



**Osservatorio della Congiuntura Turistica
nella Provincia di Brescia**
Report n. 14 – novembre 2012

*A cura di Michelle Bonera, Chiara Dalle Nogare
e Tiziana Tagliaferri ¹*

CONGIUNTUR CONSUNTIVO ESTATE 2012

Sommario:

- pag. 1: Congiuntur Consuntivo Estate 2012: sintesi dei risultati
- pag. 3: Risposte in dettaglio
- pag. 10: La Riviera del Garda
- pag. 13: La Valle Camonica
- pag. 16: Descrizione del campione

1. Congiuntur Consuntivo Estate 2012: sintesi dei risultati.

Congiuntur Consuntivo Estate 2012, sondaggio online dal 25 settembre al 2 ottobre, ha avuto una soddisfacente risposta sul piano dei numeri: 171 esercizi ricettivi hanno risposto alle 30 domande proposte. Tali domande vertevano sulle seguenti tematiche:

- 1) andamento congiunturale dell'estate appena trascorsa
- 2) aspetti qualitativi della stessa sotto vari profili: profilo della clientela, strategie adottate ecc.
- 3) caratteristiche socio-demografiche degli imprenditori a capo delle imprese turistiche e di storia delle imprese stesse.

Commenteremo in questo report solo le domande inerenti le prime due categorie. Il terzo gruppo ci ha consentito di conoscere aspetti strutturali all'offerta di cui ci riserviamo l'utilizzo in ambito scientifico, con garanzia di trattamento dei dati personali con massima riservatezza.

Il perdurare della crisi economica sembra riflettersi anche nell'andamento del comparto turistico bresciano, almeno per quanto riguarda la soddisfazione degli addetti alla ricettività. Dal nostro sondaggio emerge infatti che, nonostante quasi la metà dei rispondenti si dichiarino soddisfatto o molto soddisfatto della stagione estiva appena conclusa, la situazione appare peggiore rispetto all'estate 2011.

¹ I dati e l'analisi contenuti nel presente rapporto devono essere riportati e citati come segue: M. Bonera, C. Dalle Nogare e T. Tagliaferri (2012): *Quattordicesimo Rapporto dell'Osservatorio della Congiuntura Turistica nella Provincia di Brescia: Novembre 2012*. Dipartimento di Economia e Management, Università degli Studi di Brescia. Si ringrazia Daniela Cola per la collaborazione all'analisi del campione e per l'elaborazione grafica dei risultati del sondaggio.

L'andamento delle presenze evidenzia un peggioramento rispetto all'estate 2011 segnalato dal 35,5% degli intervistati, mentre poco meno di un terzo (31,6%) riporta aumenti e una quota analoga (32,9%) conferma le presenze dell'anno precedente.

Distinguendo per tipologia di esercizio, emergono alcune differenze significative. L'extralberghiero grande sembra aver riportato complessivamente i risultati migliori, con presenze sostanzialmente stabili o in aumento. Decisamente più variegata e meno positiva la situazione dell'extralberghiero piccolo, con una maggiore polarizzazione di giudizi: sembra di poter distinguere tra un gruppo di strutture che, grazie ad una serie di fattori concomitanti (localizzazione, clima, qualità dell'offerta, politiche di prezzo competitive, opportunità offerte dalle nuove tecnologie di informazione e comunicazione come l'adesione a portali e sistemi di prenotazione online) è riuscita ad ottenere buoni risultati nonostante la crisi, e un altro gruppo che, soprattutto per localizzazione e tipologia di clientela, ha invece risentito, anche pesantemente, del peggioramento della situazione economica soprattutto italiana. A segnalare un peggioramento, in alcuni casi sensibile, rispetto all'estate 2011 sono anche gli hotel, con una maggioranza relativa dei rispondenti che lamenta una diminuzione di presenze, nonostante l'attenzione al rapporto qualità-prezzo e a politiche di investimento per migliorare il servizio e iniziative per promuovere il territorio e favorire maggiore visibilità.

L'andamento infrastagionale evidenzia un giugno 'scarso', anche rispetto al giugno 2011, mentre luglio e soprattutto agosto, nel complesso, sono andati meglio per buona parte delle strutture coinvolte: l'extralberghiero grande sembra aver ottenuto i risultati più soddisfacenti, mentre la maggiore criticità anche in questi mesi riguarda costantemente l'extralberghiero piccolo. Settembre in linea con l'esperienza dell'anno passato.

Da quanto emerge dalle risposte alle domande di contenuto qualitativo (tipologia di clientela e vacanza, politiche di promozione e prezzo), la stagione 2012 si è caratterizzata per un andamento generalmente incerto, con una compresenza di segnali positivi e negativi. Nel 2011 le ansie generalizzate relative alla crisi economica in atto avevano prodotto alcune situazioni di stallo. Quest'anno tali stagnazioni hanno lasciato il passo in alcuni casi ad un miglioramento in altri ad un peggioramento dei livelli delle grandezze rilevate.

Relativamente all'andamento della durata media del soggiorno per quanto riguarda l'estate appena trascorsa si è riscontrata una riduzione. Ciò ha fatto sì che per i tre quarti dei rispondenti tale durata media fosse inferiore ai 6 giorni. Tale situazione è anche più marcata nel caso delle strutture alberghiere. La tempistica delle prenotazioni ha seguito, invece, due opposti trend di sviluppo, per cui ci sono operatori che hanno registrato un aumento delle prenotazioni anticipate, mentre altri un aumento di quelle last minute.

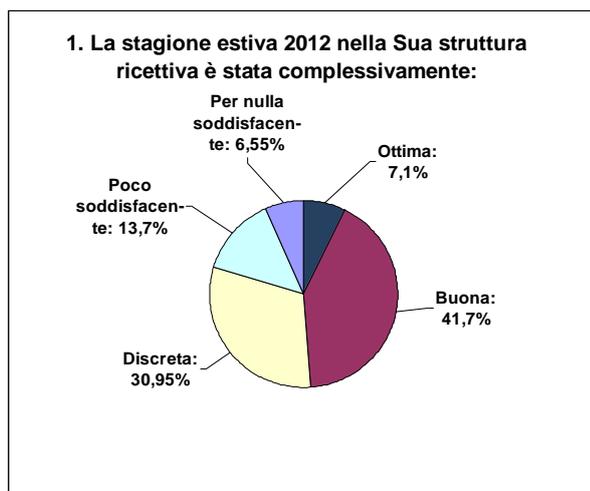
Il numero delle presenze straniere è aumentato o rimasto invariato nella maggior parte dei casi. E' da notare però che, rispetto all'anno passato, sono aumentati sia gli operatori che dichiarano una crescita dei turisti stranieri sia quelli che accusano una diminuzione degli stessi. Tale diminuzione è segnalata sul Garda da un numero relativo di operatori molto maggiore rispetto all'estate 2011.

Il trend di sviluppo della potenziale nuova clientela è stato positivo o invariato nella stragrande maggioranza dei casi anche se meno promettente rispetto alla stagione 2011. In questo ambito il settore extralberghiero grande si è dimostrato il più performante.

Per quanto riguarda le politiche di prezzo la maggioranza assoluta degli operatori segnala una sostanziale stabilità dei prezzi di listino, seguita da una crescente percentuale di strutture che ricorrono a ribassi, specialmente nel caso delle strutture dell'extralberghiero. Rispetto alla possibilità di ribassare i prezzi di listino nel corso dell'estate stessa, sulla base dall'andamento delle prenotazioni, la maggioranza degli operatori ha dichiarato di non averlo fatto, o di averlo fatto solo occasionalmente. Infine la leva della promozione sembra essere stata gestita prevalentemente in chiave di sviluppo o mantenimento degli sforzi messi in campo nella stagione precedente.

2. Le risposte in dettaglio.

Il perdurare della crisi economica sembra riflettersi anche nell'andamento del comparto turistico bresciano, almeno per quanto riguarda la ricettività; dal nostro sondaggio sulla stagione estiva appena conclusa emerge infatti che, pur con risultati non negativi per la maggioranza dei rispondenti, la situazione appare peggiore rispetto all'estate 2011. La maggior parte delle strutture ricettive intervistate non è scontenta di com'è andata l'estate: quasi la metà dei rispondenti si dichiara soddisfatto (41,7%) o molto soddisfatto (7,1%) dell'andamento della stagione e un altro 31% la ritiene 'discreta'; mentre per il 13,7% i risultati sono stati poco soddisfacenti e per il 6,5% per nulla soddisfacenti. Per l'estate 2011 le corrispondenti percentuali erano: 52,1% di giudizi buoni; 7,8% ottimi; 26,3% discreti; 10,8% di poco soddisfatti e 3% per nulla soddisfatti. Complessivamente quindi lo scorso anno vi era un abbondante 11% in più di giudizi positivi.



Distinguendo per tipologia di esercizio, la stagione è andata bene per l'extralberghiero grande: tra questi i poco soddisfatti sono solo il 5%, mentre il 35% ha valutato la stagione discreta, il 50% buona e il 10% ottima. Nell'extralberghiero piccolo i giudizi risultano leggermente più polarizzati: vi sono un po' più scontenti rispetto alla media (12,7% poco soddisfatti e 11,4% per nulla soddisfatti), ma più diffuse sono anche le valutazioni positive (43% buone, 8,8% ottime), con un 24% di

giudizi 'discreti'. Meno giudizi positivi tra gli hotel: il 37,7% ritiene che la stagione sia stata buona e il 4,3% ottima; comunque per un altro 37,7% risulta discreta, mentre il 17,4% si dichiara scontento e il 2,9% molto scontento. A segnalare un peggioramento rispetto all'estate 2011 sembrano essere soprattutto gli hotel, i cui giudizi positivi (stagione buona o ottima) scendono dal 60,2% al 42%, mentre quelli negativi (stagione poco o per nulla soddisfacente) salgono dal 15,1% al 20,3%; ma anche tra gli esercizi dell'extralberghiero piccolo aumenta l'insoddisfazione: i giudizi negativi passano dal 13% al 24,1% e quelli positivi si riducono dal 55,9% al 51,8%. Nell'extralberghiero grande, la cui presenza tra gli intervistati – va ricordato – è più esigua, si riduce sia la quota dei giudizi positivi che quella dei giudizi negativi, con un maggiore peso di chi valuta la stagione 'discreta'.

Sintetizziamo qui di seguito i principali fattori esplicativi dell'andamento della stagione, emersi dalle testimonianze degli intervistati segnalate alla domanda 2 (domanda a risposta libera). Distinguiamo e prendiamo in considerazione innanzitutto quelli che hanno avuto un *impatto negativo*:

- la crisi economica e l'accentuarsi della pressione fiscale hanno inciso negativamente soprattutto sui flussi turistici provenienti dall'interno del paese; ne hanno risentito in particolare quelle strutture che lavorano con prevalente clientela a reddito fisso, appartenente ai ceti medi;
- dall'estate la gravità della situazione economica ha cominciato a far sentire i suoi effetti anche nelle strutture ricettive più economiche (rispetto agli alberghi);
- il vincolo economico induce i turisti, sia italiani che stranieri, a limitare i consumi, ricorrendo ai supermercati o portando provviste da casa propria, anziché usufruire dei servizi di ristorazione locali o per esempio forniti all'interno di strutture come i campeggi;
- per effetto della crisi economica risultano fortemente diminuiti i turisti

italiani abituali dei week end, così come i turisti occasionali o chi in zona per lavoro;

- l'incerta situazione finanziaria in Europa (ma anche, in giugno, il Campionato europeo di calcio) hanno frenato i flussi turistici, anche dall'estero
- un tendenziale accorciamento della durata della vacanza; sono rimaste le famiglie straniere ad effettuare soggiorni per periodi prolungati (10/14 gg.)

Passiamo ora ad elencare i fattori che hanno avuto un *impatto positivo*:

- un ruolo centrale è da attribuirsi, come sempre, al *clima*, che inizialmente non ha giocato a favore, ma in piena stagione ha sicuramente incentivato i flussi turistici verso i laghi e la montagna;
- crescente apprezzamento da parte di turisti tedeschi, francesi, belgi, olandesi, provenienti da paesi con 'buone economie', sia per la qualità dei servizi che per il clima, che costituisce un'attrazione soprattutto in caso di maltempo nei paesi di provenienza, come è accaduto quest'anno nel nord Europa.
- idonee politiche di prezzo, mirate a controbilanciare il vincolo economico divenuto più stringente per l'acuirsi della crisi;
- adeguati investimenti, che hanno consentito di realizzare strutture moderne e potenziate nella capacità ricettiva e/o nella qualità e varietà dei servizi offerti, perciò maggiormente in grado di soddisfare le esigenze della domanda;
- iniziative di categoria volte a promuovere il turismo locale attraverso la partecipazione a programmi di animazione ed escursioni, la fruizione di sconti e gratuità (es. l' Adamello Card offerta dalle Associazioni Albergatori di

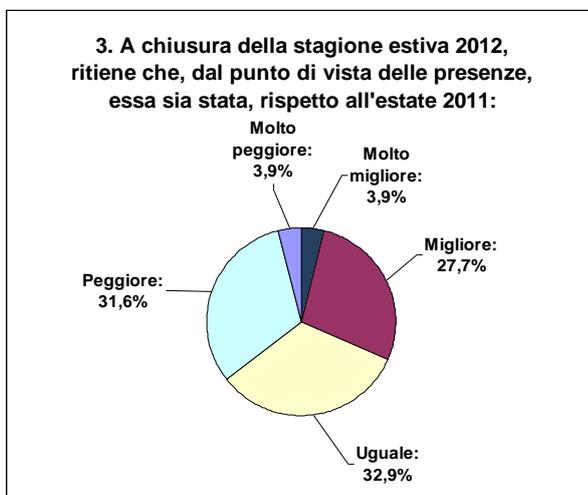
Ponte di Legno e di Tonale-Vermiglio e Adamello Ski);

- attività di promozione su iniziativa individuale, che hanno sortito buoni effetti ma non sempre quelli sperati;
- Maggiore visibilità e accessibilità collegate all'uso di internet e al posizionamento su portali, motori di ricerca, sistemi di gestione delle prenotazioni *online*, gratuiti o a pagamento (per esempio, l'adesione a un portale di prenotazione diretta, a cui aderiscono tutte le strutture recettive del territorio, ha consentito di raddoppiare le presenze, anche se le commissioni richieste dal portale risultano molto elevate, soprattutto per microstrutture come sono spesso i B&B)
- Se da un lato le piccole strutture risentono maggiormente della crisi economica, dato il tipo di clientela, l'interesse per questa tipologia ricettiva pare in aumento, non solo da parte dei turisti italiani ma anche della clientela straniera

Infine:

- la qualità dell'ambiente sembra giocare un duplice ruolo: laddove è presente (ad esempio l'acqua del lago pulita) è particolarmente apprezzata, soprattutto dai turisti stranieri, dove manca esercita un'azione deterrente (in questo senso, si lamenta ad esempio un progressivo aumento, in taluni contesti, della rumorosità, in particolare quella stradale).

L'andamento delle presenze evidenzia un lieve prevalere del peggioramento rispetto all'estate 2011, peggioramento segnalato dal 35,5% degli intervistati, mentre poco meno di un terzo (31,6%) riporta aumenti e una quota analoga (32,9%) conferma le presenze dell'anno precedente. Si nota che la quota di intervistati che riferisce un calo di presenze è decisamente superiore a quella di chi, alla prima domanda, si è dichiarato poco o per nulla soddisfatto (35,5% contro 20,2%); questo si era già manifestato in precedenti sondaggi e, come allora, l'interpretazione che ci sembra più plausibile è che, data la congiuntura negativa, un certo numero di rispondenti, temendo risultati anche peggiori, si ritenga comunque non scontento se è riuscito a mantenere presenze stabili o in lieve calo.



Distinguendo per tipologia di esercizio, si trova conferma a quanto finora già evidenziato. Nell'extralberghiero grande le presenze rimangono prevalentemente stabili (55% dei rispondenti) e per un abbondante terzo aumentano rispetto allo scorso anno (per il 25% la situazione è stata migliore e per il 10% molto migliore), solo il 10% riferisce un peggioramento. Per l'extralberghiero piccolo si conferma la maggiore polarizzazione dei giudizi, però con un accento più marcato sulle situazioni negative; la maggioranza relativa (39,2%) infatti riferisce un calo di presenze (il 31,9% definisce l'andamento peggiore e il 7,3% molto peggiore); all'estremo opposto, più di un terzo segnala un andamento positivo (33,3% migliore e 2,9% molto migliore), mentre il 24,6% mantiene le presenze dell'estate 2012. Un andamento non molto dissimile risulta anche per gli hotel: il peggioramento delle presenze è lamentato dal 39,4% dei rispondenti (il 37,9%

ritiene l'andamento peggiore, ma solo l'1,5% molto peggiore), il 34,8% segnala presenze stabili e il 25,7% in aumento.

Analizzando l'andamento infrastagionale delle presenze in termini relativi ai corrispondenti mesi del 2011 e tenendo conto anche dei tassi di occupazione, il mese in cui si registra la peggiore performance è giugno: quasi la metà delle strutture intervistate (48,7%) segnala un calo di presenze rispetto allo stesso mese dello scorso anno, e in buona parte si tratta di un calo consistente; inoltre la quota di aumenti appare limitata (25%). I cali di presenze risultano distribuiti abbastanza uniformemente nelle diverse tipologie di esercizio, ma di maggiore intensità negli hotel e nell'extralberghiero piccolo, mentre gli aumenti sono segnalati meno frequentemente dagli hotel (19,7%).

Anche i tassi di occupazione dichiarati indicano un peggioramento della situazione rispetto al giugno 2011: coloro che riportano un'occupazione inferiore al 30% passano dal 26,8% al 34,4%, mentre le strutture che in questo mese riescono a riempire più del 50% delle camere/unità affittabili scendono dal 42,3% al 37%. Può avere giocato un ruolo, soprattutto per la clientela tedesca, la data mobile della festa di Pentecoste, che nel 2011 era caduta in giugno e quest'anno invece in maggio. Sorprende che i tassi di occupazione più bassi risultino più diffusi nell'extralberghiero piccolo, mentre gli hotel riportano i risultati migliori (la distribuzione per categoria, nelle classi individuate, in ordine di occupazione crescente, è la seguente: extralberghiero grande 40%, 20%, 30%, 10%; extralberghiero piccolo 43,3%, 34,3%, 19,4%, 3%; hotel 23,9%, 25,4%, 37,3% 13,4%).

I mesi di luglio e agosto, nel complesso, non sembrano essere andati male per buona parte delle strutture coinvolte. Più precisamente, in luglio i cali di presenze, che riguardano pur sempre il 29,6% dei rispondenti, sono controbilanciati da un 42,8% di strutture che segnalano aumenti; inoltre quasi un terzo delle strutture arriva ad occupare più dell'80% delle sue camere/unità affittabili (21,8% nel 2011) e comunque il 63,8% degli intervistati riempie più della metà della disponibilità ricettiva (57% nel 2011).

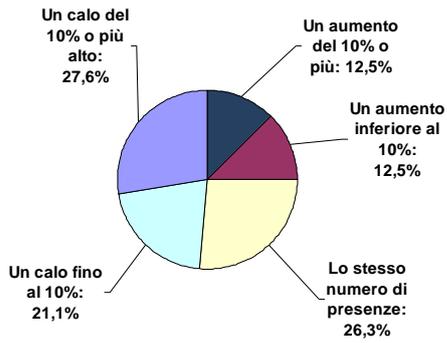
Per questo mese, cali di presenze superiori alla media, ma di entità prevalentemente inferiore al 10%, sono segnalati dagli hotel (30,3%, a cui si aggiunge un 7,6% che denuncia cali superiori al 10%). Nell'extralberghiero piccolo le diminuzioni sono diffuse quanto nell'intero campione ma sono spesso gravi (nel 15,1% dei casi superiori al 10% e per il 13,6% meno accentuate); l'extralberghiero grande segnala in grande maggioranza aumenti (70%) o stabilità di presenze (25%). Queste indicazioni sono in buona parte confermate dai tassi di occupazione, in base ai quali si nota che l'extralberghiero grande ottiene i risultati più soddisfacenti, con metà strutture che fanno il pieno o quasi, ma anche gli hotel si collocano in posizione migliore rispetto alla media; a segnalare più difficoltà sembra essere l'extralberghiero piccolo dove la maggioranza delle strutture utilizza meno della metà della propria capacità (la distribuzione per categoria, in ordine di occupazione crescente, è la seguente: extralberghiero grande 5%, 15%, 30%, 50%; extralberghiero piccolo 20,3%, 31,9%, 24,6%, 23,2%; hotel 9,1%, 15,2%, 43,9%, 31,8%).

In agosto gli aumenti di presenze (33,6%) controbilanciano quasi esattamente i cali (32,9%), ma il 44% degli intervistati fa il pieno o quasi (34,6% nel 2011) e un altro 30% registra tassi di occupazione tra il 50% e l'80% (35,3% nel 2011). La situazione si presenta però piuttosto variegata per categoria di esercizi. L'extralberghiero grande, con presenze ancora prevalentemente in aumento (50%) o costanti (25%), conferma il buon andamento della stagione e fa il pieno nel 60% dei casi; a questo si aggiunge un altro 30% con presenze superiori alla metà della disponibilità. Situazione analoga per gli hotel: il 54% registra il tutto esaurito o quasi e un altro 30,2% riempie più della metà delle proprie camere. Diversa la situazione nell'extralberghiero piccolo, dove anche per questo mese si segnalano più diffusamente cali di presenze intensi (il 26,6% indica cali del 10% o più) e la distribuzione in base ai tassi di occupazione risulta meno favorevole rispetto alla media (17,9%; 22,4%; 29,8%; 29,8% rispettivamente nelle classi individuate, in ordine di occupazione crescente). Peraltro, per l'agosto 2011 la distribuzione risultava anche più penalizzante (16%, 23%, 37%, 24%).

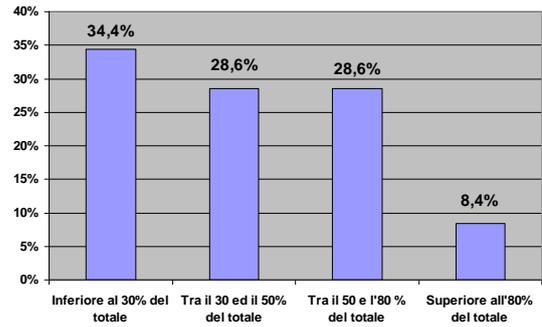
Pur con le opportune cautele dovute alla modifica del campione, si può osservare che, guardando ai tassi di occupazione di luglio e agosto, le performance rilevate quest'anno appaiono in generale complessivamente migliori rispetto a quelle rilevate nei corrispondenti mesi del 2011.

In settembre, nonostante i cali di presenze lamentati dal 37,9% degli operatori, il grado di occupazione delle strutture non risulta molto differente rispetto allo scorso anno, con un abbondante terzo (34,4%) che non riesce a riempire più del 30% della propria capacità ricettiva e un 37,7% che occupa più della metà della propria disponibilità (ma, di questi, pochi fanno il pieno). Guardando alla differenza per tipologie di esercizio, nell'extralberghiero grande, pur con aumenti di presenze più diffusi e limitati cali, data anche la natura delle strutture solo il 25% riesce ad occupare più della metà della propria disponibilità ricettiva, mentre il 45% riferisce tassi inferiori al 30%. Cali diffusi e intensi si segnalano nell'extralberghiero piccolo, con tassi di occupazione decisamente inferiori alla media (42,6%; 32,4%; 17,6%; 7,4% rispettivamente, nelle classi individuate, in ordine crescente di occupazione). Migliore appare la situazione degli hotel, con un 39,4% che riesce a riempire almeno la metà delle proprie camere, a cui si aggiunge un 15,2% che utilizza al completo o quasi la capacità ricettiva (due quote del 22,7% si distribuiscono nelle classi con tassi inferiori).

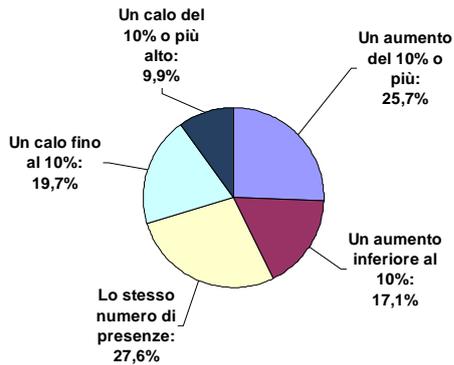
4. In quanto a presenze, il mese di giugno ha registrato, rispetto al giugno 2011:



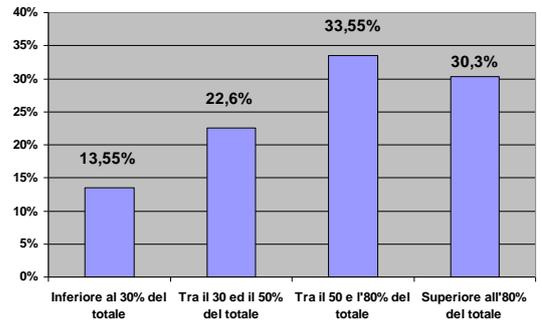
5. Potrebbe quantificare in percentuale l'occupazione media delle Sue camere/unità affittabili nel giugno 2012?



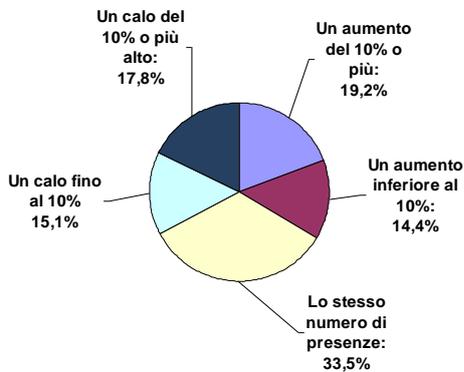
6. In quanto a presenze, il mese di luglio ha registrato, rispetto al luglio 2011:



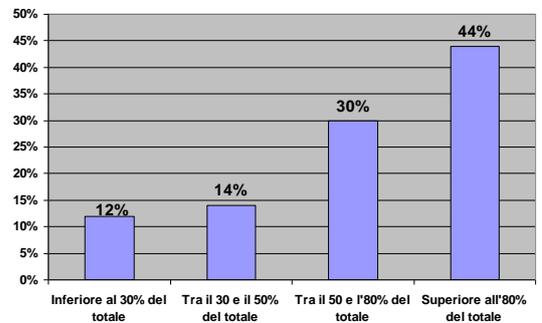
7. Potrebbe quantificare in percentuale l'occupazione media delle Sue camere/unità affittabili nel luglio 2012?



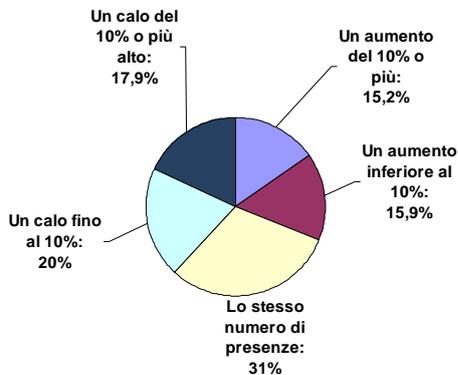
8. In quanto a presenze, il mese di agosto ha registrato, rispetto all'agosto 2011:



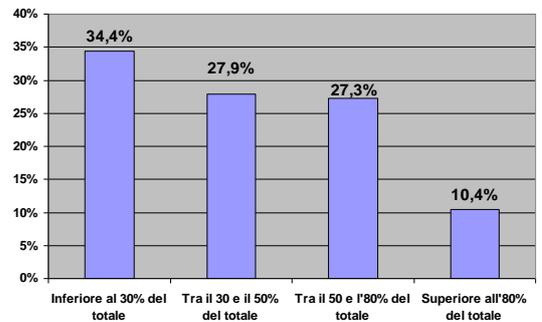
9. Potrebbe quantificare in percentuale l'occupazione media delle Sue camere/unità affittabili nell'agosto 2012?



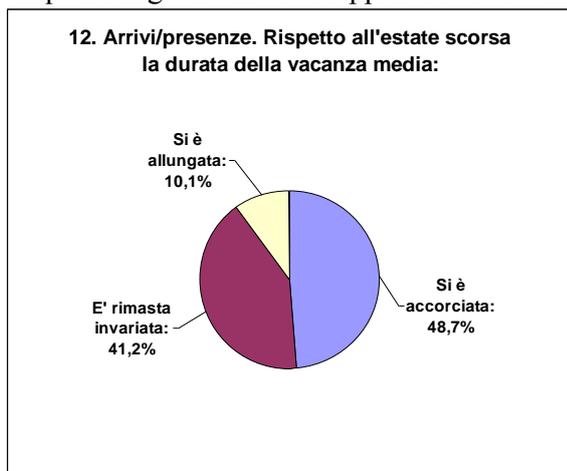
10. In quanto a presenze, il mese di settembre ha registrato, rispetto al settembre 2011:



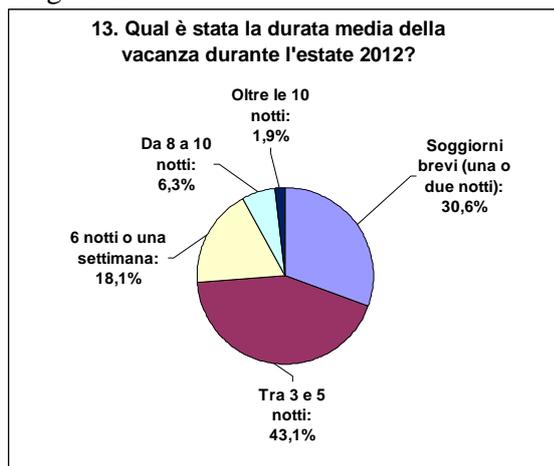
11. Potrebbe quantificare in percentuale l'occupazione media delle Sue camere/unità affittabili nel settembre 2012?



Segnali tendenzialmente peggiorativi giungono dalle due successive domande, relative all'andamento della durata media del soggiorno per quanto riguarda l'estate appena trascorsa.



Infatti, rispetto alla stagione 2011, che già presentava una situazione di stallo, nella stagione 2012 è in netto aumento la percentuale degli operatori che denunciano una riduzione del periodo di vacanza. Nella stagione 2011 la durata della vacanza media per gli operatori coinvolti era rimasta invariata in più della metà dei casi e si era accorciata per un terzo dei rispondenti. Nell'estate 2012 la durata media della vacanza si è accorciata per il 48,7% dei rispondenti, mentre è rimasta invariata per il 41,2%. Solo il 10,1% degli operatori ha segnalato un prolungamento del periodo di soggiorno. La tendenza ad una riduzione del periodo di soggiorno è relativa a tutti e tre i comparti, ma in particolare alle strutture alberghiere.



Coerentemente con quanto appena affermato, la durata media della vacanza durante l'estate 2012 è stata tra le 3 e le 5 notti per il 43,1% (45,6% l'anno scorso) delle imprese recettive o più breve ancora per il 30,6% (28,5% l'anno scorso). In sintesi oltre il 75% dei partecipanti

ha registrato la prevalenza di permanenze inferiori ai 6 giorni. Tale tendenza alla vacanza breve era comunque già visibile nell'analisi degli anni passati. Nel 2012 il periodo del soggiorno prevalente è stato di 6 giorni o di una settimana solo per il 18,1 degli operatori (contro il 20% dell'estate scorsa) e superiore per un risicato 8,2%.

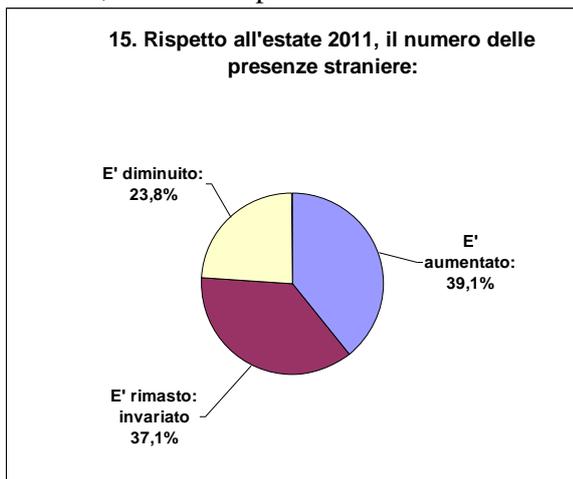
Come era facile presupporre, è il settore alberghiero che registra la prevalenza di soggiorni di breve durata, con ben l'85% delle strutture che osserva un periodo medio di soggiorno inferiore o uguale ai 5 giorni. Nel comparto extralberghiero grande il 30% degli operatori accoglie turisti che scelgono di rimanere almeno per 8-10 giorni. Il comparto extralberghiero piccolo, invece, come quello alberghiero, ha una netta prevalenza di soggiorni brevi.

Un indicatore importante delle tendenze di comportamento del turista è la tempistica delle prenotazioni.



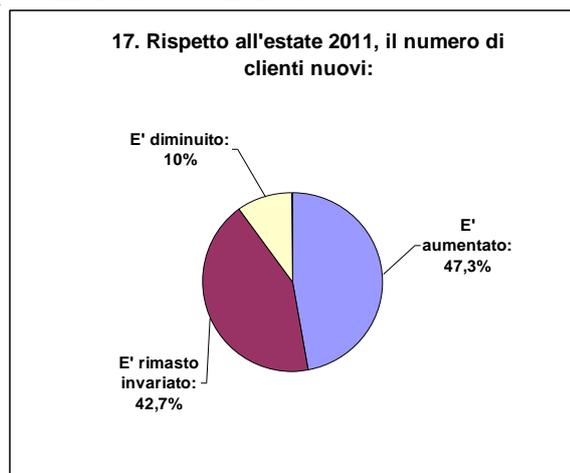
In questo caso le linee evolutive sono discordanti, in quanto, si è verificato un aumento delle prenotazioni last minute per il 37% dei rispondenti (circa il 35% nella stagione 2011), e un incremento della clientela che si presenta senza prenotazione (risposta scelta dal 10,4% degli operatori), a fronte di un aumento delle prenotazioni anticipate per il 24% degli stessi (in netta crescita rispetto al 19,9% della passata stagione). Solo per il 28,6% l'andamento delle prenotazioni quest'estate non ha registrato particolari cambiamenti rispetto al passato. Il comparto extralberghiero grande denuncia solo un 15% di crescita delle prenotazioni anticipate con un 45% di incremento delle prenotazioni last minute. Gli alberghi raggiungono un livello più alto, rispetto agli altri due comparti, per quanto

riguarda l'aumento delle prenotazioni anticipate con il 26,2% delle risposte.



Il numero delle presenze straniere nell'estate 2012, rispetto all'anno precedente, è aumentato per il 39% delle strutture mentre è rimasto invariato per il 37% ed è diminuito per circa il 24% degli stessi. Rispetto all'anno passato sono aumentati sia gli operatori che dichiarano una crescita dei turisti stranieri (erano il 34,7% nel 2011), sia quelli che accusano una diminuzione degli stessi (erano il 14% nel 2011). Il comparto extralberghiero grande ha registrato una sostanziale tenuta (65%) o crescita (30%) mentre il comparto alberghiero ha una prevalenza di operatori interessati dall'aumento delle presenze straniere (44%) contrapposta ad una seppur nutrita parte di imprese (30%) che ha subito un calo di turisti stranieri.

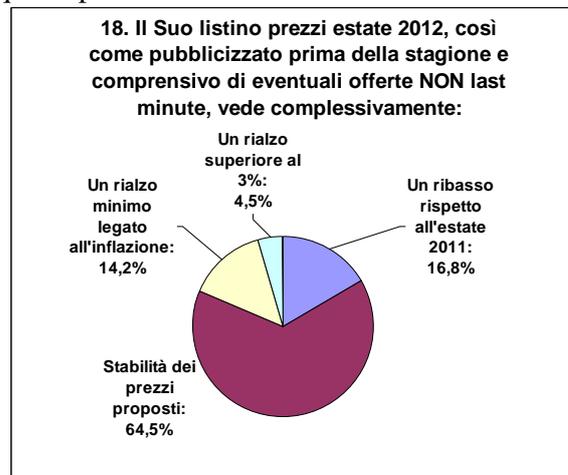
La domanda successiva indaga l'attrattività dell'offerta turistica bresciana rispetto alla potenziale nuova clientela.



Sempre rispetto alla passata stagione il numero dei clienti nuovi è aumentato per il 47,3% del campione, è rimasto invariato per il 42,7% ed è diminuito per il 10%. Pur essendo tale dato comunque confortante, poiché registra una

maggioranza di operatori che vedono la presenza di clienti nuovi in crescita o almeno stabili, esso ha subito un peggioramento rispetto all'anno passato. Sono, infatti, in calo, rispetto alla stagione 2011, gli operatori che hanno risposto al sondaggio segnalando nuova clientela in crescita (erano il 50,7% nel 2011); mentre quelli che parlano di diminuzione di nuove presenze sono in crescita (erano il 8,4% nel 2011). Da questo punto di vista il comparto che sembra vivere la migliore situazione è l'extralberghiero grande per cui oltre il 60% del campione osserva un aumento di nuovi clienti e nessuno denuncia la loro diminuzione. Una condizione più difficile attraversano l'extralberghiero piccolo che registra il picco di imprese che segnalano il calo di nuovi arrivi (13,6%) e l'alberghiero che denuncia un ben più limitato numero di operatori (40%), rispetto agli altri comparti, che possono vantarsi della presenza di nuovi clienti.

A questo punto è sembrato rilevante analizzare alcune delle leve di marketing che gli operatori sotto indagine potrebbero avere maggiormente utilizzato in particolare le politiche di pricing e quelle promozionali.

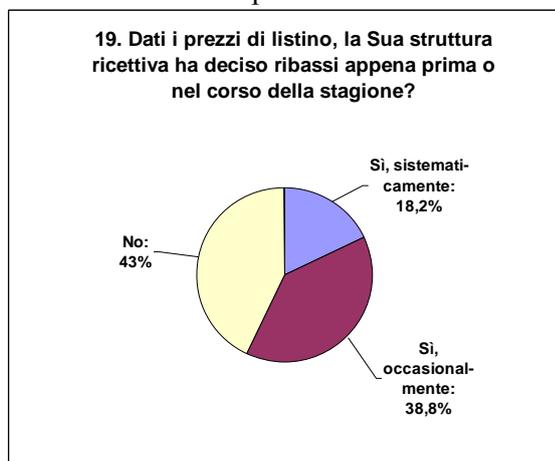


Per quanto riguarda le politiche di prezzo la maggioranza assoluta degli operatori segnala una sostanziale stabilità dei prezzi di listino (64,5% contro il 67,1% del 2011). Il che segnala la cautela che caratterizza le strategie adottate in questa prolungata la fase di stallo e di incertezza vissuta dagli operatori di settore e legata all'attuale crisi economica. Si registra inoltre una crescente percentuale di strutture che ricorrono a ribassi (16,8% contro il ben più modesto 8,2% del 2011), seguita da coloro che hanno aumentato in linea con l'inflazione (un limitato 14,2% contro il 22,6% del 2011). Di

contro un timido 4,5% dei rispondenti ha anche osato un aumento dei prezzi di listino superiore al 3%.

Hanno optato per un ribasso dei livelli di listino specialmente le strutture dell'extralberghiero piccolo (18,6%); all'opposto nell'extralberghiero grande si è osservato un più diffuso aumento dei prezzi in linea con l'inflazione (25% dei rispondenti). Nel comparto alberghiero quasi il 10% del campione ha fatto registrare un aumento dei prezzi di listino più impattante, ossia superiore al 3%.

Nella domanda successiva il tema dei prezzi viene ulteriormente approfondito rispetto all'utilizzo della possibilità di ribassare i prezzi di listino nel corso dell'estate stessa sulla base dall'andamento delle prenotazioni.



La maggioranza degli operatori (43%) ha dichiarato di non avere applicato ribassi dei prezzi appena prima o nel corso della stagione, quasi il 40% di averlo fatto solo occasionalmente e un 18% circa di averlo fatto sistematicamente. Rispetto alla stagione 2011 si nota come la leva del ribasso sotto data sia stata utilizzata in maniera ben più aggressiva.

Difatti, nel 2011 tale possibilità era stata sfruttata sistematicamente da una ristretta minoranza di operatori (8,5%), occasionalmente

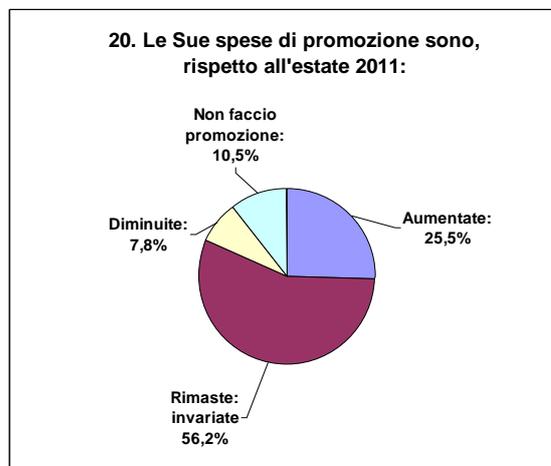
3. La riviera del Garda.

Dalla Riviera del Garda bresciano hanno risposto a Congiuntur Consuntivo Estate 2012 un totale di 87 operatori, poco più della metà dell'intero campione, di cui 38 in rappresentanza di hotel (il 43,7%), 40 dell'extra-alberghiero piccolo (45,9%) e 9 dell'extralberghiero grande (10,3%). Rispetto alle risposte al Consuntivo Estate 2011 ci sono due risposte in meno; 47 sono gli operatori che hanno risposto sia nel settembre 2011 che nel settembre 2012, mentre sono 40 le risposte di operatori che l'anno scorso non avevano compilato il questionario. Contrariamente agli anni scorsi, il campione provinciale e quello gardesano si assomigliano molto sotto il profilo del peso relativo delle tre categorie. E' cresciuto infatti il numero di risposte degli operatori del Garda appartenenti all'extralberghiero piccolo, e ciò rende più legittima la comparazione dei dati. Tale comparazione è riassunta nella Tabella 1.

solo dal 29,9% ma ben il 61,6% degli operatori affermava di non avere operato ribassi.

A tal proposito è proprio il comparto alberghiero, che nella risposta precedente aveva mostrato una maggiore propensione all'aumento dei prezzi, che dichiara un ricorso preponderante alla riduzione dei prezzi in corso di stagione, sia occasionale che sistematica.

Altra opportuna leva di marketing che potrebbe essere utilizzata efficacemente dalle strutture ricettive, soprattutto in una fase di crisi economica e di incertezza, è quella della promozione. Essa rappresenta, per contro, una voce di spesa più difficilmente giustificabile in un periodo di grande riduzione dei margini di profitto.



A tal riguardo la maggioranza di intervistati conferma gli importi destinati alla promozione dell'estate precedente (56,2%, in crescita rispetto al 54,2% del 2011), seguiti da quelli che segnalano un incremento (25,5% in calo rispetto al 27,7% del 2011). In coda una minoranza di imprese ha dichiarato di non fare promozione (10,5%, in linea con il 2011) e la residua parte (7,8%) ha optato per una diminuzione delle spese ad essa destinate. Il comparto extralberghiero grande è quello in cui si notano le minori variazioni di spesa promozionale rispetto alla scorsa stagione.

Tabella 1: confronti Garda 2012-Garda 2011 e Garda 2012-Provincia 2012
(peso delle risposte in percentuale)

	Garda BS 2012	Garda BS 2011	Prov. BS 2012
Valutazione stagione			
ottima	7	11,2	7,1
buona	47,65	59,6	41,7
discreta	29,1	21,3	30,95
poco soddisfacente	11,6	7,9	13,7
insoddisfacente	4,65	0	6,55
Confronto con 2011			
Molto migliore	2,5	4,9	3,9
Migliore	27,2	47,5	27,7
uguale	32,1	35,4	32,9
Peggiora	33,3	9,8	31,6
Molto peggiora	4,9	2,4	3,9
Giugno			
<30%	20	15,9	34,4
30<x>50	30	35,4	28,6
50<x>80	36,25	34,1	28,6
>80	13,75	14,6	8,4
Luglio			
<30%	4,9	13,6	13,55
30<x>50	17,05	22,2	22,6
50<x>80	35,35	35,8	33,55
>80	42,7	28,4	30,3
Agosto			
<30%	6,1	9,8	12
30<x>50	7,3	9,8	14
50<x>80	29,3	35,3	30
>80	57,3	45,1	44
Settembre			
<30%	19,5	19,3	34,4
30<x>50	29,3	31,3	27,9
50<x>80	35,4	34,9	27,3
>80	15,8	14,5	10,4
Durata vacanza			
accorciata	50	22,5	48,7
invariata	41,5	57,5	41,2
allungata	8,5	20	10,1
Timing prenotazioni			
aumento anticipate	27,5	23,8	24
aumento sotto data	45	45,3	47,4
invariato	27,5	30,9	28,6
Presenze stranieri			
aumentati	43,2	40,7	39,1
invariati	35,8	50,6	37,1
diminuiti	21	8,7	23,8
Clients nuovi			
aumentati	45	51,8	47,3
invariati	45	42	42,7
diminuiti	10	6,2	10
Prezzi			
ribasso	18,1	5,2	16,8
stabilità	55,4	51,9	64,5
rialzo inflazione	20,5	39	14,2
rialzo superiore	6	3,9	4,5
Spese promozione			
aumentate	31,7	27,7	25,5
invariate	52,45	56,6	56,2
diminuite	7,3	3,6	7,8
nessuna	8,55	12,1	10,5

I giudizi sulla stagione estiva 2012 espressi dagli operatori della Riviera bresciana del Garda attraverso le risposte alle prime due domande si allineano a quelli dell'intera provincia. Se si confrontano le risposte alla prima ed alla seconda domanda raccolte quest'anno sul Garda, rispetto alle stesse domande poste alla chiusura dell'estate 2011, si riscontra però un grado di soddisfazione minore quest'anno, con più di un operatore su tre che afferma essersi trattato di un'estate meno buona rispetto a quella dell'anno precedente.

Il confronto tra tassi d'occupazione mese per mese non sembra avvalorare tale giudizio. La stagione estiva 2012 è partita lievemente peggio dell'anno prima, con un giugno che si è caratterizzato per avere un esercizio ricettivo su cinque con tasso d'occupazione sotto il 30%. Ricordiamo che questo fatto può essere semplicemente l'effetto della diversa data della festività di Pentecoste (caduta quest'anno in maggio, l'anno scorso in giugno), dato che in Germania la Pentecoste prevede vacanze scolastiche. Particolarmente luglio ma anche agosto si sono invece caratterizzati per un miglioramento, in termini di tasso di occupazione, rispetto alla già positiva estate 2011. Anche in termini assoluti si riscontrano valori decisamente elevati: il 42,7% degli esercizi è segnalato pieno all'80% o più in luglio, il 57,3% in agosto, mentre le strutture rimaste sotto la soglia del 50% di unità affittabili occupate sono relativamente poche (22% in luglio, 13,4% in agosto). Settembre, caratterizzato da bel tempo, ha invece sostanzialmente replicato i numeri dell'anno scorso. Come al solito, il confronto con i dati relativi all'intera provincia vede la Riviera del Garda caratterizzarsi per tassi d'occupazione ampiamente più elevati, e lo scarto sarebbe ancora maggiore se confrontassimo il Garda con *il resto* della Provincia, posto che il dato provinciale include quello del Garda che per il suo peso tende ad alzarne il valore.

La contraddizione tra un giudizio meno buono, rispetto a quello espresso nell'estate 2011, ed i tassi di occupazione mediamente più elevati può avere tre diverse ragioni:

- la prima è di tipo statistico: solo per poco più di metà si tratta di risposte dagli *stessi* operatori. Essendo cresciuto il peso, tra i rispondenti, della componente dell'extralberghiero piccolo, caratterizzata per definizione da limitata capacità ricettiva, è naturale che siano aumentate le risposte che segnalano alti tassi d'occupazione in alta stagione
- la seconda ragione va forse ricercata nella politica di prezzo al ribasso adottata da un numero minoritario (18,1%) ma pur sempre molto accresciuto di operatori. E' possibile che alcuni operatori abbiano avuto aspettative di mercato debole ed abbiano quindi abbassato i prezzi, verificando poi di essere stati troppo pessimisti e rimpiangendo di non avere lavorato a prezzi più alti, avendo ottenuto un fatturato non in linea con quello dell'anno prima, nonostante gli elevati tassi d'occupazione
- la terza ragione può essere legata al fatto che i giudizi complessivi espressi attraverso le risposte alle domande 1 e 2 probabilmente sono relativi non solo a quanto si è riusciti a "riempire" il proprio esercizio ricettivo, ma anche considerando aspetti qualitativi del proprio business.

In effetti, le domande successive alle prime due, tese ad intercettare proprio gli aspetti di novità della domanda sotto il profilo qualitativo nell'estate 2012, rivelano alcune nuove criticità. Esse rendono il Garda un po' meno speciale, se comparato con il dato provinciale, rispetto al sondaggio sull'estate 2011. Innanzi tutto crescono vistosamente le segnalazioni di accorciamento della vacanza, che sono la metà del totale. Questo può implicare costi maggiori, specie di promozione, ed in effetti si nota un lieve aumento delle segnalazioni in questo senso, tanto più significativo considerando il maggior peso, quest'anno, della componente dell'extralberghiero piccolo, da sempre meno impegnata su questo fronte. In secondo luogo, più di un operatore su cinque (una minoranza, ma pur sempre una minoranza molto accresciuta rispetto all'estate 2011) segnala un calo della clientela straniera. Questo forse induce alcune preoccupazioni anche in prospettiva, considerando che la domanda interna non è certo in crescita in questi anni di forte calo del potere d'acquisto delle famiglie italiane.

Come di consueto, là dove possibile abbiamo confrontato le risposte del Garda bresciano non solo con il dato medio provinciale, ma anche con le risposte del Garda trentino raccolte da Monitur, l'Osservatorio Provinciale sul Turismo della Provincia Autonoma di Trento (il monitoraggio della sponda veronese è

stato abbandonato). Quest'anno Monitor ha privilegiato, nei suoi due sondaggi condotti in luglio (62 risposte) ed in settembre (94 risposte) domande specificamente dedicate alla realtà trentina, quindi il confronto con le domande di Congiuntur risulta frammentario. La Tabella 2 si riferisce a tale confronto, e mostra anche le percentuali che si ottengono unendo i due campioni trentino e bresciano.

Tabella 2: confronto tra sponde del Garda.

	Garda BS (87 operatori) Dati Congiuntur	Garda TN (62-94 operatori) Dati Monitor	Garda BS+TN Elab. Congiuntur
Valutazione stagione			
ottima	7 (11,2)	10,6 (22)	8,9
buona	47,65 (59,6)	57,5 (62)	52,8
discreta	29,1 (21,3)	25,5 (14)	27,2
poco soddisfacente	11,6 (7,9)	6,4 (2)	8,9
insoddisfacente	4,65 (0)	- (0)	2,2
Luglio			
<30%	4,9	4,8	4,9
30<x>50	17,1	11,3	14,6
50<x>80	35,3	35,5	35,4
>80	42,7	48,4	45,1
Settembre			
Peggior	35,5	22,6	28,5
Uguale	34,2	52,7	44,2
Migliore	16,4	18,3	17,4
Nettamente migliore	13,9	6,4	9,9

In corsivo le percentuali riferite alle stesse risposte nell'estate 2011

Anche se si conferma anche quest'anno la tendenza da parte degli operatori trentini ad esprimere un giudizio più positivo sulla stagione estiva appena conclusa rispetto ai colleghi bresciani, le distanze tra le due realtà costiere si accorciano, a causa del fatto che i trentini, rispetto all'estate 2011, hanno un calo vistoso di risposte "ottimo" e "buono". Questo dato rafforza l'idea, già emersa dall'analisi dei dati della Tabella 1, secondo cui il turismo gardesano è reduce quest'anno da una stagione estiva buona, ma probabilmente non tanto soddisfacente quanto l'estate 2011.

4. La Valle Camonica.

Confermando quanto già osservato nell'estate 2011, l'estate appena trascorsa si è caratterizzata in Valle Camonica in termini meno positivi rispetto alla provincia di Brescia presa nel suo complesso, mentre nel confronto con la contigua Val di Sole le cose cambiano, in quanto aumenta fortemente l'insoddisfazione degli operatori turistici oltre il Tonale. Per la Val di Sole si hanno dati per un confronto diretto solo su alcune domande, avendo l'Osservatorio del Turismo della Provincia Autonoma di Trento deciso quest'anno di uscire sulla montagna con due sondaggi, uno a luglio e uno a settembre, concentrati su tematiche specifiche dell'offerta turistica trentina e quindi non utili in questo contesto. Le risposte dalla Val di Sole sono state 28 e 29 rispettivamente, contro le 33 dalla Valle Camonica (3 in più rispetto all'estate 2011). Una sintesi dei dati raccolti dai sondaggi appena menzionati è offerta dalla Tabella 3. Ricordiamo che il numero limitato di risposte rende queste elaborazioni statistiche non completamente rappresentative dell'universo considerato, quindi anche i commenti ad esse vanno presi con una certa cautela.

Tabella 3: confronti Valle Camonica: peso delle risposte in percentuale

	Valle Camonica 2012	Valle Camonica 2011	Val di Sole 2012 Dati Monitor	Provincia BS 2012
Valutazione stagione				
ottima	6,05	0	3,45	7,1
buona	27,3	23,3	13,8	41,7
discreta	33,3	46,7	58,6	30,95
poco soddisfacente	27,3	20	20,7	13,7
insoddisfacente	6,5	10	3,45	6,55
Giugno				
<30%	70	58,3		34,4
30<x>50	20	20,8		28,6
50<x>80	10	16,7		28,6
>80	0	4,2		8,4
Luglio				
<30%	31	30,8	18,5	13,55
30<x>50	24,2	23,1	25,9	22,6
50<x>80	44,8	42,3	48,1	33,55
>80	0	3,8	7,4	30,3
Agosto				
<30%	28,5	15,4		12
30<x>50	17,9	26,9		14
50<x>80	35,7	26,9		30
>80	17,9	30,8		44
Settembre				
migliore	34,8	34,8	20	31,1
uguale	26,1	26,1	40	31
peggiore	39,1	39,1	40	37,9
Durata vacanza				
accorciata	57,7	51,9		48,7
invariata	34,6	44,4		41,2
allungata	7,7	3,7		10,1
Timing prenotazioni				
aumento anticipate	20,7	11,1		24
aumento sotto data	51,7	44,4		47,4
invariato	27,6	44,5		28,6
Presenze stranieri				
aumentati	29,65	25,9		39,1
invariati	37	48,2		37,1
diminuiti	33,35	25,9		23,8
Clients nuovi				
aumentati	51,9	44,8		47,3
invariati	40,7	41,4		42,7
diminuiti	7,4	13,8		10
Prezzi				
ribasso	10,7	15,4		16,8
stabilità	82,1	80,8		64,5
rialzo inflazione	3,6	3,8		14,2
rialzo superiore	3,6	0		4,5
Ribassi				
sistematicamente	15,6	10		18,2
occasionalmente	53,1	26,7		38,8
mai	31,3	63,3		43
Spese promozione				
aumentate	10,7	17,2		25,5
invariate	75	62,1		56,2
diminuite	7,15	6,9		7,8
nessuna	7,15	13,8		10,5

In Valle Camonica tutte le risposte relative ai tassi di occupazione mensili segnalano quest'anno un'estate peggiore della precedente, ma la valutazione della stagione nel suo complesso è migliore di quella che si presentava a consuntivo dell'estate 2011: giudica la stagione almeno buona il 33,35% degli operatori, contro il 23,3% nel 2011. Le possibili spiegazioni sono le seguenti:

- 1) è variato il campione (solo 19 dei 30 rispondenti dell'estate scorsa hanno risposto anche quest'anno; essi sono comunque più della metà del totale di quest'anno)
- 2) le aspettative inizialmente erano molto negative, e poi si sono parzialmente rivelate sbagliate (ma solo parzialmente, visto comunque che il calo nei tassi d'occupazione c'è stato ed è stato diffuso)
- 3) si può trattare di una contraddizione legata al fatto che le risposte esprimono fasce (*range*) di valori per i tassi di occupazione. E' possibile che a fronte di un numero di esercizi il cui calo ha comportato la scelta di una risposta indicante un *range* più basso si sia dato un numero maggiore di essi che ha sperimentato un aumento del tasso d'occupazione, ma non talmente alto da tradursi nella scelta di una risposta indicante un *range* più alto.

Nelle domande inerenti la clientela di carattere più qualitativo si nota, rispetto all'estate 2011, un minor numero di segnalazioni di invarianza rispetto al passato, ma gli operatori non sono concordi sul segno dei cambiamenti in atto. Unica eccezione è data dalle risposte alla domanda sulla clientela nuova, la quale è segnalata in aumento dalla maggioranza assoluta degli operatori (51,9% contro il 44,8% dell'estate 2011).

Le non esaltanti precedenti stagioni estive non hanno indotto a maggiori spese per la promozione, anche se sono in calo gli operatori che non fanno nulla per promuovere la loro struttura ricettiva. La leva cui si è fatto ricorso per raddrizzare una stagione probabilmente partita male è invece quella della scontistica, con un aumento vistoso dei ribassi occasionali (ma aumentano anche quelli sistematici) rispetto all'estate 2012. Questo a fronte di un listino prezzi che da qualche stagione a questa parte non è, nella grandissima parte dei casi, nemmeno ritoccato per incorporare l'inflazione, il che implica che complessivamente il ricavo unitario reale è in calo. D'altro canto, così come le spese di promozione non appaiono in aumento, non appare nemmeno frequentemente percorsa la strada del ribasso del listino, magari aggressivo e pensato come strategia di una sola stagione, in modo da intercettare nuova clientela da fidelizzare. Quindi si può parlare per gli operatori della valle Camonica, come già avevamo fatto anni addietro, di una certa mancanza di *strategia attiva* mirata a cambiare lo status quo, a fronte di una situazione comunque non esaltante. Tutt'al più si ricorre all'espedito contingente dell'offerta sotto data. Può essere che l'impegno sulla stagione estiva dell'imprenditoria turistica locale sia commisurato al peso che l'estate ha sull'offerta annuale; un peso verosimilmente modesto vista l'importanza relativa, anche in termini di mesi di apertura, di quella invernale.

Nel confronto con la provincia bresciana nel suo complesso, l'estate 2012 in valle Camonica, così come illustrata dalle risposte dei suoi operatori turistici, si trova in una posizione di maggiore sofferenza, sia a livello di tassi di occupazione, sia a livello di giudizio-percezione sulla stagione in generale. A livello di domande sulla clientela di tipo qualitativo, si segnala solo una divergenza veramente significativa: è qui molto maggiore il peso relativo degli operatori che segnalano un calo della clientela straniera (uno su 3). Ricordiamo tuttavia che il dato provinciale è condizionato dal peso della Riviera del Garda, con le sue peculiarità sul lato domanda, sul totale dei rispondenti.

Ha forse più senso una comparazione con la contigua val di Sole, se pure con il limite derivante dalla numerosità piuttosto scarsa degli operatori rispondenti. Qui il confronto, in particolare tra le risposte alla prima domanda, evidenzia un capovolgimento rispetto all'estate 2011. Se allora al di là del Tonale si segnalava una stagione almeno buona da parte di una percentuale di operatori decisamente più alta rispetto all'area camuna (40,75% contro 23,3%), quest'anno è vero il contrario (17,25% il dato riferito alla val di Sole, 33,35% quello della valle Camonica). Ha un peso rilevante, a spiegazione di tale capovolgimento, l'aumento della segnalazione di insoddisfazione da parte degli operatori solandri nei sondaggi di quest'anno, passata dal 9,25% al 24,15%. La mancata comparazione su un mese cruciale quale agosto rende peraltro ardua ogni possibile interpretazione della discordanza nel grado di soddisfazione al di qua ed al di là del Tonale. I tassi di occupazione di luglio, gli unici per i quali è possibile una comparazione, indicano una situazione migliore in val di Sole rispetto alla Valle Camonica. Settembre viene però giudicato più positivamente, in comparazione con l'estate 2011, dagli operatori camuni.

5. Congiuntur Consuntivo Estate 2012: il campione.

Il sondaggio Congiuntur Consuntivo Estate 2012 si è svolto dal 25 settembre al 2 ottobre 2012. Gli operatori iscritti erano 1270; di questi 171 hanno risposto alle domande del questionario (13,5%).

La seguente tabella riassume le caratteristiche degli operatori che hanno risposto:

	<i>Riviera del Garda</i>	<i>Val Sabbia e Lago d'Idro</i>	<i>Lago d'Iseo e Franciacorta</i>	<i>Val Trompia</i>	<i>Brescia e hinterland</i>	<i>Pianura Bresciana</i>	<i>Valle Camonica</i>	<i>Tot</i>
Hotel	38	3	5	2	5	3	13	69
Extra-alb. grande	9	5	1	0	0	0	5	20
Extra-alb. piccolo	40	3	10	2	6	6	15	82
Totale	87	11	16	4	11	9	33	171

La categoria “Hotel” è immediatamente comprensibile

La categoria “Extra-alberghiero grande” è costituita da 20 strutture così ripartite: 14 campeggi e 6 residenze turistico alberghiere (RTA).

La categoria “Extra-alberghiero piccolo” conta 82 unità formate da: 19 case ed appartamenti per vacanze (CAV), 8 alloggi ricettivi – affittacamere, 9 alloggi agrituristici, 4 case per ferie, 41 bed & breakfast e un ostello.

La suddivisione, utilizzata anche nell’analisi dei dati, risponde ad un criterio che combina tipologia d’offerta e dimensione. In particolare, l’extra-alberghiero piccolo è quasi sempre caratterizzato da strutture ricettive con meno di 10 camere, mentre l’extra-alberghiero grande supera generalmente il numero delle 50 camere/unità affittabili, a volte anche delle 100. Benché più variegata in termini di dimensione, la categoria “Hotel” si colloca tra gli altri due gruppi.

Relativamente alla tipologia “Hotel”, sotto il profilo della qualità del servizio offerto, i rispondenti sono così ripartiti: 3 esercizi con 1 stella, 12 esercizi con 2 stelle, 41 esercizi con 3 stelle e 13 esercizi con 4 stelle (nessun esercizio con 5 stelle ha risposto al questionario).

Per la tipologia “Extra-alberghiero grande”, le imprese si distribuiscono nel modo seguente:

- 14 campeggi, di cui sette a 2 stelle, cinque a 3 stelle e due a 4 stelle;
- 6 residenze turistico-alberghiere, di cui due a 2 stelle, una a 3 stelle e tre a 4 stelle.

Non esiste classificazione per le imprese della tipologia “Extra-alberghiero piccolo”.

Per quanto riguarda il peso, in percentuale, di ciascuna tipologia sul totale del campione rispondente, gli hotel pesano per il 40,35%, l’extra-alberghiero grande per l’11,7% e l’extra-alberghiero piccolo per il 47,95%.

Per quanto riguarda invece il peso, in percentuale, delle aree territoriali sul totale del campione, abbiamo la seguente situazione: Riviera del Garda 50,9%; Valle Sabbia e Lago d’Idro 6,4%; Lago d’Iseo e Franciacorta 9,4%; Val Trompia 2,3%; Brescia e hinterland 6,4%; Pianura Bresciana 5,3%; Valle Camonica 19,3%.