
OSSERVATORIO NAZIONALE DEL TURISMO



LE PERFORMANCE DI VENDITA DELLE IMPRESE DEL RICETTIVO



Ottobre 2013

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 2013
Casi:	5.000

Sommario

1	L'andamento della stagione estiva.....	4
1.1	Le vendite nelle strutture ricettive	4
1.1	Le settimane di Ferragosto	8
1.2	Le prenotazioni per il IV trimestre 2013	10
2	Le strategie delle imprese ricettive.....	12
2.1	La politica dei prezzi.....	12
2.2	Le politiche di promo-commercializzazione	14
2.3	Il ruolo di Internet	19
3	Il profilo del turista	23
3.1	I segmenti turistici	23
3.2	La provenienza della clientela.....	26
4.	I prodotti turistici	29
4.1	La mappa competitiva dei prodotti	29
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	47
	Nota metodologica	50

1 L'andamento della stagione estiva

1.1 Le vendite nelle strutture ricettive

Dopo le criticità registrate nella stagione estiva del 2012, l'estate del 2013 si chiude con un recupero per gli operatori del ricettivo.

Un andamento che riguarda entrambi i comparti e che vede nei mesi di luglio e agosto un'occupazione camere media del 64,4% (+2,2%) e del 74% ad agosto (+3,3%): negli hotel si registra il 63,8% a luglio (+2,3%) ed il 72,3% ad agosto (+3,6%) e nell'extralberghiero il 65,2% a luglio (+2,2%) ed il 75,9% ad agosto (+3,1%).

Una stagione che però si arresta a settembre con il 36,5% di camere occupate quando si registra un -1,2% di vendite sulle quali incide l'andamento degli hotel (-1,8% con il 40,7% di occupazione, contro il 31,6% del complementare).

Occupazione camere luglio-settembre 2012-2013 per tipologia ricettiva (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre
Alberghiero	61,5	68,7	42,5	63,8	72,3	40,7	2,3	3,6	-1,8
Extralberghiero	63,0	72,8	31,8	65,2	75,9	31,6	2,2	3,1	-0,2
Italia	62,2	70,7	37,7	64,4	74,0	36,5	2,2	3,3	-1,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Occupazione camere per tipologia ricettiva (%)

confronto 2010-2013

	2010			2011			2012			2013		
	Alb.	Extra.	Totale	Alb.	Extra.	Totale	Alb.	Extra.	Totale	Alb.	Extra.	Totale
Gennaio	37,8	27,2	33,9	39,5	25,1	34,2	32,0	29,5	31,0	34,1	25,8	30,1
Febbraio	39,4	26,7	34,6	39,7	23,3	33,2	32,3	28,0	30,5	35,5	24,6	30,3
Marzo	41,4	29,7	36,9	42,8	27,6	36,8	35,7	30,9	33,6	37,6	26,8	32,4
Aprile	42,7	27,5	36,1	43,3	26,4	36,4	40,9	28,2	35,1	40,4	21,8	31,9
Maggio	45,0	33,3	39,7	45,3	31,0	38,8	42,0	31,4	36,8	42,6	23,4	33,6
Giugno	51,9	41,9	47,5	53,8	46,3	50,4	47,3	38,3	42,9	48,7	32,6	41,2
Luglio	60,1	59,7	59,9	64,3	62,7	63,6	61,5	63,0	62,2	63,8	65,2	64,4
Agosto	68,4	69,6	69,0	73,0	76,1	74,4	68,7	72,8	70,7	72,3	75,9	74,0
Settembre	50,4	38,4	45,6	54,7	39,3	47,5	51,1	36,4	44,3			
Ottobre	45,4	28,5	38,5	48,0	27,1	38,4	45,3	26,1	36,5			
Novembre	36,9	28,1	34,0	36,2	18,9	29,1	36,3	18,8	28,4			
Dicembre	39,5	28,1	35,0	32,2	30,2	31,4	32,6	27,0	29,8			

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

In continuità con la tendenza di questi ultimi anni sono gli hotel di categoria alta a registrare i migliori risultati occupando in estate oltre 7 camere su 10. Questo anche grazie alle politiche di pricing adottate che indicano un contenimento delle tariffe per gli hotel 4 e 5 stelle (-0,2% nel III trimestre) a fronte di un rialzo dei prezzi soprattutto negli 1 e 2 stelle (+4,1%).

Tra le tipologie ricettive extralberghiere si segnala un calo sostanzialmente concentrato nei rifugi alpini (-9,9% a luglio, -5,4% ad agosto, -7,2% a settembre) mentre si confermano i risultati positivi dei villaggi turistici (+14,3% a luglio, +12,5% ad agosto, +8,4% anche a settembre).

Occupazione camere luglio-settembre 2012-2013 per tipologia ricettiva (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre
Hotel	61,5	68,7	42,5	63,8	72,3	40,7	2,3	3,6	-1,8
1 stella	47,1	56,3	25,0	54,4	64,1	27,4	7,3	7,8	2,4
2 stelle	53,3	62,9	31,6	54,6	64,4	29,8	1,3	1,5	-1,8
3 stelle	60,5	68,4	39,4	62,4	72,3	37,7	1,9	3,9	-1,7
4 stelle	65,4	70,9	51,9	68,0	73,7	48,1	2,6	2,8	-3,8
5 stelle	70,4	76,3	58,5	73,7	77,4	60,2	3,3	1,1	1,7
RTA	67,2	73,5	42,0	70,0	80,6	44,0	2,8	7,1	2,0
Villaggio	62,1	76,8	40,3	76,4	89,3	48,7	14,3	12,5	8,4
Agriturismo	55,3	65,2	25,4	55,6	67,2	25,3	0,3	2,0	-0,1
Campeggio	67,5	77,7	31,9	70,2	80,6	30,1	2,7	2,9	-1,8
B&B	43,2	54,2	25,5	43,3	53,5	20,2	0,1	-0,7	-5,3
Rifugio	46,8	53,2	22,5	36,9	47,8	15,3	-9,9	-5,4	-7,2
Altri esercizi ricettivi	65,0	67,0	37,3	59,3	71,4	55,9	-5,7	4,4	18,6
Italia	62,2	70,7	37,7	64,4	74,0	36,5	2,2	3,3	-1,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

A distinguersi dalla media in tutto il periodo considerato sono le imprese ricettive del Nord Est che occupano il 71,1% delle disponibilità a luglio (+4,5%), il 78,6% ad agosto (+4%) e il 38,9% a settembre (-3,5%).

Buone anche le performance delle imprese ricettive del Centro che con un'occupazione camere in linea con la media generale, recuperando rispetto al 2012 soprattutto nel mese di settembre (37,9% +6,5%).

Le imprese ricettive del Nord Ovest confermano sostanzialmente i risultati registrati la scorsa estate con il segno meno solo a luglio (-1,4%); criticità, invece, per le imprese del Sud e Isole nel mese di settembre (-6,9%).

Occupazione camere luglio-settembre 2012-2013 per regione (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre
Nord ovest	59,9	65,3	34,7	58,5	66,3	36,5	-1,4	1,0	1,8
Nord est	66,6	74,6	42,4	71,1	78,6	38,9	4,5	4,0	-3,5
Centro	60,8	69,3	31,4	65,0	73,9	37,9	4,2	4,6	6,5
Sud e isole	58,8	69,9	38,3	58,3	71,9	31,4	-0,5	2,0	-6,9
Italia	62,2	70,7	37,7	64,4	74,0	36,5	2,2	3,3	-1,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tra le aree prodotte le imprese ricettive nelle destinazioni lacuali distanziano di gran lunga la media del periodo vendendo nel mese di luglio l'83,5% delle camere disponibili e nel mese di agosto l'87,2% e distinguendosi per i maggiori tassi di crescita (+9,3% a luglio, +12,9% ad agosto).

Al mare, dove le imprese ricettive vedono un recupero più moderato (+2,7% a luglio, +3,2% ad agosto), luglio vede occupate il 68,7% delle camere, mentre si registra l'80,5% ad agosto.

In discreta crescita anche le città d'arte italiane, che realizzano a luglio il 63,4% (+2,5%), ad agosto il 68,3% (+4,2%) e prolungano la stagione estiva fino a settembre occupando il 47,7% delle camere (+7%).

Le aree di campagna del turismo verde italiano confermano i risultati a luglio (54,2%, -0,6% rispetto al 2012) e settembre (32,4%, -0,3%), mentre nel mese di agosto con il 64,4% di camere occupate recuperano del +2,6%.

Nelle località termali, dove l'occupazione camere si attesta al 52,8% a luglio (-0,4%) e solo al 63,2% ad agosto (-4,1%), si recupera sullo scorso anno solo nel mese di settembre (42,1%, +3,9%).

E' la montagna estiva quella che nel trimestre restituisce dei tassi di occupazione in calo: 55% di occupazione a luglio (-3,2%), 67,9% ad agosto (-4,2%), 28,1% a settembre (-1,9%).

Occupazione camere luglio-settembre 2012-2013 per area-prodotto (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre
Città di interesse storico artistico	60,9	64,1	40,7	63,4	68,3	47,7	2,5	4,2	7,0
Montagna	58,2	72,1	30,0	55,0	67,9	28,1	-3,2	-4,2	-1,9
Terme	53,2	67,3	38,2	52,8	63,2	42,1	-0,4	-4,1	3,9
Lago	74,2	74,3	40,2	83,5	87,2	32,7	9,3	12,9	-7,5
Mare	66,0	77,3	39,9	68,7	80,5	34,3	2,7	3,2	-5,6
Campagna	54,8	61,8	32,7	54,2	64,4	32,4	-0,6	2,6	-0,3
Altre località	52,2	56,3	35,5	51,6	59,5	35,3	-0,6	3,2	-0,2
Italia	62,2	70,7	37,7	64,4	74,0	36,5	2,2	3,3	-1,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

1.1 Le settimana di Ferragosto

Torna la massima concentrazione dei flussi estivi nella settimana centrale di agosto: 81,8% (+6,9%), 82,9% nell'extralberghiero (+5,9%), 80,8% negli hotel (+7,8%). Tra le aree prodotto il lago sfiora la massima occupazione (93,3%, +13,1%) ed il mare recupera un 89,5% (+6,4%). I villaggi turistici vendono il 93,2% della disponibilità (+9,3%) e i campeggi l'87,7% (+4,8%). Tra gli hotel i 5 stelle registrano l'83,9% (+4,8%) ma sono le RTA a mostrare i migliori risultati (89,1%, +11,5%).

Meglio nel nord est italiano dove il tasso medio di occupazione raggiunge l'85,3% (+7,3%) e nelle località del centro (82,1%, +7,4%).

Occupazione camere settimana di Ferragosto 2012-2013 per area (%)

	2012	2013	VAR 2013/2012
Nord ovest	69,2	73,6	4,4
Nord est	78,0	85,3	7,3
Centro	74,7	82,1	7,4
Sud e isole	74,4	81,3	6,9
Italia	74,9	81,8	6,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Occupazione camere settimana di Ferragosto 2012-2013 per area-prodotto (%)

	2012	2013	VAR 2013/2012
Città di interesse storico artistico	66,0	74,6	8,6
Montagna	75,4	77,2	1,8
Terme	72,3	70,9	-1,4
Lago	80,2	93,3	13,1
Mare	83,1	89,5	6,4
Campagna	67,8	72,7	4,9
Altre località	56,2	63,3	7,1
Italia	74,9	81,8	6,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Occupazione camere settimana di Ferragosto 2012-2013 per tipologia ricettiva (%)

	2012	2013	VAR 2013/2012
Alberghiero	73,0	80,8	7,8
Extralberghiero	77,0	82,9	5,9
Italia	74,9	81,8	6,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Occupazione camere settimana di Ferragosto 2012-2013 per tipologia ricettiva (%)

	2012	2013	VAR 2013/2012
Hotel	73,0	80,8	7,8
1 stella	62,2	73,0	10,8
2 stelle	69,2	76,7	7,5
3 stelle	72,7	81,0	8,3
4 stelle	74,3	80,8	6,5
5 stelle	79,1	83,9	4,8
RTA	77,6	89,1	11,5
Villaggio	83,9	93,2	9,3
Agriturismo	69,8	76,0	6,2
Campeggio	82,9	87,7	4,8
B&B	59,0	62,2	3,2
Rifugio	52,4	53,2	0,8
Altri esercizi ricettivi	62,2	76,2	14,0
Italia	74,9	81,8	6,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

1.2 Le prenotazioni per il IV trimestre 2013

Basse le prenotazioni nelle strutture ricettive per i mesi autunnali, in particolare nel comparto complementare dove in media risultano prenotate l'11,8% delle camere ad ottobre, il 4,6% a novembre, il 2,5% a dicembre. Anche gli hotel però soffrono di un ritardo che porta al 19,4% di camere prenotate per ottobre, al 10,7% per novembre, all'8,4% per dicembre. Tra gli hotel quelli di alta categoria mantengono comunque i tassi di prenotazione più alti (nei 5 stelle 35,4% ad ottobre, 23,6% a novembre, 21,5% a dicembre), mentre nel comparto extralberghiero si distingue l'andamento dei campeggi per le prenotazioni di ottobre (12,8%).

Prenotazioni quindi sempre più a ridosso in tutte le categorie ed in tutte le tipologie di prodotto, con un lieve vantaggio delle città di interesse storico artistico dove nel mese di ottobre si registra il 24,5% di camere prenotate.

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2012-2013 per area (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Nord ovest	28,3	26,4	21,5	16,7	12,7	9,9	-11,6	-13,7	-11,6
Nord est	25,4	22,3	26,4	19,9	8,8	7,0	-5,5	-13,5	-19,4
Centro	20,3	10,5	8,4	20,0	10,5	6,5	-0,3	0,0	-1,9
Sud e isole	18,2	6,4	6,1	7,9	2,7	2,1	-10,3	-3,7	-4,0
Italia	23,9	18,0	19,2	16,5	8,5	6,2	-7,4	-9,5	-13,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2012-2013 per tipologia ricettiva (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Alberghiero	28,3	18,8	18,0	19,4	10,7	8,4	-8,9	-8,1	-9,6
Extralberghiero	16,8	16,4	22,2	11,8	4,6	2,5	-5,0	-11,8	-19,7
Italia	23,9	18,0	19,2	16,5	8,5	6,2	-7,4	-9,5	-13,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2012-2013 per tipologia ricettiva (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Hotel	28,3	18,8	18,0	19,4	10,7	8,4	-8,9	-8,1	-9,6
1 stella	17,3	11,9	16,6	11,6	4,3	4,5	-5,7	-7,6	-12,1
2 stelle	17,7	9,5	11,1	10,6	4,2	3,6	-7,1	-5,3	-7,5
3 stelle	25,3	18,0	19,4	17,1	7,6	6,3	-8,2	-10,4	-13,1
4 stelle	36,3	20,4	17,6	25,4	17,0	12,8	-10,9	-3,4	-4,8
5 stelle	45,7	31,6	35,7	35,4	23,6	21,5	-10,3	-8,0	-14,2
RTA	16,3	16,0	12,2	14,7	3,8	2,3	-1,6	-12,2	-9,9
Villaggio	6,8	24,3	32,6	2,8	0,0	0,0	-4,0	-24,3	-32,6
Agriturismo	19,4	8,3	9,2	6,8	2,8	1,9	-12,6	-5,5	-7,3
Campeggio	12,5	5,6	20,6	12,8	3,8	2,3	0,3	-1,8	-18,3
B&B	13,7	6,9	7,2	7,1	3,7	3,3	-6,6	-3,2	-3,9
Case per ferie	63,9	55,0	51,8	33,0	18,1	3,5	-30,9	-36,9	-48,3
Ostello della gioventù	29,2	14,8	15,1	8,0	2,4	1,6	-21,2	-12,4	-13,5
Rifugio	11,4	17,1	14,2	9,4	8,7	7,5	-2,0	-8,4	-6,7
Altri esercizi ricettivi	17,3	8,6	6,7	16,3	1,7	0,9	-1,0	-6,9	-5,8
Italia	23,9	18,0	19,2	16,5	8,5	6,2	-7,4	-9,5	-13,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2012-2013 per area-prodotto (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Città di interesse storico artistico	32,6	22,1	20,3	24,5	14,6	10,1	-8,1	-7,5	-10,2
Montagna	19,3	20,9	24,0	14,8	6,2	5,3	-4,5	-14,7	-18,7
Terme	19,5	22,6	35,8	18,5	11,7	8,9	-1,0	-10,9	-26,9
Lago	20,8	10,1	16,3	11,7	8,8	7,1	-9,1	-1,3	-9,2
Mare	15,6	4,4	3,3	11,7	3,2	2,6	-3,9	-1,2	-0,7
Campagna	28,1	14,4	15,6	15,7	5,8	4,4	-12,4	-8,6	-11,2
Altre località	32,1	26,3	20,1	14,0	9,3	6,9	-18,1	-17,0	-13,2
Italia	23,9	18,0	19,2	16,5	8,5	6,2	-7,4	-9,5	-13,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

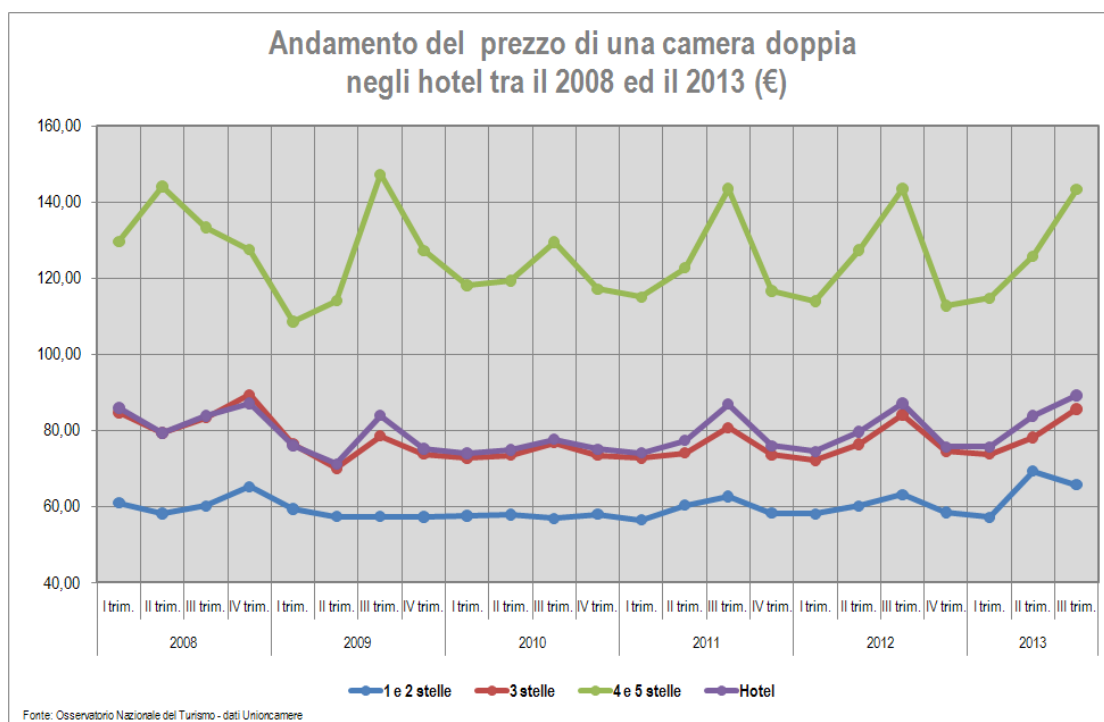
2 Le strategie delle imprese ricettive

2.1 La politica dei prezzi

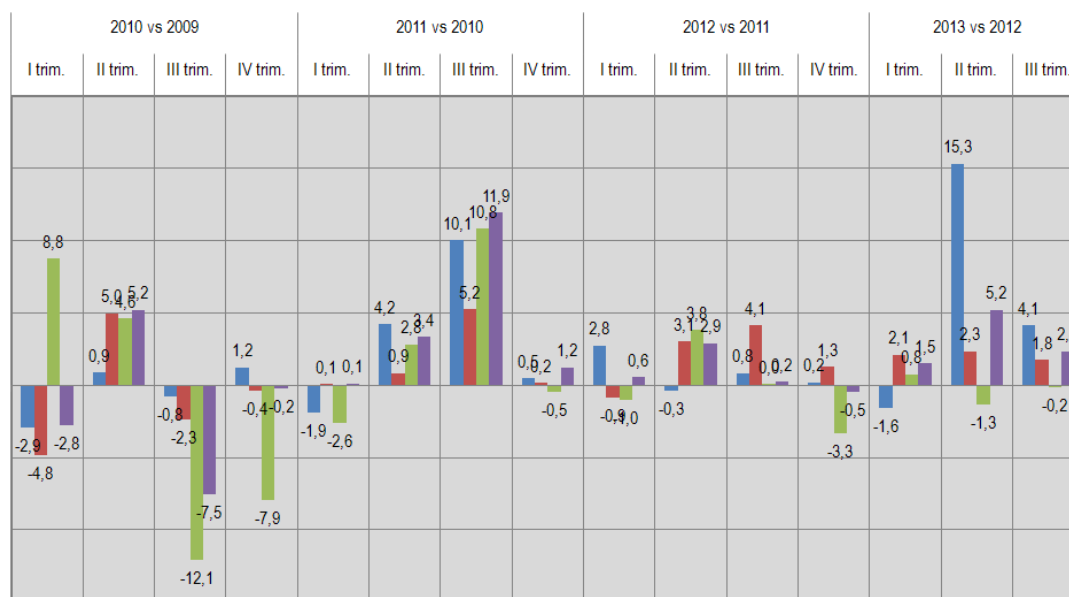
Per l'estate 2013 il prezzo medio applicato per una camera doppia dagli hotel è pari ad 89 euro con un lieve aumento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Tariffe sostanzialmente stabili ma che nel dettaglio rilevano scelte diverse tra le categorie alberghiere.

Infatti, se nel complesso, si registra un aumento del +2,4%, tra le tipologie si rilevano differenti politiche di pricing:

- gli hotel di alta categoria hanno scelto di contenere i prezzi medi applicati durante l'estate, fermi a circa 143 euro dal 2011, ma non ancora allineati a quelli del 2009 quando la tariffa applicata per una camera doppia in estate era pari a 147 euro;
- di contro si registra un moderato ma costante rialzo dal 2011 delle tariffe negli hotel 1 e 2 stelle (66 euro, +4,1%);
- simile l'andamento per gli hotel 3 stelle che dopo una riduzione dei prezzi tra il 2009 e il 2010 recuperano portando le tariffe dagli 81 euro del 2011 agli 86 euro dell'estate 2013.



Variazioni annuali del prezzo di una camera doppia negli hotel (%)



Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

■ 1 e 2 stelle ■ 3 stelle ■ 4 e 5 stelle ■ Hotel

Prezzo medio in albergo per camera doppia (€)

confronto III trimestre 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	VAR % 2013/2012
1 e 2 stelle	60,12	57,29	56,84	62,56	63,08	65,69	4,1
3 stelle	83,29	78,52	76,69	80,70	84,03	85,52	1,8
4 e 5 stelle	133,32	147,21	129,43	143,43	143,49	143,27	-0,2
Hotel	83,80	83,92	77,60	86,87	87,07	89,13	2,4

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

2.2 Le politiche di promo-commercializzazione

Nonostante l'estate sia il periodo dell'anno in cui la gran parte degli operatori può contare sul picco di stagionalità della domanda, aumenta la quota di imprese che ha attuato anche in alta stagione le diverse politiche di promo commercializzazione della propria struttura con un ritorno positivo in termini di vendite. Il 57% delle imprese ricettive si affida al circuito dell'intermediazione contro il 50% dell'estate del 2012, con un ritorno positivo che vede occupare in media in estate 1 camera in più rispetto a chi non si rivolge ai circuiti dell'organizzato (+12,5% di occupazione camere nel mese di luglio, +9,3% ad agosto e +13,9% a settembre).

Aumenta rispetto al 2012 anche la quota di clientela che prenota attraverso il circuito dei viaggi organizzati che passa dal 16,5% dell'estate scorsa al 23% dell'estate 2013.

Il 67,7% degli hotel si rivolge ai grandi buyer per vendere la propria struttura e si distinguono dalla media in particolare le imprese in città (il 66,4% degli operatori si rivolge al circuito dell'intermediazione), al lago (63,7%), al mare (61,5%) e nelle aree del Sud e Isole (62,9%).

Di contro, nel comparto complementare la quota scende al 49,6% e vede in ultima fila tra le imprese che ricorrono all'intermediazione organizzata i rifugi (20,5%) gli ostelli (29,2%) e i campeggi (35,9%).

Il ricorso al circuito dell'intermediazione (%) Confronto III trimestre 2012/2013

	2012	2013
Alberghiero	58,1	67,7
Extralberghiero	44,6	49,6
Italia	50,4	57,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Il ricorso al circuito dell'intermediazione (%) Confronto III trimestre 2012/2013

	2012	2013
Hotel	58,1	67,7
Villaggi	47,4	50,2
Agriturismo	44,0	53,1
Campeggi	30,9	35,9
Bed & Breakfast	46,8	49,3
Case per ferie	40,3	50,9
Ostello della gioventù	59,6	29,2
Rifugi alpini	22,7	20,5
Altri esercizi ricettivi	53,0	66,3
Italia	50,4	57,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Il ricorso al circuito dell'intermediazione (%)

Confronto III trimestre 2012/2013

	2012	2013
Città	61,8	66,4
Montagna	36,7	44,4
Terme	44,9	59,2
Lago	57,1	63,7
Mare	55,6	61,5
Campagna	42,9	52,5
Altre località	46,0	50,8
Italia	50,4	57,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tra i canali utilizzati al primo posto i grandi portali (78,3%) in linea con il III trimestre del 2012 (77,2%), a distanza, le agenzie di viaggio e dai Tour Operator (utilizzati rispettivamente dal 31,8% e dal 22,9% degli operatori) che perdono quote però rispetto allo stesso periodo dello scorso anno quando ad utilizzarli erano rispettivamente il 37% ed il 33,4%.

Circuiti di intermediazione utilizzati

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

Confronto III trimestre 2012/2013

	2012	2013
Grandi portali	77,2	78,3
Agenzie di viaggio	36,9	31,8
Tour operator	33,4	22,9
Agenzie di viaggio on line	19,7	6,5
Associazioni culturali	1,8	4,5
Altro	1,6	2,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Circuiti di intermediazione utilizzati

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

	Alberghiero	Extralberghiero	Totale
Grandi portali	80,9	75,9	78,3
Agenzie di viaggio	42,6	21,8	31,8
Tour operator	33,3	13,2	22,9
Agenzie di viaggio on line	7,2	5,8	6,5
Associazioni culturali	2,2	6,7	4,5
Altro	0,9	4,7	2,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Occupazione camere luglio-settembre 2012-2013 (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	64,5	71,9	42,7	68,5	77,0	40,7	4,0	5,1	-2,0
Strutture che non ricorrono	58,9	69,0	29,4	56,0	67,7	26,8	-2,9	-1,3	-2,6
Italia	62,2	70,7	37,7	64,4	74,0	36,5	2,2	3,3	-1,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2012-2013 (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	26,1	16,7	16,4	19,5	10,2	7,5	-6,6	-6,5	-8,9
Strutture che non ricorrono	19,5	21,2	24,8	9,9	5,0	3,4	-9,6	-16,2	-21,4
Italia	23,9	18,0	19,2	16,5	8,5	6,2	-7,4	-9,5	-13,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Cresce la quota di turisti organizzati che nel III trimestre passa dal 16,5% del 2012 al 23,1%. Nelle strutture alberghiere la clientela che prenota il soggiorno attraverso i grandi *buyer* incide per il 27,2% e riguarda in particolare la clientela presente negli hotel di alta categoria (5 stelle 46,3%, 4 stelle 41,3%). Di contro, nelle strutture ricettive extralberghiere la clientela organizzata incide meno rispetto alla media (20,2%) soprattutto nei rifugi (6,4%), campeggi e ostelli della gioventù (circa 14%).

Turisti organizzati (%)

III trimestre 2011	12,3
III trimestre 2012	16,5
III trimestre 2013	23,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per tipologia ricettiva (%)

Confronto III trimestre 2012/2013

	2012	2013
Alberghiero	19,4	27,2
Extralberghiero	14,3	20,2
Italia	16,5	23,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per tipologia ricettiva (%)

Confronto III trimestre 2012/2013

	2012	2013
Hotel	19,4	27,2
1 stella	10,2	15,2
2 stelle	12,9	20,1
3 stelle	20,9	27,6
4 stelle	32,8	41,3
5 stelle	30,3	46,3
RTA	13,1	29,8
Villaggio	17,4	23,2
Agriturismo	14,8	23,1
Campeggio	8,3	13,9
B&B	14,0	18,9
Case per ferie	17,3	21,7
Ostello della gioventù	22,8	13,8
Rifugio	7,4	6,4
Altri esercizi ricettivi	19,3	31,8
Italia	16,5	23,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Le imprese ricettive nei laghi e nelle città, che si distinguono rispetto alla media per un utilizzo maggiore dei canali di intermediazione, sono anche quelle dove la clientela organizzata ha un peso maggiore rispetto alla media (37,7% al lago e 29,8% nelle città).

Turisti organizzati per area (%)

Confronto III trimestre 2012/2013

	2012	2013
Nord ovest	14,4	20,9
Nord est	13,0	19,8
Centro	18,9	28,2
Sud e isole	19,8	23,4
Italia	16,5	23,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per area-prodotto (%)

Confronto III trimestre 2012/2013

	2012	2013
Città di interesse storico artistico	22,3	29,8
Montagna	8,5	14,5
Terme	16,5	25,6
Lago	20,2	37,7
Mare	18,1	23,3
Campagna	14,5	22,7
Altre località	14,4	16,8
Italia	16,5	23,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

2.3 Il ruolo di Internet

L'impiego del web nelle politiche strategiche delle imprese

La possibilità di prenotare direttamente on line è in Italia offerta dal 71% delle imprese ricettive (in crescita rispetto al 62% circa rilevato nell'estate 2012), quota che per i soli hotel sale all'80,3% delle strutture mentre per il comparto extralberghiero arriva al 64,3%.

In particolare, a consentire il booking diretto dal proprio sito è il 53% delle imprese (63% degli hotel, 45% delle altre strutture), mentre il 45% è visibile sui grandi portali di prenotazione ed acquisto on line (56% degli hotel, 37% strutture complementari) e il 3% su portali istituzionali.

Città e mare sono le aree prodotte che contano le quote più elevate di strutture ricettive con booking on line (74%-75% delle imprese), con siti web e grandi portali che coinvolgono ciascuno tra il 50% e il 56% delle imprese.

Strutture che consentono di prenotare on- line tramite il booking on- line diretto (%)

III trimestre

2011	46,7
2012	61,9
2013	70,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Modalità di booking on-line utilizzate

(% sul totale operatori)

III trimestre 2013

	Tramite il proprio sito	Tramite grandi portali	Tramite portali istituzionali	Totale booking on line
Alberghiero	63,3	55,7	2,2	80,3
Extralberghiero	45,3	37,2	3,3	64,3
Italia	52,8	44,9	2,8	70,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Modalità di booking on-line utilizzate(% sul totale operatori)
III trimestre 2013

	Tramite il proprio sito	Tramite grandi portali	Tramite portali istituzionali	Totale booking on line
Hotel	63,3	55,7	2,2	80,3
Villaggi	58,8	35,1	1,3	71,0
Agriturismo	47,3	37,6	2,2	66,3
Campeggi	51,3	26,5	2,1	61,9
Bed & Breakfast	41,7	38,5	4,2	62,4
Case per ferie	54,5	42,5	1,9	69,4
Ostello della gioventù	63,6	24,8	0,7	69,5
Rifugi alpini	55,1	2,3	3,8	58,9
Altri esercizi ricettivi	52,5	56,4	3,4	79,6
Italia	52,8	44,9	2,8	70,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Modalità di booking on-line utilizzate(% sul totale operatori)
III trimestre 2013

	Tramite il proprio sito	Tramite grandi portali	Tramite portali istituzionali	Totale booking on line
Città	56,1	52,9	1,7	75,3
Montagna	52,0	35,2	4,2	68,4
Terme	50,5	40,8	1,8	65,1
Lago	47,9	47,2	1,2	72,1
Mare	54,8	49,9	2,8	74,1
Campagna	50,7	40,7	3,0	68,8
Altre località	47,3	37,8	3,6	62,8
Italia	52,8	44,9	2,8	70,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Modalità di booking on-line utilizzate(% sul totale operatori)
III trimestre 2013

	Tramite il proprio sito	Tramite grandi portali	Tramite portali istituzionali	Totale booking on line
Nord ovest	55,6	40,9	3,0	71,3
Nord est	52,2	40,8	2,9	68,1
Centro Sud e isole	52,2	45,5	1,9	71,2
Italia	52,1	51,9	3,6	73,9
Italia	52,8	44,9	2,8	70,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Internet come strumento di prenotazione per la clientela

A prenotare on line è in media il 45% circa della clientela estiva delle strutture ricettive italiane, una quota stabile rispetto all'estate 2012 e che sfiora il 49% della domanda ricettiva negli hotel, con punte del 60,5% nei 5 stelle.

Gli strumenti più utilizzati, tuttavia, sono ancora le email (18,1% della clientela), seguite dai grandi portali on line (15,5%) e dai siti di proprietà delle strutture ricettive (11,2% della clientela). Una tendenza che, tuttavia, viene meno se si osservano le prenotazioni effettuate nei soli hotel di elevata categoria, dove lo strumento più utilizzato sono i portali on line (utilizzati dal 25%-26% della clientela estiva), seguiti dai siti delle strutture (19%-23%).

Lago, città e mare sono le aree prodotte dove la clientela approfitta più diffusamente degli strumenti di prenotazione on line (rispettivamente il 53,3%, 48,5% e 47,5% della domanda del periodo), con un impiego dei grandi portali che arriva al 20%-21% per i soggiorni in città e nelle località lacuali (16,2% al mare).

Turisti prenotati tramite internet (%)

III trimestre 2011	38,5
III trimestre 2012	44,7
III trimestre 2013	44,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per tipologia ricettiva (%)

III trimestre 2013

	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	Totale turisti Internet
Alberghiero	14,2	17,7	16,8	48,8
Extralberghiero	9,1	14,0	19,0	42,1
Italia	11,2	15,5	18,1	44,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per tipologia ricettiva (%)

III trimestre 2013

	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	Totale turisti Internet
Hotel	14,2	17,7	16,8	48,8
1 stella	10,0	7,8	15,2	33,0
2 stelle	11,6	15,5	16,7	43,8
3 stelle	14,4	18,6	17,7	50,7
4 stelle	18,6	24,7	15,0	58,2
5 stelle	22,9	26,1	11,6	60,5
RTA	16,1	16,6	18,3	51,0
Villaggio	13,2	9,5	26,9	49,6
Agriturismo	10,0	14,2	20,8	45,0
Campeggio	14,8	8,1	21,4	44,3
B&B	8,2	14,8	17,4	40,3
Case per ferie	4,3	13,3	20,5	38,2
Ostello della gioventù	28,8	9,0	9,2	47,0
Rifugio	8,2	0,2	17,9	26,3
Altri esercizi ricettivi	9,3	22,0	21,4	52,7
Italia	11,2	15,5	18,1	44,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

III trimestre 2013

	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	Totale turisti Internet
Città di interesse storico artistico	12,4	20,7	15,4	48,5
Montagna	11,1	9,6	19,0	39,8
Terme	10,5	12,3	15,7	38,6
Lago	10,2	19,8	23,2	53,3
Mare	12,3	16,2	19,1	47,5
Campagna	10,2	14,9	18,7	43,8
Altre località	8,7	12,7	18,1	39,4
Italia	11,2	15,5	18,1	44,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per area (%)

III trimestre 2013

	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	Totale turisti Internet
Nord ovest	11,2	13,7	18,7	43,6
Nord est	12,4	11,9	19,0	43,3
Centro	9,0	18,7	18,4	46,1
Sud e isole	12,0	18,1	16,2	46,3
Italia	11,2	15,5	18,1	44,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

3 Il profilo del turista

3.1 I segmenti turistici

Nelle strutture ricettive italiane la composizione della clientela è caratterizzata in estate da una incidenza di domanda leisure, composta dal target delle famiglie (39,8%, stabile) e delle coppie (40,7%; +2,1%), senza particolari scostamenti rispetto agli ultimi anni. La quota relativa al segmento dei single e dei gruppi si attesta, rispettivamente, al 7,1% e al 4,8%. Più contenuto in estate il peso del turismo d'affari che rappresenta il 7,6% sul totale della clientela presente nelle strutture ricettive in Italia. Nello specifico:

- il segmento delle famiglie si distribuisce in maniera omogenea tra comparto alberghiero e complementare registrando tuttavia qualche specificità nel dettaglio ricettivo: l'incidenza di questo target raggiunge il 56,4% nelle Residenze turistico alberghiere, il 68,5% nei campeggi ed il 77,1% nei villaggi.
- le coppie rappresentano il 36,9% nelle strutture alberghiere (picco del 42,9% nei 4-5 stelle) pur registrando una maggiore concentrazione nelle strutture complementari (43,3%) con scelte legate soprattutto ai B&B dove rappresentano il 51,5% della clientela, agriturismi (38%) e ostelli della gioventù (36,5%).
- il target dei gruppi si concentra soprattutto nei rifugi dove costituisce il 29,4% della domanda, negli ostelli della gioventù (23,8%) e case per ferie (23,2%).

Tipologia della clientela per tipologia ricettiva (%)

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
III trimestre 2011	38,9	39,0	5,6	8,5	6,6	1,2	0,3	100,0
III trimestre 2012	39,1	38,6	7,8	6,8	5,7	1,3	0,8	100,0
III trimestre 2013	39,8	40,7	4,8	7,1	6,2	1,1	0,3	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per tipologia ricettiva (%)

III trimestre 2013

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Alberghiero	39,1	36,9	5,6	7,7	8,2	1,8	0,5	100,0
Extralberghiero	40,2	43,3	4,3	6,7	4,8	0,6	0,1	100,0
Italia	39,8	40,7	4,8	7,1	6,2	1,1	0,3	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per tipologia ricettiva (%)

III trimestre 2013

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Hotel	39,1	36,9	5,6	7,7	8,2	1,8	0,5	100,0
1 stella	34,3	36,8	6,2	9,1	12,6	1,0	0,0	100,0
2 stelle	38,2	40,2	4,9	10,4	4,7	1,5	0,1	100,0
3 stelle	39,7	36,8	5,1	7,5	8,4	1,9	0,4	100,0
4 stelle	36,0	36,9	8,1	5,3	9,6	2,6	1,4	100,0
5 stelle	35,5	42,9	4,5	6,5	6,2	1,8	2,6	100,0
RTA	56,4	25,6	5,0	4,7	7,1	1,1	0,1	100,0
Villaggio	77,1	19,3	2,8	0,7	0,1	0,0	0,0	100,0
Agriturismo	51,3	38,0	3,1	4,3	2,3	0,9	0,2	100,0
Campeggio	68,5	21,4	4,8	4,5	0,8	0,0	0,0	100,0
B&B	30,6	51,5	2,4	8,2	6,9	0,3	0,1	100,0
Case per ferie	37,5	20,9	23,2	9,1	7,4	1,9	0,0	100,0
Ostello della gioventù	24,8	36,5	23,8	12,3	1,8	0,8	0,0	100,0
Rifugio	30,0	25,2	29,4	14,8	0,6	0,0	0,0	100,0
Altri esercizi ricettivi	35,5	53,1	3,5	3,5	4,4	0,0	0,0	100,0
Italia	39,8	40,7	4,8	7,1	6,2	1,1	0,3	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per area-prodotto (%)

III trimestre 2013

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Città di interesse storico artistico	33,0	42,0	4,8	8,7	9,5	1,6	0,4	100,0
Montagna	40,6	38,0	7,5	10,2	3,0	0,6	0,2	100,0
Terme	34,8	44,1	4,6	10,3	4,4	1,5	0,3	100,0
Lago	47,9	40,1	5,3	4,5	1,9	0,1	0,2	100,0
Mare	47,2	42,7	3,3	4,7	1,8	0,3	0,0	100,0
Campagna	43,6	41,5	4,2	6,0	3,7	0,8	0,2	100,0
Altre località	31,1	36,3	4,8	5,7	18,4	2,9	0,8	100,0
Italia	39,8	40,7	4,8	7,1	6,2	1,1	0,3	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Le quote più significative di famiglie si registrano nelle destinazioni legate al turismo lacuale e balneare dove rappresentano circa il 48% della clientela complessiva, incidendo soprattutto nelle strutture ubicate nelle aree del Nord Est e del Centro (41-42%). Il target delle coppie, invece, raggiunge il peso maggiore nelle località termali (44,1%) orientandosi soprattutto verso le destinazioni del Sud Italia e delle isole dove rappresentano il 47% della clientela.

Tipologia della clientela per area (%)								
III trimestre 2013								
	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Nord ovest	33,2	38,1	6,3	7,8	11,6	2,4	0,6	100,0
Nord est	41,3	36,6	5,6	8,2	6,5	1,4	0,4	100,0
Centro	42,1	41,0	4,5	7,2	4,8	0,4	0,1	100,0
Sud e isole	39,8	46,9	3,4	5,5	3,9	0,5	0,1	100,0
Italia	39,8	40,7	4,8	7,1	6,2	1,1	0,3	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

3.2 La provenienza della clientela

Nel III trimestre del 2013 le strutture ricettive ospitano il 36,4% di clientela internazionale, un dato che si allinea con lo scenario dell'estate scorsa.

Gli operatori del ricettivo indicano tra i principali mercati stranieri quello tedesco che si conferma il primo bacino per provenienze secondo il 44,4% delle imprese, seguito dalla Francia (23,3%) e dai Paesi Bassi/Olanda (13,3%; secondo mercato estero di riferimento per le imprese ricettive situate nell'area del Centro Italia e nelle destinazioni lacuali).

Provenienza della clientela (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
III trimestre 2011	65,9	34,1	100,0
III trimestre 2012	63,8	36,2	100,0
III trimestre 2013	63,6	36,4	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Principali mercati % sul totale strutture III trimestre 2013

1°	Germania	44,4
2°	Francia	23,3
3°	Paesi Bassi/Olanda	13,3
	Regno Unito	9,8
	Svizzera	8,7
	Austria	7,7
	Stati Uniti	7,5
	Belgio	6,5
	Federazione Russa	4,8
	Spagna	3,7

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Principali mercati per area geografica

III trimestre 2013

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

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Principali mercati per area-prodotto

III trimestre 2013

	1°	2°	3°
Città di interesse storico artistico	Germania	Francia	Stati Uniti
Montagna	Germania	Francia	Austria
Terme	Germania	Francia	Paesi Bassi/Olanda
Lago	Germania	Paesi Bassi/Olanda	Francia
Mare	Germania	Francia	Paesi Bassi/Olanda
Campagna	Germania	Francia	Paesi Bassi/Olanda
Italia	Germania	Francia	Paesi Bassi/Olanda

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Provenienza della clientela per area (%)

III trimestre 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Nord ovest	58,9	41,1	100,0
Nord est	61,3	38,7	100,0
Centro	59,7	40,3	100,0
Sud e isole	73,1	26,9	100,0
Italia	63,6	36,4	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Provenienza della clientela per area prodotto (%)

III trimestre 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Città di interesse storico artistico	57,6	42,4	100,0
Montagna	66,6	33,4	100,0
Terme	65,3	34,7	100,0
Lago	37,5	62,5	100,0
Mare	72,6	27,4	100,0
Campagna	56,1	43,9	100,0
Altre località	69,7	30,3	100,0
Italia	63,6	36,4	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Provenienza della clientela per tipologia ricettiva (%)

III trimestre 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Alberghiero	62,1	37,9	100,0
Extralberghiero	64,7	35,3	100,0
Italia	63,6	36,4	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Provenienza della clientela per tipologia ricettiva (%)

III trimestre 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Hotel	62,1	37,9	100,0
1 stella	65,1	34,9	100,0
2 stelle	66,2	33,8	100,0
3 stelle	63,2	36,8	100,0
4 stelle	52,5	47,5	100,0
5 stelle	37,4	62,6	100,0
RTA	62,5	37,5	100,0
Villaggio	78,2	21,8	100,0
Agriturismo	57,3	42,7	100,0
Campeggio	60,8	39,2	100,0
B&B	70,0	30,0	100,0
Case per ferie	67,6	32,4	100,0
Ostello della gioventù	61,5	38,5	100,0
Rifugio	65,1	34,9	100,0
Altri esercizi ricettivi	53,9	46,1	100,0
Italia	63,6	36,4	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

4. I prodotti turistici

4.1 La mappa competitiva dei prodotti

I risultati relativi all'occupazione rilevata nelle strutture ricettive sono sintetizzati graficamente in una tabella dei prodotti, che, per ogni regione, evidenzia i livelli di venduto registrati nelle destinazioni di prodotto in ognuno dei mesi oggetto dell'indagine. I dati vengono accorpati in tre fasce:

- bassa occupazione: fino al 30% di camere occupate, evidenziata in ROSSO;
- media occupazione: oltre il 30% e fino al 50% di camere occupate, evidenziata in ARANCIO;
- alta occupazione: oltre il 50% di camere occupate, evidenziata in VERDE.

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.

Mare e lago sono i prodotti di punta di questa estate, con vendite mediamente superiori al 50% per i mesi di luglio e agosto, quote che in città e montagna vengono raggiunte in prevalenza nel solo mese di agosto, mentre terme e natura rimangono tra il 30% e il 50% di venduto anche nei mesi di punta della stagione, tranne alcune eccezioni. Nel dettaglio:

- per il turismo in **città** la regione che conta vendite superiori al 50% per tutto il trimestre estivo è il Veneto, mentre Trentino, Alto Adige, Liguria, Emilia Romagna, Lazio, Abruzzo e Sicilia superano la metà delle camere vendute a luglio e agosto; la Valle D'Aosta, la Toscana e le Marche nel solo mese di agosto;
- per la **montagna estiva**, solo Trentino, Alto Adige e Umbria superano il 50% di vendite sia in luglio che in agosto, mentre il Lazio, il Friuli Venezia Giulia e la Valle D'Aosta in agosto;

- per le **terme**, si distinguono Sicilia, Friuli e Alto Adige con vendite al di sopra del 50% in luglio e agosto, il Veneto per agosto e settembre, il Trentino, l'Abruzzo e la Campania per il solo agosto;
- per il **lago**, l'Alto Adige è l'unica regione che vanta vendite superiori al 50% per l'intero trimestre, un traguardo raggiunto per i mesi di luglio e agosto dalle strutture ricettive della Lombardia, del Trentino, del Piemonte e del Veneto, per il solo agosto da quelle di Umbria e Abruzzo;
- per il **turismo balneare** sono Marche, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Liguria, Emilia Romagna, Toscana, Lazio, Abruzzo, Sardegna e Campania che si distinguono con i vendite superiori al 50% per i mesi di luglio e agosto, Puglia, Molise, Basilicata e Sicilia per il solo agosto;
- per il **turismo verde** le vendite sono al di sopra della soglia del 50% per luglio e agosto in Alto Adige, Friuli Venezia Giulia e Toscana e per il solo agosto in Valle d'Aosta, Liguria, Umbria, Basilicata e Sicilia.

Occupazione camere III trimestre 2013																		
	Città			Montagna			Terme			Lago			Mare			Natura		
	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre
Piemonte	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Valle d'Aosta	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Lombardia	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Trentino	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Alto Adige	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Veneto	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Friuli Venezia Giulia	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Liguria	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Emilia Romagna	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Toscana	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Umbria	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Marche	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Lazio	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Abruzzo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Molise	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Campania	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Puglia	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Basilicata	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Calabria	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Sicilia	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Sardegna	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Italia	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

Occupazione camere	
●	fino a 30%
●	tra 30% e 50%
●	oltre il 50%

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

Le strutture ricettive in città recuperano sui cali registrati nell'estate 2012 e contano il 63,4% di vendite a luglio (+2,5% rispetto al 2012), il 68,3% ad agosto (+4,2%) e il 47,7% nel mese di settembre (dato provvisorio, +7%).

A trainare le vendite sono le strutture alberghiere che registrano il 65,4% di camere occupate nel mese di luglio (+4,5%), il 69,2% ad agosto (+6,7%) e il 47,1% a settembre (+2,2%), performance che il comparto extralberghiero raggiunge nel solo mese di agosto (66,5% di camere vendute).

Le prenotazioni per l'autunno sono ancora limitate, con quasi 3 camere prenotate su 10 per ottobre e 2 su 10 per novembre negli hotel, mentre il comparto extralberghiero conta in media 1-2 camere prenotate su 10.

La composizione della clientela mostra una crescita dell'incidenza di turismo straniero (42,4%, contro il 39,4% dello scorso anno) ma una più contenuta permanenza media, sia per gli italiani che per gli stranieri (rispettivamente 3 e 3,6 notti).

Pressoché stabile la quota di turismo business (11,5% della clientela) e quella di famiglie in vacanza (33%), in crescita le coppie (42% della clientela, contro il 37,9% dello scorso anno) e i single (8,7% quest'anno, 7,8% nell'estate 2012) a fronte di un calo dei gruppi leisure (4,8%, contro l'8,8% dello scorso anno).

Il turismo abituale pesa per il 26,6% (poco più del 23% registrato lo scorso anno) mentre i turisti organizzati sono il 29,8% della domanda del trimestre, ovvero più della media Italia (23,1%) e della quota registrata per le città nell'estate 2012 (22,3%).

In leggero calo la quota di clientela che prenota su Internet (48,5% quest'anno, 53,2% nel 2012), un trend dal quale si discostano le prenotazioni attraverso i grandi portali che coinvolgono il 20,7% della clientela, più dello scorso anno (era il 16,2%).

Occupazione camere luglio-settembre 2013 per area-prodotto (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre
Città di interesse storico artistico									
Alberghiero	60,9	62,5	44,9	65,4	69,2	47,1	4,5	6,7	2,2
Extralberghiero	60,8	66,5	32,0	58,7	66,5	48,8	-2,1	-	16,8
Città di interesse storico artistico	60,9	64,1	40,7	63,4	68,3	47,7	2,5	4,2	7,0
Italia	62,2	70,7	37,7	64,4	74,0	36,5	2,2	3,3	-1,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2012-2013 per area-prodotto (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Città di interesse storico artistico									
Alberghiero	34,7	21,1	17,9	26,7	16,2	12,3	-8,0	-4,9	-5,6
Extralberghiero	27,9	25,4	28,7	17,9	9,3	3,2	-10,0	-16,1	-25,5
Città di interesse storico artistico	32,6	22,1	20,3	24,5	14,6	10,1	-8,1	-7,5	-10,2
Italia	23,9	18,0	19,2	16,5	8,5	6,2	-7,4	-9,5	-13,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Quota di turisti stranieri (%)

III trimestre

	2012	2013
Città di interesse storico artistico	39,4	42,4
Italia	36,2	36,4

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

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

III trimestre

	2012			2013		
	italiani	stranieri	Media Totale	italiani	stranieri	Media Totale
Città di interesse storico artistico	3,3	3,8	3,5	3,0	3,6	3,3
Italia	4,0	4,4	4,2	3,8	4,2	4,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per area-prodotto (%)

III trimestre

	2012							
	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Città di interesse storico artistico	34,5	37,9	8,8	7,8	7,9	1,9	1,3	100,0
Italia	39,1	38,6	7,8	6,8	5,7	1,3	0,8	100,0

	2013							
	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Città di interesse storico artistico	33,0	42,0	4,8	8,7	9,5	1,6	0,4	100,0
Italia	39,8	40,7	4,8	7,1	6,2	1,1	0,3	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Clientela abituale per prodotto (%)

III trimestre

	2012	2013
Città di interesse storico artistico	23,0	26,6
Italia	28,9	31,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per area-prodotto (%)

III trimestre

	2012	2013
Città di interesse storico artistico	22,3	29,8
Italia	16,5	23,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

III trimestre

	2012			Totale turisti Internet
	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	
Città di interesse storico artistico	18,9	16,2	18,1	53,2
Italia	15,4	11,5	17,8	44,7
	2013			Totale turisti Internet
	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	
Città di interesse storico artistico	12,4	20,7	15,4	48,5
Italia	11,2	15,5	18,1	44,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

4.3 Il balneare

Vendute in luglio il 68,7% delle camere disponibili nelle strutture ricettive delle località balneari italiane ed in agosto l'80,5%, con un settembre che mostra un 34,3% nei dati provvisori rilevati per il mese. Un trend in leggera crescita rispetto allo scorso anno sia per luglio (+2,7%) che agosto (+3,2%), legato ad entrambi i comparti ricettivi (69% circa le vendite di luglio, 79,3% negli hotel e 81,7% negli esercizi extralberghieri per agosto). Ancora limitate le prenotazioni per la stagione autunnale (11,7% le camere prenotate per ottobre).

Confermata la quota di turismo straniero (27,4%), in crescita quella di habitué (34,7%) e turisti organizzati (23,3%). La permanenza media è in leggera crescita (4,7 notti contro le 4,4 notti dell'esatte 2012), sia per gli italiani (4,5 notti) che per gli stranieri (4,8).

Più coppie e famiglie rispetto allo scorso anno tra la clientela delle strutture ricettive del balneare (sono rispettivamente il 47,2% e il 42,7%), a fronte di una minore incidenza dei gruppi leisure (3,3%, contro il 6,5% del 2012), mentre è pressoché stabile la quota di coloro che soggiornano da soli (4,7%) e di turisti business (2,1%).

Il 47,5% della clientela prenota attraverso Internet ed in particolare il 19,1% utilizza e-mail, il 16,2% grandi portali di settore (quota in crescita rispetto al 12,6% rilevato nell'estate 2012) ed il 12,3% il sito di proprietà della struttura ricettiva (14,7% nel 2012).

Occupazione camere luglio-settembre 2013 per area-prodotto (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre
Mare									
Alberghiero	66,4	75,3	42,7	68,8	79,3	37,8	2,4	4,0	-4,9
Extralberghiero	65,6	79,3	36,8	68,6	81,7	31,2	3,0	2,4	-5,6
Mare	66,0	77,3	39,9	68,7	80,5	34,3	2,7	3,2	-5,6
Italia	62,2	70,7	37,7	64,4	74,0	36,5	2,2	3,3	-1,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2012-2013 per area-prodotto (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Mare									
Alberghiero	19,4	6,1	4,0	11,0	3,9	3,3	-8,4	-2,2	-0,7
Extralberghiero	10,0	0,6	0,4	12,5	2,5	1,9	2,5	1,9	1,5
Mare	15,6	4,4	3,3	11,7	3,2	2,6	-3,9	-1,2	-0,7
Italia	23,9	18,0	19,2	16,5	8,5	6,2	-7,4	-9,5	-13,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Quota di turisti stranieri (%)

III trimestre

	2012	2013
Mare	27,4	27,4
Italia	36,2	36,4

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

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

III trimestre

	2012			2013		
	italiani	stranieri	Media Totale	italiani	stranieri	Media Totale
Mare	4,4	4,4	4,4	4,5	4,8	4,7
Italia	4,0	4,4	4,2	3,8	4,2	4,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per area-prodotto (%)

III trimestre

	2012							
	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Mare	45,6	40,8	6,5	5,2	1,3	0,3	0,3	100,0
Italia	39,1	38,6	7,8	6,8	5,7	1,3	0,8	100,0

	2013							
	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Mare	47,2	42,7	3,3	4,7	1,8	0,3	0,0	100,0
Italia	39,8	40,7	4,8	7,1	6,2	1,1	0,3	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Clientela abituale per prodotto (%)

III trimestre

	2012	2013
Mare	29,8	34,7
Italia	28,9	31,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per area-prodotto (%)

III trimestre

	2012	2013
Mare	18,1	23,3
Italia	16,5	23,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

III trimestre

	2012			Totale turisti Internet
	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	
Mare	14,7	12,6	20,6	47,9
Italia	15,4	11,5	17,8	44,7
	2013			Totale turisti Internet
	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	
Mare	12,3	16,2	19,1	47,5
Italia	11,2	15,5	18,1	44,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

4.4 Le destinazioni lacuali

Un bilancio in positivo per le imprese ricettive al lago che registrano le percentuali di occupazione camere più elevate della stagione (83,5% luglio, 87,2% agosto, 32,7% nel dato provvisorio di settembre), contando altresì la crescita più elevata rispetto al 2012 (+9,3% luglio, +12,9% agosto).

Le performance più elevate sono nel comparto extralberghiero che registra l'85% di camere occupate in luglio e l'88,4% ad agosto (77,6% luglio e 82,3% agosto per gli hotel), e il recupero maggiore rispetto all'estate 2012 (+10,5% le vendite di luglio, +16,2% quelle di agosto nelle strutture complementari).

Per l'autunno, al contrario, sono gli hotel a contare le prenotazioni maggiori (22,6% ottobre, 14,8% novembre 13,6% dicembre), che comunque rimangono ancora limitate rispetto alle potenzialità del comparto.

Aumenta leggermente la quota di turismo straniero (62,5% della clientela del periodo luglio-settembre) ma diminuisce la sua permanenza media (4,9 notti), come pure quella della domanda italiana (3,8 notti). Stabile la quota di turismo abituale (30,4%) ed in crescita quella di clientela organizzata (37,7% quest'anno, 20,2% nell'estate 2012). Le famiglie in vacanza incidono più dello scorso anno sui risultati di vendita delle strutture ricettive del lacuale: costituiscono il 47,9% della clientela, contro il 38,6% dello scorso anno.

Ad utilizzare gli strumenti di prenotazione on line è il 53,3% della clientela (più del 46% rilevato lo scorso anno), con una crescita sia delle prenotazioni dai grandi portali (19,8% contro il 14,7% del 2012) che delle email (23,2%, 15,2% lo scorso anno) ma una minore quota di clientela che prenota dal sito della struttura ricettiva (10,2%; 16,1% nel 2012).

Occupazione camere luglio-settembre 2013 per area-prodotto (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre
Lago									
Alberghiero	73,2	79,6	55,3	77,6	82,3	56,8	4,4	2,7	1,5
Extralberghiero	74,5	72,2	34,0	85,0	88,4	26,7	10,5	16,2	-7,3
Lago	74,2	74,3	40,2	83,5	87,2	32,7	9,3	12,9	-7,5
Italia	62,2	70,7	37,7	64,4	74,0	36,5	2,2	3,3	-1,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2012-2013 per area-prodotto (%)

Lago	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Alberghiero	26,6	6,8	6,9	22,6	14,8	13,6	-4,0	8,0	6,7
Extralberghiero	17,3	17,9	30,7	4,7	4,8	2,5	-12,6	-13,1	-28,2
Lago	20,8	10,1	16,3	11,7	8,8	7,1	-9,1	-1,3	-9,2
Italia	23,9	18,0	19,2	16,5	8,5	6,2	-7,4	-9,5	-13,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Quota di turisti stranieri (%)

III trimestre

	2012	2013
Lago	61,3	62,5
Italia	36,2	36,4

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

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

III trimestre

	2012			2013		
	italiani	stranieri	Media Totale	italiani	stranieri	Media Totale
Lago	4,2	5,1	4,7	3,8	4,9	4,4
Italia	4,0	4,4	4,2	3,8	4,2	4,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per area-prodotto (%)

III trimestre

	2012							
	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Lago	38,6	42,7	7,3	7,0	3,3	0,7	0,4	100,0
Italia	39,1	38,6	7,8	6,8	5,7	1,3	0,8	100,0

	2013							
	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Lago	47,9	40,1	5,3	4,5	1,9	0,1	0,2	100,0
Italia	39,8	40,7	4,8	7,1	6,2	1,1	0,3	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Clientela abituale per prodotto (%)

III trimestre

	2012	2013
Lago	30,7	30,4
Italia	28,9	31,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per area-prodotto (%)

III trimestre

	2012	2013
Lago	20,2	37,7
Italia	16,5	23,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

III trimestre

	2012			Totale turisti Internet
	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	
Lago	16,1	14,7	15,2	46,0
Italia	15,4	11,5	17,8	44,7
	2013			Totale turisti Internet
	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	
Lago	10,2	19,8	23,2	53,3
Italia	11,2	15,5	18,1	44,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

4.5 Le terme

Le strutture ricettive delle località termali aprono la stagione estiva con vendite allineate a quelle del 2012 (52,8% di camere vendute nel mese di luglio, -0,4%), ma registrano una contrazione in agosto (63,2% l'occupazione camere, -4,1%), seguita da un recupero nel mese di settembre (42,1% l'occupazione provvisoria. +3,9%).

Un trend altalenante, dunque, legato ai diversi andamenti nei due comparti ricettivi: per gli hotel si rileva un calo delle vendite a luglio (-3,7%) e agosto (-4%) e una stabilità a settembre, mentre per le strutture extralberghiere il bilancio è in positivo per luglio (+13,4%) e settembre (+14,3%, dato provvisorio) ed in calo nel mese di agosto (-2,9%).

Le prenotazioni sono pressoché in linea con quelle della media nazionale, più alte negli hotel rispetto alle strutture complementari (prenotate in hotel ad inizio settembre il 21,3% delle camere disponibili per ottobre, il 14,7% per novembre e il 10,5% per dicembre).

Aumenta rispetto allo scorso anno l'incidenza di turismo straniero (34,7% della clientela, contro il 29,9% del 2012) ma si riduce la permanenza media (4 notti, ovvero 1 notte in meno, sia per gli stranieri che per gli italiani).

La composizione della clientela mostra una crescita dell'incidenza del target principale per questo prodotto, le coppie leisure (44,1% della clientela di quest'estate, 38,3% di quella dello scorso anno) a fronte di una riduzione della quota dei gruppi (4,6%, contro l'8,8% del 2012).

Aumentano sia la quota di clientela abituale (35,2%) che quella organizzata (25,6%), mentre si riduce l'incidenza di prenotazioni dirette via web (38,6%) con la sola eccezione di quelle attraverso i grandi portali (aumentano leggermente, passando dall'11,5% al 12,3%).

Occupazione camere luglio-settembre 2013 per area-prodotto (%)

Terme	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre
Alberghiero	56,5	68,6	44,6	52,8	64,6	45,6	-3,7	-4,0	1,0
Extralberghiero	39,6	61,7	11,9	53,0	58,8	26,2	13,4	-2,9	14,3
Terme	53,2	67,3	38,2	52,8	63,2	42,1	-0,4	-4,1	3,9
Italia	62,2	70,7	37,7	64,4	74,0	36,5	2,2	3,3	-1,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2012-2013 per area-prodotto (%)

Terme	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Alberghiero	19,5	22,1	36,1	21,3	14,7	10,5	1,8	-7,4	-25,6
Extralberghiero	18,7	37,6	31,7	7,9	2,8	4,5	-10,8	-34,8	-27,2
Terme	19,5	22,6	35,8	18,5	11,7	8,9	-1,0	-10,9	-26,9
Italia	23,9	18,0	19,2	16,5	8,5	6,2	-7,4	-9,5	-13,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Quota di turisti stranieri (%)

III trimestre

	2012	2013
Terme	29,9	34,7
Italia	36,2	36,4

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

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

III trimestre

	2012			2013		
	italiani	stranieri	Media Totale	italiani	stranieri	Media Totale
Terme	4,9	5,3	5,1	3,8	4,1	4,0
Italia	4,0	4,4	4,2	3,8	4,2	4,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per area-prodotto (%)

III trimestre

	2012							
	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Terme	36,9	38,3	8,8	9,2	4,4	1,1	1,2	100,0
Italia	39,1	38,6	7,8	6,8	5,7	1,3	0,8	100,0

	2013							
	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Terme	34,8	44,1	4,6	10,3	4,4	1,5	0,3	100,0
Italia	39,8	40,7	4,8	7,1	6,2	1,1	0,3	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Clientela abituale per prodotto (%)

III trimestre

	2012	2013
Terme	31,0	35,2
Italia	28,9	31,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per area-prodotto (%)

III trimestre

	2012	2013
Terme	16,5	25,6
Italia	16,5	23,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

III trimestre

	2012			Totale turisti Internet
	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	
Terme	12,7	11,5	18,4	42,5
Italia	15,4	11,5	17,8	44,7
	2013			Totale turisti Internet
	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	
Terme	10,5	12,3	15,7	38,6
Italia	11,2	15,5	18,1	44,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

4.6 La montagna

Il bilancio estivo per il prodotto montagna è di un calo delle vendite, legato principalmente al comparto extralberghiero. Vendute in media nelle località del turismo montano il 55% delle camere disponibili a luglio (-3,2%), il 67,9% ad agosto (-4,2%) e il 28,1% nei dati provvisori di settembre (-1,9%), con un trend che negli hotel segna una stabilità per luglio ed un calo tra il -2% e il -3% per i successivi mesi. Le strutture complementari registrano un -7% circa per luglio e agosto ed un -5% circa nel provvisorio di settembre.

Limitate le prenotazioni anticipate per l'autunno e senza grandi diversità tra i due comparti ricettivi: prenotate ad inizio settembre il 14,8% delle camere disponibili per ottobre ed appena il 5%-6% per novembre e dicembre.

Stabili rispetto alla scorsa estate la quota di turismo straniero (33,4% della clientela) e quella di clientela abituale (36,5%), mentre è in crescita l'incidenza di turismo organizzato (14,5% della clientela di questa estate, 8,5% di quella del 2012) ed in calo la permanenza media (4,3 notti, contro le 5 notti del 2012).

La composizione per target di clientela è pressoché in linea con quella del 2012, fatta eccezione per una minore incidenza dei gruppi leisure e, per contro, una quota più elevata dei vacanzieri single: le famiglie sono il 40,6% della clientela, le coppie il 38%, i gruppi il 7,5%, i single il 10,2% ed i turisti business il 3,8%.

Il 39,8% della clientela prenota on line: il 19% via e-mail (in crescita rispetto al 15,8% della scorsa estate), l'11,1% dal sito della struttura ricettiva (in calo rispetto al 17,2% del 2012) ed il 9,5% dai grandi portali (6,1% nel 2012).

Occupazione camere luglio-settembre 2013 per area-prodotto (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre
Montagna									
Alberghiero	58,3	72,7	36,9	57,9	70,7	34,3	-0,4	-2,0	-2,6
Extralberghiero	58,1	71,6	25,0	51,2	64,4	19,9	-6,9	-7,2	-5,1
Montagna	58,2	72,1	30,0	55,0	67,9	28,1	-3,2	-4,2	-1,9
Italia	62,2	70,7	37,7	64,4	74,0	36,5	2,2	3,3	-1,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2012-2013 per area-prodotto (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Montagna									
Alberghiero	28,9	22,6	22,7	17,0	6,3	6,6	-11,9	-16,3	-16,1
Extralberghiero	10,1	19,9	26,0	12,2	6,2	3,5	2,1	-13,7	-22,5
Montagna	19,3	20,9	24,0	14,8	6,2	5,3	-4,5	-14,7	-18,7
Italia	23,9	18,0	19,2	16,5	8,5	6,2	-7,4	-9,5	-13,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Quota di turisti stranieri (%)

III trimestre

	2012	2013
Montagna	34,5	33,4
Italia	36,2	36,4

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Permanenza media della clientela (n.° notti)

III trimestre

	2012			2013		
	italiani	stranieri	Media Totale	italiani	stranieri	Media Totale
Montagna	4,9	5,2	5,0	4,4	4,3	4,3
Italia	4,0	4,4	4,2	3,8	4,2	4,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per area-prodotto (%)

III trimestre

	2012							
	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Montagna	40,0	37,2	9,8	7,3	4,4	1,0	0,4	100,0
Italia	39,1	38,6	7,8	6,8	5,7	1,3	0,8	100,0

	2013							
	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Montagna	40,6	38,0	7,5	10,2	3,0	0,6	0,2	100,0
Italia	39,8	40,7	4,8	7,1	6,2	1,1	0,3	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Clientela abituale per prodotto (%)

III trimestre

	2012	2013
Montagna	37,0	36,5
Italia	28,9	31,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per area-prodotto (%)

III trimestre

	2012	2013
Montagna	8,5	14,5
Italia	16,5	23,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

III trimestre

	2012			Totale turisti Internet
	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	
Montagna	17,2	6,1	15,8	39,1
Italia	15,4	11,5	17,8	44,7
	2013			Totale turisti Internet
	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	
Montagna	11,1	9,6	19,0	39,8
Italia	11,2	15,5	18,1	44,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

4.7 Il turismo verde e rurale

Nelle destinazioni legate al turismo verde il bilancio estivo mostra una stabilità rispetto alle vendite 2012 per i mesi di luglio e settembre ed una crescita in agosto trainata dal comparto alberghiero. Nel dettaglio si rileva il 54,2% di camere vendute a luglio (-0,6%), il 64,4% ad agosto (+2,6% in media, con un +3,8% per i soli hotel ed un +1,2% per le strutture complementari) ed il 32,4% nei dati provvisori per settembre (-0,3%).

Le vendite anticipate per l'autunno sono, anche per questo prodotto, ancora limitate: prenotate negli hotel il 22,2% delle camere disponibili per ottobre, l'8,7% per novembre e il 7,2% per dicembre.

La composizione della clientela della stagione estiva mostra un leggero calo della quota di stranieri (43,9% della clientela), una crescita del turismo organizzato (22,7%) ed una stabilità per quella della clientela abituale (29,9%) e per la permanenza media della clientela (4 notti). In linea con l'estate 2012 anche la suddivisione dei target di clientela: il 43,6% sono famiglie, il 41,5% coppie, il 4,2% gruppi e il 6% single in vacanza, mentre il turismo business pesa per il 4,7%.

Aumenta la quota di clientela che prenota attraverso il web (complessivamente il 43,8%), una crescita legata ad un maggiore impiego dei portali di prenotazione e acquisto on line, con il 18,7% di turisti che usano email, il 14,9% i grandi portali (9,4% nell'estate 2012) ed il 10,2% che si serve del sito di proprietà della struttura ricettiva.

Occupazione camere luglio-settembre 2013 per area-prodotto (%)

	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre	Luglio	Agosto	Settembre
Campagna									
Alberghiero	55,1	61,8	38,1	56,4	65,6	39,2	1,3	3,8	1,1
Extralberghiero	54,4	61,8	25,4	51,7	63,0	24,4	-2,7	1,2	-1,0
Campagna	54,8	61,8	32,7	54,2	64,4	32,4	-0,6	2,6	-0,3
Italia	62,2	70,7	37,7	64,4	74,0	36,5	2,2	3,3	-1,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2012-2013 per area-prodotto (%)

Campagna	2012			2013			VAR 2013/2012		
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Alberghiero	29,6	19,3	21,7	22,2	8,7	7,2	-7,4	-10,6	-14,5
Extralberghiero	25,0	6,5	4,2	6,9	1,7	0,7	-18,1	-4,8	-3,5
Campagna	28,1	14,4	15,6	15,7	5,8	4,4	-12,4	-8,6	-11,2
Italia	23,9	18,0	19,2	16,5	8,5	6,2	-7,4	-9,5	-13,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Quota di turisti stranieri (%)

III trimestre

	2012	2013
Campagna	45,9	43,9
Italia	36,2	36,4

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

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

III trimestre

	2012			2013		
	italiani	stranieri	Media Totale	italiani	stranieri	Media Totale
Campagna	3,8	4,5	4,2	3,4	4,7	4,0
Italia	4,0	4,4	4,2	3,8	4,2	4,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tipologia della clientela per area-prodotto (%)

III trimestre

	2012							
	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Campagna	42,6	41,7	4,7	5,6	4,2	0,9	0,3	100,0
Italia	39,1	38,6	7,8	6,8	5,7	1,3	0,8	100,0

	2013							
	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Campagna	43,6	41,5	4,2	6,0	3,7	0,8	0,2	100,0
Italia	39,8	40,7	4,8	7,1	6,2	1,1	0,3	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Clientela abituale per prodotto (%)

III trimestre

	2012	2013
Campagna	28,1	29,9
Italia	28,9	31,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti organizzati per area-prodotto (%)

III trimestre

	2012	2013
Campagna	14,5	22,7
Italia	16,5	23,1

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

III trimestre

	2012			Totale turisti Internet
	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	
Campagna	10,8	9,4	17,7	37,9
Italia	15,4	11,5	17,8	44,7
	2013			Totale turisti Internet
	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	
Campagna	10,2	14,9	18,7	43,8
Italia	11,2	15,5	18,1	44,9

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 2011	ISNART	ISTAT 2011	ISNART
Ricettività Italia				
Hotel 1 stella	4,4	4,4	2,0	2,2
Hotel 2 stelle	8,1	8,1	5,2	5,8
Hotel 3 stelle	6,4	19,8	23,3	23,5
Hotel 4 stelle	18,7	6,4	17,3	16,6
Hotel 5 stelle	0,5	0,4	1,5	1,1
Residenze Turistico Alberghiere	3,4	2,3	4,7	3,8
Totale alberghi	41,5	41,5	54,0	53,0
Campeggi e Villaggi turistici	3,3	3,2	32,8	32,6
Agriturismo	21,0	20,0	5,4	5,7
Bed & Breakfast	29,2	30,4	2,9	3,9
Case per ferie	2,8	2,3	3,1	3,3
Ostello della gioventù	0,6	0,3	0,6	0,3
Rifugi alpini	1,3	1,2	0,8	0,8
Altri esercizi ricettivi	0,5	1,1	0,4	0,4
Totale esercizi complementari	58,5	58,5	46,0	47,0
Totale esercizi	100,0	100,0	100,0	100,0

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 è stata condotta dal 2 al 7 settembre 2013.