



Unioncamere  
Umbria



Regione Umbria

# OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE

Regione Umbria

## ***ANDAMENTO CONGIUNTURALE DEL TURISMO IN UMBRIA – Dicembre 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:	Dicembre 2008
Casi:	504



## Sommario

---

1. Le strutture credono nel turismo, ma i margini di crescita sono ancora molti .....	4
3. Nota metodologica .....	8
4. Allegati .....	9



## 1. Le strutture credono nel turismo, ma i margini di crescita sono ancora molti

L'autunno non è il periodo turistico più intenso per la regione Umbria, che negli ultimi tre mesi del 2008 realizza un'occupazione camere del 35% ad ottobre, mentre a novembre il movimento turistico si assottiglia, in attesa delle festività di fine anno, che, a metà dicembre<sup>1</sup> hanno fatto registrare la vendita del 33,8% dei posti letto disponibili. Questo risultato, però, è il frutto di due andamenti contrapposti: quello positivo della montagna e delle terme (quasi la metà dei posti letto già prenotati a metà dicembre), che supera anche quello delle città (40%), e quello più difficile del lago e della campagna, che si attestano rispettivamente sul 20% e sul 30%. Complessivamente, gettando uno sguardo all'andamento annuale, il 2008 si è chiuso con un aumento rispetto al 2007 durante la primavera (marzo, aprile e maggio), una tenuta dell'occupazione camere nei primi due mesi e un leggero calo da giugno in poi, in corrispondenza del manifestarsi dei primi effetti di una congiuntura economica che sta ridimensionando i consumi.

A livello provinciale, le differenze tra Perugia e Terni non sono eclatanti e le due province si alternano nel superare la media regionale, che tuttavia resta particolarmente rappresentativa.

Differenze più significative si registrano all'interno delle aree prodotte, dove i risultati turistici risultano più soggetti alle dinamiche stagionali e, in alcuni casi, molto legati ai periodi di picco generale del movimento turistico.

Mettendo tra parentesi novembre, che come detto si caratterizza come un mese di transizione, le città sono la vera meta turistica fuori stagione: ad ottobre nei centri urbani le strutture ricettive superano abbondantemente la media regionale vendendo intorno al 44% dei posti letto disponibili. Le aree di montagna e di campagna, tengono, anche se su livelli più contenuti, mentre nell'autunno le zone termali e lacuali restano al di fuori delle rotte turistiche. Per il mese di dicembre la montagna e le località termali riprendono quota e sono i prodotti turistici con il tasso di occupazione più elevato, che si attesta intorno ad un terzo della disponibilità dei posti letto.

Una disomogeneità si riscontra anche nei risultati delle diverse tipologie ricettive. Ad ottobre quelle alberghiere sfiorano la metà dei posti letto occupati, soprattutto se di categoria media e alta; tra le strutture extra alberghiere i risultati positivi sono delle case per ferie (51,6%), tipologia che caratterizza l'offerta ricettiva umbra.

---

<sup>1</sup> Dati provvisori



Al contrario, gli agriturismi (23% dei posti letti venduti ad ottobre, 14% a novembre e 17% nel mese di dicembre), riprendono parzialmente quota soltanto a fine anno, quando il tasso di occupazione camere è del 35,2%. I B&B si attestano al 24% di ottobre ma perdono nei mesi successivi e restano marginali anche durante il ponte festivo natale - capodanno.

Su questi risultati il supporto degli intermediari (che coinvolge quasi quattro strutture su dieci) ha creato un vero spartiacque: 20 punti percentuali in più ad ottobre e oltre 12 punti percentuali tra natale e capodanno. Alberghi e case per ferie sono le tipologie di strutture che hanno assunto il ricorso alla commercializzazione intermediata come prassi della propria gestione, e, come appena evidenziato, sono quelle che riescono ad ottenere i livelli di occupazione più elevati e più costanti del periodo.

Gli interlocutori sono prevalentemente agenzie di viaggio e T.O., ma rispetto alla media delle altre regioni, in Umbria, le strutture stringono più spesso rapporti con quella parte di intermediazione che agisce parallelamente: associazioni sportive e culturali, Cral aziendali, ma anche parrocchie e organizzazioni religiose<sup>2</sup>.

Tuttavia, la quota di turismo organizzato che giunge alle strutture è inferiore al 10% e si concentra nella provincia di Perugia (in quella di Terni si attesta sul 4%), sebbene non vi sia alcuna differenza significata nella quota di strutture che se ne avvale nelle due province. Tra i prodotti, il turismo organizzato predilige la montagna (17,7%) e il lago (circa il 15%).

Ad oggi, gli alti costi imposti dagli intermediari tradizionali sono il primo motivo che ne frena il ricorso da parte degli operatori e in molti casi, le imprese dichiarano di non avvertirne l'esigenza, non hanno un motivo preciso (i "non so" superano il 20%) o ritengono che gli accordi non corrispondano alle proprie esigenze.

Per una parte delle imprese, Internet (11,8%) ha sostituito agli attori tradizionali, garantendo ai propri clienti la possibilità di effettuare le prenotazioni via web, attraverso i siti di proprietà, l'e-mail o portali di promo - commercializzazione (la quota è davvero alta, pari al 90,5%, superiore di quasi 10 punti percentuali alla media nazionale).

Accanto a questo, si rileva che gli operatori hanno una clientela difficilmente fidelizzabile, dove meno di tre clienti su dieci sono habitués. Unica eccezione sono i campeggi dove il rapporto si inverte, con oltre sette clienti su dieci che tornano ogni anno.

---

<sup>2</sup> Ad esempio, nella media italiana il peso delle associazioni culturali e sportive si attesta intorno al 6%.



La clientela nell'autunno e inverno è prettamente italiana (quasi l'86% della clientela delle strutture ricettive), soprattutto nelle aree di montagna e nelle località termali e a livello di strutture, nelle RTA e nei B&B.

Secondo una tendenza in linea con l'andamento nazionale, il turismo interno attraversa una fase di particolare variabilità. La clientela italiana, infatti, è stabile rispetto allo scorso anno, per circa il 60% delle strutture, ma quasi tre su dieci indicano un calo, a fronte di un 10% di imprese che è riuscito a registrarne la crescita (limitata, però, solo alle strutture situate in campagna e in città).

Più stabile la clientela straniera, che in questo periodo rappresenta circa il 14% di quella complessiva e che, come di consuetudine, apprezza particolarmente le destinazioni lacuali, anche fuori stagione (in questa area i clienti stranieri rappresentano il 20%).

Per il 76% delle strutture il movimento dall'estero non è variato rispetto al 2008 e per circa il 7% è aumentato. La contrazione, tuttavia, c'è, ed è sentita dal 20% delle strutture ricettive. La Germania è il primo mercato straniero per il 22% degli operatori, seguito, in ordine di importanza, dagli Stati Uniti, dall'Olanda e Paesi Bassi, dal Regno Unito e dalla Francia (tutti intorno al 14%).

Il soggiorno dura poco più di due notti, con una contrazione significativa rispetto ai trimestri precedenti per gli stranieri (che si fermavano tra le 3 e le 4 notti), mentre resta stabile, nel corso dei 12 mesi, la durata del soggiorno da parte degli italiani.

Le coppie sono il target principale per gli operatori turistici umbri e anche nel trimestre ottobre - dicembre, con il 44%, rappresentano la clientela - tipo che soggiorna nelle strutture ricettive umbre. In particolare:

- le coppie sono ancora più rilevanti nelle strutture ricettive delle località termali, e scelgono di soggiornare nei B&B e negli agriturismi, dove rappresentano rispettivamente il 64% e il 49% della clientela,
- la famiglie, con il 26%, sono il secondo target, con destinazioni preferite montagna (41%) e lago (32,3%), come tipologie ricettive scelgono campeggi e RTA,
- in questo trimestre il business e il turismo commerciale rappresentano il 20% del movimento complessivo per le strutture ricettive. È formato in larga parte (16,8%) da clienti d'affari che soggiornano in case per ferie e case religiose, in campagna, in città o alle terme.

Eurochocolate rappresenta un'occasione importante, ma come accade anche per Umbria Jazz, le sue ricadute si estendono al solo territorio della provincia di Perugia. Durante l'evento, infatti, il 42% della clientela delle



strutture ricettive del capoluogo ha motivato il soggiorno con la partecipazione ad Eurochocolate, mentre la stessa scelta, riferita alla provincia di Terni, interessa appena l'1,8%.

Scendendo nel dettaglio dei comprensori si rileva che in tutto il trimestre considerato, è la Valnerina – Cascia a far registrare i livelli di occupazione delle strutture ricettive più elevati: 63% ad ottobre, 45% a novembre, 62,7% a dicembre, per superare il 70% nelle prenotazioni per le periodo di natale e capodanno. È anche l'unica zona ad aver ricevuto prenotazioni significative per i primi mesi del 2009 (tra il 40% ed il 50% delle camere sono state prenotate, sin da dicembre).

Tra gli altri comprensori:

- ad ottobre si distinguono l'Assisano (56%) e il Perugino (49%), anch'essi superando nettamente la media regionale. In questo mese le zone più deboli sono l'Alta Valle del Tevere, lo Spoleтино, l'Amerino, Il Trasimeno, tutte intorno al 20%, ma anche l'Eugubino-Alto Chiascio, l'Orvietano e il Tuderte,
- a novembre si possono segnalare in positivo i risultati dei comprensori Perugino (35,8%) e Ternano (32,7%), mentre peggiorano quelli dello Spoleтино (12,8%), Amerino (14%), dell' Alta Valle del Tevere (15,9%) e dell' Orvietano (17,5%),
- nel mese di dicembre (escluse le festività di fine anno) tutti i comprensori, ad eccezione, appunto della Valnerina – Cascia, si attestano tra il 15% e il 20% di occupazione camere.

Nelle prenotazioni per il fine anno l'Assisano supera la metà dei posti letto disponibili e crescono Eugubino-Alto Chiascio (35,7%), l'Orvietano e il Perugino (intorno al 33%), l'Amerino (32,3%) e il Ternano (30%).

In termini di capacità ricettiva, la stima dei posti letto disponibili sul totale di quelli esistenti, mette in evidenza un territorio dove l'ospitalità è ampiamente garantita: in tutto il periodo compreso tra ottobre e marzo, la disponibilità dei posti letto non scende mai al di sotto dell'80%<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Rapporto tra i posti letto delle strutture aperte sul totale dei posti letto disponibili delle esistenti

### 3. Nota metodologica

L'analisi congiunturale è stata condotta attraverso una rilevazione diretta a 504 <sup>(4)</sup> 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	80,0	80,8
Terni	20,0	19,2
Totale	100,0	100,0

Distribuzione per tipologia di alloggio	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Hotel	26,2	25,0
1 stella	9,8	13,5
2 stelle	27,3	29,2
3 stelle	46,2	42,5
4 e 5 stelle	15,2	11,4
RTA	1,5	3,4
Agriturismi	47,4	46,0
Campeggi	0,8	1,9
B&B	10,7	20,9
Case per ferie e case religiose	3,0	2,9
Ostelli	1,6	1,5
Altro	10,3	1,8
Totale	100,0	100,0

La rilevazione è stata condotta dal 1 al 19 dicembre.

<sup>4</sup> imprese in attività e che hanno collaborato rispondendo al questionario, sul totale di quelle contattate.





## 4. Allegati

### Stima della capacità ricettiva disponibile per provincia % di posti letto strutture aperte sul totale esistenti

	Ottobre	Novembre	Dicembre	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Perugia	99,9	93,6	97,8	95,4	89,2	78,7	90,9
Terni	100,0	96,6	77,9	75,5	68,1	91,9	96,5
Umbria	99,9	94,1	94,4	92,0	85,6	80,9	91,9
Italia	78,8	67,5	72,6	74,0	60,6	59,4	61,0

### Stima della capacità ricettiva disponibile per area-prodotto % di posti letto strutture aperte sul totale esistenti

	Ottobre	Novembre	Dicembre	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Città	100,0	95,2	97,4	92,9	85,3	81,0	95,6
Montagna	100,0	100,0	100,0	96,8	96,5	39,9	42,0
Terme	100,0	100,0	100,0	100,0	94,9	91,6	100,0
Lago	100,0	85,0	98,7	98,7	96,1	84,9	97,4
Campagna	99,6	98,1	84,7	83,7	74,5	87,5	94,2
Umbria	99,9	94,1	94,4	92,0	85,6	80,9	91,9
Italia	78,8	67,5	72,6	74,0	60,6	59,4	61,0

### Stima della capacità ricettiva disponibile per tipologia d'alloggio % di posti letto strutture aperte sul totale esistenti

	Ottobre	Novembre	Dicembre	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Alberghiero	100,0	91,5	97,2	94,8	87,4	80,3	94,6
Extralberghiero	99,8	96,1	92,5	90,1	84,4	81,3	90,0
Umbria	99,9	94,1	94,4	92,0	85,6	80,9	91,9
Italia	78,8	67,5	72,6	74,0	60,6	59,4	61,0



**Stima della capacità ricettiva disponibile per tipologia d'alloggio**  
% di posti letto strutture aperte sul totale esistenti

	Ottobre	Novembre	Dicembre	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Hotel	100,0	91,5	97,2	94,8	87,4	80,3	94,6
1 stella	100,0	92,0	92,0	88,3	87,0	92,0	92,0
2 stelle	100,0	100,0	100,0	95,5	93,1	92,2	96,7
3 stelle	100,0	96,0	95,2	92,5	83,5	83,4	92,4
4 e 5 stelle	100,0	97,0	100,0	100,0	87,7	79,7	97,0
RTA	100,0	6,8	100,0	100,0	100,0	6,8	100,0
Agriturismi	99,7	97,1	98,8	97,4	88,4	86,1	95,5
Campeggi	100,0	100,0	82,7	82,7	82,7	81,2	81,2
B&B	99,0	71,7	96,5	89,2	65,1	39,5	93,9
Case per ferie e case religiose	100,0	100,0	94,7	89,1	94,7	94,7	100,0
Ostelli	100,0	87,8	100,0	85,0	72,8	72,8	87,8
Altro	100,0	79,9	99,8	99,8	95,7	95,5	99,1
Umbria	99,9	94,1	94,4	92,0	85,6	80,9	91,9
Italia	78,8	67,5	72,6	74,0	60,6	59,4	61,0



### Occupazione camere gennaio - dicembre 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	46,0	38,2
Ottobre	36,2	34,7
Novembre	24,0	24,6
Dicembre(*)	28,2	21,1

### Occupazione camere ottobre - dicembre 2007/2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre (*)
2007	36,2	24,0	28,2
2008	34,7	24,6	21,1

### Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre(*)
Perugia	35,9	24,1	21,4
Terni	28,9	27,0	19,3
Umbria	34,7	24,6	21,1
Italia	40,8	34,8	35,6

(\*) Dati provvisori



### Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre(*)
Città	43,4	25,9	22,0
Montagna	32,1	27,6	33,7
Terme	19,0	16,6	33,0
Lago	22,5	20,2	16,9
Campagna	32,5	25,4	19,0
Umbria	34,7	24,6	21,1
Italia	40,8	34,8	35,6

### Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre(*)
Hotel	48,3	32,2	25,4
1 stella	38,7	30,8	6,0
2 stelle	47,2	26,9	18,8
3 stelle	50,6	31,8	29,1
4 e 5 stelle	53,1	38,7	32,3
RTA	25,9	70,0	11,5
Agriturismi	23,4	14,5	17,3
Campeggi	18,9	18,9	16,4
B&B	23,7	12,4	8,3
Case per ferie e case religiose	51,6	42,6	32,1
Ostelli	42,3	35,3	23,5
Altro	31,6	29,1	22,5
Umbria	34,7	24,6	21,1
Italia	40,8	34,8	35,6

### Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre(*)
Alberghiero	48,3	32,2	25,4
Extralberghiero	25,0	19,4	18,0
Umbria	34,7	24,6	21,1
Italia	40,8	34,8	35,6



### Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Perugia	34,1	9,0	9,3	7,5
Terni	32,1	7,1	7,1	6,4
Umbria	33,8	8,8	8,8	7,3
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

### Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Città	40,4	5,7	5,0	3,2
Montagna	49,3	21,1	57,3	54,5
Terme	49,9	9,9	-	-
Lago	20,0	14,3	14,9	12,8
Campagna	29,9	4,3	4,5	4,2
Umbria	33,8	8,8	8,8	7,3
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

### Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Alberghiero	37,8	7,7	7,4	5,0
Extralberghiero	30,7	9,5	9,8	9,0
Umbria	33,8	8,8	8,8	7,3
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1



### Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Hotel	37,8	7,7	7,4	5,0
1 stella	14,0	0,7	0,3	1,9
2 stelle	28,7	2,1	0,2	0,9
3 stelle	47,0	10,3	9,5	8,7
4 e 5 stelle	37,5	9,3	10,7	0,7
RTA	16,1	8,7	80,0	5,4
Agriturismi	35,2	2,7	0,8	0,8
Campeggi	19,8	16,4	20,9	20,9
B&B	15,2	0,9	-	0,7
Case per ferie e case religiose	49,6	21,3	19,0	18,6
Ostelli	54,5	9,8	2,8	2,5
Altro	19,3	11,5	4,1	1,5
Umbria	33,8	8,8	8,8	7,3
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

### Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	39,9	8,3	7,2	4,9
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	27,4	9,3	10,4	9,7
Umbria	33,8	8,8	8,8	7,3
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

	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
IV trimestre	38,6	61,4	100,0



	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione (%)	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione (%)	Totale
Perugia	38,7	61,3	100,0
Terni	38,1	61,9	100,0
Umbria	38,6	61,4	100,0
Italia	36,1	63,9	100,0

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione (%)	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione (%)	Totale
Città	39,0	61,0	100,0
Montagna	41,0	59,0	100,0
Terme	26,8	73,2	100,0
Lago	51,3	48,7	100,0
Campagna	35,0	65,0	100,0
Umbria	38,6	61,4	100,0
Italia	36,1	63,9	100,0

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione (%)	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione (%)	Totale
Alberghiero	65,2	34,8	100,0
Extra-alberghiero	29,6	70,4	100,0
Umbria	38,6	61,4	100,0
Italia	36,1	63,9	100,0

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione (%)	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione (%)	Totale
Hotel	65,2	34,8	100,0
Agriturismi	35,9	64,1	100,0
Campeggi	0,0	100,0	100,0
B&B	11,8	88,2	100,0
Case per ferie/case religiose	66,2	33,8	100,0
Ostelli	51,1	48,9	100,0
Altro	31,1	68,9	100,0
Umbria	38,6	61,4	100,0
Italia	36,1	63,9	100,0



### Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre(*)
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	44,8	29,7	25,9
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	24,9	19,9	16,3
Umbria	34,7	24,6	21,1
Italia	40,8	34,8	35,6

### Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	39,9	8,3	7,2	4,9
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	27,4	9,3	10,4	9,7
Umbria	33,8	8,8	8,8	7,3
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

### Circuiti di intermediazione utilizzati % sul totale strutture che ricorrono all'intermediazione, possibili più risposte

Agenzie di viaggio	78,0
Tour operator	51,5
Associazioni sportive	10,8
Associazioni culturali	10,7
Cral	9,5
Parrocchie	8,2
Scuole	7,3
Organizzazioni religiose	6,9
Altro	2,9





### Motivi per cui ci si affida in maniera esigua al circuito dell'intermediazione

% sul totale strutture, possibili più risposte

Commissione elevata da parte del TO/AdV	40,5
Non ne avverto l'esigenza	13,4
Internet le ha rese superflue, sia per le strutture che per i clienti	11,8
Le proposte non corrispondono alle mie esigenze	9,3
Le dimensioni delle strutture possono essere troppo ridotte per interessare.	4,0
Esperienze negative in passato	2,8
Non sono affidabili	2,1
Non sono mai stato contattato	2,1
Dipende dalla struttura (B&B e agriturismi ad esempio non sono appetibili)	1,0
Non so come contattarli	0,4
Non so	20,4

### 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
IV trimestre	81,5	18,5	100,0	85,9	14,1	100,0

### Provenienza della clientela per provincia

	% italiani	% stranieri	Totale
Perugia	86,4	13,6	100,0
Terni	83,8	16,2	100,0
Umbria	85,9	14,1	100,0
Italia	71,4	28,6	100,0

### Provenienza della clientela per area-prodotto

	% italiani	% stranieri	Totale
Città	84,7	15,3	100,0
Montagna	91,7	8,3	100,0
Terme	97,0	3,0	100,0
Lago	79,1	20,9	100,0
Campagna	88,3	11,7	100,0
Umbria	85,9	14,1	100,0
Italia	71,4	28,6	100,0



### Provenienza della clientela per tipologia di alloggio

	% italiani	% stranieri	Totale
Alberghiero	79,8	20,2	100,0
Extralberghiero	87,9	12,1	100,0
Umbria	85,9	14,1	100,0
Italia	71,4	28,6	100,0

### Provenienza della clientela per tipologia di alloggio

	% italiani	% stranieri	Totale
Hotel	79,8	20,2	100,0
1 stella	82,5	17,5	100,0
2 stelle	79,2	20,8	100,0
3 stelle	82,5	17,5	100,0
4 e 5 stelle	64,0	36,0	100,0
RTA	94,0	6,0	100,0
Agriturismi	87,0	13,0	100,0
Campeggi	88,9	11,1	100,0
B&B	91,5	8,5	100,0
Case per ferie e case religiose	85,1	14,9	100,0
Ostelli	83,6	16,4	100,0
Altro	76,3	23,7	100,0
Umbria	85,9	14,1	100,0
Italia	71,4	28,6	100,0

### Mercati esteri più importanti % sul totale strutture

1°	Germania	22,2
2°	Stati Uniti	17,0
3°	Paesi Bassi/Olanda	14,2
	Regno Unito	13,1
	Francia	10,4
	Belgio	6,4
	Altri Paesi	4,0
	Australia	3,4
	Svizzera	1,9
	Austria	1,9
	Canada	1,8
	Romania	1,4
	Israele	1,3
	Polonia	1,2
	Danimarca	1,2



### Andamento dei principali mercati % sul totale strutture

	operatori che dichiarano un aumento	operatori che dichiarano una diminuzione
Germania	2,2	7,9
Stati Uniti	2,2	6,6
Australia	1,9	0,3
Francia	1,3	2,4
Belgio	1,2	0,7
Paesi Bassi/Olanda	1,1	3,2
Regno Unito	0,7	6,1
Svizzera	0,6	0,4
Austria	0,6	0,2
Canada	0,5	0,1
Israele	0,5	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
IV trimestre	10,4	60,4	29,2	6,9	76,0	17,1

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

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Perugia	11,0	60,5	28,5	4,5	79,3	16,2
Terni	7,9	60,0	32,2	17,2	62,0	20,8
Umbria	10,4	60,4	29,2	6,9	76,0	17,1
Totale operatori % media di variazione rilevata in Umbria	22,7	-	31,0	22,2	-	44,6



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

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Città	8,1	60,1	31,8	5,6	72,5	21,8
Montagna	0,0	93,8	6,2	6,2	93,8	0,0
Terme	0,0	77,5	22,5	0,0	100,0	0,0
Lago	9,2	59,7	31,1	10,9	78,3	10,8
Campagna	17,0	55,9	27,1	8,9	77,1	14,0
Umbria	10,4	60,4	29,2	6,9	76,0	17,1
Italia	7,7	62,2	30,1	8,1	68,0	23,9

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

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Alberghiero	9,0	61,4	29,6	5,5	66,9	27,6
Extralberghiero	10,8	60,1	29,1	7,4	79,0	13,6
Umbria	10,4	60,4	29,2	6,9	76,0	17,1
Italia	7,7	62,2	30,1	8,1	68,0	23,9

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

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Hotel	9,0	61,4	29,6	5,5	66,9	27,6
1 stella	0,0	78,6	21,4	14,5	78,4	7,1
2 stelle	12,9	50,0	37,1	4,9	61,8	33,3
3 stelle	9,8	60,6	29,6	3,3	67,2	29,5
4 e 5 stelle	9,5	61,8	28,7	6,3	55,6	38,2
RTA	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0
Agriturismi	12,5	58,1	29,4	6,9	79,2	13,9
Campeggi	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0
B&B	8,3	60,6	31,1	7,7	78,4	13,9
Case per ferie e case religiose	6,8	59,4	33,8	6,8	86,5	6,8
Ostelli	26,7	60,0	13,3	26,7	48,9	24,4
Altro	0,8	64,7	34,4	9,6	70,1	20,3
Umbria	10,4	60,4	29,2	6,9	76,0	17,1
Italia	7,7	62,2	30,1	8,1	68,0	23,9



**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
IV trimestre	3,0	2,6

**Permanenza media della clientela**  
(n.° notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
I trimestre	2,6	3,5	3,1
II trimestre	2,3	3,4	2,9
III trimestre	3,5	4,3	3,9
IV trimestre	2,4	2,8	2,6

**Permanenza media della clientela per provincia**  
(n.° notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Perugia	2,4	2,9	2,6
Terni	2,2	2,7	2,4
Umbria	2,4	2,8	2,6
Italia	3,2	3,9	3,6

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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Città	2,4	2,9	2,6
Montagna	2,8	3,1	2,9
Terme	1,9	3,8	2,8
Lago	2,0	3,1	2,5
Campagna	2,4	2,5	2,5
Umbria	2,4	2,8	2,6
Italia	3,2	3,9	3,6



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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Alberghiero	2,2	2,1	2,2
Extralberghiero	2,4	3,3	2,8
Umbria	2,4	2,8	2,6
Italia	3,2	3,9	3,6

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

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

### 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
IV trimestre	10,6	9,6

### Turisti organizzati per provincia (%)

Perugia	10,9
Terni	3,9
Umbria	9,6
Italia	8,2



### Turisti organizzati per area prodotto (%)

Città	8,4
Montagna	17,7
Terme	3,5
Lago	14,9
Campagna	10,0
Umbria	9,6
Italia	8,2

### Turisti organizzati per tipologia ricettiva (%)

Alberghiero	22,5
Extralberghiero	5,3
Umbria	9,6
Italia	8,2

### Turisti organizzati per tipologia ricettiva (%)

Hotel	22,5
1 stella	-
2 stelle	17,2
3 stelle	28,0
4 e 5 stelle	35,9
RTA	45,0
Agriturismi	7,2
Campeggi	-
B&B	0,7
Case per ferie e case religiose	11,9
Ostelli	8,2
Altro	2,8
Umbria	9,6
Italia	8,2



### 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
IV trimestre	30,9	28,4

### Clientela abituale per provincia (%)

Perugia	28,2
Terni	29,0
Umbria	28,4
Italia	36,2

### Clientela abituale per area prodotto (%)

Città	25,4
Montagna	52,1
Terme	15,8
Lago	31,1
Campagna	31,8
Umbria	28,4
Italia	36,2

### Clientela abituale per tipologia di alloggio (%)

Alberghiero	32,9
Extralberghiero	26,9
Umbria	28,4
Italia	36,2





### Clientela abituale per tipologia di alloggio (%)

Hotel	32,9
1 stella	37,6
2 stelle	27,2
3 stelle	35,1
4 e 5 stelle	31,8
RTA	40,0
Agriturismi	28,2
Campeggi	76,4
B&B	18,6
Case per ferie e case religiose	34,4
Ostelli	19,1
Altro	32,6
Umbria	28,4
Italia	36,2

### Possibilità di prenotare tramite internet per provincia (%)

	Si	No	Totale
Perugia	91,4	8,6	100,0
Terni	86,9	13,1	100,0
Umbria	90,5	9,5	100,0
Italia	81,0	19,0	100,0

### Possibilità di prenotare tramite internet per area prodotto (%)

	Si	No	Totale
Città	91,2	8,8	100,0
Montagna	100,0	0,0	100,0
Terme	79,9	20,1	100,0
Lago	92,8	7,2	100,0
Campagna	88,7	11,3	100,0
Umbria	90,5	9,5	100,0
Italia	81,0	19	100

### Possibilità di prenotare tramite internet per tipologia di alloggio (%)

	Si	No	Totale
Alberghiero	92,0	8,0	100,0
Extralberghiero	90,1	9,9	100,0
Umbria	90,5	9,5	100,0
Italia	81,0	19	100



### Possibilità di prenotare tramite internet per tipologia di alloggio (%)

	Si	No	Totale
Hotel	92,0	8,0	100,0
1 stella	64,4	35,6	100,0
2 stelle	93,2	6,8	100,0
3 stelle	98,4	1,6	100,0
4 e 5 stelle	95,2	4,8	100,0
RTA	100,0	0,0	100,0
Agriturismi	91,7	8,3	100,0
Campeggi	83,3	16,7	100,0
B&B	90,4	9,6	100,0
Case per ferie e case religiose	80,4	19,6	100,0
Ostelli	88,9	11,1	100,0
Altro	66,8	33,2	100,0
Umbria	90,5	9,5	100,0
Italia	81,0	19,0	100,0

### 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
IV trimestre	49,0	34,8

### Turisti prenotati tramite internet per provincia (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e-mail	Totale internet
Perugia	12,2	8,2	15,3	35,7
Terni	11,7	9,1	10,0	30,7
Umbria	12,1	8,4	14,3	34,8
Italia	13,1	7,1	10,2	30,4



### Turisti prenotati tramite internet per area prodotto (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e-mail	Totale internet
Città	12,7	9,0	17,3	38,9
Montagna	35,0	2,8	3,4	41,2
Terme	23,9	5,7	3,9	33,6
Lago	2,9	6,8	9,6	19,2
Campagna	10,1	8,7	12,5	31,2
Umbria	12,1	8,4	14,3	34,8
Italia	13,1	7,1	10,2	30,4

### Turisti prenotati tramite internet per tipologia di alloggio (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e-mail	Totale internet
Alberghiero	11,8	5,8	8,7	26,3
Extralberghiero	12,2	9,2	16,1	37,6
Umbria	12,1	8,4	14,3	34,8
Italia	13,1	7,1	10,2	30,4

### Turisti prenotati tramite internet per tipologia di alloggio (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e-mail	Totale internet
Hotel	11,8	5,8	8,7	26,3
1 stella	3,6	2,4	1,4	7,4
2 stelle	11,4	1,7	13,9	27,0
3 stelle	14,1	8,6	8,0	30,6
4 e 5 stelle	7,2	10,3	8,0	25,5
RTA	35,0	5,0	5,0	45,0
Agriturismi	12,1	9,8	17,3	39,3
Campeggi	0,0	0,0	0,0	0,0
B&B	14,1	9,1	16,2	39,4
Case per ferie e case religiose	8,4	5,2	5,3	19,0
Ostelli	12,0	14,7	19,9	46,6
Altro	10,5	7,7	15,9	34,2
Umbria	12,1	8,4	14,3	34,8
Italia	13,1	7,1	10,2	30,4



### 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
IV trimestre	25,5	44,8	4,4	4,1	16,8	2,3	2,1	100,0

### Tipologia della clientela per provincia

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>			TOTALE
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Congressisti	
Perugia	26,5	45,3	4,5	4,3	16,2	1,4	1,8	100,0
Terni	21,6	42,5	3,9	3,1	19,3	6,0	3,6	100,0
Umbria	25,5	44,8	4,4	4,1	16,8	2,3	2,1	100,0
Italia	27,3	32,4	7,8	6,5	20,1	5,9	5 <sup>-</sup>	100,0

### Tipologia della clientela per area-prodotto

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>			TOTALE
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Congressisti	
Città	25,6	46,9	4,4	4,3	14,9	1,5	2,3	100,0
Montagna	41,1	29,5	8,7	6,5	7,2	-	7,0	100,0
Terme	17,2	54,0	4,2	3,7	14,2	6,6	-	100,0
Lago	32,3	45,5	7,5	5,3	9,1	-	0,4	100,0
Campagna	22,6	41,4	3,0	3,1	23,9	4,1	2,0	100,0
Umbria	25,5	44,8	4,4	4,1	16,8	2,3	2,1	100,0

### Tipologia della clientela per tipologia di alloggio

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>			TOTALE
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Congressisti	
Alberghiero	18,3	28,5	9,1	4,3	30,7	5,2	3,9	100,0
Extralberghiero	28,0	50,2	2,8	4,0	12,2	1,3	1,5	100,0
Umbria	25,5	44,8	4,4	4,1	16,8	2,3	2,1	100,0

<sup>5</sup> A livello nazionale non è stata rilevata la percentuale di congressisti



### Tipologia della clientela per tipologia di alloggio

	Leisure				Business			TOTALE
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Congressisti	
Hotel	18,3	28,5	9,1	4,3	30,7	5,2	3,9	100,0
1 stella	20,0	29,6	-	6,1	31,4	13,0	-	100,0
2 stelle	17,0	28,0	11,7	3,0	32,8	5,7	1,8	100,0
3 stelle	18,1	28,2	9,8	4,6	31,4	3,1	4,7	100,0
4 e 5 stelle	13,0	35,1	7,7	1,7	29,4	3,7	9,5	100,0
RTA	43,8	8,8	18,8	13,8	5,0	-	10,0	100,0
Agriturismi	31,7	49,2	1,9	4,8	10,0	1,7	0,8	100,0
Campeggi	73,9	24,4	-	-	1,7	-	-	100,0
B&B	19,6	64,6	0,1	2,2	9,9	-	3,5	100,0
Case per ferie e case religiose	8,2	8,0	25,3	4,7	53,7	-	-	100,0
Ostelli	28,3	25,6	30,2	6,3	8,1	1,3	0,1	100,0
Altro	12,8	25,4	0,4	7,8	42,1	10,1	1,3	100,0
Umbria	25,5	44,8	4,4	4,1	16,8	2,3	2,1	100,0

### Clientela legata a EuroChocolate per provincia

Perugia	42,0
Terni	1,8
Umbria	34,3

### Tipologia della clientela legata a EuroChocolate per provincia

	Turisti	Addetti ai lavori	totale
Perugia	99,2	0,8	100,0
Terni	100,0	0,0	100,0
Umbria	99,2	0,8	100,0



### Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 per comprensorio (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre
Amerino (TR)	21,7	14,0	15,9
Assisano (PG)	56,0	24,0	27,4
Valnerina-Cascia (PG)	63,0	45,6	62,7
Trasimeno (PG)	22,7	20,2	17,3
Alta Valle del Tevere (PG)	19,6	15,9	8,7
Folignate-Nocera Umbra (PG)	33,4	22,0	22,5
Eugubino-Alto Chiascio (PG)	25,3	18,6	19,3
Orvietano (TR)	23,4	17,5	11,8
Perugino (PG)	49,3	35,8	21,8
Spoletino (PG)	20,5	12,8	17,7
Ternano (TR)	32,6	32,7	25,8
Tuderte (PG)	25,4	19,1	12,0
Umbria	34,7	24,6	21,1

### Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 per comprensorio (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Amerino (TR)	32,3	4,2	2,0	-
Assisano (PG)	53,6	4,6	6,5	1,9
Valnerina-Cascia (PG)	73,0	43,4	55,0	52,7
Trasimeno (PG)	20,3	14,8	15,5	13,4
Alta Valle del Tevere (PG)	28,2	3,8	-	-
Folignate-Nocera Umbra (PG)	31,3	3,9	0,7	1,4
Eugubino-Alto Chiascio (PG)	35,7	3,3	-	-
Orvietano (TR)	33,5	5,2	1,6	1,6
Perugino (PG)	33,4	8,6	7,3	7,0
Spoletino (PG)	24,5	3,6	0,8	-
Ternano (TR)	30,5	8,4	9,7	9,2
Tuderte (PG)	29,0	1,6	0,4	-
Umbria	33,8	8,8	8,8	7,3



### Provenienza della clientela per comprensorio

	% italiani	% stranieri	Totale
Amerino (TR)	86,6	13,4	100,0
Assisano (PG)	79,0	21,0	100,0
Valnerina-Cascia (PG)	92,5	7,5	100,0
Trasimeno (PG)	76,9	23,1	100,0
Alta Valle del Tevere (PG)	85,3	14,7	100,0
Folignate-Nocera Umbra (PG)	91,1	8,9	100,0
Eugubino-Alto Chiascio (PG)	86,4	13,6	100,0
Orvietano (TR)	79,7	20,3	100,0
Perugino (PG)	90,4	9,6	100,0
Spoletino (PG)	92,9	7,1	100,0
Ternano (TR)	89,0	11,0	100,0
Tuderte (PG)	89,5	10,5	100,0
Umbria	85,9	14,1	100,0

### Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per comprensorio

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Amerino (TR)	7,0	60,2	32,8	5,6	83,1	11,2
Assisano (PG)	6,3	62,4	31,3	6,3	69,8	23,9
Valnerina-Cascia (PG)	20,1	69,8	10,2	0,0	95,0	5,0
Trasimeno (PG)	7,8	64,0	28,2	12,7	82,9	4,4
Alta Valle del Tevere (PG)	24,2	61,5	14,3	7,2	85,2	7,6
Folignate-Nocera Umbra (PG)	10,9	56,5	32,6	2,9	80,7	16,4
Eugubino-Alto Chiascio (PG)	8,9	67,0	24,1	0,0	75,0	25,0
Orvietano (TR)	2,9	57,2	39,9	12,2	54,3	33,5
Perugino (PG)	12,2	61,3	26,5	5,1	81,2	13,7
Spoletino (PG)	7,4	48,3	44,3	0,0	85,8	14,2
Ternano (TR)	17,8	61,7	20,5	27,9	65,0	7,1
Tuderte (PG)	9,0	57,1	33,8	0,0	75,8	24,2
Umbria	10,4	60,4	29,2	6,9	76,0	17,1



	<b>Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione (%)</b>	<b>Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione (%)</b>	<b>Totale</b>
Amerino (TR)	28,1	71,9	100,0
Assisano (PG)	37,9	62,1	100,0
Valnerina-Cascia (PG)	33,0	67,0	100,0
Trasimeno (PG)	51,7	48,3	100,0
Alta Valle del Tevere (PG)	48,0	52,0	100,0
Folignate-Nocera Umbra (PG)	33,6	66,4	100,0
Eugubino-Alto Chiascio (PG)	35,4	64,6	100,0
Orvietano (TR)	46,4	53,6	100,0
Perugino (PG)	34,8	65,2	100,0
Spoletino (PG)	43,3	56,7	100,0
Ternano (TR)	26,7	73,3	100,0
Tuderte (PG)	46,2	53,8	100,0
Umbria	38,6	61,4	100,0





### Adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie

	Si	No	Totale
Perugia	28,0	72,0	100,0
Terni	16,9	83,1	100,0
Umbria	25,8	74,2	100,0
Italia	16,1	83,9	100,0

### Adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie

	Si	No	Totale
Città	21,6	78,4	100,0
Montagna	63,7	36,3	100,0
Terme	-	100,0	100,0
Lago	27,5	72,5	100,0
Campagna	31,7	68,3	100,0
Umbria	25,8	74,2	100,0
Italia	16,1	83,9	100,0

### Adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie

	Si	No	Totale
Alberghiero	40,6	59,4	100,0
Extralberghiero	20,8	79,2	100,0
Umbria	25,8	74,2	100,0
Italia	16,1	83,9	100,0

### Adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie

	Si	No	Totale
Hotel	40,6	59,4	100,0
Agriturismi	23,7	76,3	100,0
Campeggi	-	100,0	100,0
B&B	12,4	87,6	100,0
Case per ferie e case religiose	23,5	76,5	100,0
Ostelli	43,6	56,4	100,0
Altro	19,6	80,4	100,0
Umbria	25,8	74,2	100,0
Italia	16,1	83,9	100,0



### Politiche dei prezzi adottate per le festività natalizie % sul totale risposte

Offerte/sconti/promozioni	53,5
Pacchetti	43,2
pacchetto Natale/Capodanno	73,4
pacchetto	22,7
pacchetto benessere	3,9
Servizi inclusi	2,4
visite guidate, visite musei ed escursioni	
incluse	70,8
skipass (e altri sport) incluso	29,2
Altro	0,9
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

### Difficoltà di accesso al credito % sul totale risposte

Non ho richiesto finanziamenti	86,4
No, non ho avuto difficoltà	7,2
Si, le condizioni non erano vantaggiose	2,7
Si, non possedevo i requisiti richiesti	1,0
Altro	2,7