



Camera di Commercio
Chieti



Osservatorio Turistico della provincia di Chieti

2° REPORT CONGIUNTURALE AGOSTO 2008

Estate 2008, agosto che sorprende!

Agosto 2008

A cura di



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche



Storia del documento

Copyright:	IS.NA.R.T. scpa
Committente:	CCIAA Chieti
Versione:	1.0
Quadro dell'opera:	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Termine rilevazione:	4 luglio 2008
Casi:	213



Sommario

1. Estate 2008, agosto che sorpresa!	4
2. Forum di discussione	8
3. Nota metodologica	9
4. Allegati	10

1. Estate 2008, agosto che sorpresa!

Il positivo consuntivo sul trimestre primaverile apre nella provincia di Chieti una stagione estiva promettente.

Nel confronto con i dati regionali, infatti, appare evidente come, mentre altre aree hanno sofferto una flessione dopo il periodo pasquale, la provincia di Chieti è riuscita a mantenere costanti le vendite, attestandosi su un tasso di occupazione che supera sempre almeno 1/3 della disponibilità.

I valori di questi mesi (35,1% aprile, 33,7% maggio), inoltre, sono crescenti rispetto a quelli del primo trimestre e con l'avvicinarsi dell'estate nel mese di giugno si rileva un tasso di occupazione ben più elevato (42,8%).

Si assiste cioè ad un passaggio di mercato turistico tra i mesi primaverili di aprile e maggio (dove sono ancora la città e le altre destinazioni attribuibili al turismo d'affari e commerciale a raccogliere i migliori risultati di occupazione) e l'avvicendamento della stagione estiva, con il mese di giugno che vede una maggiore omogeneità tra i prodotti di offerta, con l'avvio del mare (40,8% di camere vendute) e della montagna estiva (33,7%), seppur ancora solo in incipit.

Contrariamente alle logiche più consuete del mercato, che vedono fino alla primavera un maggiore riempimento delle strutture alberghiere rispetto a quelle extralberghiere, in provincia anche la stagione primaverile vede privilegiate le strutture complementari, specie i campeggi e villaggi che si attestano intorno alle 4 camere vendute su 10, contro le 3 su 10 degli hotel che solo a giugno salgono al 42,6% di occupazione.

Gli operatori che si avvalgono di intermediazione per la gestione delle prenotazioni in questo secondo trimestre dell'anno non spuntano una performance migliore, ma sembrano invece utilizzare questo canale di commercializzazione proprio per sopperire ad una difficoltà di posizionamento sul mercato della domanda non organizzata.

Risulta, comunque, diffuso il ricorso agli intermediari tra gli hotel (39,7%), gli agriturismo (33,7%) i campeggi e villaggi (31,1%), ed il ritorno in termini di clientela riguarda l'8,1% delle presenze (in crescita rispetto al 3,1% rilevato nel primo trimestre).

Le prenotazioni per i mesi estivi evidenziano una prospettiva di occupazione tutta positiva soprattutto per il mese di agosto (75,6%). Si segnala però che mentre per le strutture extralberghiere i turisti hanno provveduto a prenotare tempestivamente (agosto 86,2%), nell'alberghiero le prenotazioni si attestano al 47%. Ciò fa sì che le previsioni degli albergatori sull'occupazione dell'intero periodo estivo si fermano al 54,2% contro il 73,2% di vendite previste dagli esercizi complementari.

Per quanto riguarda il mese di luglio il valore di prenotazioni si allinea al dato regionale pari al 55% (che supera la media nazionale) e per settembre, considerando che si sono accorciati i tempi tra la prenotazione e il soggiorno, la provincia presenta già in casa una quota di camere prenotate pari al 32,7% (anch'essa superiore alla media nazionale).

I flussi di stranieri sono aumentati nel secondo trimestre passando dall' 11% al 27% (percentuale in linea con la media regionale). I turisti internazionali che rappresentano il 25% della clientela degli hotel (34,8% dei 4 e 5 stelle) costituiscono il 28,7% delle presenze nelle imprese extralberghiere. Si conferma, inoltre, come nel resto del paese, l'attrazione del mercato italiano per le località balneari dove costituisce il 76,5% della clientela, mentre gli stranieri sono presenti in quota relativa maggiore in città (32,1%) ed in montagna (30,9%), aree prodotte dove risulta anche più elevata la quota di clientela che viaggia in organizzato (rispettivamente il 9,9% ed il 10,5%).

Rispetto allo stesso periodo dello scorso anno gli operatori italiani, al di là delle performances di occupazione rilevate, si dimostrano preoccupati e valutano negativamente l'andamento dei mercati ancor più di quanto non siano effettivamente calati i livelli di occupazione (che in media Italia risultano in lieve crescita sul 2007). Così anche quelli abruzzesi e nello specifico quelli della provincia di Chieti non sono da meno,

- il 30,3% degli operatori segnala un calo dei turisti italiani e solo il 7,9% un aumento;

- relativamente ai turisti stranieri, invece, l'andamento è più articolato, il 25,1% degli operatori riporta una diminuzione, ma al contempo nel 15,3% delle imprese il turismo internazionale è in aumento.

Certo si tratta in parte di una naturale reazione alla congiuntura economica del Paese che vede una netta contrazione dei consumi degli italiani e che si riflette nei timori da parte degli operatori. Occorre, inoltre, considerare che i livelli di occupazione sono indicatori di vendita ma non di ricavi economici e che buona parte della ricettività italiana sta utilizzando proprio la leva dei prezzi per incrementare le presenze.

Questa incertezza diffusa non è però valida per tutte le tipologie ricettive, con valutazioni più ottimistiche sia sul mercato italiano che su quello estero da parte degli hotel di categoria elevata e dei campeggi e villaggi, cioè di quelle tipologie di impresa più strutturate e solide.

Se si analizzano gli andamenti dei singoli mercati stranieri, appare evidente come le difficoltà siano attribuibili a pochi mercati instabili in una limitata quota di imprese. Si tratta di quello tedesco e francese, i primi due mercati esteri dell'area, di riferimento per gli operatori (ancor più del Regno Unito) ma il saldo tra le variazioni è solo lievemente negativo.

In questo periodo, infatti, gli operatori possono contare anche sul 38,7% di clientela abituale, in aumento rispetto al precedente trimestre (25,3%).

Anche il numero di turisti che hanno prenotato tramite internet è aumentato, passando dal 25% dei primi tre mesi del 2008 al 28% nel secondo trimestre. Internet viene utilizzato sensibilmente di meno per le prenotazioni alberghiere (dove costituisce il 25,5% delle presenze) rispetto a quelle extralberghiere (dove la quota di internauti è del 30%), rivolgendosi prevalentemente ai siti di proprietà (13,9%) più che tramite e-mail (8,4%) o passando dai grandi portali (5,7%).

La tipologia di clientela prevalente appartiene al segmento leisure e sono le famiglie (44%) più che le coppie (26,4%) i protagonisti della stagione.

Così la permanenza media è in aumento rispetto al primo trimestre (4,8 notti contro le 3,1) ed evidenzia una fruizione "più lenta" dell'offerta turistica del territorio rispetto al periodo invernale sia per il comparto alberghiero che per quello extralberghiero (sebbene nei campeggi e villaggi si sfiori in media le 6 notti).

Le previsioni per l'estate 2008, rispetto al resto del Paese, evidenziano un maggiore ottimismo, almeno da parte del 10,7% degli operatori che prevede un aumento. Il 53,4% si mantiene in modo neutro su previsioni di stabilità, e la restante quota del 36% prevede invece una diminuzione (il 5% in meno rispetto alla media nazionale).

2. Forum di discussione

- Nonostante la provincia si differenzi in regione per la capacità di mantenere anche in bassa stagione livelli di occupazione costanti, si rileva ancora difficoltà a destagionalizzare i prodotti forti dell'offerta provinciale, mare e monti. La messa in rete dell'offerta, intesa nella direzione del co-marketing, potrebbe sostenere attraverso eventi e promozioni condivise sul territorio la commercializzazione in primavera ed autunno sia verso il mercato italiano (magari per brevissimi soggiorni) che verso quelli esteri (più facilmente "trattenibili").
- Nella commercializzazione tramite grossisti e buyers nazionali e internazionali non si sono rilevati per il periodo estivo dei vantaggi di occupazione, segno evidente della bassa capacità di molte imprese di posizionarsi sul mercato della domanda fai da te, poiché hanno venduto quasi esclusivamente le camere "intermediate" (magari ne hanno riservate poche sperando in una domanda last minute di tipo individuale, ma comunque non hanno ottenuto risultati soddisfacenti). Appare evidente, allora, la necessità di formare gli operatori sulle dinamiche della domanda attraverso corsi di aggiornamento sia sui comportamenti dei mercati che sulle azioni e le modalità per un buon posizionamento sul Web, che ormai è il principale riferimento della domanda fai da te.
- Il turismo internazionale è sempre più alla ricerca in Italia di destinazioni alternative ai consueti prodotti di offerta. Questo è per l'Abruzzo, e soprattutto per la provincia di Chieti che vanta un'offerta realmente multi-prodotto, l'opportunità di posizionarsi al top delle "nuove" destinazioni dei mercati internazionali sensibili alla riscoperta della tipicità italiana e della tradizione, purché vestite di servizi e attività da praticare durante i soggiorni. Sono proprio i francesi, i britannici ed il mercato olandese ad esprimere questa ricerca, mercati già interessati all'offerta provinciale. Certo, posizionarsi su queste nicchie significa attivare un forte (e lento) processo di recupero del territorio e delle sue specificità, dall'utilizzo dei materiali locali per l'arredo urbano e per le costruzioni turistiche ad un'immagine coordinata mirata alla valorizzazione del tipico.

3. Nota metodologica

L'analisi congiunturale è stata condotta attraverso una rilevazione diretta a 213¹ operatori ricettivi della provincia di Chieti, con questionario chiuso e domande dirette sull'andamento della stagione.

Le interviste, seguendo la distribuzione delle imprese turistiche ricettive attive nella provincia, sono state così ripartite:

Distribuzione per area prodotto	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Città	5,2	4,8
Montagna	17,4	18,3
Mare	46,0	44,7
Altre località	31,5	32,2
Totale	100,0	100,0

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

Distribuzione per tipologia	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Hotel	39,0	44,0
1 stella	6,0	7,7
2 stelle	16,9	25,0
3 stelle	50,6	53,2
4 e 5 stelle	18,1	13,5
RTA	8,4	0,6
Agriturismo	22,5	27,6
Campeggi e villaggi	8,5	12,7
B&B	23,5	12,8
Altri esercizi extralberghieri	6,6	2,9
Totale	100,0	100,0

La rilevazione si è svolta dal 16 giugno al 4 luglio 2008.

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

4. Allegati

Occupazione camere gennaio - giugno 2008 (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Pasqua	Aprile	Maggio	Giugno
Chieti	26,8	28,8	30,9	44,4	35,1	33,7	42,8
Abruzzo	31,9	29,3	24,1	52,0	22,3	27,3	41,6

Occupazione camere aprile-giugno 2008 (%)

	Aprile	Maggio	Giugno
Chieti	35,1	33,7	42,8
Abruzzo	22,3	27,3	41,6

Occupazione camere aprile-giugno 2008 (%)

	Aprile	Maggio	Giugno
Città	41,3	43,5	51,8
Montagna	27,0	26,7	33,7
Mare	14,1	14,0	40,8
Altre località	51,2	57,9	46,3
Chieti	35,1	33,7	42,8
Abruzzo	22,3	27,3	41,6

Occupazione camere aprile-giugno 2008 (%)

	Arpile	Maggio	Giugno
Hotel	30,1	32,6	42,6
1 stella	31,0	44,3	59,0
2 stelle	18,9	21,9	31,0
3 stelle	31,1	32,8	41,4
4 e 5 stelle	36,7	39,0	53,2
RTA	29,7	26,1	39,2
Agriturismo	20,2	20,5	28,2
Campeggi e villaggi	39,7	35,5	44,4
B&B	21,0	22,7	27,4
Altri esercizi extralberghieri	36,6	21,8	28,5
Chieti	35,1	33,7	42,8
Abruzzo	22,3	27,3	41,6

Occupazione camere aprile-giugno 2008 (%)

	Arpile	Maggio	Giugno
alberghiero	30,1	32,6	42,6
extralberghiero	37,8	34,2	42,9
Chieti	35,1	33,7	42,8
Abruzzo	22,3	27,3	41,6

Occupazione camere aprile-giugno 2008 (%)

	Arpile	Maggio	Giugno
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	21,4	23,1	32,1
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	40,0	36,9	46,7
Chieti	35,1	33,7	42,8
Abruzzo	22,3	27,3	41,6

Prenotazioni camere luglio-settembre 2008 (%)

	Luglio	Agosto	Settembre	Sintesi periodo estivo
Chieti	56,6	75,6	32,7	68,0
Abruzzo	55,0	74,8	31,5	60,8

Prenotazioni camere luglio-settembre 2008 (%)

	Luglio	Agosto	Settembre	Sintesi periodo estivo
Città	60,2	57,5	43,1	57,5
Montagna	32,8	41,8	23,8	44,8
Mare	47,0	74,2	24,7	60,0
Altre località	73,4	82,3	43,0	84,2
Chieti	56,6	75,6	32,7	68,0
Abruzzo	55,0	74,8	31,5	60,8

Prenotazioni camere luglio-settembre 2008 (%)

	Luglio	Agosto	Settembre	Sintesi periodo estivo
Hotel	43,9	47,0	27,6	54,2
1 stella	39,7	43,2	29,9	55,5
2 stelle	45,0	52,5	23,6	53,9
3 stelle	43,1	46,5	28,0	51,4
4 e 5 stelle	46,0	43,6	28,9	59,9
RTA	69,7	85,3	44,9	58,7
Agriturismo	41,0	58,6	27,9	46,6
Campeggi e villaggi	63,5	88,7	35,8	75,4
B&B	36,3	48,5	23,3	48,3
Altri esercizi extralberghieri	44,0	66,0	33,6	43,9
Chieti	56,6	75,6	32,7	68,0
Abruzzo	55,0	74,8	31,5	60,8

Prenotazioni camere luglio-settembre 2008 (%)

	Luglio	Agosto	Settembre	Sintesi periodo estivo
alberghiero	43,9	47,0	27,6	54,2
extralberghiero	61,6	86,2	35,1	73,2
Chieti	56,6	75,6	32,7	68,0
Abruzzo	55,0	74,8	31,5	60,8

Prenotazioni camere luglio-settembre 2008 (%)

	Luglio	Agosto	Settembre	Sintesi periodo estivo
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	38,7	69,3	26,1	55,6
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	63,2	77,8	34,1	72,6
Chieti	56,6	75,6	32,7	68,0
Abruzzo	55,0	74,8	31,5	60,8

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
I trimestre	18,5	81,5	100,0
II trimestre	32,5	67,5	100,0

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
Hotel	39,7	60,3	100,0
Agriturismo	33,7	66,3	100,0
Campeggi e villaggi	31,1	68,9	100,0
B&B	11,1	88,9	100,0
Altri esercizi extralberghieri	10,0	90,0	100,0
Chieti	32,5	67,5	100,0
Abruzzo	34,2	65,8	100,0

Provenienza della clientela nelle strutture ricettive

	% italiani	% stranieri	Totale
I trimestre	88,6	11,4	100,0
II trimestre	72,9	27,1	100,0

Provenienza della clientela nelle strutture ricettive per provincia

	% italiani	% stranieri	Totale
Chieti	72,9	27,1	100,0
Abruzzo	73,3	26,7	100,0

Provenienza della clientela per area prodotto

	% italiani	% stranieri	Totale
Città	67,9	32,1	100,0
Montagna	69,1	30,9	100,0
Mare	76,5	23,5	100,0
Altre località	70,9	29,1	100,0
Chieti	72,9	27,1	100,0
Abruzzo	73,3	26,7	100,0

Provenienza della clientela per tipologia di alloggio

	% italiani	% stranieri	Totale
Hotel	75,0	25,0	100,0
1 stella	87,6	12,4	100,0
2 stelle	72,9	27,1	100,0
3 stelle	76,6	23,4	100,0
4 e 5 stelle	65,2	34,8	100,0
RTA	79,9	20,1	100,0
Agriturismo	71,3	28,7	100,0
Campeggi e villaggi	71,6	28,4	100,0
B&B	68,2	31,8	100,0
Altri esercizi extralberghieri	81,8	18,2	100,0
Chieti	72,9	27,1	100,0
Abruzzo	73,3	26,7	100,0

Provenienza della clientela per tipologia di alloggio

	% italiani	% stranieri	Totale
Alberghiero	75,0	25,0	100,0
Extralberghiero	71,3	28,7	100,0
Chieti	72,9	27,1	100,0
Abruzzo	73,3	26,7	100,0

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
I trimestre	7,7	54,6	37,7	22,3	63,7	14,0
II trimestre	7,9	61,8	30,3	15,3	59,6	25,1

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Chieti	7,9	61,8	30,3	15,3	59,6	25,1
% media di variazione rilevata nella provincia di Chieti	+24,0		-28,1	+15,6		-31,5
Abruzzo	9,6	61,5	29,0	11,4	62,1	26,5

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per area prodotta

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Città	23,5	58,8	17,6	11,8	70,6	17,6
Montagna	3,1	60,0	36,9	15,6	62,5	21,9
Mare	9,4	66,7	23,9	12,6	61,6	25,8
Altre località	6,1	56,5	37,4	19,3	53,5	27,2
Chieti	7,9	61,8	30,3	15,3	59,6	25,1
Abruzzo	9,6	61,5	29,0	11,4	62,1	26,5

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

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Hotel	5,8	67,3	26,9	10,9	67,3	21,8
1 stella	0,0	58,3	41,7	0,0	58,3	41,7
2 stelle	0,0	79,5	20,5	15,4	64,1	20,5
3 stelle	9,6	59,0	31,3	12,0	66,3	21,7
4 e 5 stelle	4,8	81,0	14,3	4,8	81,0	14,3
RTA	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0
Agriturismo	10,2	50,0	39,8	18,4	45,9	35,7
Campeggi e villaggi	6,7	71,1	22,2	26,7	55,6	17,8
B&B	13,0	54,3	32,6	11,1	64,4	24,4
Altri esercizi extralberghieri	0,0	80,0	20,0	18,2	63,6	18,2
Chieti	7,9	61,8	30,3	15,3	59,6	25,1
Abruzzo	9,6	61,5	29,0	11,4	62,1	26,5

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

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Alberghiero	5,8	67,3	26,9	10,9	67,3	21,8
Extralberghiero	9,5	57,8	32,7	19,1	53,3	27,6
Chieti	7,9	61,8	30,3	15,3	59,6	25,1
Abruzzo	9,6	61,5	29,0	11,4	62,1	26,5

Andamento dei principali mercati stranieri (% sul totale strutture)

	% di operatori che dichiarano un aumento	% di operatori che dichiarano una diminuzione
Germania	8,3	-14,3
Regno Unito	6,2	-4,7
Francia	5,0	-11,0
Olanda	2,7	-1,1
Usa	1,6	-2,5
Belgio	1,6	-1,6
Svezia	1,2	-0,3
Spagna	1,0	-1,1
Canada	0,8	0,0
Slovenia	0,8	0,0
Austria	0,7	-1,1
Svizzera	0,7	-2,8
Nord Europa	0,6	0,0
Romania	0,6	0,0
Argentina	0,3	0,0
Giappone	0,1	0,0
marocco	0,1	0,0
Australia	0,0	-0,8
Polonia	0,0	-0,7
Danimarca	0,0	-0,3
Norvegia	0,0	-0,3

Turisti organizzati (%)

I trimestre	3,1
II trimestre	8,1

Turisti organizzati per provincia (%)

Chieti	8,1
Abruzzo	9,6

Turisti organizzati per prodotto (%)

Città	9,9
Montagna	10,5
Mare	8,3
Altre località	6,0
Chieti	8,1
Abruzzo	9,6

Turisti organizzati per tipologia ricettiva (%)

Hotel	9,0
1 stella	0,0
2 stelle	5,7
3 stelle	9,4
4 e 5 stelle	18,3
RTA	8,9
Agriturismo	10,5
Campeggi e villaggi	7,4
B&B	1,9
Altri esercizi extralberghieri	0,9
Chieti	8,1
Abruzzo	9,6

Turisti organizzati per tipologia ricettiva (%)

Alberghiero	9,0
Extralberghiero	7,4
Chieti	8,1
Abruzzo	9,6

Clientela abituale (%)

I trimestre	25,3
II trimestre	38,7

Clientela abituale per provincia (%)

Chieti	38,7
Abruzzo	42,3

Clientela abituale per prodotto (%)

Città	40,9
Montagna	35,4
Mare	39,9
Altre località	38,7
Chieti	38,7
Abruzzo	42,3

Clientela abituale per tipologia di alloggio (%)

Hotel	45,3
1 stella	49,0
2 stelle	48,0
3 stelle	47,1
4 e 5 stelle	30,6
RTA	49,4
Agriturismo	34,7
Campeggi e villaggi	41,3
B&B	23,7
Altri esercizi extralberghieri	32,9
Chieti	38,7
Abruzzo	42,3

Clientela abituale per tipologia di alloggio (%)

Alberghiero	45,3
Extralberghiero	33,6
Chieti	38,7
Abruzzo	42,3

Turisti prenotati tramite internet (%)

I trimestre	25,3
II trimestre	28,0

Turisti prenotati tramite internet per provincia (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e-mail	Totale internet
Chieti	13,9	5,7	8,4	28,0
Abruzzo	13,3	6,4	8,1	27,8

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e-mail	Totale internet
Città	19,3	8,8	11,0	39,1
Montagna	12,8	4,2	8,0	25,0
Mare	17,7	7,1	10,6	35,4
Altre località	8,4	4,2	5,1	17,8
Chieti	13,9	5,7	8,4	28,0
Abruzzo	13,3	6,4	8,1	27,8

Turisti prenotati tramite internet per tipologia ricettiva (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e-mail	Totale internet
Hotel	11,0	5,6	8,9	25,5
1 stella	3,0	0,6	2,4	6,0
2 stelle	10,3	7,4	3,7	21,4
3 stelle	11,8	4,2	11,1	27,1
4 e 5 stelle	13,3	10,3	13,5	37,1
RTA	23,4	10,6	5,1	39,1
Agriturismo	10,4	4,8	8,0	23,1
Campeggi e villaggi	23,8	8,4	9,5	41,6
B&B	23,4	6,8	8,0	38,2
Altri esercizi extralberghieri	6,1	0,5	1,8	8,5
Chieti	13,9	5,7	8,4	28,0
Abruzzo	13,3	6,4	8,1	27,8

Turisti prenotati tramite internet per tipologia ricettiva (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e-mail	Totale internet
Alberghiero	11,0	5,6	8,9	25,5
Extralberghiero	16,2	5,8	8,0	30,0
Chieti	13,9	5,7	8,4	28,0
Abruzzo	13,3	6,4	8,1	27,8

Tipologia della clientela

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Totale
I trimestre	39,5	23,1	4,8	3,3	26,0	3,3	100,0
II trimestre	44,1	26,4	9,7	10,3	6,2	3,2	100,0

Tipologia della clientela per provincia

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Totale
Chieti	44,1	26,4	9,7	10,3	6,2	3,2	100,0
Abruzzo	47,5	24,5	11,2	7,9	6,0	2,9	100,0

Tipologia della clientela per area prodotto

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Totale
Città	29,1	30,0	5,1	23,9	7,1	4,8	100,0
Montagna	51,4	24,9	9,8	12,9	0,9	0,1	100,0
Mare	45,4	26,2	9,1	7,1	8,6	3,5	100,0
Altre località	40,1	27,0	10,9	11,6	6,0	4,4	100,0
Chieti	44,1	26,4	9,7	10,3	6,2	3,2	100,0
Abruzzo	47,5	24,5	11,2	7,9	6,0	2,9	100,0

Tipologia della clientela per tipologia di alloggio

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Totale
Hotel	35,3	26,1	8,8	14,3	9,7	5,8	100,0
1 stella	32,0	20,0	2,0	24,0	12,0	10,0	100,0
2 stelle	31,5	33,5	8,8	10,1	8,5	7,5	100,0
3 stelle	37,0	22,3	10,0	14,9	10,0	5,9	100,0
4 e 5 stelle	37,1	30,9	8,3	14,2	9,5	0,0	100,0
RTA	42,9	41,4	7,1	4,3	4,3	0,0	100,0
Agriturismo	58,0	23,3	11,1	4,3	2,5	0,9	100,0
Campeggi e villaggi	61,3	19,7	6,7	6,4	3,9	2,0	100,0
B&B	30,7	41,9	10,5	11,4	4,5	1,1	100,0
Altri esercizi extralberghieri	37,5	21,2	19,5	16,1	5,8	0,0	100,0
Chieti	44,1	26,4	9,7	10,3	6,2	3,2	100,0
Abruzzo	47,5	24,5	11,2	7,9	6,0	2,9	100,0

Tipologia della clientela per tipologia di alloggio

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Totale
Alberghiero	35,3	26,1	8,8	14,3	9,7	5,8	100,0
Extralberghiero	51,3	26,7	10,4	7,1	3,5	1,1	100,0
Chieti	44,1	26,4	9,7	10,3	6,2	3,2	100,0
Abruzzo	47,5	24,5	11,2	7,9	6,0	2,9	100,0

Permanenza media della clientela (n.notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
I trimestre	2,7	3,4	3,1
II trimestre	4,4	5,2	4,8

Permanenza media della clientela (n.notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Chieti	4,4	5,2	4,8
Abruzzo	4,7	5,0	4,9

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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Città	4,8	4,9	4,8
Montagna	3,7	6,1	4,9
Mare	5,1	4,8	4,9
Altre località	3,8	5,2	4,5
Chieti	4,4	5,2	4,8
Abruzzo	4,7	5,0	4,9

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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Hotel	4,2	5,3	4,8
1 stella	3,8	4,0	3,9
2 stelle	3,8	5,3	4,5
3 stelle	4,5	5,4	4,9
4 e 5 stelle	4,1	5,4	4,7
RTA	7,6	6,7	7,1
Agriturismo	4,0	5,6	4,8
Campeggi e villaggi	6,6	5,3	5,9
B&B	3,6	4,3	4,0
Altri esercizi extralberghieri	5,5	4,0	4,8
Chieti	4,4	5,2	4,8
Abruzzo	4,7	5,0	4,9

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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Alberghiero	4,2	5,3	4,8
Extralberghiero	4,6	5,1	4,8
Chieti	4,4	5,2	4,8
Abruzzo	4,7	5,0	4,9

Principali mercati esteri

% sul totale strutture

1°	Germania	41,4
2°	Francia	23,9
3°	Regno Unito	23,3
	Belgio	12,5
	Olanda	9,3
	Usa	6,9
	Svizzera	5,8
	Spagna	3,1
	Canada	2,5

Andamento previsto per l'estate 2008 rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per provincia

	aumento	stabilità	diminuzione
Chieti	10,7	53,4	36,0
Abruzzo	10,9	49,2	39,9

Andamento previsto per l'estate 2008 rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per prodotto

	aumento	stabilità	diminuzione
Città	11,8	70,6	17,6
Montagna	12,3	46,2	41,5
Mare	10,1	55,3	34,6
Altre località	10,4	51,3	38,3
Chieti	10,7	53,4	36,0
Abruzzo	10,9	49,2	39,9

Andamento previsto per l'estate 2008 rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per tipologia di alloggio

	aumento	stabilità	diminuzione
Hotel	12,1	60,5	27,4
1 stella	0,0	58,3	41,7
2 stelle	0,0	71,8	28,2
3 stelle	19,3	51,8	28,9
4 e 5 stelle	14,3	71,4	14,3
RTA	0,0	100,0	0,0
Agriturismo	8,2	39,8	52,0
Campeggi e villaggi	15,6	62,2	22,2
B&B	8,7	50,0	41,3
Altri esercizi extralberghieri	0,0	50,0	50,0
Chieti	10,7	53,4	36,0
Abruzzo	10,9	49,2	39,9

Andamento previsto per l'estate 2008 rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per tipologia di alloggio

	aumento	stabilità	diminuzione
Alberghiero	12,1	60,5	27,4
Extralberghiero	9,6	47,5	42,9
Chieti	10,7	53,4	36,0