente nei B&B (48%) e negli hotel 5 stelle (43,8%);
- nelle case per ferie e negli ostelli i single rappresentano il quarto target di riferimento e pesano rispettivamente il 17,3% e il 15,8% sul totale della clientela;
- i gruppi leisure rappresentano il segmento principale di clientela per i rifugi (35,7%), e raggiungono quote superiori alla media (6,8%) nelle case per ferie (20,7%) negli ostelli della gioventù (19,8%) e negli hotel 4 stelle (10,6%);
- negli hotel 4 stelle il business rappresenta il terzo target di riferimento e pesa sul totale della clientela complessivamente il 20%, il doppio rispetto alla media del periodo.

Tipologia della clientela per tipologia ricettiva (%)

III trimestre 2010

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Hotel	35,8	33,3	7,5	9,8	9,9	2,6	1,1	100,0
1 stella	33,0	36,6	5,6	12,6	8,6	3,2	0,4	100,0
2 stelle	34,7	37,9	6,2	10,4	7,6	2,5	0,6	100,0
3 stelle	36,8	32,1	8,0	9,2	10,4	2,4	1,0	100,0
4 stelle	30,0	30,2	10,6	9,4	14,0	3,9	2,0	100,0
5 stelle	27,0	43,8	5,4	7,8	9,1	2,6	4,3	100,0
RTA	49,8	26,1	6,3	7,4	7,4	1,4	1,6	100,0
Villaggio	61,4	26,0	4,1	6,5	1,2	0,8	0,0	100,0
Agriturismo	46,6	36,4	5,8	6,2	3,5	1,0	0,4	100,0
Campeggio	62,0	24,5	6,3	5,9	0,8	0,3	0,1	100,0
B&B	29,1	48,0	3,4	12,6	5,7	0,7	0,5	100,0
Case per ferie	32,6	23,4	20,7	17,3	4,0	0,4	1,5	100,0
Ostello della gioventù	31,4	26,9	19,8	15,8	1,6	4,3	0,2	100,0
Rifugio	22,1	24,5	35,7	12,5	3,2	1,0	0,9	100,0
Altri esercizi ricettivi	44,8	33,8	3,5	9,1	7,7	0,9	0,3	100,0
Italia	37,3	36,7	6,8	9,8	6,9	1,7	0,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tra le destinazioni di prodotto:

- in città, il segmento business incide per il 13,5% e si tratta prevalentemente di individuali (10,4%);
- in montagna, i single (11,2%) ed i gruppi (10,7%) sono presenti in misura maggiore rispetto alla media (rispettivamente 9,8% e 6,8%);
- nelle strutture termali, le coppie pesano sul totale della clientela il 41,6% (contro una media del 36,7%) ed i single il 12,8% (9,8% media Italia);
- nelle destinazioni lacuali, le famiglie e le coppie incidono rispettivamente per il 40,1% ed il 41,9%;
- al mare, le famiglie pesano quasi per la metà della clientela (46,9%).

Tipologia della clientela per area-prodotto (%)

III trimestre 2010

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Città di interesse storico artistico	33,3	36,5	5,9	10,9	10,4	2,3	0,8	100,0
Montagna	34,5	35,5	10,7	11,2	5,3	1,9	0,9	100,0
Terme	27,5	41,6	9,3	12,8	6,2	2,1	0,6	100,0
Lago	40,1	41,9	5,1	8,3	3,6	0,7	0,4	100,0
Mare	46,9	36,8	5,1	7,4	2,7	0,7	0,4	100,0
Campagna	38,0	38,5	6,3	9,1	5,9	1,5	0,7	100,0
Altre località	30,5	33,3	6,9	11,1	14,3	2,6	1,4	100,0
Italia	37,3	36,7	6,8	9,8	6,9	1,7	0,8	100,0

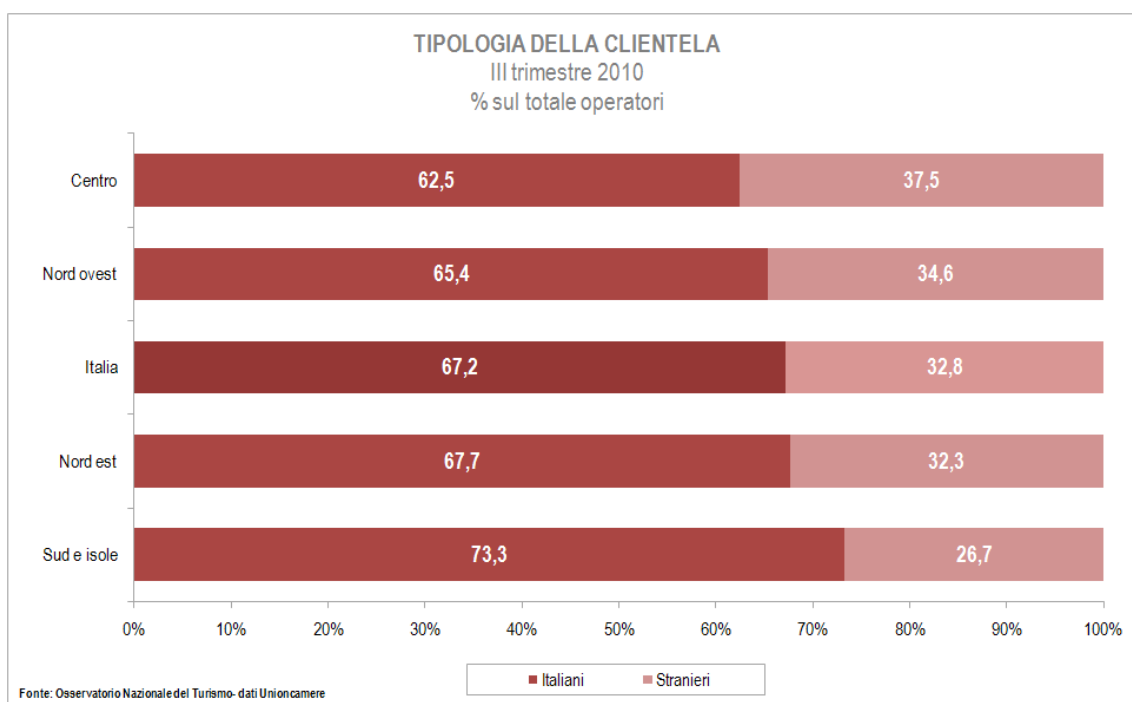
Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

3.2 La provenienza della clientela

La clientela internazionale nelle strutture ricettive rappresenta il 32,8% sul totale, dato sostanzialmente in linea con quanto rilevato nell'estate 2009 (32%). Ad ospitare la quota maggiore di turismo straniero nel trimestre estivo sono le imprese del Centro (37,5%) e del Nord (Nord Ovest 34,6%, Nord Est 32,3%), mentre il Sud e le Isole, come di consueto, vedono prevalere la clientela italiana (73,3%).

A livello di prodotto, la maggiore incidenza di turisti internazionali si rileva nelle destinazioni lacuali (dove gli stranieri costituiscono il 53% della clientela) e nelle città d'arte (38,2%).

Tra i due comparti è minimo il divario, i turisti stranieri nelle strutture complementari sono pari al 33,5% mentre negli hotel al 32%, in quota maggiore nei 4 e 5 stelle (rispettivamente 44,5% e 46,4%), negli ostelli (44,1%) e nei rifugi (43,8%).



Provenienza della clientela (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
III trimestre 2009	68,0	32,0	100,0
III trimestre 2010	67,2	32,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Provenienza della clientela per area prodotto (%) III trimestre 2010

	Italiani	Stranieri	Totale
Città di interesse storico artistico	61,8	38,2	100,0
Montagna	70,0	30,0	100,0
Terme	69,1	30,9	100,0
Lago	47,0	53,0	100,0
Mare	73,5	26,5	100,0
Campagna	66,2	33,8	100,0
Altre località	69,7	30,3	100,0
Italia	67,2	32,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Provenienza della clientela per tipologia ricettiva (%) III trimestre 2010

	Italiani	Stranieri	Totale
Alberghiero	68,0	32,0	100,0
Extralberghiero	66,5	33,5	100,0
Italia	67,2	32,8	100,0

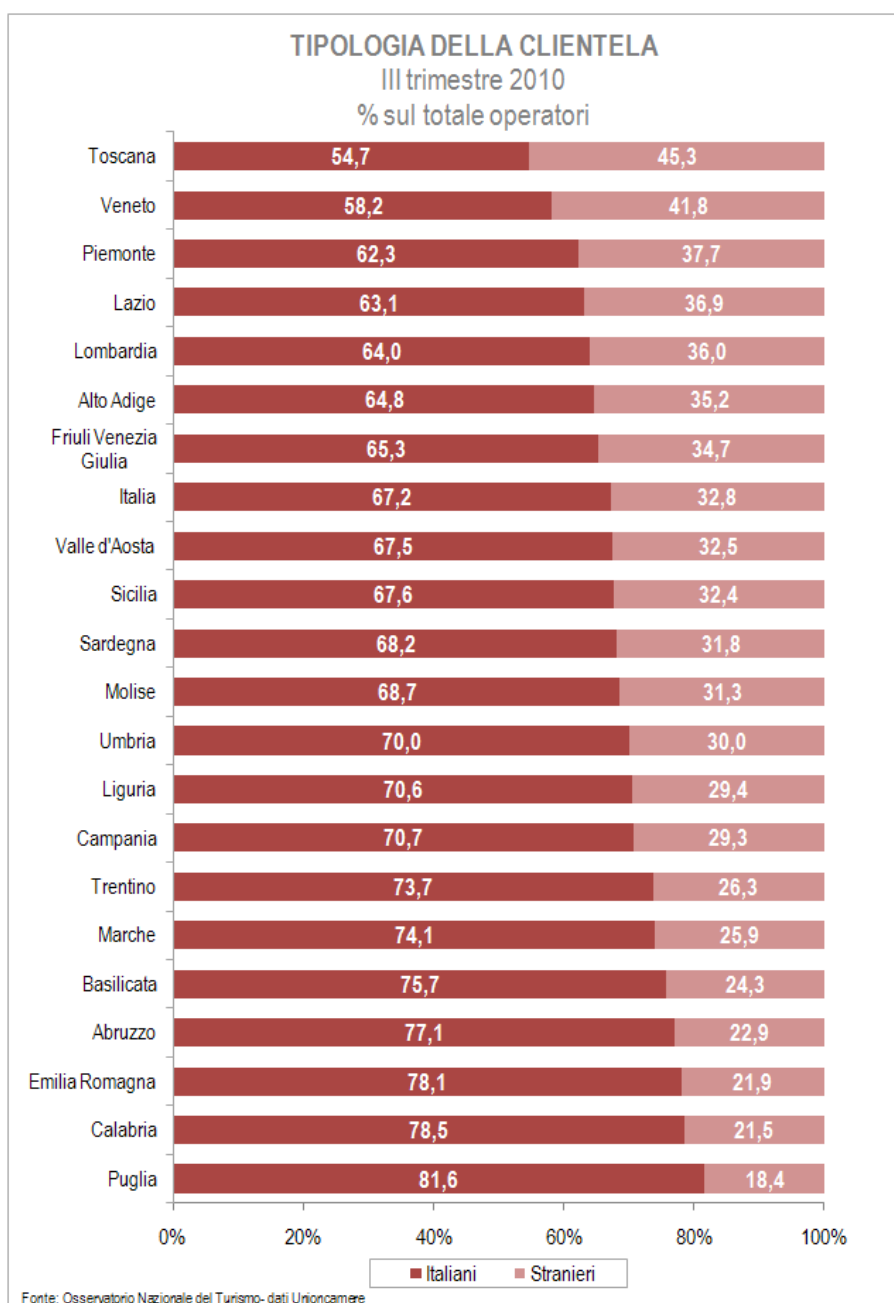
Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Provenienza della clientela per tipologia ricettiva (%) III trimestre 2010

	Italiani	Stranieri	Totale
Hotel	68,0	32,0	100,0
1 stella	73,4	26,6	100,0
2 stelle	72,2	27,8	100,0
3 stelle	69,5	30,5	100,0
4 stelle	55,5	44,5	100,0
5 stelle	53,6	46,4	100,0
RTA	62,7	37,3	100,0
Villaggio	68,0	32,0	100,0
Agriturismo	63,5	36,5	100,0
Campeggio	64,0	36,0	100,0
B&B	69,9	30,1	100,0
Case per ferie	67,9	32,1	100,0
Ostello della gioventù	55,9	44,1	100,0
Rifugio	56,2	43,8	100,0
Altri esercizi ricettivi	67,6	32,4	100,0
Italia	67,2	32,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Le regioni con il maggiore appeal sulla clientela internazionale sono la Toscana con il 45,3% di turisti stranieri (quota in aumento rispetto al 42,9% dello scorso anno), il Veneto (41,8% contro il 40,5% del III trimestre del 2009), il Piemonte (37,7% quest'anno, 36,9% nel 2009) e il Lazio (che passa dal 26,4% del 2009 al 36,9%).



I principali mercati di riferimento per le strutture si confermano la Germania, prima per quasi la metà degli operatori (46,5%), la Francia (26,6%) e il Regno Unito (16%). Per le imprese del Nord Ovest e del Centro al terzo posto incalza il mercato olandese, mentre nel Nord Est quello austriaco.

Tra le destinazioni di prodotto, in città, in montagna e alle terme i principali mercati di riferimento sono quello tedesco, francese e inglese, mentre nelle destinazioni balneari e lacuali sono, nell'ordine, i tedeschi, gli olandesi ed i francesi.

Principali mercati

% sul totale strutture - III trimestre 2010

1°	Germania	46,5
2°	Francia	26,6
3°	Regno Unito	16,0
	Paesi Bassi/Olanda	14,1
	Svizzera	10,1
	Austria	9,3
	Stati Uniti	9,1
	Belgio	7,3
	Spagna	5,7
	Polonia	2,6
	Russia	2,4

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Principali mercati per area geografica

III trimestre 2010

	1°	2°	3°
Nord ovest	Germania	Francia	Olanda
Nord est	Germania	Francia	Austria
Centro	Germania	Francia	Olanda
Sud e isole	Germania	Francia	Regno Unito
Italia	Germania	Francia	Regno Unito

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Principali mercati per area-prodotto

III trimestre 2010

	1°	2°	3°
Città di interesse storico artistico	Germania	Francia	Regno Unito
Montagna	Germania	Francia	Regno Unito
Terme	Germania	Francia	Regno Unito
Lago	Germania	Olanda	Francia
Mare	Germania	Olanda	Svizzera
Campagna	Germania	Francia	Olanda
Italia	Germania	Francia	Regno Unito

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

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 e prenotazione, registrati nelle destinazioni di prodotto, in ognuno dei mesi oggetto dell'indagine.

I dati vengono accorpati in quattro fasce:

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

Questo schema consente alle istituzioni ed agli operatori locali:

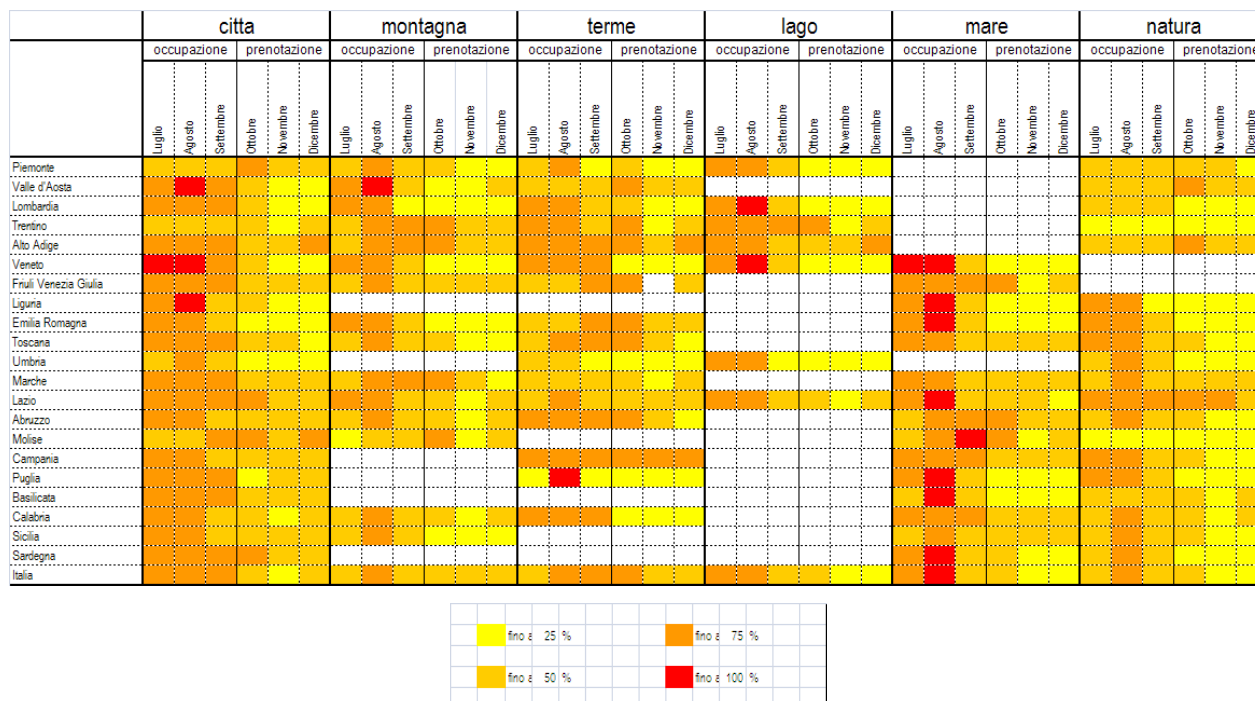
- di riconoscere le specializzazioni territoriali per prodotto;
- di effettuare un immediato raffronto con i propri obiettivi di destagionalizzazione e di diversificazione di prodotto;
- di avere un primo parametro per la misurazione degli effetti delle azioni di promozione realizzate.

4.1 La mappa competitiva dei prodotti

Mare e lago sono i prodotti di punta dell'estate 2010, con un calo di vendite rispetto al 2009 per il mare e, al contrario, una crescita per il lago che prende il posto della montagna, protagonista dell'estate 2009 insieme alle destinazioni balneari. Buone anche le performance delle città che aumentano le vendite rispetto allo scorso anno e si collocano in terza posizione come prodotto più venduto dell'estate 2010.

Tra le regioni leader si distinguono, con vendite vicine alla piena occupazione:

- per il turismo balenare, il Veneto sia in luglio che in agosto, la Liguria, l'Emilia Romagna, il Lazio, la Puglia, la Basilicata e la Sardegna in agosto e il Molise in settembre.
- per il lago, la Lombardia ed il Veneto in agosto;
- per il turismo culturale, il Veneto in luglio ed agosto, la Liguria e la Valle d'Aosta in agosto;
- per la montagna, la Valle d'Aosta in agosto;
- per le terme, la Puglia in agosto.



Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

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

Le città d'arte registrano un saldo positivo rispetto allo scorso anno: vendute il 67,9% delle camere disponibili nel trimestre estivo, con un aumento del +3,7% rispetto all'estate 2009. La crescita è legata soprattutto ai mesi di luglio (+5,6%) e settembre (+2,7%), mentre le vendite di agosto sono pressoché in linea con quelle dello scorso anno (+1,7%).

Nel dettaglio, l'occupazione camere di luglio ha raggiunto il 66,9% (con picchi del 73,2% nel comparto extralberghiero che, infatti, cresce in misura maggiore rispetto all'alberghiero), quella di agosto il 69% (74,5% nell'extralberghiero) e quella di settembre il 54% (57,1% nell'hôtellerie).

Per il trimestre autunnale, in linea con la media Italia, le previsioni sono ottimistiche: prenotata in media 1 camera in più su 10 rispetto allo scorso anno. Ad inizio settembre, infatti, gli operatori segnalano il 38,8% di prenotazioni per ottobre, il 24,8% per novembre e il 25,1% per dicembre.

Occupazione camere luglio-settembre 2010 per area-prodotto (%)

Città di interesse storico artistico	Luglio	Agosto	Settembre*
Alberghiero	61,4	63,9	57,1
Extralberghiero	73,2	74,5	50,3
Città di interesse storico artistico	66,9	69,0	54,0
Italia	59,9	69,0	47,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2010 per area-prodotto (%)

Città di interesse storico artistico	Ottobre	Novembre	Dicembre
Alberghiero	38,4	25,7	24,3
Extralberghiero	39,7	22,4	27,2
Città di interesse storico artistico	38,8	24,8	25,1
Italia	38,1	23,8	26,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

La clientela del trimestre luglio-settembre è composta in prevalenza da coppie di vacanzieri (36,5%) e famiglie (33,3%), ma nonostante il fisiologico calo stagionale, permane un 13,5% di clientela business.

Il turismo internazionale costituisce il 38,2% della clientela delle strutture ricettive, quota più elevata del 32,8% della media Italia.

Il 38,6% della clientela prenota tramite Internet (10,4% dal sito, 8,9% dai grandi portali, 19,3% tramite e-mail) e la durata media dei soggiorni è compresa tra le 3 e le 4 notti, sia per gli italiani (3,4 notti) che per gli stranieri (3,9 notti).

La quota di turismo organizzato (12,5%) è leggermente superiore alla media Italia (11,3%), mentre quella di clientela abituale (26,9%) è inferiore (media Italia 32,6%).

Provenienza della clientela per area prodotto (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Città di interesse storico artistico	61,8	38,2	100,0
Italia	67,2	32,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Permanenza media della clientela (n.° notti) per area prodotto

	italiani	stranieri	Media Totale
Città di interesse storico artistico	3,4	3,9	3,6
Italia	4,0	4,4	4,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	Totale turisti Internet
Città di interesse storico artistico	10,4	8,9	19,3	38,6
Italia	10,0	6,5	18,4	34,8

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per area-prodotto (%)

Città di interesse storico artistico	12,5
Italia	11,3

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Clientela abituale per prodotto (%)

Città di interesse storico artistico	26,9
Italia	32,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per area-prodotto (%)

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Città di interesse storico artistico	33,3	36,5	5,9	10,9	10,4	2,3	0,8	100,0
Italia	37,3	36,7	6,8	9,8	6,9	1,7	0,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

4.3 Il balneare

Le destinazioni balneari registrano un trend in calo rispetto all'estate 2009: 65,2% di camere vendute nel mese di luglio (-4,6% rispetto al 2009), 77% ad agosto (-7,3%) e 45,8% a settembre (-3,8%).

L'hôtellerie conta l'occupazione camere più elevata del periodo e vende il 68,7% delle disponibilità di luglio, il 78,3% ad agosto e il 48,8% in settembre.

Le previsioni per la stagione autunnale sono più elevate rispetto a quelle dello scorso anno: 34,6% le camere prenotate per ottobre (+7,1% rispetto alle prenotazioni del 2009), 22,5% per novembre (+12,1%) e 22,1% per dicembre (+11,6%).

Le strutture extralberghiere, anche grazie ai soggiorni stanziali, mostrano le previsioni più promettenti del periodo: 42,8% le camere prenotate per ottobre, 27,3% per novembre, 28,4% per dicembre.

Occupazione camere luglio-settembre 2010 per area-prodotto (%)

Mare	Luglio	Agosto	Settembre*
Alberghiero	68,7	78,3	48,8
Extralberghiero	60,9	75,5	42,5
Mare	65,2	77,0	45,8
Italia	59,9	69,0	47,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2010 per area-prodotto (%)

Mare	Ottobre	Novembre	Dicembre
Alberghiero	29,3	19,5	18,6
Extralberghiero	42,8	27,3	28,4
Mare	34,6	22,5	22,1
Italia	38,1	23,8	26,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

La clientela delle località balneari è composta per il 73,5% da italiani che si trattengono in media 5 notti, ovvero una notte in più rispetto alla media delle destinazioni turistiche del Bel Paese.

Rispetto all'estate 2009 cresce leggermente la quota di clientela internazionale (26,5% quest'anno, 22,5% l'anno scorso) e la relativa permanenza media (5,3 notti quest'anno, 5,1 notti nel 2009).

L'utilizzo del web per le prenotazioni coinvolge il 34% della clientela (in linea con il 34,8% della media Italia), mentre il 10,4% proviene dal circuito del turismo organizzato (11,3% la media Italia). Elevata la quota di clientela abituale (38% su una media Italia del 32,6%) e quella di turismo leisure, composto da famiglie (46,9%), coppie (36,8%), gruppi (5,1%) e single (7,4%).

Provenienza della clientela per area prodotto (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Mare	73,5	26,5	100,0
Italia	67,2	32,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Permanenza media della clientela (n.° notti) per area prodotto

	italiani	stranieri	Media Totale
Mare	5,0	5,3	5,1
Italia	4,0	4,4	4,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	Totale turisti Internet
Mare	9,6	6,0	18,5	34,0
Italia	10,0	6,5	18,4	34,8

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per area-prodotto (%)

Mare	10,4
Italia	11,3

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Clientela abituale per prodotto (%)

Mare	38,0
Italia	32,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per area-prodotto (%)

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Mare	46,9	36,8	5,1	7,4	2,7	0,7	0,4	100,0
Italia	37,3	36,7	6,8	9,8	6,9	1,7	0,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

4.4 Le destinazioni lacuali

Il bilancio estivo per le destinazioni lacuali è particolarmente positivo: vendono in media nel trimestre il 70,3% delle camere disponibili (appena inferiore al 71,2% delle località balneari), con una crescita del +4,7% rispetto allo scorso anno.

Nel dettaglio, le imprese hanno venduto il 66,7% delle camere in luglio e il 73,7% in agosto, un trend al di sopra della media Italia (+6,8% luglio, +4,7% agosto) e pressoché in linea tra i due comparti produttivi.

Il dato provvisorio di settembre, invece, mostra per i laghi il 41,6% di camere vendute (meno del 47,1% registrato per la media Italia), con un calo del -4,5% rispetto al 2009, legato principalmente al comparto extralberghiero (-7,4%, contro -1,4% dell'hôtellerie).

Le previsioni per ottobre (28% di camere prenotate) sono leggermente al di sopra di quelle del 2009 (+1,9%). Al contrario, per novembre (11,4%) e dicembre (19,8%) si registrano prenotazioni più contenute (-5% novembre, -4,4% dicembre), un calo imputabile principalmente al comparto extralberghiero.

Occupazione camere luglio-settembre 2010 per area-prodotto (%)

Lago	Luglio	Agosto	Settembre*
Alberghiero	66,0	74,7	51,0
Extralberghiero	67,3	73,1	34,7
Lago	66,7	73,7	41,6
Italia	59,9	69,0	47,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2010 per area-prodotto (%)

Lago	Ottobre	Novembre	Dicembre
Alberghiero	33,0	15,9	22,4
Extralberghiero	21,5	6,3	17,1
Lago	28,0	11,4	19,8
Italia	38,1	23,8	26,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Il lago è tradizionalmente il prodotto in cui il turismo internazionale pesa maggiormente sulla domanda turistica, sia in termini di quota (53% della clientela delle strutture quest'anno, 54,8% lo scorso anno) che di durata della vacanza (4,6 notti contro le 3,8 notti degli italiani).

Il turismo organizzato costituisce il 16,9% della clientela del periodo luglio-settembre (più dell'11,3% della media Italia). Circa 1 turista su 3 è cliente abituale della struttura e oltre l'80% della clientela è composta da famiglie e coppie di vacanzieri.

Il 40,7% dei clienti prenota tramite il web (più del 34,8% della media Italia) ed in particolare, il 20,4% con e-mail, il 12,9% attraverso il sito di proprietà della struttura e il 7,4% sui grandi portali di settore.

Provenienza della clientela per area prodotto (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Lago	47,0	53,0	100,0
Italia	67,2	32,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Permanenza media della clientela (n.° notti) per area prodotto

	italiani	stranieri	Media Totale
Lago	3,8	4,6	4,2
Italia	4,0	4,4	4,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	Totale turisti Internet
Lago	12,9	7,4	20,4	40,7
Italia	10,0	6,5	18,4	34,8

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per area-prodotto (%)

Lago	16,9
Italia	11,3

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Clientela abituale per prodotto (%)

Lago	33,8
Italia	32,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per area-prodotto (%)

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Lago	40,1	41,9	5,1	8,3	3,6	0,7	0,4	100,0
Italia	37,3	36,7	6,8	9,8	6,9	1,7	0,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

4.5 Le terme

L'estate 2010 si chiude per il comparto termale con un calo di vendite rispetto allo scorso anno, in luglio (vendute il 48,9% delle camere disponibili, -5,2% rispetto al 2009) ed agosto (66,8% con un calo del -3,7%), seguito da un recupero nel mese di settembre (54,1% l'occupazione, pari al +3,5%).

Diverso, tuttavia, l'andamento tra i due comparti produttivi:

- il comparto alberghiero si distingue per le vendite più elevate del mese di luglio (52%), quando contiene il calo di occupazione al -1,8% (contro il -11,2% dell'extralberghiero), ma registra un calo rispettivamente del -7,6% in agosto e del -3,1% in settembre ;
- il comparto extralberghiero, al contrario, recupera con una crescita di vendite proprio nella seconda parte dell'estate, quando totalizza l'occupazione più alta del periodo (72% di camere vendute ad agosto e 60,7% a settembre).

Più elevate rispetto al 2009 le prenotazioni per l'autunno: 52,8% le camere prenotate per ottobre (+26,8%), 30,9% per novembre (+12,8%) e 29,2% per dicembre (+11,1%).

Occupazione camere luglio-settembre 2010 per area-prodotto (%)

Terme	Luglio	Agosto	Settembre*
Alberghiero	52,0	63,2	49,8
Extralberghiero	44,5	72,0	60,7
Terme	48,9	66,8	54,1
Italia	59,9	69,0	47,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2010 per area-prodotto (%)

Terme	Ottobre	Novembre	Dicembre
Alberghiero	41,3	28,9	31,1
Extralberghiero	74,3	33,6	21,0
Terme	52,8	30,9	29,2
Italia	38,1	23,8	26,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Il 69,1% della domanda è composto da clientela italiana che si trattiene in media 4,4 notti, ovvero più a lungo dei clienti stranieri (4 notti). I turisti organizzati sono il 14,7% della clientela, una quota più elevata della media Italia (11,3%).

Il 34,6% della domanda prenota tramite internet (10,6% dal sito web della struttura, 6,7% dai grandi portali, 17,3% con e-mail) e il 35,5% è un cliente abituale della struttura ricettiva.

Particolarmente elevata la quota di coppie di vacanzieri (41,6%), seguita a distanza dalle famiglie (27,5%), dai single (12,8%) e dai gruppi leisure (9,3%).

Provenienza della clientela per area prodotto (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Terme	69,1	30,9	100,0
Italia	67,2	32,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Permanenza media della clientela (n.° notti) per area prodotto

	italiani	stranieri	Media Totale
Terme	4,4	4,0	4,2
Italia	4,0	4,4	4,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	Totale turisti Internet
Terme	10,6	6,7	17,3	34,6
Italia	10,0	6,5	18,4	34,8

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per area-prodotto (%)

Terme	14,7
Italia	11,3

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Clientela abituale per prodotto (%)

Terme	35,5
Italia	32,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per area-prodotto (%)

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Terme	27,5	41,6	9,3	12,8	6,2	2,1	0,6	100,0
Italia	37,3	36,7	6,8	9,8	6,9	1,7	0,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

4.6 La montagna

Dopo gli ottimi risultati del 2009, l'estate 2010 è segnata per la montagna italiana da un calo di vendite, sia in luglio (-9,2%) che in agosto (-12,9%), con un recupero nel mese di settembre (+4,8%). Nel dettaglio, sono state vendute a luglio il 50% delle camere disponibili, ad agosto il 62,6% ed a settembre il 44,6%, con un trend al di sotto della media nazionale e pressoché omogeneo tra i due comparti produttivi.

Per l'autunno è previsto un recupero: più elevate rispetto allo scorso anno le prenotazioni, che per ottobre contano il 43,4% di camere prenotate (+24,4%), per novembre il 29,2% (+17,1%) e per dicembre il 34,7% (+12,5%).

Occupazione camere luglio-settembre 2010 per area-prodotto (%)

Montagna	Luglio	Agosto	Settembre*
Alberghiero	49,2	63,3	46,8
Extralberghiero	51,0	61,7	41,9
Montagna	50,0	62,6	44,6
Italia	59,9	69,0	47,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2010 per area-prodotto (%)

Montagna	Ottobre	Novembre	Dicembre
Alberghiero	46,7	34,3	36,8
Extralberghiero	39,4	22,0	31,7
Montagna	43,4	29,2	34,7
Italia	38,1	23,8	26,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

E' un turismo in prevalenza domestico (gli italiani sono il 70% della clientela), con una forte componente abituale (37,4% su una media Italia del 32,6%) ed una permanenza media di 4 notti. I turisti organizzati sono il 9,4% e la composizione della clientela è in linea con quella della media Italia (34,5% di famiglie, 35,5% di coppie, 10,7% di gruppi leisure, 11,2% di single e 8,1% di clientela business).

Provenienza della clientela per area prodotto (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Montagna	70,0	30,0	100,0
Italia	67,2	32,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Permanenza media della clientela (n.° notti) per area prodotto

	italiani	stranieri	Media Totale
Montagna	4,0	4,0	4,0
Italia	4,0	4,4	4,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	Totale turisti Internet
Montagna	9,8	4,5	17,6	31,9
Italia	10,0	6,5	18,4	34,8

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per area-prodotto (%)

Montagna	9,4
Italia	11,3

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Clientela abituale per prodotto (%)

Montagna	37,4
Italia	32,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per area-prodotto (%)

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Montagna	34,5	35,5	10,7	11,2	5,3	1,9	0,9	100,0
Italia	37,3	36,7	6,8	9,8	6,9	1,7	0,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

4.7 Il turismo verde e rurale

Il turismo naturalistico registra un calo di vendite in luglio ed agosto (-11% rispetto al 2009) e chiude solo in pareggio a settembre (-0,4%). Occupate in luglio il 46,6% delle camere nelle strutture ricettive, il 57% in agosto e il 41% in settembre.

La diminuzione dell'occupazione camere nei mesi centrali dell'estate è comune ad entrambi i comparti produttivi ma più sentita nell'extralberghiero dove, infatti, la quota di venduto (luglio 45,4%, agosto 54,9%) si mantiene di poco al di sotto di quella dell'hôtellerie (luglio 47,8%, agosto 59,2%).

Al pari di quanto emerge per gli altri prodotti, le previsioni per l'autunno preannunciano un recupero: prenotate, ad inizio settembre, il 37,2% delle camere disponibili per ottobre (+17,2%), il 20,8% per novembre (+11,2%) e il 24,1% per dicembre (+12,5%).

Occupazione camere luglio-settembre 2010 per area-prodotto (%)

Campagna	Luglio	Agosto	Settembre*
Alberghiero	47,8	59,2	46,2
Extralberghiero	45,4	54,9	34,9
Campagna	46,6	57,0	41,0
Italia	59,9	69,0	47,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2010 per area-prodotto (%)

Campagna	Ottobre	Novembre	Dicembre
Alberghiero	38,8	23,2	27,4
Extralberghiero	35,1	17,9	20,1
Campagna	37,2	20,8	24,1
Italia	38,1	23,8	26,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

La composizione della clientela estiva nelle strutture ricettive rispecchia quella della media delle destinazioni italiane: 66,2% di italiani e 33,8% di stranieri, una durata media della vacanza di poco più di 4 notti, una quota di clientela abituale del 28,8% ed organizzata del 12,3%. In prevalenza famiglie (38%) e coppie (38,5%). Le prenotazioni avvengono attraverso internet nel 32,9% dei casi (9,1% attraverso il sito web della struttura ricettiva, 6% dai grandi portali, 17,8% tramite e-mail).

Provenienza della clientela per area prodotto (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Campagna	66,2	33,8	100,0
Italia	67,2	32,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Permanenza media della clientela (n.° notti) per area prodotto

	italiani	stranieri	Media Totale
Campagna	3,8	4,5	4,2
Italia	4,0	4,4	4,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	Totale turisti Internet
Campagna	9,1	6,0	17,8	32,9
Italia	10,0	6,5	18,4	34,8

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per area-prodotto (%)

Campagna	12,3
Italia	11,3

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Clientela abituale per prodotto (%)

Campagna	28,8
Italia	32,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per area-prodotto (%)

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Campagna	38,0	38,5	6,3	9,1	5,9	1,5	0,7	100,0
Italia	37,3	36,7	6,8	9,8	6,9	1,7	0,8	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Nota metodologica

Lo studio viene realizzato 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. 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%, un margine di errore dell'1,9%.

Distribuzione interviste % sul totale				
	esercizi		letti	
	ISTAT 2008	ISNART	ISTAT 2008	ISNART
Ricettività Italia				
Hotel 1 stella	5,8	5,9	2,5	2,7
Hotel 2 stelle	9,7	9,8	5,8	6,5
Hotel 3 stelle	20,4	20,7	24,1	24,8
Hotel 4 stelle	6,2	6,3	15,7	14,6
Hotel 5 stelle	0,4	0,4	1,4	1,0
Residenze Turistico Alberghiere	3,4	3,5	4,9	4,7
Totale alberghi	46,0	46,6	54,4	54,2
Campeggi e Villaggi turistici	3,5	3,5	33,6	32,3
Agriturismo	20,8	20,9	4,7	5,4
Bed & Breakfast	24,5	23,3	2,3	2,9
Case per ferie	2,9	2,4	3,1	2,9
Ostello della gioventù	0,6	0,5	0,6	0,5
Rifugi alpini	1,3	1,3	0,8	0,9
Altri esercizi ricettivi	0,4	1,5	0,4	0,9
Totale esercizi complementari	54,0	53,4	45,6	45,8
Totale esercizi	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

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. Non essendo disponibile un dato ufficiale dell'Istat sulla distribuzione delle camere per l'intero universo osservato (cioè anche per le strutture

extralberghiere), il dato di occupazione camere è stato pesato sulla base dei posti letto, assumendo che la distribuzione sia la medesima. La rilevazione si è svolta dal 6 al 13 settembre 2010