



Camera di Commercio
Brindisi



Osservatorio Turistico della provincia di Brindisi

ANALISI CONGIUNTURALE 4°REPORT 2008

Luci ed ombre nell'autunno brindisino

Gennaio 2009

A cura di



**Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche**



Storia del documento

Copyright:	IS.NA.R.T. Scpa
Committente:	CCIAA di Brindisi
Versione:	1.0
Quadro dell'opera:	■ ■ ■ ■
Termine rilevazione:	dicembre 2008
Casi:	91

Sommario

1. Luci ed ombre nell'autunno brindisino.....	4
2. Forum di discussione	9
3. Nota metodologica	10
4. Allegati	11

1. Luci ed ombre nell'autunno brindisino

La stagione autunnale sembra assopire la buona performance estiva della provincia di Brindisi che chiude l'anno sottotono, con tassi di occupazione delle camere inferiori alla media regionale, anche se, a sostegno dello scenario turistico brindisino si presentano alcuni elementi che fanno da colonne portanti dell'offerta ricettiva.

Se durante i primi mesi del 2008 i tassi di occupazione delle camere nella provincia superavano i dati regionali, già dal trimestre estivo la situazione cambia. Le distanze dalla regione incalzano e, infatti, i tassi di occupazione delle camere nel IV trimestre dell'anno sono più bassi di 10 punti percentuali, rispetto alla Puglia, con il 24% di camere occupate nella provincia ad ottobre, il 20,6% a novembre ed il 16% a dicembre (*)¹.

A risollevarlo lo scenario generale, si evidenziano, nel dettaglio, alcuni ottimi risultati della provincia:

- le strutture ricettive della **città** trainano l'offerta turistica del periodo ed i tassi di occupazione registrati superano, ad ottobre e novembre, la media regionale di prodotto. Tale fenomeno si verifica grazie anche alla ripresa del turismo business, con quasi 5 camere occupate su 10 disponibili nel mese di ottobre e di novembre, mantenendo livelli superiori alla media anche a dicembre,
- il **comparto alberghiero** è il protagonista indiscusso dell'offerta ricettiva brindisina nei mesi di ottobre (44%) e novembre (36,5%), coinvolgendo tutte le categorie di strutture in maniera piuttosto omogenea,
- le strutture localizzate nell'**entroterra rurale** tengono testa e registrano oltre 3 camere vendute su 10 nei primi mesi della stagione (2 su 10 a dicembre), rappresentando un importante bacino di ricettività anche in autunno, in particolare nel caso degli **agriturismi**,
- dall'analisi sulla stima della capacità ricettiva² del periodo si rileva che tra ottobre e dicembre la quasi totalità delle strutture ricettive sono aperte e ne deriva, quindi, che l'offerta ricettiva brindisina non soffre della stagionalità del periodo e registra una **disponibilità di posti letto al massimo della capacità ricettiva** (tra il 99,7% di ottobre ed il 98% di novembre).

¹ Dati provvisori

² Rapporto tra i posti letto delle strutture aperte sul totale dei posti letto disponibili delle strutture esistenti

Tuttavia, tra le ombre dello scenario brindisino, alcuni elementi da prendere in considerazione riguardano:

- la performance dei **campeggi e dei villaggi** (il 13,8% di camere occupate da ottobre a dicembre) e dei B&B (18% ad ottobre, 9% a novembre e 21% a dicembre) i cui tassi di occupazione delle camere non sostengono il comparto extralberghiero, trainato soprattutto dagli agriturismi,
- nel caso delle **strutture della costa**, nonostante queste non subiscano le fisiologiche ripercussioni legate alla stagionalità del prodotto (oltre 98% dei posti letto sono disponibili in autunno), non si rilevano i risultati che ci si aspetterebbe in termini di occupazione delle camere (tra il 19,4% di ottobre ed il 14,4% di dicembre).

Ai risultati migliori ottenuti dal comparto alberghiero, in termini di occupazione, si lega anche la maggiore propensione dell'hôtellerie verso il ricorso all'intermediazione organizzata (il 75% delle strutture) che notoriamente favorisce la commercializzazione dell'offerta delle strutture.

In generale, le strutture brindisine che si affidano agli intermediari ricorrono soprattutto alle agenzie di viaggio (86,5%) ed i tour operator (65%).

Tra i motivi che, invece, giustificerebbero l'ancora esiguo ricorso all'intermediazione, gli operatori indicano, in quasi il 26% dei casi, le commissioni elevate concordate dai tour operator e dalle agenzie di viaggio, invece, il 22% non ha avvertito l'esigenza di affidarsi all'intermediazione.

Nel IV trimestre del 2008 le strutture ricettive brindisine ospitano soprattutto clientela italiana (74%), avvicinandosi più alla media nazionale del periodo (71,4%) che a quella regionale (88,2%). La provincia, inoltre, è molto attrattiva rispetto al mercato internazionale e registra una quota di clientela straniera (26%) superiore alla Puglia (11,8%).

Nel dettaglio della clientela italiana, si rileva una lieve propensione del turismo domestico verso le strutture in città (74,4%) e nel comparto extralberghiero (75%).

Mediamente gli italiani pernottano poco più di 3 notti nella provincia, ma trascorrono quasi 6 notti negli alberghi a 1 e 2 stelle e 4 notti nelle strutture della città.

L'andamento del turismo nazionale, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, è ritenuto stabile da ben 7 operatori su 10 (dato al di sopra dello scenario regionale e nazionale). Le più ottimiste sono le strutture della campagna, sostenute anche da una quota consistente di clientela abituale (42,3%), con il

15,3% degli operatori che dichiara un aumento della clientela italiana e con solo l'11,3% che ne percepisce la diminuzione. Le strutture del comparto extralberghiero, inoltre, nel 75% dei casi valutano come stabile l'andamento della domanda italiana, vale a dire oltre 13 punti percentuali in più rispetto ai colleghi albergatori.

Per quanto riguarda il turismo internazionale, quasi la metà delle strutture ricettive indica come primo mercato di provenienza dei turisti il Regno Unito (rispetto all'andamento dei principali mercati stranieri, il 13% degli operatori percepisce la diminuzione della domanda britannica), seguito dalla Germania (28,6%) e dalla Francia (17,8%).

Con il 26% di clientela straniera nelle strutture, la provincia mantiene sempre l'appel verso l'estero: si avvicina al dato Italia (28,6%), conta oltre 14 punti percentuali in più rispetto alla media regionale (11,8%) e registra la più alta quota di turisti stranieri tra le province pugliesi.

Così come accade nel caso della clientela italiana, anche i turisti stranieri si distribuiscono in maniera omogenea sul territorio e tra i comparti con una maggiore concentrazione nell'hôtellerie (alberghi ad 1 o 2 stelle in primis). I vacanzieri stranieri soggiornano mediamente più a lungo (quasi 4 notti) rispetto ai turisti italiani ed, in particolare, nelle strutture della costa e nel comparto extralberghiero.

Rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, nel IV trimestre il 66% degli operatori percepisce come stabile il mercato internazionale, ma il 23% delle strutture ne indica la diminuzione (variazione media di quasi il 49%). La città si mostra come il prodotto più stabile della provincia con quasi il 90% degli operatori che non percepiscono alcuna variazione della clientela internazionale nelle strutture.

Il web è ormai parte integrante della gestione e della promo-commercializzazione delle imprese turistiche ed, infatti, quasi il 90% degli operatori forniscono alla clientela la possibilità di prenotare on-line (superando la media regionale e nazionale), in particolar modo nel caso delle strutture alberghiere (95%).

L'offerta diffusa di questo servizio da parte delle strutture provinciali influenza anche la quota di clientela che prenota on-line (39,7% della clientela), superando di quasi 15 punti percentuali il dato regionale, ma anche quello nazionale di circa 9 punti percentuali. Nel dettaglio, il 45% della clientela del comparto extralberghiero prenota tramite Internet e, in particolare, si concentra nei B&B.

Nel IV trimestre del 2008 il 31% della clientela è ritornata nelle stesse strutture, in linea con lo scenario generale, ed, in particolare, il 37,3% dei turisti del comparto alberghiero è un cliente abituale (27,4% per il comparto extralberghiero).

Inoltre, vista la quota rilevante di strutture che si commercializzano tramite gli intermediari nella provincia di Brindisi, si rileva una più ampia diffusione tra la clientela del ricorso alle agenzie di viaggio e ai tour operator per prenotare la vacanza (13,7%), rispetto al dato regionale (6,3%) e nazionale (8,2%) e si evidenziano, quindi, l'efficacia ed i benefici apportati dall'intermediazione organizzata nella provincia. Il ricorso agli intermediari da parte della clientela si riscontra soprattutto nel caso delle strutture alberghiere (21,3%) e, tra le strutture extralberghiere, nei campeggi e dei villaggi (20%).

Nel dettaglio della tipologia di clientela, una delle caratteristiche principali del turismo autunnale nella provincia si riferisce al segmento business che rappresenta ben il 41,4% della clientela del IV trimestre.

La domanda individuale è quella più consistente (37,6%; gruppi 3,8%) e supera notevolmente la media regionale (25%) e quella nazionale (20%). Il turismo d'affari interessa soprattutto le strutture della città (62%) ed il comparto alberghiero (53,7%).

Tra coloro che trascorrono la vacanza per svago (quasi il 59%), nel 33% dei casi si tratta di coppie; tale target rappresenta il 36% della clientela delle strutture in campagna (35% al mare) ed il 41% della clientela del comparto extralberghiero (B&B in primis).

Viaggia in famiglia solo il 12,8% della clientela delle strutture brindisine, e si concentra nelle destinazioni balneari (24% della clientela).

Durante le festività natalizie e di capodanno, inoltre, il 21% delle camere sono prenotate (quasi il doppio nelle strutture della campagna), dato che si ridimensiona nei primi mesi dell'anno, seppure in linea con l'andamento generalizzato delle prenotazioni.

A caratterizzare lo scenario provinciale, si mostra interessante il dato sulle prenotazioni del comparto extralberghiero che ottiene i risultati migliori da gennaio a marzo (circa il 12%). Infatti, nonostante le strutture complementari siano meno propense verso la commercializzazione tramite gli intermediari, che favorirebbe i tassi di prenotazioni, anche chi non ricorre all'intermediazione allunga le distanze dalla media regionale.

Un altro dato da considerare per delineare lo scenario provinciale, riguarda l'adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie che vede gli operatori brindisini più attivi rispetto allo standard regionale. Infatti, con il 28,4% di strutture (il 41,5% del settore alberghiero) che applicano soprattutto sconti, offerte o propongono pacchetti per il periodo festivo, i dati della provincia si attestano su quasi 16 punti percentuali in più rispetto alla Puglia e 12 punti in più rispetto all'Italia.

Infine, in questo periodo di crisi economica e finanziaria, si rileva che il 74,5% degli operatori brindisini non ha richiesto finanziamenti nel 2008; il 13,3% non ha avuto difficoltà ad accendere finanziamenti, mentre circa il 12% degli operatori hanno riscontrato impedimenti nell'accedere al credito.

2. Forum di discussione

Uno dei fenomeni che caratterizza lo scenario turistico della provincia di Brindisi, riguarda la performance del comparto alberghiero ed, in particolare, i risultati conseguiti in termini di prenotazioni.

Nel dettaglio, le strutture alberghiere, ricorrendo in maniera più cospicua all'intermediazione organizzata, dovrebbero essere facilitate anche dal punto di vista delle prenotazioni per i primi mesi dell'anno. Tale fenomeno, invece, non si verifica ed i tassi di prenotazione delle camere nel comparto alberghiero si attestano tra il 3,7% a gennaio e l'1,2% di marzo. Inoltre, ci si aspetterebbe buoni risultati anche grazie alla maggiore propensione delle strutture alberghiere verso l'adozione di politiche sui prezzi per il periodo natalizio.

Ne deriverebbe, quindi, la necessità di rendere più efficaci gli accordi con gli intermediari e di ipotizzare nuove strade da percorrere per ristabilire un equilibrio tra le attività svolte dagli albergatori e i risultati in termini di prenotazione delle camere.

Un altro elemento da prendere in considerazione riguarda la performance delle strutture della costa che, restando aperte anche in autunno, rappresentano un importante bacino di ricettività per la provincia. Tuttavia, i modesti risultati ottenuti in termini di occupazione delle camere evidenziano un gap tra l'offerta ricettiva della costa e la competitività del prodotto sul territorio. Sarebbe utile, quindi, orientare in maniera più specifica la promo-commercializzazione delle strutture e gli accordi con gli intermediari per fare della costa un punto di riferimento per il movimento turistico della provincia anche in autunno.

3. Nota metodologica

L'analisi congiunturale è stata condotta attraverso una rilevazione diretta a 91⁽³⁾ operatori della provincia di Brindisi 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 e ponderare le interviste anche secondo la seguente distribuzione per tipologia:

Distribuzione per tipologia	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Hotel	46,2	33,8
1 e 2 stelle	7,1	13,7
3 stelle	40,5	42,5
4 stelle	33,3	31,5
5 stelle	9,5	6,8
RTA	9,5	5,5
Campeggi e villaggi	2,2	5,1
Agriturismo	22,0	20,9
B&B	24,2	33,6
Altre strutture extralberghiere	5,5	6,6
Totale	100,0	100,0

Distribuzione per prodotto	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Città	19,8	14,1
Mare	61,5	64,9
Campagna	18,7	21,0
Totale	100,0	100,0

La rilevazione si è svolta dall'1 al 19 dicembre 2008.

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

4. Allegati

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

	Ottobre	Novembre	Dicembre	Sintesi periodo natalizio
Brindisi	99,7	97,9	98,9	98,6
Puglia	66,3	50,6	53,3	47,9
Italia	78,8	67,5	72,6	74,0

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

	Ottobre	Novembre	Dicembre	Sintesi periodo natalizio
Città	100,0	100,0	100,0	100,0
Mare	99,6	98,3	99,2	99,2
Campagna	100,0	89,9	92,3	88,1
Brindisi	99,7	97,9	98,9	98,6
Puglia	66,3	50,6	53,3	47,9
Italia	78,8	67,5	72,6	74,0

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

	Ottobre	Novembre	Dicembre	Sintesi periodo natalizio
Alberghiero	99,0	97,3	98,3	98,3
Extralberghiero	100,0	98,2	99,1	98,7
Brindisi	99,7	97,9	98,9	98,6
Puglia	66,3	50,6	53,3	47,9
Italia	78,8	67,5	72,6	74,0

Stima della capacità ricettiva disponibile per tipologia d'alloggio

% di posti letto strutture aperte sul totale esistenti

	Ottobre	Novembre	Dicembre	Sintesi periodo natalizio
Hotel	99,0	97,3	98,3	98,3
1 e 2 stelle	100,0	100,0	100,0	100,0
3 stelle	100,0	95,9	95,9	95,9
4 stelle	100,0	100,0	100,0	100,0
5 stelle	100,0	100,0	100,0	100,0
RTA	79,6	79,6	100,0	100,0
Campeggi e villaggi	100,0	100,0	100,0	100,0
Agriturismo	100,0	94,1	91,0	91,0
B&B	100,0	72,2	94,4	92,6
Altre strutture extralberghiere	100,0	100,0	100,0	85,7
Brindisi	99,7	97,9	98,9	98,6
Puglia	66,3	50,6	53,3	47,9
Italia	78,8	67,5	72,6	74,0

Occupazione camere gennaio - dicembre 2008 (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre (*)
Brindisi	32,9	31,8	40,2	41,6	40,2	43,0	54,5	80,5	32,5	23,8	20,6	15,9
Puglia	18,8	20,0	19,5	36,8	35,8	44,3	65,4	83,7	47,0	31,7	30,8	23,6
Italia	37,3	37,9	37,4	37,0	41,2	48,9	66,8	76,2	49,5	40,8	34,8	35,6

Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre(*)
Brindisi	23,8	20,6	15,9
Puglia	31,7	30,8	23,6
Italia	40,8	34,8	35,6

Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre(*)
Città	48,2	48,3	22,9
Mare	19,4	15,7	14,4
Campagna	36,6	35,6	22,1
Brindisi	23,8	20,6	15,9
Puglia	31,7	30,8	23,6
Italia	40,8	34,8	35,6

Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre(*)
Hotel	43,8	36,5	18,9
1 e 2 stelle	67,7	38,1	45,7
3 stelle	36,4	34,2	13,4
4 stelle	51,9	41,8	21,1
5 stelle	39,5	28,6	24,9
RTA	11,0	11,0	9,7
Campeggi e villaggi	13,8	13,8	13,8
Agriturismo	32,3	17,3	16,8
B&B	18,0	8,8	20,9
Altre strutture extralberghiere	31,7	28,1	29,9
Brindisi	23,8	20,6	15,9
Puglia	31,7	30,8	23,6
Italia	40,8	34,8	35,6

(*) Dati provvisori

Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre(*)
Alberghiero	43,8	36,5	18,9
Extralberghiero	15,6	14,1	14,6
Brindisi	23,8	20,6	15,9
Puglia	31,7	30,8	23,6
Italia	40,8	34,8	35,6

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
I trimestre	35,5	64,5	100,0
II trimestre	47,1	52,9	100,0
III trimestre	35,8	64,2	100,0
IV trimestre	48,0	52,0	100,0

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
Alberghiero	74,9	25,1	100,0
Extralberghiero	34,2	65,8	100,0
Brindisi	48,0	52,0	100,0
Puglia	28,2	71,8	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	74,9	25,1	100,0
1 e 2 stelle	-	100,0	100,0
3 stelle	88,2	11,8	100,0
4 stelle	92,9	7,1	100,0
5 stelle	100,0	-	100,0
RTA	25,0	75,0	100,0
Campeggi e villaggi	50,0	50,0	100,0
Agriturismo	50,0	50,0	100,0
B&B	13,6	86,4	100,0
Altre strutture extralberghiere	76,8	23,2	100,0
Brindisi	48,0	52,0	100,0
Puglia	28,2	71,8	100,0
Italia	36,1	63,9	100,0

Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre(*)
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	26,2	22,6	14,6
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	19,9	17,2	17,8
Brindisi	23,8	20,6	15,9
Puglia	31,7	30,8	23,6
Italia	40,8	34,8	35,6

Circuiti di intermediazione utilizzati

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

Agenzie di viaggio	86,5
Tour operator	64,9
Scuole	14,5
Cral	10,9
Associazioni culturali	9,9
Parrocchie	5,4
Associazioni sportive	5,2
Organizzazione religiosa	1,2
Altro	5,3

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	25,7
Non ne avverto l'esigenza	22,1
Proposte non corrispondenti alle esigenze	9,4
Non sono affidabili	8,2
Le dimensioni delle strutture possono essere troppo ridotte per interessare.	6,2
Esperienze negative	4,7
Internet le ha rese superflue, sia per le strutture che per i clienti	3,9
Non so come contattarli	3,3
Mai stato contattato	3,1
Non so	30,7

Provenienza della clientela

	% italiani	% stranieri	Totale
I trimestre	80,7	19,3	100,0
II trimestre	72,5	27,5	100,0
III trimestre	78,4	21,6	100,0
IV trimestre	73,9	26,1	100,0

Provenienza della clientela per provincia

	% italiani	% stranieri	Totale
Brindisi	73,9	26,1	100,0
Puglia	88,2	11,8	100,0
Italia	71,4	28,6	100,0

Provenienza della clientela per area-prodotto

	% italiani	% stranieri	Totale
Città	74,4	25,6	100,0
Mare	73,9	26,1	100,0
Campagna	73,4	26,6	100,0
Brindisi	73,9	26,1	100,0
Puglia	88,2	11,8	100,0
Italia	71,4	28,6	100,0

Provenienza della clientela per tipologia di alloggio

	% italiani	% stranieri	Totale
Alberghiero	72,0	28,0	100,0
Extralberghiero	74,8	25,2	100,0
Brindisi	73,9	26,1	100,0
Puglia	88,2	11,8	100,0
Italia	71,4	28,6	100,0

Provenienza della clientela per tipologia di alloggio

	% italiani	% stranieri	Totale
Hotel	72,0	28,0	100,0
1 e 2 stelle	55,0	45,0	100,0
3 stelle	80,9	19,1	100,0
4 stelle	66,1	33,9	100,0
5 stelle	57,5	42,5	100,0
RTA	97,5	2,5	100,0
Campeggi e villaggi	100,0	-	100,0
Agriturismo	64,3	35,8	100,0
B&B	76,5	23,5	100,0
Altre strutture extralberghiere	80,4	19,6	100,0
Brindisi	73,9	26,1	100,0
Puglia	88,2	11,8	100,0
Italia	71,4	28,6	100,0

Principali mercati esteri (% sul totale strutture)

	%
1° Regno Unito	48,4
2° Germania	28,6
3° Francia	17,8
Stati Uniti	12,3
Olanda	8,6
Belgio	3,4
Varie	2,2
Giappone	1,6
Grecia	1,6
Australia	1,2
Europa dell'Est	1,0
Albania	0,8
Polonia	0,8
Romania	0,8
Canada	0,5
Europa del Nord	0,5

Andamento dei principali mercati stranieri (% sul totale strutture)

	% di operatori che dichiarano un aumento	% di operatori che dichiarano una diminuzione
Regno Unito	7,0	-13,2
Germania	3,1	-5,3
Francia	3,1	-2,9
Stati Uniti	2,8	-0,6
Europa del Nord	1,7	-
Belgio	-	-2,0
Norvegia	-	-1,5
Spagna	-	-1,5
Svizzera	-	-1,5
Giappone	-	-0,8
Olanda	-	-0,5
Varie	-	-5,2

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
I trimestre	8,3	83,3	8,3	12,8	72,4	14,8
II trimestre	7,0	68,4	24,7	16,8	62,1	21,0
III trimestre	8,9	70,3	20,9	8,8	64,8	26,4
IV trimestre	11,5	70,5	18,0	10,8	66,2	23,0

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per provincia

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Brindisi	11,5	70,5	18,0	10,8	66,2	23,0
% media di variazione rilevata nella provincia di Brindisi	19,8		28,8	21,7		48,6
Puglia	9,3	66,5	24,2	8,0	72,7	19,2
Italia	7,7	62,2	30,1	8,1	68,0	23,9

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per area-prodotto

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Città	5,4	76,0	18,6	7,4	89,3	3,3
Mare	11,6	68,4	20,0	12,4	56,5	31,1
Campagna	15,3	73,4	11,3	8,0	80,7	11,3
Brindisi	11,5	70,5	18,0	10,8	66,2	23,0
Puglia	9,3	66,5	24,2	8,0	72,7	19,2
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

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Alberghiero	14,2	61,6	24,2	12,0	64,0	24,0
Extralberghiero	10,1	75,1	14,8	10,2	67,3	22,5
Brindisi	11,5	70,5	18,0	10,8	66,2	23,0
Puglia	9,3	66,5	24,2	8,0	72,7	19,2
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

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Hotel	14,2	61,6	24,2	12,0	64,0	24,0
1 e 2 stelle	-	80,0	20,0	-	10,0	90,0
3 stelle	17,6	41,2	41,2	17,6	58,8	23,5
4 stelle	21,4	71,4	7,1	14,3	85,7	0,0
5 stelle	-	75,0	25,0	-	75,0	25,0
RTA	-	100,0	-	-	100,0	-
Campeggi e villaggi	-	100,0	-	-	100,0	-
Agriturismo	10,0	65,0	25,0	25,0	55,0	20,0
B&B	9,1	77,3	13,6	0,0	72,7	27,3
Altre strutture extralberghiere	23,2	76,8	0,0	23,2	53,5	23,2
Brindisi	11,5	70,5	18,0	10,8	66,2	23,0
Puglia	9,3	66,5	24,2	8,0	72,7	19,2
Italia	7,7	62,2	30,1	8,1	68,0	23,9

Permanenza media della clientela (n.notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
I trimestre	2,4	3,2	2,8
II trimestre	3,1	3,7	3,4
III trimestre	5,4	5,9	5,6
IV trimestre	3,3	3,8	3,5

Permanenza media della clientela per provincia (n.notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Brindisi	3,3	3,8	3,5
Puglia	3,0	3,5	3,3
Italia	3,2	3,9	3,6

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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Città	4,0	2,9	3,4
Mare	3,0	4,0	3,5
Campagna	3,8	3,9	3,9
Brindisi	3,3	3,8	3,5
Puglia	3,0	3,5	3,3
Italia	3,2	3,9	3,6

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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Alberghiero	3,2	3,5	3,4
Extralberghiero	3,3	4,1	3,7
Brindisi	3,3	3,8	3,5
Puglia	3,0	3,5	3,3
Italia	3,2	3,9	3,6

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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Hotel	3,2	3,5	3,4
1 e 2 stelle	5,6	5,2	5,4
3 stelle	2,9	2,8	2,8
4 stelle	2,8	3,8	3,3
5 stelle	2,9	3,5	3,2
RTA	3,3	2,0	2,6
Campeggi e villaggi	4,0	-	4,0
Agriturismo	3,5	3,8	3,6
B&B	2,9	4,2	3,5
Altre strutture extralberghiere	4,2	5,1	4,7
Brindisi	3,3	3,8	3,5
Puglia	3,0	3,5	3,3
Italia	3,2	3,9	3,6

Clientela abituale (%)

I trimestre	27,8
II trimestre	26,8
III trimestre	25,6
IV trimestre	30,8

Clientela abituale per provincia (%)

Brindisi	30,8
Puglia	32,3
Italia	36,2

Clientela abituale per area-prodotto (%)

Città	45,5
Mare	23,8
Campagna	42,3
Brindisi	30,8
Puglia	32,3
Italia	36,2

Clientela abituale per tipologia di alloggio (%)

Alberghiero	37,3
Extralberghiero	27,4
Brindisi	30,8
Puglia	32,3
Italia	36,2

Clientela abituale per tipologia di alloggio (%)

Hotel	37,3
1 e 2 stelle	50,0
3 stelle	35,4
4 stelle	41,4
5 stelle	15,0
RTA	25,0
Campeggi e villaggi	22,5
Agriturismo	25,8
B&B	24,4
Altre strutture extralberghiere	51,7
Brindisi	30,8
Puglia	32,3
Italia	36,2

Turisti organizzati (%)

I trimestre	8,7
II trimestre	16,0
III trimestre	10,8
IV trimestre	13,7

Turisti organizzati per provincia (%)

Brindisi	13,7
Puglia	6,3
Italia	8,2

Turisti organizzati per area-prodotto (%)

Città	22,0
Mare	13,7
Campagna	8,1
Brindisi	13,7
Puglia	6,3
Italia	8,2

Turisti organizzati per tipologia di alloggio (%)

Alberghiero	21,3
Extralberghiero	9,8
Brindisi	13,7
Puglia	6,3
Italia	8,2

Turisti organizzati per tipologia di alloggio (%)

Hotel	21,3
1 e 2 stelle	-
3 stelle	15,3
4 stelle	41,1
5 stelle	27,5
RTA	-
Campeggi e villaggi	20,0
Agriturismo	16,8
B&B	5,0
Altre strutture extralberghiere	4,2
Brindisi	13,7
Puglia	6,3
Italia	8,2

Possibilità di prenotare tramite internet per provincia (%)

	Sì	No	Totale
Brindisi	89,6	10,4	100,0
Puglia	84,2	15,8	100,0
Italia	81,0	19,0	100,0

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

	Sì	No	Totale
Città	93,4	6,6	100,0
Mare	87,7	12,3	100,0
Campagna	92,7	7,3	100,0
Brindisi	89,6	10,4	100,0
Puglia	84,2	15,8	100,0
Italia	81,0	19,0	100,0

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

	Sì	No	Totale
Alberghiero	95,0	5,0	100,0
Extralberghiero	86,8	13,2	100,0
Brindisi	89,6	10,4	100,0
Puglia	84,2	15,8	100,0
Italia	81,0	19,0	100,0

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

	Sì	No	Totale
Hotel	95,0	5,0	100,0
1 e 2 stelle	80,0	20,0	100,0
3 stelle	100,0	-	100,0
4 stelle	92,9	7,1	100,0
5 stelle	100,0	-	100,0
RTA	100,0	-	100,0
Campeggi e villaggi	100,0	-	100,0
Agriturismo	80,0	20,0	100,0
B&B	86,4	13,6	100,0
Altre strutture extralberghiere	100,0	-	100,0
Brindisi	89,6	10,4	100,0
Puglia	84,2	15,8	100,0
Italia	81,0	19,0	100,0

Turisti prenotati tramite internet (%)

I trimestre	42,2
II trimestre	27,5
III trimestre	42,3
IV trimestre	39,7

Turisti prenotati tramite internet per provincia (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e- mail	Totale internet
Brindisi	18,1	10,3	11,2	39,7
Puglia	9,3	4,9	10,6	24,8
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	17,0	2,1	24,1	43,2
Mare	16,5	11,1	10,4	38,1
Campagna	23,7	13,4	5,0	42,1
Brindisi	18,1	10,3	11,2	39,7
Puglia	9,3	4,9	10,6	24,8
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	13,8	4,0	11,4	29,2
Extralberghiero	20,4	13,6	11,1	45,1
Brindisi	18,1	10,3	11,2	39,7
Puglia	9,3	4,9	10,6	24,8
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	13,8	4,0	11,4	29,2
1 e 2 stelle	16,0	0,0	16,0	32,0
3 stelle	12,8	2,8	8,1	23,6
4 stelle	17,9	6,1	16,1	40,0
5 stelle	7,5	9,3	4,5	21,3
RTA	-	5,0	7,5	12,5
Campeggi e villaggi	2,5	-	37,5	40,0
Agriturismo	25,4	7,6	6,8	39,8
B&B	20,0	21,3	10,7	52,0
Altre strutture extralberghiere	20,4	3,5	6,2	30,0
Brindisi	18,1	10,3	11,2	39,7
Puglia	9,3	4,9	10,6	24,8
Italia	13,1	7,1	10,2	30,4

Tipologia della clientela (%)

	Leisure				Business		Totale
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	
I trimestre	24,9	34,0	3,1	8,9	28,6	0,6	100,0
II trimestre	30,4	34,2	5,5	4,0	24,0	2,0	100,0
III trimestre	38,1	38,2	5,8	6,7	8,9	2,3	100,0
IV trimestre	19,3	32,9	2,2	4,2	37,6	3,8	100,0

Tipologia della clientela per provincia (%)

	Leisure				Business		Totale
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	
Brindisi	19,3	32,9	2,2	4,2	37,6	3,8	100,0
Puglia	22,6	36,2	5,9	4,5	24,9	5,9	100,0
Italia	27,3	32,4	7,8	6,5	20,1	5,9	100,0

Tipologia della clientela per area-prodotto (%)

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Totale
Città	5,7	19,7	0,7	1,0	62,0	10,9	100,0
Mare	23,8	34,8	3,2	3,9	32,7	1,7	100,0
Campagna	14,8	35,9	0,4	7,1	36,3	5,5	100,0
Brindisi	19,3	32,9	2,2	4,2	37,6	3,8	100,0
Puglia	22,6	36,2	5,9	4,5	24,9	5,9	100,0
Italia	27,3	32,4	7,8	6,5	20,1	5,9	100,0

Tipologia della clientela per tipologia di alloggio (%)

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Totale
Alberghiero	12,8	17,1	4,5	1,2	53,7	10,7	100,0
Extralberghiero	22,7	40,9	1,1	5,7	29,3	0,3	100,0
Brindisi	19,3	32,9	2,2	4,2	37,6	3,8	100,0
Puglia	22,6	36,2	5,9	4,5	24,9	5,9	100,0
Italia	27,3	32,4	7,8	6,5	20,1	5,9	100,0

Tipologia della clientela per tipologia di alloggio (%)

		<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		
		Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Totale
Hotel		12,8	17,1	4,5	1,2	53,7	10,7	100,0
	1 e 2 stelle	10,5	26,5	0,0	0,0	54,5	8,5	100,0
	3 stelle	16,5	10,0	0,3	1,5	57,6	14,1	100,0
	4 stelle	6,8	15,4	13,8	1,4	55,1	7,5	100,0
	5 stelle	16,3	52,5	0,0	1,3	12,5	17,5	100,0
	RTA	20,0	15,0	0,0	0,0	65,0	0,0	100,0
Campeggi e villaggi		75,0	10,0	10,0	5,0	0,0	0,0	100,0
Agriturismo		27,1	44,4	0,3	3,5	24,4	0,5	100,0
B&B		15,5	46,1	0,2	7,3	30,7	0,2	100,0
Altre strutture extralberghiere		4,9	27,7	1,4	5,6	60,4	0,0	100,0
Brindisi		19,3	32,9	2,2	4,2	37,6	3,8	100,0
Puglia		22,6	36,2	5,9	4,5	24,9	5,9	100,0
Italia		27,3	32,4	7,8	6,5	20,1	5,9	100,0

Prenotazioni camere dicembre 2008 - marzo 2009 (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Brindisi	20,7	9,9	9,5	9,0
Puglia	44,7	14,1	13,3	14,8
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

Prenotazioni camere dicembre 2008 - marzo 2009 (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Città	16,8	1,5	0,4	0,4
Mare	20,1	11,5	11,1	10,7
Campagna	37,9	1,9	2,5	-
Brindisi	20,7	9,9	9,5	9,0
Puglia	44,7	14,1	13,3	14,8
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

Prenotazioni camere dicembre 2008 - marzo 2009 (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Hotel	28,9	3,7	2,6	1,2
1 e 2 stelle	66,2	19,8	19,8	11,4
3 stelle	16,8	1,3	1,2	0,7
4 stelle	33,7	4,2	2,8	0,9
5 stelle	56,5	5,8	-	-
RTA	12,9	0,8	-	-
Campeggi e villaggi	13,8	13,8	13,8	13,8
Agriturismo	36,2	2,1	-	1,6
B&B	44,0	2,8	-	-
Altre strutture extralberghiere	56,7	0,8	-	-
Brindisi	20,7	9,9	9,5	9,0
Puglia	44,7	14,1	13,3	14,8
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

Prenotazioni camere dicembre 2008 - marzo 2009 (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Alberghiero	28,9	3,7	2,6	1,2
Extralberghiero	17,3	12,3	12,2	12,1
Brindisi	20,7	9,9	9,5	9,0
Puglia	44,7	14,1	13,3	14,8
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

Prenotazioni camere dicembre 2008 - marzo 2009 (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	19,2	7,3	6,6	6,4
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	23,2	14,0	14,0	13,1
Brindisi	20,7	9,9	9,5	9,0
Puglia	44,7	14,1	13,3	14,8
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

Adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie per provincia (%)

	Sì	No	Totale
Brindisi	28,4	71,6	100,0
Puglia	12,6	87,4	100,0
Italia	16,1	83,9	100,0

Adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie per area-prodotto (%)

	Sì	No	Totale
Città	22,3	77,7	100,0
Mare	33,0	67,0	100,0
Campagna	18,5	81,5	100,0
Brindisi	28,4	71,6	100,0
Puglia	12,6	87,4	100,0
Italia	16,1	83,9	100,0

Adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie per tipologia di alloggio (%)

	Sì	No	Totale
Alberghiero	41,5	58,5	100,0
Extralberghiero	21,7	78,3	100,0
Brindisi	28,4	71,6	100,0
Puglia	12,6	87,4	100,0
Italia	16,1	83,9	100,0

Adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie per tipologia di alloggio (%)

	Sì	No	Totale
Hotel	41,5	58,5	100,0
1 e 2 stelle	-	100,0	100,0
3 stelle	29,4	70,6	100,0
4 stelle	71,4	28,6	100,0
5 stelle	75,0	25,0	100,0
RTA	25,0	75,0	100,0
Campeggi e villaggi	-	100,0	100,0
Agriturismo	25,0	75,0	100,0
B&B	22,7	77,3	100,0
Altre strutture extralberghiere	23,2	76,8	100,0
Brindisi	28,4	71,6	100,0
Puglia	12,6	87,4	100,0
Italia	16,1	83,9	100,0

Politiche dei prezzi adottate per le festività natalizie. (% sul totale delle risposte)

offerte/sconti/promozioni	50,2
pacchetti	44,2
pacchetti Natale-Capodanno	82,4
pacchetto (generico)	17,6
visite guidate, visite musei ed escursioni incluse	5,6
Totale	100,0

Difficoltà di accesso al credito. (% sul totale delle risposte)

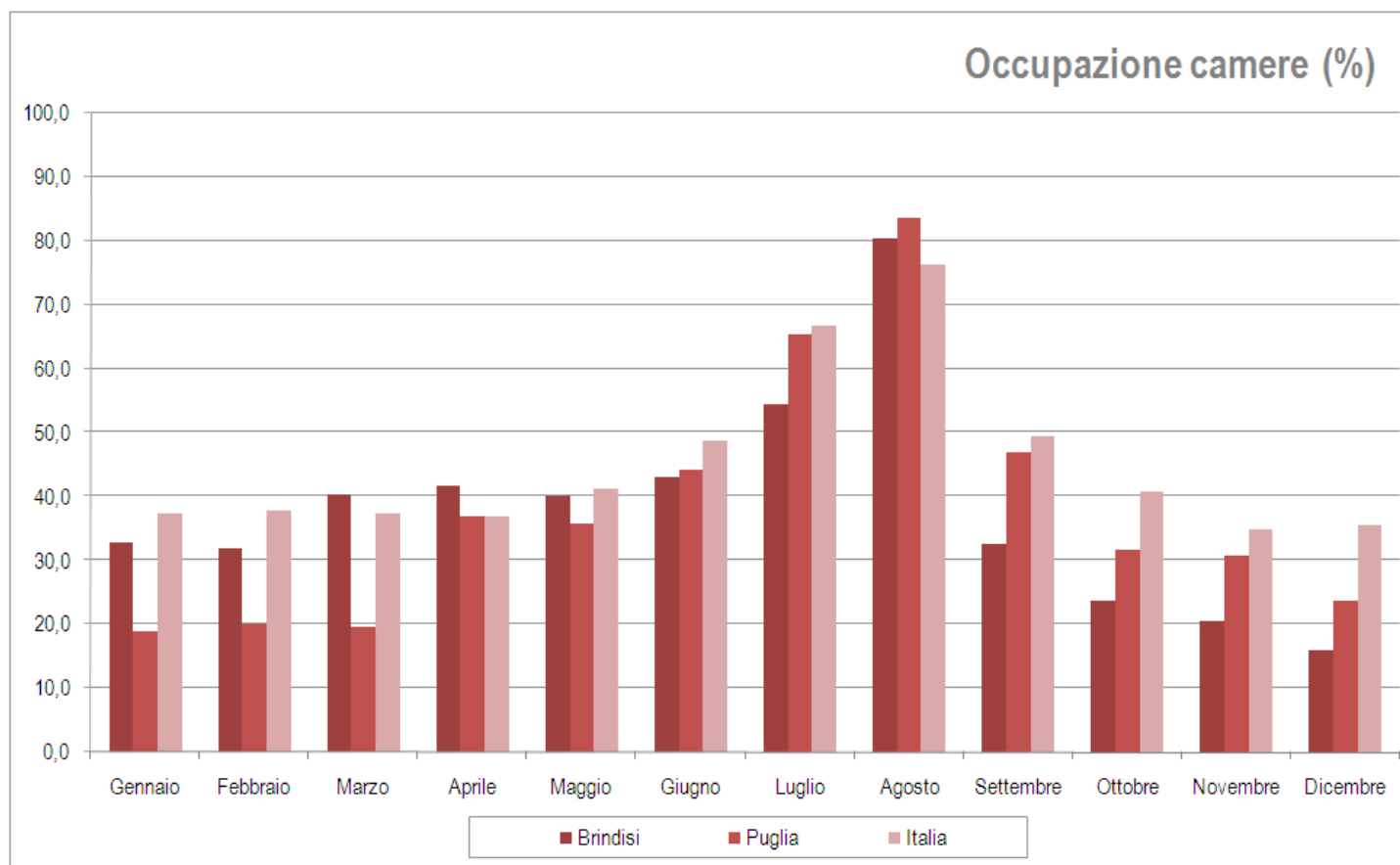
Non ho richiesto finanziamenti	74,5
No, non ho avuto difficoltà	13,3
Sì, le condizioni non erano vantaggiose	5,7
Sì, non possedevo i requisiti richiesti	4,9
Sì, altro	1,6
Totale	100,0

Osservatorio Turistico della provincia di Brindisi

Analisi congiunturale 4° report

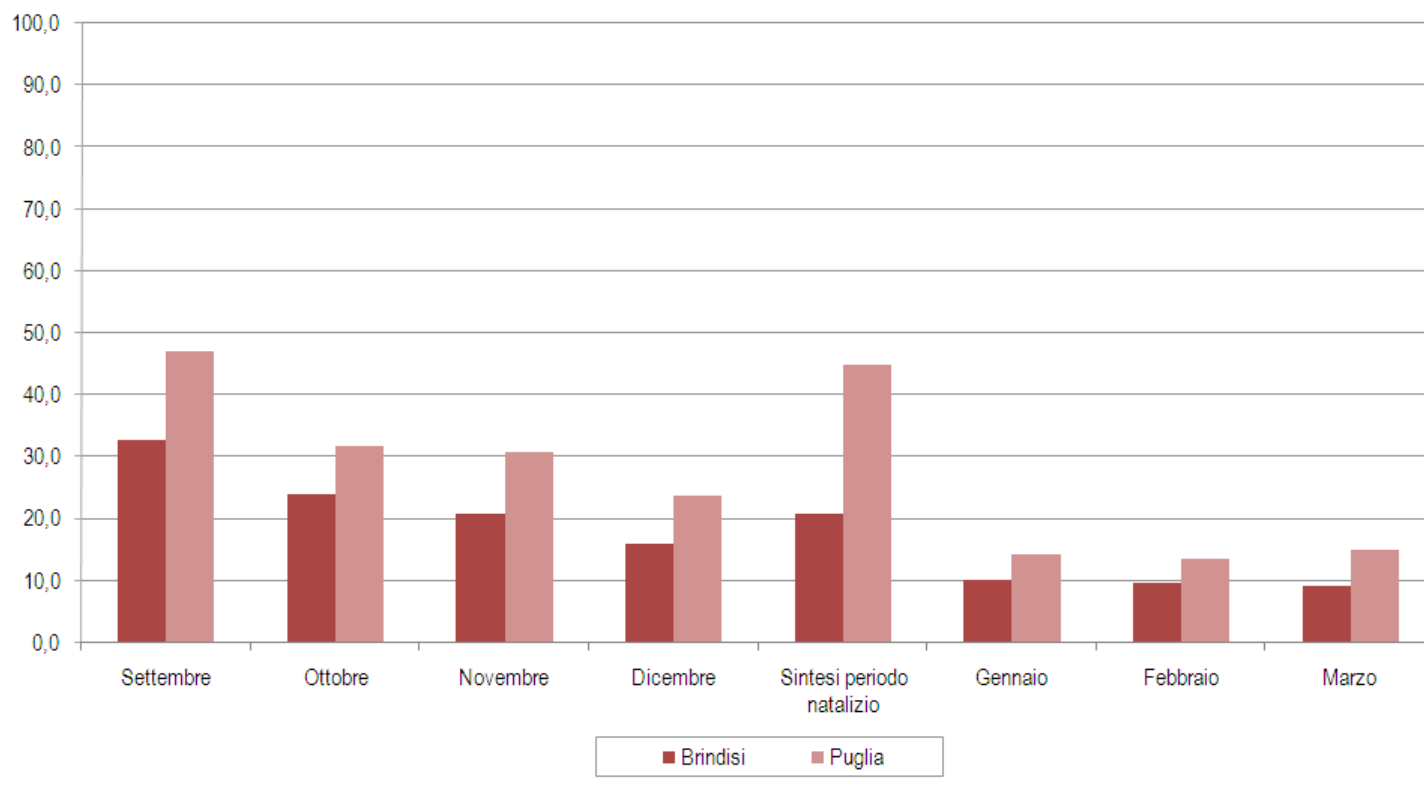
Gennaio 2009

Autunno sottotono per la provincia di Brindisi, ma ci sono opportunità di ripresa

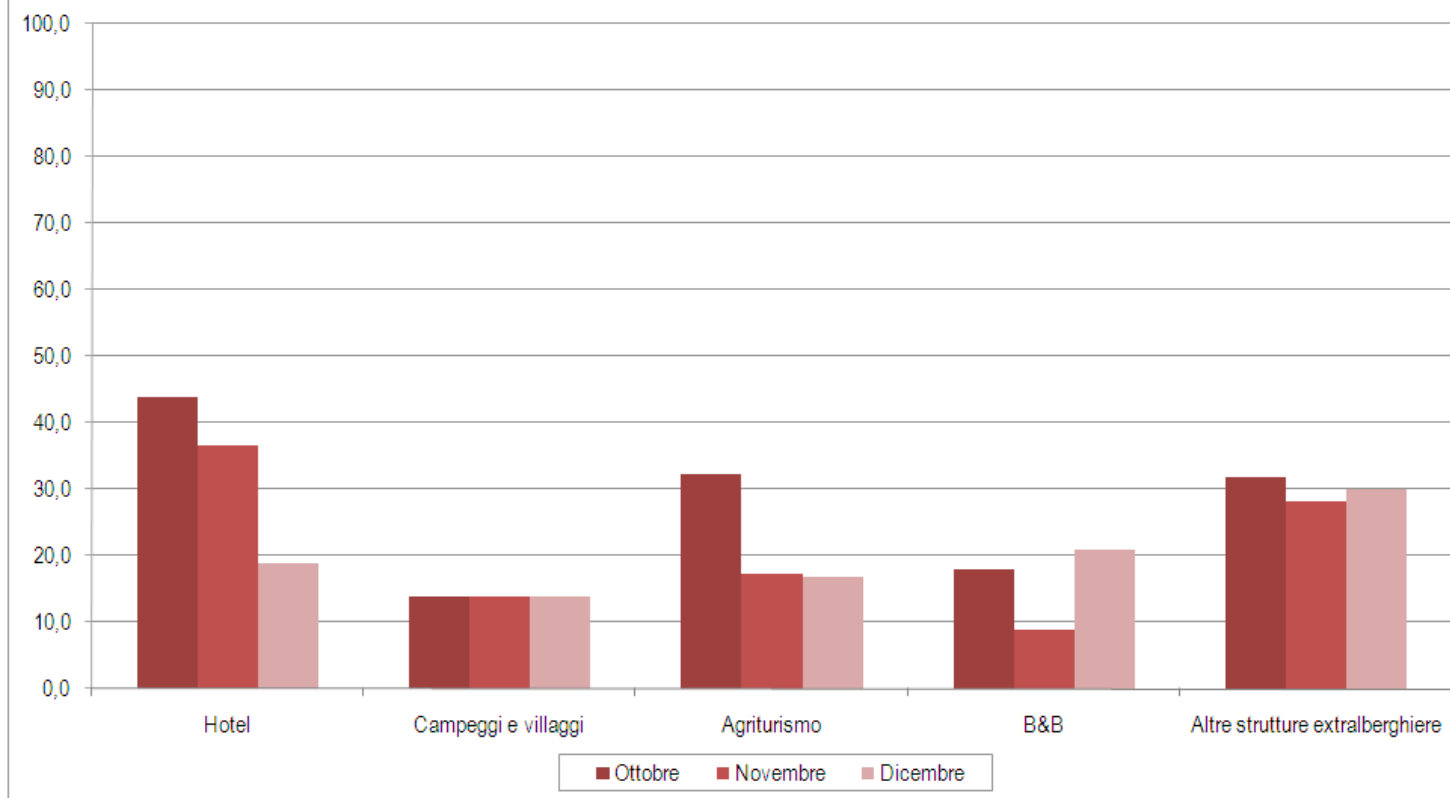


La provincia resta un passo indietro rispetto alla regione

Occupazione/prenotazioni camere (%)

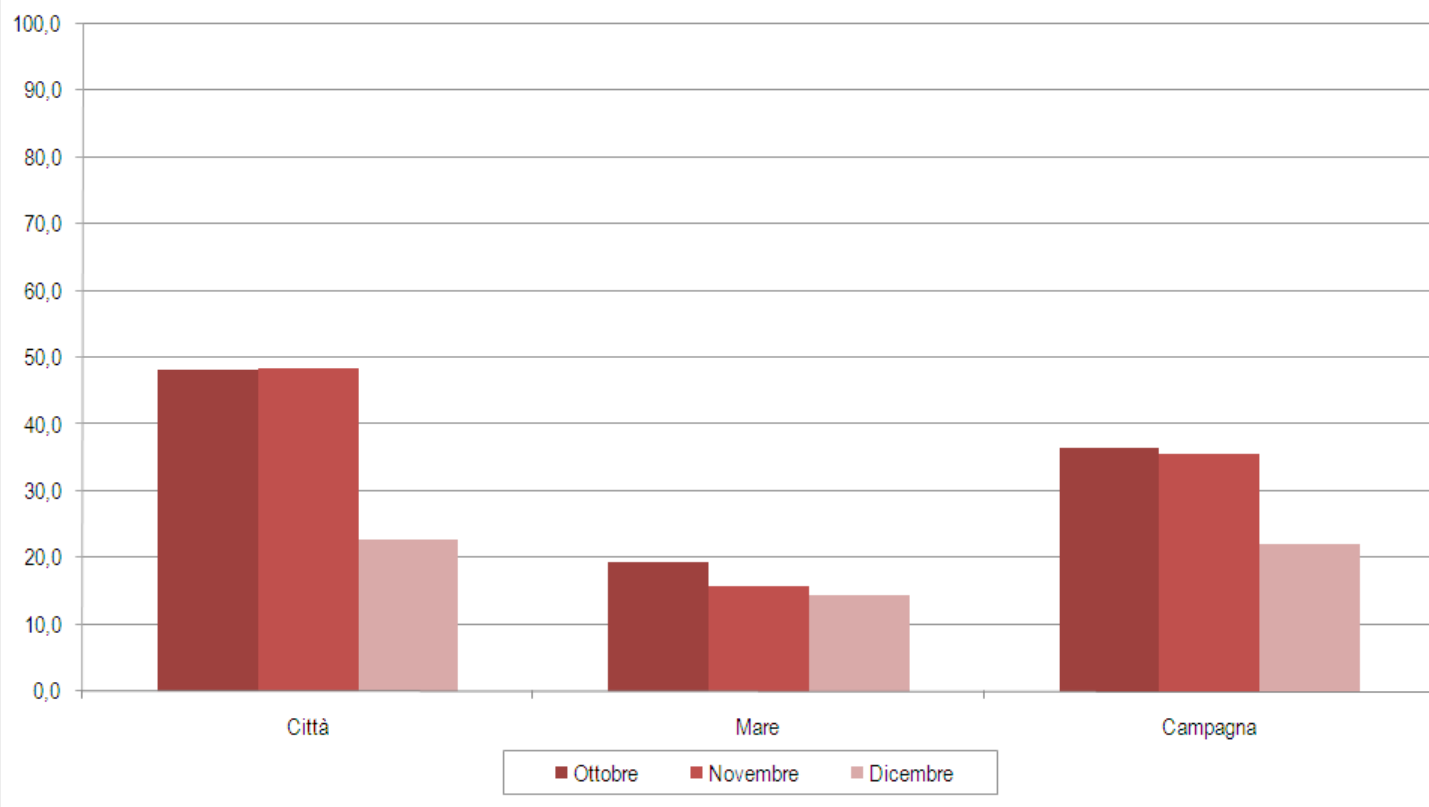


Occupazione camere per tipologia ricettiva (%)



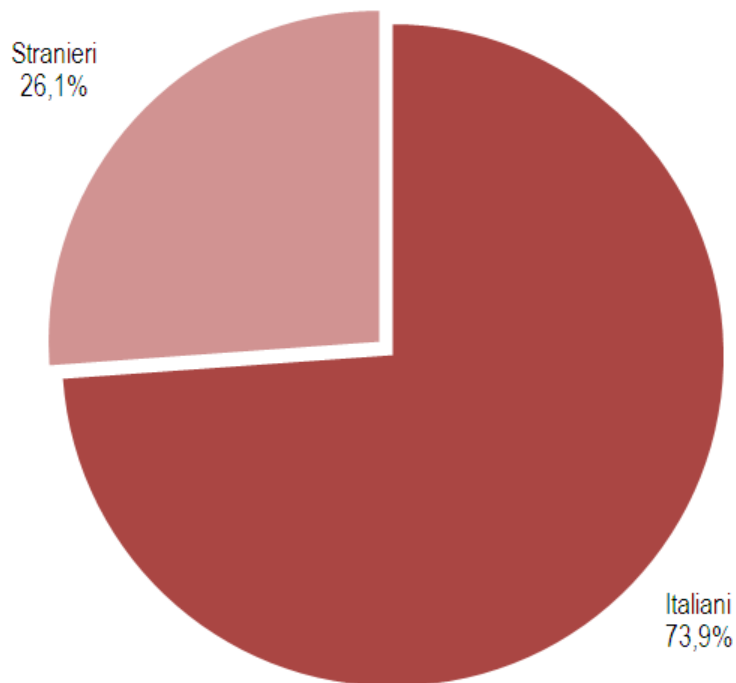
Tra ottobre e dicembre le vacanze sono
in città e anche nell'entroterra

Occupazione camere per area prodotta (%)



Oltre 7 turisti su 10 sono italiani, ma
l'appeal della provincia verso l'estero
supera in volata la regione

La provenienza della clientela



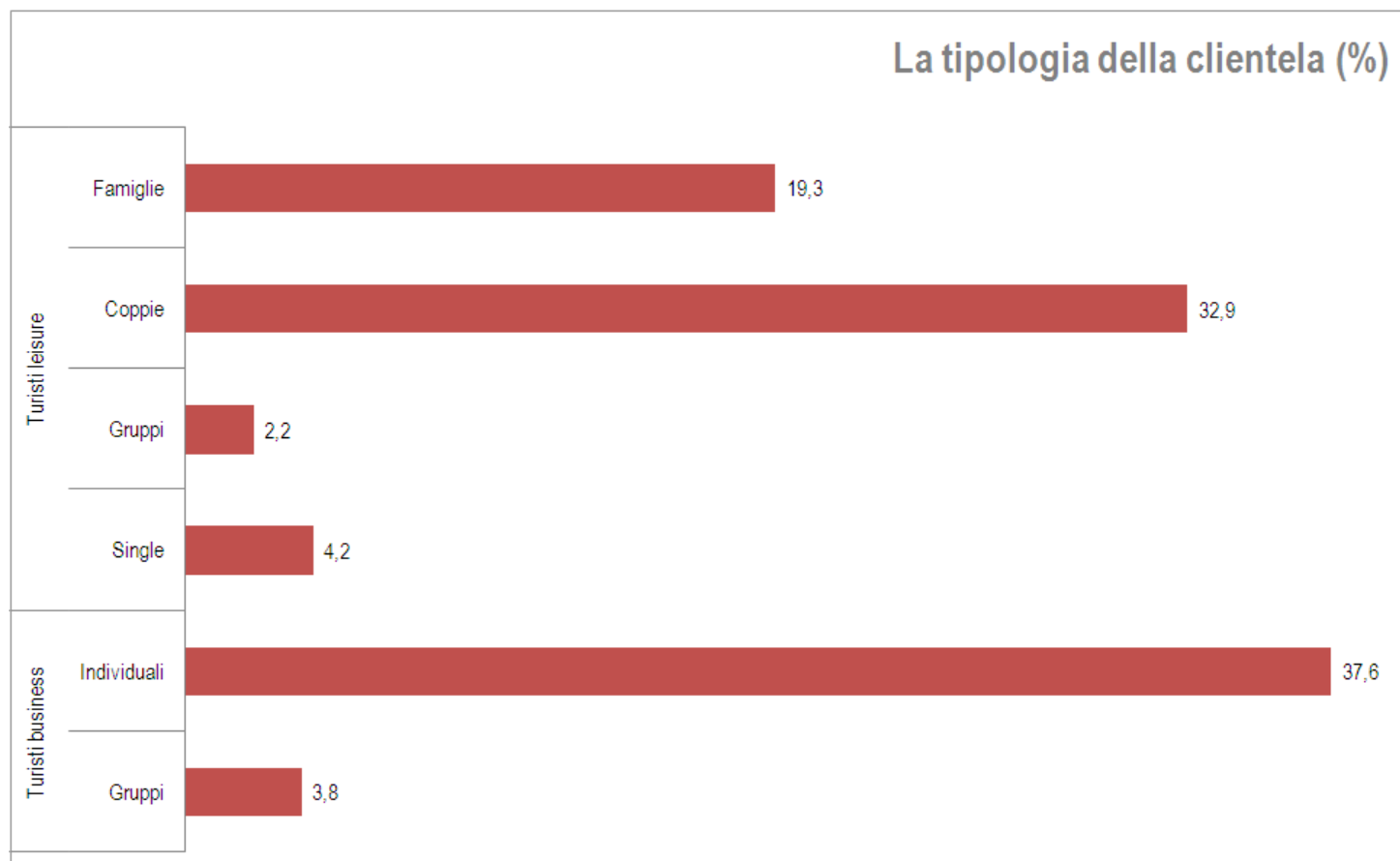
La clientela straniera soggiorna più a lungo

La permanenza media (n. notti)

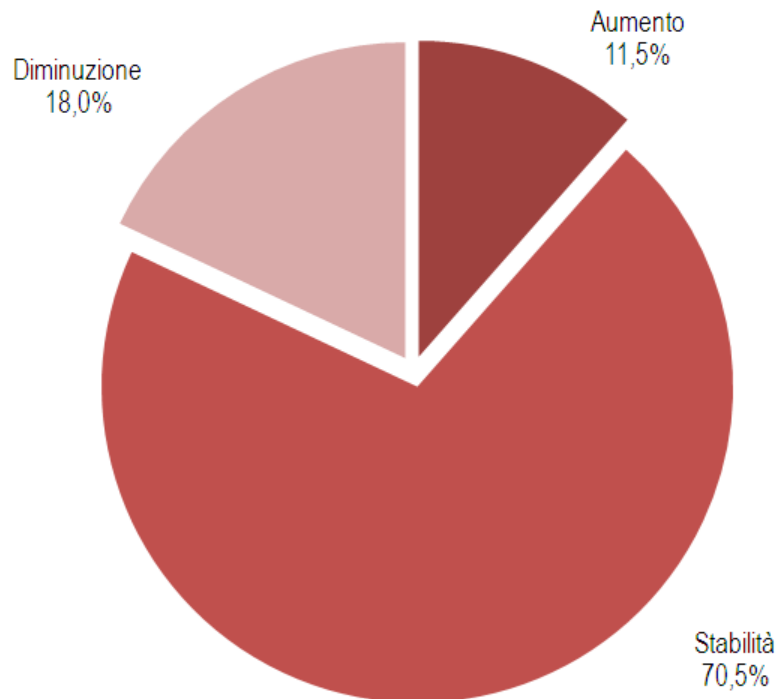


Il turismo nella provincia: business e coppie

La tipologia della clientela (%)

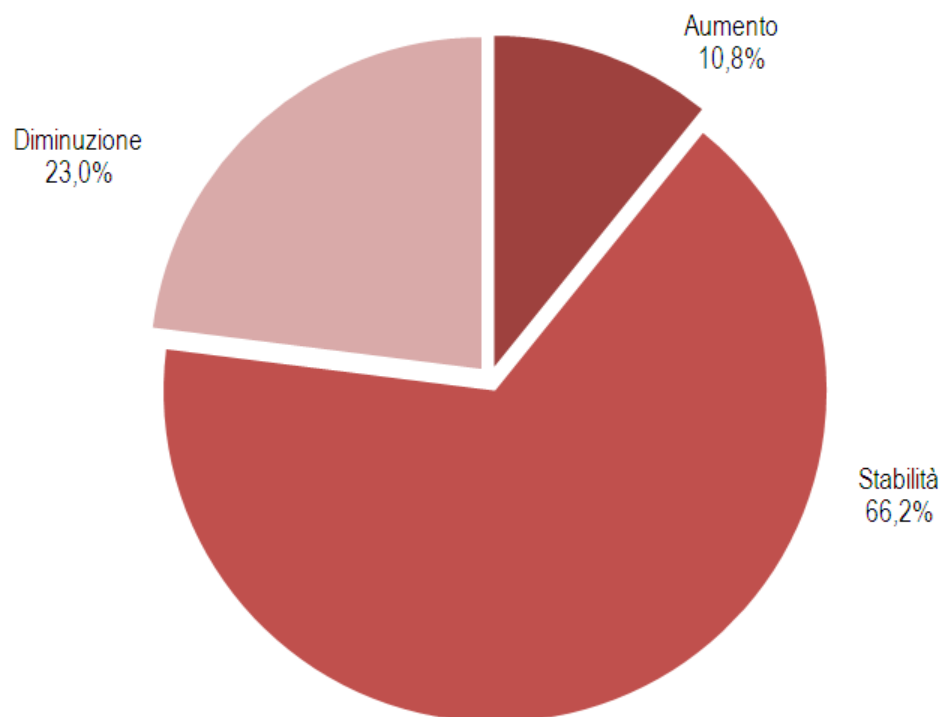


Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno italiani



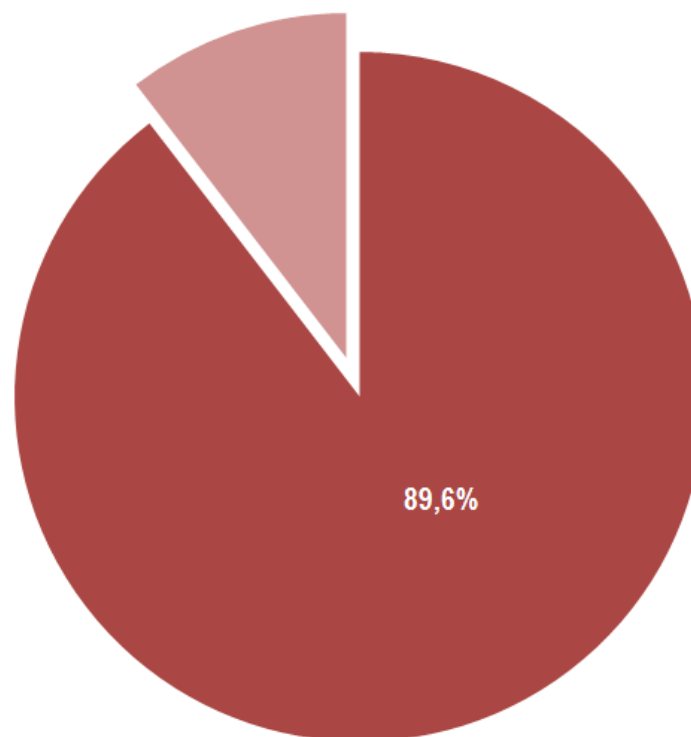
La domanda straniera si mostra più variabile

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno
stranieri



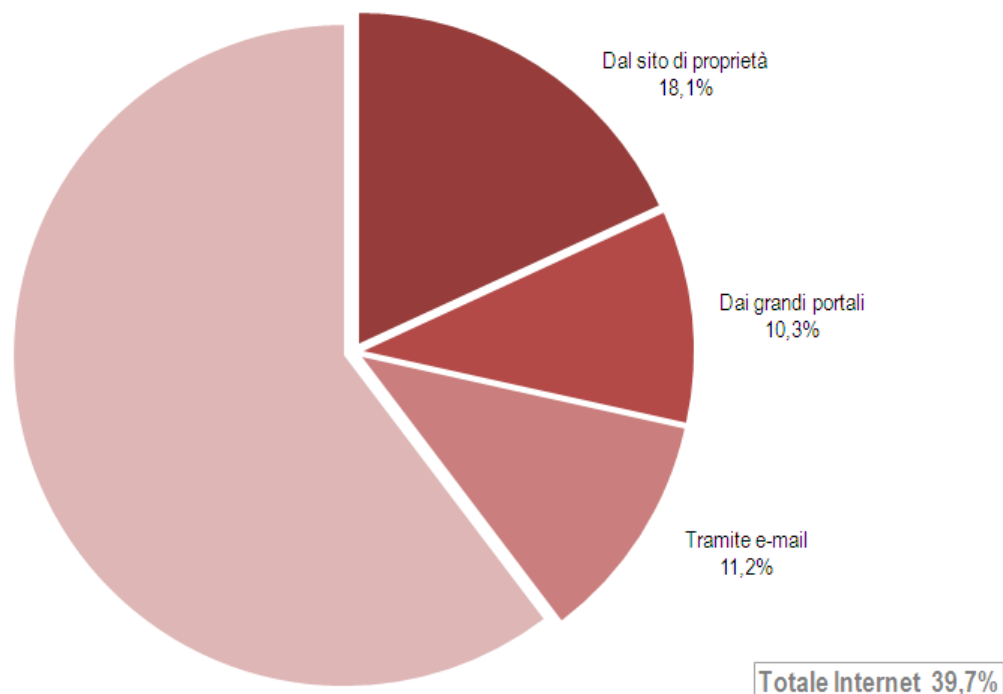
Quasi 9 strutture su 10 offrono il servizio
di booking on-line...

Possibilità di prenotare tramite internet

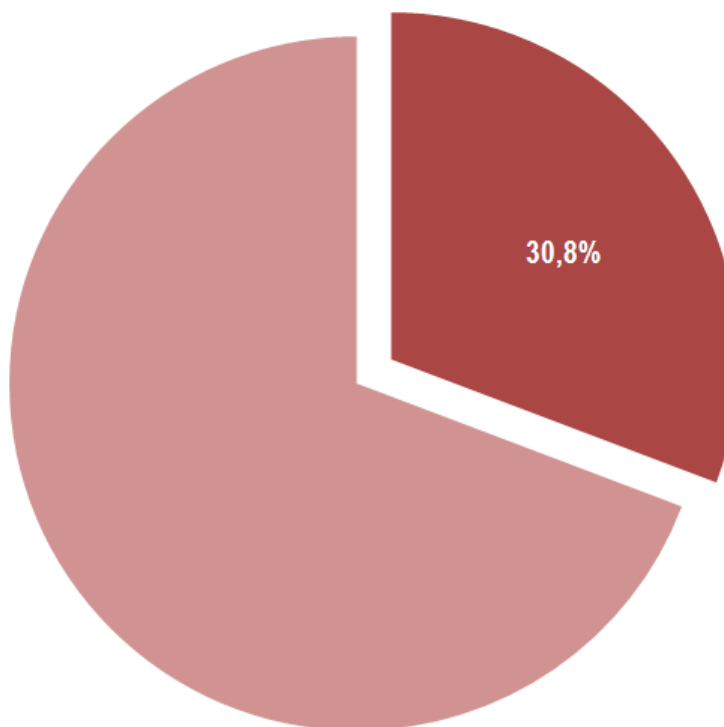


...e ben 4 turisti su 10 prenotano tramite
Internet

Prenotazioni tramite internet



Clientela abituale



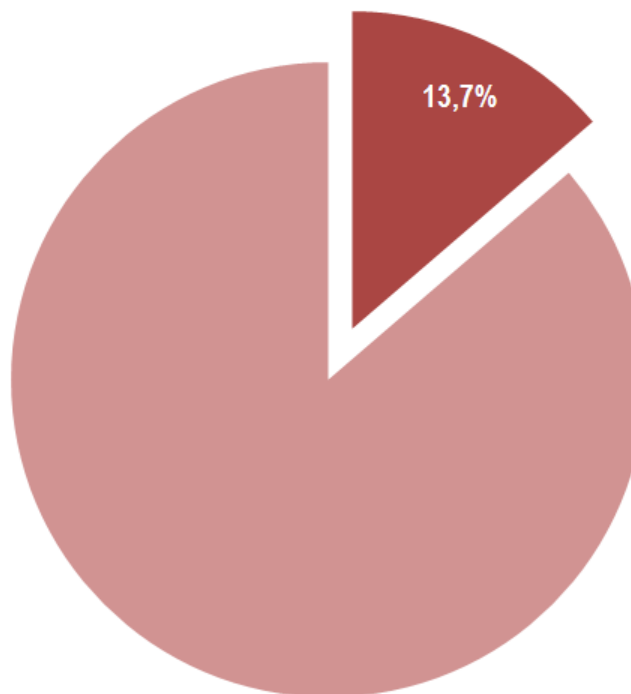
Quasi nell'86% dei casi la clientela è
"fai da te" , ma la quota di turisti
organizzati è superiore alla media
regionale e nazionale

Turisti organizzati

Puglia 6,3%

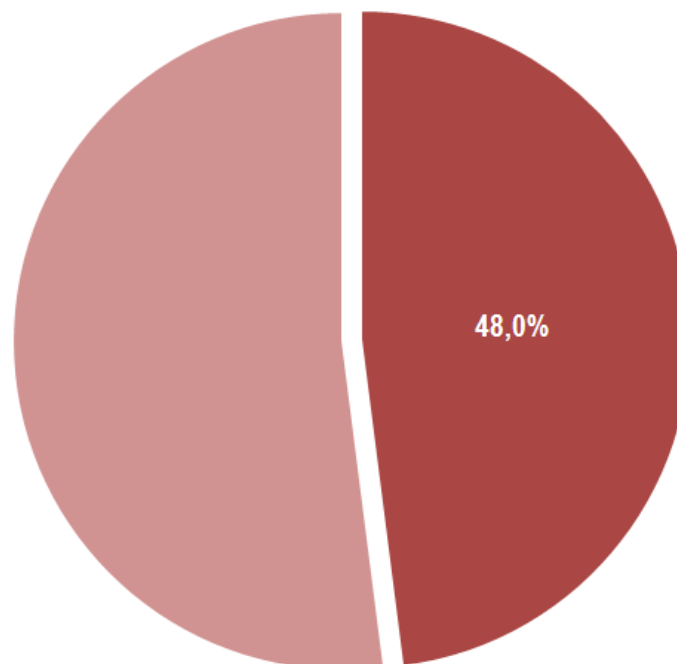
Italia 8,2%

Turisti organizzati



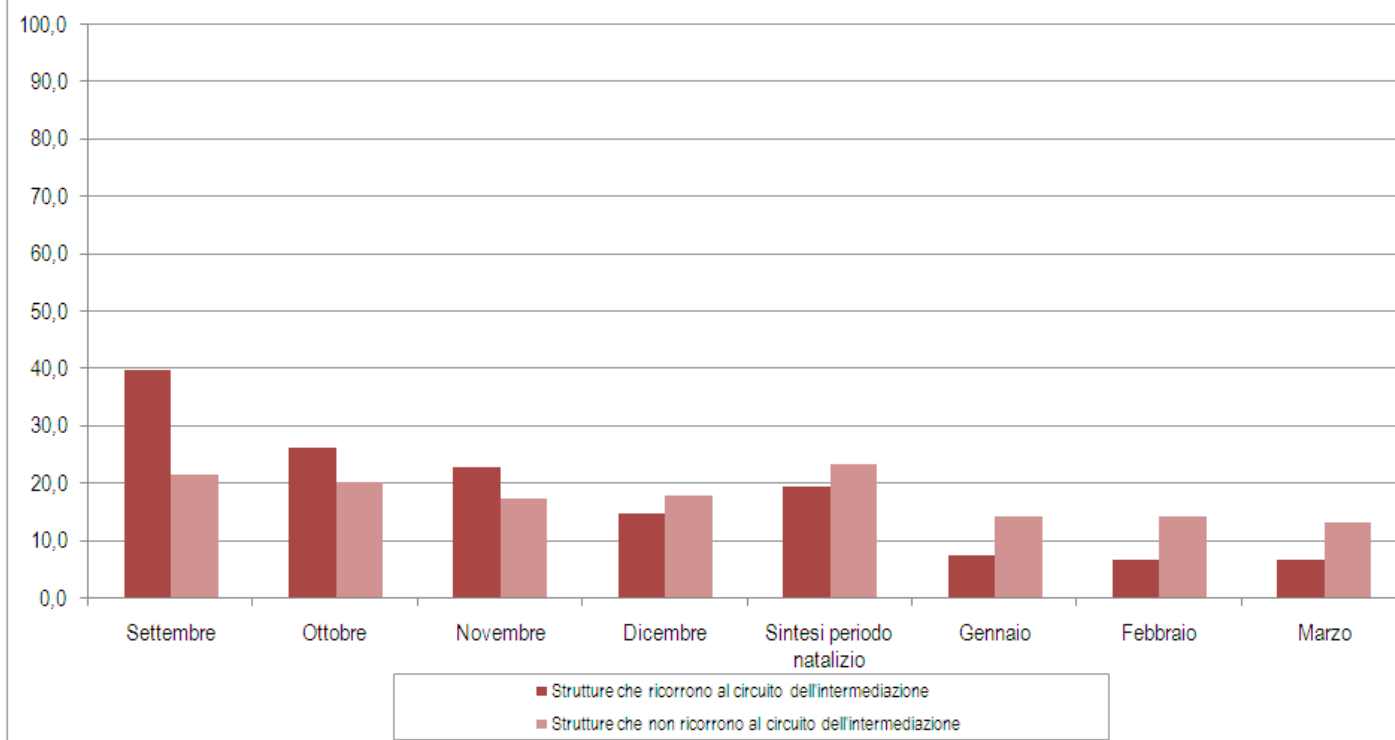
Circa la metà delle strutture si
commercializza tramite
l'intermediazione...

Ricorso all'intermediazione



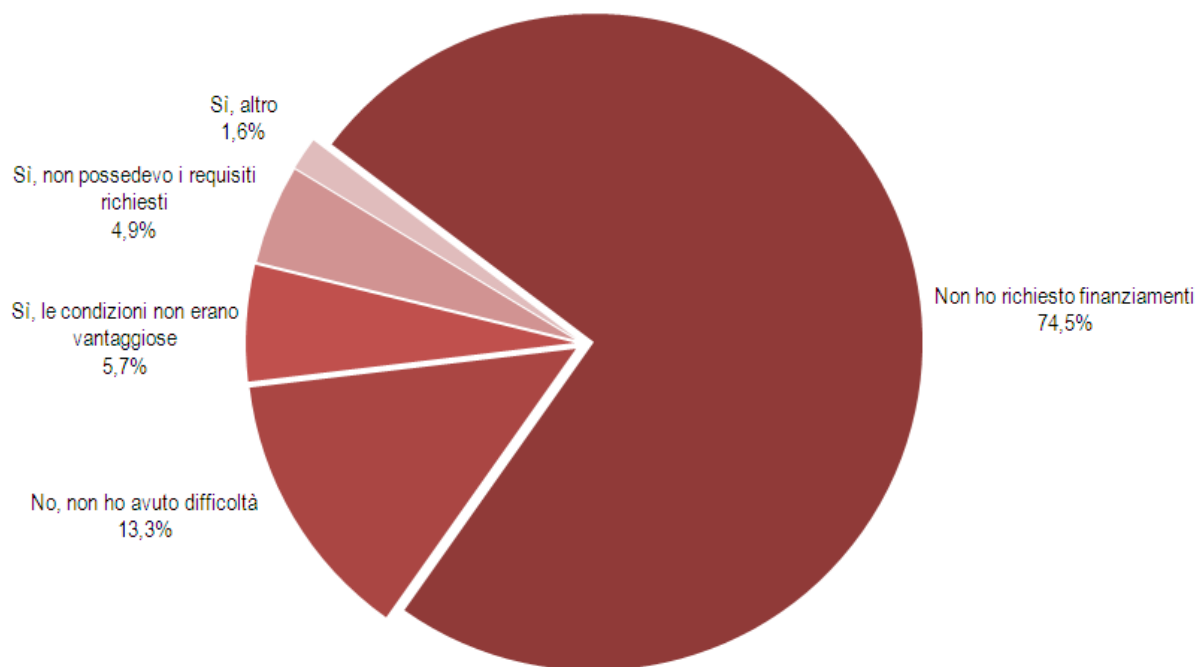
...ma è necessario favorire le
prenotazioni anticipate

Occupazione/prenotazioni camere e ricorso all'intermediazione (%)



Oltre 7 operatori su 10 non hanno richiesto finanziamenti. Chi lo ha fatto, nella maggior parte dei casi, non ha avuto difficoltà

Difficoltà di accesso al credito nel 2008



Copyright:	IS.NA.R.T. S.c.p.a.
Committente:	CCIAA di Brindisi
Versione:	1.0
Quadro dell'opera:	■ ■ ■ ■
Termine rilevazione:	Dicembre 2008
Casi:	91