



Camera di Commercio
Pavia



Osservatorio Turistico della provincia di Pavia

ANALISI CONGIUNTURALE 4°REPORT 2008

UN'ANNATA DI CRESCENTE EQUILIBRIO

Gennaio 2009

A cura di



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche



Storia del documento

Copyright:	IS.NA.R.T. Scpa
Committente:	CCIAA PAVIA
Versione:	1.0
Quadro dell'opera:	■ ■ ■ ■
Termine rilevazione:	dicembre 2008
Casi:	150

Sommario

Sommario	3
1. Un annata di crescente equilibrio	4
2. Forum di discussione	8
3. Nota metodologica	9
4. Allegati	10

1. Un annata di crescente equilibrio

A termine di un anno caratterizzato da segnali sia positivi che negativi sulla situazione turistica della provincia di Pavia si apre uno spiraglio di luce.

Tralasciando il primo trimestre, in cui i valori hanno un che di eccezionale, il livello di occupazione, seppur altalenante, ha seguito l'andamento del 2007 ed addirittura ha chiuso l'anno con valori superiori (media occupazione 52% nel 2008, +6 punti rispetto al 2007); supportati anche dai buoni livelli di prenotazione per le festività natalizie che, dicembre¹ con un valore vicino al 50%, superano di quasi dieci punti percentuali le prenotazioni registrate per il Natale 2007. E se poi il valore di dicembre 2007 al consuntivo è stato corretto al rialzo (57,1%), le previsioni non possono che essere ancor più positive.

Inoltre il confronto con i valori regionali e nazionali non fa che accentuare la fase favorevole evidenziata in modo particolare nell'ultimo trimestre in cui l'occupazione del ricettivo provinciale, anche se decrescente, continua ad essere superiore alla media nazionale.

Un autunno ricco di sorprese

Si è chiuso quindi un altro anno positivo e le previsioni per il 2009 sono tutt'altro che negative. I dati relativi alle prenotazioni mostrano, infatti, valori nettamente superiori a quelli registrati nei primi mesi del 2008: più 5,2 punti percentuali in gennaio e più 14,3 in febbraio.

La città appare come il prodotto più forte della stagione, seguita dalla campagna che in ottobre e in novembre ha un tasso di occupazione ragguardevole, vicino al 50%. Peculiare la situazione del comparto terme che, dopo aver dimostrato nel periodo estivo una forte capacità di attrazione protrattasi anche in ottobre, fa registrare un calo improvviso in novembre, con un livello di saturazione pari al 31%, per poi riprendersi in dicembre anche grazie alle tariffe promozionali e ai pacchetti realizzati per le festività, oltre all'effetto della domanda vacanziera.

¹ Dato provvisorio

Leader del periodo natalizio appare essere la campagna con i suoi prodotti enogastronomici, seguita dalla città con la sua arte e cultura, e sono le strutture ricettive “low-cost” (le extralberghiere e gli alberghi ad una stella) quelle che registrano il livello di saturazione più alto.

Chi torna è per affari

Soffermandosi sulla tipologia della clientela il rapporto italiani/stranieri è rimasto costante per tutto l’arco dell’anno: due turisti su tre sono italiani. I principali bacini d’utenza sono Germania e Francia seguiti da Regno Unito e Spagna. Anche se, stando alle dichiarazioni degli operatori, il turista tedesco viene individuato come quello che nell’ultimo anno ha ridotto la sua affluenza in provincia.

Anche in questa stagione si parla di microvacanze: sia i turisti italiani che quelli stranieri in media non arrivano a fermarsi 3 notti, valore inferiore alla media regionale e nazionale.

A ciò si aggiunge che la domanda è caratterizzata da un 46% di clientela abituale, in maniera più consistente nella città, dove è particolarmente fedele alle strutture ricettive di alto livello. Ciò fa supporre che una fetta di questo turista habitué sia quello “business”, il cui profilo coincide con le caratteristiche individuate.

La motivazione principale che spinge il turista a visitare la provincia di Pavia rimane il Leisure, anche se, il peso del Business, dalle ultime rilevazioni nel periodo autunnale, è in aumento. Nello specifico si rileva, rispetto allo stesso periodo del 2007, una riduzione dei gruppi a favore di un turista d’affari individuale.

Cresce per contro la percentuale di turisti leisure che raggiunge il territorio provinciale in forma di gruppi organizzati, ma si è sempre comunque di fronte ad una prevalenza di turisti individuali che negli hotel durante tutto il periodo autunnale, per soggiornare in città, pur non disdegnando le strutture extralberghiere per soggiorni in campagna, molto apprezzati anche nel periodo natalizio.

Il turista pavese è un turista “fai da te”: solo il 2,8% del totale afferma il ricorso a qualche forma di intermediazione. Questa percentuale molto bassa si correla con la riduzione della percentuale di operatori che si affida al circuito dell’intermediazione; infatti, solo il 18% degli operatori ricorre a qualche forma di organizzazione, contro il 42% rilevato nell’autunno 2007 ed il 46% registrato nel trimestre precedente, che aveva fatto ipotizzare un incremento di questo canale.

Indicativo osservare le risposte date alla richiesta di motivare l’esiguo appoggio a forme di intermediazione: il 30% dichiara che non ne avverte il bisogno, ed il 40% non sa motivare la sua scelta.

Approfondendo l’analisi si scopre che sono comunque le strutture che ricorrono al circuito dell’intermediazione quelle che registrano un tasso maggiore sia nell’occupazione come nella prenotazione delle camere, fatta eccezione per il periodo natalizio (in cui evidentemente gli operatori si riservano un più remunerativo rapporto diretto con il cliente).

La riduzione dei turisti organizzati e del ricorso all’intermediazione è controbilanciata dall’utilizzo di internet: un cliente su tre si avvale di tale strumento e prenota tramite mail, un buon 10% in più rispetto all’anno precedente.

Questo è favorito dalla ampia offerta di siti da parte delle strutture ricettive, che nel 79% dei casi consentono di prenotare on-line; le percentuali più alte si rilevano per i prodotti terme e campagna, con valori superiori all’80%, mentre tra le strutture ricettive le extralberghiere sono quelle con la maggiore disponibilità di prenotazione.

Ben il 55% degli operatori ha adottato politiche dei prezzi per le festività natalizie, (percentuale di gran lunga superiore a quella regionale e nazionale), ed il fenomeno ha riguardato tutte le strutture ricettive ed i prodotti, ma i segmenti più sensibili sono stati le città e le strutture alberghiere.

A differenza del 2007 in cui pochi operatori (8,6%), avevano applicato promozioni, ma si era profilato un maggior ricorso a pacchetti, nel 2008 le politiche adottate sono per il 94% delle semplici riduzioni di prezzo, mentre un esiguo 4% ha strutturato dei pacchetti specifici.

In merito agli strumenti utilizzati per fronteggiare la crisi economica, la richiesta di finanziamenti, ed in particolare la difficoltà di accesso al credito, vede solo il 32% degli operatori presenti sul territorio pavese che hanno richiesto un finanziamento e solo il 6% ha avuto difficoltà ad accedervi, nella maggior parte dei casi perché le condizioni non erano vantaggiose.

2. Forum di discussione

- La difficoltà degli operatori di Pavia a posizionarsi sul mercato dell'organizzato sono da correlarsi al livello di notorietà della provincia che, pur godendo del traino della Certosa, limita l'appeal a una domanda di nicchia.
- Cresce la domanda proveniente dal web. Sulla rete però spiccano le strutture situate nelle località più famose e con risorse di eccellenza. Occorre allora potenziare il legame tra l'immagine della provincia e le sue principali attrattive.

3. Nota metodologica

L'analisi congiunturale è stata condotta attraverso una rilevazione diretta a 150⁽²⁾ operatori del ricettivo della provincia di Pavia, 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 prodotto	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Città	17,3	13,4
Montagna	10,0	10,0
Terme	8,7	6,3
Campagna	64,0	70,2
Totale	100,0	100,0

Nel rispetto della presenza delle singole tipologie di impresa turistica ricettiva nella provincia di Pavia, si è provveduto a ripartire le interviste anche secondo la seguente distribuzione per tipologia:

Distribuzione per tipologia	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Hotel	65,3	52,9
1 stella	27,6	32,0
2 stelle	18,4	21,9
3 stelle	39,8	34,4
4 stelle	14,3	11,7
Agriturismi	17,3	35,1
B&B	11,3	7,6
Altre strutture extralberghiere	6,0	4,4
Totale	100,0	100,0

La rilevazione è stata condotta dal 1 al 19 dicembre 2008.

² imprese in attività e che hanno collaborato rispondendo al questionario, sul totale di quelle contattate.

4. Allegati

Occupazione camere gennaio - dicembre 2008 (%) Confronto 2007/ 2008

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre (*)
2007	38,2	38,6	41,5	45,6	45,0	44,7	57,4	61,3	50,2	50,2	52,0	26,1
2008	65,5	64,5	68,0	44,3	46,1	50,3	55,1	54,1	43,5	51,4	47,5	35,8

Occupazione camere gennaio - dicembre 2008 (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre(*)
Pavia	65,5	64,5	68,0	44,3	46,1	50,3	55,1	54,1	43,5	51,4	47,5	35,8
Lombardia	52,6	57,1	58,6	47,1	49,6	50,4	60,4	63,0	48,8	49,0	45,3	37,9
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(*)
Pavia	51,4	47,5	35,8
Lombardia	49,0	45,3	37,9
Italia	40,8	34,8	35,6

Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%) per area prodotto

	Ottobre	Novembre	Dicembre(*)
Città	59,3	64,3	55,0
Montagna	35,5	27,7	25,8
Terme	45,6	31,0	42,6
Campagna	52,7	48,2	32,6
Pavia	51,4	47,5	35,8
Lombardia	49,0	45,3	37,9
Italia	40,8	34,8	35,6

(*) Dato provvisorio

Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%) per tipologia di alloggio

	Ottobre	Novembre	Dicembre(*)
Hotel	56,8	51,4	45,6
1 stella	63,2	52,1	54,7
2 stelle	45,0	35,0	23,1
3 stelle	57,4	54,0	46,7
4 stelle	59,1	58,0	46,8
Agriturismo	29,9	30,0	27,6
B&B	32,3	34,0	31,4
Altre strutture extralberghiere	53,3	50,0	12,0
Pavia	51,4	47,5	35,8
Lombardia	49,0	45,3	37,9
Italia	40,8	34,8	35,6

Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%) per tipologia di alloggio

	Ottobre	Novembre	Dicembre(*)
Alberghiero	56,8	51,4	45,6
Extralberghiero	31,8	40,8	19,1
Pavia	51,4	47,5	35,8
Lombardia	49,0	45,3	37,9
Italia	40,8	34,8	35,6

Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre(*)
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	54,0	52,6	45,0
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	50,7	46,5	34,3
Pavia	51,4	47,5	35,8
Lombardia	49,0	45,3	37,9
Italia	40,8	34,8	35,6

**Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%)
Confronto 2007/2008**

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
2007	40,0	19,9	10,3	-
2008	49,9	25,1	24,6	25,0

Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Pavia	49,9	25,1	24,6	25,0
Lombardia	49,5	29,3	30,8	28,9
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%) per area prodotto

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Città	50,0	33,2	38,8	42,2
Montagna	38,5	16,9	14,2	16,5
Terme	37,0	29,2	22,3	24,8
Campagna	52,7	23,8	22,7	22,2
Pavia	49,9	25,1	24,6	25,0
Lombardia	49,5	29,3	30,8	28,9
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%) per tipologia di alloggio

		Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Hotel		48,8	31,9	30,6	32,6
	1 stella	60,8	48,7	44,9	45,4
	2 stelle	35,8	16,8	20,6	24,8
	3 stelle	50,9	29,0	24,3	27,3
	4 stelle	39,9	30,2	34,0	34,2
Agriturismo		33,1	24,9	20,2	16,4
B&B		42,7	24,7	18,9	25,2
Altre strutture extralberghiere		66,3	2,8	8,2	6,2
Pavia		49,9	25,1	24,6	25,0
Lombardia		49,5	29,3	30,8	28,9
Italia		48,7	24,9	21,8	20,1

Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%) per tipologia di alloggio

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Alberghiero	48,8	31,9	30,6	32,6
Extralberghiero	51,9	12,0	13,7	11,3
Pavia	49,9	25,1	24,6	25,0
Lombardia	49,5	29,3	30,8	28,9
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	42,6	38,3	37,7	40,7
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	51,1	22,4	22,0	22,1
Pavia	49,9	25,1	24,6	25,0
Lombardia	49,5	29,3	30,8	28,9
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
Hotel	24,2	75,8	100,0
Agriturismi	8,2	91,8	100,0
B&B	22,2	77,8	100,0
Altre strutture extralberghiere	10,0	90,0	100,0
Pavia	17,8	82,2	100,0
Lombardia	28,9	71,1	100,0
Italia	36,1	63,9	100,0

Circuiti di intermediazione utilizzati

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

Tour operator	71,5
Agenzie di viaggio	39,9
Associazioni sportive	11,2
Cral	5,1
Associazioni culturali	5,0
Organizzazione religiosa	2,5

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

% sul totale strutture; possibili più risposte

Non ne avverto l'esigenza	30,2
Commissione elevata da parte del TO/Adv	20,8
Proposte non corrispondono alle esigenze	18,4
Mai stato contattato	2,4
Non sono affidabili	1,6
Esperienze negative	1,5
Non so come contattarli	1,3
Non so	40,6
Altro	0,4

Provenienza della clientela - confronto 2007/2008

	2007			2008		
	% italiani	% stranieri	Totale	% italiani	% stranieri	Totale
I trimestre	77,0	23,0	100,0	70,3	29,7	100,0
II trimestre	69,9	30,1	100,0	71,8	28,2	100,0
III trimestre	75,0	25,0	100,0	70,3	29,7	100,0
IV trimestre	68,8	31,2	100,0	70,5	29,5	100,0

Provenienza della clientela

	% italiani	% stranieri	Totale
I trimestre	70,3	29,7	100,0
II trimestre	71,8	28,2	100,0
III trimestre	70,3	29,7	100,0
IV trimestre	70,5	29,5	100,0

Provenienza della clientela

	% italiani	% stranieri	Totale
Pavia	70,5	29,5	100,0
Lombardia	65,6	34,4	100,0
Italia	71,4	28,6	100,0

Provenienza della clientela per area prodotto

	% italiani	% stranieri	Totale
Città	67,3	32,7	100,0
Montagna	75,5	24,5	100,0
Terme	75,4	24,6	100,0
Campagna	70,0	30,0	100,0
Pavia	70,5	29,5	100,0
Lombardia	65,6	34,4	100,0
Italia	71,4	28,6	100,0

Provenienza della clientela per tipologia di alloggio

	% italiani	% stranieri	Totale
Hotel	68,7	31,3	100,0
1 stella	67,2	32,8	100,0
2 stelle	65,4	34,6	100,0
3 stelle	75,1	24,9	100,0
4 stelle	60,2	39,8	100,0
Agriturismi	71,8	28,2	100,0
B&B	77,9	22,1	100,0
Altre strutture extralberghiere	68,7	31,3	100,0
Pavia	70,5	29,5	100,0
Lombardia	65,6	34,4	100,0
Italia	71,4	28,6	100,0

Provenienza della clientela per tipologia di alloggio

	% italiani	% stranieri	Totale
Alberghiero	68,7	31,3	100,0
Extralberghiero	72,5	27,5	100,0
Pavia	70,5	29,5	100,0
Lombardia	65,6	34,4	100,0
Italia	71,4	28,6	100,0

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
I trimestre	15,3	66,7	18,0	16,2	69,0	14,8
II trimestre	5,8	74,1	20,2	12,4	75,9	11,6
III trimestre	9,9	60,1	30,0	7,8	73,3	18,9
IV trimestre	4,2	65,4	30,4	9,6	79,1	11,3

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Pavia	4,2	65,4	30,4	9,6	79,1	11,3
% media di variazione rilevata nella provincia di Pavia	+17,6		-27,0	+15,4		-38,0
Lombardia	6,9	68,2	24,9	8,7	75,1	16,2
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	3,1	75,0	21,9	6,3	81,3	12,5
Montagna	-	77,3	22,7	13,0	73,9	13,0
Terme	6,3	56,3	37,5	-	86,7	13,3
Campagna	4,2	63,1	32,7	10,7	78,7	10,7
Pavia	4,2	65,4	30,4	9,6	79,1	11,3
Lombardia	6,9	68,2	24,9	8,7	75,1	16,2
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		4,0	68,0	28,0	9,6	76,0	14,4
	1 stella	7,9	68,4	23,7	15,8	68,4	15,8
	2 stelle	-	71,4	28,6	7,1	82,1	10,7
	3 stelle	4,7	67,4	27,9	4,5	77,3	18,2
	4 stelle	-	66,7	33,3	13,3	80,0	6,7
Agriturismi		3,5	65,9	30,6	11,6	80,2	8,1
B&B		-	72,2	27,8	-	88,9	11,1
Altre strutture extralberghiere		10,0	30,0	60,0	10,0	90,0	-
Pavia		4,2	65,4	30,4	9,6	79,1	11,3
Lombardia		6,9	68,2	24,9	8,7	75,1	16,2
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	4,0	68,0	28,0	9,6	76,0	14,4
Extralberghiero	3,5	63,2	33,3	9,6	82,5	7,9
Pavia	4,2	65,4	30,4	9,6	79,1	11,3
Lombardia	6,9	68,2	24,9	8,7	75,1	16,2
Italia	7,7	62,2	30,1	8,1	68,0	23,9

Andamento dei principali mercati stranieri (% sul totale strutture)

	% di operatori che dichiarano un aumento	% di operatori che dichiarano una diminuzione
Germania	2,3	-6,3
Francia	2,2	-1,6
Sudan	1,4	0,0
Libia	1,4	0,0
Tunisia	1,4	0,0
Europa del Nord	1,4	0,0
Stati Uniti	1,1	-3,1
Regno Unito	1,1	-2,0
Spagna	1,1	-1,8
Paesi Bassi/Olanda	0,6	-1,4
Romania	0,6	-0,6
Federazione Russa	0,6	0,0
Finlandia	0,6	0,0
Slovenia	0,6	0,0
Austria	0,5	-0,4
Svizzera	0,4	-1,5
Belgio	0,0	-2,2
Canada	0,0	-0,4

Principali mercati esteri

% sul totale strutture	
1° Germania	51,4
2° Francia	29,6
3° Regno Unito	12,1
Spagna	12,0
Olanda	11,4
Svizzera	10,0
Usa	8,1
Austria	7,3
Romania	6,4
Europa del Nord	2,5
Russia	2,4
Belgio	2,4
Libia	2,0
Giappone	2,0
Svezia	2,0

Turisti organizzati - confronto 2007/2008 (%)

	2007	2008
I trimestre	5,1	14,9
II trimestre	6,2	17,1
III trimestre	4,8	10,5
IV trimestre	5,2	2,8

Turisti organizzati (%)

I trimestre	14,9
II trimestre	17,1
III trimestre	10,5
IV trimestre	2,8

Turisti organizzati (%)

Pavia	2,8
Lombardia	8,1
Italia	8,2

Turisti organizzati per area prodotto (%)

Città	2,7
Montagna	0,9
Terme	7,7
Campagna	2,7
Pavia	2,8
Lombardia	8,1
Italia	8,2

Turisti organizzati per tipologia di alloggio (%)

Hotel	3,9
1 stella	1,3
2 stelle	4,8
3 stelle	3,5
4 stelle	10,4
Agriturismi	0,7
B&B	5,3
Altre strutture extralberghiere	2,6
Pavia	2,8
Lombardia	8,1
Italia	8,2

Turisti organizzati per tipologia di alloggio (%)

Alberghiero	3,9
Extralberghiero	1,6
Pavia	2,8
Lombardia	8,1
Italia	8,2

Clientela abituale - confronto 2007/2008 (%)

	2007	2008
I trimestre	63,7	43,0
II trimestre	43,8	51,7
III trimestre	43,4	40,8
IV trimestre	39,6	46,2

Clientela abituale (%)

I trimestre	43,0
II trimestre	51,7
III trimestre	40,8
IV trimestre	46,2

Clientela abituale (%)

Pavia	46,2
Lombardia	42,0
Italia	36,2

Clientela abituale per area prodotto (%)

Città	50,1
Montagna	49,1
Terme	45,8
Campagna	45,0
Pavia	46,2
Lombardia	42,0
Italia	36,2

Clientela abituale per tipologia di alloggio (%)

Hotel	48,1
1 stella	44,4
2 stelle	41,1
3 stelle	51,8
4 stelle	59,9
Agriturismo	45,0
B&B	40,6
Altre strutture extralberghiere	42,6
Pavia	46,2
Lombardia	42,0
Italia	36,2

Clientela abituale per tipologia di alloggio (%)

Alberghiero	48,1
Extralberghiero	44,1
Pavia	46,2
Lombardia	42,0
Italia	36,2

Possibilità di prenotare tramite internet (%)

	Si	No	Totale
Pavia	78,9	21,1	100,0
Lombardia	77,5	22,5	100,0
Italia	81,0	19,0	100,0

Possibilità di prenotare tramite internet per area prodotto (%)

	Si	No	Totale
Città	75,0	25,0	100,0
Montagna	70,8	29,2	100,0
Terme	80,0	20,0	100,0
Campagna	81,2	18,8	100,0
Pavia	78,9	21,1	100,0
Lombardia	77,5	22,5	100,0
Italia	81,0	19,0	100,0

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

		Si	No	Totale
Hotel		65,6	34,4	100,0
	1 stella	56,1	43,9	100,0
	2 stelle	67,9	32,1	100,0
	3 stelle	65,9	34,1	100,0
	4 stelle	86,7	13,3	100,0
Agriturismi		96,5	3,5	100,0
B&B		100,0	0,0	100,0
Altre strutture extralberghiere		70,0	30,0	100,0
Pavia		78,9	21,1	100,0
Lombardia		77,5	22,5	100,0
Italia		81,0	19,0	100,0

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

	Si	No	Totale
Alberghiero	65,6	34,4	100,0
Extralberghiero	94,7	5,3	100,0
Pavia	78,9	21,1	100,0
Lombardia	77,5	22,5	100,0
Italia	81,0	19,0	100,0

**Turisti prenotati tramite internet - confronto
2007/2008 (%)**

	2007	2008
I trimestre	30,5	33,1
II trimestre	23,0	46,5
III trimestre	25,3	36,3
IV trimestre	27,9	34,7

Turisti prenotati tramite internet (%)

I trimestre	33,1
II trimestre	46,5
III trimestre	36,3
IV trimestre	34,7

Turisti prenotati tramite internet (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e-mail	Totale internet
Pavia	12,0	6,8	15,9	34,7
Lombardia	10,9	7,6	13,0	31,4
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	9,3	5,1	22,5	36,9
Montagna	3,6	4,4	20,3	28,4
Terme	20,0	2,9	14,7	37,5
Campagna	12,9	7,8	14,2	34,9
Pavia	12,0	6,8	15,9	34,7
Lombardia	10,9	7,6	13,0	31,4
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	8,7	6,1	11,0	25,8
1 stella	7,2	6,4	3,9	17,5
2 stelle	7,3	9,6	16,9	33,9
3 stelle	10,2	3,4	12,8	26,4
4 stelle	10,9	6,6	14,0	31,4
Agriturismi	16,7	6,0	21,4	44,1
B&B	16,3	16,6	12,6	45,6
Altre strutture extralberghiere	5,7	4,2	37,4	47,3
Pavia	12,0	6,8	15,9	34,7
Lombardia	10,9	7,6	13,0	31,4
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	8,7	6,1	11,0	25,8
Extralberghiero	15,6	7,5	21,5	44,6
Pavia	12,0	6,8	15,9	34,7
Lombardia	10,9	7,6	13,0	31,4
Italia	13,1	7,1	10,2	30,4

Tipologia della clientela

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		Totale
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	
I trimestre	20,2	20,1	5,1	8,2	37,9	8,5	100,0
II trimestre	23,4	25,3	8,1	10,7	22,9	9,6	100,0
III trimestre	27,2	30,8	3,8	13,8	17,5	6,9	100,0
IV trimestre	28,7	24,7	6,3	7,9	24,5	7,9	100,0

Tipologia della clientela

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		Totale
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	
Pavia	28,7	24,7	6,3	7,9	24,5	7,9	100,0
Lombardia	25,8	27,9	6,4	8,8	25,0	6,1	100,0
Italia	27,3	32,5	7,8	6,5	20,2	5,7	100,0

Tipologia della clientela per area prodotto

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		Totale
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	
Città	21,6	24,6	3,5	7,9	27,9	14,5	100,0
Montagna	38,3	22,2	16,7	9,5	5,6	7,7	100,0
Terme	17,2	32,2	6,5	13,5	21,2	9,4	100,0
Campagna	29,8	24,4	5,4	7,2	26,7	6,5	100,0
Pavia	28,7	24,7	6,3	7,9	24,5	7,9	100,0
Lombardia	25,8	27,9	6,4	8,8	25,0	6,1	100,0
Italia	27,3	32,5	7,8	6,5	20,2	5,7	100,0

Tipologia della clientela per tipologia di alloggio

		<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		Totale
		Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	
Hotel		25,5	22,7	5,3	9,3	28,8	8,5	100,0
	1 stella	33,0	24,4	4,4	14,6	18,4	5,2	100,0
	2 stelle	23,9	26,9	4,7	7,0	21,9	15,5	100,0
	3 stelle	24,2	20,1	4,9	6,4	36,9	7,5	100,0
	4 stelle	13,4	18,0	9,9	8,6	43,8	6,4	100,0
Agriturismo		33,8	25,0	8,1	2,9	21,9	8,3	100,0
B&B		34,7	31,4	0,9	7,5	19,9	5,6	100,0
Altre strutture extralberghiere		15,0	34,7	13,0	33,1	2,6	1,5	100,0
Pavia		28,7	24,7	6,3	7,9	24,5	7,9	100,0
Lombardia		25,8	27,9	6,4	8,8	25,0	6,1	100,0
Italia		27,3	32,5	7,8	6,5	20,2	5,7	100,0

Tipologia della clientela per tipologia di alloggio

	Leisure				Business		Totale
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	
Alberghiero	25,5	22,7	5,3	9,3	28,8	8,5	100,0
Extralberghiero	32,2	26,9	7,4	6,4	19,8	7,2	100,0
Pavia	28,7	24,7	6,3	7,9	24,5	7,9	100,0
Lombardia	25,8	27,9	6,4	8,8	25,0	6,1	100,0
Italia	27,3	32,5	7,8	6,5	20,2	5,7	100,0

Permanenza media della clientela (n.notti) – confronto 2007/2008 (%)

	2007	2008
I trimestre	3,1	2,7
II trimestre	4,1	3,2
III trimestre	4,3	3,4
IV trimestre	3,2	2,8

Permanenza media della clientela (n.notti)

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

Permanenza media della clientela (n.notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Pavia	2,8	2,7	2,8
Lombardia	3,3	3,4	3,4
Italia	3,2	3,9	3,6

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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Città	3,2	2,5	2,9
Montagna	2,0	2,7	2,4
Terme	2,7	2,1	2,4
Campagna	2,9	2,8	2,8
Pavia	2,8	2,7	2,8
Lombardia	3,3	3,4	3,4
Italia	3,2	3,9	3,6

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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Hotel	2,9	2,9	2,9
1 stella	2,7	3,4	3,1
2 stelle	2,7	3,2	2,9
3 stelle	3,1	2,4	2,8
4 stelle	2,8	2,3	2,6
Agriturismi	2,5	2,4	2,5
B&B	3,5	2,8	3,1
Altre strutture extralberghiere	3,6	2,6	3,1
Pavia	2,8	2,7	2,8
Lombardia	3,3	3,4	3,4
Italia	3,2	3,9	3,6

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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Alberghiero	2,9	2,9	2,9
Extralberghiero	2,8	2,5	2,6
Pavia	2,8	2,7	2,8
Lombardia	3,3	3,4	3,4
Italia	3,2	3,9	3,6

Adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie

	Si	No	Totale
Pavia	55,4	44,6	100,0
Lombardia	10,6	89,4	100,0
Italia	16,1	83,9	100,0

Adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie per area prodotto

	Si	No	Totale
Città	71,9	28,1	100,0
Montagna	56,0	44,0	100,0
Terme	46,7	53,3	100,0
Campagna	52,9	47,1	100,0
Pavia	55,4	44,6	100,0
Lombardia	10,6	89,4	100,0
Italia	16,1	83,9	100,0

Adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie per tipologia di alloggio

	Si	No	Totale
Hotel	60,9	39,1	100,0
1 stella	58,5	41,5	100,0
2 stelle	71,4	28,6	100,0
3 stelle	50,0	50,0	100,0
4 stelle	73,3	26,7	100,0
Agriturismi	42,4	57,6	100,0
B&B	66,7	33,3	100,0
Altre strutture extralberghiere	80,0	20,0	100,0
Pavia	55,4	44,6	100,0
Lombardia	10,6	89,4	100,0
Italia	16,1	83,9	100,0

Adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie per tipologia di alloggio

	Si	No	Totale
Alberghiero	60,9	39,1	100,0
Extralberghiero	49,1	50,9	100,0
Pavia	55,4	44,6	100,0
Lombardia	10,6	89,4	100,0
Italia	16,1	83,9	100,0

Politiche dei prezzi adottate per le festività natalizie

Sconti	94,0
Pacchetti	6,0

Difficoltà di accesso al credito

Non ho richiesto finanziamenti	68,4
No, non ho avuto difficoltà	26,0
Sì, le condizioni non erano vantaggiose	3,1
Sì, non possedevo i requisiti richiesti	1,8
Sì, altro	0,6
Totale	100,0