



**Regione Toscana**

Diritti Valori Innovazione Sostenibilità

**Rilevazione dei prezzi  
effettivamente praticati  
dall'offerta  
balneare toscana**



**osservatorio  
regionale  
del turismo  
in Toscana**



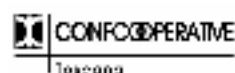
**Rilevazione dei prezzi effettivamente praticati dall'offerta balneare toscana  
CAT regionali di Confindustria e Confesercenti della Toscana**

**Regione Toscana – Giunta Regionale  
Direzione Generale dello Sviluppo Economico**

**Coordinamento a cura di:  
Area Politiche del Turismo, Commercio e Attività Terziarie**

**Redazione a cura di:  
CAT regionali di Confindustria e Confesercenti della Toscana**

**Anno 2008  
Distribuzione gratuita  
Pubblicazione dell'Osservatorio Regionale del Turismo della Toscana**





Rilevazione dei prezzi  
effettivamente praticati  
dall'offerta balneare toscana

---

**Linee progettuali preliminari**

4 luglio 2008

## IL MONITORAGGIO DEI PREZZI COME FATTORE DEL MARKETING TURISTICO

Il turismo balneare è ormai generalmente considerato un prodotto turistico maturo e la costa toscana non sfugge a questa regola pur conservando nel complesso una grande forza attrattiva, se è vero che quella balneare continua a rappresentare per numero di presenze la prima "risorsa prevalente" dell'offerta turistica toscana (16.500.00 nel 2006 contro 15.158.000 nel 2005 – Irpet ). Le politiche regionali pubbliche e private sono impegnate ormai da tempo nella ricerca di nuove strategie competitive, imperniate prevalentemente sul miglioramento della qualità e sulla diversificazione dell'offerta, territoriale e d'impresa. Tuttavia, il rapido aumento delle destinazioni concorrenti, dalla Spagna alla Croazia, dalla Turchia al Nord Africa, per citare solo quelle più vicine, ha inevitabilmente finito con l'assegnare alla variabile prezzo un ruolo, se non esclusivo, certamente rilevante; tanto più per un prodotto turistico come quello balneare in larga misura fungibile, in quanto ancora (ma sempre meno) connotato da un interesse largamente prevalente per il trionfo sole – spiaggia – mare e relativamente indifferente al contesto ambientale e culturale dell'entroterra.

Gli stabilimenti balneari, componente peculiarmente italiana dell'offerta turistica marina, se da una parte contribuiscono ad arricchirla assicurando servizi complementari ed elevati standard di confort, dall'altra indubbiamente concorrono non poco a determinarne il costo complessivo. In più, da un po' di tempo a questa parte, i prezzi degli stabilimenti balneari sono utilizzati sempre più spesso dai mass media come indicatori preminenti, se non addirittura esclusivi, del costo di una vacanza al mare nelle diverse destinazioni, dando luogo non di rado a vivaci polemiche con gli operatori originate dall'approssimazione e parzialità dei dati pubblicati.

Risulta a questo punto evidente l'utilità e l'urgenza di un corretto dispositivo di rilevazione e monitoraggio dei prezzi realmente praticati dagli stabilimenti balneari, al di là delle comunicazioni ufficiali obbligatorie che non bastano a rappresentare le effettive dinamiche del mercato: uno strumento di conoscenza prezioso per orientare non solo le politiche pubbliche di promozione e marketing territoriale ma anche le strategie commerciali dei singoli operatori privati.

## LA COSTRUZIONE DEL PANEL DI RILEVAZIONE

### A. Variabili territoriali

Il campione fisso che andremo a costruire per svolgere l'indagine sarà composto da stabilimenti balneari distribuiti lungo tutta la costa toscana in modo da essere rappresentativo non solo della costa nel suo complesso ma anche e soprattutto dei singoli segmenti territoriali che la compongono andandosi a configurare come prodotti turistici differenziati, che ad oggi registrano le seguenti consistenze quantitative:

RIVIERA APUANA E LUNIGIANA	166
VERSILIA	423
AREA PISANA	65
COSTA DEGLI ETRUSCHI	85
MAREMMA	127
ARCIPELAGO TOSCANO	29
<b>TOTALE STAB. BALNEARI</b>	<b>895</b>

*(Fonte: Costa di Toscana)*

All'interno di questi macrosegmenti sarà da valutare l'opportunità di assegnare, nel campione, una numerosità sufficiente a quelle località che per le loro caratteristiche "anomale" rischiano di falsare i risultati generando medie di area poco significative, come ad esempio Forte dei Marmi per la Versilia e Castiglione della Pescaia per la Maremma. Ad ogni modo, compito dell'indagine sarà non soltanto l'identificazione dei valori medi ma anche delle fasce di oscillazione (da un minimo a un massimo) con maggiore numerosità e dunque più rappresentative di ciascuna area come dell'intera costa regionale.

### B. Variabili tipologiche – qualitative

Un secondo criterio di costruzione del campione sarà quello che potremmo genericamente definire qualitativo, avendo cura che siano adeguatamente rappresentate rispetto all'universo territoriale di appartenenza le variabili che raggrupperanno le strutture in tre classi qualitative, media, medio - alta e alta. Gli indicatori che verranno adoperati allo scopo saranno, opportunamente raggruppati, quegli stessi contenuti nella scheda ufficiale di rilevazione annuale, riprodotta nella pagina seguente, e il campionamento sarà di conseguenza fatto sui dati dichiarati in quella sede. In questo modo oltre ad avere un quadro articolato territorialmente avremo anche la possibilità di verificare l'andamento dei prezzi reali in rapporto alle differenti connotazioni tipologiche di offerta potendo così incrociare il primo gruppo di variabili (territoriali) con il secondo (qualitative).

Dichiarazione ufficiale annuale

**11 Attrezzature balneari**

Metri lineari di fronte mare mt. \_\_\_\_\_ Percentuale di aree libere di uso comune (1) \_\_\_\_\_%

Superficie complessiva della spiaggia utilizzabile mq. \_\_\_\_\_ N. massimo persone ospitabili \_\_\_\_\_

(1) Indicare la percentuale dell'area su quella complessiva dello stabilimento balneare.

<b>Attrezzature sulla spiaggia</b>	ombrelloni a schiera n. _____	lettini n. _____
	sedie a sdraio n. _____	zone ombreggiate con altre strutture (destinate all'affitto per i clienti) n. _____
<b>Cabine e spogliatoi</b>	n. _____ cabine da n. _____ persone	spogliatoi con custodia indumenti n. _____
	n. _____ cabine da n. _____ persone	
	n. _____ cabine da n. _____ persone	

**Cabine con:** Solo doccia n. \_\_\_\_\_ Solo WC n. \_\_\_\_\_ Doccia e WC n. \_\_\_\_\_ Presa di corrente n. \_\_\_\_\_

**12 Installazioni igienico-sanitarie di uso comune**

Lavabi n. _____	Docce aperte n. _____
Lavelli per stoviglie con scolapiatti n. _____	Lavatoi per panni n. _____
WC n. _____ di cui per portatori di handicap n. _____	Lavapiedi n. _____
Docce chiuse con sola acqua fredda n. _____ di cui per portatori di handicap n. _____	Altri _____ n. _____ _____ n. _____
Docce chiuse con acqua calda e fredda n. _____ di cui per portatori di handicap n. _____	

**13 Impianti, attrezzature e servizi comuni e/o centralizzati**

Barrare solo le caselle corrispondenti ai servizi effettivamente presenti presso la struttura.

- |  |  |   |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> AH - Accessibilità portatori di handicap (1)      | <input type="checkbox"/> TO - Servizio telefonico ombrellone                             | Altre lingue correntemente parlate:<br>_____<br>_____                           |
| <input type="checkbox"/> BI - Biliardo                                     | <input type="checkbox"/> CU - Custodia valori  |   |
| <input type="checkbox"/> TT - Tennis da tavolo                             | <input type="checkbox"/> AA - Accettazione animali domestici                             | _____   |
| <input type="checkbox"/> CB - Campo bocce                                  | <input type="checkbox"/> CD - Custodia animali domestici                                 | _____   |
| <input type="checkbox"/> OR - Ormeggio                                     | <input type="checkbox"/> GB - Giochi per bambini   | Impianti, attrezzature sportive<br>Istruttore                                   |
| <input type="checkbox"/> NB - Noleggio battelli a remi e/o imbarcazioni    | <input type="checkbox"/> NA - Naturismo  |   |
| <input type="checkbox"/> NN - Noleggio natanti e/o imbarcazioni            | <input type="checkbox"/> TE - Telefono   | <input type="checkbox"/> TN - Proprio campo da tennis <input type="checkbox"/>  |
| <input type="checkbox"/> NT - Noleggio tavole a vela                       | <input type="checkbox"/> RB - Ricarica bombole sub                                       | <input type="checkbox"/> PC - Propria piscina coperta <input type="checkbox"/>  |
| <input type="checkbox"/> NP - Noleggio pedalò                              | Altri impianti, attrezzature e servizi comuni e/o centralizzati propri<br>_____<br>_____ | <input type="checkbox"/> PS - Propria piscina scoperta <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> NS - Noleggio articoli sportivi                   |  | <input type="checkbox"/> VE - Vela <input type="checkbox"/>                     |
| <input type="checkbox"/> CA - Custodia e sistemazione attrezzature private | _____  | <input type="checkbox"/> WI - Windsurf <input type="checkbox"/>                 |
| <input type="checkbox"/> PB - Pista da ballo                               | _____  | <input type="checkbox"/> SU - Sub <input type="checkbox"/>                      |
| <input type="checkbox"/> PX - Pronto soccorso in cassetta                  | _____  | <input type="checkbox"/> SN - Sci nautico <input type="checkbox"/>              |
| <input type="checkbox"/> PY - Pronto soccorso in locale infermeria         | _____  | Altri impianti, attrezzature e servizi sportivi:<br>_____<br>_____              |
| <input type="checkbox"/> RI - Ristorante                                   | <input type="checkbox"/> LI - Lingua inglese   |   |
| <input type="checkbox"/> SE - Self service o tavola calda                  | <input type="checkbox"/> LF - Lingua francese  | _____   |
| <input type="checkbox"/> AL - Spaccio alimentari                           | <input type="checkbox"/> LS - Lingua spagnola  | _____   |
| <input type="checkbox"/> BA - Bar  | <input type="checkbox"/> LT - Lingua tedesca   | _____   |
| <input type="checkbox"/> ST - Sala televisione separata                    |  | _____   |
| <input type="checkbox"/> PA - Proprio parcheggio                           |  | _____   |

## IL METODO DI RILEVAZIONE

Il campione così costruito diventerà dunque un panel fisso di operatori che consensualmente forniranno a cadenze definite le informazioni richieste. L'indagine verrà svolta telefonicamente da personale dei due CAT, opportunamente formato, che compilerà le schede di rilevazione direttamente su un data base elettronico a sua volta compreso in un potente programma di elaborazione dati già disponibile grazie ad un recente progetto regionale (Progetto Monet – CAT Confcommercio 2007), in grado di produrre in tempo reale le elaborazioni desiderate, statistiche e grafiche.

I periodi di rilevazione ipotizzati sono quattro:

- la prima rilevazione, nei mesi di marzo e aprile, avrà carattere previsionale e potrà fornire indicazioni preziose agli uffici regionali sulle aspettative degli operatori e sulle politiche commerciali programmate; al termine del primo ciclo di rilevazione sarà predisposto un report.
- le altre tre rilevazioni dovranno invece fotografare l'effettivo andamento dei prezzi praticati nei tre mesi estivi di Giugno, Luglio e Agosto, che potranno essere elaborati e diffusi nel giro di pochi giorni dalla conclusione della rilevazione stessa.

A conclusione della stagione estiva verrà redatto un report consuntivo che, sulla base di tutte e quattro le rilevazioni, cercherà di mettere in evidenza le dinamiche commerciali in atto nelle diverse aree territoriali, soprattutto dal secondo anno in poi, quando si potrà confrontare i dati della stagione appena conclusa con quelli degli anni precedenti.

## LA RILEVAZIONE DEI PREZZI

Il prezzo dello stabilimento balneare è ormai composto da una rosa molto ampia di servizi oltre a quello base (ombrellone e sdraio/lettino) e cambia naturalmente in funzione della durata del servizio acquistato; per gli uni e l'altra l'indagine farà riferimento alle voci contenute nella scheda della Dichiarazione Ufficiale sotto riportata, aggiungendo probabilmente una batteria di optional piuttosto diffusi nelle strutture di fascia alta, dalla piscina al Centro Benessere, evitando comunque di appesantire eccessivamente l'intervista telefonica: saranno privilegiate solo le variabili principali quali indicatori sufficientemente rappresentativi del prezzo del servizio nel suo complesso; verosimilmente sarà somministrata una scheda di rilevazione ridotta agli operatori di fascia media, dando per scontata l'assenza degli optional più elitari e dispendiosi.

Dichiarazione ufficiale annuale

**15 Prezzi massimi giornalieri (indicare sempre i prezzi in Euro con 2 decimali).**

I prezzi (comprensivi di: servizio, IVA e imposte, uso dei servizi, uso dei bagni e delle docce comuni) devono essere indicati solo per le tipologie ed i servizi effettivamente praticati.

Periodo	Prezzo massimo	INGRESSO - SPOGLIATOIO	OMBRELLONE E 2 SDRAIE	OMBRELLONE E 2 SDRAIE E CABINA	CABINE (INGRESSO COMPRESO)	ALTRO	ALTRO
1 giorno	(in euro)						
7 giorni	(in euro)						
15 giorni	(in euro)						
1 mese	(in euro)						
intera stagione	(in euro)						

**16 Noleggio attrezzature e servizi diversi a richiesta del cliente (specificare)**

Tavola a vela Euro \_\_\_\_\_

Moscone Euro \_\_\_\_\_

Pattino Euro \_\_\_\_\_

Pedalò per 2 persone Euro \_\_\_\_\_

Pedalò per 4 persone Euro \_\_\_\_\_

Imbarcaz. fino a 4 persone Euro \_\_\_\_\_

Altre attrezzature e servizi (specificare):

\_\_\_\_\_ Euro \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Euro \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Euro \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Euro \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Euro \_\_\_\_\_

Particolari offerte riferite alle tipologie del presente modulo valide in specifici periodi espressamente identificati:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



## SCHEMA PRELIMINARE DEL PIANO DI LAVORO

<b>FASE PROGETTUALE (una tantum)</b>	
Acquisizione dati ufficiali (Dichiarazioni) dalle Province coinvolte, analisi preliminare e identificazione delle variabili principali	
Costruzione del prototipo di questionario	
Test di verifica e messa a punto del questionario in sede di focus group con 4/5 operatori leader (dirigenti delle associazioni di categoria)	
Stesura del questionario definitivo	
Analisi e aggregazione delle Dichiarazioni Ufficiali sulle variabili selezionate e successiva costruzione del campione numerico articolato per area territoriale e tipologia qualitativa	
Azione di contatto territoriale con gli operatori per conquistarne la partecipazione motivata al panel fisso	
Adattamento del programma di elaborazione dati	
<b>FASE OPERATIVA (a ripetizione annuale)</b>	
<p>a) Indagine previsionale sulla prossima stagione estiva nei mesi di marzo – aprile:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Somministrazione di circa 150 interviste telefoniche</li> <li><input type="checkbox"/> Inserimento dati nel programma di elaborazione</li> <li><input type="checkbox"/> Estrazione delle elaborazioni standard statistiche e grafiche</li> <li><input type="checkbox"/> Report sintetico sull'indagine stagionale previsionale accompagnato da ulteriori elaborazioni comparative e qualitative - Diffusione</li> </ul>	
<p>b) Indagine sui prezzi attuali nel mese di giugno</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Somministrazione di circa 150 interviste telefoniche</li> <li><input type="checkbox"/> Inserimento dati nel programma di elaborazione</li> <li><input type="checkbox"/> Estrazione e diffusione delle elaborazioni standard statistiche e grafiche</li> </ul>	
<p>c) Indagine sui prezzi attuali nel mese di luglio</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Somministrazione di circa 150 interviste telefoniche</li> <li><input type="checkbox"/> Inserimento dati nel programma di elaborazione</li> <li><input type="checkbox"/> Estrazione e diffusione delle elaborazioni standard statistiche e grafiche</li> </ul>	
<p>d) Indagine sui prezzi attuali nel mese di agosto</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Somministrazione di circa 150 interviste telefoniche</li> <li><input type="checkbox"/> Inserimento dati nel programma di elaborazione</li> <li><input type="checkbox"/> Estrazione e diffusione delle elaborazioni standard statistiche e grafiche</li> </ul>	
<p>e) Report finale sulla stagione appena conclusa, accompagnato da elaborazioni comparative e qualitative, raffronto previsioni – consuntivo, andamenti mensili, valutazioni e indicazioni.</p>	

