



Camera di Commercio  
Chieti



---

Osservatorio Turistico della provincia di Chieti

# 1° REPORT CONGIUNTURALE PASQUA 2008

Pasqua 2008: luci e ombre

Maggio 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:** ■

---

**Termine rilevazione:** aprile 2008

---

**Casi:** 155

---

## Sommario

1. Il vero turismo inizia da Pasqua che recupera un primo trimestre ancora in sordina.....	4
2. Forum di discussione .....	7
3. Nota metodologica .....	8
4. Allegati .....	9

## 1. Il vero turismo inizia da Pasqua che recupera un primo trimestre ancora in sordina

Per la provincia di Chieti la stagione turistica vera e propria parte da pasqua: nei mesi invernali le strutture ricettive hanno venduto circa una camera su tre e l'occupazione delle camere è costantemente inferiore alla media registrata in Abruzzo. Da aprile le prenotazioni ricevute dalle strutture della provincia, non solo aumentano (si attestano tra il 30 – 37%, fatta eccezione per i ponti di fine aprile e maggio) ma superano notevolmente il livello di quelle regionali. L'avvio della bella stagione non favorisce soltanto il mare, ma anche le aree dell'entroterra (campagna e montagna).

Emerge qualche preoccupazione relativa all'andamento della domanda italiana, che si dimostra meno stabile rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Scendendo nel dettaglio delle aree di prodotto si rileva che **fino a Pasqua** l'occupazione delle camere più elevata si registra mediamente nelle città e nelle altre località che non siano il mare e la montagna. In questo periodo restano meno frequentate le strutture ricettive:

- delle zone balneari, che oscillano tra il 18,6% di gennaio e il 21,2% di marzo, e che a Pasqua si fermano al 27,1% di camere vendute,
- della montagna che, comunque, riescono ad allinearsi e a superare i risultati della regione durante i periodi festivi, superando il 57% di occupazione camere.

Considerando le prenotazioni **tra aprile e giugno**, iniziano a crescere in particolare l'area della montagna (che registra i risultati più elevati nella regione nei mesi di aprile e giugno) e del mare (che vede un vero e proprio picco nel mese di maggio), mentre le città si affermano nei ponti festivi di fine e inizio maggio e le altre località vedono un trend decrescente nell'approssimarsi della bella stagione, i tassi occupazione si attestano su livelli più elevati soltanto con l'avanzare della stagione verso maggio e giugno (sono comprese tra il 30% ed il 37%).

L'analisi mette in evidenza almeno due fattori che possono aver influito su questi risultati.

**Lo scarso ricorso alla commercializzazione organizzata.** Appena il 18,5% delle strutture dichiara di avvalersi del supporto degli intermediari. Ciò nonostante, tra dicembre e marzo agenzie di viaggio e tour operators hanno permesso a queste imprese di ottenere quote di occupazione ben superiori rispetto alle altre, con un picco di quasi +50% nel periodo pasquale, dimostrando che tale supporto è fondamentale per veicolare il prodotto turistico. Non utilizzare questa modalità da parte dell' 82% delle strutture, trova dunque un riscontro negativo nel loro tasso di occupazione, soprattutto nel periodo invernale.

**La variabilità del turismo italiano.** Dalla lettura dei dati, emerge che tra dicembre e marzo ben 37 strutture su 100 accusano una diminuzione della presenza italiana con una punta di quasi il 50% nell'area della montagna. Quest'ultimo dato risulta essere significativo poiché l'area montana è la seconda area, in termini di peso percentuale, di specializzazione delle imprese turistiche chietine. Si tratta comunque, di un problema più generalizzato che riguarda il movimento della clientela italiana all'interno dei confini nazionali.

Rispetto al passato le strutture indicano una maggiore solidità dei mercati internazionali, indicati stabili rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente da quasi il 64% delle imprese.

In linea generale, si può dire che mentre si manifesta una certa variabilità sul mercato italiano, l'affluenza turistica straniera evidenzia una buona stabilità, con un leggero incremento in quasi tutte le aree di prodotto; incremento che diventa invece eclatante nel caso dell'affluenza alle città.

Le indicazioni che gli operatori forniscono sull'importanza dei singoli mercati stranieri sono piuttosto eterogenee. Al primo posto si confermano il Regno Unito (per il 24,1% delle imprese) e la Germania (per il 23,2%), ma complessivamente sono addirittura 10 i mercati stranieri indicati come principali, sebbene in molti casi le quote di consenso sono minime.

In termini di target, questo periodo è caratterizzato dalla presenza delle famiglie, che sono quasi il 40% e da una clientela prevalentemente nazionale: quasi 9 turisti su 10 sono italiani. Trascorrono in provincia di Chieti tre notti, scegliendo quasi esclusivamente le strutture alberghiere.

In questi mesi gli stranieri sono ancora pochi (poco più del 10%), preferiscono le città e si concedono una vacanza di 3 – 4 notti. Come ospitalità scelgono il confort negli alberghi a 4 stelle.

La clientela organizza il viaggio in modo indipendente con una bassa propensione ad utilizzare i canali telematici: solo un quarto delle prenotazioni sono effettuate attraverso Internet, segno probabilmente di una scarsa abitudine delle imprese di promuoversi attraverso questo canale.

Le imprese ricettive chietine sono mediamente attente e sensibili sia dal punto di vista ambientale che sociale e occorrerebbe incentivare questa sensibilità per farne una risorsa adatta a rivolgersi a specifiche nicchie di turismo.

Quello legato alle istanze ecosostenibili, ad esempio, dal momento che quasi il 60% delle strutture dichiarano di adottare azioni per sensibilizzare la clientela al rispetto dell'ambiente. O quello rivolto ai clienti con esigenze speciali, nei riguardi delle quali dichiara di prestare particolari attenzioni il 63% degli imprenditori ricettivi.

Queste potrebbero affiancarsi alla più classica specializzazione per prodotto che vede circa la metà delle imprese identificarsi con il balneare. La natura/montagna (segmento indicato dal 29,2%) e gli affari (25,8%) seguono come diffusione. Tra gli altri prodotti, che sono limitati ad una quota minore di imprese, spiccano la cultura e l'enogastronomia.

## 2. Forum di discussione

---

Emerge un problema di instabilità della clientela italiana che, secondo le percezioni degli operatori, accusa un discreto decremento. Il dato è ancor più evidente se messo in relazione alla buona stabilità della presenza straniera e al fatto che l'area prodotto che più subisce questo fenomeno è la montagna, una delle specializzazioni delle imprese chietine. Trattandosi del primo periodo dell'Osservatorio, non è possibile effettuare particolari valutazioni in merito, ma certamente è un segnale che occorrerà monitorare con attenzione.

La quota di imprese ricettive che si avvale della commercializzazione attraverso gli intermediari è veramente esigua. Dal momento che gli effetti sui risultati di occupazione delle camere registrati dalle strutture che fanno ricorso al circuito dell'intermediazione sono positivi, si potrebbe verificare la possibilità di intensificare gli accordi tra imprese e intermediari e rendere più stabile la diffusione di questo canale tra gli operatori ricettivi.

Da ultimo, occorrerebbe fare una riflessione sulla permanenza media della clientela soprattutto rapportandola per area di prodotto. Il livello di permanenza media è di circa il 15% inferiore al dato regionale con punte anche del 40% in meno nelle città per quello che riguarda l'utenza italiana. Se è vero, come spesso è vero, che le città costituiscono un'area di prodotto particolarmente importante in termini di occupazione, occorrerebbe consolidare tale presenza con azioni mirate sul lato dell'offerta da parte delle imprese chietine e proposte di marketing che favoriscano l'allungamento del periodo di permanenza almeno ai livelli regionali.

Proprio in relazione a ciò, considerando che il business, che arriva al 30%, risulta determinante sull'occupazione di questo periodo, occorre stimolare percorsi di animazione e visitazione del territorio attivando azioni di co - marketing tra gli operatori e di promozione congiunta tra le diverse aree prodotto.

### 3. Nota metodologica

L'analisi congiunturale è stata condotta attraverso una rilevazione diretta a un panel testato di 155<sup>1</sup> operatori chietini del ricettivo, 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	5,8	7,5
Montagna	34,8	32,8
Mare	31,0	33,2
Altre località	28,4	26,5
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	54,8	41,8
1 stella	7,1	7,7
2 stelle	24,7	25,2
3 stelle	49,4	53,5
4 stelle	18,8	13,5
Agriturismo	26,5	24,6
B&B	14,2	13,8
Altri esercizi extralberghieri	4,5	19,8
Totale	100,0	100,0

La rilevazione si è svolta dal 26 marzo al 14 aprile 2008.

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



## 4. Allegati

### Occupazione camere dicembre 2007- marzo 2008 (%)

	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Pasqua
Chieti	28,9	26,8	28,8	30,9	44,4
Abruzzo	38,2	31,9	29,3	24,1	52,0

### Occupazione camere dicembre 2007- marzo 2008 (%)

	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Pasqua
Città	40,0	29,3	28,3	38,4	41,3
Montagna	29,2	27,1	29,0	31,2	57,3
Mare	20,7	18,6	20,2	21,2	27,1
Altre località	40,5	39,3	42,4	45,7	62,0
Chieti	28,9	26,8	28,8	30,9	44,4
Abruzzo	38,2	31,9	29,3	24,1	52,0

### Occupazione camere dicembre 2007- marzo 2008 (%)

	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Pasqua
Hotel	37,4	36,2	38,4	39,2	48,2
1 stella	37,5	32,0	35,9	30,6	33,3
2 stelle	25,6	29,4	27,8	33,5	50,5
3 stelle	36,7	35,8	38,3	37,7	49,6
4 stelle	46,4	42,4	45,8	49,4	45,1
Agriturismo	19,9	15,5	19,8	21,9	49,7
B&B	19,0	16,1	16,3	23,2	59,5
Altri esercizi extralberghieri	13,3	10,2	12,3	15,1	35,1
Chieti	28,9	26,8	28,8	30,9	44,4
Abruzzo	38,2	31,9	29,3	24,1	52,0

**Occupazione camere dicembre 2007- marzo 2008 (%)**

	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Pasqua
alberghiero	37,4	36,2	38,4	39,2	48,2
extralberghiero	14,5	11,0	13,4	16,6	38,4
Chieti	28,9	26,8	28,8	30,9	44,4
Abruzzo	38,2	31,9	29,3	24,1	52,0

**Occupazione camere dicembre 2007- marzo 2008 (%)**

	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Pasqua
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	32,0	32,9	37,8	36,5	66,0
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	27,8	24,8	25,9	28,9	36,7
Chieti	28,9	26,8	28,8	30,9	44,4
Abruzzo	38,2	31,9	29,3	24,1	52,0

**Prenotazioni aprile-giugno 2008 (%)**

	Aprile	Ponti 25 aprile e 1 maggio	Maggio	Giugno
Chieti	31,4	24,6	37,2	30,7
Abruzzo	11,7	10,7	8,0	12,6

**Prenotazioni aprile-giugno 2008 (%)**

	Aprile	Ponti 25 aprile e 1 maggio	Maggio	Giugno
Città	44,6	50,0	16,0	24,1
Montagna	37,5	33,4	31,3	36,9
Mare	19,3	19,6	38,0	29,9
Altre località	49,8	47,6	38,1	33,1
Chieti	31,4	24,6	37,2	30,7
Abruzzo	11,7	10,7	8,0	12,6

**Prenotazioni aprile-giugno 2008 (%)**

	Aprile	Ponti 25 aprile e 1 maggio	Maggio	Giugno
Hotel	43,4	38,6	33,5	34,1
1 stella	50,0			20,0
2 stelle	22,9	15,0	24,0	36,8
3 stelle	45,1	44,2	34,2	38,2
4 stelle	48,6	33,5	34,1	24,1
Agriturismo	22,1	25,9	25,7	28,2
B&B	12,9	21,1	30,0	8,6
Altri esercizi extralberghieri	12,5	18,9	43,6	28,7
Chieti	31,4	24,6	37,2	30,7
Abruzzo	11,7	10,7	8,0	12,6

**Prenotazioni aprile-giugno 2008 (%)**

	Aprile	Ponti 25 aprile e 1 maggio	Maggio	Giugno
alberghiero	43,4	38,6	33,5	34,1
extralberghiero	13,7	19,2	42,2	28,5
Chieti	31,4	24,6	37,2	30,7
Abruzzo	11,7	10,7	8,0	12,6

**Prenotazioni aprile-giugno 2008 (%)**

	Aprile	Ponti 25 aprile e 1 maggio	Maggio	Giugno
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	45,4	55,6	30,6	23,3
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	27,4	20,7	40,1	39,2
Chieti	31,4	24,6	37,2	30,7
Abruzzo	11,7	10,7	8,0	12,6

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
Hotel	23,2	76,8	100,0
Agriturismo	7,6	92,4	100,0
B&B	3,9	96,1	100,0
Altri esercizi extralberghieri	32,4	67,6	100,0
Chieti	18,5	81,5	100,0
Abruzzo	26,6	73,4	100,0

#### Provenienza della clientela nelle strutture ricettive per provincia

	% italiani	% stranieri	Totale
Chieti	88,6	11,4	100,0
Abruzzo	86,7	13,3	100,0

#### Provenienza della clientela per area prodotto

	% italiani	% stranieri	Totale
Città	70,0	30,0	100,0
Montagna	93,9	6,1	100,0
Mare	85,4	14,6	100,0
Altre località	90,7	9,3	100,0
Chieti	88,6	11,4	100,0
Abruzzo	86,7	13,3	100,0

#### Provenienza della clientela per tipologia di alloggio

		% italiani	% stranieri	Totale
Hotel		90,9	9,1	100,0
	1 stella	97,5	2,5	100,0
	2 stelle	94,4	5,6	100,0
	3 stelle	90,8	9,2	100,0
	4 stelle	81,4	18,6	100,0
Agriturismo		91,7	8,3	100,0
B&B		91,6	8,4	100,0
Altri esercizi extralberghieri		75,8	24,2	100,0
Chieti		88,6	11,4	100,0
Abruzzo		86,7	13,3	100,0

**Provenienza della clientela per tipologia di alloggio**

	% italiani	% stranieri	Totale
Alberghiero	90,9	9,1	100,0
Extralberghiero	86,8	13,2	100,0
Chieti	88,6	11,4	100,0
Abruzzo	86,7	13,3	100,0

**Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno**

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Chieti	7,7	54,6	37,7	22,3	63,7	14,0
% media di variazione rilevata nella provincia di Chieti	19,1		22,7	11,5		20,5
Abruzzo	10,8	44,4	44,8	21,9	56,4	21,7

**Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per provincia**

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Chieti	7,7	54,6	37,7	22,3	63,7	14,0
Abruzzo	10,8	44,4	44,8	21,9	56,4	21,7

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

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Città	0,0	67,9	32,1	78,9	21,1	0,0
Montagna	5,8	45,5	48,8	27,3	54,5	18,2
Mare	10,3	57,0	32,7	12,2	71,6	16,2
Altre località	8,6	59,1	32,3	14,8	72,2	13,0
Chieti	7,7	54,6	37,7	22,3	63,7	14,0
Abruzzo	10,8	44,4	44,8	21,9	56,4	21,7

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

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Hotel	9,2	52,9	37,9	30,2	57,0	12,8
1 stella	0,0	83,3	16,7	100,0	0,0	0,0
2 stelle	10,0	47,5	42,5	17,4	73,9	8,7
3 stelle	7,4	53,1	39,5	30,4	56,5	13,0
4 stelle	19,0	42,9	38,1	38,9	38,9	22,2
Agriturismo	12,4	40,4	47,2	6,9	69,0	24,1
B&B	4,3	30,4	65,2	0,0	56,3	43,8
Altri esercizi extralberghieri	0,0	96,8	3,2	25,0	75,0	0,0
Chieti	7,7	54,6	37,7	22,3	63,7	14,0
Abruzzo	10,8	44,4	44,8	21,9	56,4	21,7

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

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Alberghiero	9,2	52,9	37,9	30,2	57,0	12,8
Extralberghiero	6,6	55,6	37,8	15,1	69,9	15,1
Chieti	7,7	54,6	37,7	22,3	63,7	14,0
Abruzzo	10,8	44,4	44,8	21,9	56,4	21,7

**Andamento dei principali mercati stranieri  
(% sul totale strutture)**

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

### Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno per provincia

	% turisti organizzati	% turisti Internet
Chieti	3,1	25,3
Abruzzo	5,8	19,8

### Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno per area prodotto

	% turisti organizzati	% turisti Internet
Città	3,2	38,4
Montagna	4,3	17,3
Mare	1,7	36,5
Altre località	3,0	19,2
Chieti	3,1	25,3
Abruzzo	5,8	19,8

### Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno per tipologia di alloggio

	% turisti organizzati	% turisti Internet
Hotel	4,2	14,3
1 stella	0,8	1,7
2 stelle	0,2	5,6
3 stelle	5,0	16,0
4 stelle	10,2	30,6
Agriturismo	4,2	14,3
B&B	0,0	29,0
Altri esercizi extralberghieri	1,9	49,0
Chieti	3,1	25,3
Abruzzo	5,8	19,8

### Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno per tipologia di alloggio

	% turisti organizzati	% turisti Internet
Alberghiero	4,2	14,3
Extralberghiero	2,2	33,7
Chieti	3,1	25,3
Abruzzo	5,8	19,8

### Percentuale di clientela abituale per provincia

Chieti	35,3
Abruzzo	46,7

### Percentuale di clientela abituale per area prodotto

Città	28,6
Montagna	26,2
Mare	47,2
Altre località	35,6
Chieti	35,3
Abruzzo	46,7

### Percentuale di clientela abituale per tipologia di alloggio

Hotel	42,8
1 stella	44,2
2 stelle	32,4
3 stelle	47,9
4 stelle	41,7
Agriturismo	28,0
B&B	29,0
Altri esercizi extralberghieri	32,4
Chieti	35,3
Abruzzo	46,7



### Percentuale di clientela abituale per tipologia di alloggio

Alberghiero	42,8
Extralberghiero	29,6
Chieti	35,3
Abruzzo	46,7

### Tipologia della clientela per provincia

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Totale
Chieti	39,5	23,1	4,8	3,3	26,0	3,3	100,0
Abruzzo	41,9	28,8	8,8	1,3	12,9	6,3	100,0

### Tipologia della clientela per area prodotto

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Totale
Città	31,0	28,9	0,0	14,5	25,6	0,0	100,0
Montagna	50,8	21,8	6,9	2,1	16,9	1,5	100,0
Mare	41,2	20,8	1,3	2,0	28,8	6,0	100,0
Altre località	26,0	25,6	7,2	3,2	34,5	3,6	100,0
Chieti	39,5	23,1	4,8	3,3	26,0	3,3	100,0
Abruzzo	41,9	28,8	8,8	1,3	12,9	6,3	100,0

### Tipologia della clientela per tipologia di alloggio

		<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		
		Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Totale
Hotel		21,7	11,2	4,5	2,6	53,3	6,7	100,0
	1 stella	31,7	6,7	0,0	0,0	61,7	0,0	100,0
	2 stelle	32,1	11,2	2,9	1,9	40,0	11,9	100,0
	3 stelle	18,3	13,9	5,6	3,7	53,9	4,6	100,0
	4 stelle	9,5	3,5	6,0	1,0	71,1	8,9	100,0
Agriturismo		55,1	30,2	10,4	2,8	1,5	0,0	100,0
B&B		23,6	42,1	1,0	11,0	19,3	3,1	100,0
Altri esercizi extralberghieri		73,0	27,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Chieti		39,5	23,1	4,8	3,3	26,0	3,3	100,0
Abruzzo		41,9	28,8	8,8	1,3	12,9	6,3	100,0

### Tipologia della clientela per tipologia di alloggio

	Leisure				Business		
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Totale
Alberghiero	21,7	11,2	4,5	2,6	53,3	6,7	100,0
Extralberghiero	53,0	32,1	4,9	3,9	5,3	0,7	100,0
Chieti	39,5	23,1	4,8	3,3	26,0	3,3	100,0
Abruzzo	41,9	28,8	8,8	1,3	12,9	6,3	100,0

### Permanenza media della clientela (n.notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Chieti	2,7	3,4	3,1
Abruzzo	3,2	4,0	3,6

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

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

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

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

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

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

### Principali mercati esteri

% sul totale strutture

1°	Regno Unito	24,1
2°	Germania	23,2
3°	Francia	16,8
	Usa	7,5
	Olanda	6,0
	Belgio	5,7
	Romania	2,0
	Polonia	1,3
	Australia	1,1
	Albania	1,1

### Adozione di azioni di sensibilizzazione ambientale per provincia

	Si	No	Totale
Chieti	56,8	43,2	100,0
Abruzzo	65,4	34,6	100,0

### Adozione di azioni di sensibilizzazione ambientale per area prodotto

	Si	No	Totale
Città	70,4	29,6	100,0
Montagna	49,6	50,4	100,0
Mare	56,1	43,9	100,0
Altre località	63,2	36,8	100,0
Chieti	56,8	43,2	100,0
Abruzzo	65,4	34,6	100,0

**Adozione di azioni di sensibilizzazione ambientale per tipologia ricettiva**

	Si	No	Totale
Hotel	65,1	34,9	100,0
1 stella	83,3	16,7	100,0
2 stelle	66,7	33,3	100,0
3 stelle	60,5	39,5	100,0
4 stelle	68,4	31,6	100,0
Agriturismo	46,2	53,8	100,0
B&B	37,3	62,7	100,0
Altri esercizi extralberghieri	67,6	32,4	100,0
Chieti	56,8	43,2	100,0
Abruzzo	65,4	34,6	100,0

**Adozione di azioni di sensibilizzazione ambientale per tipologia ricettiva**

	Si	No	Totale
Alberghiero	65,1	34,9	100,0
Extralberghiero	51,2	48,8	100,0
Chieti	56,8	43,2	100,0
Abruzzo	65,4	34,6	100,0

**Attenzione alle esigenze di persone con disabilità per provincia**

	Si	No	Totale
Chieti	63,2	36,8	100,0
Abruzzo	57,0	43,0	100,0

**Attenzione alle esigenze di persone con disabilità per area prodotto**

	Si	No	Totale
Città	78,6	21,4	100,0
Montagna	49,6	50,4	100,0
Mare	77,4	22,6	100,0
Altre località	58,2	41,8	100,0
Chieti	63,2	36,8	100,0
Abruzzo	57,0	43,0	100,0

### Attenzione alle esigenze di persone con disabilità per tipologia ricettiva

	Si	No	Totale
Hotel	64,5	35,5	100,0
1 stella	16,7	83,3	100,0
2 stelle	38,5	61,5	100,0
3 stelle	78,3	21,7	100,0
4 stelle	85,7	14,3	100,0
Agriturismo	48,9	51,1	100,0
B&B	31,4	68,6	100,0
Altri esercizi extralberghieri	100,0	0,0	100,0
Chieti	63,2	36,8	100,0
Abruzzo	57,0	43,0	100,0

### Attenzione alle esigenze di persone con disabilità per tipologia ricettiva

	Si	No	Totale
Alberghiero	64,5	35,5	100,0
Extralberghiero	62,0	38,0	100,0
Chieti	63,2	36,8	100,0
Abruzzo	57,0	43,0	100,0

### Prodotto di specializzazione delle imprese

% sul totale strutture; possibili più risposte

	Affari	Cultura	Balneare	Enogastronomia	Benessere	Natura/Montagna	Lacuale*	Sport	Altro
Chieti	25,8	10,6	49,3	8,2	1,3	29,2	4,4	4,4	35,9
Abruzzo	23,0	4,4	41,7	5,8	21,7	7,7	0,8	15,0	9,4

### Prodotto di specializzazione delle imprese

% sul totale strutture; possibili più risposte

	Affari	Cultura	Balneare	Enogastronomia	Benessere	Natura/Montagna	Lacuale*	Sport	Altro
Hotel	55,7	6,4	46,2	3,7	1,7	22,0	6,1	6,1	29,0
1 stella	50,0	0,0	33,3	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	16,7
2 stelle	47,6	0,0	28,6	4,8	0,0	33,3	14,3	14,3	47,6
3 stelle	52,4	7,1	52,4	4,8	0,0	21,4	4,8	4,8	26,2
4 stelle	87,3	19,0	61,9	0,0	12,7	6,3	0,0	0,0	12,7
Agriturismo	2,4	17,1	34,1	26,8	2,4	63,4	2,4	2,4	63,4
B&B	13,6	27,3	59,1	0,0	0,0	31,8	9,1	9,1	36,4
Altri esercizi extralberghieri	0,0	0,0	67,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	16,1
Chieti	25,8	10,6	49,3	8,2	1,3	29,2	4,4	4,4	35,9
Abruzzo	23,0	4,4	41,7	5,8	21,7	7,7	0,8	15,0	9,4

## Prodotto di specializzazione delle imprese

% sul totale strutture; possibili più risposte

	Affari	Cultura	Balneare	Enogastronomia	Benessere	Natura/Montagna	Lacuale*	Sport	Altro
Alberghiero	55,7	6,4	46,2	3,7	1,7	22,0	6,1	6,1	29,0
Extralberghiero	4,3	13,7	51,5	11,3	1,0	34,3	3,2	3,2	40,9
Chieti	25,8	10,6	49,3	8,2	1,3	29,2	4,4	4,4	35,9
Abruzzo	23,0	4,4	41,7	5,8	21,7	7,7	0,8	15,0	9,4

\* si tratta di piccole strutture vicino al Lago del Sangro