



Unioncamere
Umbria



Regione Umbria

OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE

Regione Umbria

ANDAMENTO CONGIUNTURALE DEL TURISMO IN UMBRIA – Ottobre 2008

a cura di



Sviluppumbria Spa



Centro Italiano
di Studi Superiori sul Turismo
e sulla Promozione Turistica



Storia del documento

Copyright:	IS.NA.R.T. Scpa
Committente:	Unioncamere Umbria
Versione:	1.0
Quadro dell'opera:	■ ■ ■ ■ □
Termine rilevazione:	Settembre 2008
Casi:	506



Sommario

1. I fenomeni in sintesi	4
2. Forum di discussione	8
3. Nota metodologica	9
4. Allegati	10



1. I fenomeni in sintesi

I risultati definitivi sull'andamento turistico estivo evidenziano la capacità del territorio umbro di far fronte ai momenti non facili della congiuntura. A luglio, infatti, le strutture ricettive in Umbria hanno venduto la metà delle camere disponibili, ad agosto l'occupazione registrata supera il 58% e a settembre si attesta intorno al 37%. Lo scotto si paga, dal momento che complessivamente la regione si attesta su livelli inferiori rispetto alla media nazionale che si è attestata sul 66,8% a luglio, sul 76,2% ad agosto e sul 47,2% a settembre.

Nell'arco del 2008 i mesi estivi si sono confermati, dunque, quelli con la maggiore capacità di attrattiva dei flussi turistici, nonostante l'estate sia la stagione meno competitiva per i prodotti della regione.

L'analisi di dettaglio fa emergere due aspetti complementari:

- il fatto che questa debolezza è legata, in particolare, al turismo rurale verso le aree di campagna. Le imprese ricettive situate in queste località, infatti, hanno superato la metà delle camere vendute soltanto ad agosto e, rispetto alla media nazionale di prodotto, esprimono una differenza inferiore di 23 punti a luglio, di 18,7 ad agosto e di 10,6 a settembre.
- viceversa, che alcuni prodotti turistici, pur non essendo quelli di punta dell'offerta umbra, dimostrano una capacità competitiva rispetto alla media delle altre destinazioni italiane: le terme hanno superato di oltre 10 punti il risultato medio di questa area prodotto in Italia a luglio e settembre, quando le strutture ricettive umbre situate nelle aree termali hanno venduto rispettivamente il 72,8% e il 60%; nelle aree di montagna ad agosto l'occupazione nelle imprese ha superato l'80% delle camere disponibili (+ 8 punti rispetto alla media Italia di questo prodotto) e a settembre, con il 53,4% la supera di ben 12 punti percentuali.

Pur considerando il rallentamento fisiologico durante i due mesi centrali dell'estate, le città umbre hanno un tasso di occupazione (45,4% a luglio, 53,9% ad agosto e 40% a settembre) significativamente inferiore alla media delle città italiane soprattutto a luglio e a settembre.

Le destinazioni lacuali restano il prodotto traino dell'estate, ma si dimostrano fortemente legate alla stagionalità. Buoni i risultati di luglio (circa il 65% delle camere vendute) e ottimi quelli di agosto (oltre il 70%), ma settembre porta una brusca frenata, con meno di tre camere su 10. Ciò, mentre nel resto d'Italia, il turismo verso le destinazioni lacuali si mantiene a livelli davvero notevoli, raggiungendo, con il 61%, il tasso di occupazione più elevato in assoluto.



Complessivamente l'impatto sul territorio è omogeneo, evidenziando degli scarti davvero limitati tra le due province, con una leggerissima prevalenza di Terni a luglio (50% rispetto al 48,8% di Perugia) e agosto (59% rispetto al 58,3%) e la situazione opposta a settembre, quando prevale, sebbene di poco, Perugia, con il 37,4%.

Anche all'interno del comparto ricettivo i flussi turistici sembrano essersi distribuiti in maniera uniforme, tanto che a luglio e agosto non si rilevano scarti tra l'occupazione registrata nel settore alberghiero e quello extra – alberghiero. Tale situazione muta radicalmente a settembre che vede un netto rallentamento di quest'ultimo, dovuto in particolare al calo registrato negli agriturismo e nei campeggi che dopo i risultati positivi di luglio e agosto (tra il 48% e il 68% le strutture agrituristiche e intorno al 56% i campeggi) si fermano a livelli inferiori al 30% delle camere vendute.

Scendendo nel dettaglio dei comprensori si rileva che:

- il Trasimeno, il Ternano e l'Alta Valle del Tevere sono le aree leader di luglio, con un'occupazione che supera di molto quella media regionale. In questo mese le zone più deboli sono il Tuderte (qui le strutture hanno venduto appena 3 stanze su 10), lo Spolefino e il Folignate – Nocera Umbra,
- ad agosto l'occupazione più elevata si è registrata nelle strutture della Valnerina – Cascia e del Trasimeno, che hanno superato il 70%, seguite da Eugubino – Alto Chiascio e dal Ternano, attestatesi sul 60%,
- a settembre, quando l'occupazione media in Umbria è scesa al 37%, la Valnerina – Cascia e l'Assisano hanno venduto il 47% delle camere disponibili.

In Umbria l'intermediazione organizzata fa una vera differenza per le imprese ricettive, sia sulla vendita di camere sia nell'anticipare i tempi delle prenotazioni, limitando il last minute. Tuttavia, questa prassi virtuosa resta ancora limitata nella diffusione e appartiene a circa 3 imprese su 10. Le strutture che nella commercializzazione si sono avvalse del supporto di T.O. e agenzie di viaggio hanno realizzato tassi di occupazione notevolmente più elevati delle altre, sia nel pieno della stagione (+11% a luglio, + 13% ad agosto) che a settembre (+ 20%) e nelle prenotazioni per i mesi autunnali. In particolare, tra ottobre e dicembre le prenotazioni passano proprio per il circuito organizzato, mentre le imprese che ne restano al di fuori sono ancora vuote.

Le prenotazioni per i prossimi mesi si concentrano ad ottobre e nella provincia di Perugia, in particolare verso le strutture ricettive alberghiere. In generale, comunque, il livello delle prenotazioni effettuate intorno alla seconda metà di settembre evidenzia che l'organizzazione preventiva dei viaggi per i mesi autunnali riguarda

un arco di tempo abbastanza limitato, ossia il mese successivo. Anche a livello nazionale, infatti, le prenotazioni per novembre e dicembre si attestano ancora intorno al 12 – 13%.

La clientela straniera che ha soggiornato nelle strutture ricettive umbre ha raggiunto il 28%, in ulteriore aumento rispetto al trimestre precedente (2 punti in più), ma ancora inferiore alle possibilità (in Italia la media della clientela estera in questo periodo è del 33%).

Il lago si conferma il prodotto forte che l'Umbria vanta verso l'estero: nelle strutture ricettive situate nelle destinazioni lacuali gli stranieri rappresentano il 43% della clientela e vi soggiornano per oltre 6 notti (in assoluto la durata maggiore), scegliendo di preferenza i campeggi.

I mercati stranieri più importanti restano l'Olanda (indicata come primo Paese estero di provenienza della clientela da oltre 1/3 delle strutture), la Germania e il Regno Unito. Il movimento dall'estero è considerato stabile dalla maggior parte degli operatori, anche se si avverte una certa variabilità (il 22,6% indica un calo, ma il 13,8% riscontra un aumento), in particolare dalla Germania e dagli Usa. In termini di aree prodotte le più coinvolte da questo fenomeno sono le zone termali, dove la stabilità è condivisa da meno della metà degli operatori e sia gli aumenti che la contrazione dei flussi stranieri sono piuttosto diffusi.

La clientela italiana resta lo zoccolo duro del turismo umbro; preferisce le città (73,5%) e la campagna (74,3%), la provincia di Perugia (72,5%), e come tipologia di alloggio i B&B, le case per ferie e religiose e gli alberghi da 1 a 3 stelle. Mediamente soggiorna più a lungo in provincia di Perugia (3,6% notti), e trascorre oltre 4 notti al lago e in montagna. Dopo le preoccupazioni espresse nel trimestre precedente, gli operatori sembrano relativamente più sereni rispetto all'andamento degli italiani, tanto che la maggior parte indica flussi stabili rispetto al 2007, e il calo è sentito da meno operatori rispetto ad aprile - giugno. Il lago è l'area prodotta caratterizzata dalla maggiore variabilità: poco più della metà degli operatori ritiene stabile la clientela italiana mentre il 32% ha avvertito una diminuzione rispetto all'estate 2007.

Rispetto al trimestre precedente, in estate:

- si allunga di una notte la durata del soggiorno, passando da 2,9 a 3,9 notti,
- aumenta, anche di poco, la quota di turismo organizzato, che si attesta sull'11,5%, superando di 2 punti la media nazionale. In particolare la clientela portata dall'intermediazione si trova in provincia di Perugia, al lago e negli hotel a 4 e 5 stelle,
- cresce l'importanza di Internet come canale di promo – commercializzazione: quasi il 46% dei clienti



ha prenotato attraverso il web, utilizzando l'e-mail o il sito di proprietà delle strutture. Ostelli, agriturismo e B&B sono le tipologie più coinvolte, mentre negli hotel le tele – prenotazioni riguardano appena il 35% degli ospiti,

- cambia il peso dei target di vacanzieri: le famiglie acquistano importanza e sono il primo segmento di clientela, con il 39% (+10% rispetto al trimestre precedente), e corrispondentemente, le coppie, che durante la primavera rappresentavano oltre il 40% dei clienti delle strutture umbre scendono al 36%.

Le famiglie soggiornano di preferenza nella provincia di Perugia, al lago (47,3%) oppure alle terme o nelle zone montane, alloggiano negli agriturismi (50%) o nelle residenze alberghiere (41,7%). Le coppie preferiscono le destinazioni della provincia di Terni e mostrano di apprezzare tutti i diversi prodotti turistici umbri, città e campagna per primi. Ben marcate, al contrario, le scelte dell'alloggio che privilegiano i B&B, dove le coppie rappresentano circa il 48% dei clienti estivi.

La sensibilità delle imprese verso la tutela ambientale (dichiarata da 7 operatori su 10) si concretizza nell'adozione della raccolta differenziata dei rifiuti e di sistemi di risparmio energetico, affiancati dal coinvolgimento attivo del personale che le imprese dichiarano di sensibilizzare e coinvolgere. Meno diffuse, ma, comunque presenti in una parte significativa del sistema ricettivo umbro, alcune azioni più complesse, quali l'installazione di sistemi di trattamento delle acque di scarico, e per il risparmio idrico. È interessante notare come pochissime imprese abbiano affrontato un percorso di certificazione ufficiale, che spesso viene vissuto come oneroso e troppo complesso.

L'attenzione alle esigenze della clientela disabile (dichiarate dal 64% degli operatori) constano prevalentemente di accessi facilitati.

Come già rilevato in precedenza, le imprese potrebbero fare di questa sensibilità una risorsa adatta a rivolgersi a specifiche nicchie di turismo se si dimostreranno in grado di costruire un'offerta fatta di servizi specializzati.

La settimana dedicata ad Umbria Jazz resta significativa anche durante l'estate, inserendosi tra le diverse motivazioni turistiche di scelta della vacanza in Umbria. In questo periodo il 10% della clientela delle imprese del perugino è legata all'evento, mentre l'area di Terni, continua a non beneficiarne in termini di impatto sul ricettivo. Si tratta in larga maggioranza di turisti – spettatori, ma il 7% è composto anche dagli addetti ai lavori.



2. Forum di discussione

- Al di là dei risultati sul trimestre estivo il turismo nella regione si sta caratterizzando per un andamento sempre più allineato alle performance generali del Paese. Ciò malgrado l'assenza del mare che più incide sulla stagionalità. Il forte scarto di occupazione tra agosto e settembre anche per prodotti come il lago che invece in Italia ha mantenuto fino alla fine del trimestre risultati eccellenti, fa riflettere sulla necessità di comprendere se si tratta di un calo congiunturale relativo al mese di settembre o se il turismo in Umbria sta assumendo dei connotati di maturità. Se così fosse diverrebbe fondamentale un ripensamento dell'offerta e dei servizi legati alle specializzazioni di prodotto. Occorre andare al di là dell'animazione territoriale e riposizionare l'Umbria in maniera più incisiva sul turismo naturalistico, core dell'offerta della regione, costruendo e potenziando le attività per il tempo libero dei turisti e commercializzandole su segmenti di domanda mirati, cioè realmente interessati al prodotto (tour operator) e in grado di muoversi fuori stagione. E' necessario, dunque, puntare sulla qualificazione dell'offerta, incentrata sul passaggio da risorsa a prodotto turistico, come sta avvenendo per il settore termale.
- Diverso il discorso per il turismo culturale che ad oggi non risulta competitivo sia relativamente ai prezzi dei servizi turistici e commerciali, sia per una incoerenza con l'immagine del territorio che dovrebbe porsi come alternativa alle grandi e affollate città d'arte metropolitane. In termini di allungamento della stagione saranno importanti i risultati della diversificazione interna al prodotto, come quella in atto sul turismo religioso.

3. Nota metodologica

L'analisi congiunturale è stata condotta attraverso una rilevazione diretta a 506 ⁽¹⁾ operatori umbri del ricettivo, con questionario chiuso e domande dirette sull'andamento della stagione.

Nel rispetto della presenza delle singole tipologie di impresa turistica ricettiva sul territorio regionale, si è provveduto a ripartire le interviste anche secondo la seguente distribuzione per provincia e tipologia:

Distribuzione per provincia	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Perugia	79,8	80,8
Terni	20,2	19,2
Totale	100,0	100,0

Distribuzione per tipologia di alloggio	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Hotel	25,3	25,0
1 stella	13,3	13,5
2 stelle	28,1	29,2
3 stelle	42,2	42,5
4 e 5 stelle	14,1	11,4
RTA	2,3	3,4
Agriturismi	45,5	47,4
Campeggi	2,4	1,9
B&B	10,7	18,7
Case per ferie e case religiose	3,8	2,9
Ostelli	1,6	1,5
Altro	10,9	2,6
Totale	100,0	100,0

La rilevazione è stata condotta dal dall'8 settembre al 25 settembre.

¹ imprese in attività e che hanno collaborato rispondendo al questionario, sul totale di quelle contattate.



4. Allegati

Occupazione camere gennaio -settembre 2007/2008 (%)

	2007	2008
Gennaio	23,3	22,5
Febbraio	23,5	22,3
Marzo	26,9	31,8
Aprile	37,6	37,5
Maggio	35,5	38,2
Giugno	43,4	32,7
Luglio	53,3	49,0
Agosto	63,7	58,5
Settembre	33,3	37,2

Occupazione camere in Umbria luglio-settembre 2008 (%)

	Luglio	Agosto	Settembre
2007	53,3	63,7	33,3
2008	49,0	58,5	37,2

Occupazione camere luglio-settembre 2008 (%)

	Luglio	Agosto	Settembre
Perugia	48,8	58,3	37,4
Terni	50,1	59,1	36,3
Umbria	49,0	58,5	37,2
Italia	66,8	76,2	47,2



Occupazione camere luglio-settembre 2008 (%)

	Luglio	Agosto	Settembre
Città	45,4	53,9	40,2
Montagna	56,7	80,3	53,4
Terme	72,8	55,0	60,0
Lago	64,8	70,5	27,3
Campagna	46,4	58,2	32,9
Umbria	49,0	58,5	37,2
Italia	66,8	76,2	47,2

Occupazione camere luglio-settembre 2008 (%)

	Luglio	Agosto	Settembre
Hotel	49,0	58,1	50,9
1 stella	37,6	43,2	28,1
2 stelle	46,6	54,7	51,2
3 stelle	47,3	57,8	51,1
4 e 5 stelle	51,3	56,5	56,1
RTA	63,4	75,7	53,0
Agriturismi	48,5	68,3	29,7
Campeggi	56,6	56,9	23,0
B&B	34,2	42,0	21,0
Case per ferie e case religiose	30,6	37,3	23,0
Ostelli	55,4	49,3	37,2
Altro	53,9	65,5	39,2
Umbria	49,0	58,5	37,2
Italia	66,8	76,2	47,2

Occupazione camere luglio-settembre 2008 (%)

	Luglio	Agosto	Settembre
Alberghiero	49,0	58,1	50,9
Extralberghiero	49,1	58,7	27,1
Umbria	49,0	58,5	37,2
Italia	66,8	76,2	47,2

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre
Perugia	17,9	7,9	6,7
Terni	8,7	2,4	4,2
Umbria	16,6	7,1	6,4
Italia	26,0	12,2	13,1



Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre
Città	20,4	8,4	7,6
Montagna	24,3	22,1	22,8
Terme	13,9	0,0	0,0
Lago	6,3	2,6	2,3
Campagna	12,0	3,7	2,7
Umbria	16,6	7,1	6,4
Italia	26,0	12,2	13,1

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre
Hotel	27,0	12,1	10,3
1 stella	8,3	6,2	7,0
2 stelle	28,0	4,2	2,2
3 stelle	22,2	9,3	8,3
4 e 5 stelle	30,3	11,9	8,3
RTA	48,4	58,8	38,8
Agriturismi	6,4	1,8	2,6
Campeggi	4,9	2,1	2,1
B&B	6,9	0,3	2,0
Case per ferie e case religiose	9,1	5,2	3,5
Ostelli	12,8	3,8	3,8
Altro	1,4	0,7	0,7
Umbria	16,6	7,1	6,4
Italia	26,0	12,2	13,1

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre
Alberghiero	27,0	12,1	10,3
Extralberghiero	7,0	2,4	2,6
Umbria	16,6	7,1	6,4
Italia	26,0	12,2	13,1



	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
I trimestre	28,7	71,3	100,0
II trimestre	36,8	63,2	100,0
III trimestre	38,0	62,0	100,0

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
Hotel	59,3	40,7	100,0
Agriturismi	35,0	65,0	100,0
Campeggi	25,6	74,4	100,0
B&B	16,0	84,0	100,0
Case per ferie e case religiose	47,0	53,0	100,0
Ostelli	63,6	36,4	100,0
Altro	31,0	69,0	100,0
Umbria	38,0	62,0	100,0
Italia	31,4	68,6	100,0

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
Città	38,5	61,5	100,0
Montagna	47,5	52,5	100,0
Terme	28,9	71,1	100,0
Lago	48,0	52,0	100,0
Campagna	33,9	66,1	100,0
Umbria	38,0	62,0	100,0
Italia	31,4	68,6	100,0



Occupazione camere luglio-settembre 2008 (%)

	Luglio	Agosto	Settembre
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	53,9	64,2	45,2
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	42,7	51,0	26,7
Umbria	49,0	58,5	37,2
Italia	66,8	76,2	47,2

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	25,6	11,3	9,9
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	5,5	1,8	1,8
Umbria	16,6	7,1	6,4
Italia	26,0	12,2	13,1

Provenienza della clientela - confronto 2007/2008

	2007			2008		
	% italiani	% stranieri	Totale	% italiani	% stranieri	Totale
I trimestre	88,2	11,8	100,0	88,7	11,3	100,0
II trimestre	70,4	29,6	100,0	74,0	26,0	100,0
III trimestre	67,0	33,0	100,0	72,0	28,0	100,0

Provenienza della clientela per provincia

	% italiani	% stranieri	Totale
Perugia	72,5	27,5	100,0
Terni	69,5	30,5	100,0
Umbria	72,0	28,0	100,0
Italia	67,0	33,0	100,0

Provenienza della clientela per area prodotto

	% italiani	% stranieri	Totale
Città	73,5	26,5	100,0
Montagna	70,2	29,8	100,0
Terme	66,3	33,7	100,0
Lago	56,9	43,1	100,0
Campagna	74,3	25,7	100,0
Umbria	72,0	28,0	100,0
Italia	67,0	33,0	100,0



Provenienza della clientela per tipologia di alloggio

	% italiani	% stranieri	Totale
Hotel	75,4	24,6	100,0
1 stella	84,6	15,4	100,0
2 stelle	77,5	22,5	100,0
3 stelle	74,5	25,5	100,0
4 e 5 stelle	67,0	33,0	100,0
RTA	60,0	40,0	100,0
Agriturismi	68,4	31,6	100,0
Campeggi	44,2	55,8	100,0
B&B	79,3	20,7	100,0
Case per ferie e case religiose	79,9	20,1	100,0
Ostelli	65,7	34,3	100,0
Altro	65,7	34,3	100,0
Umbria	72,0	28,0	100,0
Italia	67,0	33,0	100,0

Provenienza della clientela per tipologia di alloggio

	% italiani	% stranieri	Totale
Alberghiero	75,4	24,6	100,0
Extralberghiero	70,8	29,2	100,0
Umbria	72,0	28,0	100,0
Italia	67,0	33,0	100,0

Mercati esteri più importanti % sul totale strutture

1°	Olanda	33,4
2°	Germania	29,3
3°	Regno Unito	21,5
	Belgio	16,8
	Francia	14,8
	Usa	14,7
	Austria	3,6



Andamento dei principali mercati stranieri (% sul totale strutture)

	% di operatori che dichiarano un aumento	% di operatori che dichiarano una diminuzione
Olanda	2,4	-1,8
Belgio	2,2	-0,4
Regno Unito	1,3	-1,9
Usa	1,3	-3,5
Austria	0,8	-0,4
Australia	0,7	-0,2
Francia	0,7	-1,0
Germania	0,6	-3,4
Spagna	0,6	-
Svizzera	-	-0,4

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
I trimestre	6,6	69,9	23,6	6,5	81,2	12,3
II trimestre	12,7	55,6	31,7	11,0	63,2	25,8
III trimestre	9,5	65,0	25,5	13,8	63,5	22,6

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per provincia III trimestre 2008

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Perugia	9,8	64,2	26,0	13,9	62,9	23,2
Terni	8,1	68,5	23,4	13,5	65,9	20,6
Umbria	9,5	65,0	25,5	13,8	63,5	22,6
Totale operatori						
% media di variazione rilevata in Umbria	+17,7		-30,7	+21,5		-25,4



Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per area prodotta III trimestre 2008

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Città	9,9	67,0	23,1	10,6	63,9	25,5
Montagna	23,8	58,8	17,5	23,8	71,3	5,0
Terme	11,1	68,9	20,0	31,1	48,9	20,0
Lago	12,8	55,2	32,0	13,7	61,3	25,0
Campagna	6,2	65,0	28,8	17,0	63,6	19,4
Umbria	9,5	65,0	25,5	13,8	63,5	22,6
Italia	10,6	58,7	30,8	12,1	63,7	24,2

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per tipologia di alloggio III trimestre 2008

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Hotel	10,7	69,4	19,9	10,3	66,0	23,7
1 stella	0,0	57,9	42,1	0,0	81,6	18,4
2 stelle	11,6	65,9	22,6	0,0	77,4	22,6
3 stelle	11,3	75,7	13,0	16,7	59,2	24,2
4 e 5 stelle	12,5	68,8	18,8	19,0	42,9	38,1
RTA	31,6	68,4	0,0	31,6	68,4	0,0
Agriturismi	13,0	62,7	24,3	16,6	64,8	18,6
Campeggi	16,7	50,0	33,3	16,3	58,1	25,6
B&B	0,0	64,5	35,5	9,5	57,9	32,6
Case per ferie e case religiose	4,6	80,0	15,4	10,6	78,8	10,6
Ostelli	12,5	50,0	37,5	51,5	36,4	12,1
Altro	1,7	72,4	25,9	8,8	59,6	31,6
Umbria	9,5	65,0	25,5	13,8	63,5	22,6
Italia	10,6	58,7	30,8	12,1	63,7	24,2

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per tipologia di alloggio III trimestre 2008

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Alberghiero	10,7	69,4	19,9	10,3	66,0	23,7
Extralberghiero	9,2	63,5	27,3	15,0	62,7	22,3
Umbria	9,5	65,0	25,5	13,8	63,5	22,6
Italia	10,6	58,7	30,8	12,1	63,7	24,2



**Permanenza media della clientela (n.notti) -
confronto 2007/2008 (%)**

	2007	2008
I trimestre	3,2	3,1
II trimestre	3,8	2,9
III trimestre	4,9	3,9

Permanenza media della clientela per provincia (n.notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Perugia	3,6	4,5	4,1
Terni	3,1	3,6	3,3
Umbria	3,5	4,3	3,9
Italia	4,4	4,5	4,4

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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Città	3,34	3,7	3,5
Montagna	4,2	4,2	4,2
Terme	3,8	4,3	4,1
Lago	4,2	6,5	5,4
Campagna	3,4	4,8	4,1
Umbria	3,5	4,3	3,9
Italia	4,4	4,5	4,4

**Permanenza media della clientela per tipologia di alloggio
(n.notti)**

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Hotel	2,6	2,7	2,6
1 stella	2,3	1,6	2,0
2 stelle	2,6	2,3	2,4
3 stelle	2,6	2,9	2,8
4 e 5 stelle	2,3	2,7	2,5
RTA	4,3	5,3	4,8
Agriturismi	4,1	5,7	4,9
Campeggi	3,4	4,3	3,8
B&B	3,0	2,8	2,9
Case per ferie e case religiose	6,1	6,8	6,5
Ostelli	3,0	2,6	2,8
Altro	3,4	3,7	3,6
Umbria	3,5	4,3	3,9
Italia	4,4	4,5	4,4



Permanenza media della clientela per tipologia di alloggio (n.notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Alberghiero	2,6	2,7	2,6
Extralberghiero	3,8	5,0	4,4
Umbria	3,5	4,3	3,9
Italia	4,4	4,5	4,4

Turisti organizzati - confronto 2007/2008 (%)

	2007	2008
I trimestre	9,7	7,3
II trimestre	14,2	10,3
III trimestre	13,7	11,8

Turisti organizzati per provincia (%)

Perugia	12,8
Terni	7,8
Umbria	11,8
Italia	9,5

Turisti organizzati per area prodotto (%)

Città	11,1
Montagna	9,5
Terme	13,7
Lago	16,3
Campagna	11,9
Umbria	11,8
Italia	9,5



Turisti organizzati per tipologia ricettiva (%)

Hotel	18,4
1 stella	1,5
2 stelle	11,7
3 stelle	21,2
4 e 5 stelle	41,8
RTA	28,3
Agriturismi	11,0
Campeggi	3,8
B&B	5,8
Case per ferie e case religiose	17,5
Ostelli	11,4
Altro	7,2
Umbria	11,8
Italia	9,5

Turisti organizzati per tipologia ricettiva (%)

Alberghiero	18,4
Extralberghiero	9,7
Umbria	11,8
Italia	9,5

Clientela abituale - confronto 2007/2008 (%)

	2007	2008
I trimestre	25,6	32,2
II trimestre	27,5	29,5
III trimestre	25,2	29,3

Clientela abituale per provincia (%)

Perugia	28,5
Terni	32,4
Umbria	29,3
Italia	37,0



Clientela abituale per area prodotto (%)

Città	30,2
Montagna	40,3
Terme	12,3
Lago	30,0
Campagna	27,3
Umbria	29,3
Italia	37,0

Clientela abituale per tipologia di alloggio (%)

Hotel	32,5
1 stella	32,1
2 stelle	38,9
3 stelle	29,5
4 e 5 stelle	28,2
RTA	31,7
Agriturismi	31,2
Campeggi	30,1
B&B	20,2
Case per ferie e case religiose	33,4
Ostelli	25,6
Altro	25,4
Umbria	29,3
Italia	37,0

Clientela abituale per tipologia di alloggio (%)

Alberghiero	32,5
Extralberghiero	28,2
Umbria	29,3
Italia	37,0



Turisti prenotati tramite internet - confronto 2007/2008 (%)

	2007	2008
I trimestre	39,2	44,5
II trimestre	36,2	43,6
III trimestre	40,6	45,9

Turisti prenotati tramite internet per provincia (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e-mail	Totale internet
Perugia	17,1	15,0	13,6	45,7
Terni	17,4	12,8	16,5	46,7
Umbria	17,2	14,6	14,1	45,9
Italia	15,3	8,9	15,1	39,3

Turisti prenotati tramite internet per area prodotto (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e-mail	Totale internet
Città	17,9	14,6	16,8	49,3
Montagna	7,7	8,5	22,6	38,8
Terme	26,5	9,3	12,3	48,1
Lago	17,4	22,1	11,9	51,4
Campagna	16,3	13,4	9,6	39,3
Umbria	17,2	14,6	14,1	45,9
Italia	15,3	8,9	15,1	39,3

Turisti prenotati tramite internet per tipologia di alloggio (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e-mail	Totale internet
Hotel	13,7	12,2	9,2	35,0
1 stella	7,3	3,1	7,3	17,7
2 stelle	10,9	8,1	10,1	29,1
3 stelle	15,7	14,7	10,8	41,2
4 e 5 stelle	18,6	19,4	4,5	42,5
RTA	20,0	26,7	5,0	51,7
Agriturismi	18,5	13,8	17,5	49,8
Campeggi	20,7	7,5	14,6	42,8
B&B	17,3	22,0	12,4	51,7
Case per ferie e case religiose	8,0	5,7	11,9	25,6
Ostelli	36,2	24,2	16,9	77,3
Altro	22,8	8,8	13,5	45,1
Umbria	17,2	14,6	14,1	45,9
Italia	15,3	8,9	15,1	39,3



Turisti prenotati tramite internet per tipologia di alloggio (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e-mail	Totale internet
Alberghiero	13,7	12,2	9,2	35,0
Extralberghiero	18,4	15,4	15,8	49,5
Umbria	17,2	14,6	14,1	45,9
Umbria	17,2	14,6	14,1	45,9
Italia	15,3	8,9	15,1	39,3

Tipologia della clientela

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>			TOTALE
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Congressisti	
I trimestre	31,0	38,3	2,2	5,3	20,5	1,3	1,4	100,0
II trimestre	29,6	42,1	5,0	7,1	13,6	1,8	0,8	100,0
III trimestre	39,6	36,2	4,8	8,3	9,6	1,0	0,5	100,0

Tipologia della clientela per provincia

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>			TOTALE
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Congressisti	
Perugia	40,7	35,0	5,4	8,3	9,0	1,0	0,6	100,0
Terni	34,8	41,2	2,6	8,3	11,7	1,0	0,4	100,0
Umbria	39,6	36,2	4,8	8,3	9,6	1,0	0,5	100,0

Tipologia della clientela per area-prodotto

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>			TOTALE
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Congressisti	
Città	38,4	37,9	4,4	8,5	8,7	1,5	0,6	100,0
Montagna	41,3	33,3	16,5	8,3	0,6	-	-	100,0
Terme	42,3	31,0	12,8	5,4	8,6	-	-	100,0
Lago	47,3	32,1	7,5	10,2	1,7	1,1	0,1	100,0
Campagna	39,0	35,1	3,1	7,7	14,2	0,4	0,5	100,0
Umbria	39,6	36,2	4,8	8,3	9,6	1,0	0,5	100,0



Tipologia della clientela per tipologia di alloggio

	Leisure				Business			TOTALE
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Congressisti	
Hotel	29,8	28,7	8,4	10,9	19,8	1,7	0,7	100,0
1 stella	18,6	27,4	2,4	28,5	22,5	0,6	-	100,0
2 stelle	32,5	31,7	5,5	9,8	19,9	0,5	-	100,0
3 stelle	30,0	27,7	11,2	6,8	20,4	3,0	0,9	100,0
4 e 5 stelle	31,7	30,1	10,7	9,3	13,4	1,8	3,0	100,0
RTA	41,7	15,0	14,2	5,8	23,3	-	-	100,0
Agriturismo	50,7	36,9	3,2	4,9	2,8	1,1	0,4	100,0
Campeggi	39,2	39,5	3,8	17,6	-	-	-	100,0
B&B	30,3	47,8	1,1	10,1	10,2	-	0,5	100,0
Case per ferie e case religiose	32,1	20,6	20,0	13,7	12,9	-	0,6	100,0
Ostelli	13,9	22,6	23,7	22,3	16,9	-	0,7	100,0
Altro	19,8	35,4	-	12,6	29,3	2,9	0,1	100,0
Umbria	39,6	36,2	4,8	8,3	9,6	1,0	0,5	100,0

Tipologia della clientela per tipologia di alloggio

	Leisure				Business			TOTALE
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Congressisti	
Alberghiero	29,8	28,7	8,4	10,9	19,8	1,7	0,7	100,0
Extralberghiero	42,8	38,7	3,6	7,5	6,1	0,8	0,5	100,0
Umbria	39,6	36,2	4,8	8,3	9,6	1,0	0,5	100,0

Clientela legata a Umbria Jazz Festival per provincia

Perugia	10,5
Terni	1,0
Umbria	8,6

Tipologia della clientela legata a Umbria Jazz Festival per provincia

	Turisti	Addetti ai lavori	totale
Perugia	92,7	7,3	100,0
Terni	100,0	0,0	100,0
Umbria	93,2	6,8	100,0



Occupazione camere luglio-settembre 2008 (%)

	Luglio	Agosto	Settembre
Amerino (TR)	46,3	57,0	23,5
Assisano (PG)	42,8	59,5	47,0
Valnerina-Cascia (PG)	58,0	74,0	47,7
Trasimeno (PG)	66,6	71,7	28,4
Alta Valle del Tevere (PG)	52,2	59,0	42,6
Folignate-Nocera Umbra (PG)	39,9	56,7	28,5
Eugubino-Alto Chiascio (PG)	49,6	63,0	42,5
Orvietano (TR)	42,5	54,3	36,9
Perugino (PG)	48,0	46,3	38,6
Spoletino (PG)	36,7	50,6	22,9
Ternano (TR)	55,0	61,8	36,4
Tuderte (PG)	30,9	43,0	21,8
Umbria	49,0	58,5	37,2

Prenotazioni camere ottobre-dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre
Amerino (TR)	4,9	2,0	2,2
Assisano (PG)	23,9	5,2	3,8
Valnerina-Cascia (PG)	33,3	16,9	14,5
Trasimeno (PG)	8,3	4,3	2,5
Alta Valle del Tevere (PG)	16,7	9,3	10,2
Folignate-Nocera Umbra (PG)	4,3	0,3	0,3
Eugubino-Alto Chiascio (PG)	25,5	10,2	5,3
Orvietano (TR)	8,5	4,1	6,1
Perugino (PG)	22,8	13,6	13,4
Spoletino (PG)	5,2	2,8	2,7
Ternano (TR)	9,7	0,2	2,0
Tuderte (PG)	3,4	1,0	0,0
Umbria	16,6	7,1	6,4



Provenienza della clientela

	% italiani	% stranieri	Totale
Amerino (TR)	66,6	33,4	100,0
Assisano (PG)	72,7	27,3	100,0
Valnerina-Cascia (PG)	71,6	28,4	100,0
Trasimeno (PG)	56,1	43,9	100,0
Alta Valle del Tevere (PG)	61,3	38,7	100,0
Folignate-Nocera Umbra (PG)	76,5	23,5	100,0
Eugubino-Alto Chiascio (PG)	73,6	26,4	100,0
Orvietano (TR)	64,8	35,2	100,0
Perugino (PG)	75,8	24,2	100,0
Spoletino (PG)	85,0	15,0	100,0
Ternano (TR)	80,0	20,0	100,0
Tuderte (PG)	74,0	26,0	100,0
Umbria	72,0	28,0	100,0

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno III trimestre 2008

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Amerino (TR)	17,3	50,0	32,7	17,3	65,4	17,3
Assisano (PG)	7,6	72,5	19,9	10,8	67,2	22,0
Valnerina-Cascia (PG)	19,4	69,4	11,3	11,4	85,4	3,3
Trasimeno (PG)	13,8	59,3	27,0	12,2	68,3	19,6
Alta Valle del Tevere (PG)	11,9	61,0	27,1	38,1	50,0	11,9
Folignate-Nocera Umbra (PG)	5,4	53,0	41,6	15,1	55,9	29,0
Eugubino-Alto Chiascio (PG)	8,6	74,8	16,6	11,7	63,2	25,2
Orvietano (TR)	10,0	62,5	27,6	11,5	60,7	27,9
Perugino (PG)	9,1	64,6	26,3	11,2	56,1	32,6
Spoletino (PG)	19,1	60,3	20,6	6,7	83,7	9,6
Ternano (TR)	-	91,0	9,0	18,3	72,5	9,2
Tuderte (PG)	4,4	67,3	28,3	15,0	56,6	28,3
Umbria	9,5	65,0	25,5	13,8	63,5	22,6
Totale operatori						
% media di variazione rilevata in Umbria	+17,7		-30,7	+21,5		-25,4



	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
Amerino (TR)	17,3	82,7	100,0
Assisano (PG)	53,2	46,8	100,0
Valnerina-Cascia (PG)	44,7	55,3	100,0
Trasimeno (PG)	49,2	50,8	100,0
Alta Valle del Tevere (PG)	50,0	50,0	100,0
Folignate-Nocera Umbra (PG)	30,2	69,8	100,0
Eugubino-Alto Chiascio (PG)	27,0	73,0	100,0
Orvietano (TR)	34,4	65,6	100,0
Perugino (PG)	38,3	61,7	100,0
Spoletino (PG)	32,6	67,4	100,0
Ternano (TR)	33,3	66,7	100,0
Tuderte (PG)	32,5	67,5	100,0
Umbria	38,0	62,0	100,0

Adozione di azioni di sensibilizzazione ambientale

	Si	No	Totale
Perugia	68,9	31,1	100,0
Terni	73,5	26,5	100,0
Umbria	69,8	30,2	100,0
Italia	84,3	15,7	100,0

Adozione di azioni di sensibilizzazione ambientale

	Si	No	Totale
Città	66,8	33,2	100,0
Montagna	70,0	30,0	100,0
Terme	60,0	40,0	100,0
Lago	75,4	24,6	100,0
Campagna	73,7	26,3	100,0
Umbria	69,8	30,2	100,0
Italia	84,3	15,7	100,0



Adozione di azioni di sensibilizzazione ambientale

	Si	No	Totale
hotel	67,9	32,1	100,0
1 stella	40,8	59,2	100,0
2 stelle	69,3	30,7	100,0
3 stelle	71,8	28,2	100,0
4 stelle	73,4	26,6	100,0
RTA	100,0	-	100,0
Agriturismi	72,7	27,3	100,0
Campeggi	74,4	25,6	100,0
B&B	65,7	34,3	100,0
Case per ferie e case religiose	63,6	36,4	100,0
Ostelli	87,9	12,1	100,0
Altro	56,9	43,1	100,0
Umbria	69,8	30,2	100,0
Italia	84,3	15,7	100,0

Adozione di azioni di sensibilizzazione ambientale

	Si	No	Totale
alberghiero	67,9	32,1	100,0
extralberghiero	70,4	29,6	100,0
Umbria	69,8	30,2	100,0
Italia	84,3	15,7	100,0

Azioni di sensibilizzazione ambientale adottate

	Si	No	Totale
Sistema per il trattamento delle acque di scarico	39,6	60,4	100,0
Sistemi per il risparmio idrico	48,0	52,0	100,0
Azioni per il controllo di perdite idriche	34,2	65,8	100,0
Riutilizzo delle acque reflue per l'irrigazione	27,6	72,4	100,0
Raccolta differenziata dei rifiuti	84,5	15,5	100,0
Manutenzioni programmate per le aree verdi	54,2	45,8	100,0
Incentivazione dell'utilizzo dei mezzi pubblici	24,3	75,7	100,0
Possesso di mezzi di trasporto ecologici	13,5	86,5	100,0
Sistemi di risparmio energetico	80,0	20,0	100,0
Fonti di energia rinnovabile	20,6	79,4	100,0
Certificazioni ambientali	8,5	91,5	100,0
Il personale è informato/sensibilizzato su tematiche ambientali	81,7	18,3	100,0
Azioni di sensibilizzazione ambientale verso la clientela	71,2	28,8	100,0



Attenzione alle esigenze di persone con disabilità

	Si	No	Totale
Perugia	61,5	38,5	100,0
Terni	74,0	26,0	100,0
Umbria	63,9	36,1	100,0
Italia	49,1	50,9	100,0

Attenzione alle esigenze di persone con disabilità

	Si	No	Totale
Città	64,6	35,4	100,0
Montagna	82,5	17,5	100,0
Terme	28,9	71,1	100,0
Lago	59,1	40,9	100,0
Campagna	64,3	35,7	100,0
Umbria	63,9	36,1	100,0
Italia	49,1	50,9	100,0

Attenzione alle esigenze di persone con disabilità

	Si	No	Totale
hotel	72,1	27,9	100,0
1 stella	27,6	72,4	100,0
2 stelle	57,9	42,1	100,0
3 stelle	92,5	7,5	100,0
4 stelle	75,0	25,0	100,0
RTA	100,0	-	100,0
Agriturismi	75,4	24,6	100,0
Campeggi	74,4	25,6	100,0
B&B	22,4	77,6	100,0
Case per ferie e case religiose	68,2	31,8	100,0
Ostelli	75,8	24,2	100,0
Altro	55,2	44,8	100,0
Umbria	63,9	36,1	100,0
Italia	49,1	50,9	100,0



Attenzione alle esigenze di persone con disabilità

	Si	No	Totale
alberghiero	72,1	27,9	100,0
extralberghiero	61,2	38,8	100,0
Umbria	63,9	36,1	100,0
Italia	49,1	50,9	100,0

Attenzione alle esigenze di persone con disabilità: misure adottate

	Si	No	Totale
Accesso facilitato	98,6	1,4	100,0
Presenza di ascensore o strutture apposite	59,5	40,5	100,0
Segnalazione nel materiale promozionale	72,6	27,4	100,0