



Camera di Commercio
Salerno

Osservatorio Turistico della provincia di Salerno

LE PERFORMANCE DI VENDITA DELLE IMPRESE DEL RICETTIVO

Maggio 2012

A cura di



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche



Storia del documento

Copyright:	IS.NA.R.T. Scpa
Committente:	CCIAA Salerno
Versione:	1.0
Termine rilevazione:	Aprile 2012
Casi:	268

Sommario

I fenomeni in sintesi	4
1. L'occupazione invernale nelle strutture ricettive della provincia di Salerno e le prenotazioni per la primavera	5
2. Strategie delle imprese, caratteristiche e comportamenti della clientela	12
Allegato statistico	16
Nota metodologica	30

I fenomeni in sintesi

Dai risultati dello studio sulle performance di vendita e sulle strategie di promo-commercializzazione delle imprese ricettive salernitane emerge un territorio che pur non riuscendo ancora ad allinearsi allo scenario regionale può competere con altre destinazioni grazie all'appeal del prodotto balneare.

Infatti, nei primi mesi del 2012 le aree costiere si posizionano come bacini di ricettività anche in bassa stagione trainando l'ospitalità locale e registrando tassi di occupazione che superano la media provinciale del periodo. Le potenzialità delle aree balneari della provincia si esprimono anche rispetto ad altre località quali quelle pugliesi, calabresi, siciliane e venete. Nel caso delle prenotazioni per i mesi di maggio e giugno, si riscontrano, tuttavia, risultati leggermente inferiori alla media regionale.

Tra le altre destinazioni di vacanza della provincia, si distinguono anche le località legate al prodotto natura, più delle città che, invece, mostrano interesse nei turisti soprattutto con l'avvio della primavera.

Il territorio, quindi, possiede una gamma di attrattori che, attraverso la giusta valutazione strategica, possono fornire un mix di attività interessanti, dalla degustazione enogastronomica allo sport e agli itinerari culturali, a supporto dell'intera filiera turistica locale e dell'intercettazione di nuovi target di turisti.

In prima linea tra le fila dei turisti, in particolare, le famiglie e le coppie che esprimono il loro interesse soprattutto per la vacanza al mare e immersa nella natura, a scapito della città, attrattiva, invece, soprattutto per i gruppi.

In termini strategici, le imprese della provincia si mostrano sensibili alle tematiche della commercializzazione e si affidano sia agli operatori dell'intermediazione che alla vetrina del web.

In particolare, il sostegno dell'intermediazione organizzata favorisce la commercializzazione dell'offerta turistica in un clima di contrazione dei consumi della domanda, con performance di vendita migliori per quelle imprese che ricorrono agli operatori dell'intermediazione (circa la metà degli operatori, in linea con lo scenario regionale), anche online (6 operatori su 10). Il web, inoltre, è vetrina per quasi 9 operatori su 10 presenti online, pur ricevendo prenotazioni soprattutto tramite uno dei canali più tradizionali, vale a dire la posta elettronica che convoglia circa 1/3 della domanda (più di quanto accada su scala regionale).

Le iniziative e le strategie di sviluppo del turismo del territorio, quindi, devono necessariamente essere supportate dall'utilizzo del canale di promo-commercializzazione, sia virtuale che tradizionale, per l'intercettazione di nuovi target di domanda (anche straniera, ad oggi ancora limitata) e dalla creazione di una offerta turistica policroma che risponda alle esigenze trasversali a diversi segmenti di domanda. Ciò, in special modo, per implementare le performance delle città che, proprio in attesa della bella stagione quando dovrebbero essere al massimo della competitività di prodotto, non riescono ad esprimere il loro potenziale.

1. L'occupazione invernale nelle strutture ricettive della provincia di Salerno e le prenotazioni per la primavera

Occupazione camere gennaio-aprile 2012 per area-prodotto (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile* ¹
Città	12,3	14,3	18,9	46,8
Mare	16,9	17,6	25,5	26,4
Natura	16,5	16,0	24,5	12,5
Salerno	16,0	16,5	24,1	24,4
Campania	20,1	20,7	27,3	30,6
Italia	31,0	30,5	33,6	37,3

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Occupazione camere gennaio-aprile 2012 per tipologia ricettiva (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile*
Alberghiero	18,8	18,5	26,9	30,4
Extralberghiero	9,5	11,8	17,5	10,4
Salerno	16,0	16,5	24,1	24,4
Campania	20,1	20,7	27,3	30,6
Italia	31,0	30,5	33,6	37,3

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Occupazione camere gennaio-aprile 2012 per tipologia ricettiva (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile*
Hotel	18,8	18,5	26,9	30,4
1 e 2 stelle	9,7	8,4	22,5	4,9
3 stelle	15,1	15,7	22,2	41,6
4 stelle	27,8	27,9	34,9	38,8
5 stelle	21,4	17,0	15,9	37,7
Agriturismo	16,4	18,0	26,6	22,5
Altre strutture extralberghiere	7,3	9,7	14,4	6,4
Salerno	16,0	16,5	24,1	24,4
Campania	20,1	20,7	27,3	30,6
Italia	31,0	30,5	33,6	37,3

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

L'occupazione delle camere nelle strutture ricettive nel trimestre gennaio-aprile

Nei primi due mesi del 2012, l'occupazione delle camere nelle strutture ricettive della provincia di Salerno si ferma al 16% delle disponibilità totali, a soli 4 punti percentuali dai tassi medi registrati nella regione.

Marzo segna un passo in avanti con la vendita di oltre il 24% delle camere (sebbene non raggiunga il 27,3% di media regionale), che si conferma nel risultato ancora parziale per il mese di aprile, mese in cui il gap con la regione (30,6%) aumenta.

Le dinamiche dell'occupazione nel territorio indicano un'alternanza delle performance dei prodotti turistici nel corso di questa stagione.

Da gennaio a marzo, le aree balneari e quelle naturalistiche permettono alle strutture ricettive di vendere più camere, mentre nelle città l'occupazione resta inferiore alla media provinciale (12,3% a gennaio, 14,3% a febbraio e 18,9% a marzo).

Da aprile, l'interesse si sposta decisamente verso i centri urbani, dove le strutture ricettive vendono il 46,8% delle camere disponibili (quota che supera sia la media regionale che nazionale) rispetto al 26,4% delle località balneari e al 12,5% di quelle a vocazione naturalistica.

¹ Il dato di aprile è provvisorio.

Prezzi delle camere nelle strutture alberghiere I trimestre 2012; (valori in euro)

	Salerno	Campania	Italia
1 e 2 stelle	53,59	53,92	57,99
3 stelle	63,66	68,51	72,15
4 e 5 stelle	96,56	101,72	113,87
Totale	71,68	75,23	74,44

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Le imprese alberghiere vendono il 18,8% delle camere a gennaio e il 18,5% a febbraio, sfiorano il 27% a marzo e superano il 30% ad aprile (in linea con la media campana del mese). Gli hotel di categoria superiore, in particolare quelli a 4 stelle, gestiscono meglio questo periodo di bassa stagione, sfiorando il 28% a gennaio e febbraio, il 35% a marzo e il 40% ad aprile.

Tra le strutture complementari gli agriturismo si mantengono nella media provinciale, mentre le altre strutture extra – alberghiere restano molto indietro.

Per quanto concerne le tariffe applicate per una camera doppia in hotel si registra un importo medio pari a circa 72 euro, segnalando un prezzo più elevato per i 4-5 stelle (quasi 97 euro), seguito dai 64 euro per gli alberghi a 3 stelle e 54 euro per quelli di categoria 1-2 stelle.

Un posizionamento di prezzo che rende competitiva l'offerta alberghiera della provincia, sia rispetto alla media regionale che nazionale.

Occupazione camere per la settimana di Pasqua per area prodotto (%)

Città	40,0
Mare	40,3
Natura	28,9
Salerno	36,1
Campania	40,9
Italia	43,1

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Occupazione camere per la Settimana di Pasqua per tipologia ricettiva (%)

Alberghiero	41,1
Extralberghiero	24,3
Salerno	36,1
Campania	40,9
Italia	43,1

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Occupazione camere per la Settimana di Pasqua per tipologia ricettiva (%)

Hotel	41,1
1 e 2 stelle	20,2
3 stelle	50,6
4 stelle	47,1
5 stelle	52,1
Agriturismo	51,9
Altre strutture extralberghiere	15,0
Salerno	36,1
Campania	40,9
Italia	43,1

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

L'occupazione delle camere nelle strutture ricettive durante la settimana di Pasqua

Durante la settimana di Pasqua il tasso di occupazione sale al 36% (ad un passo dalla media in Campania che si attesta sul 40,9%), coinvolgendo in primo luogo le aree urbane e le località balneari, dove le strutture vendono oltre il 40% delle camere. Le aree naturalistiche si attestano, invece, sul 28,9%.

Il beneficio di questa settimana festiva si estende a quasi tutte le tipologie ricettive.

A prima vista, infatti, il divario tra comparto alberghiero (41,1%) ed extra – alberghiero (24,3%) è evidente, ma scendendo nel dettaglio, si nota che gli unici risultati deboli si riscontrano negli hotel di categoria inferiore (20,2%) e nelle altre strutture complementari (15%).

Tra gli alberghi, infatti, i 5 stelle vendono il 52,1% delle camere, i 3 stelle il 50,6% e i 4 stelle il 47,1% e nell'extra – alberghiero, gli agriturismi sfiorano il 52%.

Prenotazioni camere per il Ponte del 1° maggio per area prodotto (%)

Città	18,5
Mare	18,9
Natura	12,6
Salerno	16,5
Campania	27,4
Italia	35,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Prenotazioni camere per il Ponte del 1° maggio per tipologia ricettiva (%)

Alberghiero	19,3
Extralberghiero	10,1
Salerno	16,5
Campania	27,4
Italia	35,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Prenotazioni camere per il Ponte del 1° maggio per tipologia ricettiva (%)

Hotel		19,3
	1 e 2 stelle	2,6
	3 stelle	25,3
	4 stelle	27,1
	5 stelle	11,4
Agriturismo		19,7
Altre strutture extralberghiere		6,9
Salerno		16,5
Campania		27,4
Italia		35,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Prenotazioni camere maggio-giugno 2012 per area-prodotto (%)

	Maggio	Giugno
Città	27,7	22,9
Mare	18,2	19,1
Natura	7,7	10,6
Salerno	15,8	16,5
Campania	21,7	19,1
Italia	26,5	23,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno

Le prenotazioni delle camere nelle strutture ricettive per maggio-giugno

Diversamente dalla settimana festiva di Pasqua, per il ponte del Primo maggio le prenotazioni delle camere (rilevate nel mese di aprile) nelle strutture ricettive in provincia di Salerno sono pari al 16,5%, dato che fa emergere un ritardo rispetto alla media delle imprese campane (27,4%).

Le località balneari (con il 18,9%) e le città (con il 18,5%) si mantengono su livelli leggermente superiori alla media, mentre nelle zone naturalistiche interne, il tasso scende al 12,6%.

Complessivamente, gli alberghi raggiungono risultati quasi doppi (19,3%) rispetto alle strutture complementari (che si fermano al 10,1%), ma anche in questo caso, i risultati generali sono frenati dalle altre strutture extra – alberghiere (6,9%) e dagli alberghi ad 1 e 2 stelle (2,6%).

I risultati migliori sono quelli degli hotel a 4 stelle (27,1%), seguiti dai 3 stelle (25,3%) e dagli agriturismo (19,7%), mentre i 5 stelle registrano appena l'11,4%.

Le prenotazioni per la seconda parte del mese di maggio (15,8% contro il 21,7% della media regionale) e per giugno (16,5%; 19,1% in Campania) sono ancora fisiologicamente in

Prenotazioni camere maggio-giugno 2012 per tipologia ricettiva (%)

	Maggio	Giugno
Alberghiero	19,3	21,0
Extralberghiero	7,5	6,2
Salerno	15,8	16,5
Campania	21,7	19,1
Italia	26,5	23,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno

Prenotazioni camere maggio-giugno 2012 per tipologia ricettiva (%)

	Maggio	Giugno
Hotel	19,3	21,0
1 e 2 stelle	2,9	3,4
3 stelle	29,6	25,4
4 stelle	21,1	28,2
5 stelle	34,5	35,7
Agriturismo	13,6	12,9
Altre strutture extralberghiere	5,5	3,9
Salerno	15,8	16,5
Campania	21,7	19,1
Italia	26,5	23,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

progress e si concentrano nelle città e negli alberghi.

Le strutture situate nei centri urbani, infatti, hanno già ricevuto prenotazioni per il 27,7% delle camere a maggio e per il 22,9% a giugno, e quelle nelle aree balneari si attestano rispettivamente sul 18,2% e sul 19,1%.

Nelle aree naturalistiche le prenotazioni sono ferme al 7,7% per maggio e al 10,6% per giugno.

Tra le tipologie ricettive gli alberghi a 5 stelle sono le strutture che hanno ricevuto la quota maggiore di prenotazioni (34,5% per maggio e 35,7% per giugno), seguiti dai 3 stelle (29,6% e 25,4%).

Occupazione camere gennaio-aprile 2012 nelle località balneari (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile*
Salerno	16,9	17,6	25,5	26,4
Campania	18,3	18,9	26,2	30,2
Puglia	14,3	16,2	22,8	29,0
Calabria	16,7	17,2	17,1	18,3
Sicilia	17,6	20,5	24,5	28,9
Veneto	27,2	28,3	33,1	34,0
Italia	30,2	28,0	33,3	42,4

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Occupazione camere per la settimana di Pasqua nelle località balneari(%)

Salerno	40,3
Campania	41,3
Puglia	37,1
Calabria	18,4
Sicilia	28,4
Veneto	41,5
Italia	48,8

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Le performance di vendita e le prenotazioni delle strutture ricettive delle destinazioni balneari

L'analisi sulle performance di vendita delle imprese si arricchisce di un approfondimento sul prodotto balneare. Le destinazioni balneari della provincia di Salerno si posizionano come bacino di ricettività anche in bassa stagione. Infatti, le strutture ricettive sulla costa vendono il 16,9% di camere disponibili a gennaio, il 17,6% a febbraio, il 25,5% a marzo ed il 26,4% ad aprile, superando la media provinciale del periodo, senza però raggiungere i risultati medi delle altre destinazioni campane.

Sullo scenario delle destinazioni balneari di regioni competitor quali la Puglia, la Calabria, la Sicilia ed il Veneto, la provincia di Salerno si distingue per registrare tassi di occupazione camere superiori alle:

- destinazioni pugliesi a gennaio e febbraio (in media il 14,3% ed il 16,2% in Puglia),
- località balneari della Puglia, della Calabria e della Sicilia nel mese di marzo (rispettivamente il 22,8%, il 17,1% ed il 24,5%)
- a quelle della Calabria ad aprile (18,3%).

Prenotazioni camere per il Ponte del 1° maggio nelle località balneari (%)

Salerno	18,9
Campania	26,1
Puglia	46,1
Calabria	14,0
Sicilia	28,6
Veneto	43,2
Italia	37,6

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Prenotazioni camere maggio-giugno 2012 nelle località balneari (%)

	Maggio	Giugno
Salerno	18,2	19,1
Campania	22,0	22,2
Puglia	19,7	19,3
Calabria	14,9	15,4
Sicilia	20,7	17,8
Veneto	29,4	26,3
Italia	30,1	28,9

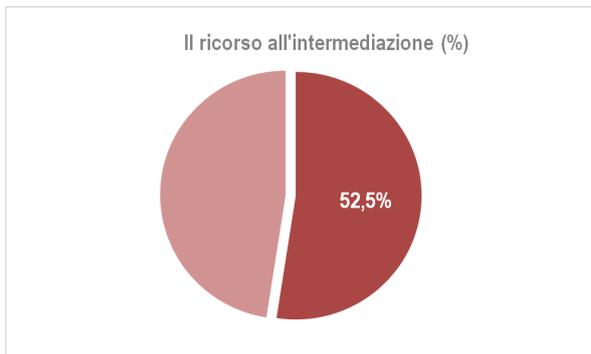
Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno

Le performance delle imprese sulla costa ottengono risultati migliori rispetto alla media anche durante le festività di Pasqua (il 40,3% delle camere prenotate), in linea con lo scenario delle destinazioni balneari campane (41,3%) e di quelle venete (41,5%).

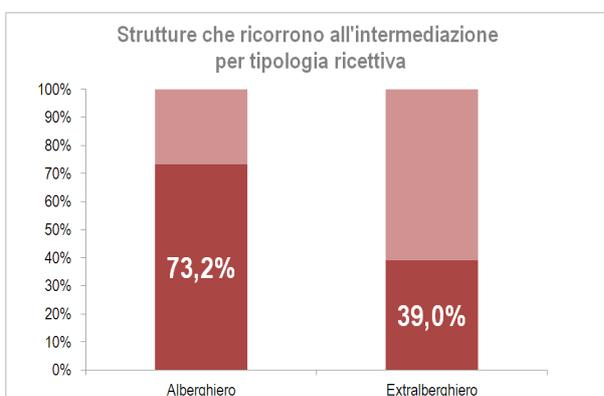
Le prenotazioni per il ponte del primo maggio, invece, sono più contenute (18,9%) e si distanziano dalla media territoriale (26,1%), pur superando le performance registrate ad esempio in Calabria (14%).

Nei mesi di maggio e giugno le prenotazioni registrate nelle strutture salernitane della costa si attestano sul 18,2% e sul 19,1%, quote più simili alle performance medie pugliesi (sul 19% circa) che alle altre campane (22% circa in media). Anche in questo caso, le imprese salernitane ottengono risultati che superano la media delle prenotazioni opzionate in Calabria (14,9% a maggio e 15,4% a giugno).

2. Strategie delle imprese, caratteristiche e comportamenti della clientela



Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno



Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno

Circuiti di intermediazione utilizzati (% sul totale delle strutture che ricorrono all'intermediazione; possibili più risposte)

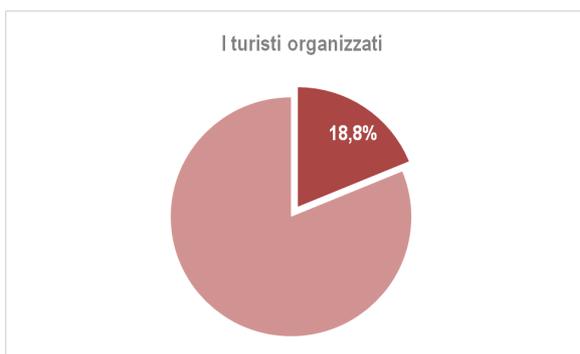
Grandi portali	61,1
Agenzie di viaggio	33,9
Tour operator	26,8
Agenzie di viaggio ON LINE	25,1
Cral	12,2
Organizzazione religiosa	11,6
Associazioni sportive	9,3
Associazioni culturali	7,2
Parrocchie	3,5
Scuole	2,8
Altro	0,6

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno

Il sostegno dell'intermediazione commerciale diventa, in un clima di contrazione economica, un'opportunità per il sistema ricettivo per porsi in maniera attiva sul mercato, cercando di rendere competitiva la propria offerta. La prima parte del 2012 vede coinvolti, in questa direzione, circa la metà degli operatori del ricettivo della provincia di Salerno (52,5%; in media il 58% circa nella regione) ed in modo particolare le strutture alberghiere (in primis 4-5 stelle) con una media di oltre 7 strutture su 10 che ricorrono al circuito intermediato (specie nelle città).

Tra coloro che si affidano agli intermediari di viaggio, il 61,1% sceglie di allinearsi alla diffusione delle nuove piattaforme virtuali come i grandi portali o le agenzie on-line (25,1%), pur mantenendo rapporti commerciali con le più tradizionali agenzie di viaggio (circa il 34%) o tour operator (26,8%).

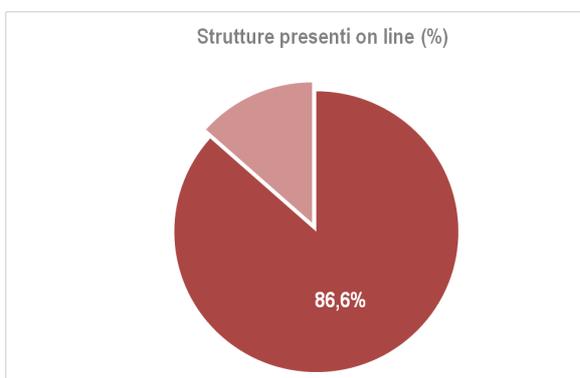
I risultati di vendita, così come i dati di prenotazione, rappresentano un impulso ad incrementare l'utilizzo dell'intermediazione, considerando che la performance del periodo è quasi esclusivamente a vantaggio di chi utilizza i canali di vendita indiretta.



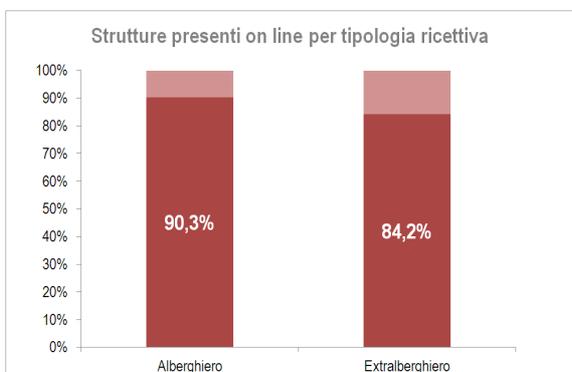
Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno



Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno



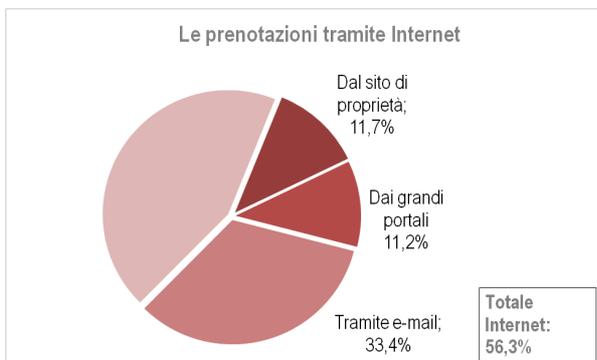
Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno



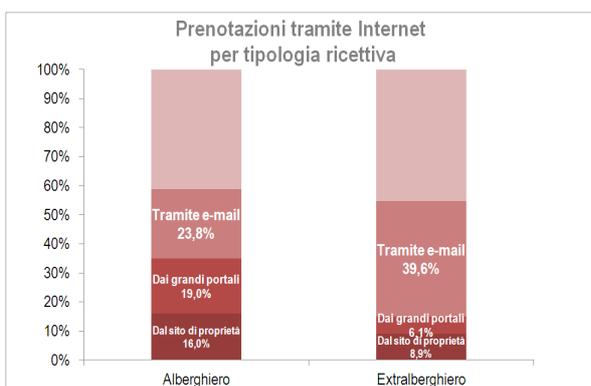
Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno

La quota di turisti che sceglie di utilizzare il circuito dell'intermediazione per prenotare il soggiorno si attesta al 18,8% (sostanzialmente in linea con la media regionale del 20,9%), un dato più elevato nel caso delle strutture alberghiere (29,6%), in particolare nelle imprese di categoria elevata (5 stelle) dove quasi 6 turisti su 10 si organizzano tramite questi canali, e nelle imprese sulla costa (22,2%).

Le nuove logiche di mercato, sempre più orientato all'e-commerce, influenzano anche il settore del turismo: nella provincia di Salerno l'86,6% delle imprese ricettive è presente on-line (quasi il 90% in media nella regione), una quota più elevata per le strutture alberghiere (90,3% contro l'84,2% del comparto extralberghiero), specialmente i 4-5 stelle che registrano una totalità di imprese che sono visibili su Internet.



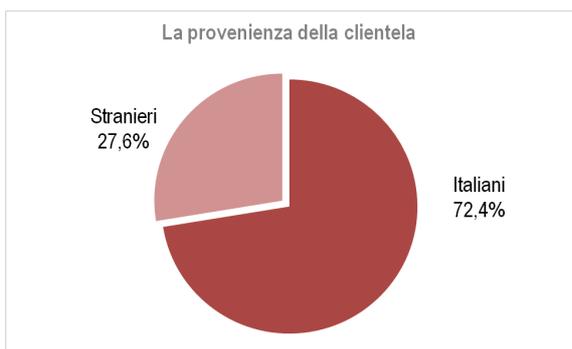
Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno



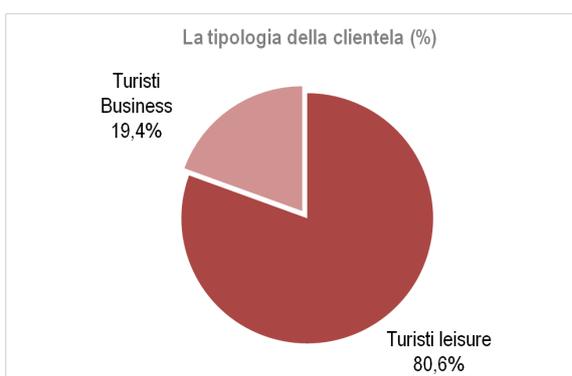
Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno

La quota di turisti che prenota il proprio soggiorno attraverso la rete è pari al 56,3%, (meno però di quanto rilevato nella regione: il 67,2%) senza particolari differenze a livello di comparti (58,8% per le strutture alberghiere e 54,7% per quelle extralberghiere), pur segnalando qualche specificità in rapporto alle modalità di prenotazione.

Nel caso dell'utilizzo della posta elettronica, si rileva un ricorso più rilevante nella provincia (33,4%) rispetto allo scenario regionale (26,3%) ed anche nazionale (29,4%). In particolare, sono più diffuse le prenotazioni tramite posta elettronica per il comparto extralberghiero (39,6% rispetto al 23,8% negli alberghi) mentre sono le strutture alberghiere a ricevere una quota più elevata di prenotazioni attraverso il sito di proprietà (16% contro l'8,9%) o i grandi portali turistici (19% contro il 6,1%).



Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno



Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno



Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno

Nella prima parte dell'anno il sistema ricettivo della provincia di Salerno registra una quota di turismo internazionale pari al 27,6% rispetto al 72,4% della clientela italiana, a fronte, invece, rispettivamente del 31,6% e del 68,4% rilevato sullo scenario regionale.

Si differenziano le destinazioni balneari che con il 40,5% dei turisti stranieri nelle imprese della costa si posiziona in prima linea come prodotto con appeal sul mercato estero.

Ad incidere è soprattutto la domanda leisure (8 turisti su 10 soggiornano per motivi di svago): tra i target di clientela, prevalgono le quote relative a famiglie e coppie che rappresentano, rispettivamente, il 34,4% ed il 32,7% della clientela ospite delle strutture ricettive della provincia, segmenti più presenti soprattutto nelle strutture nelle destinazioni balneari o nelle località naturalistiche. Se le quote di famiglie sono maggiormente concentrate negli agriturismi (47,1%) o negli alberghi di medio-bassa categoria (47,8%), le coppie si orientano soprattutto verso gli agriturismi (40,6%).

Le quote di gruppi e single si attestano, con percentuali inferiori, all'8,8% e al 4,7%.

La quota di turismo business, per contro, sfiora, complessivamente il 20%, con scelte ricettive che favoriscono soprattutto gli hotel 4 stelle.

Allegato statistico

Occupazione camere I trimestre e prenotazioni per la primavera

Occupazione camere gennaio-aprile 2012 per area-prodotto (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile* ²
Città	12,3	14,3	18,9	46,8
Mare	16,9	17,6	25,5	26,4
Natura	16,5	16,0	24,5	12,5
Salerno	16,0	16,5	24,1	24,4
Campania	20,1	20,7	27,3	30,6
Italia	31,0	30,5	33,6	37,3

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Occupazione camere gennaio-aprile 2012 per tipologia ricettiva (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile*
Alberghiero	18,8	18,5	26,9	30,4
Extralberghiero	9,5	11,8	17,5	10,4
Salerno	16,0	16,5	24,1	24,4
Campania	20,1	20,7	27,3	30,6
Italia	31,0	30,5	33,6	37,3

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

² Il dato di aprile è provvisorio.

Occupazione camere gennaio-aprile 2012 per tipologia ricettiva (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile*
Hotel	18,8	18,5	26,9	30,4
1 e 2 stelle	9,7	8,4	22,5	4,9
3 stelle	15,1	15,7	22,2	41,6
4 stelle	27,8	27,9	34,9	38,8
5 stelle	21,4	17,0	15,9	37,7
Agriturismo Altre strutture extralberghiere	16,4	18,0	26,6	22,5
Salerno	16,0	16,5	24,1	24,4
Campania	20,1	20,7	27,3	30,6
Italia	31,0	30,5	33,6	37,3

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Prezzi delle camere nelle strutture alberghiere

I trimestre 2012; (valori in euro)

	Salerno	Campania	Italia
1 e 2 stelle	53,59	53,92	57,99
3 stelle	63,66	68,51	72,15
4 e 5 stelle	96,56	101,72	113,87
Totale	71,68	75,23	74,44

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Occupazione camere per la settimana di Pasqua per area prodotto (%)

Città	40,0
Mare	40,3
Natura	28,9
Salerno	36,1
Campania	40,9
Italia	43,1

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Occupazione camere per la Settimana di Pasqua per tipologia ricettiva (%)

Alberghiero	41,1
Extralberghiero	24,3
Salerno	36,1
Campania	40,9
<u>Italia</u>	<u>43,1</u>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Occupazione camere per la Settimana di Pasqua per tipologia ricettiva (%)

Hotel	41,1
1 e 2 stelle	20,2
3 stelle	50,6
4 stelle	47,1
5 stelle	52,1
Agriturismo	51,9
Altre strutture extralberghiere	15,0
Salerno	36,1
Campania	40,9
<u>Italia</u>	<u>43,1</u>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA
Salerno

Prenotazioni camere per il Ponte del 1° maggio per area prodotto (%)

Città	18,5
Mare	18,9
Natura	12,6
Salerno	16,5
Campania	27,4
<u>Italia</u>	<u>35,5</u>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Prenotazioni camere per il Ponte del 1° maggio per tipologia ricettiva (%)

Alberghiero	19,3
Extralberghiero	10,1
Salerno	16,5
Campania	27,4
Italia	35,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Prenotazioni camere per il Ponte del 1° maggio per tipologia ricettiva (%)

Hotel	19,3
1 e 2 stelle	2,6
3 stelle	25,3
4 stelle	27,1
5 stelle	11,4
Agriturismo	19,7
Altre strutture extralberghiere	6,9
Salerno	16,5
Campania	27,4
Italia	35,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Prenotazioni camere maggio-giugno 2012 per area-prodotto (%)

	Maggio	Giugno
Città	27,7	22,9
Mare	18,2	19,1
Natura	7,7	10,6
Salerno	15,8	16,5
Campania	21,7	19,1
Italia	26,5	23,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno

Prenotazioni camere maggio-giugno 2012 per tipologia ricettiva (%)

	Maggio	Giugno
Alberghiero	19,3	21,0
Extralberghiero	7,5	6,2
Salerno	15,8	16,5
Campania	21,7	19,1
Italia	26,5	23,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno

Prenotazioni camere maggio-giugno 2012 per tipologia ricettiva (%)

	Maggio	Giugno
Hotel	19,3	21,0
1 e 2 stelle	2,9	3,4
3 stelle	29,6	25,4
4 stelle	21,1	28,2
5 stelle	34,5	35,7
Agriturismo	13,6	12,9
Altre strutture extralberghiere	5,5	3,9
Salerno	15,8	16,5
Campania	21,7	19,1
Italia	26,5	23,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Occupazione camere gennaio-aprile 2012 nelle località balneari (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile*
Salerno	16,9	17,6	25,5	26,4
Campania	18,3	18,9	26,2	30,2
Puglia	14,3	16,2	22,8	29,0
Calabria	16,7	17,2	17,1	18,3
Sicilia	17,6	20,5	24,5	28,9
Veneto	27,2	28,3	33,1	34,0
Italia	30,2	28,0	33,3	42,4

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Occupazione camere per la settimana di Pasqua nelle località balneari(%)

Salerno	40,3
Campania	41,3
Puglia	37,1
Calabria	18,4
Sicilia	28,4
Veneto	41,5
Italia	48,8

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Prenotazioni camere per il Ponte del 1° maggio nelle località balneari (%)

Salerno	18,9
Campania	26,1
Puglia	46,1
Calabria	14,0
Sicilia	28,6
Veneto	43,2
Italia	37,6

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Prenotazioni camere maggio-giugno 2012 nelle località balneari (%)

	Maggio	Giugno
Salerno	18,2	19,1
Campania	22,0	22,2
Puglia	19,7	19,3
Calabria	14,9	15,4
Sicilia	20,7	17,8
Veneto	29,4	26,3
Italia	30,1	28,9

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno

Strategie delle imprese, caratteristiche e comportamenti della clientela

Il ricorso al circuito dell'intermediazione per prodotto (%)

	Sì	No	Totale
Città	86,4	13,6	100,0
Mare	50,8	49,2	100,0
Natura	46,2	53,8	100,0
Salerno	52,5	47,5	100,0
Campania	58,1	41,9	100,0
Italia	44,8	55,2	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Il ricorso al circuito dell'intermediazione per tipologia ricettiva (%)

	Sì	No	Totale
Hotel	73,2	26,8	100,0
1 e 2 stelle	50,0	50,0	101,0
3 stelle	73,0	27,0	102,0
4 stelle	88,0	12,0	103,0
5 stelle	100,0	0,0	104,0
Agriturismo	47,1	52,9	105,0
Altre strutture extralberghiere	34,1	65,9	106,0
Salerno	52,5	47,5	107,0
Campania	58,1	41,9	100,0
Italia	44,8	55,2	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Il ricorso al circuito dell'intermediazione per tipologia ricettiva (%)

	Sì	No	Totale
Alberghiero	73,2	26,8	100,0
Extralberghiero	39,0	61,0	100,0
Salerno	52,5	47,5	100,0
Campania	58,1	41,9	100,0
Italia	44,8	55,2	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Circuiti di intermediazione utilizzati

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

Grandi portali	61,1
Agenzie di viaggio	33,9
Tour operator	26,8
Agenzie di viaggio ON LINE	25,1
Cral	12,2
Organizzazione religiosa	11,6
Associazioni sportive	9,3
Associazioni culturali	7,2
Parrocchie	3,5
Scuole	2,8
Altro	0,6

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Turisti organizzati per prodotto (%)

Città	17,1
Mare	22,2
Natura	15,5
Salerno	18,8
Campania	20,9
Italia	14,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Turisti organizzati per tipologia ricettiva (%)

Alberghiero	29,6
Extralberghiero	11,9
Salerno	18,8
Campania	20,9
Italia	14,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Turisti organizzati per tipologia ricettiva (%)

Hotel	29,6
1 e 2 stelle	16,1
3 stelle	32,8
4 stelle	30,4
5 stelle	56,7
Agriturismo	14,3
Altre strutture extralberghiere	10,4
Salerno	18,8
Campania	20,9
Italia	14,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Occupazione camere gennaio-aprile 2012 per ricorso all'intermediazione (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile*
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	21,4	21,8	28,5	34,8
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	8,1	8,5	17,5	8,8
Salerno	16,0	16,5	24,1	24,4
Campania	20,1	20,7	27,3	30,6
Italia	31,0	30,5	33,6	37,3

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Occupazione camere per la settimana di Pasqua per ricorso all'intermediazione (%)

Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	46,5
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	20,4
Salerno	36,1
Campania	40,9
Italia	43,1

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Occupazione camere per il Ponte del 1° maggio per ricorso all'intermediazione (%)

Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	22,9
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	7,0
Salerno	16,5
Campania	27,4
Italia	35,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Prenotazioni camere maggio-giugno 2012 per ricorso all'intermediazione (%)

	Maggio	Giugno
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	23,4	25,0
Strutture che <u>non</u> ricorrono al circuito dell'intermediazione	4,3	3,9
Salerno	15,8	16,5
Campania	21,7	19,1
Italia	26,5	23,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno

Strutture presenti on line per area-prodotto (%)

	Sì	No	Totale
Città	100,0	0,0	100,0
Mare	91,7	8,3	100,0
Natura	77,8	22,2	100,0
Salerno	86,6	13,4	100,0
Campania	89,6	10,4	100,0
Italia	87,5	12,5	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Strutture presenti on line per tipologia ricettiva (%)

	Si	No	Totale
Alberghiero	90,3	9,7	100,0
Extralberghiero	84,2	15,8	100,0
Salerno	86,6	13,4	100,0
Campania	89,6	10,4	100,0
Italia	87,5	12,5	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Strutture presenti on line per tipologia ricettiva (%)

	Si	No	Totale
Hotel	90,3	9,7	100,0
1 e 2 stelle	61,1	38,9	100,0
3 stelle	96,8	3,2	100,0
4 stelle	100,0	0,0	100,0
5 stelle	100,0	0,0	100,0
Agriturismo	83,5	16,5	100,0
Altre strutture extralberghiere	84,6	15,4	100,0
Salerno	86,6	13,4	100,0
Campania	89,6	10,4	100,0
Italia	87,5	12,5	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e-mail	Totale internet
Città	7,0	11,7	37,7	56,5
Mare	10,9	12,7	36,5	60,0
Natura	14,3	9,0	28,0	51,3
Salerno	11,7	11,2	33,4	56,3
Campania	21,8	19,0	26,3	67,2
Italia	18,1	14,4	29,4	61,9

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Turisti prenotati tramite internet per tipologia ricettiva (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e-mail	Totale internet
Alberghiero	16,0	19,0	23,8	58,8
Extralberghiero	8,9	6,1	39,6	54,7
Salerno	11,7	11,2	33,4	56,3
Campania	21,8	19,0	26,3	67,2
Italia	18,1	14,4	29,4	61,9

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Turisti prenotati tramite internet per tipologia ricettiva (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e-mail	Totale internet
Hotel	16,0	19,0	23,8	58,8
1 e 2 stelle	19,1	15,0	25,0	59,1
3 stelle	15,2	16,0	25,2	56,4
4 stelle	14,3	26,5	22,4	63,3
5 stelle	25,0	16,7	14,2	55,8
Agriturismo	7,5	8,4	29,6	45,5
Altre strutture extralberghiere	9,8	4,7	45,6	60,1
Salerno	11,7	11,2	33,4	56,3
Campania	21,8	19,0	26,3	67,2
Italia	18,1	14,4	29,4	61,9

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Provenienza della clientela per area-prodotto (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Città	88,8	11,2	100,0
Mare	59,5	40,5	100,0
Natura	82,8	17,2	100,0
Salerno	72,4	27,6	100,0
Campania	68,4	31,6	100,0
Italia	66,6	33,4	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Provenienza della clientela per tipologia ricettiva (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Alberghiero	70,5	29,5	100,0
Extralberghiero	73,7	26,3	100,0
Salerno	72,4	27,6	100,0
Campania	68,4	31,6	100,0
Italia	66,6	33,4	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Provenienza della clientela per tipologia ricettiva (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Hotel	70,5	29,5	100,0
1 e 2 stelle	80,6	19,4	100,0
3 stelle	71,5	28,5	100,0
4 stelle	63,8	36,2	100,0
5 stelle	50,0	50,0	100,0
Agriturismo	82,7	17,3	100,0
Altre strutture extralberghiere	68,1	31,9	100,0
Salerno	72,4	27,6	100,0
Campania	68,4	31,6	100,0
Italia	66,6	33,4	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Tipologia della clientela per prodotto (%)

	Leisure				Business			Totale
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Congressisti	
Città	13,4	16,6	50,2	2,0	10,2	5,2	2,3	100,0
Mare	35,4	33,1	4,8	4,2	8,2	13,5	0,7	100,0
Natura	38,3	36,0	3,3	5,9	13,2	2,9	0,4	100,0
Salerno	34,4	32,7	8,8	4,7	10,5	8,1	0,8	100,0
Campania	31,0	33,6	8,9	7,8	13,2	4,2	1,3	100,0
Italia	32,6	32,0	8,1	7,9	15,4	2,5	1,4	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Tipologia della clientela per tipologia ricettiva (%)

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>			Totale
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Congressisti	
Alberghiero	31,4	32,0	6,4	4,5	18,6	5,7	1,4	100,0
Extralberghiero	36,4	33,1	10,3	4,9	5,3	9,7	0,3	100,0
Salerno	34,4	32,7	8,8	4,7	10,5	8,1	0,8	100,0
Campania	31,0	33,6	8,9	7,8	13,2	4,2	1,3	100,0
Italia	32,6	32,0	8,1	7,9	15,4	2,5	1,4	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Tipologia della clientela per tipologia ricettiva (%)

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>			Totale
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Congressisti	
Hotel	31,4	32,0	6,4	4,5	18,6	5,7	1,4	100,0
1 e 2 stelle	47,8	26,4	5,6	0,8	15,8	3,6	0,0	100,0
3 stelle	30,7	36,7	4,0	5,8	15,1	7,1	0,6	100,0
4 stelle	23,0	26,8	7,2	5,0	28,3	5,8	3,9	100,0
5 stelle	10,0	39,2	35,0	3,3	10,8	0,0	1,7	100,0
Agriturismo	47,1	40,6	3,5	3,4	4,3	0,9	0,1	100,0
Altre strutture extralberghiere	29,7	28,4	14,5	5,8	6,0	15,1	0,4	100,0
Salerno	34,4	32,7	8,8	4,7	10,5	8,1	0,8	100,0
Campania	31,0	33,6	8,9	7,8	13,2	4,2	1,3	100,0
Italia	32,6	32,0	8,1	7,9	15,4	2,5	1,4	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Salerno

Nota metodologica

L'analisi congiunturale è stata condotta attraverso una rilevazione diretta a 268⁽³⁾ operatori della provincia di Salerno del ricettivo, con questionario chiuso e domande dirette sull'andamento della stagione. Le interviste hanno avuto la seguente distribuzione provinciale:

Distribuzione per prodotto	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Città	7,1	10,1
Mare	43,3	47,1
Natura	49,6	42,7
Totale	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno

Nel rispetto della disomogeneità del territorio e della presenza delle singole tipologie di impresa turistica ricettiva sul territorio regionale, si è provveduto a ripartire le interviste anche secondo le seguenti ripartizioni:

Distribuzione per tipologia	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Hotel	40,3	39,2
2 stella	13,0	21,0
3 stelle	58,3	48,2
4 stelle	23,1	26,9
5 stelle	5,6	3,9
Agriturismo	31,7	23,2
Altre strutture extralberghiere	28,0	37,6
Totale	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Salerno

La rilevazione è stata condotta dal 10 al 16 aprile 2012.

³ Imprese in attività e che hanno collaborato rispondendo al questionario, sul totale di quelle contattate.