Cap. 2. Analisi per località

Riportiamo qui, come nella parte sul comprensorio montano, i principali indicatori sull'attività turistica della località per arrivare poi a descrivere l'articolazione del conto economico quale risulta dalle simulazioni condotte secondo le linee già descritte.
Da sottolineare che in alcune località assume particolare rilevanza la collocazione dell'hotel nella destinazione, cioè la posizione fronte mare o in seconda linea: tale situazione infatti condiziona prezzi e performance delle imprese, e di ciò sarà dato conto nell'analisi del conto economico. Inizieremo la descrizione da Jesolo Lido, località esaminata per prima e considerata parametro di riferimento per le altre, per procedere poi in ordine geografico.

2.1. Schede per località

Jesolo

La località rappresenta una situazione di "punta" nell'ambito delle spiagge venete, proprio in virtù del peso del comparto alberghiero sul resto della ricettività, e della quota – cha arriva al 50% - di posti letto alberghieri sul totale del comprensorio e ancor più di quella relativa alla domanda: a Jesolo infatti sono concentrati il 53% delle presenze alberghiere di tutto il comprensorio balneare della regione.

In valori assoluti negli alberghi di Jesolo si sono registrati nel 2002 negli alberghi 860.000 arrivi e 3,65 milioni di presenze presenze. Queste rappresentano circa il 67% del totale delle presenze registrate nel comune, quota percentuale ben più elevata, come visto nelle tabelle iniziali, rispetto a quella delle altre località
Ricordiamo inoltre tra le caratteristiche della località:
- l'inclusione nella regione turistica veneziana (per cui gli hotel locali sono utilizzati da coloro che vogliono visitare il capoluogo),
- una vicinanza con i centri urbani che dà origine anche a movimenti pendolari legati all'intrattenimento oltre che all'uso della risorsa spiaggia,
- una quota di stranieri (64%) significativa soprattutto nella componente alberghiera
- una stagione abbastanza prolungata e una serie di attività (sportive – congressuali) che fanno sì che il prodotto offerto non sia puramente balneare
- una permanenza media leggermente più bassa rispetto alla media.

In tabella si sono sintetizzate le caratteristiche dell'offerta alberghiera.
Nella distribuzione per stelle, risulta preponderante la presenza di tre stelle, che concentrano ben il 60% dell'offerta di posti letto locale, che appare comunque fortemente spostata verso le categorie medio alte. Il numero di posti letto medi per struttura, come di consueto, appare crescere con il numero di stelle, cos' come la quota di società di capitali. L'apertura stagionale risulta preponderante, con una media di 170 gg.. oscillante qui di tra i 5 e i 6 mesi l'anno.

Categoria	n. esercizi	Posti letto	%	Posti letto medi	% di SRL+SPA+ cooperative su totale	Apertura stagionale	giorni medi di apertura se stagionali	Personale Stagionale	Personale annuale
1 stella	45	1653	5%	36,7	4,4%	87%	159	2,6	0,2
2 stelle	85	4579	15%	53,9	9,4%	87%	169	5,0	0,3
3 stelle	209	18683	60%	89,4	18,2%	76%	171	10,4	0,4
4 stelle	52	6201	20%	119,3	34,6%	86%	176	20,3	1
Tot	391	31116	100%	79,6					

Esaminando la **distribuzione mensile delle presenze**, e il tasso di occupazione, notiamo che le strutture aperte raggiungono un tasso di occupazione soddisfacente in tutti i mesi (secondo i dati comunicati), ad eccezione di dicembre e gennaio (in cui gli esercizi aprono per pochi giorni in corrispondenza del Capodanno) anche se ci si avvicina alla piena occupazione solo in luglio e agosto. Il 63% delle presenze è comunque fatto registrare nel periodo giugno-agosto, ma sono relativamente alte anche le quote di maggio.
Per quanto riguarda la **permanenza media,** è chiaro come questa raggiunga il suo massimo in luglio, con 6,4 giorni, per rimanere intorno ai 2/3 giorni nel periodo "non balneare."

Tassi occupazione mensili e percentuali

	% presenze mensili su totale annue	permanenza media (in giorni)	% Tasso Occupazione netto
Gennaio	0,32%	2,66	8%
Febbraio	2,19%	2,46	41%
Marzo	3,38%	2,29	55%
Aprile	5,29%	2,24	48%
Maggio	10,63%	3,14	45%
Giugno	17,65%	4,57	70%
Luglio	21,91%	6,40	84%
Agosto	23,95%	5,88	92%
Settembre	11,35%	4,64	49%
Ottobre	2,58%	2,13	37%
Novembre	0,49%	2,06	16%
Dicembre	0,25%	2,14	1%
Tot.	100,0%	4,24	61%

La Struttura delle **imprese** alberghiere (*società o imprese individuali proprietarie/amministratrici*) secondo i dati dell'**Archivio ASIA** dell'**Istat** mostra che nella località esistono (a differenza di altre località climatiche) numerose "articolazioni", fino ad oltre 20 addetti (il 70% delle imprese di questo tipo nel comprensorio balneare si trova proprio a Jesolo), anche se l'80% di esse ha meno di 10 addetti. Il fatturato medio per addetto si aggira intorno ai 50.000 euro l'anno.

	Imprese	Addetti totali	n. medio addetti	Totale fatturato	Fatturato medio per impresa	Fatturato medio per addetto
Imprese	*331*	*2238*	*6,8*	*111244260*	*336085*	*49707*
Da 0 a 9 addetti	267	1258	4,7	58778295	220143	46723
Da 10 a 19	57	728	12,8	39213950	687964	53865
20 e oltre	7	252	36,0	13252015	1893145	52587

I prezzi

Sintetizziamo qui i **valori medi dei prezzi massimi e minimi dichiarati per alta e bassa stagione** dagli alberghi delle diverse categorie per tre tipologie di servizio: il pernottamento, la mezza pensione (HB) e la pensione completa (FB).

	Pernottamento in camera doppia in €				**HB (prezzo a persona in €)**				**FB (prezzo a persona in €)**			
	Bassa stagione		Alta stag		Bas stagione		Alta stag		Bassa stagione		Alta stag	
	min	max	Min	max	min	max	min	Max	min	max	min	max
1 stella	44,72	58,71	55,42	73,46	30,72	37,21	38,52	47,48	34,26	40,74	43,16	51,64
2 stelle	52,45	64,13	65,43	84,73	33,46	41,98	42,27	53,76	37,20	45,95	45,81	58,04
3 stelle	62,59	81,41	77,62	106,07	40,17	53,83	50,06	67,98	45,38	59,49	54,86	73,63
4 stelle	101,05	142,39	115,94	164,37	64,43	91,00	71,07	102,20	74,61	103,54	81,86	114,61

Come si può notare, esiste una segmentazione piuttosto "spinta" delle tariffe, che però risultano abbastanza omogenee, con un incremento significativo nei 4 stelle (i cui prezzi però talvolta possono essere più soggetti a contrattazioni da parte del turismo organizzato, almeno in certi periodi). Del resto, è la stessa numerosità degli alberghi di Jesolo – che tuttavia possono distinguersi per posizione rispetto al mare o alle piazze centrali e per categoria e servizi offerti.

Le differenze tra tariffa massima di bassa stagione e minima di alta sono in realtà poco apprezzabili se non nulle o di segno opposto. Il prezzo per la mezza pensione per persona risulta essere circa il 90-92% della pensione completa, e il pernottamento circa il 72%.
Le differenze tra bassa ed alta stagione sono più marcate nel pernottamento (riferito sempre alla camera doppia).

Il conto economico dell'albergo (*elaborato in collaborazione con gli operatori locali)*

In collaborazione con i rappresentanti dell'associazione albergatori di Jesolo sono stati analizzati i principali aspetti della ricettività alberghiera locale.

L'albergo considerato è:

- a 3 stelle (come il 53% del comparto)
- con 100 posti letto – (i posti letto medi per struttura sono 89,4)
- di proprietà

Per una rappresentazione più realistica del settore si è tenuto conto, oltre che della categoria e del numero di posti letto di un hotel-tipo, anche della localizzazione della struttura rispetto all'arenile, che qui risulta in grado di differenziare le performance dell'impresa.
Si è proceduto quindi a creare due prospetti differenti: uno che rappresenti gli hotel sul **frontemare** ed uno che rappresenti gli hotel posizionati nella zona retrostante ai primi (**II linea**).

Stagionalità

Jesolo presenta un periodo di apertura per alcune strutture alberghiere mediamente superiore alle altre località del comprensorio balneare veneto, ma, per rendere confrontabili i dati economici si è ritenuto opportuno considerare come periodo massimo di apertura quello dall'inizio di maggio alla fine di settembre, comprendendo anche le festività pasquali.
Per quanto riguarda i tassi di occupazione, è da segnalare come negli ultimi anni il mese di giugno abbia acquistato importanza tale da registrare tassi di occupazione molto simili a quelli del mese di luglio, che al contrario mostra un lieve declino.

Tassi di Occupazione Albergo Frontemare

- Tasso di Occupazione max: 95% - agosto
- Tasso di Occupazione min: 50% - maggio

Tassi di Occupazione Albergo in II linea

- Tasso di Occupazione max: 95% - agosto
- Tasso di Occupazione min: 60% maggio

E' da rilevare come, per le località balneari, la stagionalità si suddivida tra bassa, alta ed altissima, quest'ultima limitata alla sola settimana di ferragosto. Ciò comporta differenziazioni di prezzo che vivacizzano la competitività all'interno del comparto alberghiero, non solo tra località, ma anche fra operatori all'interno della stessa area.
Il tasso di occupazione risulta più alto a maggio negli hotel di II linea per il maggior utilizzo di questi da aprte dei gruppi, come si dirà oltre.

Fatturato: prodotto e prezzi – albergo Frontemare

Per quanto riguarda i prezzi, tutte le località balneari applicano tariffe diverse a seconda che ci si riferisca all'alta o alla bassa stagione, mettendo in atto differenziazioni di prezzo che, per quanto riguarda Jesolo, sono piuttosto dinamiche e finalizzate all'ampliamento del bacino di clientela.
Un elemento distintivo di Jesolo rispetto a tutte le altre località, eccetto Sottomarina-Chioggia con la quale si accomuna, è che in bassa stagione la località rappresenta un punto di appoggio per i gruppi che hanno come meta principale del viaggio la visita di Venezia.
In questo periodo i prezzi sono elemento di contrattazione con gli intermediari del turismo (T.O. ed agenzie e subiscono una flessione rilevante rispetto al prezzo di partenza).
Quanto sopra riportato si rispecchia nei prospetti dove sono stati indicati da parte degli operatori dei ribassi consistenti rispetto ai prezzi dichiarati alla Regione o reperibili in internet.
Per quanto riguarda la tipologia di servizi, durante il mese di agosto si rileva una richiesta pressoché esclusiva del servizio pensione completa (FB). Durante gli altri periodi di apertura le richieste sono suddivise

tra HB ed FB. La richiesta di solo pernottamento (BB) riveste carattere marginale. Vengono dunque riportati qui riportati dunque i prezzi di tutte le tre tipologie di servizio (a differenza di quanto fatto per la montagna).

Riportiamo di seguito i prezzi massimi e minimi presenti nel prospetto, avvertendo che, per il comprensorio balneare verranno riportati anche i prezzi dell'FB. In tale ambito, infatti, assieme all'HB l'FB è il servizio più richiesto. Viene altresì riportato il prezzo BB per un raffronto con il comprensorio montano:

- Prezzo max BB: € 56 – agosto
  Prezzo min BB € 33 – maggio settembre
- Prezzo max HB: € 64 – agosto
  Prezzo min HB: € 36 – maggio
- Prezzo max FB: € 69 – agosto
  Prezzo min FB: € 41 – maggio

Il fatturato stimato è pari a 588.987 euro. Il valore complessivo della produzione è di 630.660 euro.

Fatturato: prodotto e prezzi – albergo in seconda linea

Gli alberghi situati in seconda linea risentono molto delle determinazioni dei prezzi effettuate dagli alberghi frontemare. L'occupazione delle stanze di tale tipologia è subordinata alla piena occupazione degli hotel "fronte mare" e deriva da una spiccata sensibilità al prezzo da parte del cliente.
In bassa stagione gli hotel sul fronte mare applicano tariffe competitive per garantire l'attrazione di buona parte del segmento di turisti con un'elevata elasticità al prezzo, costringendo gli hotel in seconda linea ad abbassare ulteriormente le proprie tariffe o a restringere il periodo di apertura per mancanza di convenienza economica.
Per quanto riguarda i gruppi intermediati, sempre in bassa stagione, il tour operator non presenta una particolare preferenza sulla posizione degli hotel, ma piuttosto pone l'attenzione sulla convenienza economica del prezzo delle stanze.
I servizi più richiesto sono, come negli alberghi frontemare, l'HB e l'FB.
Riportiamo di seguito le tariffe praticate in un albergo per le varie tipologie di servizio.

- Prezzo max BB: € 41 – agosto
  Prezzo min BB € 18 – maggio settembre
- Prezzo max HB: € 48 – agosto
  Prezzo min HB: € 27 – maggio
- Prezzo max FB: € 56 – agosto
  Prezzo min FB: € 33 – maggio

Il fatturato stimato è pari a 481.400 euro. Il valore complessivo della produzione è di 512.400.
Nel comprensorio balneare i servizi aggiuntivi si possono riassumere nell'utilizzo della piscina e forse, in taluni sporadici casi, della palestra.

Numero addetti – Alberghi Frontemare

Dal prospetto si può rilevare che il numero medio di addetti è 16.
Nel numero complessivo di addetti è compresa la figura dell'imprenditore al quale, per l'attività svolta all'interno dell'azienda, viene riconosciuta la remunerazione di dirigente (livello quadro).
Tenuto conto dell'elevato numero di imprese a conduzione familiare, si è voluto evidenziare l'apporto lavorativo dei congiunti dell'imprenditore; essi sono mediamente 2, inquadrati nel 2° e nel 4° livello ed incidono nella misura di circa il 13% del costo del lavoro.

Numero addetti – Alberghi seconda linea

Il personale impiegato negli hotel posizionati sulla seconda linea, raggiunge il numero massimo di 14 persone, compreso l'imprenditore.
Si rileva che i familiari impiegati nell'attività sono, anche in tale tipologia di struttura ricettiva, mediamente due. Tuttavia, per effetto della diminuzione del numero complessivo di addetti proprio di tale categoria di alberghi, l'incidenza sul costo del lavoro aumenta dal 13% al 16%.

Fatturato per addetto – Frontemare

Il fatturato per addetto, riportato nel prospetto, è di € 39.400,00.
Tale ammontare si differenzia notevolmente dal fatturato di circa € 53.800,00/addetto, rinvenibile presso l'archivio ASIA (Archivio Statistico Imprese Attive), che registra la media del fatturato e degli addetti per ogni Comune senza distinzione tra categoria alberghiera.
La disparità dei valori è ascrivibile alla diversità delle fonti d'indagine dell'Archivio Statistico, il quale limitando la rilevazione agli addetti muniti di regolare contratto d'opera o professionale, probabilmente tralascia una certa quantità di operatori, legati da vincoli familiari, sprovvisti di titolo ufficiale.

Fatturato per addetto – seconda linea

Fanno rilevare un fatturato per addetto di € 36.600,00. Per essi valgono le considerazioni esposte sopra

Costo del personale - frontemare

La percentuale di incidenza del costo del lavoro sul valore della produzione (VdP) è di circa il 36%, quasi a metà tra la media del comprensorio montano (circa 40%) e la media regionale (31%).
Va evidenziato che al personale vengono retribuite ore di lavoro straordinario nei mesi con maggiore affluenza di turisti – luglio e agosto – mentre non viene riconosciuta, a differenza del comparto montano, nessuna integrazione salariale.
Nonostante l'incidenza del costo del lavoro sia elevata, non si registra un significativo ricorso alle forme contrattuali introdotte a fini di flessibilità e di contenimento degli oneri per il personale. La carenza di servizi specializzati comporta che in genere la professionalità del personale sia mediamente di medio-basso livello.

Costo del personale – seconda linea

Negli alberghi di seconda linea l'incidenza del costo del lavoro sul valore della produzione sale al 37% circa.

Costi fissi - Frontemare

I costi fissi di un albergo in frontemare sono dati principalmente dagli ammortamenti per ristrutturazioni e manutenzioni straordinarie dovute all'età media elevata delle strutture alberghiere e dal prezzo delle concessioni per l'arenile, che incide in modo consistente sul budget annuale. La percentuale dei costi fissi si aggira sul 36% del VdP.

Costi fissi – seconda linea

Per quanto riguarda la seconda linea i costi fissi incidono per circa il 37% del VdP.

Costi variabili - Frontemare

I costi variabili rappresentano il 26% del fatturato complessivo. Essi comprendono principalmente: il costo delle materie prime per la ristorazione; le utenze relative all'energia elettrica, acqua ecc.; l'esternalizzazione, limitatamente alla parte variabile, del servizio di lavanderia ecc.
I rappresentanti di categoria non hanno dato indicazioni sull'esistenza di gruppi d'acquisto per l'approvvigionamento di materie prime e servizi con lo scopo di contenere i costi.

Costi variabili – seconda linea

L'incidenza dei costi variabili per gli alberghi di seconda linea corrisponde ai valori del frontemare.

Oneri finanziari - Frontemare

Gli oneri finanziari sono riconducibili soprattutto all'accensione di mutui ipotecari ed aperture in conto corrente affidate, con un plafond di sconfinamento ed un tasso passivo concordati.
Essi sono stati stimati dagli operatori in un 3,5% del VdP.,
Gli indebitamenti sono destinati principalmente alla realizzazione di nuovi investimenti per l'ammodernamento delle strutture e l'adeguamento ai nuovi standards di servizio offerti dagli hotel di categoria 3 stelle (es.: piscina).

Oneri finanziari – seconda linea

Per gli alberghi di seconda linea gli oneri finanziari si riducono al 3% del VdP.

Il loro fatturato complessivo è inferiore del 30%-35% rispetto agli alberghi frontemare, ed il reddito ante-imposte si attesta conseguentemente su un valore inferiore alla metà di quello prodotto dalle strutture concorrenti.
Sono quindi decisamente inferiori le risorse disponibili per gli investimenti sull'attività.

Valore della produzione - Frontemare

Il Valore della produzione (€ 635.660,00) è dato dal fatturato + altri ricavi. La composizione del fatturato è stata più sopra descritta.
Gli altri ricavi derivano da consumazioni extra da parte della clientela dell'albergo. Appare pressoché trascurabile la domanda esterna di fruizione del servizio di ristorazione o di bar.
Nel comprensorio balneare si registra la pressoché totale assenza di servizi opzionali che non siano già compresi nel prezzo della stanza.
I rappresentanti di categoria hanno fatto rilevare come l'entità degli "altri ricavi" corrisponda al 6,5% circa del VdP.

Valore della produzione – seconda linea

Per la II linea il VdP è di circa € 512.400,00; per quanto riguarda gli "altri ricavi", l'incidenza sul VdP è di circa il 6%.

San Michele al Tagliamento – Bibione

Il comune di S. Michele al Tagliamento vede concentrata la sua attività turistica nella frazione di Bibione, località che si distingue per la "naturalità" (percorsi ciclabili, pineta, laguna) e per la presenza di uno stabilimento termale, e che ha avuto uno sviluppo relativamente recente, con alberghi anche di grandi dimensioni dotati di una serie di servizi. L'offerta dominante resta comunque quella extralberghiera, che raggiunge l'87% dei posti letto e concentra oltre l'80% delle presenze. Molto elevata la componente straniera della domanda (70%)
Nel comparto alberghiero il numero degli arrivi è pari a circa 160.000, mentre le presenze sono 925.000, e costituiscono il 13,4% del totale del comprensorio.
Dal punto di vista dell'offerta alberghiera, risulta che gli hotel di qualità medio-alta sono ben l'80% e che le dimensioni medie sono superiori alla media.

Categoria	n. esercizi	Posti letto	%	Posti letto medi	% di SRL+SPA+ cooperative su totale	Apertura stagionale	giorni medi di apertura se stagionali	Personale Stagionale	Personale annuale
1 stella	9	468	5%	52	0%	89%	138	7,1	0,5
2 stelle	19	1328	15%	69,9	10%	95%	139	8,2	0,2
3 stelle	53	5247	59%	99	19%	96%	141	14,2	0,5
4 stelle	13	1917	21%	147,5	23%	85%	152	28,3	3,3
Tot	94	8960	100%	95,3					

Il periodo di apertura è particolarmente limitato, che cresce con l'aumentare delle stelle ma che si mantiene in media tra i 4 e i 5 mesi. Sempre bassa la quota di società di capitali.
La **permanenza media** risulta in genere più alta che nelle altre destinazioni balneari, e arriva anche a sfiorare i 7 giorni

Esaminando la **distribuzione mensile delle presenze**, si riscontra la consueta distribuzione, con una incidenza quasi nulla dei mesi fino ad aprile e da ottobre a dicembre; maggio e settembre mostrano nel complesso discrete performance; ad avere la piena occupazione è sempre agosto.

Tassi occupazione mensili e percentuali

	% presenze mensili su totale annue	permanenza media (in giorni)	% Tasso Occupazione netto
Gennaio	0,04%	5,92	2%
Febbraio	0,12%	2,11	6%
Marzo	0,54%	2,60	19%
Aprile	0,99%	3,14	18%
Maggio	8,46%	4,26	37%
Giugno	21,17%	5,68	72%
Luglio	26,36%	6,98	86%
Agosto	29,8%	6,33	98%
Settembre	11,44%	6,36	56%
Ottobre	0,59%	4,24	19%
Novembre	0,26%	3,27	10%
Dicembre	0,16%	2,85	6%
Tot.	100,0%	5,93	64%

Queste le informazioni sulle imprese derivate dall'archivio ASIA

	Imprese	**Addetti totali**	**n. medio addetti**	**Totale fatturato**	**Fatturato medio per impresa**	**Fatturato medio per addetto**
Imprese	*72*	*621*	*8,6*	*36.849.995*	*511805*	*59340*
Da 0 a 9 addetti	52	269	5,2	15.288.511	294010	56835
Oltre i 10	20	352	17,6	21.561.484	1078074	61254

Da questi dati appare sostanzialmente una situazione originale in quanto il fatturato per addetto è particolarmente elevato; il numero medio di addetti è alto e piuttosto alto è anche il numero di imprese con oltre 10 addetti. L'offerta alberghiera di Bibione quindi si configura quindi come efficiente (in relazione anche al limitato periodo di apertura); forse lo sviluppo relativamente recente della destinazione ha condizionato il tipo di struttura alberghiera.

I **prezzi** mostrano una forte segmentazione già segnalata; si nota come i 4 stelle segnalino tariffe (almeno nei valori minimi) che non molto si discostano molto da quelle delle altre categorie.

	Pernottamento In camera doppia in €				**HB (prezzo a persona in €)**				**FB (prezzo a persona in €)**			
	Bassa stagione		Alta stag		bas stagione		Alta stag		Bassa stagione		Alta stag	
	Min	max	Min	max	min	max	min	Max	min	max	min	Max
1 stella	49,80	62,80	56,67	74,84	34,50	41,50	40,00	51,67	38,00	45,50	46,00	57,50
2 stelle	55,71	69,14	62,68	90,35	36,63	50,13	41,20	60,40	40,25	52,63	45,20	64,40
3 stelle	70,95	89,90	77,20	113,61	42,55	55,90	49,99	67,45	47,00	60,98	54,13	72,42
4 stelle	73,33	118,67	90,25	158,00	50,62	79,38	64,22	96,56	56,63	86,88	71,00	103,11

Il conto economico dell'albergo (*elaborato in collaborazione con gli operatori locali)*

Per la località di Bibione, come per Jesolo, sono stati contattati i rappresentanti dell'associazione albergatori con i quali si è sviluppato il prospetto di simulazione di bilancio sulle caratteristiche medie di un albergo della zona.
E' stato necessario anche per Bibione suddividere le strutture tra alberghi localizzati sul frontemare ed alberghi immediatamente retrostanti i primi.
A un successivo confronto tra le due realtà di Jesolo e di Bibione, è emersa una sostanziale differenza di fatturato e del reddito ante-imposte.
Da questo confronto risulta altresì come le imprese abbiano un tipo di organizzazione tecnicamente più strutturata, orientata all'efficienza.
L'albergo-tipo considerato dallo studio è:

- a 3 stelle (come il 56,4% del comparto)
- con 100 posti letto – (i posti letto medi per struttura sono 99)
- di proprietà

con la differenziazione tra **frontemare** e **seconda linea**.

Stagionalità

L'attività stagionale si apre con il primo di maggio e si chiude il 30 di settembre.
Bibione oltre ad essere una località turistica balneare, è anche un centro termale. Il prodotto termale ha una stagionalità più ampia rispetto al balneare, ma le strutture alberghiere di Bibione, dinanzi a questa opportunità, non hanno ritenuto conveniente ampliare il periodo di apertura.
I tassi di occupazione sono piuttosto elevati negli alberghi in frontemare, a differenza di quelli della seconda linea che riportano valori relativamente contenuti e decisamente bassi a maggio.
Come nelle altre località, anche a Bibione la stagione si suddivide in bassa, alta ed altissima (settimana di Ferragosto).

Indichiamo i minimi e massimi per le 2 diverse tipologie di albergo considerate:

Tassi di Occupazione Albergo Frontemare

- Tasso di Occupazione max: 100% - agosto
- Tasso di Occupazione min: 50% - maggio

Tassi di Occupazione Albergo in II linea

- Tasso di Occupazione max: 85% - agosto
- Tasso di Occupazione min: 30% - maggio, settembre

Fatturato: prodotto e prezzi – albergo Frontemare

Bibione, a differenza di Jesolo, ha una clientela formata per la quasi totalità di turisti individuali.
La clientela della località in esame dimostra una sensibilità al prezzo inferiore alla media dei turisti degli altri centri balneari. Lo dimostra il fatto che la maggior parte dei clienti non rinuncerebbe ad una camera sul frontemare per la sola motivazione del prezzo elevato.
I prezzi praticati alla clientela rientrano nella parte medio-alta del range dichiarato alla Regione, come già si è detto nella parte generale.
La tipologia di servizio più richiesto per la maggior parte del periodo di apertura è la pensione completa (80%), seguito dalla mezza (15%), mentre rimane marginale la richiesta di BB per tutto il periodo.
Ad una analisi delle tariffe praticate emerge che, in alta stagione, la differenza di prezzo tra il servizio BB ed HB è modesta, contrariamente alla bassa stagione, che registra un gap più marcato.
In alta stagione, nella quale tutto il personale è assunto a tempo pieno, c'è evidentemente più convenienza ad incentivare il servizio di HB ed FB rispetto alla bassa stagione.

- Prezzo max BB: € 60 – agosto
  Prezzo min BB € 26 – maggio
- Prezzo max HB: € 67 – agosto
  Prezzo min HB: € 44 – settembre
- Prezzo max FB: € 75 – agosto
  Prezzo min FB: € 52 – settembre

Il fatturato stimato è pari a circa 740.900 euro.
Il valore della produzione è di € 771.000 circa.
Tale importo risulta essere di molto superiore all'importo del fatturato di € 511.805, evidenziato dall'archivio ASIA - media dei valori addetti delle imprese alberghiere all'interno di un comune senza distinzione per categoria, che quindi viene ridotta a causa della presenza di hotel di più basso livello.

Fatturato: prodotto e prezzi – albergo in II linea

L'occupazione degli hotel della seconda linea è subordinata alla completa occupazione delle stanze delle strutture ricettive sul frontemare.
Dai tassi di occupazione si può evincere che la bassa stagione è limitata al mese di maggio e all'ultima quindicina di settembre.
Gli alberghi in seconda linea registrano soprattutto in questo periodo dei tassi di occupazione molto modesti.
Tale situazione è indice di una scarsità di presenze, non solo di clientela tradizionale, ma anche di turisti organizzati in gruppo, frequenti in bassa stagione in alcune delle altre località.

- Prezzo max BB: € 40 – agosto
  Prezzo min BB € 20 – maggio settembre
- Prezzo max HB: € 58 – agosto
  Prezzo min HB: € 29 – maggio
- Prezzo max FB: € 61 – agosto
  Prezzo min FB: € 35 – maggio

Il fatturato stimato è pari a 387.837 euro.
Il valore della produzione è di 428.872 euro.
Il dato, raffrontato con il fatturato dei frontemare, mette in risalto l'esistenza di una significativa **disomogeneità** tra le imprese all'interno di una stessa località.

Numero addetti – Alberghi Frontemare

Dalle verifiche si evince che il numero di addetti è di 18 unità, 2 unità in più rispetto a Jesolo.
Nel numero indicato è compresa anche la figura dell'imprenditore, con la qualifica di quadro.
Oltre alla figura dell'imprenditore, è stato incluso nell'organico un familiare che presta la propria attività all'interno dell'azienda, inquadrato al 2° livello.

Numero addetti – Alberghi II linea

Le strutture della seconda linea hanno un numero di addetti (14) inferiore al frontemare. Nel numero complessivo di addetti è inclusa anche la figura dell'imprenditore, inquadrato come dirigente (livello quadro).
Tra gli addetti si rileva almeno un membro della famiglia dell'imprenditore inquadrato al 3° livello

La differenza tra il numero di personale nelle strutture frontemare e II linea, può essere imputabile al minor numero di presenze ed ai tassi di occupazione più modesti riscontrabili nei secondi.
.

Fatturato per addetto – Frontemare

Il fatturato per addetto riportato nel prospetto è di € 42.829.
L'ammontare si contrappone al dato rinvenibile presso l'archivio ASIA di 61.254 euro, (Archivio Statistico Imprese Attive), che registra la media del fatturato e degli addetti per ogni Comune senza distinzione tra categoria alberghiera. La differenza è da imputare alla disomogeneità per quanto riguarda fatturato e numero di addetti tra rilevazione censuaria statistica e nostre simulazioni sul campo.

Fatturato per addetto – II linea

Il fatturato per addetto da prospetto è di 30.612 euro.

Costo del personale - frontemare

Il costo del personale ha un'incidenza sulla produzione di un 34,7%, valore che si avvicina molto a quello medio dichiarato nel comprensorio.
Va evidenziato che nella località di Bibione, al personale vengono retribuite un numero apprezzabile di ore di straordinario, significativamente superiore alle altre località balneari.
Anche a Bibione, come a Jesolo, nonostante l'incidenza del costo del lavoro sul fatturato abbastanza rilevante, non si fa ricorso a forme contrattuali "atipiche" introdotte per rendere più flessibile il lavoro con il conseguente riduzione degli oneri del personale.

Costo del personale – II linea

Più elevata è la percentuale del costo del lavoro presso le strutture situate nella II linea, 42,14% del VdP.

Costi fissi - Frontemare

I costi fissi, dati principalmente dagli ammortamenti per ristrutturazioni e manutenzioni straordinarie dovute all'età media degli stabili (da sottolineare che le strutture di Bibione sono mediamente più recenti che nelle altre località balneari) ed ai costi per le concessioni relative all'affitto dell'arenile, si mantengono sul 27% del VdP.

Costi fissi – II linea
Negli hotel della II linea l'indice si attesta sul 29% circa del VdP.

Costi variabili - Frontemare

L'incidenza dei costi variabili è del 20% sul VdP. Il valore dell'indice è relativamente basso se viene considerato che la media nel comprensorio si aggira sul 27%.
I rappresentanti di categoria hanno segnalato l'esistenza di gruppi di acquisto di imprese alberghiere, che hanno lo scopo di minimizzare i costi nell'approvvigionamento di materie prime e di servizi.

Costi variabili – II linea

Gli alberghi in II linea hanno la stessa incidenza di costi di quelli fronte mare (20% sul VdP).

Oneri finanziari - Frontemare

Gli oneri finanziari si aggirano sul 3% del VdP, indice nella media delle località balneari venete. Gli indebitamenti sono principalmente destinati a far fronte alla continua necessità di ammodernamento delle strutture.

Oneri finanziari – II linea

Per gli alberghi della seconda linea, questo indice è dell'1%.
Esso esprime un minor ricorso all'indebitamento rispetto alle strutture del frontemare.

Valore della produzione - Frontemare

Il valore della produzione negli alberghi fronte mare è circa 771.000 euro, composto dal fatturato per 740.000 euro circa, e da un 4% di "altri ricavi".
Bibione, come tutte le altre località del comprensorio, registra la quasi totale assenza di servizi extra, oltre al bar; quelli esistenti, come l'accesso alla piscina, sono già inclusi nel prezzo della camera.
Il servizio di ristorazione non è aperto al pubblico, ma è ad esclusivo servizio dei clienti dell'albergo.

Valore della produzione – II linea

Per la seconda linea il VdP è di circa 428.600 euro, mentre per quanto riguarda gli "altri ricavi" l'incidenza sul VdP è del 10% circa.
Tale dato è sensibilmente superiore a quello riscontrabile nelle strutture del frontemare in quanto questi esercizi aprono il servizio di bar anche ad un pubblico esterno, inoltre, esso rimane aperto per un periodo più lungo anche oltre la chiusura dell'albergo.

Caorle

La località di Caorle – caratterizzata dalla tipicità del centro storico, dall'attività peschereccia, della portualità turistica e dalla componente gastronomica e ambientale - conta circa 460.000 arrivi e 3,6 milioni di presenze nel suo complesso, ma all'interno di questi valori il comparto alberghiero conta solo – rispettivamente – il 45% e il 31%. (209.500 in valori assoluti e 1,13 milioni). L'offerta extralberghiera è perciò particolarmente rilevante. Nel complesso però la località supera la quota del 16% sul totale delle presenze del comprensorio balneare veneto.
La quota di presenze straniere negli alberghi supera il 60%.

Dal punto di vista dell'offerta alberghiera, si nota una concentrazione dell'offerta nelle categorie medie, ed ancora una rilevante quota degli hotel a 1 stella.

Categoria	n. esercizi	Posti letto	%	Posti letto medi	% di SRL+SPA+ cooperative su totale	Apertura stagionale	giorni medi di apertura se stagionali	Personale Stagionale	Personale annuale
1 stella	55	2467	22%	44,9	3%	91%	152	4,5	0,3
2 stelle	39	2416	22%	61,9	13%	95%	153	5,5	0
3 stelle	71	5827	52%	82,1	10%	89%	157	6,5	0,3
4 stelle	3	409	4%	136,3	66%	100%	140	23,6	0
Tot.	168	11119	100%	66,1					

Particolarmente interessante la situazione dell'apertura stagionale, effettuata dalla quasi totalità delle strutture: essa è costantemente intorno ai 150 giorni, denotando quindi una omogeneità dell'offerta sui 5 mesi, inferiore a quella di Jesolo. La quota di società di capitali è molto bassa nelle categorie inferiori.

Se la **permanenza media** supera i 6 giorni a luglio ed agosto, la **distribuzione mensile delle presenze** e i **tassi di occupazione mensili** calcolati sulla base delle aperture dichiarate fa emergere la tipica situazione della località stagionale (già differenziata rispetto a Jesolo).

Tassi occupazione mensili e percentuali

	% presenze mensili su totale annue	permanenza media (in giorni)	% Tasso Occupazione netto
Gennaio	0,08%	2,89	2%
Febbraio	0,26%	2,09	9%
Marzo	0,96%	2,53	13%
Aprile	1,18%	2,84	5%
Maggio	8,79%	3,53	27%
Giugno	20,33%	5,29	65%
Luglio	26,20%	6,61	83%
Agosto	30,24%	6,01	98%
Settembre	11,36%	5,72	38%
Ottobre	0,00	0,00	0,00
Novembre	0,16%	2,34	3%
Dicembre	0,12%	2,12	3%
Tot.	100,0%	5,40	46%

I tre quarti della clientela degli alberghi di Caorle sono concentrati nel trimestre giugno-luglio-agosto, mesi che fanno ottenere anche una permanenza media elevata e dei tassi di occupazione soddisfacenti, avvicinandosi alla piena occupazione dei posti letto.
Settembre dimostra una utilizzazione poco efficiente della capacità produttiva, anche se nel complesso raggiunge una quota positiva di presenze sul totale annuo.

Praticamente inconsistente la domanda turistica accolta nel periodo ottobre-aprile.
Per quanto invece riguarda la struttura delle imprese e il loro fatturato, si riscontra comunque un fatturato medio buono (50.000 euro per addetto), secondo i dati ASIA.

	Imprese	**Addetti totali**	**n. medio addetti**	**Totale fatturato**	**Fatturato medio per impresa**	**Fatturato medio per addetto**
Imprese	*150*	*749*	*5*	*38298825*	*255325*	*51133*
Da 0 a 9 addetti	137	558	4,1	27906600	203698	50012
Da 10 a 19	10	126	12,6	6649932	664993	52777
20 e oltre	3	65	22,2	3742293	1247431	57573

Per quanto riguarda **i prezzi**, si riscontra anche in questo caso una particolare segmentazione, che vede una certa omogeneità comunque tra le tariffe degli 1-2-3 stelle, secondo le scansioni già individuate. Più marcata la crescita dei prezzi nei 4 stelle (peraltro rari, come si è visto), in cui inoltre risulta piuttosto ampia la differenza tra tariffe minime e massime (anche oltre il 50%).
Nel complesso i valori sono allineati anche a quelli di Jesolo.

	Pernottamento in camera doppia in €				**HB (prezzo a persona in €)**				**FB (prezzo a persona in €)**			
	Bassa stagione		Alta stag		bas stagione		Alta stag		Bassa stagione		Alta stag	
	Min	max	min	Max	min	max	min	Max	min	max	min	max
1 stella	44.27	58,58	50,36	67,74	34,67	44,46	38,25	50,74	38,02	48,36	42,38	55,43
2 stelle	49,54	65,80	57,23	77,51	35,47	48,04	39,86	54,36	39,53	52,21	43.98	59,12
3 stelle	63,28	89,42	71,67	105,51	41,75	59,68	47,20	69,88	45,79	63,76	51,06	74,71
4 stelle	95,33	147,00	102,00	161,00	59,00	105,33	63,33	120,00	62,00	124.50	66,00	139,00

Il conto economico dell'albergo (*elaborato in collaborazione con gli operatori locali)*

In collaborazione con i rappresentanti degli operatori di Caorle è stato analizzato il comparto alberghiero della località.
Le strutture ricettive di Caorle, come anche quelle di Jesolo e Bibione, sono state divise tra "frontemare" e "seconda linea".
Si è mantenuto come struttura rappresentativa del settore alberghiero un hotel a 3 stelle con 100 posti letto per poter rendere confrontabili i dati tra le diverse località.
Le caratteristiche dell'albergo sono:

- 3 stelle (come il 42,26% del comparto)
- con 100 posti letto – (i posti letto medi per struttura sono 82,1)
- di proprietà

Stagionalità

Caorle si distingue dalle altre località balneari per la posizione del centro storico, che sorge in prossimità della spiaggia. Esso è parte integrante della destinazione balneare: quindi Caorle, oltre all'attrattiva della spiaggia (peraltro non molto estesa), offre anche uno scorcio sul centro urbano (ex villaggio di pescatori) molto caratteristico.
La stagione balneare per Caorle si differenzia leggermente dalle altre località: essa infatti risulta un po' più breve, iniziando il 15 di maggio e concludendosi il 15 di settembre.
L'andamento dei tassi di occupazione è molto simile a quello di Jesolo: maggio e settembre sono considerati mesi di bassa stagione, agosto si conferma il mese più importante, mentre giugno e luglio mostrano tassi di occupazione di pari livello.
Riportiamo i tassi di occupazione minimi e massimi del periodo:

Tassi di Occupazione Albergo Frontemare

- Tasso di Occupazione max: 95% - agosto
- Tasso di Occupazione min: 50% - maggio

Tassi di Occupazione Albergo in II linea

- Tasso di Occupazione max: 95% - agosto
- Tasso di Occupazione min: 60% maggio

Fatturato: prodotto e prezzi – albergo Frontemare

Gli alberghi di Caorle, come quelli di Bibione, non lavorano molto con il segmento dei gruppi, di conseguenza i prezzi praticati non risentono dei consistenti ribassi dovute alle contrattazioni con gli intermediari del turismo.
La località risulta frequentata prevalentemente dal segmento di clientela costituito dalle famiglie; i servizi quindi maggiormente richiesti sono rispettivamente la pensione completa e la mezza pensione, mentre rimane residuale ed è legata alla bassa stagione la richiesta di BB.
Il fatturato stimato è pari a 555.220 euro.
Il valore complessivo della produzione è di 595.286 euro, mentre dai dati ricavabili dall'archivio ASIA (che presenta una media di fatturato e addetti per tutte le categorie alberghiere di un comune), il fatturato complessivo risulta di 203.698 euro.
La differenza riscontrata è ancora una volta imputabile alla disomogeneità tra le diverse categorie di strutture appartenenti al comparto alberghiero (es.: alberghi ad 1 o più stelle), da cui deriva un abbassamento del valore del fatturato medio.

Riportiamo di seguito le tariffe praticate in un albergo per le varie tipologie di servizio:

- Prezzo max BB: € 50 – agosto
  Prezzo min BB: € 40 – maggio settembre
- Prezzo max HB: € 60 – agosto
  Prezzo min HB: € 50 – maggio
- Prezzo max FB: € 65 – agosto
  Prezzo min FB: € 55 – maggio

Numero addetti – Alberghi Frontemare

Dal prospetto il numero di addetti massimo risulta di 14 unità, 2 unità in più rispetto a Jesolo.
Nel numero complessivo di addetti è compreso l'imprenditore, inserito all'interno dell'organico come dirigente (livello quadro). Tra gli addetti risulta inoltre incluso un familiare che presta la propria attività all'interno dell'azienda, inquadrato al 2° livello.

Numero addetti – Alberghi II linea

Le strutture situate nella seconda linea contano mediamente 12 addetti durante la stagione, tra i quali si annovera l'imprenditore (quadro dirigente) e 2 familiari inseriti nell'attività al 2° e 4° livello professionale.

Fatturato per addetto – Frontemare

Il fatturato per addetto evidenziato nel prospetto risulta essere di € 42.297, mentre l'archivio ASIA (Archivio Statistico Imprese Attive: registra la media del fatturato e di addetti per comune, senza distinzione tra le categorie alberghiere) ci fornisce un importo di 59.340 euro.
La differenza potrebbe essere imputata alla forte disomogeneità di fatturato e di addetti all'interno della stessa categoria di alberghi.

Fatturato per addetto – II linea

Nella II linea la disomogeneità tra le strutture a 3 stelle è ancora più evidente, infatti, il fatturato per addetto da prospetto è di 36.309 euro contro i 50.012 euro di ASIA.

Costo del personale - frontemare

Il costo del personale incide sul valore della produzione per circa un 34%, valore che si avvicina molto a quello medio dichiarato nel comprensorio.
A Caorle, come in tutte le località balneari, non si registra il ricorso a forme di contratto più flessibili per il contenimento dei costi del lavoro.

Costo del personale – II linea

La percentuale d'incidenza del costo del lavoro, nelle strutture situate sulla II linea, rimane circa del 34% del VdP.
Dall'analisi dei dati si può ipotizzare che il numero di addetti sia legato all'entità del fatturato, creandosi una relazione proporzionale tra le due grandezze: alla diminuzione del fatturato corrisponde una diminuzione del numero di addetti impiegati nell'attività.

Costi fissi - Frontemare

L'incidenza dei costi fissi è del 29,72% del VdP, valore in linea con la media del comprensorio.
Le principali voci di costo sono gli ammortamenti per la struttura e per gli oneri pluriennali, e il prezzo delle concessioni demaniali per l'arenile.

Costi fissi – II linea

Negli hotel della II linea l'indice si attesta sul 32,20% circa del VdP.

Costi variabili - Frontemare

L'incidenza dei costi variabili è del 27,70% sul VdP, indice da considerare nella media del comprensorio balneare.
E' stata cura degli operatori informarci che anche Caorle si è organizzata in gruppi d'acquisto, come già segnalato per la località di Bibione, con lo scopo di accedere alla fornitura di materie prime e servizi a prezzi più convenienti. E' stato però fatto rilevare che solo un 50% degli albergatori vi aderisce, facendo perdere potere contrattuale al gruppo nei confronti dei fornitori.

Costi variabili – II linea

Gli alberghi in II linea presentano un'incidenza di costi variabili del 26.83% sul VdP.

Oneri finanziari - Frontemare

Gli oneri finanziari si aggirano sul 3% del VdP, indice riscontrato frequentemente presso le diverse località balneari venete.

Oneri finanziari – II linea

Questo indice rimane del 3% anche per gli alberghi della II linea; ovviamente gli importi in valore assoluto sono differenti e proporzionati al valore della produzione.

Valore della produzione - Frontemare

Il valore della produzione negli alberghi fronte mare è di 592.161 euro, dato dal fatturato per circa 552.000 euro, e da un 6% di "altri ricavi".
Caorle, avendo il centro storico vicino al mare, dirotta parte della clientela dell'albergo verso gli esercizi pubblici del centro, incidendo negativamente sulla vendita di prodotti da bar.

Valore della produzione – II linea

Per la II linea il VdP è di circa 472.013 euro, mentre per quanto riguarda gli "altri ricavi" l'incidenza sul VdP è del 6% circa

Eraclea Mare

La località di Eraclea – caratterizzata da un'offerta alberghiera nel complesso limitata, mentre più ampia è quella extralberghiera (rappresenta circa il 90%) – si distingue per valori ambientali. Gli arrivi totali sono 56800, e di questi circa il 20% nell'alberghiero (11.138), mentre le presenze totali sono 616.0000 e negli hotel poco più del 10%, cioè pari a 66000.
Sul totale delle presenze alberghiere del comprensorio Eraclea raggiunge solo l'1%
La componente straniera arriva al 45%.
Dal punto di vista dell'offerta alberghiera, si nota come essa si limitata alle prime tre categorie, e che il numero dei posti letto medi sia piuttosto basso. E' evidente che l'industria alberghiera mostra ancora una limitata evoluzione. Non presenti sono le società di capitale.

Categoria	n. esercizi	Posti letto	%	Posti letto medi	% di SRL+SPA+ cooperative su totale	Apertura stagionale	giorni medi di apertura se stagionali	Personale Stagionale	Personale annuale
1 stella	4	79	8%	19,8	0%	50%	152	2,3	2,5
2 stelle	6	256	27%	42,7	0%	83%	144	4,2	0,5
3 stelle	11	603	64%	54,8	0%	90%	160	6,6	0
Tot	21	938	100%	44,6					

L'attività è legata ad attività stagionale di durata intorno ai 5 mesi.
La **permanenza media** vede però in alcuni casi dei valori molto alti, legati probabilmente a situazioni particolari non commentabili. Il tasso di occupazione dichiarato dimostra una utilizzazione delle strutture non ottimale (max il 71% in agosto), che fa raggiungere una media solamente del 33%.

Esaminando la **distribuzione mensile delle presenze**, si nota una concentrazione piuttosto spinta: nel mese di agosto sono infatti concentrate oltre il 30% delle presenze.

Tassi occupazione mensili e percentuali

	% presenze mensili su totale annue	permanenza media (in giorni)	% Tasso Occupazione netto
Gennaio	0,62%	14,71	11%
Febbraio	0,58%	14,85	7%
Marzo	1,26%	3,17	13%
Aprile	1,08%	2,97	4%
Maggio	7,14%	3,76	16%
Giugno	18,72%	5,21	42%
Luglio	25,56%	6,59	56%
Agosto	32,82%	6,64	71%
Settembre	10,49%	6,76	25%
Ottobre	0,67%	29,47	6%
Novembre	0,64%	8,12	10%
Dicembre	0,40%	6,58	6%
Tot.	100,0%	5,93	33%

Aspetto rilevante è anche quello della limitata dimensione delle imprese e del fatturato (totale e per addetto) che resta al di sotto della media. Ovviamente ciò è condizionato anche dalla mancanza di hotel di categoria più elevata, che possono praticare prezzi più alti e quindi aumentare il fatturato.

	Imprese	Addetti totali	n. medio addetti	Totale fatturato	Fatturato medio per impresa	Fatturato medio per addetto
Da 0 a 19 addetti	21	107	5,1	4034557	192122	37706

Dal punto di vista dei prezzi dichiarati, si nota quindi una certa omogeneità tra i valori delle tariffe applicate dagli esercizi di diversa categoria.

	Pernottamento In camera doppia in €				HB (prezzo a persona in €)				FB (prezzo a persona in €)			
	Bassa stagione		Alta stag		Bas stagione		Alta stag		Bassa stagione		Alta stag	
	Min	max	Min	max	min	max	min	Max	min	Max	min	Max
1 stella	60.00	66.00	65.00	80.00	36.00	40.00	37.50	45.50	41.00	45.00	45.5 0	55.00
2 stelle	42,83	55,50	58,00	73,48	30,67	39,75	37,50	50,50	34,00	42,64	40,67	54,03
3 stelle	62,38	74,69	69,89	85,60	41,16	49,42	48,46	58,15	45,83	54,39	53,70	63,73

Il conto economico dell'albergo (*elaborato in collaborazione con gli operatori locali)*

Il prospetto di Eraclea è stato redatto tenendo conto dei dati forniti dalla regione Veneto e dall'archivio ASIA (Archivio Statistico Imprese Attive presso l'ISTAT) che registra la media del fatturato e addetti per impresa, senza distinzione per categoria alberghiera, e seguendo alcune indicazioni generali, messe a disposizione dai rappresentanti degli albergatori.
La tipologia di albergo, preso come riferimento per rappresentare il comparto ad Eraclea, è il 3 stelle, che in questa località ha un peso relativo abbastanza importante: 11 strutture su 21, con 60 posti letto.
Sinteticamente, un hotel:

- a 3 stelle (come il 52,38% del comparto)
- con 60 posti letto – (i posti letto medi per struttura sono 54,8)
- di proprietà

Stagionalità

L'apertura della stagione balneare a Eraclea si ha con il primo di maggio e si conclude con il 30 di settembre.
Riportiamo di seguito i tassi di occupazione calcolati partendo dai dati forniti dalla Regione.

Tassi di Occupazione

- Tasso di Occupazione max: 90% - agosto
- Tasso di Occupazione min: 30% - maggio

Fatturato: prodotto e prezzi

Il fatturato stimato è di 250.330 euro.
Il Valore della produzione è di 272.843 euro.
Quest'ultimo messo a confronto con i 192.122 euro, valore riportato dall'Archivio ASIA, pone in risalto come il fatturato degli alberghi ad 1 e 2 stelle, abbia fatto registrare un abbassamento della media.
Il servizio più richiesto è l'FB in alta stagione e il servizio di HB nella media e bassa stagione.
Da una ricerca svolta in internet sulle tariffe applicate e i servizi forniti dalle strutture alberghiere, si è potuto constatare che, il servizio di BB viene poco proposto dagli albergatori di Eraclea.
Riportiamo di seguito le tariffe minime e massime per tipologia di servizio:

- Prezzo max BB: € n.d. – agosto
  Prezzo min BB € n.d. – maggio
- Prezzo max HB: € 48 – agosto
  Prezzo min HB: € 32 – maggio
- Prezzo max FB: € 52 – agosto
  Prezzo min FB: € 36 – maggio

Numero addetti

Il numero massimo di addetti, nei mesi di maggior affluenza turistica, è di 7.
Il numero di addetti, rinvenibile dall'archivio della regione Veneto, è di 6,6; quello risultante dall'archivio ASIA, 5,1.
Da considerare che non è stato possibile indicare il numero di addetti provenienti dall'ambito familiare dell'imprenditore, in quanto non si sono avute informazioni sull'argomento dai rappresentanti di categoria.

Fatturato per addetto

Il fatturato stimato per addetto è di 38.978 euro, contro il dato dell'archivio ASIA di 37.706 euro.
I risultati evidenziano che il fatturato/addetti è molto vicino alle medie statistiche di ASIA.

Costo del personale

Il costo del personale, come anche segnalatoci dai rappresentanti di categoria, si attesta su una percentuale del 35% circa del VdP.
Il dato corrisponde alla media del comprensorio balneare, mentre risulta superiore alla media regionale del 31%.

Costi fissi

L'incidenza dei costi fissi sul VdP è del 27% circa.

Costi variabili

I costi variabili mostrano una percentuale d'incidenza sul VdP del 29% circa, in linea con quello che è la media del comprensorio.

Oneri finanziari

Di difficile quantificazione la percentuale d'incidenza media per località sul VdP, quindi stabilita in un 1% medio mensile come da valutazioni in letteratura (Federalberghi: Primo rapporto sul sistema alberghiero in Italia – vari anni).

Valore della produzione

Il valore della produzione è di circa 273.000 euro, e gli "altri ricavi" si possono quantificare in un 8%.

Cavallino Treporti

Il litorale del Cavallino (comune autonomo dal 31.12.1998) si presenta come una località balneare con caratteristiche molto particolari: un numero di presenze (pari a ben 5,8 milioni l'anno) molto elevato, ma anche una specializzazione nel turismo all'aria aperta e quindi nell'extralberghiero; una domanda prevalentemente estera, una permanenza media lunga, e così via.
Negli alberghi (i cui posti letto rappresentano solo l'1,8% dell'offerta totale) si sono registrati nel 2002 42700 arrivi e presenze 152.500 (pari al 2,7% del totale). Esse rappresentano il 2,2% del totale del comprensorio
Fortemente prevalente il gruppo dei 3 stelle. Le dimensioni medie non sono molto elevate; interessante è però notare che solo una quota limitata degli hotel dichiara di effettuare una apertura stagionale: quindi la stagionalità si configura al cavallino come abbastanza estesa.

Categoria	n. esercizi	Posti letto	%	Posti letto medi	% di SRL+SPA+ cooperative su totale	Apertura stagionale	giorni medi di apertura se stagionali	Personale Stagionale	Personale annuale
1 stella	3	74	6%	24,7	0%	66%	212	2	0,3
2 stelle	6	215	17%	35,8	0%	17%	178	3,2	0,3
3 stelle	13	855	66%	65,8	38,5%	23,%	166	6,8	2,2
4 stelle	1	156	12%	156	100%	0%	-	25	1
Tot	23	1300	100%	56,5					

La **permanenza media** negli hotel risulta piuttosto bassa rispetto alla media.

Esaminando la **distribuzione mensile delle presenze**, si nota che la concentrazione nei tre mesi estivi di giugno-luglio e agosto, pur elevata, è meno decisa che in altre destinazioni, mentre un'incidenza abbastanza significativa è presente a maggio; non trascurabile quella di mesi come aprile e ottobre (forse grazie alla vicinanza con Venezia). Il tasso di occupazione presenta maggior uniformità ma non appare mai prossimo alla piena utilizzazione

Tassi occupazione mensili e percentuali

	% presenze mensili su totale annue	permanenza media (in giorni)	% Tasso Occupazione netto
Gennaio	0,47	2,12	2%
Febbraio	2,89	2,04	14%
Marzo	3,43	2,15	15%
Aprile	5,10	2,21	23%
Maggio	12,40	3,28	47%
Giugno	16,14	3,97	63%
Luglio	20,47	4,65	78%
Agosto	22,11	5,05	85%
Settembre	9,38	3,90	38%
Ottobre	5,46	2,32	24%
Novembre	1,58	2,03	7%
Dicembre	0,55	1,82	3%
Tot.	100,00	3,57	36%

Non sono disponibili i dati dell'archivio ASIA sulle imprese.

Per quanto riguarda le tariffe dichiarate, si nota che non sono previsti tutti i trattamenti. Si evidenzia inoltre uno stacco abbastanza deciso tra le tariffe dei 3 stelle e quelle delle categorie inferiori.

	Pernottamento in camera doppia in €				HB (prezzo a persona in €)				FB (prezzo a persona in €)			
	Bassa stagione		Alta stag		bas stagione		Alta stag		Bassa stagione		Alta stag	
	Min	max	Min	max	Min	max	Min	Max	min	max	min	Max
1 stella	43.00	43.00	41.33	45.33			37.00	42.00			43,00	43,00
2 stelle	44,83	49,55	49,44	55,30	30,50	33,50	35,33	38,00	34,50	39,00	39,13	44,75
3 stelle	62,45	77,75	68,26	93,22	43,00	63,75	45,36	67,93	44,00	47,00	47,00	69,38
4 stelle	95.00	110.00	112.00	120.00					-	-	-	-

Il conto economico dell'albergo (*elaborato in collaborazione con gli operatori locali)*

Il prospetto per la località del Cavallino è stato redatto tenendo conto dei dati forniti dalla regione Veneto, ma non di quelli provenienti dall'archivio ASIA (Archivio Statistico Imprese Attive), che evidenzia la media del fatturato e degli addetti per impresa, senza considerare la diversità tra le diverse categorie alberghiere-.
La motivazione è da ricercare nella mancanza di dati esplicitamente riferiti alla località del Cavallino, ma aggregati con il comune di Venezia.
Per la località di Cavallino Treporti è stato considerato come albergo rappresentativo del comparto alberghiero della zona, una struttura di categoria tre stelle, categoria alla quale appartengono 13 hotel su 23 totali.
L'hotel considerato è:

- a 3 stelle (come il 56,52% del comparto)
- con 100 posti letto – (i posti letto medi per struttura sono 65,8)
- di proprietà

Stagionalità

La ricettività della località del Cavallino è caratterizzata soprattutto da strutture extralberghiere (campeggi ecc.), che attrae un numero elevato di turisti stranieri.
Il comparto alberghiero, con un numero di posti letto molto più limitato dell'extralberghiero, ha un numero di arrivi e di presenze relativamente poco indicative.
La stagione balneare nella località del Cavallino ha inizio dal primo di maggio e si conclude il 30 di settembre. I tassi di occupazione sono piuttosto elevati anche nel mese di maggio, considerato bassa stagione. Si riportano i tassi di occupazione medi, minimi e massimi, registrati nella stagione balneare:

Tassi di Occupazione

- Tasso di Occupazione max: 90% - agosto
- Tasso di Occupazione min: 40% - settembre

Fatturato: prodotto e prezzi

Il segmento di clientela più frequente nella località è di provenienza estera per i motivi sopra riportati, ed il target più rappresentativo è quello delle famiglie.
Il servizio maggiormente richiesto rimane la pensione completa (FB) in alta stagione e la mezza (HB) per la media e bassa stagione.
Il ricettivo alberghiero del Cavallino non si presta molto ad ospitare i gruppi, in quanto non ha molte strutture e la loro consistenza media, in termini di posti letto, è piuttosto limitata.

- Prezzo max BB: € 47 – agosto
  Prezzo min BB: € – 21 maggio
- Prezzo max HB: € 53 – agosto
  Prezzo min HB: € 29 – maggio
- Prezzo max FB: € 64 – agosto
  Prezzo min FB: € 37 – maggio

Il fatturato stimato è di 346.555 euro.
Il valore della produzione (VdP) è di 369.221

Numero addetti

Il numero massimo di addetti nei mesi di maggior affluenza turistica è 10.
Il dato della regione Veneto, sul numero di addetti medi per struttura, è 9.
Si precisa che non è stato possibile indicare il numero di familiari dell'imprenditore impiegati all'interno dell'attività, poiché il dato non era disponibile.

Fatturato per addetto

Il fatturato per addetto risultante dal prospetto è di 36.922 euro.
Questo dato non è confrontabile con nessun dato ufficiale, in quanto non esistono i dati dell'Archivio ASIA per questa località, ma rientra nella media dei valori riscontrabili in altre località.

Costo del personale

Il costo del personale si attesta su una percentuale del 37% circa del VdP, mentre nel comprensorio balneare si rilevano valori mediamente compresi tra il 33 e il 35%, e nella regione Veneto del 31%.

Costi fissi

L'incidenza dei costi fissi sul VdP è del 29,25%.

Costi variabili

I costi variabili hanno una percentuale d'incidenza del 27% circa sul VdP, in linea con la media del comprensorio.

Oneri finanziari

E' stata stabilita una percentuale dell'1% medio mensile come rilevabile in letteratura (Federalberghi: Primo rapporto sul sistema alberghiero in Italia – vari anni).

Valore della produzione

Il valore della produzione è di 369.221 euro, l'incidenza degli "altri ricavi" è di circa il 6% sul VdP, valore nella media del comprensorio balneare veneto.

Lido di Venezia

si configura come prodotto più vicino (per permanenza media, di poco superiore ai 2 giorni) a quello culturale veneziano che a quello balneare, tanto che è dubbia la possibilità di inserire questa località a pieno titolo nel comprensorio marino.
Notiamo infatti che
- la composizione della domanda è affine a quella del resto del comune di Venezia, con forte componente extraeuropea: 18% di presenze da USA, 12% da GB, 105 da Francia e 7% da Giappone e solo 6% da Germania. Nel complesso i turisti esteri effettuano l'80% delle presenze nella località
- che la permanenza media nel totale dell'anno è pari a 2,6 giorni, cioè più vicina a quella delle città d'arte che a quella delle località balneari, che è circa di 4,5 giorni
- che la composizione dell'offerta e della domanda è prevalentemente (90%) orientata all'alberghiero
- i prezzi sono totalmente (come si vede da tabella di sintesi) distanti dalla media del comprensorio, mentre risultano in linea piuttosto con quelli del Comune

Tuttavia, va registrato che l'apertura risulta in molti casi limitata al periodo che va da carnevale a fine ottobre. Il numero di arrivi alberghieri registrato al Lido è stato nel 2002 di 181.400 unità, mentre le presenze sono state 477.600 circa, valore che rappresenta il 6,9% del totale delle presenze nel comprensorio.

Nel dettaglio, l'offerta ricettiva è spostata sulle categorie più alte, in termini di posti letto. Interessante però notare che il numero di addetti si dimostra più alto, anche in rapporto ai letti, rispetto alla media degli hotel del comprensorio: una disponibilità ad offrire servizi che però si riflette poi sul prezzo.

Categoria	**n. esercizi**	**Posti letto**	**%**	**Posti letto medi**	**% di SRL+SPA+ cooperative su totale**	**Apertura stagionale**	**Giorni medi di apertura se stagionali**	**Personale Stagionale**	**Personale annuale**
1 stella	1	25	1%	25	0%	0%	-	-	1
2 stelle	6	269	9%	44,8	33%	83%	251	3,8	0,8
3 stelle	*21*	*1257*	*40%*	*61*	24%	33%	277	7,3	3,2
4 stelle	9	1230	39%	136,7	44%	22%	236	10,3	29,1
5 stelle	1	378	12%	378	100%	100%	246	210	22
Tot.	38	3159	100%	78,9					

I tassi di occupazione mensili e percentuali non sono disponibili, in quanto si tratta di località all'interno del comune di Venezia. Per lo stesso motivo non sono identificabili le aziende secondo l'archivio ASIA.

I prezzi evidenziano questa situazione anomala in maniera abbastanza evidente, essendo assolutamente "fuori linea" rispetto a quelle delle altre località (anche escludendo il "picco" del 5 stelle). Non è segnalata inoltre la tariffa per la bassa stagione.

	Pernottamento in camera doppia in €				**HB (prezzo a persona in €)**				**FB (prezzo a persona in €)**			
	Bassa stagione		Alta stag		bas stagione		Alta stag		Bassa stagione		Alta stag	
	Min	max	min	Max	min	max	min	Max	min	max	min	max
1 stella	-		42,00	83,00								
2 stelle			53,33	152,10			60,00	100,00			80,00	120,00
3 stelle	135,83	209,16	75,09	233,53			67,29	178,30			86,00	198,00
4 stelle			138,38	382,88			166.29	312,80			204,37	353,25
5 stelle			448.00	775,00			389,00	567,00			478,00	657,00

Data la specificità del Lido di Venezia, e alla difficoltà nel considerarlo come facente parte del comprensorio balneare, non ne viene proposta l'analisi del conto economico-tipo alberghiero.

Chioggia – Sottomarina

Il comune di Chioggia presenta caratteristiche particolari: alla situazione di Chioggia città (centro storico e produttivo) si affianca l'area balneare di Sottomarina, che dispone di ampia offerta ricettiva anche extralberghiera (questa concentra l'84% dei posti letto) e che si configura come "spiaggia urbana" data la vicinanza con le città principali.
La componente prevalente della domanda è italiana. Sul totale delle presenze (pari a 2 milioni nel 2002) solo il 20% circa è alberghiero (pari cioè a 409.000), mentre gli arrivi negli hotel sono circa 100.000. Sul totale del comprensorio Chioggia-Sottomarina raggiunge il 6% delle presenze.

Categoria	n. esercizi	Posti letto	%	Posti letto medi	% di SRL+SPA+ cooperative su totale	Apertura stagionale	giorni medi di apertura se stagionali	Personale Stagionale	Personale annuale
1 stella	19	640	16%	33,7	0%	79%	175	2,2	0,6
2 stelle	9	530	13%	58,9	0%	89%	159	3,9	1,3
3 stelle	36	2626	64%	72,9	6%	61%	211	4,8	1,5
4 stelle	3	316	8%	105,3	67%	33%	244	13,3	4
Tot	67	4112	100%	61,4					

Come evidente dalla tabella, molto forte è la concentrazione di 3 stelle; l'apertura è prevalentemente stagionale (ma non irrilevante è la quota di alberghi ad apertura continua, con personale annuale), anche se i giorni di attività sono piuttosto numerosi.
I tassi di occupazione dichiarati vedono una situazione particolare, cioè di non piena occupazione nel periodo estivo, ma con una utilizzazione tutto sommato significativa nei mesi primaverili e autunnali
Esaminando la **distribuzione mensile delle presenze**, si nota anche che la concentrazione nell'alta stagione non è così sensibile, e che significativi sono anche i mesi di maggio/aprile, probabilmente per l'inclusione nella regione turistica veneziana.
La **permanenza media** arriva a quasi 7 giorni in luglio.

Tassi occupazione mensili e percentuali

	% presenze mensili su totale annue	permanenza media (in giorni)	% Tasso Occupazione netto
Gennaio	0,50%	2,59	4%
Febbraio	2,85%	2,44	20%
Marzo	3,80%	2,27	19%
Aprile	6,30%	2,54	22%
Maggio	9,51%	2,52	29%
Giugno	17,52%	5,25	54%
Luglio	19,83%	6,96	59%
Agosto	22,61%	6,16	67%
Settembre	9,84%	3,46	31%
Ottobre	4,99%	2,83	23%
Novembre	1,46%	2,22	12%
Dicembre	0,80%	2,43	8%
Tot.	100,0%	4,04	35%

	Imprese	Addetti totali	n. medio addetti	Totale fatturato	Fatturato medio per impresa	Fatturato medio per addetto
Imprese	*63*	*321*	*5,1*	*14744706*	*234042*	*45934*
Da 0 a 9 addetti	58	240	4,1	10514536	181285	43811
10 e oltre	5	81	16,2	4230170	846034	52224

La maggior parte delle imprese appare di piccole dimensioni, e molto distacco c'è da quelle maggiori (si veda il numero di addetti). Medio il valore del fatturato per addetto.

Per quanto riguarda i prezzi, si notano dei valori leggermente più bassi della media regionale, anche se le proporzioni e gli scostamenti interni rimangono stabili.

	Pernottamento in camera doppia in €				**HB (prezzo a persona in €)**				**FB (prezzo a persona in €)**			
	Bassa stagione		Alta stag		Bas stagione		Alta stag		Bassa stagione		Alta stag	
	Min	max	min	max	Min	max	min	Max	min	max	min	Max
1 stella	32,92	36,71	40,27	50,14	32,00	36,08	33,75	45,47	34,58	40,54	36,51	48,67
2 stelle	44,25	52,00	49,83	68,95	33,33	37,50	36,89	50,71	35,67	40,50	40,05	54,60
3 stelle	51,96	65,80	50,15	78,04	38,32	50,01	38,13	59,17	41,74	53,87	42,35	63,79
4 stelle	51,65	87,80	59,05	124,49	28,41	67,14	38,05	84,21	36,15	72,30	45,30	92,65

Il conto economico dell'albergo (*elaborato in collaborazione con gli operatori locali)*

In collaborazione con i rappresentanti dell'Associazione Albergatori di Sottomarina è stato analizzato il settore alberghiero della località.
Nella costruzione del prospetto, per rappresentare in modo realistico il comparto alberghiero di Sottomarina, si è apportata la modifica del valore sulla consistenza media degli alberghi.
La consistenza media, in termini di posti letto, è di 72. Si è ritenuto quindi opportuno considerare un albergo di categoria 3 stelle con 80 posti letto, per evidenziare gli elementi caratterizzanti le strutture alberghiere di questa località. Le caratteristiche dell'albergo tipo sono quindi:

- a 3 stelle (come il 53,73% del comparto)
- con 80 posti letto – (i posti letto medi per struttura sono 72,3)
- di proprietà

Stagionalità

La stagione balneare a Sottomarina inizia il primo di maggio e si conclude il 30 di settembre.
Sottomarina, come Jesolo, risente dell'influenza dei gruppi che, fuori stagione, hanno come motivazione principale di vacanza la visita a Venezia. Bisogna però specificare che mentre per Jesolo è un business di una certa rilevanza, per Sottomarina lo è solo marginalmente.
La marginalità del fenomeno potrebbe derivare principalmente dal fatto che il numero degli alberghi non è molto elevato (67 contro i 391 di Jesolo) e con una disponibilità di posti letto limitata per l'ospitalità dei gruppi numerosi.
L'elemento distintivo dei tassi di occupazione, in questa località balneare, è il valore di riferimento del mese di maggio, 30%. Tale valore sembra indicare, non solo la scarsità delle presenze di turisti individuali, ma anche un' affluenza limitata dei gruppi.

Tassi di Occupazione

- Tasso di Occupazione max: 90% - agosto
- Tasso di Occupazione min: 30% - maggio

Fatturato: prodotto e prezzi

Il fatturato stimato è di 326.808 euro, conto i 234.042 euro riportato dall'Archivio ASIA (Archivio Statistico Imprese Attive: esso riporta la media del fatturato delle imprese e degli addetti per comune, senza distinzione per categoria alberghiera).
Il quadro riportato potrebbe essere spiegabile con il numero elevato di alberghi di categoria inferiore, 1 o 2 stelle, che porta ad un abbassamento della media del fatturato nel comune di Chioggia.
Le tariffe di Sottomarina si collocano nella parte bassa del range dei prezzi dichiarati alla regione.
Il servizio maggiormente richiesto è la pensione completa (FB) in alta stagione, seguito dalla mezza (HB), mentre nella bassa e media stagione anche il servizio BB acquista una certa importanza, raggiungendo un indice del 40% nel mese di maggio e del 30% nel mese di settembre.

- Prezzo max BB: € 38 – agosto
  Prezzo min BB € 26 – maggio
- Prezzo max HB: € 47 – agosto
  Prezzo min HB: € 30 – maggio
- Prezzo max FB: € 52 – agosto
  Prezzo min FB: € 35 – maggio

Numero addetti

Dal prospetto si evince che il numero massimo di addetti, per un hotel a 3 stelle, è 7.
Il numero complessivo di personale riscontrabile presso l'archivio della Regione è di 6, per l'archivio ASIA 4,1.
Si rileva che nel numero degli addetti, oltre la figura dell'imprenditore (livello quadro), è incluso anche un familiare di quest'ultimo, inquadrandolo come 3° livello.

Fatturato per addetto

Il fatturato per addetto risultante dal prospetto è di 49.144 euro, mentre l'archivio ASIA riporta un dato di 45.934 euro.
I dati evidenziano che il rapporto tra il fatturato e il numero di addetti si avvicina alle medie statistiche dell'archivio ASIA.

Costo del personale

L'incidenza del costo del personale sul VdP si attesta sul 28% circa, sensibilmente inferiore alla media dichiarata nel comprensorio balneare (33-35%), inferiore anche all'indice medio regionale del 31%.

Costi fissi

L'incidenza dei costi fissi sul VdP è del 34,59%, valore abbastanza elevato rispetto alla media delle altre località balneari.

Costi variabili

La percentuale d'incidenza dei costi variabili è del 29% circa, in linea con la media del comprensorio.
Dai rappresentanti di categoria di Sottomarina non è stato menzionato alcun gruppo d'acquisto che in qualche modo possa ridurre l'incidenza di questa tipologia di costi sul totale del fatturato.

Oneri finanziari

Gli oneri finanziari sono stati indicati con una percentuale sul VdP dell'1%.

Valore della produzione

Il valore della produzione stimato è 344.000 euro, con un'incidenza degli "altri ricavi" del 5%.
Questo valore esprime i proventi derivanti dalle consumazioni extra dei clienti.
Nelle località balneari non è frequente l'apertura al pubblico del servizio di bar e ristorazione, e ancor meno frequente che siano autonomamente attivi fuori stagione.

Rosolina Mare

La località di Rosolina – collocata in Provincia di Rovigo – vede uno sbilanciamento dell'offerta e della domanda sull'extralberghiero (che concentra oltre il 90% delle presenze)
Gli arrivi nelle strutture alberghiere sono 21.900, mentre le presenze (che arrivano a costituire solo l'1,35 sul totale del comprensorio) sono 89.700. La componente principale della domanda è straniera.
L'offerta è strutturata con una predominanza degli esercizi di bassa categoria, ma le ampie dimensioni degli hotel a 3 e 4 stelle mutano di molto le proporzioni per quanto attiene ai posti letto. L'apertura è stagionale circa nella metà dei casi.

Categoria	n. esercizi	Posti letto	%	Posti letto medi	% di SRL+SPA+ cooperative su totale	Apertura stagionale	giorni medi di apertura se stagionali	Personale Stagionale	Personale annuale
1 stella	3	77	7%	25,7	0%	33%	n.d.	n.d.	n.d.
2 stelle	6	232	21%	38,7	16,7%	50%	178	10,2	3,0
3 stelle	6	497	46%	82,8	16,7%	50%	177	8,0	7,0
4 stelle	2	280	26%	140,0	100%	100%	167	25,0	2,0
tot	17	1086	100%	64,8					

Da **Archivio ASIA** emerge però una situazione difficilmente compatibile (diversità di numero di addetti).

	Imprese	Addetti totali	n. medio addetti	Totale fatturato	Fatturato medio per impresa	Fatturato medio per addetto
Da 0 a 9 addetti	10	28	2,8	1259028	125903	44965

Esaminando la **distribuzione mensile delle presenze**, si nota la consueta distribuzione, con un peso tutto sommato significativo di settembre e maggio. L'utilizzazione dichiarata dei posti letto alberghieri però risulta poco soddisfacente, non arrivando all'80% nemmeno ad agosto. La **permanenza media** sfiora i 6 giorni in alta stagione.

Tassi occupazione mensili e percentuali

	% presenze mensili su totale annue	permanenza media (in giorni)	% Tasso Occupazione netto
Gennaio	0,29%	1,49	3%
Febbraio	1,11%	1,49	8%
Marzo	2,77%	2,33	17%
Aprile	3,24%	2,08	11%
Maggio	8,06%	2,48	22%
Giugno	16,65%	3,88	46%
Luglio	23,02%	5,83	62%
Agosto	28,83%	5,86	78%
Settembre	12,60%	4,56	38%
Ottobre	1,72%	2,18	11%
Novembre	0,93%	2,45	8%
Dicembre	0,78%	2,07	5%
Tot.	100,0%	4,10	34%

I prezzi forniti non dispongono delle voci relative alla bassa stagione. Particolarmente elevati rispetto alla medie quelli dei 4 stelle.

	Pernottamento in camera doppia in €				**HB (prezzo a persona in €)**				**FB (prezzo a persona in €)**			
	Bassa stag.		Alta stag.		Bas stagione		Alta stag		Bassa stagione		Alta stag	
	Min	max	Min	max	min	max	min	Max	min	max	min	Max
1 stella			26,83	53,66			35,33	47,00			43,77	67,11
2 stelle			50,29	67,84			29,80	47,46			34,03	55,13
3 stelle			54,50	71,83			35,00	56,50			38,50	61,67
4 stelle			98,00	164,00			70,00	160,00			-	-

Il conto economico dell'albergo (*elaborato in collaborazione con gli operatori locali)*

In collaborazione con gli operatori del luogo, sono state analizzate le caratteristiche specifiche della località di Rosolina.
Rosolina conta complessivamente 17 alberghi di cui 6 a 3 stelle, 30% circa del comparto.
Nonostante l'hotel a 3 stelle, per il limitato numero di strutture, non sia rappresentativo del settore alberghiero in Rosolina, si è comunque stabilito di considerarlo come tale, attribuendo all'aspetto di comparabilità con le altre località balneari un'importanza decisiva.
L'hotel considerato è quindi:

- a 3 stelle (come il 32,29% del comparto)
- con 100 posti letto – (i posti letto medi per struttura sono 82,8)
- di proprietà

Stagionalità

Rosolina, come molte delle altre realtà, apre la stagione balneare l'1 di maggio e la conclude il 30 di settembre.
Il tasso di occupazione di agosto è ancora una volta il più elevato. Il tasso di occupazione del mese di giugno rimane in secondo piano rispetto a quello di luglio, a differenza di alcune altre località, in cui i due tassi mostravano valori molto simili. I mesi di maggio e settembre hanno dei tassi di occupazione nella media.

Tassi di Occupazione

- Tasso di Occupazione max: 90% - agosto
- Tasso di Occupazione min: 40% - maggio

Fatturato: prodotto e prezzi

La stagione dichiarata dagli operatori di Rosolina alla Regione è unica, con tariffe minime e massime.
Si rileva che i prezzi riportati nel prospetto rientrano nel range dichiarato, e si collocano in una fascia media.
La clientela è composta principalmente da famiglie di provenienza italiana.
Il servizio più richiesto è la pensione completa (FB) e la mezza pensione (HB) nei mesi di massima affluenza turistica. Il servizio di BB nei mesi di luglio e di agosto è pari a zero, e solo nel mese di maggio evidenzia una percentuale del 10%.
Si riportano le tariffe minime e massime evidenziate nel prospetto:

- Prezzo max BB: € 38 – agosto
  Prezzo min BB € 27 – maggio
- Prezzo max HB: € 46 – agosto
  Prezzo min HB: € 37 – maggio
- Prezzo max FB: € 48 – agosto
  Prezzo min FB: € 39 – maggio

Il fatturato stimato è di 462.616 euro, contro i 125.903 euro per impresa riportato dall'Archivio ASIA (Archivio Statistico Imprese Attive), che registra il fatturato e gli addetti medi per impresa, senza considerare la categoria alberghiera. Questo quadro è giustificabile con un numero consistente di alberghi di categoria inferiore, 1 o 2 stelle (53% circa del comparto) rispetto alla categoria 3 stelle esaminata.

Numero addetti

Il numero di addetti da prospetto è 11, fra questi è incluso l'imprenditore (livello quadro) e 2 familiari inquadrati al 2° e al 4° livello; quello risultante dall'archivio ASIA è invece di 2,8 unità. Il numero di addetti dichiarato dagli operatori è probabilmente più rispondente alla media reale della struttura a cui ci si riferisce.

Fatturato per addetto

Il fatturato per addetto risultante dal prospetto è di 42.056 euro, mentre l'archivio ASIA riporta un dato di 44.965 euro.
I risultati evidenziano un fatturato per addetto abbastanza vicino alla media statistica dell'archivio ASIA.

Costo del personale

Il costo del personale è il 33% del VdP. Nel comprensorio balneare si aggira sul 33-35%, e la media regionale è del 31%.

Costi fissi

I costi fissi risultano del 28% sul VdP, percentuale in linea rispetto alla media delle altre località balneari.

Costi variabili

L'incidenza dei costi variabili è di circa il 31% del VdP, leggermente superiore ai valori riscontrati nelle altre località.
Gli operatori di Rosolina non hanno fatto menzione dell'esistenza di gruppi d'acquisto utili per poter ridurre l'incidenza dei costi variabili sul totale del fatturato.

Oneri finanziari

Gli oneri finanziari sono stati indicati con una percentuale sul VdP del 3%.

Valore della produzione

Il valore della produzione è di 462.616 euro, l'incidenza degli altri ricavi è dell'8% circa
Tale valore risulta leggermente superiore all'incidenza media dichiarata nelle altre località balneari ed è originato dai ricavi legati al servizio di bar, aperto anche al pubblico.

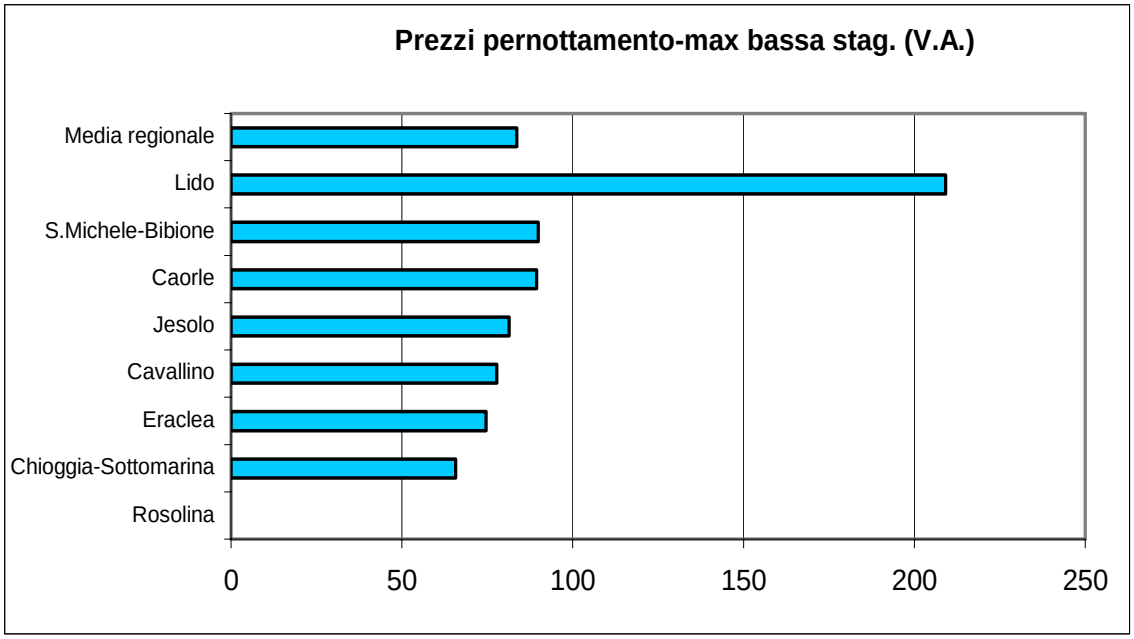
2. 2. Confronti e osservazioni

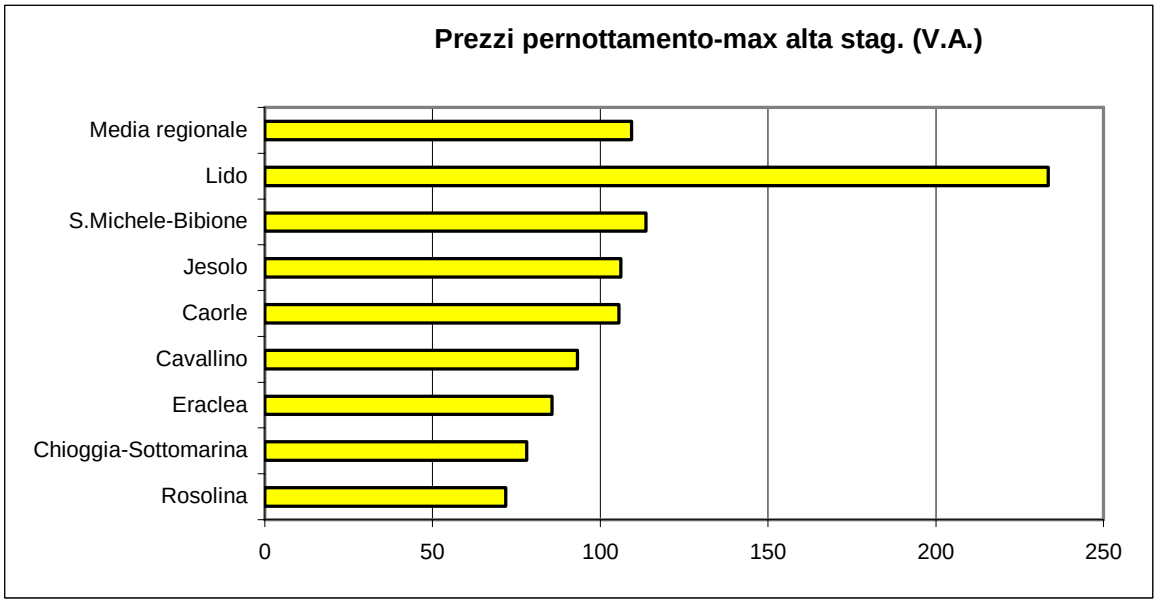
Le osservazioni che emergono fin da ora portano all'evidenza di una certa omogeneità del comprensorio balneare veneto, pur in presenza di situazione diversificate, definite dalla diversa tipologia di prodotto.
Alcune località sono infatti votate all'extralberghiero; altre hanno caratteristiche di "spiagge urbane" e sono inserite anche nel sistema turistico veneziano, mentre altre dispongono di un'offerta più legata ai temi ambientali, al relax e al benessere.
Dai grafici già riportati, si nota la decisa prevalenza di Jesolo nel comprensorio per quanto riguarda letti, presenze e fatturato, pur con alcune variazioni nel peso.

E' utile però ora confrontare alcuni elementi che distinguono la situazione del management alberghiero nei diversi luoghi, partendo appunto dai prezzi dichiarati. Confrontiamo dunque in tabella le tariffe dei tre stelle per quanto riguarda il pernottamento in camera doppia e la pensione completa per persona.

Prezzi in euro Pernottamento in camera doppia	Bassa stagione		Alta stagione	
	min	Max	min	max
Jesolo	62,59	81,41	77,62	106,07
Cavallino	62,45	77,75	68,26	93,22
Caorle	63,28	89,42	71,67	105,51
S.Michele-Bibione	70,95	89,9	77,2	113,61
Eraclea	62,38	74,69	69,89	85,6
Chioggia-Sottomarina	51,96	65,8	50,15	78,04
Lido	135,83	209,16	75,09	233,53
Rosolina	0	0	54,5	71,83
Media regionale	63,36	83,64	73,02	109,33

Visualizziamo anche nel grafico i confronti sui prezzi massimi e minimi per il pernottamento in valore assoluto dichiarati dagli hotel a tre stelle delle diverse località.



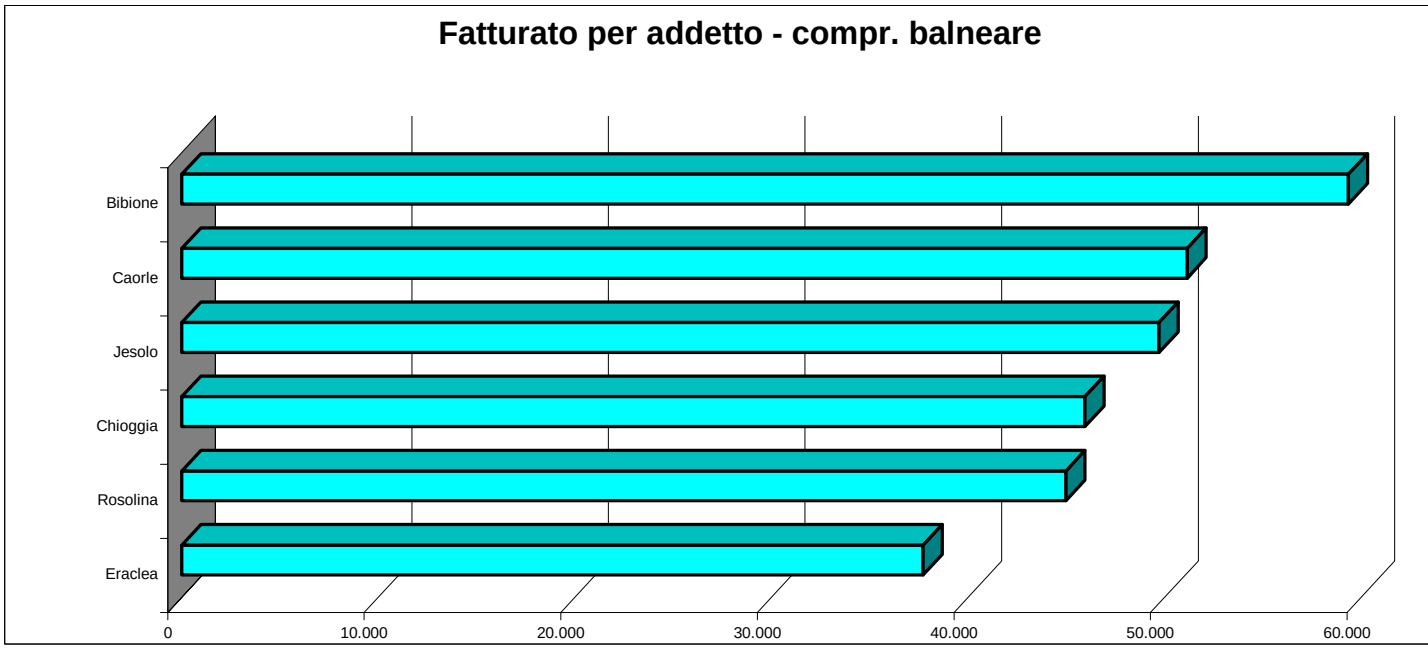


Per quanto riguarda i prezzi, quasi a conferma dei valori su esposti, si nota – soprattutto per il pernottamento – che i valori maggiori sono dichiarati a S. Michele-Bibione, seguito da Jesolo e Caorle mentre i più bassi sono a Chioggia-Sottomarina. Per la pensione completa invece sono Caorle, Jesolo e Bibione a presentare i prezzi più elevati. Da segnalare inoltre come tra alta e bassa stagione le differenze di tariffe più significative siano a Jesolo e al Cavallino.
Nettamente distanti, come abbiamo avuto modo di segnalare, le tariffe del Lido.
Ribadiamo ancora che nel confronto tra prezzi va ricordato che a seconda delle località essi possono comprendere servizi differenti (per esempio il servizio spiaggia, noleggio ombrelloni e sdraio).
Infine, alcune variazioni possono essere dovute alla presenza di letti aggiunti e al fatto che siano praticate tariffe ridotte per i bambini.

Riportiamo qui i prezzi massimi in bassa stagione e in alta stagione per la pensione completa

Prezzi in euro per persona in pensione completa	Max bassa stagione	Max alta stagione
Jesolo	59,49	73,63
Cavallino	47,00	69,38
Caorle	63,76	74,71
S.Michele-Bibione	60,98	72,42
Eraclea	42,64	54,03
Chioggia-Sottomarina	53,87	63,79
Lido	nd	353,25
Rosolina	nd	61,67
Media regionale	60,06	73,75

Si notino poi le differenze tra i valori del **fatturato per addetto**, in cui si nota l'emergere di S. Michele-Bibione, pur in presenza di una certa omogeneità, e il basso valore di Eraclea.



Le **questioni** più rilevanti per la gestione alberghiera finora risultanti dall'analisi delle destinazioni – e analoghe in parte a quelle già esposte per il comprensorio "monti" – riguardano quindi:

a. i rischi della concentrazione stagionale della domanda,
b. la sostenibilità economica del prolungamento eventuale dell'apertura e le condizioni per la redditività dell'impresa
c. l'insufficiente adozione di una politica dei prezzi efficace
d. la limitata politica di investimenti con obiettivi di medio-lungo periodo (anche per il rinnovamento del prodotto)
e. la carenza di una politica sistematica di contenimento e razionalizzazione dei costi
- per quanto riguarda il costo del lavoro
- per quanto riguarda il possibile utilizzo di servizi comuni, ecc.

f. il problema del reperimento di personale qualificato e stagionale
g. la scarsa propensione a differenziare la domanda e ad ampliare il portafoglio clienti, soprattutto in momenti di crisi di alcuni bacini di domanda
h. la limitata presenza di iniziative di promozione, intese anche in collaborazione con l'ente pubblico, e la eventuale partecipazione a politiche in sinergia tra spiagge
i. la rilevanza del rapporto con la destinazione e il suo ambiente (balneabilità, qualità ambientale, smaltimento rifiuti, ecc.).

PARTE III. Brevi considerazioni finali

Le analisi condotte si collocano in un periodo in cui gli albergatori, e non solo, denunciano una riduzione degli utili che deriva, da un lato, dal contesto congiunturale (economico e produttivo), che ha determinato una contrazione della domanda turistica e della propensione a spendere, dall'altro dall'aumento della concorrenza.
Tale situazione si situa da un lato in una congiuntura particolarmente critica per il turismo internazionale, ma prevista di durata limitata, dall'altro in una fase del ciclo di vita delle destinazioni sia marine che montane tipicamente matura e con bassi o nulli tassi di crescita.
La componente strutturale richiederebbe quindi come risposta una serie di investimenti e di innovazioni (dell'impresa e della destinazione), a diversi livelli, che però fatica ad essere realizzata a causa:
- della criticità congiunturale (che non dà possibilità di accumulo del capitale)
- della rigidità delle strutture organizzative che si traduce in una certa difficoltà a rispondere alle esigenze del mercato, tipica del comparto alberghiero nel suo complesso e ancor più delle strutture di tipo familiare delle località turistiche stagionali.

Peraltro, si deve sottolineare che emerge da parte degli imprenditori una scarsa consapevolezza delle variabili che condizionano la redditività, e in particolare una reale difficoltà nell'individuare i costi e le loro proporzioni. Il costo maggiormente rilevato, e su cui si esercita il maggior controllo, risulta quello del personale dipendente, che viene considerato come la principale variabile critica della gestione. Minor rilievo viene dato ai costi variabili (raramente controllati) e ai costi fissi (ammortamenti ecc.) che, soprattutto nei casi di proprietà dell'immobile, vengono percepiti con difficoltà dall'operatore (pur essendo contabilizzati). Ciò dipende anche dal fatto che gli stabili risalgono in media a circa 40 anni fa e quindi i costi principali sono già stati ammortizzati.

Si segnala dunque la necessità anche da parte dell'ente pubblico di interventi che mettano a disposizione degli albergatori fondi per i miglioramenti qualitativi delle strutture, ma anche per l'aggiornamento e la conoscenza degli strumenti di gestione operativi più efficaci.

Scendiamo comunque in un maggior **dettaglio,** su alcuni temi chiave che condizionano gestione, competitività e redditività in generale e più in dettaglio per i due comprensori.

Premettiamo una sintesi delle principali differenze nelle strutture alberghiere di mare e montagna *che,* pur essendo in entrambi i casi stagionali, destinate a una clientela "vacanziera", gestite in maniera familiare appaiono simili per molti aspetti, fanno emergere disparità riguardo

- le dimensioni medie: in montagna l'hotel tipo è di 50 posti letto circa, al mare tra gli 80 e i 100
- la diversa lunghezza della stagione e quindi la maggior concentrazione della redditività in pochi mesi nelle località balneari.
- la possibilità di differenziazione di prezzi e costi nelle località balneari a seconda della posizione (fronte mare o seconda linea), a fronte di una maggior stabilità nelle località montane
- una maggior precisione nella valutazione di costi e ricavi nelle località balneari; d'altro lato, i dati di quest'area risultano meno in linea di quelli montani con le medie derivanti dalle statistiche ufficiali.

a) **la destinazione**
Le caratteristiche della destinazione condizionano le performance delle aziende e il loro posizionamento nel mercato: clientela, prodotto offerto, prezzi possono essere influenzati da azioni sulla destinazione e dai comportamenti dei vari attori.
E' ovvio che **promozione, infrastrutture, salvaguardia ambientale, regolamentazione urbanistica, organizzazione di eventi** (compiti affidati generalmente agli enti pubblici) possono condizionare la qualità dell'offerta e la notorietà della località.
Del resto anche i costi fissi di struttura ecc. possono essere condizionati dal "pregio" della località o dalla posizione in essa (aree centrali o meno, ecc.)
Anche altri aspetti possono condizionare le performance alberghiere:
- la **concorrenza all'interno della destinazione**, che si può giocare sia tra i diversi hotel che con l'offerta ricettiva extralberghiera: gli alberghi devono quindi agire sul rapporto qualità prezzo per differenziarsi
- l'offerta **di altri servizi o attrazioni** nella destinazione, che può condizionare il prodotto offerto: ad esempio, laddove nelle località sia limitata l'offerta di ristorazione in grado di garantire un buon

rapporto qualità/prezzo (come accade frequentemente in montagna), sarà frequente un trattamento di pensione completa o mezza pensione; analogamente a seconda dei servizi ricreativi presenti nella località le attività alberghiere (soprattutto poi quelle che afferiscono agli "altri ricavi") possono essere potenziate.

- la **collocazione nella regione turistica:** per alcune destinazioni balneari (Jesolo e Sottomarina) un rilevante elemento che condiziona il prodotto e le performance alberghiere deriva dall'inclusione della località nella regione turistica veneziana, cioè l'utilizzo dei posti letto della costa per ospitare gruppi diretti a Venezia, a prezzo più basso che nella città lagunare. Ciò porta un utilizzo delle strutture anche in bassa stagione, con l'offerta di un prodotto non più balneare (solo servizi di mezza pensione) ma di diverso tipo, con prezzi bassi, clientela spesso diversa da quella tradizionale e una struttura dei costi diversa.
- le **innovazioni di prodotto della destinazione**: grazie alla presenza di particolari interventi o iniziative possono esserci variazioni nel periodo di apertura o politiche tariffarie diverse. SI pensi ad eventi come gare sportive in montagna, ma soprattutto ai più evidenti interventi di creazione del prodotto termale a Bibione, del golfistico e del congressuale-fieristico (a Jesolo o Caorle). Innovazioni di tale genere sono di fatto molto più presenti nel comprensorio balneare che in quello montano, innanzitutto per effetto degli evidenti vincoli territoriali e di accessibilità. Vanno tuttavia segnalate alcune importanti iniziative come l'apertura delle Terme di Valgrande in Comelico o rafforzamenti degli impianti di risalita e sportivi o dei percorsi naturalistici e delle aree protette. Il legame però con le performance alberghiere risulta più debole. Evidentemente diverso è l'impatto dei diversi tipi di intervento nelle performance alberghiere: più alto per es. nel caso del congressuale, più limitato nel caso di interventi che muovono soprattutto l'escursionismo.
- la **localizzazione** della struttura all'interno della destinazione: nel comprensorio balneare ci sono nette differenze tra il gruppo degli alberghi frontemare, che possono spuntare dei prezzi più alti, e quelli di seconda o terza linea. Distinzione di tale tipo non risulta attiva invece nel comprensorio montano (se non per singoli casi). Possibile anche una differenziazione di prezzo a seconda della vicinanza ad aree "di pregio" (es. le terme) o al centro

b) il **mercato**.

Mare e montagna sono tipologie tradizionali di vacanza, che fino a una decina di anni fa vedevano una certa ripetitività dei comportamenti turistici: durata abbastanza elevata, fidelizzazione, prenotazione anticipata, mercati consolidati, clientela prevalentemente individuale e non intermediata. Si trattava di una domanda che, pur nella sua frammentazione, poteva definirsi come abbastanza prevedibile, nel numero, nella scansione temporale e nelle esigenze. Tuttavia oggi le aziende si trovano a confrontarsi con una minor prevedibilità e capacità di programmazione (anche a causa delle condizioni congiunturali generali). Si afferma anche tra gli stranieri la prenotazione sotto data, si riduce la permanenza media, cambia il prodotto consumato.

A ciò si aggiunge il cambiamento nei mercati di provenienza, con l'ingresso significativo della componente dell'Est Europa sia al mare che in montagna.

Va segnalato comunque che per il mare l'obiettivo principale sia quello di selezionare i mercati, per evitare uno scadimento della qualità della clientela, mentre per la montagna è quello di mantenere e allargare i bacini di utenza, evitando il declino.

Per quanto riguarda **l'intermediazione**, va sottolineato che essa può essere relativa sia alla proposta di vacanza balneare o montana per gruppi o individuali, o di tipo diversa: in ogni caso essa condiziona le performance dell'impresa.

Gli alberghi veneti marini sono raramente inseriti in cataloghi dei tour operatori italiani;

gli hotel montani presenti sui cataloghi sono quelli di dimensioni maggiori, e in genere gli stessi sono presentati da più operatori. Le località rappresentate sono in genere: Cortina, Misurina (Auronzo), Borca di Cadore, Selva di Cadore, S. Vito, Falcade, e anche Malga Ciapela.

Ciò dipende dalle caratteristiche degli hotel (piccole dimensioni) e dalla preferenza accordata ai clienti diretti, in altra stagione. Tale situazione si può rivelare molto diversa in altre tipologie di località.

Nelle località balneari la presenza dei tour operator invece può portare, come si è detto, in bassa stagione a tener aperto l'albergo ed ospitare gruppi diretti a Venezia, ovviamente a basso prezzo. La soluzione appare positiva perché migliora l'utilizzo della capacità produttiva dell'albergo, ma non sempre si traduce in "reddito" per l'impresa e per la destinazione, che non riceve altri impatti dal pernottamento turistico.

c) la redditività e la stagionalità.

La gestione delle imprese alberghiere montane e marine come si è detto convive con la caratteristica della concentrazione stagionale, e talvolta con il rischio climatico (brutto tempo, o mancanza di innevamento).

La redditività deve essere quindi garantita dai pochi mesi di apertura, e nel comprensorio balneare la crucialità della questione è ancora maggiore. Resta quindi centrale la capacità di trarre reddito in poche

settimane di attività, in cui l'impianto è spesso utilizzato a pieno regime e in cui efficacia ed efficienza devono essere massime. In questi periodi – soprattutto al mare – i servizi dell'hotel vengono usati in maniera completa (spiaggia, piscina, ristorazione).
I mesi portatori di reddito restano quelli di alta stagione, ma solo l'apertura prolungata può permettere una miglior copertura dei costi fissi.
Nel complesso emerge che il mese che porta maggiore fatturato è quello di agosto, in cui si arriva ad ottenere nelle località balneari fino al 35% dei ricavi, e anche in quelle montane si arriva al 30%. Ciò rende particolarmente "delicato" il controllo di questo mese. Segue poi luglio e per i comuni montani febbraio.

d) **l'organizzazione e il fattore lavoro.**
In generale, emerge sostanzialmente una gestione e tradizionale, legata alla struttura familiare, che del resto rimane la soluzione per garantire l'efficienza nei costi (tramite un impiego "intensivo" delle risorse familiari). Fondamentale quindi il controllo dei costi tramite la ricerca di una produttività "spinta" in alcuni periodi e più moderata in altri, a causa della concentrazione stagionale dell'attività.
Da segnalare che la valutazione economica dell'impegno dei familiari dell'imprenditori – impegno presente in maniera generalizzata – è stata nei prospetti qui proposti esplicitata solo per quanto riguarda le imprese del balneare.
Al "nocciolo duro" familiare si contrappone la richiesta di flessibilità degli altri addetti, che devono essere disponibili nei periodi richiesti e qualificati, e sempre disposti a lavorare con alti tassi di produttività. Il reperimento e la contrattualistica di questo tipo di personale – che va da quello più specifico a quello meno, (cuoco o cameriere ai piani) risulta il problema principale della gestione alberghiera. Contratti d'area, possibilità di flessibilità, agevolazioni fiscali e sugli oneri, formazione e soluzioni per il personale extracomunitario sono i temi più caldi e le richieste più pressanti degli albergatori.
La ristorazione resta attività cardine, che distingue appunto il prodotto montano e balneare, e condiziona fortemente l'organizzazione del lavoro e le competenze richieste.
Del resto, una differenza che emerge tra località è anche relativa all'utilizzo della forza lavoro: a pari numero di letti in diverse località può corrispondere un diverso numero di addetti (da 7 a 11). Tale variabilità è particolarmente intensa in montagna, ma significativo è il dato che dimostra che nelle località balneari la produttività della manodopera sia maggiore rispetto a quelle montane: a ogni addetto infatti corrisponde un maggior numero di camere. Ciò dipende anche dalle diverse dimensioni delle strutture e dalla loro diversa organizzazione.
Da sottolineare che ruolo di rilievo ha anche il **mercato del lavoro locale**, con disponibilità di personale diversa, tipologia di contratti attesi e carico di lavoro "medio" per località, oltre che costi del lavoro diversi.

e) Il controllo dei costi
Si è già detto della difficoltà di valutare la distribuzione dei costi in generale. La presenza dell'imprenditore e dei suoi congiunti tra le persone direttamente occupate, e la compresenza, talvolta (specie in montagna) di struttura produttiva e di abitazione, rende ovviamente difficile valutare realmente il conto economico (costi, tra cui quelli fissi, come gli ammortamenti) e la redditività dell'attività.
Ben definiti sono i costi del personale dipendente, e per questa tipologia si effettua generalmente un controllo dei costi e della produttività.
Gli approvvigionamenti di materie prime o dotazioni sono solo raramente effettuati tramite gruppi di acquisto: in parte questo può tradursi in una rigidità di costi e difficoltà di risparmio; in parte però può garantire nella destinazione la sopravvivenza di alcune attività produttive e commerciali che non potrebbero altrimenti essere sostenute dai residenti.
E' comunque da segnalare che nelle località balneari, anche a causa della maggiore concentrazione di strutture ricettive, è più frequente il ricorso a gruppi di acquisto e alla conseguente posizione di forza nei confronti dei fornitori.
La possibilità di ridurre i costi e di instaurare delle procedure più efficienti nella fornitura di servizi comuni, che siano però anche più flessibili: per esempio cucine e sale ristoranti comuni per 2 o più alberghi.
Altre iniziative che possono avere valore strategico comportano nel breve periodo dei costi. Si pensi alle pratiche dell'"Albergo per l'ambiente" di Jesolo in cui vengono adottate delle tecniche per il risparmio energetico, che portano inizialmente dei costi di investimento per apparecchiature specifiche ma possono poi far ottenere dei risparmi nel consumi, oltre che un maggior rispetto per l'ambiente. Si tratta di iniziative incentrate essenzialmente sul coinvolgimento di più alberghi
Altri investimenti di rilievo limitato ma significativi per il posizionamento e per il soddisfacimento della clientela possono essere quelli dell'acquisto di biciclette o di arredi particolari.
Alcuni costi possono derivare poi dall'adeguamento a standard e a normative (eliminazione barriere architettoniche, HACCP)
Nel complesso le politiche per il contenimento dei costi, pur esistenti, appaiono poco strutturate; queste, come quelle per i ricavi e più strategiche, sono spesso collegate all'esistenza di **associazioni** locali

sufficientemente ampie e strutturate. La presenza di gruppi costituisce dunque una variabile sicuramente rilevante.
Altra considerazione è relativa agli oneri finanziari: essi per gli alberghi montani sono spesso stati considerati pari a quanto indicato in letteratura, mentre al mare si è riscontrata una maggior precisione da parte degli operatori nell'indicare l'esatta incidenza. Ciò dipende dalla maggior consapevolezza degli operatori balneari sui costi e investimenti sostenuti per manutenzioni e ammodernamenti.

f) I ricavi: prezzi e prodotto
Ulteriore tema di riflessione è quello legato ai ricavi e quindi alla programmazione dei prezzi e quantità di notti vendute.
I prezzi appaiono – come si è detto – complessivamente poco distanti dalla media al mare, e più differenziati in montagna, a seconda delle località.
Mediamente le tariffe praticate dagli alberghi del mare risultano più alte di quelle della montagna, anche per la maggior concentrazione dell'attività e la maggior richiesta di camere in determinati periodi.
Rispetto alle tariffe di Cortina quelle delle altre località montane – che godono di minor rendita di posizione – sono molto più basse; al mare invece solo il Lido, che peraltro offre un prodotto da "città d'arte" si discosta fortemente dagli altri.
Varie però sono le offerte a seconda del periodo, della tipologia di stanza, ecc. Particolarmente rilevante al mare l'incremento di prezzo tra la prima linea frontemare e la seconda.
Dal punto di vista del trattamento, risulta che l'offerta generalmente più conveniente è quella della pensione completa: l'incremento di prezzo rispetto al pernottamento è nel complesso limitato, e serve essenzialmente a coprire i costi variabili eccedenti. La convenienza della pensione completa per il cliente mira comunque a trattenere il cliente nella struttura, situazione ritenuta ideale.
Nel complesso l'attività dell'albergo tende ad evitare in alta stagione il "turista di una notte" e – quando l'attività è a pieno regime – cercare di trattenere il più possibile il pernottante in hotel, per fargli anche utilizzare tutti i servizi extra a pagamento.
Tuttavia questa pratica si scontra – soprattutto in alcune situazioni – con le tendenze dalla domanda, che vanno verso la ricerca di soluzioni più flessibili ed eventualmente della possibilità di fruire di servizi vari e completi ma "opzionali".
Per quanto riguarda la flessibilità delle tariffe, essa è applicata generalmente ai gruppi in bassa stagione o a turisti con lunga permanenza o abituali, oltre che – come ovvio – ai bambini.
La variazione delle tariffe tra stagioni ha differenze significative tra i due comprensori.
Esiste comunque una differenza tra prezzi praticati realmente e prezzi dichiarati ufficialmente: mediamente risulta che le tariffe al mare sono del 15% circa inferiori rispetto a quelle esposte sulle directory della Regione. Meno ampia la differenza riscontrata in montagna.
L'insieme delle tariffe proposte al mare però è piuttosto articolato: nel sito web della Regione sono dichiarate tariffe minime e massime per alta e bassa stagione (con le eccezioni di Rosolina e Lido); nei tariffari aziendali le differenze sono ancora più fini, variando di settimana in settimana a seconda della richiesta. La riflessione sull'opportunità di variare la proposte di tariffe uscendo dalla più rigida segmentazione tradizionale è recentemente emersa presso gli operatori di alcune località balneari, per seguire anche le concentrazioni della domanda.
In montagna invece si presentano solo le cifre massime e minime per una stagione unica, entro le quali il range è ovviamente più ampio. Più articolate le proposte comunicate dalle singole aziende. L'applicazione delle tariffe varia a seconda della strutturazione in "pacchetto" come nel caso delle settimane bianche, e del periodo, con forti picchi nel periodo natalizio. Minori le variazioni nel periodo estivo.
La proposta di servizi aggiuntivi come sauna, piscina, ecc. (piuttosto in crescita nelle località montane, anche nei 3 stelle oltre che nei 4) porta alla possibilità di fissare tariffe anche per gli extra, che quindi vengono ad assumere un valore strategico. Più frequente al mare il "tutto compreso". L'arricchimento del prodotto nei 3 e 4 stelle porta – in entrambi i comprensori – a maggiori differenziazioni di prezzo e a una maggiore "forbice" tra massimo e minimo. In molti casi la risposta alle crisi o ai mutamenti del mercato consiste in un mero adeguamento dei prezzi e a un più serrato controllo dei costi.
Piuttosto scarso l'utilizzo di **canali alternativi**; Internet pur essendo utilizzato per la comunicazione, non raccoglie offerte speciali o possibilità di acquisto on line se non in casi limitati. L'intermediazione è utilizzata e porta alla vendita a prezzi minori in alcuni casi. Scarsi i gruppi, a causa delle ridotte dimensioni medie degli hotel, soprattutto in montagna.
Molto raro del resto è l'esempio di albergo-resort con servizi integrati (sport, ecc.): tipologia che appartiene in Veneto piuttosto all'extralberghiero o a nuove concezioni di struttura.

g) le innovazioni

Nel complesso la sensibilità per alcuni grandi temi come l'allungamento della stagione, l'ambiente, le evoluzioni della clientela, differenziazione del prodotto e arricchimento di quello della destinazione sono in crescita, ma trovano più difficilmente traduzione esplicita nelle attività quotidiane.

Tuttavia, la sensibilità verso le esigenze della clientela in termini di intrattenimento, animazione, ecc. si dimostra attraverso la creazione di nuove forme di ricreazione, più frequenti al mare e presenti in montagna come servizi a pagamento.

Da notare infine che per la creazione di prodotti sono possibili anche iniziative che coinvolgono più aziende: l'ideazione di network o di servizi comuni, ecc. o il ricorso all'intermediazione. Quest'ultima viene utilizzata comunque solo secondariamente e in bassa stagione, privilegiando sempre gli individuali a prezzo pieno.

I risultati fanno emergere delle situazioni oltremodo differenziate a seconda delle località. In sintesi però si possono definire **queste criticità**

- Scarsa elaborazione di strategie per affrontare i trend di stasi o crisi della domanda
- Scarsa propensione a differenziare la domanda e a rinnovare il prodotto offerto
- Scarsa consapevolezza dell'andamento e dell'articolazione dei costi
- Carenza di una politica sistematica di contenimento e razionalizzazione dei costi:
  - Costo del lavoro
  - possibilità di utilizzo di servizi comuni, ecc.
- Necessità di razionalizzare la produzione e migliorare i tassi di occupazione (in riferimento a particolari mesi) con conseguente miglioramento la redditività aziendale
- La difficoltà di reperimento di personale qualificato e stagionale
- L'insufficiente adozione di una politica dei prezzi efficace, sia nell'ambito della singola destinazione, che nella relazione tra diverse località.

Ulteriori conclusioni potranno essere tratte al termine dell'analisi di tutti i comprensori turistici regionali.