

# Osservatorio sul Turismo in Umbria dal 2012 al 2022

a cura di Matteo Tonelli  
e con la collaborazione di Roberto Baglioni





**Tutti per uno, uno per tutti**

**LOG**  
SOC. COOP.  
**LOGISTIC & GROUPAGE**

Sede amministrativa  
Via del Fosso, 7  
05018 Orvieto (TR)

Sede operativa  
S.s. 123 Km 15+400 C.da Gessi  
92023 Campobello di Licata (AG)

Contatti  
T +39 06.62283935  
F +39 06.62204602

Online  
[www.logcoop.it](http://www.logcoop.it)  
[info@logcoop.it](mailto:info@logcoop.it)

Certificazioni  
**HACCP**  
**UNI ENI ISO 9001**

# Sommario

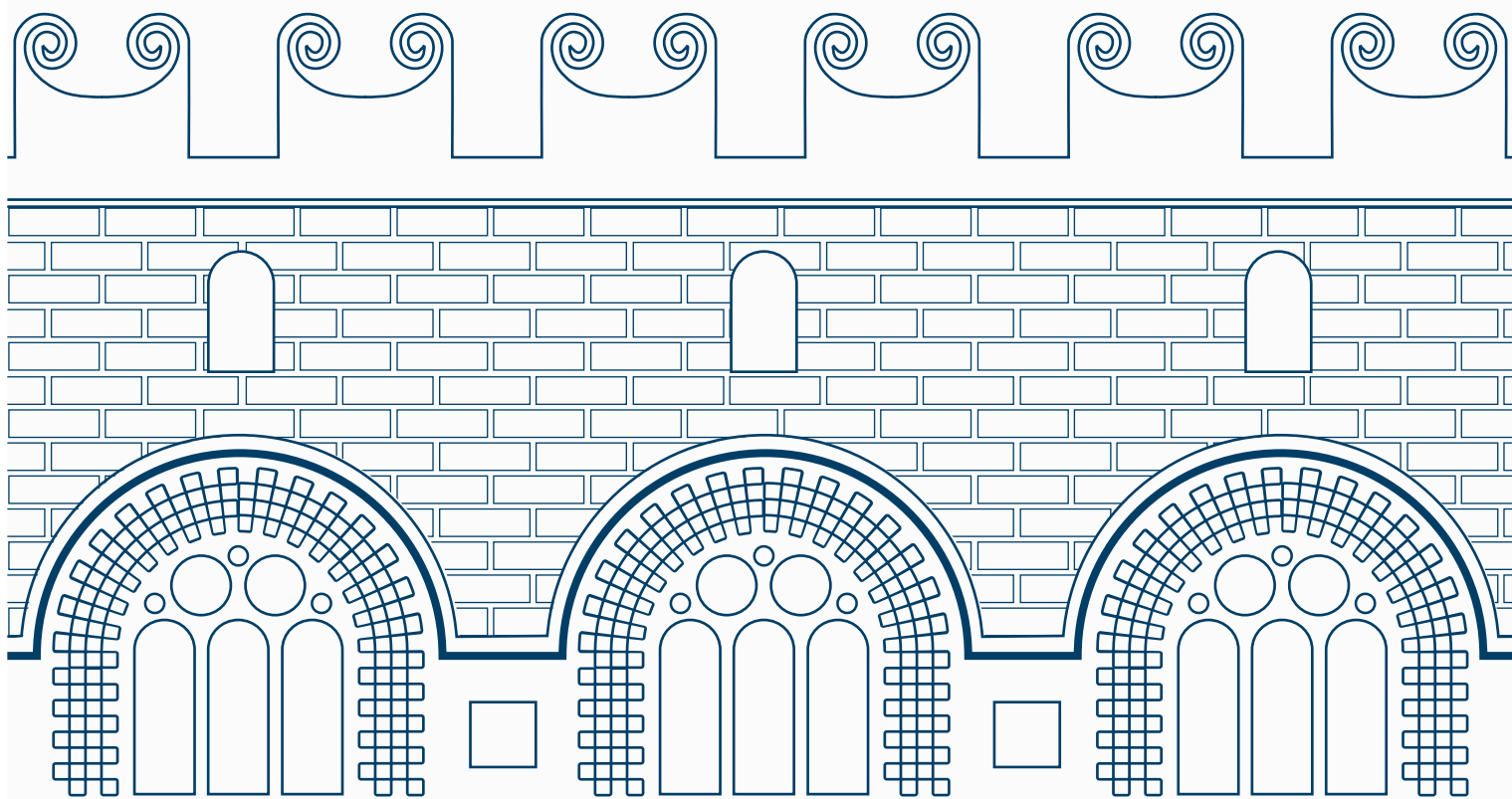
L'illusione dell'economia delle città basata sui flussi esterni e la necessità di investire nel valore locale.....	6
I flussi turistici regionali tra domanda e offerta.....	10
Il settore turistico a Orvieto: orcio della vedova di Sarepta o masso di Sisifo? .....	12
<b>Schede indici e dati turistici.....</b>	<b>19</b>
<b>Umbria.....</b>	<b>20</b>
- Indici turistici.....	20
- Dati turistici.....	21
<b>Alta Valle del Tevere.....</b>	<b>22</b>
- Indici turistici.....	22
- Dati turistici.....	23
<b>Amerino.....</b>	<b>24</b>
- Indici turistici.....	24
- Dati turistici.....	25
<b>Assisano.....</b>	<b>26</b>
- Indici turistici.....	26
- Dati turistici.....	27
<b>Eugubino.....</b>	<b>28</b>
- Indici turistici.....	28
- Dati turistici.....	29
<b>Folignate.....</b>	<b>30</b>
- Indici turistici.....	30
- Dati turistici.....	31
<b>Orvietano.....</b>	<b>32</b>
- Indici turistici.....	32
- Dati turistici.....	33
<b>Perugino.....</b>	<b>34</b>
- Indici turistici.....	34
- Dati turistici.....	35
<b>Spoletino.....</b>	<b>36</b>
- Indici turistici.....	36
- Dati turistici.....	37
<b>Ternano.....</b>	<b>38</b>
- Indici turistici.....	38
- Dati turistici.....	39
<b>Trasimeno.....</b>	<b>40</b>
- Indici turistici.....	40
- Dati turistici.....	41
<b>Tuderte.....</b>	<b>42</b>
- Indici turistici.....	42
- Dati turistici.....	43
<b>Valnerina.....</b>	<b>44</b>
- Indici turistici.....	44
- Dati turistici.....	45
<b>Comparazione territoriale degli indici.....</b>	<b>47</b>
<b>Presenze.....</b>	<b>48</b>
<b>Permanenza media.....</b>	<b>49</b>
<b>Utilizzo medio.....</b>	<b>50</b>
<b>Tasso di ricettività.....</b>	<b>51</b>
<b>Tasso ricettività alberghiero.....</b>	<b>52</b>
<b>Tasso ricettività extralberghiero.....</b>	<b>53</b>
<b>Densità ricettiva.....</b>	<b>54</b>

# Sommario

Intensità turistica - arrivi .....	55	- Tasso di ricettività' .....	78
Intensità turistica - presenze .....	56	- Tas. ricettività' alberghiero .....	78
Utilizzazione turistica .....	57	- Tas. ricettività' extra-alb. ....	78
<b>Comparazione territoriale dei dati .....</b>	<b>59</b>	- Posti letto albergo su tot. ....	78
Posti letto .....	60	- Densità' ricettiva .....	79
Posti letto alberghiero .....	61	- Intensità' turistica-arrivi .....	79
Posti letto extra-alberghiero .....	62	- Intensità' turistica-pres. ....	79
Posti alberghiero sul totale .....	63	- Utilizzazione turistica .....	79
<b>Comparazione 1° sem. dal 2019 al 2023 ....</b>	<b>65</b>	<b>Umbria vs Orvieto .....</b>	<b>80</b>
<b>Umbria .....</b>	<b>66</b>	- Arrivi .....	80
- Alta Valle del Tevere .....	66	- Presenze .....	80
- Amerino .....	66	- Posti letto totale .....	80
- Assisano .....	66	- Posti letto alberghiero .....	80
- Eugubino .....	67	- Posti letto extra-alb. ....	80
- Folignate .....	67	<b>Appunti .....</b>	<b>81</b>
- Orvietano .....	67		
- Perugino .....	68		
- Spolefino .....	68		
- Ternano .....	68		
- Trasimeno .....	69		
- Tuderte .....	69		
- Valnerina .....	69		
<b>Focus sulla città di Orvieto .....</b>	<b>71</b>		
<b>Orvieto .....</b>	<b>72</b>		
- Indici turistici .....	72		
- Dati turistici .....	73		
<b>Umbria vs Orvieto .....</b>	<b>78</b>		
- Permanenza media .....	78		
- Utilizzo medio .....	78		

# Hai apprezzato i nostri lavori?

Scansiona il codice  
con il tuo cellulare e  
fai una donazione  
liberale per sostenerci



[www.osservatoriocets.it](http://www.osservatoriocets.it)

**CITTADINANZA  
CONSAPEVOLE  
PERCHE' INFORMATATA**

# L'illusione dell'economia delle città basata sui flussi esterni e la necessità di investire nel valore locale



F. Paolo Li Donni

Presidente Cittadinanza Territorio Sviluppo

**N**elle ultime decadi, è emersa una concezione diffusa secondo cui l'economia di città, cittadine e addirittura borghi dovrebbe basarsi sempre di più sui flussi di persone provenienti da fuori, piuttosto che sulla creazione di lavoro ad alto valore aggiunto per i residenti. L'idea sottostante a questa tendenza è che la spesa dei visitatori, dei turisti e degli studenti possa sostituire gli investimenti pubblici, i quali, purtroppo, spesso subiscono tagli che portano a una diminuzione della diffusione e dell'efficienza dei servizi di cittadinanza. Tuttavia, come dimostrano i fenomeni come il turismo, questa concezione può rivelarsi un'illusione pericolosa, con gravi implicazioni per la sostenibilità economica e sociale delle città e dei territori. Per questa ragione abbiamo ritenuto maturo il tempo per una riflessione sul futuro turistico della città di Orvieto e dell'orvietano e più in generale sulla possibilità di rilancio di questo territorio. Il tutto sempre partendo dall'osservazione dei dati e dalle possibili correlazioni analitiche che gli stessi dati e la loro storicizzazione ci forniscono. Giunti così al secondo anno di vita, Cittadinanza Territorio Sviluppo debutta con un primo Osservatorio verticale sul Turismo per analizzare una filiera economica tipicamente trasversale, come anche l'analisi del nostro presidente del comitato scientifico, Antonio Rossetti, ha delineato sul focus dedicato alla città di Orvieto. Mettendo insieme le

analisi sin qui fatte sulla demografia generale e su quella produttiva delle imprese nell'Area interna Sud-Ovest-Orvietano possiamo iniziare dunque un'osservazione più consapevole e informata della filiera turistica che, partendo dalla ricettività (alloggi e ristorazione), si allarga al commercio al dettaglio e coinvolge anche trasporti e formazione. Una filiera utile, per questa sua trasversalità, a far emergere opportunità/criticità socio economiche del contesto territoriale analizzato. Come sempre il nostro sforzo analitico rappresenta un esercizio di cittadinanza attiva per far crescere e radicare un'opinione pubblica sempre più consapevole perché informata sui temi socio economici del territorio. Così l'Osservatorio, curato da Matteo Tonelli e Roberto Baglioni, comincia questa osservazione ponendo le basi per una misurazione analitica di dati storici a partire dal 2012 sino al 2022, in alcuni casi aggiornando la comparazione anche al primo semestre del 2023. Viene poi fornita una ricca serie di indici economici comunemente usati nelle analisi del turismo per valutare differenti aspetti di questo comparto economico produttivo. Così l'osservazione ragionata dei dati può meglio far comprendere come il turismo di per sé non sia certo un male e sicuramente non deve e può essere l'unica medicina possibile per economie depresse, anzi. La vera questione semmai è come si concepisce e gestisce la leva turistica a favore del territorio:



*usare il turismo come una facile scorciatoia per compensare divari e generare economie locali in territori resi fragili da processi di disinvestimento, addirittura non aggiuntiva ma sostitutiva di altri settori, non solo non funziona, rischia semmai di creare danni gravissimi al tessuto socio-economico. Normalmente si parla di Turismo in termini di risorsa, invece la vera risorsa per cui il turismo dovrebbe rappresentarne la leva, lo strumento di valorizzazione, è il territorio di riferimento.*

## **L'attrazione dei flussi esterni**

L'attrazione di flussi di persone da fuori può sembrare allettante inizialmente. Le città spesso promuovono attivamente il turismo, cercando di attirare visitatori da tutto il mondo, e le università cercano studenti internazionali per diversificare i loro campus. Questi flussi possono portare a un aumento della spesa locale, creando una temporanea bolla economica in settori come l'ospitalità, il commercio al dettaglio e l'istruzione superiore. Nel migliore dei casi questo approccio viene facilitato dalle basse competenze che il settore turistico-ricettivo impone a chi vi si trova a cimentarsi come la politica, per esempio, che scambia così la promozione turistica con l'attuazione di politiche tese allo sviluppo del turismo a favore del territorio. Nel peggiore dei casi invece si rischia di rimanere intrappolati nei meccanismi diabolici della turistificazione, della cosiddetta economia "pigra o della rendita" che trasforma il territorio con le sue tradizioni, i suoi monumenti da soggetto a oggetto dello "sviluppo". Il turismo non è più una tra le altre attività utili, bensì il catalizzatore prêt-à-porter della politica; le città vengono pensate, progettate, modificate per il turismo, a discapito di tutte le altre funzioni urbane, a partire da quella residenziale. Si parla infatti di turismo coloniale tipicamente dedito all'attività estrattiva del valore, che desertifica il territorio, rendendolo invivibile e condannandolo ad un lento e progressivo impoverimento. E' inutile parlare di turismo in modo generico come nel caso dell'over tourism (troppo turismo) oppure quando si sbandierano numeri crescenti di arrivi e permanenze. Il turismo rimane un argomento complesso dove le semplificazioni non aiutano. Soprattutto non bisogna disattendere il punto di vista della comunità residente sul tipo di turismo da sviluppare, altrimenti si rischia di modellare irreparabilmente l'ecosistema urbano e naturale dei luoghi, trasfor-

mare il tessuto sociale, economico e culturale dei centri storici, danneggiare l'ambiente, consumare e cancellare le stesse caratteristiche alla base dell'attrattività dei luoghi.

## **L'effimero beneficio economico**

Tuttavia il problema fondamentale di questo approccio sta nella sua sostenibilità a lungo termine. L'illusione è che la spesa dei flussi esterni possa compensare la mancanza di investimenti pubblici e stimolare l'economia locale. In realtà questi flussi spesso rappresentano solo un piccolo segmento dell'intera economia della città e, nella maggior parte dei casi, il valore economico generato da questi flussi non è sufficiente a colmare il divario causato dai tagli agli investimenti pubblici. La trasformazione delle città in spazi a pagamento piuttosto che in luoghi di vita ha comportato un cambiamento significativo nell'approccio alla città stessa. Invece di essere visti come luoghi di opportunità e interazione, le città sono diventate spazi di estrazione di ricchezza. Questo a lungo andare si traduce in un'accentuazione delle disuguaglianze economiche, con alcuni settori che beneficiano enormemente del turismo e altri che subiscono una contrazione economica. L'idea del "turismo come il petrolio d'Italia" è stata messa in discussione, poiché il settore turistico italiano è stato caratterizzato da un basso valore aggiunto, bassa produttività, scarsa innovazione, bassi investimenti e salari modesti. Il dubbio se il turismo stia realmente migliorando l'economia o semplicemente incrementando i flussi turistici senza apportare benefici duraturi non è solo legittimo porlo ma, in alcuni casi, comincia a mostrare motivi di preoccupazione concreta.

## **La non-ridistribuzione del valore**

Un problema ancora più critico è che il valore economico creato da questi flussi spesso non viene adeguatamente reinvestito e ridistribuito nella comunità locale. In molte città, i profitti derivanti da attività legate al turismo, ad esempio, possono sfuggire alla comunità locale e finire nelle mani di grandi corporation o investitori esterni. Questo può contribuire ad accentuare le disuguaglianze economiche e la perdita di valore per i residenti locali. Una politica di promozione dei flussi turistici in assenza di un governo complessivo del turismo territoriale calato nel tessuto economico

locale tende a divaricare determinate disparità sociali come nel caso dell'immobilizzazione del mercato immobiliare a favore del mercato degli affitti brevi. Proprio Banca d'Italia in un recente studio, Turismo e crescita nelle province italiane, documenta come il turismo, quando non è gestito o lo è soltanto in un'ottica di massimizzazione dei profitti nel breve termine, alla lunga i costi, socializzati, finiscono per superare i benefici. Continuare a citare i numeri dei visitatori in aumento per dire che tutto va bene non è serio, perché la vera questione è provare a capire cosa questo aumento sta producendo nel breve, medio e lungo periodo. Orvieto ben si presta a questo tipo di analisi e dall'osservatorio emergono i primi tratti che vedono la città assecondare i trend nazionali e regionali e in alcuni casi, invece, superarli abbondantemente. E' il caso dell'incremento dei posti letto extra alberghiero che negli ultimi 10 anni ha visto la nostra cittadina superare di oltre il 60% i picchi individuati nella Regione, fermi ad un più contenuto +30%. Tutto a fronte di flussi, sì crescenti, ma con permanenze per lo più immutate negli ultimi 10 anni. La domanda da porsi è: dove ci sta portando questa impostazione che, dalla Giunta Germani a quella Tardani, vede una sostanziale continuità nel promuovere i flussi turistici senza cambiare l'infrastrutturazione della città e del territorio oltre all'efficienza dei servizi alla comunità residente?

## **La via per una città sostenibile? Attrarre residenti e non solo turisti**

Per contrastare l'illusione di un rilancio totalmente appiattito sui flussi esterni e creare città sostenibili ed economicamente forti, è necessario un cambio di prospettiva. La politica e il governo dei territori dovrebbero investire nella creazione di lavoro ad alto valore aggiunto per i loro residenti, promuovendo l'innovazione, le infrastrutture di servizio di base per la popolazione residente, lo sviluppo delle competenze e l'impresa locale. Questo può generare un ciclo virtuoso in cui i residenti contribuiscono all'economia locale, che a sua volta finanzia servizi pubblici di alta qualità e infrastrutture. Trasporti, scuole, servizi ospedalieri e socio sanitari sono alla base del valore comunitario di un territorio che determina e non semplicemente concorre alla gestione/espressione di una città bella da vivere e quindi anche da visitare. Inoltre, è fondamentale garantire che

il valore economico generato dai flussi esterni venga reinvestito nella comunità locale attraverso precise politiche di sviluppo economico del territorio. Questo può contribuire a ridurre le disuguaglianze e a garantire che le città non dipendano esclusivamente dai flussi esterni per il loro benessere economico. Bisogna investire nel valore locale, creando opportunità economiche per i loro residenti, attirarne di nuovi garantendogli che il valore generato dai flussi esterni contribuisca al benessere della comunità.



**30%**



**DI SCONTO  
SUGLI OCCHIALI  
DA VISTA**

**Ti aspettiamo a  
ORVIETO (TR)  
Via Tevere, 35  
(Località Sferracavallo)**

# I flussi turistici regionali tra domanda e offerta



**Matteo Tonelli**

Amm. delegato Cittadinanza Territorio Sviluppo

Il turismo ha acquisito nel tempo una importanza sempre maggiore, non solo nella vita e nelle abitudini delle persone sempre più incentivate a viaggiare e fare nuove esperienze ma anche, di conseguenza, per il suo impatto economico diretto o indotto sull'economia e sulla realtà ambientale dei territori a più spinta vocazione turistica. Per queste ragioni sono sempre più frequenti studi ed analisi che osservano il fenomeno turistico sotto diversi aspetti: statistico ed economico, servizi per il turismo, mercato turistico, competitività delle destinazioni, politiche per il turismo.

Sotto questo profilo l'Umbria non fa eccezione, con una tendenza dei flussi turistici all'aumento quantitativo che si va consolidando negli anni con la ovvia eccezione del periodo pandemico 2020 e 2021 dove, per contro, il settore del turismo è stato colpito e penalizzato drammaticamente.

Basandoci sulle esperienze di studio ed analisi di cui si è detto sopra, questo nostro lavoro si propone di **osservare, misurare ed analizzare il settore del turismo in Umbria così come la stessa Regione lo ha segmentato in 12 suddivisioni territoriali, non potendo poi mancare un focus particolare sul solo Comune di Orvieto.**

La costruzione dell'Osservatorio parte necessariamente dalla raccolta dei dati, che sono facilmente rilevabili da diverse fonti istituzionali quali Regione Umbria, Comuni, Istat, Registro Imprese, Ministero Economia e Finanze. La raccolta e la rappresentazione dei dati costituisce di per sé una attività solo propedeutica alla costruzione dell'Osservatorio, trattandosi appunto della rappresentazione di informazioni facilmente e liberamente reperibili, mentre la fase successiva e più significativa del lavoro è consistita nella elaborazione dei dati raccolti, il calcolo degli indici e la

loro correlazione, che nel loro complesso permettono di avere una rappresentazione completa e particolareggiata del fenomeno turistico nei suoi molteplici aspetti.

**L'Osservatorio è quindi composto da 5 macro sezioni.** Nella prima sezione si raggruppano dati statistici e relativi indici turistici per ogni singola suddivisione territoriale generando così una scheda riassuntiva del territorio individuato. La seconda e la terza sezione sono dedicate alla comparazione dei territori tra loro in base agli indici turistici e ai dati e per ogni sezione viene stilata una piccola classifica relativa ai picchi più importanti in termini di valori assoluti e un'altra classifica sui primi tre territori per incremento o decremento **nell'arco temporale preso in esame (2012-2022)**. La quarta sezione invece ci fornisce **l'andamento grafico per ogni suddivisione territoriale dal 2019 al 2023 dei primi semestri dell'anno** in base ad arrivi e presenze, oltre ad un ulteriore grafico di tendenza della permanenza media generale, alberghiera ed extra-alberghiera. La quinta sezione è invece integralmente dedicata ad **un Focus sul Comune di Orvieto** con l'inizio di una raccolta dati che potrà crescere nel tempo e permettere così una puntuale misurazione degli effetti delle politiche turistiche nel singolo Comune e nel suo territorio allargato.

L'elaborazione degli **indici ha riguardato sia la domanda turistica (arrivi e presenze) sia l'offerta turistica (numero e tipologia di attività ricettive)** ed il quadro che emerge, anche arricchito con ulteriori correlazioni, pensiamo possa fornire informazioni utili per comprendere il reale impatto del fenomeno turistico sul territorio e le politiche che ne determinano le dinamiche.

Sul fronte della **domanda turistica** sono stati ela-

borati i seguenti indici, partendo dal dato basilare degli **arrivi** (il numero delle persone che in un anno vengono ospitate nelle strutture ricettive) e **presenze** (il totale delle notti che le persone ospitate hanno trascorso in un anno nelle strutture ricettive):

**Permanenza media:** Rapporto tra notti trascorse (presenza) e numero delle persone ospitate (presenze), fornisce l'utile indicazione sulla durata dei soggiorni in un determinato territorio.

**Intensità turistica – arrivi:** E' il rapporto tra numero arrivi e popolazione residente ed è utile a misurare la pressione del turismo in un dato territorio nei periodi di massima affluenza.

**Intensità turistica – presenze:** Rapporto tra numero presenze e popolazione residente, rappresenta l'intensità dello sforzo sopportato dal territorio e dalle sue strutture.

I flussi turistici sono, in sostanza, un aumento provvisorio della popolazione in un determinato territorio, ed incidono su molteplici aspetti della vita collettiva quali la viabilità, l'approvvigionamento idrico, la depurazione, lo smaltimento rifiuti, ecc.

Invece è più articolata l'analisi dell'**offerta turistica** vale a dire il numero, la tipologia (Alberghiero ed Extra-alberghiero) e le dimensioni delle attività ricettive presenti sul territorio, il grado di utilizzo delle diverse tipologie da parte degli ospiti.

**Utilizzo medio:** Il grado di utilizzazione delle strutture ricettive è un indicatore che serve a stabilire quanta parte di una struttura ricettiva è utilizzata in un anno o, in altri termini, stabilire la disponibilità di risorse ricettive non utilizzate in un anno.

**Posti letto alberghiero / Posti letto extra-alberghiero su totale:** Il rapporto è utile a definire la composizione qualitativa dell'offerta turistica, distinguendo tra ricettività alberghiera espressione di attività imprenditoriale vera e propria e la ricettività extra-alberghiera che si caratterizza per l'assenza di una struttura imprenditoriale per la fornitura di servizi di alloggio (B&B, affittacamere, case vacanza, ecc.)

**Tasso di ricettività totale:** Indica il numero di po-

sti letto in strutture ricettive ogni 1.000 abitanti e permette di valutare l'impatto del turismo sul territorio.

**Tasso di ricettività alberghiero / Tasso di ricettività extra-alberghiero:** Il rapporto tra l'indice alberghiero e quello extra-alberghiero è utile a definire la composizione qualitativa del tasso di ricettività totale e consente di misurare l'andamento nel tempo delle diverse tipologie di offerta turistica.

**Densità ricettiva:** Indica il numero di posti letto presenti per Km<sup>2</sup> e rappresenta il peso relativo delle strutture ricettive in un determinato territorio

**Utilizzazione turistica:** E' il rapporto tra le presenze registrate nelle strutture ricettive e la disponibilità potenziale dei posti letto nelle strutture stesse.

# Il settore turistico a Orvieto: orcio della vedova di Sarepta o masso di Sisifo?



**Antonio Rossetti**

Pres. Comitato scientifico Cittadinanza Territorio Sviluppo

## Premessa.

In questo contributo vorrei provare ad affrontare la “questione turismo” nell’orvietano ponendo una domanda la cui risposta – come cercherò di argomentare – è tutt’altro che scontata. La domanda è la seguente: *necessariamente il massimo del benessere sociale locale coincide con il massimo dell’espansione del settore turismo?* Quali sono le variabili che intervengono nella valutazione e in che misura “spiegano” l’attuale configurazione economica dell’orvietano?

Questa domanda non è *una* tra le possibili: è *la* domanda per antonomasia; un’occhiata ai numeri lo dimostra ampiamente: a Orvieto l’11% circa delle imprese è attivo nei servizi per l’alloggio e ristorazione, il 24% nel commercio, per un totale di circa il 34%. Il numero degli addetti si attesta, rispettivamente su 14% e 19%, per un totale del 33%. A livello nazionale, prima della pandemia, il complesso delle attività economiche legate al turismo comprendeva oltre 72mila unità, che rappresentavano l’1,6 % del totale e il 2,2% degli addetti. Considerando anche le componenti dell’indotto (settori “tourism-related”) che includono anche le altre strutture ricettive per visitatori (ad esempio la locazione immobiliare), le attività di ristorazione, il trasporto ferroviario di passeggeri e le attività culturali, ricreative e sportive, si arriva ad oltre 670mila imprese, pari al 15% del totale dell’economia e al 12,8%<sup>1</sup>.

In conclusione, anche utilizzando una definizione molto ampia del settore turistico, **i dati mostrano una abnorme ipertrofia orvietana rispetto al dato nazionale:** questo giustifica la domanda che ci siamo posti *in incipit*.

Incidentalmente, scopriremo che alcune caratteristiche “storiche” del sistema orvietano, la contenuta crescita, la sostanziale scomparsa della manifattura e dei settori high-tech, il basso profilo degli investimenti rispetto all’ipertrofia dei depositi bancari, sono aspetti, almeno in parte, spiegabili con il **peso del settore turistico e con le sue caratteristiche di bassa trasmissione degli impulsi** agli altri settori.

Per proporre alcune riflessioni, utilizzerò una trattazione stilizzata nella quale il settore turistico è rappresentato come un caso particolare di un più generale progetto di crescita tramite le esportazioni di servizi. Nella prima parte, affronterò il problema con un angolo d’attacco economico, nella seconda ne citerò alcuni riflessi sociologici e nella terza proverò a trarre qualche conclusione.

## Questioni di tipo economico.

Un elenco degli aspetti rilevanti da un punto di vista economico, è il seguente:

- a. Il rischio di poca diversificazione. E’ uno dei punti meno soggetti ad ambiguità: la crescita ottenuta puntando la stragrande maggioranza delle energie su un solo settore, presta il fian-

<sup>1</sup> ISTAT. Rapporto sulla competitività dei settori produttivi, 2021.

co alla mancanza di diversificazione che è una usuale prassi di mitigazione del rischio; qui basta riflettere su cosa è accaduto ai distretti del turismo durante il COVID.

- b. Un sistema volto ai bisogni dei soggetti esteri. Se a fungere da traino è il settore delle esportazioni, i beni e i servizi che verranno prodotti saranno quelli domandati dai non residenti, anche a detrimento del paniere più funzionale ai bisogni dei residenti che pertanto si collocheranno in una posizione di sub-ottimalità.
- c. L'inflazione da domanda su alcuni tipi di servizi (per esempio quello abitativo). La domanda dei non residenti risulta concentra su un paniere assai ristretto per cui l'effetto è un rialzo dei prezzi sui beni e sui servizi relativi che in parte induce un razionamento delle possibilità di consumo dei residenti, si pensi alla ristorazione e ai servizi per l'abitazione; inoltre, in generale, un livello maggior dei prezzi erode in termini reali i redditi dei residenti.
- d. L'impatto in termini di risparmio e investimento. In merito a questo punto, è utile distinguere due tipi di equilibrio, a seconda dalla distanza da un ideale pieno impiego delle risorse.

Nel caso il sistema economico viaggi in prossimità del **pieno impiego delle risorse produttive**, la domanda dei non residenti avrà più un effetto di prezzo e di spiazzamento della domanda dei residenti che non di crescita; il consumo dei non residenti si sostituirà alla spesa per consumo e investimento dei residenti, cioè la domanda interna sarà inferiore a quanto sarebbe stata senza esportazioni; si avrà un eccesso di risparmio rispetto agli investimenti pari al saldo dei conti con l'estero. Ovvero, una parte del **risparmio interno andrà a finanziare l'investimento estero**.

Il processo di aggiustamento scaturisce dalla circostanza che dato il volume di credito creato dalle banche (CR), la parte di attività detenute da residenti (AF) dovrà essere coerente con il saldo dei conti con l'estero (bpc), tale relazione induce i "necessari" cambiamenti nei tassi d'interesse:

$$dAF = dCR + bpc$$

Se non vi fossero rapporti con l'estero, la domanda di attività finanziarie e un certo livello di credito totale interno all'area, concesso dalle banche, si equivarrebbero. **Se si dovrà fare spazio al costituirsi di attività nei confronti dell'estero, rappresentato dal saldo positivo delle partite correnti, si dovrà attivare un processo di aggiustamento sui tassi di interesse (in rialzo) che produrrà un mix di maggior risparmio e minori investimenti:** il saldo positivo dei conti con l'estero implicherà un raffreddamento della domanda interna tramite un rialzo dei tassi. Se il mercato dei capitali fosse perfetto, il rialzo dei tassi potrebbe essere mitigato dai flussi di capitale in entrata.

Di fatto, volendo impostare il target del saldo positivo delle partite correnti come obiettivo, si è in un caso simile a quello di quando una banca centrale voglia controllare una situazione di forte deficit delle partite correnti e per migliorarlo sia disposta a raffreddare la domanda interna controllando il Credito Totale Interno, cioè di fatto aumentando i tassi per riportare la domanda entro i vincoli dell'offerta.

L'aggiustamento descritto prenderà piede, tanto più integralmente, quanto maggiore è la prossimità del sistema al pieno impiego delle risorse, anzi **la contenuta dinamica degli impieghi bancari rispetto a quella dei depositi – più volte e da più osservatori rilevata nell'orvietano - è una cartina al tornasole dell'effetto spiazzamento della domanda dei residenti da parte di quella dei non residenti.**

Qualora si sia molto lontani al pieno impiego delle risorse, la domanda dei non residenti non sostituirà ma si aggiungerà a quella dei residenti: l'aggiustamento non avverrà prioritariamente tramite un rialzo dei prezzi e dei tassi ma in massima parte con un incremento dell'attività produttiva e dell'occupazione. In tal caso, l'impatto di un incremento di domanda nel settore del turismo, come in quella di qualsiasi altro settore, dipende anche dal contesto produttivo di riferimento: tale impatto sarà tanto maggiore quanto più il settore sarà caratterizzato da un forte integrazione con il resto del sistema economico, per cui indurrà



flussi di approvvigionamento che divengono domanda per altri settori produttivi.

- e. **Moltiplicatori keynesiani settoriali.** Visualizzando il grafo delle interconnessioni settoriali dell'economia italiana<sup>2</sup> riportato sotto, risulta evidente **la relativa marginalità, nel senso delle connessioni economiche, del settore del turismo**, collocato nella parte occidentale del grafo.

Il dato che più risalta è la “forte segmentazione rispetto agli effetti e alla trasmissione degli stimoli considerati: i canali di trasmissione rilevanti (gli archi rossi) tendono a localizzarsi sulla destra del grafo, mentre quelli secondari (gli archi neri) rimangono sostanzialmente isolati sulla sinistra. Inoltre, la maggior parte dei settori ad attivazione diretta (8 su 11) tende ad addensarsi (sempre sulla destra del grafo),

Figura 1



La Figura 1 fornisce una rappresentazione grafica delle transazioni inter-settoriali, evidenziando i canali di trasmissione rilevanti (gli archi rossi, ovvero le relazioni che connettono i settori ad attivazione diretta – nodi rossi – e indiretta – nodi verdi) e quelli attivati solo in via secondaria (gli archi neri, ovvero le relazioni che coinvolgono i settori ad attivazione residuale – nodi neri). In altri termini, il grafo rappresenta il sistema di trasmissione dello shock considerato, evidenziando quali relazioni e quali porzioni del sistema produttivo siano maggiormente coinvolte, mentre la grandezza dei nodi rossi indica l'ammontare di investimenti previsti in quel settore.

a riflesso della forte concentrazione dell'attivazione in quei comparti (quasi i due terzi dell'effetto complessivo)<sup>3</sup>.

**Come si vede, il settore turistico è isolato nella zona di sinistra, quindi con impatti marginali rispetto al resto del sistema economico.**

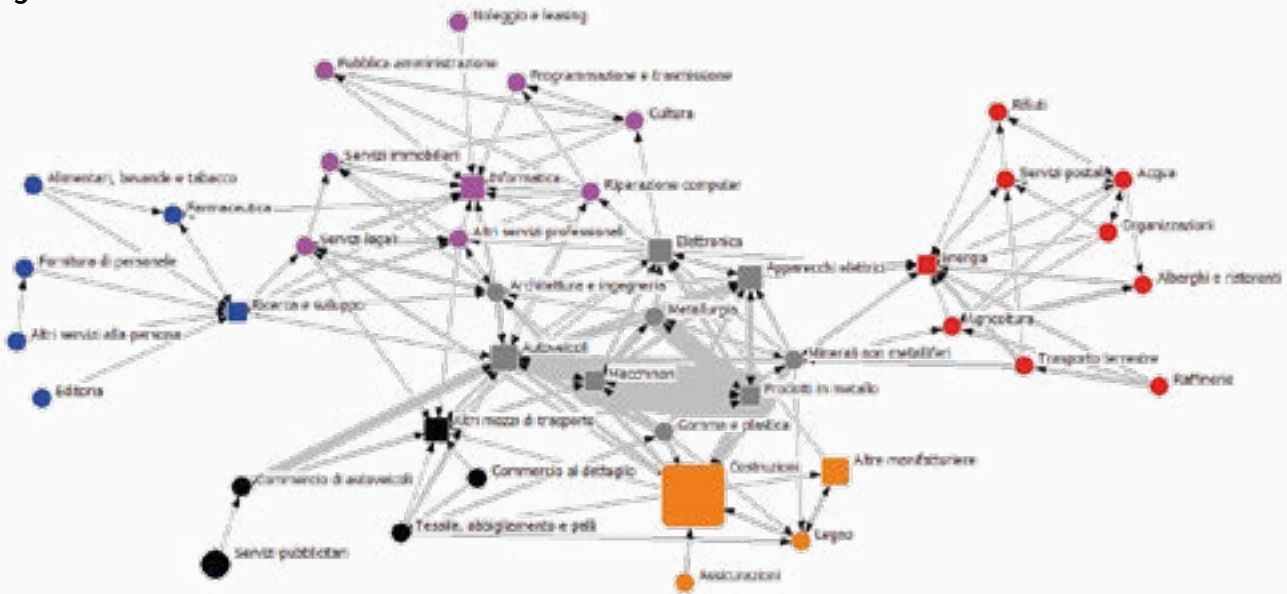
La struttura dei legami commerciali condiziona anche l'estensione e la velocità di propagazione dello stimolo al resto del sistema economico tramite i legami che riguardano i settori di investimento (detti *ego*) e i comparti a essi direttamente connessi (detti *alters*).

<sup>2</sup> ISTAT. Rapporto sulla composizione dei settori produttivi. Edizione 2022, pag. 74 e seguito.

<sup>3</sup> ISTAT. Rapporto ect... op. cit., pag. 75.



Figura 2



In Figura 2 si evidenziano tutti i settori colpiti dallo shock (nodi quadrati, la cui grandezza è proporzionale all'investimento previsto) e quelli direttamente connessi ai primi; lo spessore degli archi è proporzionale alla rilevanza economica delle transazioni. Sulla base delle caratteristiche degli *ego-network* è infine possibile ottenere una tassonomia dei settori produttivi rispetto alla loro capacità di diffondere gli stimoli al resto del sistema. In particolare, considerando il numero di nodi (che rappresenta la capacità di estendere l'attivazione a un numero crescente di settori) e la densità (che sintetizza la capacità di velocizzare la diffusione dello stimolo utilizzando un maggior numero di relazioni) dei relativi *ego-network*, i comparti possono essere suddivisi in quattro classi: **Settori a trasmissione debole**, con *ego-network* caratterizzati da un numero di nodi al di sotto della media e da una densità inferiore alla media; **settori a trasmissione gerarchica**, con *ego-network* caratterizzati da un numero di nodi al di sopra della media e da una densità inferiore alla media e con ego ad alta capacità di intermediazione; **settori a trasmissione selettiva**, con *ego-network* caratterizzati da un numero di nodi al di sotto della media e

da una densità superiore alla media; **settori a trasmissione diffusa**, con *ego-network* caratterizzati da un numero di nodi al di sopra della media e da una densità superiore alla media.

I settori a trasmissione debole diffondono gli stimoli in maniera limitata e lenta, quelli a trasmissione gerarchica tendono a generare un'attivazione estesa ma lenta e, a ogni modo, fortemente intermediata dal settore da cui si sviluppa la sotto-rete. I settori a trasmissione selettiva trasmettono gli stimoli in maniera limitata ma veloce, quelli a trasmissione diffusa<sup>4</sup>.

Ed ecco i raggruppamenti settoriali in funzione della capacità di trasmettere gli stimoli, realizzati dall'ISTAT:

<sup>4</sup> ISTAT. ect. Op. cit. pag. 76 e seguito.

## Tassonomia della capacità di trasmissione degli stimoli

DEBOLE	GERARCHICA	SELETTIVA	DIFFUSA
Trasmissione circoscritta e lenta	Trasmissione estesa ma lenta	Trasmissione circoscritta ma veloce	Trasmissione estesa e veloce
Carta	Tessile, abbigliamento e pelli	Gomma e plastica	Ausiliari finanziari
Chimica	Metallurgia	<b>Prodotti in metallo</b>	<b>Macchinari</b>
<b>Altre manifatturiere</b>	Commercio al dettaglio	<b>Elettronica</b>	<b>Informatica</b>
Commercio di autoveicoli	Editoria	Rifiuti	Servizi legali
Trasporto aereo	Agricoltura	Servizi postali	
Alberghi e ristoranti	Legno	Servizi immobiliari	
Programmazione e trasmissione	Farmaceutica	Agenzie di viaggio	
<b>Ricerca e sviluppo</b>	<b>Altri mezzi di trasporto</b>	Alimentari, bevande e tabacco	
Servizi pubblicitari	Commercio all'ingrosso	<b>Apparecchi elettrici</b>	
Noleggio e leasing	Trasporto marittimo	Trasporto terrestre	
Riparazione computer	Telecomunicazioni	Logistica	
Estrazione	Architettura e ingegneria	Assicurazioni	
Stampa	Altri servizi professionali	Altri servizi alle imprese	
Minerali non metalliferi	Pubblica amministrazione	Fornitura di personale	
Sanità	Altri servizi alla persona	Istruzione	
Cultura		Servizi finanziari	
Assistenza sociale		Raffinerie	
	Riparazioni		
	Acqua		
	<b>Costruzioni</b>		
	Intrattenimento		
	<b>Autoveicoli</b>		
	<b>Energia</b>		

Fonte: Elaborazione su dati Istat

Il settore degli alberghi e dei ristoranti è inequivocabilmente nel gruppo con debole capacità di trasmissione degli stimoli.

- f. Il problema della produttività e della redditività delle aziende del settore. Malgrado opinioni di senso opposto, non sembra vi siano evidenze di un problema di significativa sotto-redditività del settore turistico, dovuta a una maggiore stasi della produttività, rispetto ad altri settori, e/o minori economie di scala e di scopo. Tuttavia, quando si riflette sulla redditività del settore turistico, oltre che valutare i ritorni e i costi espliciti si deve anche considerare quelli

impliciti legati alla *congestione*, cioè che derivano da un eccessivo utilizzo della risorsa.

I più classici tra i **costi di congestione sono il traffico, l'impatto sui parcheggi, le maggiori emissioni inquinanti, i maggiori incidenti stradali, la microcriminalità.** In generale, tali costi sono una funzione diretta e crescente del numero dei viaggiatori. Si tratta di esternalità negative, cioè di elementi non compresi nel prezzo di vendita del servizio, ma rilevanti per l'habitat. In generale la forma della funzione di questi costi è tale che finché il numero dei visitatori rimane sotto una certa soglia, la

cosiddetta capacità critica, gli oneri da congestione sono trascurabili, superata tale soglia crescono in maniera esponenziale.

...

Se le cose fossero semplicemente come descritte, sarebbe facile rispondere alla nostra domanda iniziale: *no, non necessariamente il massimo del benessere sociale coincide con il massimo dell'espansione del settore turismo*. Ma la questione è molto più complessa e attiene ai vantaggi competitivi che hanno i settori "storicamente trainati" in una data area territoriale.

Il primo è la **presenza di asset intangibili come il marchio, il prestigio, la notorietà**; nel caso del turismo ovviamente vi sono i giacimenti culturali (il Duomo, il Pozzo di S. Patrizio ect..) che a costo contenuto fanno da attrattori e non richiedono, se non marginalmente, ulteriori investimenti. Il secondo, è la circostanza che, in generale, le immobilizzazioni tecniche degli operatori del settore turismo sono completamente ammortizzate, dato il lungo periodo di utilizzo e, stante il tipo di settore, non sono se non marginalmente soggetti a obsolescenza tecnologica. Tuttavia, i servizi turistici sono anch'essi soggetti all'andamento del ciclo di vita dei beni: alla fase di inizio, poi a quella di crescita, seguita da quella di maturità, segue una fase di declino<sup>5</sup>.

### Questioni di tipo sociologico.

"Il mulino a braccia vi darà la società col signore feudale, il mulino a vapore la società col capitalista industriale", la celebre frase di Marx, tratta da "Miserie della filosofia", rappresenta la circostanza che il modo di produzione genera la struttura della società, i valori che s'impongono quelli che tramontano, insomma il sistema economico plasma tutto il resto. Pertanto, è scarsamente sorprendente che il sistema di sviluppo caratterizzerà la società in maniera diversa a seconda del settore sul quale fa perno.

Un'economia basata sulla domanda interna creerà un panorama urbano che tenderà a preservare i tratti della tradizione: per esempio i negozi avranno certi tipi di merci e non altre, nei ristoranti

si offriranno alcuni alimenti e non altri; anche il lay-out fisico sarà diverso, forse avremo più tavoli e meno supporti dove si consuma in piedi, più luci soffuse e meno neon.

Naturalmente, la parte più rilevante è il cambiamento nel modo di interpretare il mondo: **un certo livello di ibridazione, di cross contamination, è utile, un eccesso uccide l'identità definita in decenni, a volte in secoli, di storia**. Il mondo che ci circonda, il nostro piccolo mondo antico, si basa su un comune sentire, ce ne siamo dette le ragioni secoli fa, tra spade e strette di mano, pugni e abbracci, è certo che un eccesso di inclinazione verso il turismo ne cambierà la configurazione: in meglio o in peggio? La risposta dipende più dalla sensibilità personale che non dal razio-cinismo, ma sicuramente questo è un aspetto da tenere in conto nella valutazione complessiva. Pertanto, anche da un punto di vista sociologico, vi sarà un livello di sviluppo del settore turistico, di entità dei flussi, oltre il quale si produrrà un effetto di diminuzione dell'identità locale.

### La città per progetti.

Le sfide radicali del nostro tempo, dalla rapidità dello sviluppo tecnologico, alla crisi demografica e a quella ambientale, hanno richiesto una riprogettazione dei paradigmi dello sviluppo; già si intravede l'approdo finale di tale processo: l'emergere dal modello tradizionale di città-fabbrica - con i vari settori incasellati nelle rispettive filiere - del modello di **città-connessione, in cui a competere più che singole imprese o settori sono le reti costituite sia da imprese collegate che dai territori, nei quali assumono rilievo, in cabina di regia, gli enti territoriali**.

In queste geografie di sviluppo i settori sono sempre più valutati come **volano di crescita tramite connessione con il resto del sistema**, in grado cioè di suscitare economie di rete.

In tale scenario, occorre pensare lo sviluppo in senso globale non riferito a un solo settore; per fare questo, oltre un cambiamento di approccio metodologico, è necessaria un articolato programma di investimenti in beni collettivi, in infrastrutture civiche, in reti di gestione dei flussi, in

<sup>5</sup> J. Van der Borg, "Dispensa di economia del turismo, parte seconda", dic. 2009.

una parola occorre progettare le piattaforme di governance atte all'integrazione settoriale e inter-soggettiva: reti tra settori e attori (musei, fondazioni, scuole).

## Conclusioni.

“La città per progetti si fonda sull'attività di *mediazione* dispiegata nella formazione di reti, dotate di un valore specifico, indipendente dagli obiettivi che si perseguono e dalle proprietà sostanziali delle entità tra le quali si effettua la mediazione. In questa prospettiva, la mediazione è in sé un valore o meglio, all'interno del quadro concettuale qui utilizzato, una *grandezza* specifica di cui ogni attore si avvale quando 'mette in relazione', 'costruisce legami' e contribuisce con questo a 'tesere reti'”<sup>6</sup>.

Nel nuovo habitat competitivo, riveste poco senso ragionare per singoli settori, si deve considerare i progetti trasversali che hanno una forma transitoria e per questo risultano adeguati a un mondo in rete: i progetti moltiplicano le connessioni e fanno proliferare i legami, cioè estendono le reti.

Malgrado sia difficile esprimere un giudizio razionale circa l'impatto corrente del settore turistico nell'economia dell'orvietano - come abbiamo visto vi sono punti di debolezza e di forza - tuttavia, se si alza lo sguardo oltre il congiunturale e si osserva l'orizzonte di medio periodo, emerge che la caratteristica più rilevante di un settore è la sua attitudine ad essere collegato a tutti gli altri: **nella città per progetti la creatività, la produttività, la redditività, sono una funzione crescente del numero e della qualità dei legami, variabile, quest'ultima, di cui il settore turistico non è profusamente dotato.**

L'ipertrofia del settore turistico orvietano, palese nel confronto con i dati nazionali, non crea problemi tanto per la contenuta redditività quanto per altri risvolti; in primo luogo, le esternalità negative legate ai costi di congestione; in secondo luogo, l'aggiustamento in termini di domanda interna indotto dal saldo delle partite correnti, in cui risvolto

è una bassa dinamica degli investimenti rispetto al risparmio disponibile; in terzo luogo, la scarsa capacità di trasmissione degli stimoli al resto del sistema economico: ogni shock di cui beneficia il settore viene smorzato senza che dall'epicentro si diffonda nel resto dell'economia. Quest'ultimo aspetto ha un peso prospettico crescente mentre si sviluppa il nuovo modo di produzione legato all'economia delle reti.

ooo

E' possibile che non risulti agevole utilizzare le leve di policy per mutare l'inclinazione del settore economico dell'orvietano nella direzione di quei settori a maggiore trasmissioni degli impulsi, tuttavia, sicuramente, i tratti del declino presenti nell'habitat economico sono frutto delle caratteristiche del tipo di sviluppo che è stato sperimentato. La dislocazione territoriale delle aziende dipende, cioè, da due fattori: in primo luogo dalla presenza di “vantaggi fissi” (ad esempio, dinamica demografica, infrastrutture, reddito pro capite, sviluppo dei mercati) e, in secondo luogo, dalle esternalità positive, date dal numero di imprese dello stesso settore o in settori contigui già presenti (ad esempio competenze della mano d'opera, diffusione di tecnologie, marchio): questo secondo elemento ha un effetto attrattivo superiore rispetto al primo<sup>7</sup>. La dinamica sperimentata dall'economia orvietana è stata nella direzione dell'assenza del secondo fattore: l'area dell'Orvietano è classificabile, infatti, nel gruppo dei “Sistemi locale senza specializzazione”, formati da “aree di piccole dimensioni e a prevalente vocazione turistica... sotto il profilo produttivo si rileva una limitata importanza del settore manifatturiero”<sup>8</sup>.

Questi aspetti stringono il nostro orizzonte rendendolo angusto e avaro di possibilità di crescita. Credo si possa ragionevolmente dire che *no, il massimo del benessere sociale non coincide con il massimo dell'espansione del settore del turismo.*

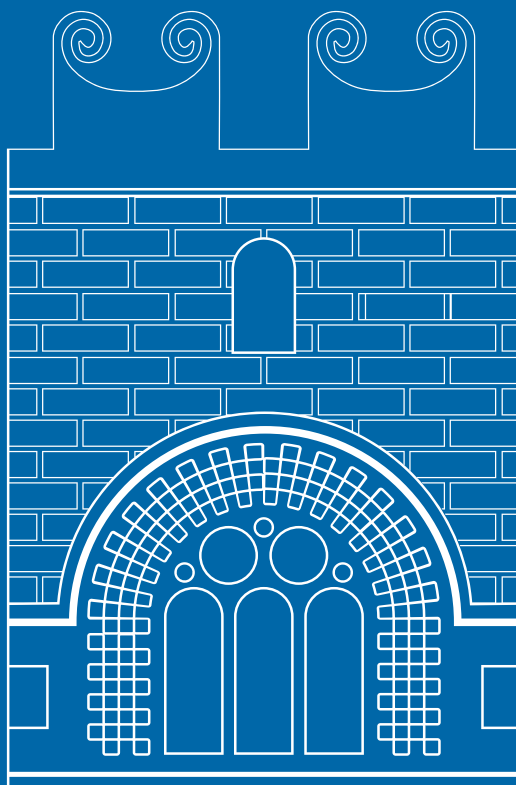
<sup>6</sup> L. Boltanski e E. Chiapello “Il nuovo spirito del capitalismo”, Mimesis, 2014, pag. 171.

<sup>7</sup> G. Bottazzi e U.M. Gagnolati, “Città e distretti: effetti generali e settoriali nella localizzazione di impresa”, L'industria, ottobre-dicembre 2011 n. 4.

<sup>8</sup> Cfr. per esempio “Rapporto ISTAT 2006”, cap. 3, pag. 108-109.

# Schede indici e dati turistici

Elaborazione CTS su dati della Regione Umbria, Servizio turismo,  
sport, film commission - Statistiche del turismo





INDICI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>PERMANENZA MEDIA</b>	<b>2,68</b>	2,72	2,63	2,52	2,47	2,53	2,58	2,45	2,45	2,70	2,70	2,68
Rapporto tra notti trascorse (presenze) e il numero delle persone ospitate nella struttura (arrivi)												
<b>UTILIZZO MEDIO</b>	<b>19,80%</b>	17,50%	17,80%	18,10%	18,20%	18,50%	19,52%	20,80%	19,30%	11,20%	15,10%	19,80%
Rapporto tra numero Presenze e totale Posti letto												
<b>TASSO DI RICETTIVITA'</b>	<b>110,73</b>	104,68	99,16	99,23	100,07	100,29	101,05	107,07	109,65	109,91	111,64	110,73
Posti letto totali per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' ALBERGHIERO</b>	<b>29,37</b>	32,82	32,70	32,72	32,92	32,69	32,88	32,61	32,18	31,2	31,74	29,37
Posti letto alberghiero per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>81,36</b>	71,86	66,46	66,51	67,14	67,61	68,17	74,46	77,47	78,71	79,9	81,36
Posti letto extra-alberghiero per 1000 abitanti												
<b>POSTI LETTO ALBERGO SU TOTALE</b>	<b>26,50%</b>	31,40%	33,00%	33,00%	32,90%	32,60%	32,50%	30,50%	29,30%	28,40%	28,40%	26,50%
Percentuale posti letto alberghiero su totale												
<b>DENSITA' RICETTIVA</b>	<b>11,24</b>	11,01	10,46	10,46	10,5	10,48	10,52	11,09	11,32	11,3	11,42	11,24
Posti letto per Km <sup>2</sup>												
<b>INTENSITA' TURISTICA - ARRIVI</b>	<b>2,74</b>	2,46	2,45	2,6	2,69	2,68	2,41	2,83	2,87	1,35	2,01	2,74
Rapporto tra numero degli Arrivi e numero residenti												
<b>INTENSITA' TURISTICA - PRESENZE</b>	<b>7,35</b>	6,69	6,46	6,57	6,65	6,77	6,23	6,94	7,04	3,65	5,42	7,35
Rapporto tra numero Presenze e numero residenti												
<b>UTILIZZAZIONE TURISTICA</b>	<b>24,77</b>	23,53	24,74	26,22	26,92	26,72	23,88	26,41	26,21	12,31	17,98	24,77
Rapporto tra numero Arrivi e numero Posti letto												



DATI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ARRIVI</b>	<b>2.355.167</b>	2.193.305	2.190.143	2.320.757	2.392.900	2.369.196	2.125.693	2.478.207	2.511.455	1.177.596	1.737.734	2.355.167
Il numero di persone registrate nel complesso degli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>PRESENZE</b>	<b>6.315.895</b>	5.957.628	5.763.799	5.858.794	5.906.220	5.986.392	5.484.573	6.081.647	6.151.578	3.174.318	4.689.316	6.315.895
Il numero delle notti trascorse dai clienti presso gli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>POSTI LETTO TOTALI</b>	<b>95.097</b>	93.207	88.523	88.523	88.887	88.669	89.022	93.847	95.805	95.641	96.623	95.097
Misura la capacità ricettiva del complesso degli esercizi, sia alberghiero che extra-alberghiero. Il totale dei posti letto viene dettagliato tra esercizi alberghiero ed extra-alberghiero in modo da misurare la composizione quantitativa delle diverse tipologie di esercizio ricettivo												
<b>POSTI LETTO ALBERGHIERO</b>	<b>25.223</b>	29.226	29.190	29.190	29.244	28.899	28.964	28.582	28.113	27.152	27.470	25.223
<b>POSTI LETTO EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>69.874</b>	63.981	59.333	59.333	59.643	59.770	60.058	65.265	67.692	68.489	69.153	69.874



# Alta Valle del Tevere

INDICI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022											
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
<b>PERMANENZA MEDIA</b>	<b>3,26</b>	4,11	3,68	3,48	3,64	3,75	3,63	3,45	3,35	3,33	3,45	3,26	
Rapporto tra notti trascorse (presenze) e il numero delle persone ospitate nella struttura (arrivi)													
<b>UTILIZZO MEDIO</b>	<b>13,90%</b>	14,60%	13,70%	12,80%	13,00%	13,50%	15,17%	15,60%	14,40%	8,10%	11,60%	13,90%	
Rapporto tra numero Presenze e totale Posti letto													
<b>TASSO DI RICETTIVITA'</b>	<b>86,66</b>	91,15	80,31	80,41	79,62	79,3	79,28	84,57	81,36	84,28	86,66	86,66	
Posti letto totali per 1000 abitanti													
<b>TASSO RICETTIVITA' ALBERGHIERO</b>	<b>14,87</b>	18,41	18,41	18,41	18,44	18,55	18,07	18,2	18,13	14,51	14,57	15,67	14,87
Posti letto alberghiero per 1000 abitanti													
<b>TASSO RICETTIVITA' EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>71,79</b>	72,74	61,89	61,98	61,08	61,23	61,09	66,44	66,85	69,71	70,99	71,79	
Posti letto extra-alberghiero per 1000 abitanti													
<b>POSTI LETTO ALBERGO SU TOTALE</b>	<b>17,20%</b>	20,20%	22,90%	22,90%	23,30%	22,80%	23,00%	21,40%	17,80%	17,30%	18,10%	17,20%	
Percentuale posti letto alberghiero su totale													
<b>DENSITA' RICETTIVA</b>	<b>6,52</b>	7,11	6,26	6,26	6,17	6,11	6,07	6,44	6,17	6,36	6,54	6,52	
Posti letto per Km <sup>2</sup>													
<b>INTENSITA' TURISTICA - ARRIVI</b>	<b>1,24</b>	1,19	1,09	1,08	1,03	1,04	1,02	1,14	1,17	0,64	0,96	1,24	
Rapporto tra numero degli Arrivi e numero residenti													
<b>INTENSITA' TURISTICA - PRESENZE</b>	<b>4,03</b>	4,87	4,01	3,77	3,76	3,91	3,71	3,93	3,93	2,14	3,32	4,03	
Rapporto tra numero Presenze e numero residenti													
<b>UTILIZZAZIONE TURISTICA</b>	<b>14,26</b>	13,01	13,56	13,49	12,99	13,14	12,9	13,49	14,44	7,63	11,11	14,26	
Rapporto tra numero Arrivi e numero Posti letto													



# Alta Valle del Tevere

DATI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ARRIVI</b>	<b>92.110</b>	91.608	84.148	83.733	79.342	79.546	77.548	86.041	88.245	48.096	71.929	92.110
Il numero di persone registrate nel complesso degli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>PRESENZE</b>	<b>300.401</b>	376.501	309.716	290.990	288.838	298.479	281.547	296.672	295.541	160.098	248.358	300.401
Il numero delle notti trascorse dai clienti presso gli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>POSTI LETTO TOTALI</b>	<b>6.458</b>	7.044	6.206	6.206	6.109	6.056	6.013	6.377	6.112	6.304	6.476	6.458
Misura la capacità ricettiva del complesso degli esercizi, sia alberghiero che extra-alberghiero. Il totale dei posti letto viene dettagliato tra esercizi alberghiero ed extra-alberghiero in modo da misurare la composizione quantitativa delle diverse tipologie di esercizio ricettivo												
<b>POSTI LETTO ALBERGHIERO</b>	<b>1.108</b>	1.423	1.423	1.423	1.423	1.380	1.380	1.367	1.090	1.090	1.171	1.108
<b>POSTI LETTO EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>5.350</b>	5.621	4.783	4.783	4.686	4.676	4.633	5.010	5.022	5.214	5.305	5.350



# Amerino

INDICI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>PERMANENZA MEDIA</b>	<b>2,53</b>	2,24	2,09	2,00	2,05	2,14	2,17	2,35	2,20	2,50	2,41	2,53
Rapporto tra notti trascorse (presenze) e il numero delle persone ospitate nella struttura (arrivi)												
<b>UTILIZZO MEDIO</b>	<b>12,00%</b>	10,30%	10,10%	10,50%	9,20%	9,20%	10,10%	11,00%	10,30%	7,30%	9,10%	12,00%
Rapporto tra numero Presenze e totale Posti letto												
<b>TASSO DI RICETTIVITA'</b>	<b>79,7</b>	66,87	64,38	64,69	68,26	69,86	74,49	74,48	76,01	79,95	76,48	79,7
Posti letto totali per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' ALBERGHIERO</b>	<b>15,87</b>	21,81	21,93	22,04	21,58	21,75	24,59	23,86	20,83	20,86	16,69	15,87
Posti letto alberghiero per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>63,83</b>	45,06	42,45	42,65	46,68	48,11	49,9	50,61	55,18	59,09	59,79	63,83
Posti letto extra-alberghiero per 1000 abitanti												
<b>POSTI LETTO ALBERGO SU TOTALE</b>	<b>19,90%</b>	32,60%	34,10%	34,10%	31,60%	31,10%	33,00%	32,00%	27,40%	26,10%	21,80%	19,90%
Percentuale posti letto alberghiero su totale												
<b>DENSITA' RICETTIVA</b>	<b>6</b>	5,28	5,08	5,08	5,34	5,42	5,75	5,72	5,8	6,05	5,78	6
Posti letto per Kmq												
<b>INTENSITA' TURISTICA - ARRIVI</b>	<b>1,28</b>	1,12	1,14	1,24	1,12	1,1	1,04	1,1	1,2	0,75	1	1,28
Rapporto tra numero degli Arrivi e numero residenti												
<b>INTENSITA' TURISTICA - PRESENZE</b>	<b>3,23</b>	2,50	2,38	2,47	2,3	2,35	2,25	2,58	2,64	1,87	2,41	3,23
Rapporto tra numero Presenze e numero residenti												
<b>UTILIZZAZIONE TURISTICA</b>	<b>16,05</b>	16,68	17,63	19,1	16,45	15,7	13,95	14,78	15,77	9,35	13,09	16,05
Rapporto tra numero Arrivi e numero Posti letto												



# Amerino

DATI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ARRIVI</b>	<b>36.121</b>	33.048	33.593	36.393	32.932	31.911	30.085	31.681	34.309	21.226	28.378	36.121
Il numero di persone registrate nel complesso degli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>PRESENZE</b>	<b>91.274</b>	74.142	70.279	72.769	67.591	68.280	65.200	74.378	75.401	53.093	68.336	91.274
Il numero delle notti trascorse dai clienti presso gli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>POSTI LETTO TOTALI</b>	<b>2.250</b>	1.981	1.905	1.905	2.002	2.033	2.157	2.144	2.175	2.269	2.168	2.250
Misura la capacità ricettiva del complesso degli esercizi, sia alberghiero che extra-alberghiero. Il totale dei posti letto viene dettagliato tra esercizi alberghiero ed extra-alberghiero in modo da misurare la composizione quantitativa delle diverse tipologie di esercizio ricettivo												
<b>POSTI LETTO ALBERGHIERO</b>	<b>448</b>	646	649	649	633	633	712	687	596	592	473	448
<b>POSTI LETTO EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>1.802</b>	1.335	1.256	1.256	1.369	1.400	1.445	1.457	1.579	1.677	1.695	1.802



# Assisano

INDICI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>PERMANENZA MEDIA</b>	<b>2,47</b>	2,20	2,19	2,13	2,15	2,14	2,13	2,14	2,13	2,36	2,38	2,47
Rapporto tra notti trascorse (presenze) e il numero delle persone ospitate nella struttura (arrivi)												
<b>UTILIZZO MEDIO</b>	<b>29,20%</b>	23,50%	26,60%	26,80%	27,00%	26,90%	25,30%	28,70%	26,90%	14,60%	19,40%	29,20%
Rapporto tra numero Presenze e totale Posti letto												
<b>TASSO DI RICETTIVITA'</b>	<b>238,33</b>	219,51	203,10	203,31	207,4	208,33	211,37	231,76	240,19	230,03	235,92	238,33
Posti letto totali per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' ALBERGHIERO</b>	<b>85,68</b>	88,80	86,89	86,98	89,99	89,52	91,93	92,42	92,38	82,46	87,87	85,68
Posti letto alberghiero per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>152,65</b>	130,71	116,2	116,32	117,41	118,81	119,44	139,34	147,81	147,57	148,04	152,65
Posti letto extra-alberghiero per 1000 abitanti												
<b>POSTI LETTO ALBERGO SU TOTALE</b>	<b>35,90%</b>	40,50%	42,80%	42,80%	43,40%	43,00%	43,50%	39,90%	38,50%	35,80%	37,20%	35,90%
Percentuale posti letto alberghiero su totale												
<b>DENSITA' RICETTIVA</b>	<b>46,92</b>	43,58	40,55	40,55	41,37	41,44	41,99	45,93	47,55	45,53	46,7	46,92
Posti letto per Km <sup>2</sup>												
<b>INTENSITA' TURISTICA - ARRIVI</b>	<b>9,46</b>	8,58	9,02	9,36	9,52	9,55	8,57	10,46	10,55	3,88	6,05	9,46
Rapporto tra numero degli Arrivi e numero residenti												
<b>INTENSITA' TURISTICA - PRESENZE</b>	<b>23,39</b>	18,87	19,75	19,92	20,42	20,45	18,27	22,37	22,42	9,15	14,41	23,39
Rapporto tra numero Presenze e numero residenti												
<b>UTILIZZAZIONE TURISTICA</b>	<b>39,68</b>	39,08	44,40	46,02	45,89	45,86	40,53	45,14	43,91	16,87	25,65	39,68
Rapporto tra numero Arrivi e numero Posti letto												





# Assisano

DATI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ARRIVI</b>	<b>544.913</b>	498.421	526.943	546.203	555.609	556.191	498.122	606.833	611.203	224.773	350.562	544.913
Il numero di persone registrate nel complesso degli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>PRESENZE</b>	<b>1.347.501</b>	1.096.191	1.154.481	1.162.771	1.192.148	1.190.323	1.062.408	1.297.747	1.299.096	529.839	835.018	1.347.501
Il numero delle notti trascorse dai clienti presso gli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>POSTI LETTO TOTALI</b>	<b>13.733</b>	12.755	11.869	11.869	12.107	12.129	12.289	13.444	13.918	13.326	13.668	13.733
Misura la capacità ricettiva del complesso degli esercizi, sia alberghiero che extra-alberghiero. Il totale dei posti letto viene dettagliato tra esercizi alberghiero ed extra-alberghiero in modo da misurare la composizione quantitativa delle diverse tipologie di esercizio ricettivo												
<b>POSTI LETTO ALBERGHIERO</b>	<b>4.937</b>	5.160	5.078	5.078	5.253	5.212	5.345	5.361	5.353	4.777	5.091	4.937
<b>POSTI LETTO EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>8.796</b>	7.595	6.791	6.791	6.854	6.917	6.944	8.083	8.565	8.549	8.577	8.796



# Eugubino

INDICI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022											
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
<b>PERMANENZA MEDIA</b>	<b>2,43</b>	2,72	2,54	2,48	2,40	2,52	2,53	2,36	2,47	2,50	2,47	2,43	<i>Rapporto tra notti trascorse (presenze) e il numero delle persone ospitate nella struttura (arrivi)</i>
<b>UTILIZZO MEDIO</b>	<b>14,90%</b>	14,40%	13,10%	13,40%	13,00%	13,70%	14,75%	16,00%	15,60%	8,90%	12,00%	14,90%	<i>Rapporto tra numero Presenze e totale Posti letto</i>
<b>TASSO DI RICETTIVITA'</b>	<b>100,17</b>	102,26	102,51	102,75	107,16	107,33	107,97	114,48	108,33	108,86	109,51	100,17	<i>Posti letto totali per 1000 abitanti</i>
<b>TASSO RICETTIVITA' ALBERGHIERO</b>	<b>19,24</b>	23,80	24,45	24,51	24,16	24,07	24,78	24,93	25,03	24,83	25,58	19,24	<i>Posti letto alberghiero per 1000 abitanti</i>
<b>TASSO RICETTIVITA' EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>80,93</b>	78,46	78,05	78,24	83	83,25	83,19	89,55	83,3	84,03	83,93	80,93	<i>Posti letto extra-alberghiero per 1000 abitanti</i>
<b>POSTI LETTO ALBERGO SU TOTALE</b>	<b>19,20%</b>	23,30%	23,90%	23,90%	22,50%	22,40%	23,00%	21,80%	23,10%	22,80%	23,40%	19,20%	<i>Percentuale posti letto alberghiero su totale</i>
<b>DENSITA' RICETTIVA</b>	<b>6,12</b>	6,69	6,71	6,71	6,95	6,9	6,88	7,25	6,83	6,8	6,74	6,12	<i>Posti letto per Km<sup>2</sup></i>
<b>INTENSITA' TURISTICA - ARRIVI</b>	<b>2,21</b>	1,97	1,93	2,02	2,11	2,13	1,98	2,33	2,34	1,23	1,82	2,21	<i>Rapporto tra numero degli Arrivi e numero residenti</i>
<b>INTENSITA' TURISTICA - PRESENZE</b>	<b>5,37</b>	5,36	4,91	5,01	5,07	5,36	5,01	5,5	5,79	3,06	4,49	5,37	<i>Rapporto tra numero Presenze e numero residenti</i>
<b>UTILIZZAZIONE TURISTICA</b>	<b>22,07</b>	19,28	18,82	19,63	19,7	19,84	18,36	20,33	21,64	11,26	16,58	22,07	<i>Rapporto tra numero Arrivi e numero Posti letto</i>



# Eugubino

DATI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ARRIVI</b>	<b>122.832</b>	117.299	114.787	119.723	124.520	124.438	114.859	134.067	134.450	69.639	101.673	122.832
Il numero di persone registrate nel complesso degli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>PRESENZE</b>	<b>298.488</b>	318.858	292.046	297.489	298.920	313.158	290.476	316.901	332.012	173.806	251.366	298.488
Il numero delle notti trascorse dai clienti presso gli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>POSTI LETTO TOTALI</b>	<b>5.565</b>	6.085	6.099	6.099	6.321	6.273	6.257	6.594	6.214	6.187	6.131	5.565
Misura la capacità ricettiva del complesso degli esercizi, sia alberghiero che extra-alberghiero. Il totale dei posti letto viene dettagliato tra esercizi alberghiero ed extra-alberghiero in modo da misurare la composizione quantitativa delle diverse tipologie di esercizio ricettivo												
<b>POSTI LETTO ALBERGHIERO</b>	<b>1.069</b>	1.416	1.455	1.455	1.425	1.407	1.436	1.436	1.436	1.411	1.432	1.069
<b>POSTI LETTO EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>4.496</b>	4.669	4.644	4.644	4.896	4.866	4.821	5.158	4.778	4.776	4.699	4.496



# Folignate

INDICI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>PERMANENZA MEDIA</b>	<b>2,59</b>	2,52	2,51	2,36	2,28	2,28	2,32	2,31	2,24	2,39	2,46	2,59
Rapporto tra notti trascorse (presenze) e il numero delle persone ospitate nella struttura (arrivi)												
<b>UTILIZZO MEDIO</b>	<b>16,70%</b>	14,90%	14,50%	14,20%	14,30%	15,00%	15,50%	17,00%	15,50%	9,50%	12,40%	16,70%
Rapporto tra numero Presenze e totale Posti letto												
<b>TASSO DI RICETTIVITA'</b>	<b>102,61</b>	88,95	87,13	87,21	91,87	93,39	94,75	99,94	102,59	101,09	104,1	102,61
Posti letto totali per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' ALBERGHIERO</b>	<b>27,86</b>	30,35	30,73	30,75	31,16	31,62	31,88	31,36	30,69	30	31,3	27,86
Posti letto alberghiero per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>74,75</b>	58,6	56,41	56,46	60,71	61,77	62,87	68,58	71,9	71,09	72,79	74,75
Posti letto extra-alberghiero per 1000 abitanti												
<b>POSTI LETTO ALBERGO SU TOTALE</b>	<b>27,20%</b>	34,10%	35,30%	35,30%	33,90%	33,90%	33,60%	31,40%	29,90%	29,70%	30,10%	27,20%
Percentuale posti letto alberghiero su totale												
<b>DENSITA' RICETTIVA</b>	<b>10,87</b>	9,79	9,61	9,61	10,09	10,18	10,28	10,76	11	10,79	11,09	10,87
Posti letto per Km <sup>2</sup>												
<b>INTENSITA' TURISTICA - ARRIVI</b>	<b>2,27</b>	1,92	1,83	1,92	2,11	2,25	2,05	2,34	2,43	1,34	1,78	2,27
Rapporto tra numero degli Arrivi e numero residenti												
<b>INTENSITA' TURISTICA - PRESENZE</b>	<b>5,87</b>	4,83	4,60	4,52	4,8	5,12	4,74	5,4	5,45	3,2	4,38	5,87
Rapporto tra numero Presenze e numero residenti												
<b>UTILIZZAZIONE TURISTICA</b>	<b>22,1</b>	21,56	20,99	22,03	22,95	24,05	21,61	23,44	23,71	13,23	17,12	22,1
Rapporto tra numero Arrivi e numero Posti letto												



# Folignate

DATI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ARRIVI</b>	<b>217.002</b>	190.768	182.173	191.153	209.250	221.186	200.595	227.835	235.633	128.975	171.584	217.002
Il numero di persone registrate nel complesso degli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>PRESENZE</b>	<b>562.122</b>	480.198	457.866	450.256	476.046	504.418	464.493	525.594	528.393	308.713	421.487	562.122
Il numero delle notti trascorse dai clienti presso gli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>POSTI LETTO TOTALI</b>	<b>9.819</b>	8.849	8.678	8.678	9.116	9.197	9.283	9.719	9.939	9.748	10.023	9.819
Misura la capacità ricettiva del complesso degli esercizi, sia alberghiero che extra-alberghiero. Il totale dei posti letto viene dettagliato tra esercizi alberghiero ed extra-alberghiero in modo da misurare la composizione quantitativa delle diverse tipologie di esercizio ricettivo												
<b>POSTI LETTO ALBERGHIERO</b>	<b>2.666</b>	3.019	3.060	3.060	3.092	3.114	3.123	3.050	2.973	2.893	3.014	2.666
<b>POSTI LETTO EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>7.153</b>	5.830	5.618	5.618	6.024	6.083	6.160	6.669	6.966	6.855	7.009	7.153



# Orvieto

INDICI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>PERMANENZA MEDIA</b>	<b>2,14</b>	2,23	2,16	1,91	1,97	2,03	1,86	1,98	1,96	2,11	2,10	2,14
Rapporto tra notti trascorse (presenze) e il numero delle persone ospitate nella struttura (arrivi)												
<b>UTILIZZO MEDIO</b>	<b>16,40%</b>	14,90%	14,90%	16,30%	18,50%	18,60%	18,91%	20,70%	19,30%	9,40%	12,40%	16,40%
Rapporto tra numero Presenze e totale Posti letto												
<b>TASSO DI RICETTIVITA'</b>	<b>181,39</b>	135,34	131,13	131,57	130,73	131,97	137,37	149,37	163,62	171,77	178,17	181,39
Posti letto totali per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' ALBERGHIERO</b>	<b>37,59</b>	36,10	40,46	40,59	41,02	40,26	38,06	38,83	38,43	38,78	37,33	37,59
Posti letto alberghiero per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>143,8</b>	99,24	90,67	90,98	89,72	91,71	99,31	110,54	125,19	132,99	140,84	143,8
Posti letto extra-alberghiero per 1000 abitanti												
<b>POSTI LETTO ALBERGO SU TOTALE</b>	<b>20,70%</b>	26,70%	30,90%	30,90%	31,40%	30,50%	27,70%	26,00%	23,50%	22,60%	20,90%	20,70%
Percentuale posti letto alberghiero su totale												
<b>DENSITA' RICETTIVA</b>	<b>7,96</b>	6,43	6,23	6,23	6,12	6,12	6,33	6,82	7,43	7,73	7,89	7,96
Posti letto per Km <sup>2</sup>												
<b>INTENSITA' TURISTICA - ARRIVI</b>	<b>4,66</b>	3,29	3,30	4,1	4,47	4,42	4,49	5,02	5,25	2,33	3,5	4,66
Rapporto tra numero degli Arrivi e numero residenti												
<b>INTENSITA' TURISTICA - PRESENZE</b>	<b>9,98</b>	7,34	7,13	7,83	8,82	8,97	8,35	9,93	10,27	4,92	7,34	9,98
Rapporto tra numero Presenze e numero residenti												
<b>UTILIZZAZIONE TURISTICA</b>	<b>25,69</b>	24,29	25,15	31,17	34,21	33,46	32,69	33,63	32,07	13,59	19,66	25,69
Rapporto tra numero Arrivi e numero Posti letto												





# Orvieto

DATI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ARRIVI</b>	<b>193.681</b>	147.884	148.333	183.854	198.458	194.161	195.977	217.184	225.693	99.500	146.924	193.681
Il numero di persone registrate nel complesso degli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>PRESENZE</b>	<b>414.608</b>	330.209	320.854	351.172	391.501	394.243	364.430	429.612	441.531	209.761	307.820	414.608
Il numero delle notti trascorse dai clienti presso gli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>POSTI LETTO TOTALI</b>	<b>7.538</b>	6.088	5.899	5.899	5.801	5.802	5.995	6.459	7.038	7.322	7.475	7.538
Misura la capacità ricettiva del complesso degli esercizi, sia alberghiero che extra-alberghiero. Il totale dei posti letto viene dettagliato tra esercizi alberghiero ed extra-alberghiero in modo da misurare la composizione quantitativa delle diverse tipologie di esercizio ricettivo												
<b>POSTI LETTO ALBERGHIERO</b>	<b>1.562</b>	1.624	1.820	1.820	1.820	1.770	1.661	1.679	1.653	1.653	1.566	1.562
<b>POSTI LETTO EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>5.976</b>	4.464	4.079	4.079	3.981	4.032	4.334	4.780	5.385	5.669	5.909	5.976



# Perugino

INDICI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>PERMANENZA MEDIA</b>	<b>2,66</b>	2,60	2,57	2,54	2,39	2,46	2,47	2,34	2,47	2,64	2,76	2,66
Rapporto tra notti trascorse (presenze) e il numero delle persone ospitate nella struttura (arrivi)												
<b>UTILIZZO MEDIO</b>	<b>27,70%</b>	25,10%	24,00%	25,00%	24,90%	26,10%	26,95%	28,60%	27,60%	15,20%	21,30%	27,70%
Rapporto tra numero Presenze e totale Posti letto												
<b>TASSO DI RICETTIVITA'</b>	<b>61,68</b>	63,30	61,60	61,45	59,34	57,58	58,08	61,7	63,1	64,02	63,82	61,68
Posti letto totali per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' ALBERGHIERO</b>	<b>28,03</b>	32,24	31,85	31,78	31,76	30,67	30,75	30,49	31	30,5	30,18	28,03
Posti letto alberghiero per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>33,65</b>	31,05	29,74	29,67	27,58	26,91	27,33	31,21	32,1	33,52	33,63	33,65
Posti letto extra-alberghiero per 1000 abitanti												
<b>POSTI LETTO ALBERGO SU TOTALE</b>	<b>45,40%</b>	50,90%	51,70%	51,70%	53,50%	53,30%	52,90%	49,40%	49,10%	47,60%	47,30%	45,40%
Percentuale posti letto alberghiero su totale												
<b>DENSITA' RICETTIVA</b>	<b>20,7</b>	21,33	20,92	20,92	20,07	19,51	19,73	20,88	21,39	21,71	21,67	20,7
Posti letto per Km <sup>2</sup>												
<b>INTENSITA' TURISTICA - ARRIVI</b>	<b>2,2</b>	2,23	2,10	2,2	2,25	2,24	2,07	2,44	2,39	1,05	1,51	2,2
Rapporto tra numero degli Arrivi e numero residenti												
<b>INTENSITA' TURISTICA - PRESENZE</b>	<b>5,87</b>	5,79	5,40	5,61	5,39	5,49	5,1	5,71	5,9	2,78	4,18	5,87
Rapporto tra numero Presenze e numero residenti												
<b>UTILIZZAZIONE TURISTICA</b>	<b>35,73</b>	35,23	34,11	35,86	37,93	38,86	35,58	39,6	37,83	16,45	23,74	35,73
Rapporto tra numero Arrivi e numero Posti letto												



# Perugino

DATI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ARRIVI</b>	<b>440.489</b>	447.522	424.934	446.743	453.457	451.585	418.113	492.596	481.937	212.663	306.359	440.489
Il numero di persone registrate nel complesso degli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>PRESENZE</b>	<b>1.173.512</b>	1.162.997	1.091.160	1.136.568	1.085.445	1.108.699	1.031.244	1.151.581	1.190.376	562.413	845.263	1.173.512
Il numero delle notti trascorse dai clienti presso gli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>POSTI LETTO TOTALI</b>	<b>12.329</b>	12.704	12.457	12.457	11.955	11.622	11.751	12.438	12.739	12.928	12.906	12.329
Misura la capacità ricettiva del complesso degli esercizi, sia alberghiero che extra-alberghiero. Il totale dei posti letto viene dettagliato tra esercizi alberghiero ed extra-alberghiero in modo da misurare la composizione quantitativa delle diverse tipologie di esercizio ricettivo												
<b>POSTI LETTO ALBERGHIERO</b>	<b>5.603</b>	6.471	6.442	6.442	6.399	6.191	6.221	6.146	6.259	6.159	6.104	5.603
<b>POSTI LETTO EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>6.726</b>	6.233	6.015	6.015	5.556	5.431	5.530	6.292	6.480	6.769	6.802	6.726



# Spoletino

INDICI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>PERMANENZA MEDIA</b>	<b>2,51</b>	2,47	2,45	2,28	2,32	2,45	2,85	2,30	2,39	2,52	2,55	2,51
Rapporto tra notti trascorse (presenze) e il numero delle persone ospitate nella struttura (arrivi)												
<b>UTILIZZO MEDIO</b>	<b>20,60%</b>	17,10%	18,80%	17,50%	17,00%	18,80%	19,63%	19,70%	20,00%	13,00%	18,20%	20,60%
Rapporto tra numero Presenze e totale Posti letto												
<b>TASSO DI RICETTIVITA'</b>	<b>96,78</b>	82,94	78,76	79,22	83,34	86,79	88,44	85,22	90,74	90,67	95,29	96,78
Posti letto totali per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' ALBERGHIERO</b>	<b>27,68</b>	34,21	31,55	31,73	30,1	30,78	30,02	28,88	27,58	26,37	27,68	27,68
Posti letto alberghiero per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>69,1</b>	48,73	47,22	47,49	53,25	56,01	58,41	56,34	63,17	64,3	67,61	69,1
Posti letto extra-alberghiero per 1000 abitanti												
<b>POSTI LETTO ALBERGO SU TOTALE</b>	<b>28,60%</b>	41,20%	40,10%	40,10%	36,10%	35,50%	33,90%	33,90%	30,40%	29,10%	29,00%	28,60%
Percentuale posti letto alberghiero su totale												
<b>DENSITA' RICETTIVA</b>	<b>9,48</b>	8,64	8,18	8,18	8,6	8,87	9	8,65	9,17	9,1	9,45	9,48
Posti letto per Km <sup>2</sup>												
<b>INTENSITA' TURISTICA - ARRIVI</b>	<b>2,74</b>	2,09	2,20	2,22	2,23	2,43	1,95	2,44	2,6	1,43	2,24	2,74
Rapporto tra numero degli Arrivi e numero residenti												
<b>INTENSITA' TURISTICA - PRESENZE</b>	<b>6,88</b>	5,18	5,40	5,06	5,19	5,96	5,55	5,6	6,2	3,6	5,72	6,88
Rapporto tra numero Presenze e numero residenti												
<b>UTILIZZAZIONE TURISTICA</b>	<b>28,36</b>	25,23	27,99	28	26,81	27,99	22	28,59	28,63	15,77	23,56	28,36
Rapporto tra numero Arrivi e numero Posti letto												



# Spoletino

DATI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ARRIVI</b>	<b>124.938</b>	101.281	106.344	106.406	107.122	115.391	92.021	114.921	122.002	66.738	103.485	124.938
Il numero di persone registrate nel complesso degli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>PRESENZE</b>	<b>312.972</b>	250.594	260.406	242.543	248.656	283.076	262.656	263.902	291.244	168.013	263.734	312.972
Il numero delle notti trascorse dai clienti presso gli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>POSTI LETTO TOTALI</b>	<b>4.405</b>	4.015	3.800	3.800	3.996	4.122	4.183	4.019	4.261	4.232	4.393	4.405
Misura la capacità ricettiva del complesso degli esercizi, sia alberghiero che extra-alberghiero. Il totale dei posti letto viene dettagliato tra esercizi alberghiero ed extra-alberghiero in modo da misurare la composizione quantitativa delle diverse tipologie di esercizio ricettivo												
<b>POSTI LETTO ALBERGHIERO</b>	<b>1.260</b>	1.656	1.522	1.522	1.443	1.462	1.420	1.362	1.295	1.231	1.276	1.260
<b>POSTI LETTO EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>3.145</b>	2.359	2.278	2.278	2.553	2.660	2.763	2.657	2.966	3.001	3.117	3.145



# Ternano

INDICI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>PERMANENZA MEDIA</b>	<b>2,49</b>	2,58	2,47	2,47	2,47	2,46	2,56	2,40	2,36	2,39	2,54	2,49
Rapporto tra notti trascorse (presenze) e il numero delle persone ospitate nella struttura (arrivi)												
<b>UTILIZZO MEDIO</b>	<b>18,60%</b>	14,30%	14,20%	15,40%	15,80%	15,80%	19,36%	18,60%	16,60%	11,50%	15,70%	18,60%
Rapporto tra numero Presenze e totale Posti letto												
<b>TASSO DI RICETTIVITA'</b>	<b>41,75</b>	41,65	39,24	39,17	39,78	40,02	39,3	40,54	41,2	42,1	40,63	41,75
Posti letto totali per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' ALBERGHIERO</b>	<b>11,94</b>	13,10	12,69	12,67	12,34	12,09	11,93	11,59	11,79	11,86	12,28	11,94
Posti letto alberghiero per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>29,82</b>	28,55	26,55	26,5	27,45	27,93	27,38	28,95	29,4	30,24	28,35	29,82
Posti letto extra-alberghiero per 1000 abitanti												
<b>POSTI LETTO ALBERGO SU TOTALE</b>	<b>28,60%</b>	31,50%	32,30%	32,30%	31,00%	30,20%	30,30%	28,60%	28,60%	28,20%	30,20%	28,60%
Percentuale posti letto alberghiero su totale												
<b>DENSITA' RICETTIVA</b>	<b>7,71</b>	8,05	7,60	7,6	7,7	7,71	7,55	7,75	7,85	7,98	7,56	7,71
Posti letto per Kmq												
<b>INTENSITA' TURISTICA - ARRIVI</b>	<b>1,01</b>	0,84	0,82	0,89	0,93	0,94	0,92	0,97	0,98	0,6	0,81	1,01
Rapporto tra numero degli Arrivi e numero residenti												
<b>INTENSITA' TURISTICA - PRESENZE</b>	<b>2,52</b>	2,17	2,03	2,2	2,29	2,31	2,36	2,34	2,31	1,43	2,06	2,52
Rapporto tra numero Presenze e numero residenti												
<b>UTILIZZAZIONE TURISTICA</b>	<b>24,2</b>	20,13	20,98	22,76	23,31	23,41	23,42	24,04	23,72	14,23	19,98	24,2
Rapporto tra numero Arrivi e numero Posti letto												



# Ternano

DATI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ARRIVI</b>	<b>150.085</b>	130.366	128.358	139.274	144.472	145.264	142.320	150.005	149.782	91.344	121.473	150.085
Il numero di persone registrate nel complesso degli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>PRESENZE</b>	<b>373.865</b>	336.857	317.015	343.716	357.157	358.075	364.930	359.485	353.773	218.149	308.076	373.865
Il numero delle notti trascorse dai clienti presso gli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>POSTI LETTO TOTALI</b>	<b>6.202</b>	6.475	6.118	6.118	6.197	6.204	6.076	6.240	6.315	6.418	6.080	6.202
Misura la capacità ricettiva del complesso degli esercizi, sia alberghiero che extra-alberghiero. Il totale dei posti letto viene dettagliato tra esercizi alberghiero ed extra-alberghiero in modo da misurare la composizione quantitativa delle diverse tipologie di esercizio ricettivo												
<b>POSTI LETTO ALBERGHIERO</b>	<b>1.773</b>	2.037	1.979	1.979	1.922	1.874	1.844	1.784	1.808	1.808	1.837	1.773
<b>POSTI LETTO EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>4.429</b>	4.438	4.139	4.139	4.275	4.330	4.232	4.456	4.507	4.610	4.243	4.429





# Trasimeno

INDICI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>PERMANENZA MEDIA</b>	<b>4,11</b>	4,91	4,86	4,57	4,40	4,40	4,50	4,29	4,20	4,70	4,26	4,11
Rapporto tra notti trascorse (presenze) e il numero delle persone ospitate nella struttura (arrivi)												
<b>UTILIZZO MEDIO</b>	<b>17,20%</b>	14,90%	15,20%	15,00%	14,90%	15,10%	19,09%	19,40%	15,60%	11,40%	13,70%	17,20%
Rapporto tra numero Presenze e totale Posti letto												
<b>TASSO DI RICETTIVITA'</b>	<b>309,48</b>	298,13	278,93	279,16	271,92	274,77	274,8	294,43	306,72	305,18	308,85	309,48
Posti letto totali per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' ALBERGHIERO</b>	<b>40,58</b>	45,70	44,43	44,46	44,16	44,62	43,28	43,61	45,26	44,24	42,85	40,58
Posti letto alberghiero per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>268,9</b>	252,42	234,5	234,69	227,75	230,15	231,51	250,81	261,46	260,94	266	268,9
Posti letto extra-alberghiero per 1000 abitanti												
<b>POSTI LETTO ALBERGO SU TOTALE</b>	<b>13,10%</b>	15,30%	15,90%	15,90%	16,20%	16,20%	15,80%	14,80%	14,80%	14,50%	13,90%	13,10%
Percentuale posti letto alberghiero su totale												
<b>DENSITA' RICETTIVA</b>	<b>22,42</b>	22,20	20,84	20,84	20,24	20,27	20,17	21,53	22,33	22,15	22,43	22,42
Posti letto per Km <sup>2</sup>												
<b>INTENSITA' TURISTICA - ARRIVI</b>	<b>4,03</b>	3,29	3,19	3,34	3,36	3,44	3,26	3,55	3,54	2	3,05	4,03
Rapporto tra numero degli Arrivi e numero residenti												
<b>INTENSITA' TURISTICA - PRESENZE</b>	<b>16,59</b>	16,17	15,51	15,27	14,8	15,14	14,69	15,25	14,89	9,39	12,99	16,59
Rapporto tra numero Presenze e numero residenti												
<b>UTILIZZAZIONE TURISTICA</b>	<b>13,03</b>	11,04	11,43	11,97	12,37	12,52	11,87	12,06	11,56	6,55	9,88	13,03
Rapporto tra numero Arrivi e numero Posti letto												



# Trasimeno

DATI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ARRIVI</b>	<b>227.391</b>	190.749	185.469	194.119	194.881	197.530	186.335	202.224	200.888	112.870	172.553	227.391
Il numero di persone registrate nel complesso degli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>PRESENZE</b>	<b>935.660</b>	936.959	901.969	887.150	857.750	869.128	839.059	868.384	843.773	530.588	734.266	935.660
Il numero delle notti trascorse dai clienti presso gli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>POSTI LETTO TOTALI</b>	<b>17.450</b>	17.280	16.223	16.223	15.756	15.776	15.700	16.762	17.383	17.240	17.457	17.450
Misura la capacità ricettiva del complesso degli esercizi, sia alberghiero che extra-alberghiero. Il totale dei posti letto viene dettagliato tra esercizi alberghiero ed extra-alberghiero in modo da misurare la composizione quantitativa delle diverse tipologie di esercizio ricettivo												
<b>POSTI LETTO ALBERGHIERO</b>	<b>2.288</b>	2.649	2.584	2.584	2.559	2.562	2.473	2.483	2.565	2.499	2.422	2.288
<b>POSTI LETTO EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>15.162</b>	14.631	13.639	13.639	13.197	13.214	13.227	14.279	14.818	14.741	15.035	15.162



# Tuderte

INDICI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>PERMANENZA MEDIA</b>	<b>2,94</b>	2,61	2,42	2,42	2,25	2,40	2,30	2,40	2,39	2,92	2,96	2,94
Rapporto tra notti trascorse (presenze) e il numero delle persone ospitate nella struttura (arrivi)												
<b>UTILIZZO MEDIO</b>	<b>13,50%</b>	13,30%	14,00%	14,70%	14,60%	14,00%	14,66%	15,30%	14,50%	7,70%	10,80%	13,50%
Rapporto tra numero Presenze e totale Posti letto												
<b>TASSO DI RICETTIVITA'</b>	<b>120,6</b>	104,04	98,65	99,34	102,06	102,13	101,48	109,64	115,63	116,08	117,75	120,6
Posti letto totali per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' ALBERGHIERO</b>	<b>20,46</b>	22,24	22,49	22,65	23,46	23,67	23,63	21,05	21,27	21,06	21,1	20,46
Posti letto alberghiero per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>100,14</b>	81,8	76,16	76,7	78,61	78,46	77,85	88,59	94,36	95,02	96,65	100,14
Posti letto extra-alberghiero per 1000 abitanti												
<b>POSTI LETTO ALBERGO SU TOTALE</b>	<b>17,00%</b>	21,40%	22,80%	22,80%	23,00%	23,20%	23,30%	19,20%	18,40%	18,10%	17,90%	17,00%
Percentuale posti letto alberghiero su totale												
<b>DENSITA' RICETTIVA</b>	<b>9,37</b>	8,55	8,09	8,09	8,27	8,22	8,07	8,65	9,03	9,01	9,21	9,37
Posti letto per Km <sup>2</sup>												
<b>INTENSITA' TURISTICA - ARRIVI</b>	<b>1,88</b>	1,93	2,08	2,21	2,42	2,18	2,18	2,26	2,32	0,97	1,42	1,88
Rapporto tra numero degli Arrivi e numero residenti												
<b>INTENSITA' TURISTICA - PRESENZE</b>	<b>5,52</b>	5,03	5,03	5,34	5,44	5,23	5,01	5,42	5,56	2,82	4,22	5,52
Rapporto tra numero Presenze e numero residenti												
<b>UTILIZZAZIONE TURISTICA</b>	<b>15,57</b>	18,54	21,11	22,2	23,69	21,36	21,44	20,61	20,07	8,31	12,1	15,57
Rapporto tra numero Arrivi e numero Posti letto												



# Tuderte

DATI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ARRIVI</b>	<b>82.874</b>	89.980	96.941	101.977	111.229	99.619	98.246	101.232	102.921	42.531	63.253	82.874
Il numero di persone registrate nel complesso degli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>PRESENZE</b>	<b>243.619</b>	234.719	234.280	246.987	250.109	238.955	226.109	242.890	246.387	124.136	187.151	243.619
Il numero delle notti trascorse dai clienti presso gli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>POSTI LETTO TOTALI</b>	<b>5.322</b>	4.852	4.593	4.593	4.695	4.664	4.582	4.912	5.127	5.115	5.228	5.322
Misura la capacità ricettiva del complesso degli esercizi, sia alberghiero che extra-alberghiero. Il totale dei posti letto viene dettagliato tra esercizi alberghiero ed extra-alberghiero in modo da misurare la composizione quantitativa delle diverse tipologie di esercizio ricettivo												
<b>POSTI LETTO ALBERGHIERO</b>	<b>903</b>	1.037	1.047	1.047	1.079	1.081	1.067	943	943	928	937	903
<b>POSTI LETTO EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>4.419</b>	3.815	3.546	3.546	3.616	3.583	3.515	3.969	4.184	4.187	4.291	4.419



# Valnerina

INDICI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>PERMANENZA MEDIA</b>	<b>2,13</b>	2,33	2,24	2,20	2,16	2,36	3,25	2,24	2,04	2,29	2,19	2,13
Rapporto tra notti trascorse (presenze) e il numero delle persone ospitate nella struttura (arrivi)												
<b>UTILIZZO MEDIO</b>	<b>18,90%</b>	19,40%	20,70%	22,10%	22,20%	20,60%	15,33%	15,50%	16,90%	9,70%	14,50%	18,90%
Rapporto tra numero Presenze e totale Posti letto												
<b>TASSO DI RICETTIVITA'</b>	<b>359,91</b>	414,21	381,87	383,72	398,09	397,26	394,8	402,57	393,27	394,52	408,13	359,91
Posti letto totali per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' ALBERGHIERO</b>	<b>143,57</b>	170,28	174,03	174,87	180,92	183,5	190,23	194,02	183,77	182,96	189,75	143,57
Posti letto alberghiero per 1000 abitanti												
<b>TASSO RICETTIVITA' EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>216,34</b>	243,92	207,84	208,85	217,17	213,76	204,57	208,55	209,51	211,56	218,38	216,34
Posti letto extra-alberghiero per 1000 abitanti												
<b>POSTI LETTO ALBERGO SU TOTALE</b>	<b>39,90%</b>	41,10%	45,60%	45,60%	45,40%	46,20%	48,20%	48,20%	46,70%	46,40%	46,50%	39,90%
Percentuale posti letto alberghiero su totale												
<b>DENSITA' RICETTIVA</b>	<b>4,83</b>	6,09	5,61	5,61	5,79	5,74	5,68	5,68	5,5	5,46	5,54	4,83
Posti letto per Km <sup>2</sup>												
<b>INTENSITA' TURISTICA - ARRIVI</b>	<b>10,97</b>	12,59	12,91	14,05	14,96	12,63	5,96	9,65	10,67	5,13	8,8	10,97
Rapporto tra numero degli Arrivi e numero residenti												
<b>INTENSITA' TURISTICA - PRESENZE</b>	<b>23,41</b>	29,31	28,89	30,89	32,3	29,81	19,34	21,62	21,8	11,76	19,31	23,41
Rapporto tra numero Presenze e numero residenti												
<b>UTILIZZAZIONE TURISTICA</b>	<b>30,48</b>	30,40	33,82	36,61	37,59	31,8	15,09	23,97	27,14	13,01	21,56	30,48
Rapporto tra numero Arrivi e numero Posti letto												



# Valnerina

DATI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ARRIVI</b>	<b>122.731</b>	154.379	158.120	171.179	181.628	152.374	71.472	113.588	124.392	59.241	99.561	122.731
Il numero di persone registrate nel complesso degli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>PRESENZE</b>	<b>261.873</b>	359.403	353.727	376.383	392.059	359.558	232.021	254.501	254.051	135.709	218.441	261.873
Il numero delle notti trascorse dai clienti presso gli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>POSTI LETTO TOTALI</b>	<b>4.026</b>	5.079	4.676	4.676	4.832	4.791	4.736	4.739	4.584	4.552	4.618	4.026
Misura la capacità ricettiva del complesso degli esercizi, sia alberghiero che extra-alberghiero. Il totale dei posti letto viene dettagliato tra esercizi alberghiero ed extra-alberghiero in modo da misurare la composizione quantitativa delle diverse tipologie di esercizio ricettivo												
<b>POSTI LETTO ALBERGHIERO</b>	<b>1.606</b>	2.088	2.131	2.131	2.196	2.213	2.282	2.284	2.142	2.111	2.147	1.606
<b>POSTI LETTO EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>2.420</b>	2.991	2.545	2.545	2.636	2.578	2.454	2.455	2.442	2.441	2.471	2.420



**Colazioni**



**Gelateria**



**Pasticceria  
siciliana**



**Aperitivi**

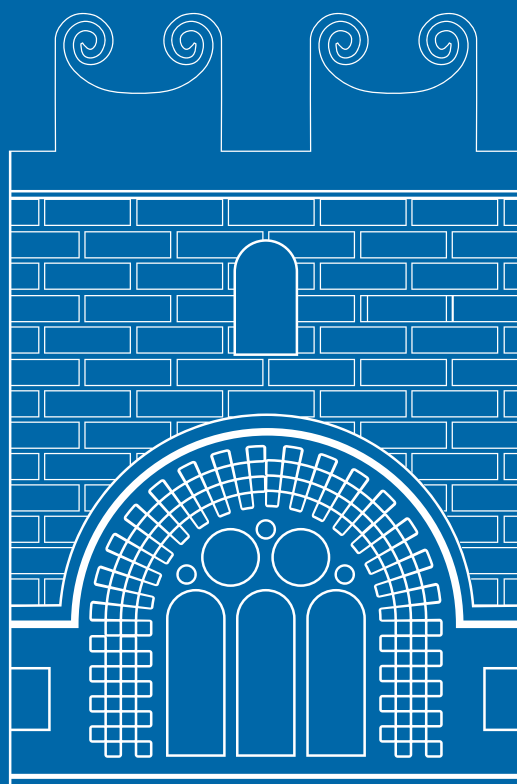
*L' Officina  
del Gelato*

**C.Cavour, 81 - Orvieto 3281232762**



# Comparazione territoriale degli indici

Elaborazione CTS su dati della Regione Umbria, Servizio turismo,  
sport, film commission - Statistiche del turismo



# Presenze

	2012	2022	Differenza		VAR %
ALTA VALLE DEL TEVERE	376.501	300.401	-76.100	↘	-20,2%
AMERINO	74.142	91.274	17.132	↗	23,1%
ASSISANO	1.096.191	1.347.501	251.310	↗	22,9%
EUGUBINO	318.858	298.488	-20.370	↘	-6,4%
FOLIGNATE	480.198	562.122	81.924	↗	17,1%
ORVIETANO	330.209	414.608	84.399	↗	25,6%
PERUGINO	1.162.997	1.173.512	10.515	↗	0,9%
SPOLETINO	250.594	312.972	62.378	↗	24,9%
TERNANO	336.857	373.865	37.008	↗	11,0%
TRASIMENO	936.959	935.660	-1.299	↘	-0,1%
TUDERTE	234.719	243.619	8.900	↗	3,8%
VALNERINA	359.403	261.873	-97.530	↘	-27,1%
<b>UMBRIA</b>	<b>5.957.628</b>	<b>6.315.895</b>	<b>358.267</b>	<b>↗</b>	<b>6,0%</b>
<b>ORVIETO</b>	<b>205.096</b>	<b>273.185</b>	<b>68.089</b>	<b>↗</b>	<b>33,2%</b>

## I PRIMI TRE COMPENSORI : PRESENZE

Valori assoluti



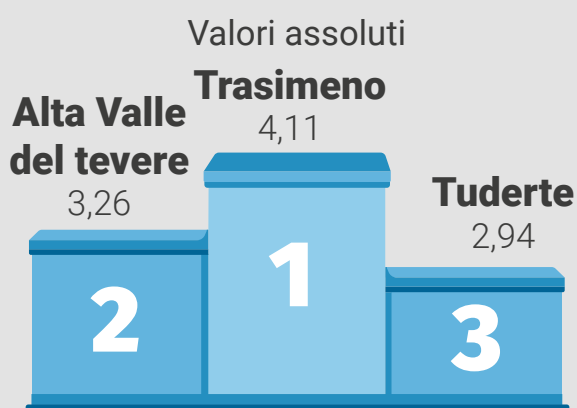
Per incremento



# Permanenza media

	2012	2022	Differenza		VAR %
ALTA VALLE DEL TEVERE	4,11	3,26	-0,85	↓	-20,6%
AMERINO	2,24	2,53	0,28	↑	12,6%
ASSISANO	2,20	2,47	0,27	↑	12,4%
EUGUBINO	2,72	2,43	-0,29	↓	-10,6%
FOLIGNATE	2,52	2,59	0,07	↑	2,9%
ORVIETANO	2,23	2,14	-0,09	↓	-4,1%
PERUGINO	2,60	2,66	0,07	↑	2,5%
SPOLETINO	2,47	2,51	0,03	↑	1,2%
TERNANO	2,58	2,49	-0,09	↓	-3,6%
TRASIMENO	4,91	4,11	-0,80	↓	-16,2%
TUDERTE	2,61	2,94	0,33	↑	12,7%
VALNERINA	2,33	2,13	-0,19	↓	-8,3%
<b>UMBRIA</b>	<b>2,72</b>	<b>2,68</b>	<b>-0,03</b>	<b>↓</b>	<b>-1,3%</b>
<b>ORVIETO</b>	<b>1,82</b>	<b>1,86</b>	<b>0,04</b>	<b>↑</b>	<b>2,2%</b>

## I PRIMI TRE COMPENSORI: PERMANENZA MEDIA

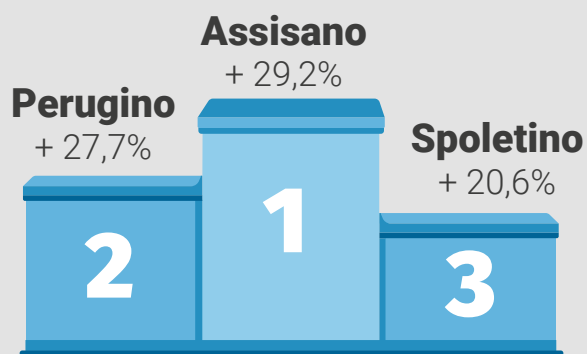


# Utilizzo medio

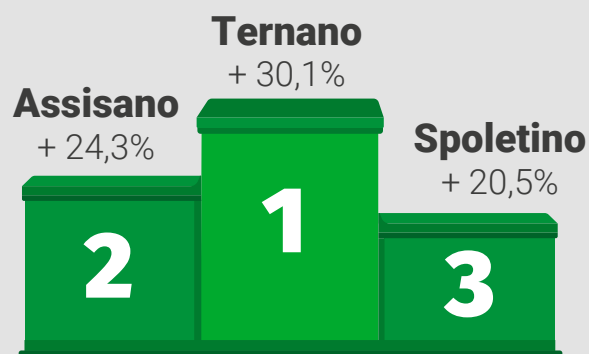
	2012	2022	VAR %	
ALTA VALLE DEL TEVERE	14,60%	13,90%	-4,8%	↘
AMERINO	10,30%	12,00%	16,5%	↗
ASSISANO	23,50%	29,20%	24,3%	↗
EUGUBINO	14,40%	14,90%	3,5%	↗
FOLIGNATE	14,90%	16,70%	12,1%	↗
ORVIETANO	14,90%	16,40%	10,1%	↗
PERUGINO	25,10%	27,70%	10,4%	↗
SPOLETINO	17,10%	20,60%	20,5%	↗
TERNANO	14,30%	18,60%	30,1%	↗
TRASIMENO	14,90%	17,20%	15,4%	↗
TUDERTE	13,30%	13,50%	1,5%	↗
VALNERINA	19,40%	18,90%	-2,6%	↘
<b>UMBRIA</b>	<b>17,50%</b>	<b>19,80%</b>	<b>13,1%</b>	<b>↗</b>
<b>ORVIETO</b>	<b>20,90%</b>	<b>22,30%</b>	<b>6,7%</b>	<b>↗</b>

## I PRIMI TRE COMPENSORI: UTILIZZO MEDIO

Valori assoluti



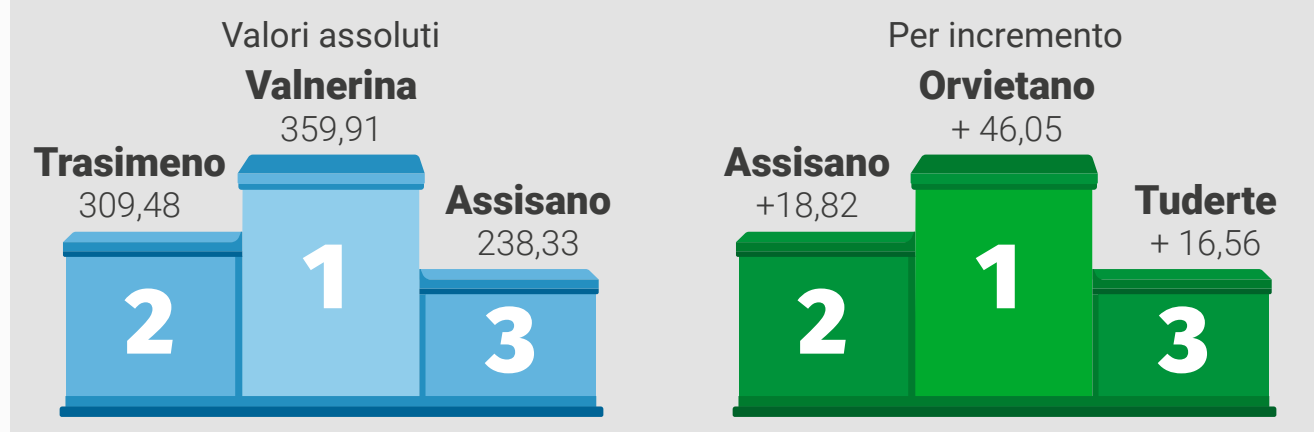
Per incremento



# Tasso di ricettività

	2012	2022	Differenza		VAR %
ALTA VALLE DEL TEVERE	91,15	86,66	-4,49	↘	-4,9%
AMERINO	66,87	79,70	12,83	↗	19,2%
ASSISANO	219,51	238,33	18,82	↗	8,6%
EUGUBINO	102,26	100,17	-2,09	↘	-2,0%
FOLIGNATE	88,95	102,61	13,66	↗	15,4%
ORVIETANO	135,34	181,39	46,05	↗	34,0%
PERUGINO	63,30	61,68	-1,62	↘	-2,6%
SPOLETINO	82,94	96,78	13,84	↗	16,7%
TERNANO	41,65	41,75	0,10	↗	0,2%
TRASIMENO	298,13	309,48	11,35	↗	3,8%
TUDERTE	104,04	120,60	16,56	↗	15,9%
VALNERINA	414,21	359,91	-54,30	↘	-13,1%
<b>UMBRIA</b>	<b>104,68</b>	<b>110,73</b>	<b>6,05</b>	<b>↗</b>	<b>5,8%</b>
<b>ORVIETO</b>	<b>127,60</b>	<b>178,93</b>	<b>51,33</b>	<b>↗</b>	<b>40,2%</b>

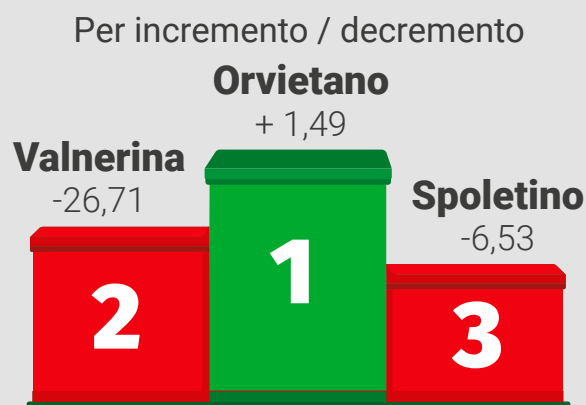
## I PRIMI TRE COMPENSORI: TASSO DI RICETTIVITA'



# Tasso ricettività alberghiero

	2012	2022	Differenza		VAR %
ALTA VALLE DEL TEVERE	18,41	14,87	-3,54	↘	-19,2%
AMERINO	21,81	15,87	-5,94	↘	-27,2%
ASSISANO	88,80	85,68	-3,12	↘	-3,5%
EUGUBINO	23,80	19,24	-4,56	↘	-19,2%
FOLIGNATE	30,35	27,86	-2,49	↘	-8,2%
ORVIETANO	36,10	37,59	1,49	↗	4,1%
PERUGINO	32,24	28,03	-4,21	↘	-13,1%
SPOLETINO	34,21	27,68	-6,53	↘	-19,1%
TERNANO	13,10	11,94	-1,16	↘	-8,9%
TRASIMENO	45,70	40,58	-5,12	↘	-11,2%
TUDERTE	22,24	20,46	-1,78	↘	-8,0%
VALNERINA	170,28	143,57	-26,71	↘	-15,7%
<b>UMBRIA</b>	<b>32,82</b>	<b>29,37</b>	<b>-3,45</b>	<b>↘</b>	<b>-10,5%</b>
<b>ORVIETO</b>	<b>57,74</b>	<b>55,36</b>	<b>-2,38</b>	<b>↘</b>	<b>-4,1%</b>

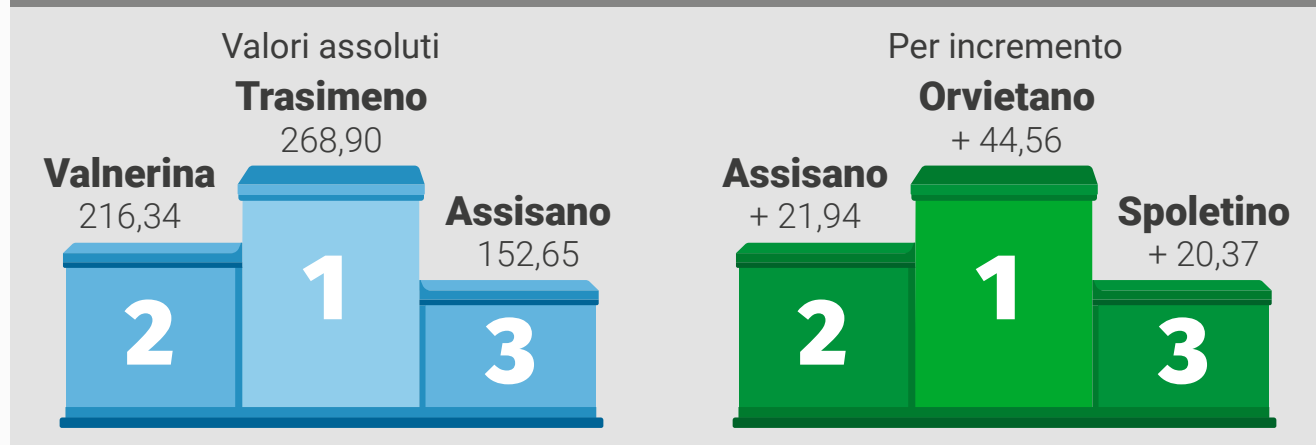
## I PRIMI TRE COMPENSORI: TASSO RICETTIVITA' ALBERGHIERO



# Tasso ricettività extralberghiero

	2012	2022	Differenza		VAR %
ALTA VALLE DEL TEVERE	72,74	71,79	-0,95	↘	-1,3%
AMERINO	45,06	63,83	18,77	↗	41,7%
ASSISANO	130,71	152,65	21,94	↗	16,8%
EUGUBINO	78,46	80,93	2,47	↗	3,1%
FOLIGNATE	58,60	74,75	16,15	↗	27,6%
ORVIETANO	99,24	143,80	44,56	↗	44,9%
PERUGINO	31,05	33,65	2,60	↗	8,4%
SPOLETINO	48,73	69,10	20,37	↗	41,8%
TERNANO	28,55	29,82	1,27	↗	4,4%
TRASIMENO	252,42	268,90	16,48	↗	6,5%
TUDERTE	81,80	100,14	18,34	↗	22,4%
VALNERINA	243,92	216,34	-27,58	↘	-11,3%
<b>UMBRIA</b>	<b>71,86</b>	<b>81,36</b>	<b>9,50</b>	<b>↗</b>	<b>13,2%</b>
<b>ORVIETO</b>	<b>69,86</b>	<b>123,57</b>	<b>53,71</b>	<b>↗</b>	<b>76,9%</b>

## I PRIMI TRE COMPRESORI: TASSO RICETTIVITA' EXTRALBERGHIERO



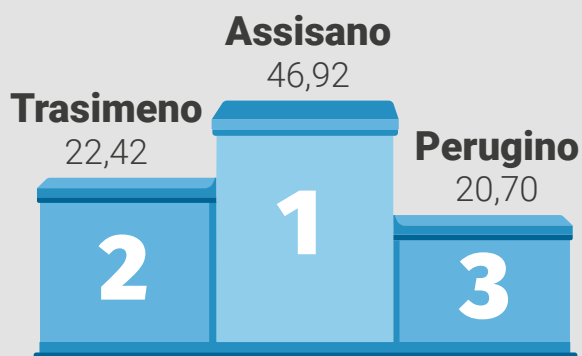


# Densità ricettiva

	2012	2022	Differenza		VAR %
ALTA VALLE DEL TEVERE	7,11	6,52	-0,59	↘	-8,3%
AMERINO	5,28	6,00	0,72	↗	13,6%
ASSISANO	43,58	46,92	3,34	↗	7,7%
EUGUBINO	6,69	6,12	-0,57	↘	-8,5%
FOLIGNATE	9,79	10,87	1,08	↗	11,0%
ORVIETANO	6,43	7,96	1,53	↗	23,8%
PERUGINO	21,33	20,70	-0,63	↘	-3,0%
SPOLETINO	8,64	9,48	0,84	↗	9,7%
TERNANO	8,05	7,71	-0,34	↘	-4,2%
TRASIMENO	22,20	22,42	0,22	↗	1,0%
TUDERTE	8,55	9,37	0,82	↗	9,6%
VALNERINA	6,09	4,83	-1,26	↘	-20,7%
<b>UMBRIA</b>	<b>11,01</b>	<b>11,24</b>	<b>0,23</b>	<b>↗</b>	<b>2,1%</b>
<b>ORVIETO</b>	<b>9,55</b>	<b>12,53</b>	<b>2,98</b>	<b>↗</b>	<b>31,2%</b>

## I PRIMI TRE COMPENSORI: DENSITA' RICETTIVA

Valori assoluti



Per incremento



# Intensità turistica - arrivi

	2012	2022	Differenza		VAR %
ALTA VALLE DEL TEVERE	1,19	1,24	0,05	↗	4,2%
AMERINO	1,12	1,28	0,16	↗	14,3%
ASSISANO	8,58	9,46	0,88	↗	10,3%
EUGUBINO	1,97	2,21	0,24	↗	12,2%
FOLIGNATE	1,92	2,27	0,35	↗	18,2%
ORVIETANO	3,29	4,66	1,37	↗	41,6%
PERUGINO	2,23	2,20	-0,03	↘	-1,3%
SPOLETINO	2,09	2,74	0,65	↗	31,1%
TERNANO	0,84	1,01	0,17	↗	20,2%
TRASIMENO	3,29	4,03	0,74	↗	22,5%
TUDERTE	1,93	1,88	-0,05	↘	-2,6%
VALNERINA	12,59	10,97	-1,62	↘	-12,9%
<b>UMBRIA</b>	<b>2,46</b>	<b>2,74</b>	<b>0,28</b>	<b>↗</b>	<b>11,4%</b>
<b>ORVIETO</b>	<b>5,36</b>	<b>7,47</b>	<b>2,11</b>	<b>↗</b>	<b>39,4%</b>

## I PRIMI TRE COMPRESORI: INTENSITA' TURISTICA-ARRIVI



# Intensità turistica - presenze

	2012	2022	Differenza		VAR %
ALTA VALLE DEL TEVERE	4,87	4,03	-0,84	↘	-17,2%
AMERINO	2,50	3,23	0,73	↗	29,2%
ASSISANO	18,87	23,39	4,52	↗	24,0%
EUGUBINO	5,36	5,37	0,01	↗	0,2%
FOLIGNATE	4,83	5,87	1,04	↗	21,5%
ORVIETANO	7,34	9,98	2,64	↗	36,0%
PERUGINO	5,79	5,87	0,08	↗	1,4%
SPOLETINO	5,18	6,88	1,70	↗	32,8%
TERNANO	2,17	2,52	0,35	↗	16,1%
TRASIMENO	16,17	16,59	0,42	↗	2,6%
TUDERTE	5,03	5,52	0,49	↗	9,7%
VALNERINA	29,31	23,41	-5,90	↘	-20,1%
<b>UMBRIA</b>	<b>6,69</b>	<b>7,35</b>	<b>0,66</b>	<b>↗</b>	<b>9,9%</b>
<b>ORVIETO</b>	<b>9,75</b>	<b>13,88</b>	<b>4,13</b>	<b>↗</b>	<b>42,4%</b>

## I PRIMI TRE COMPENSORI: INTENSITA' TURISTICA-PRESENZE



# Utilizzazione turistica

	2012	2022	Differenza		VAR %
ALTA VALLE DEL TEVERE	13,01	14,26	1,25	↗	9,6%
AMERINO	16,68	16,05	-0,63	↘	-3,8%
ASSISANO	39,08	39,68	0,60	↗	1,5%
EUGUBINO	19,28	22,07	2,79	↗	14,5%
FOLIGNATE	21,56	22,10	0,54	↗	2,5%
ORVIETANO	24,29	25,69	1,40	↗	5,8%
PERUGINO	35,23	35,73	0,50	↗	1,4%
SPOLETINO	25,23	28,36	3,13	↗	12,4%
TERNANO	20,13	24,20	4,07	↗	20,2%
TRASIMENO	11,04	13,03	1,99	↗	18,0%
TUDERTE	18,54	15,57	-2,97	↘	-16,0%
VALNERINA	30,40	30,48	0,08	↗	0,3%
<b>UMBRIA</b>	<b>23,53</b>	<b>24,77</b>	<b>1,24</b>	<b>↗</b>	<b>5,3%</b>
<b>ORVIETO</b>	<b>42,00</b>	<b>41,73</b>	<b>-0,27</b>	<b>↘</b>	<b>-0,6%</b>

## I PRIMI TRE COMPENSORI: UTILIZZAZIONE TURISTICA



*Tabaccheria*  
**Fanello**  
Edicola

**DISTRIBUTORE H24**

*BOLLO AUTO  
GIORNALI  
SUPERENALOTTO  
GRATTA E VINCI  
GIOCO DEL LOTTO  
VALORI BOLLATI  
RICARICHE  
TELEFONICHE*

**P.zza del Fanello, 26  
05018 Orvieto (TR)**

*tabaccheria.fanello@gmail.com*

**Tel. 0763 301088**

*Tabaccheria*  
**Del Corso**  
Edicola

**DISTRIBUTORE H24**

*RICEVITORIA LOTTO E  
SUPERENALOTTO  
GRATTA E VINCI  
LOTTERIE  
TABACCHI  
VALORI BOLLATI  
ARTICOLI PER FUMATORI  
GIORNALI E RIVISTE  
RICARICHE TELEFONICHE  
PAGAMENTO BOLLO AUTO  
E BOLLETTINI  
CONVENZIONATI  
WESTERN UNION*

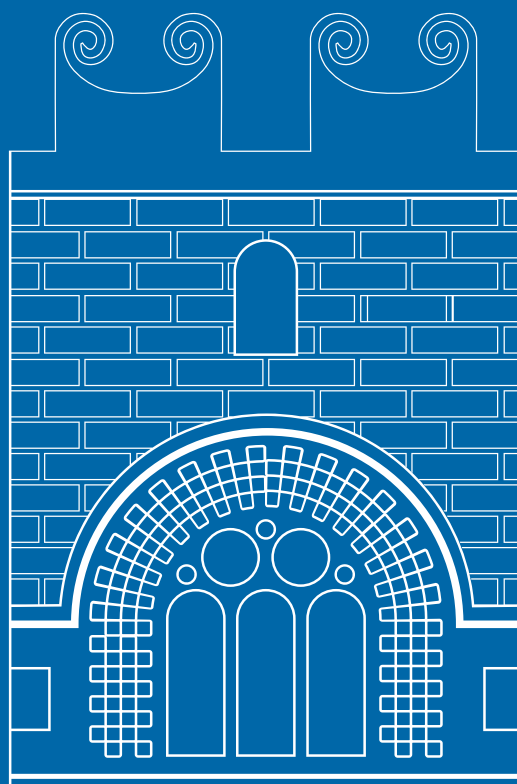
**Corso Cavour, 169  
05018 Orvieto (TR)**

**Tel. 0763 391033**

**SALI E  
TABACCHI  
VALORI BOLLATI**

# Comparazione territoriale dei dati

Elaborazione CTS su dati della Regione Umbria, Servizio turismo,  
sport, film commission - Statistiche del turismo



# Posti letto

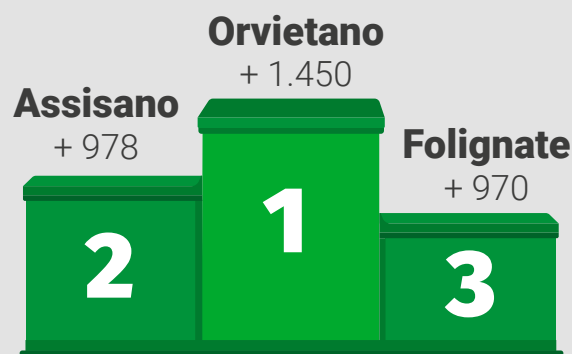
	2012	2022	Differenza		VAR %
ALTA VALLE DEL TEVERE	7.044	6.458	-586	↘	-8,3%
AMERINO	1.981	2.250	269	↗	13,6%
ASSISANO	12.755	13.733	978	↗	7,7%
EUGUBINO	6.085	5.565	-520	↘	-8,5%
FOLIGNATE	8.849	9.819	970	↗	11,0%
ORVIETANO	6.088	7.538	1.450	↗	23,8%
PERUGINO	12.704	12.329	-375	↘	-3,0%
SPOLETINO	4.015	4.405	390	↗	9,7%
TERNANO	6.475	6.202	-273	↘	-4,2%
TRASIMENO	17.280	17.450	170	↗	1,0%
TUDERTE	4.852	5.322	470	↘	9,7%
VALNERINA	5.079	4.026	-1.053	↘	-20,7%
<b>UMBRIA</b>	<b>93.207</b>	<b>95.097</b>	<b>1.890</b>	<b>↗</b>	<b>2,0%</b>
<b>ORVIETO</b>	<b>2.685</b>	<b>3.523</b>	<b>838</b>	<b>↗</b>	<b>31,2%</b>

## I PRIMI TRE COMPENSORI : POSTI LETTO

Per posti letto assoluti



Per incremento di posti letto



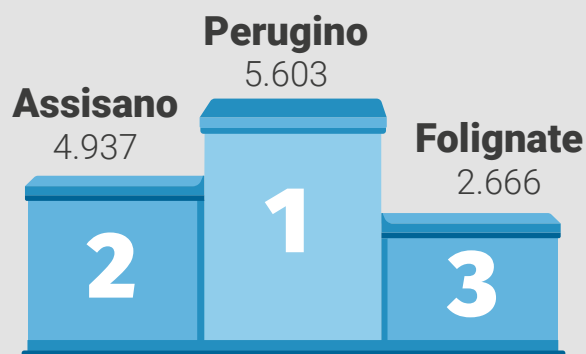


# Posti letto alberghiero

	2012	2022	Differenza		VAR %
ALTA VALLE DEL TEVERE	1.423	1.108	-315	↘	-22,1%
AMERINO	646	448	-198	↘	-30,7%
ASSISANO	5.160	4.937	-223	↘	-4,3%
EUGUBINO	1.416	1.069	-347	↘	-24,5%
FOLIGNATE	3.019	2.666	-353	↘	-11,7%
ORVIETANO	1.624	1.562	-62	↘	-3,8%
PERUGINO	6.471	5.603	-868	↘	-13,4%
SPOLETINO	1.656	1.260	-396	↘	-23,9%
TERNANO	2.037	1.773	-264	↘	-13,0%
TRASIMENO	2.649	2.288	-361	↘	-13,6%
TUDERTE	1.037	903	-134	↘	-12,9%
VALNERINA	2.088	1.606	-482	↘	-23,1%
<b>UMBRIA</b>	<b>29.226</b>	<b>25.223</b>	<b>-4.003</b>	<b>↘</b>	<b>-13,7%</b>
<b>ORVIETO</b>	<b>1.215</b>	<b>1.090</b>	<b>-125</b>	<b>↘</b>	<b>-10,3%</b>

## I PRIMI TRE COMPENSORI : POSTI LETTO ALBERGHIERO

Per posti letto assoluti



Per decremento di posti letto



# Posti letto extra-alberghiero

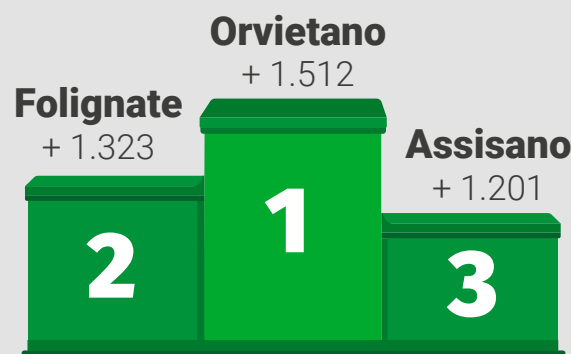
	2012	2022	Differenza		VAR %
ALTA VALLE DEL TEVERE	5.621	5.350	-271	↓	-4,8%
AMERINO	1.335	1.802	467	↑	35,0%
ASSISANO	7.595	8.796	1.201	↑	15,8%
EUGUBINO	4.669	4.496	-173	↓	-3,7%
FOLIGNATE	5.830	7.153	1.323	↑	22,7%
ORVIETANO	4.464	5.976	1.512	↑	33,9%
PERUGINO	6.233	6.726	493	↑	7,9%
SPOLETINO	2.359	3.145	786	↑	33,3%
TERNANO	4.438	4.429	-9	↓	-0,2%
TRASIMENO	14.631	15.162	531	↑	3,6%
TUDERTE	3.815	4.419	604	↑	15,8%
VALNERINA	2.991	2.420	-571	↓	-19,1%
<b>UMBRIA</b>	<b>63.981</b>	<b>69.874</b>	<b>5.893</b>	<b>↑</b>	<b>9,2%</b>
<b>ORVIETO</b>	<b>1.470</b>	<b>2.433</b>	<b>963</b>	<b>↑</b>	<b>65,5%</b>

## I PRIMI TRE COMPENSORI: POSTI LETTO EXTRA-ALBERGHIERO

Per posti letto assoluti



Per incremento di posti letto

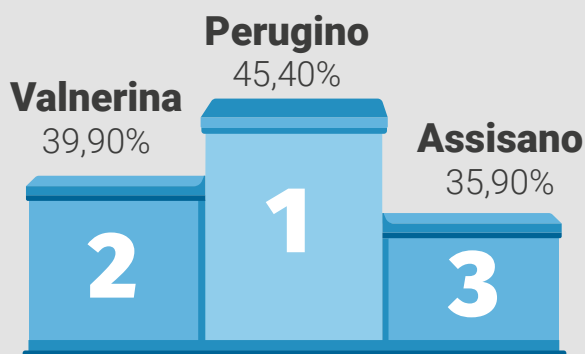


# Posti alberghiero sul totale

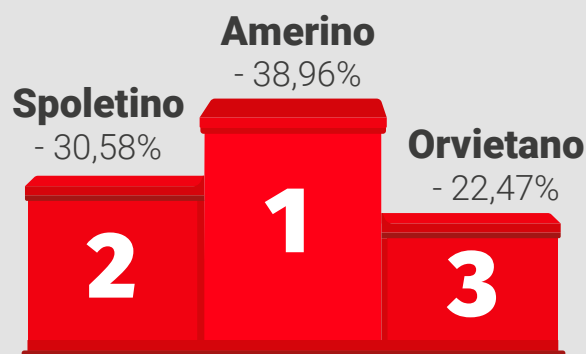
	2012	2022	VAR %	
ALTA VALLE DEL TEVERE	20,20%	17,20%	-14,85%	↘
AMERINO	32,60%	19,90%	-38,96%	↘
ASSISANO	40,50%	35,90%	-11,36%	↘
EUGUBINO	23,30%	19,20%	-17,60%	↘
FOLIGNATE	34,10%	27,20%	-20,23%	↘
ORVIETANO	26,70%	20,70%	-22,47%	↘
PERUGINO	50,90%	45,40%	-10,81%	↘
SPOLETINO	41,20%	28,60%	-30,58%	↘
TERNANO	31,50%	28,60%	-9,21%	↘
TRASIMENO	15,30%	13,10%	-14,38%	↘
TUDERTE	21,40%	17,00%	-20,56%	↘
VALNERINA	41,10%	39,90%	-2,92%	↘
<b>UMBRIA</b>	<b>31,40%</b>	<b>26,50%</b>	<b>-15,61%</b>	<b>↘</b>
<b>ORVIETO</b>	<b>45,30%</b>	<b>30,90%</b>	<b>-31,79%</b>	<b>↘</b>

## I PRIMI TRE COMPENSORI: POSTI ALBERGHIERO SUL TOTALE

Percentuale posti letto sul totale 2022



Per variazione di posti letto 2012/22





# Dallo STECCHINO...al Grattacielo

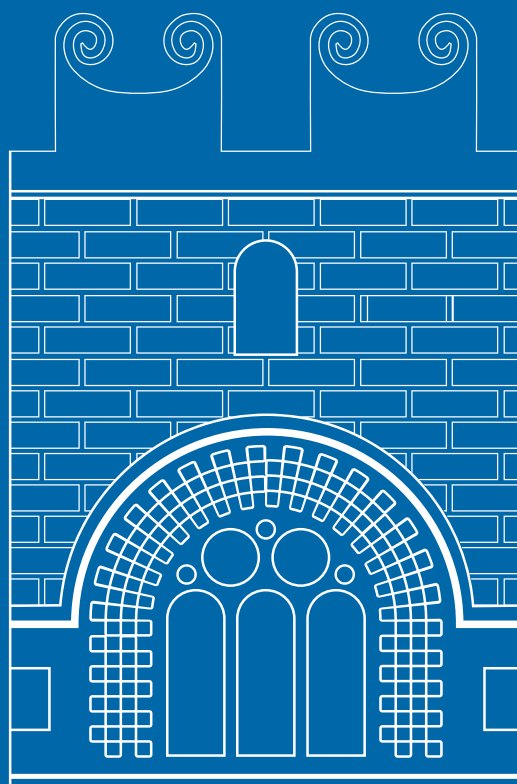
L'edilizia è in continua evoluzione, materiali, chimica e quant altro, ma ciò che la natura ci ha insegnato, è che le cose naturali, durano nel tempo...

Il LEGNO era e sarà.

<https://www.biolegnombria.it/>

# Comparazione 1° semestre dal 2019 al 2023

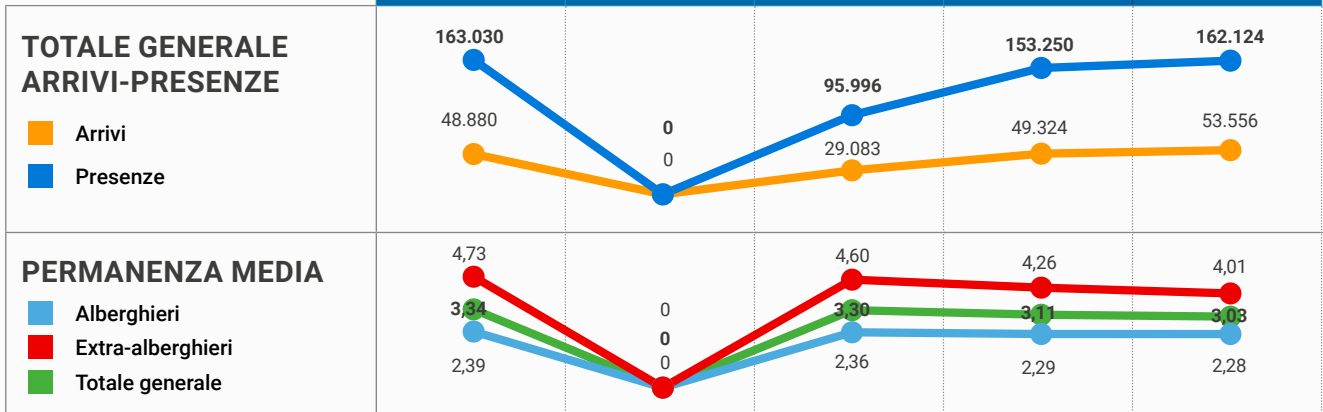
Elaborazione CTS su dati della Regione Umbria, Servizio turismo,  
sport, film commission - Statistiche del turismo





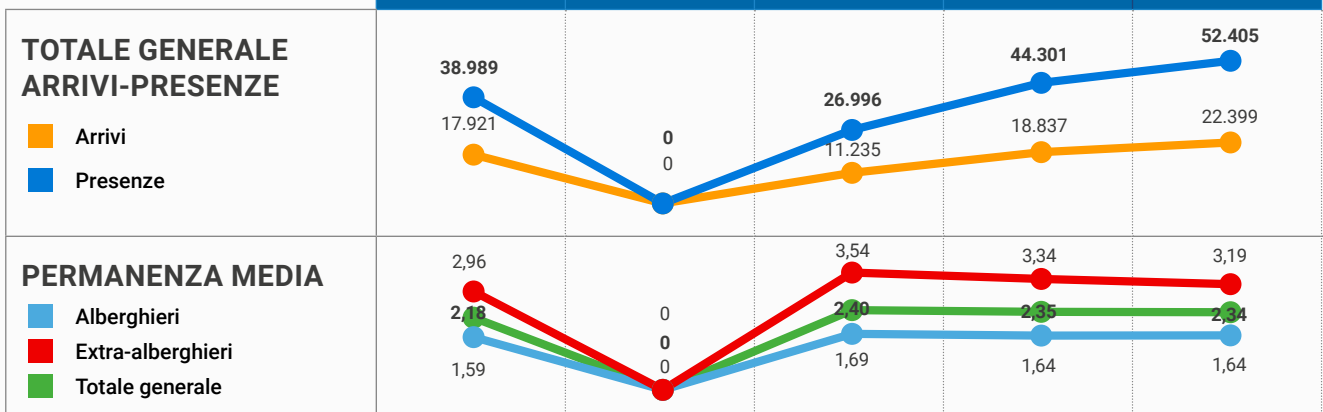
## ALTA VALLE DEL TEVERE

### Comparazione 1° semestre dal 2019 al 2023



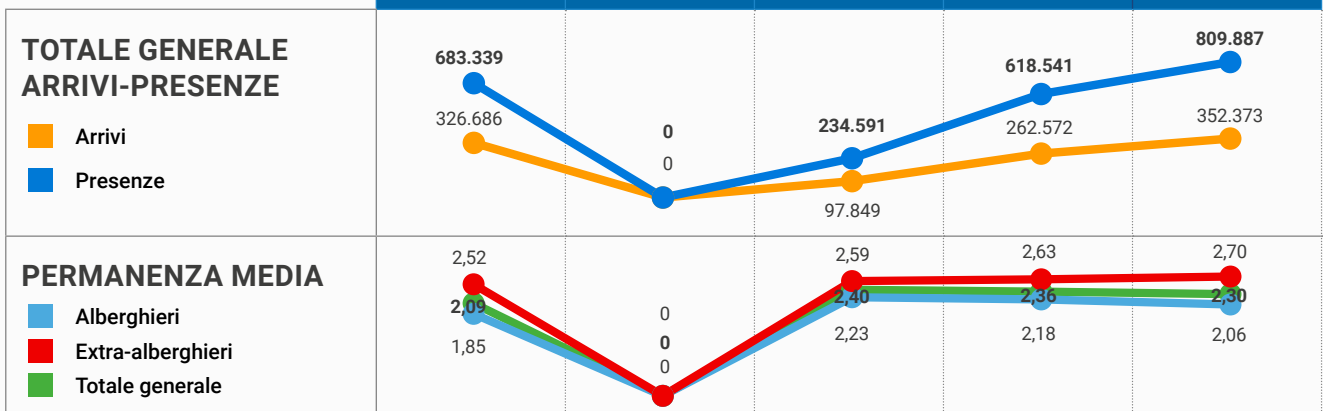
## AMERINO

### Comparazione 1° semestre dal 2019 al 2023



## ASSISANO

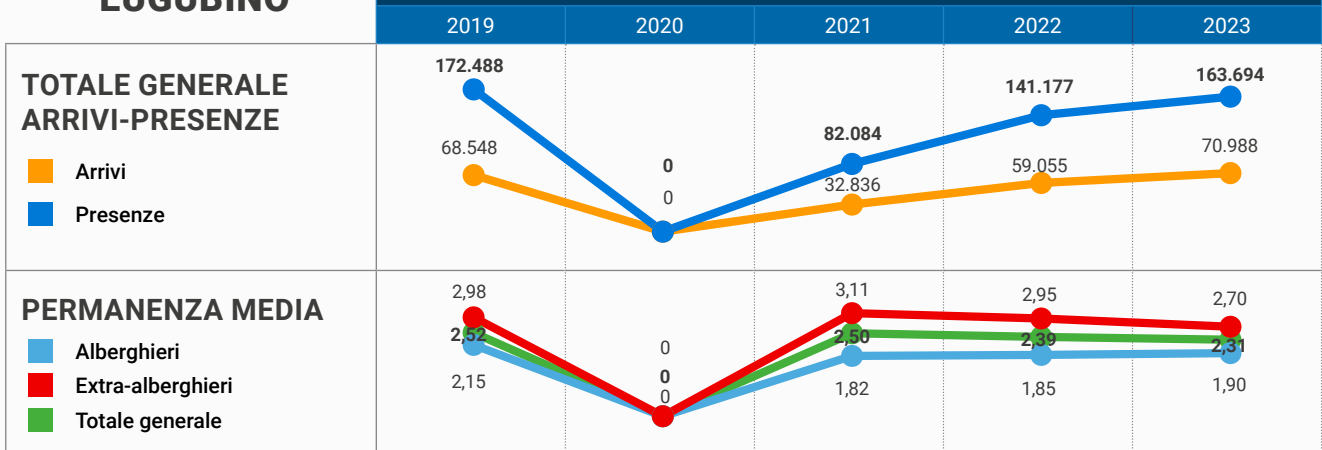
### Comparazione 1° semestre dal 2019 al 2023





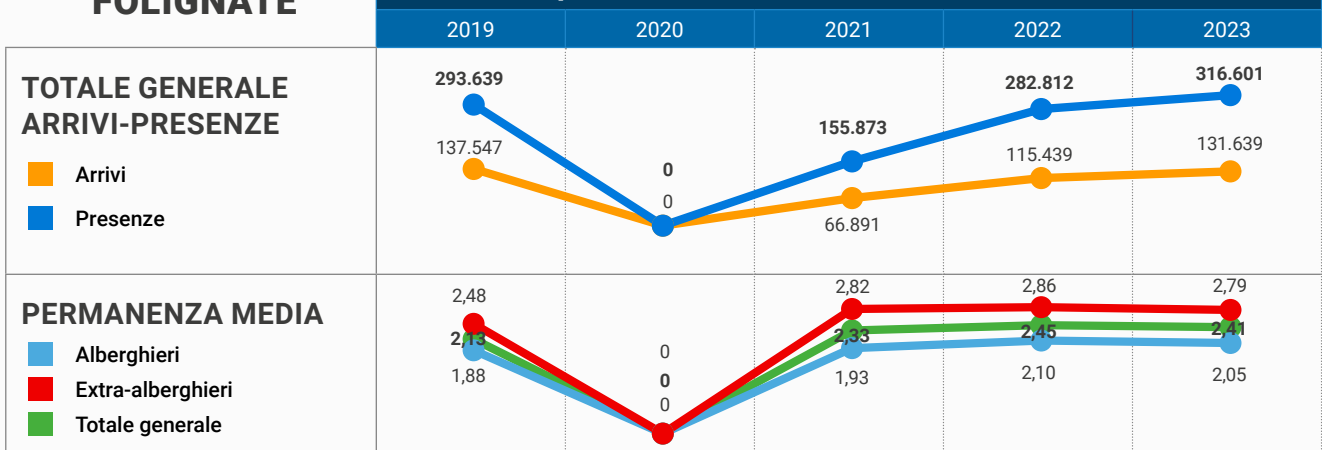
## EUGUBINO

### Comparazione 1° semestre dal 2019 al 2023



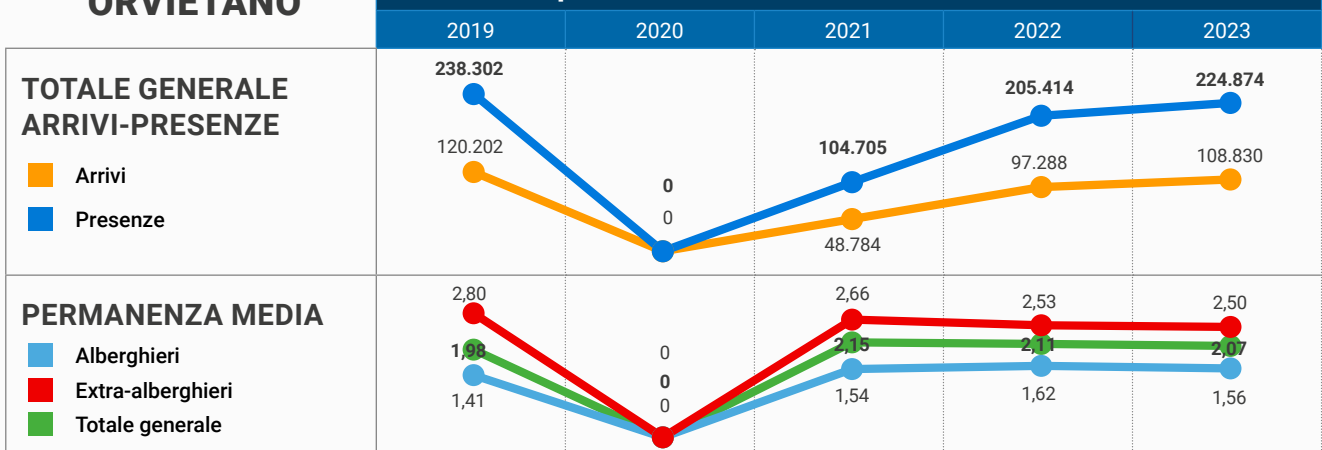
## FOLIGNATE

### Comparazione 1° semestre dal 2019 al 2023



## ORVIETANO

### Comparazione 1° semestre dal 2019 al 2023

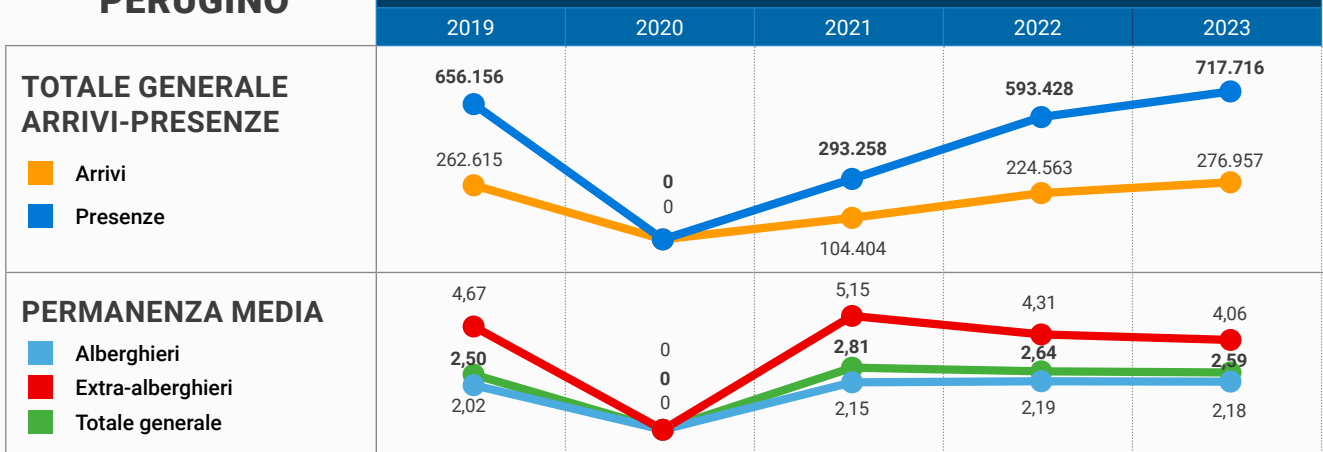






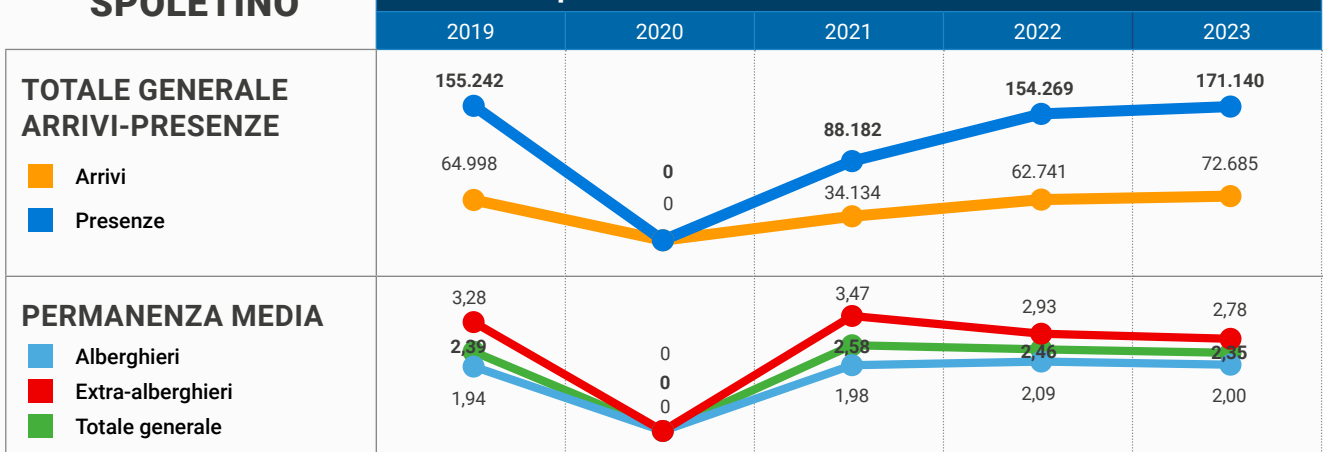
## PERUGINO

### Comparazione 1° semestre dal 2019 al 2023



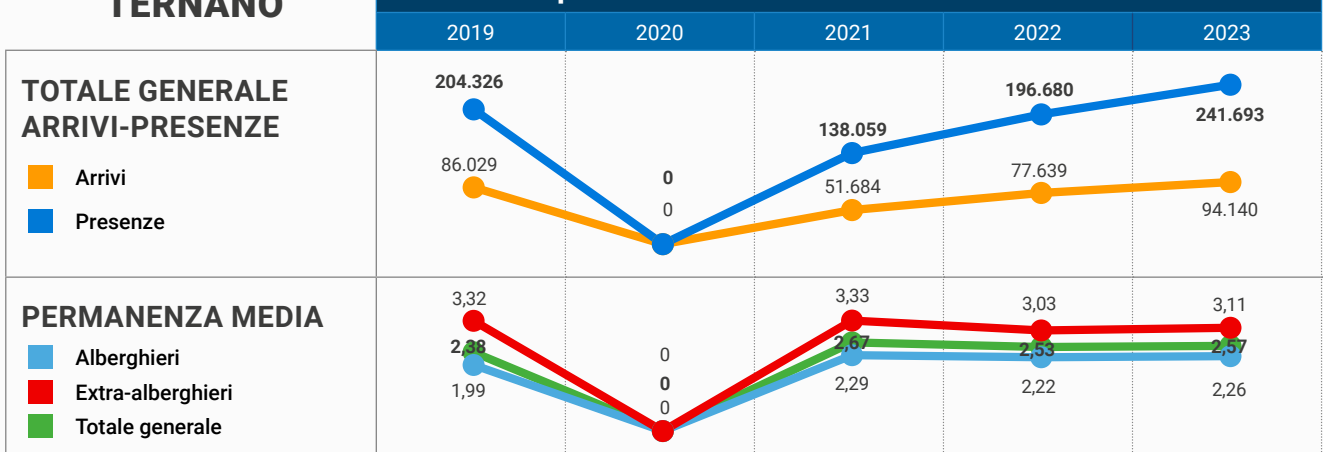
## SPOLETINO

### Comparazione 1° semestre dal 2019 al 2023



## TERNANO

### Comparazione 1° semestre dal 2019 al 2023

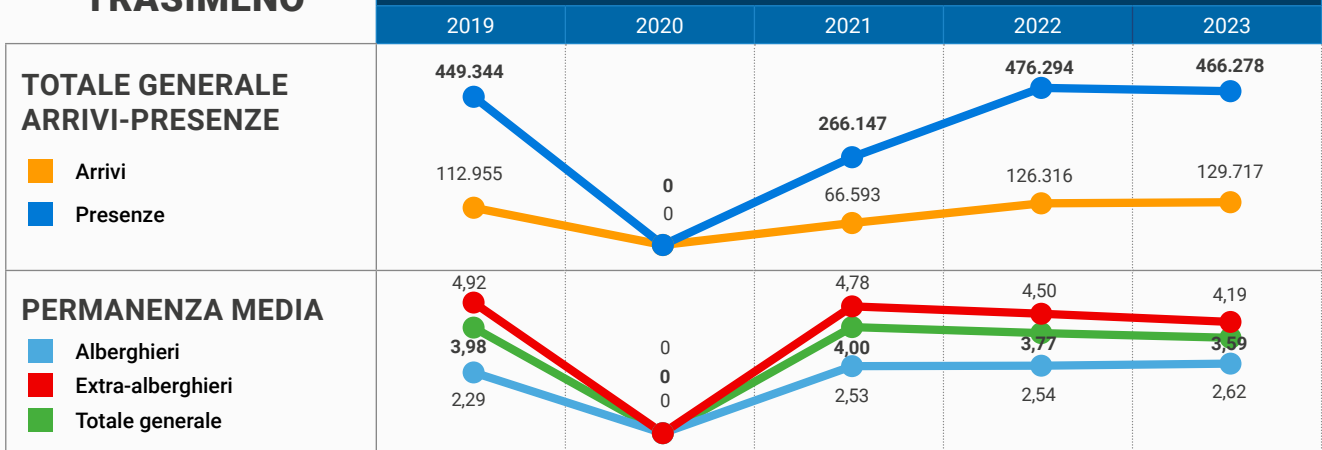






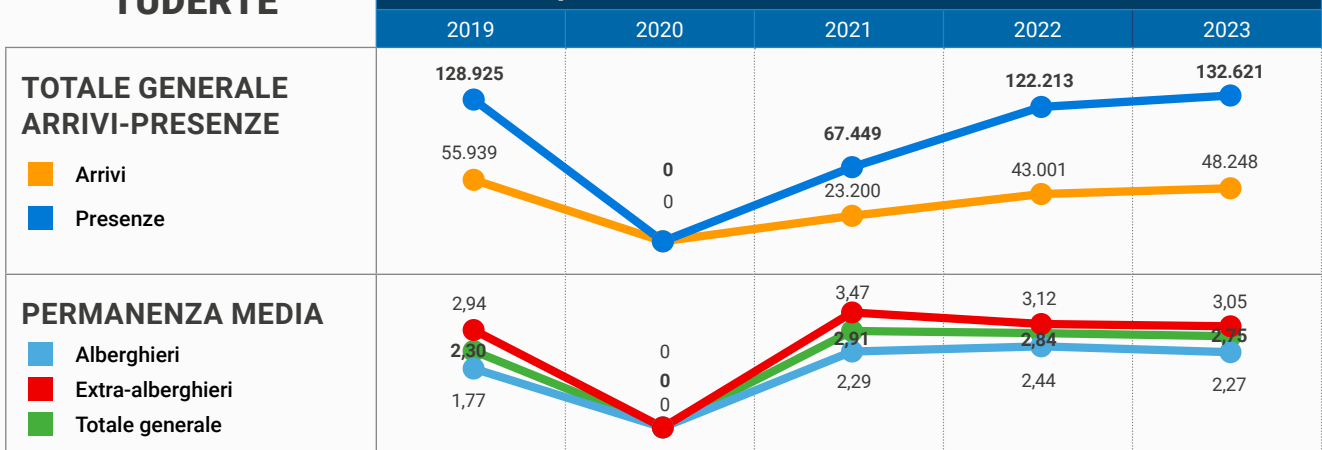
## TRASIMENO

### Comparazione 1° semestre dal 2019 al 2023



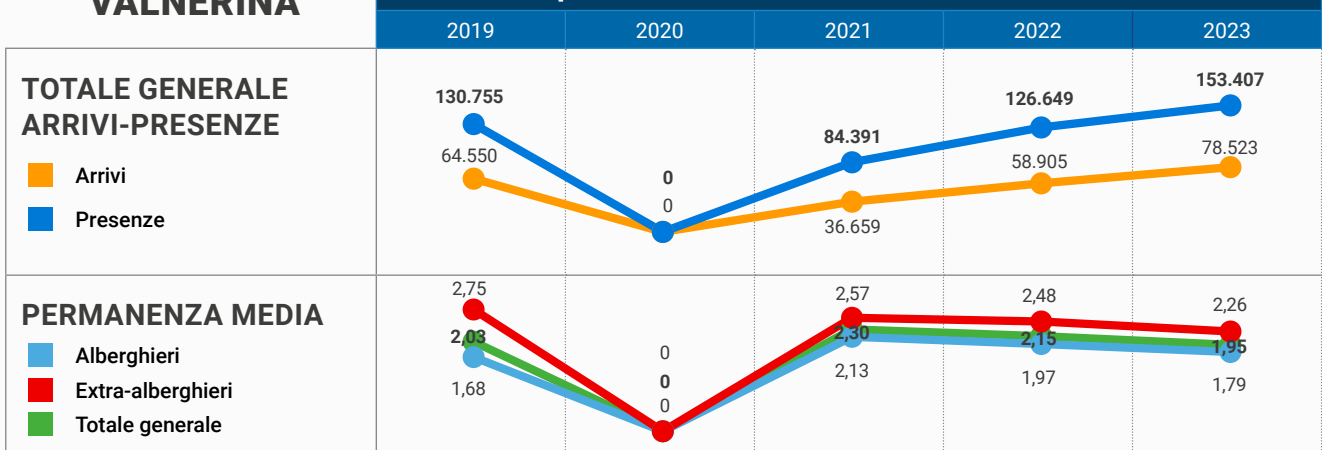
## TUDERTE

### Comparazione 1° semestre dal 2019 al 2023



## VALNERINA

### Comparazione 1° semestre dal 2019 al 2023





**CASA LAB**  
RISTRUTTURA E EFFICIENTA

# METTICI ALLA PROVA

Un pool di professionisti e imprese che forniscono assistenza in tutte le fasi dell'intervento:

Studio preliminare di fattibilità e ricerca delle agevolazioni fiscali più vantaggiose

Assistenza tecnica e fiscale per la gestione di bonus ed agevolazioni

Progettazione di massima e progettazione esecutiva

Ricerca dei materiali di massima efficacia al minor costo

Realizzazione degli interventi da Imprese specializzate

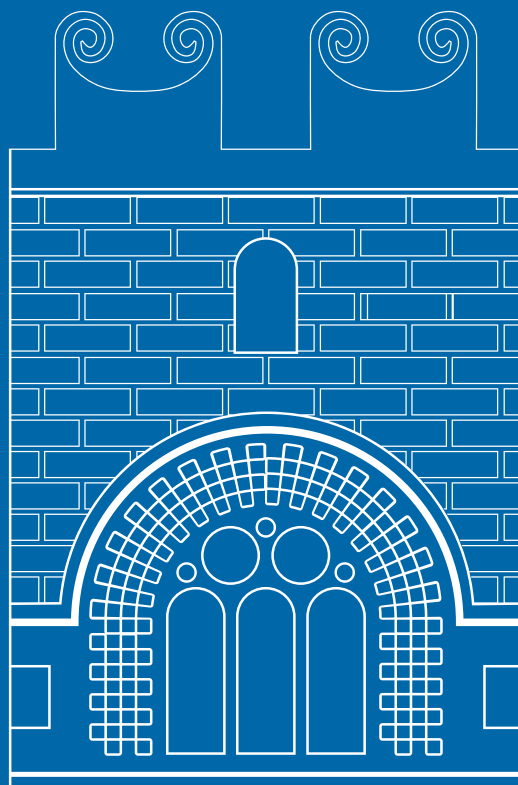
📍 Via dei Tessitori 5 - 05018 Orvieto (TR)

✉ [casalabsrl.23@gmail.com](mailto:casalabsrl.23@gmail.com)

📞 392 7168709 📞 345 3195684 📞 380 2359690

# Focus sulla città di Orvieto

Elaborazione CTS su dati: della Regione Umbria, Servizio turismo, sport, film commission - Statistiche del turismo; Camera di Commercio dell'Umbria; Comune di Orvieto - bilancio consuntivo; Bilanci Opera del Duomo; Notizie a mezzo stampa pubblicate su OrvietoNEWS, OrvietoSI e OrvietoLIFE





# Orvieto

INDICI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022											
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
<b>PERMANENZA MEDIA</b>	<b>1,86</b>	1,82	1,85	1,72	1,77	1,80	1,70	1,86	1,80	1,68	1,73	1,86	Rapporto tra notti trascorse (presenze) e il numero delle persone ospitate nella struttura (arrivi)
<b>UTILIZZO MEDIO</b>	<b>22,30%</b>	20,90%	22,80%	23,50%	23,60%	24,00%	24,12%	25,70%	23,60%	10,80%	15,60%	22,30%	Rapporto tra numero Presenze e totale Posti letto
<b>TASSO DI RICETTIVITA'</b>	<b>178,93</b>	127,60	117,84	118,1	124,9	126,46	140,48	157,21	167,99	175,66	177,06	178,93	Posti letto totali per 1000 abitanti
<b>TASSO RICETTIVITA' ALBERGHIERO</b>	<b>55,36</b>	57,74	57,48	57,6	58,26	58,18	55,36	55,84	56,06	56,43	54,89	55,36	Posti letto alberghiero per 1000 abitanti
<b>TASSO RICETTIVITA' EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>123,57</b>	69,86	60,36	60,49	66,65	68,28	85,12	101,38	111,93	119,23	122,17	123,57	Posti letto extra-alberghiero per 1000 abitanti
<b>POSTI LETTO ALBERGO SU TOTALE</b>	<b>30,90%</b>	45,30%	48,80%	48,80%	46,60%	46,00%	39,40%	35,50%	33,40%	32,10%	31,00%	30,90%	Percentuale posti letto alberghiero su totale
<b>DENSITA' RICETTIVA</b>	<b>12,53</b>	9,55	8,86	8,86	9,26	9,35	10,32	11,45	12,19	12,66	12,55	12,53	Posti letto per Km <sup>2</sup>
<b>INTENSITA' TURISTICA - ARRIVI</b>	<b>7,47</b>	5,36	5,32	5,88	6,06	6,17	6,01	6,98	7,24	3,56	5,48	7,47	Rapporto tra numero degli Arrivi e numero residenti
<b>INTENSITA' TURISTICA - PRESENZE</b>	<b>13,88</b>	9,75	9,83	10,11	10,76	11,1	10,23	12,99	13,04	5,98	9,51	13,88	Rapporto tra numero Presenze e numero residenti
<b>UTILIZZAZIONE TURISTICA</b>	<b>41,73</b>	42,00	45,16	49,81	48,53	48,77	42,76	44,39	43,09	20,25	30,97	41,73	Rapporto tra numero Arrivi e numero Posti letto



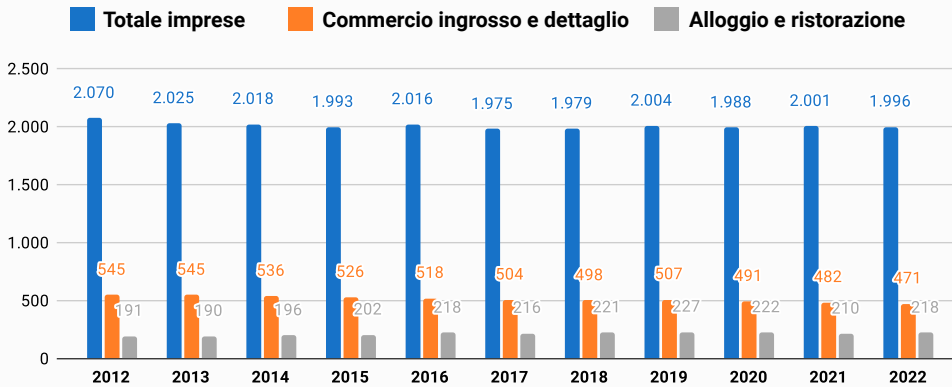
# Orvieto

DATI TURISTICI	2022	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ARRIVI</b>	<b>147.031</b>	112.768	112.498	124.086	126.413	128.256	124.140	142.971	147.715	72.121	109.287	147.031
Il numero di persone registrate nel complesso degli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>PRESENZE</b>	<b>273.185</b>	205.096	207.732	213.215	224.371	230.857	211.431	266.046	266.176	121.147	189.552	273.185
Il numero delle notti trascorse dai clienti presso gli esercizi ricettivi, sia alberghiero che extra-alberghiero												
<b>POSTI LETTO TOTALI</b>	<b>3.523</b>	2.685	2.491	2.491	2.605	2.630	2.903	3.221	3.428	3.561	3.529	3.523
Misura la capacità ricettiva del complesso degli esercizi, sia alberghiero che extra-alberghiero. Il totale dei posti letto viene dettagliato tra esercizi alberghiero ed extra-alberghiero in modo da misurare la composizione quantitativa delle diverse tipologie di esercizio ricettivo												
<b>POSTI LETTO ALBERGHIERO</b>	<b>1.090</b>	1.215	1.215	1.215	1.215	1.210	1.144	1.144	1.144	1.144	1.094	1.090
<b>POSTI LETTO EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>2.433</b>	1.470	1.276	1.276	1.390	1.420	1.759	2.077	2.284	2.417	2.435	2.433



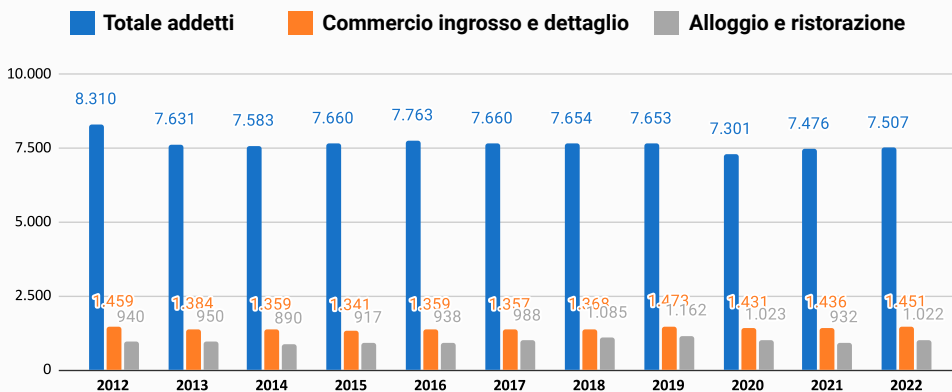
# Orvieto

## Imprese nel settore rispetto al totale



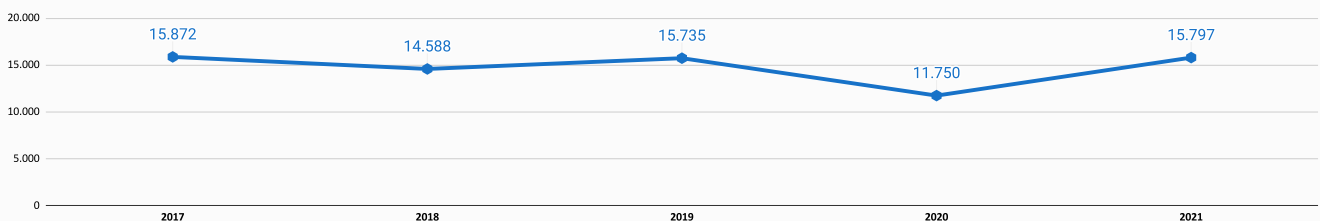
Var. 2018/22	Var. 2012/22
↑ 0,86%	↓ -3,57%
↓ -5,42%	↓ -13,58%
↓ -1,36%	↑ 14,14%

## Addetti nel settore rispetto al totale



Var. 2018/22	Var. 2012/22
↓ -1,92%	↓ -9,66%
↑ 6,07%	↓ -0,55%
↓ -5,81%	↑ 8,72%

## Media reddito IRPEF ad Orvieto





# Orvieto

## Confronto storico dei dati sull'imposta di soggiorno nel Comune\*

Anno	Prevista	Incassata	% Incassata	Presenze	Media su previsto	Media su incassato	Esenti	% Esenti
2014	230.000,00 €	188.932,00 €	82,14%	213.215	1,08	0,89	108.670	50,97%
2015	414.768,00 €	305.553,00 €	73,67%	224.371	1,85	1,36	35.840	15,97%
2016	431.711,00 €	353.956,00 €	81,99%	230.857	1,87	1,53	34.625	15,00%
2017	389.342,00 €	328.671,00 €	84,42%	211.431	1,84	1,55	34.457	16,30%
2018	465.434,00 €	394.272,00 €	84,71%	266.046	1,75	1,48	54.485	20,48%
2019	493.156,00 €	409.702,00 €	83,08%	266.176	1,85	1,54	42.014	15,78%
2020	256.479,00 €	206.202,00 €	80,40%	121.147	2,12	1,70	4.566	3,77%
2021	381.333,00 €	306.153,00 €	80,28%	189.552	2,01	1,62	16.219	8,56%
2022	520.115,00 €	418.026,00 €	80,37%	273.185	1,90	1,53	36.769	13,46%

**Giuseppe Germani**  
dal 2015 al 2019



### Confronto dei dati sull'imposta di soggiorno nel Comune di Orvieto\*

Prevista	2.194.411,00 €
Incassata	1.792.154,00 €
% Incassata	81,67%
Presenze	1.198.881
Media su previsto	€ 1,83
Media su incassato	€ 1,49
Esenti	201.421
% Esenti	16,80%

\* Il dato relativo all'imposta "prevista" ed "incassata" è stato rilevato dai bilanci consuntivi del Comune e rappresenta quindi un valore certo e documentato.

Le colonne che seguono rappresentano invece una analisi sintetica basata sostanzialmente sul rapporto tra Imposta e numero presenze, così come l'incidenza degli "esenti", che non hanno perciò le caratteristiche di pieno valore scientifico ma che sono comunque indicative.

**Roberta Tardani**  
dal 2020 al 2022

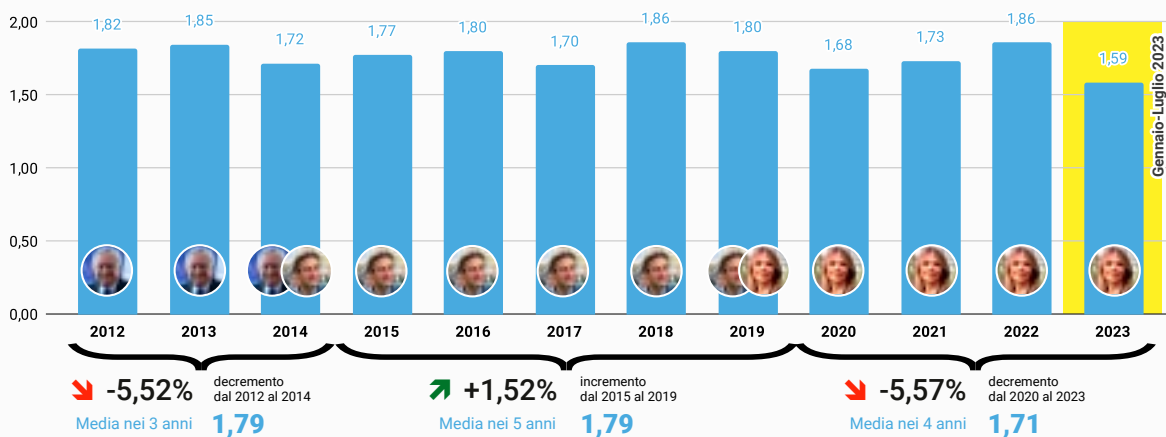


Prevista	1.157.927,00 €
Incassata	930.381,00 €
% Incassata	80,35%
Presenze	583.884
Media su previsto	1,98
Media su incassato	1,59
Esenti	57.554
% Esenti	9,86%

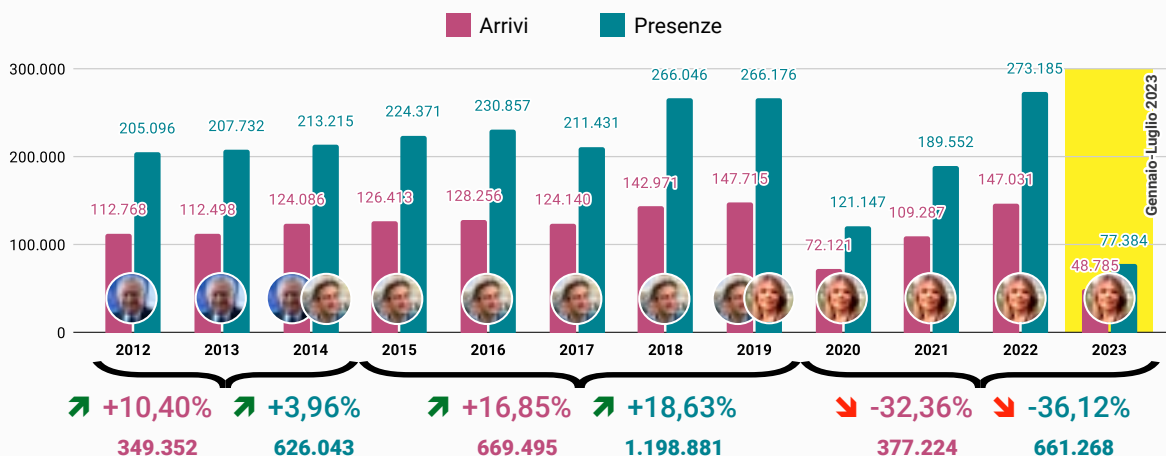


# Orvieto

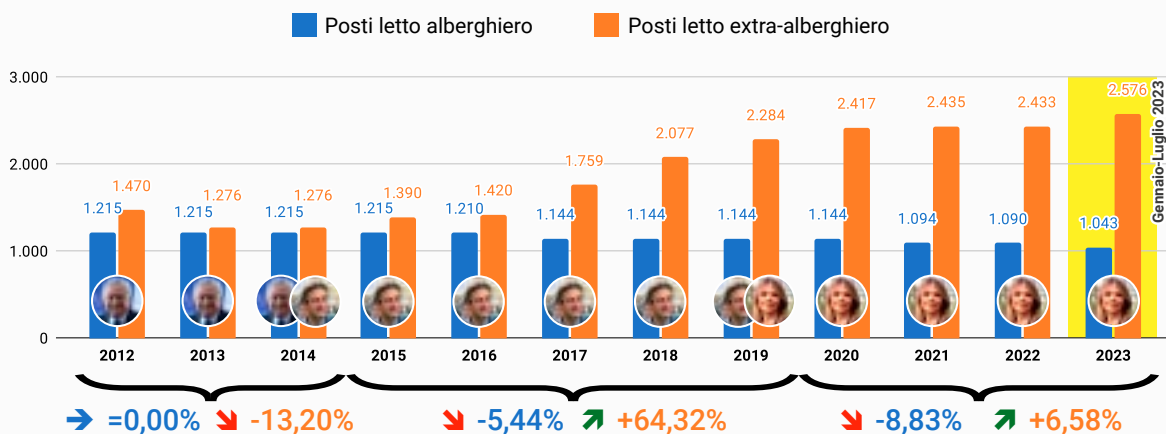
## Permanenza media



## Arrivi e Presenze



## Andamento comparato dell'offerta dei posti letto



Giunta Concina  
Centro destra

Giunta Germani  
Centro sinistra

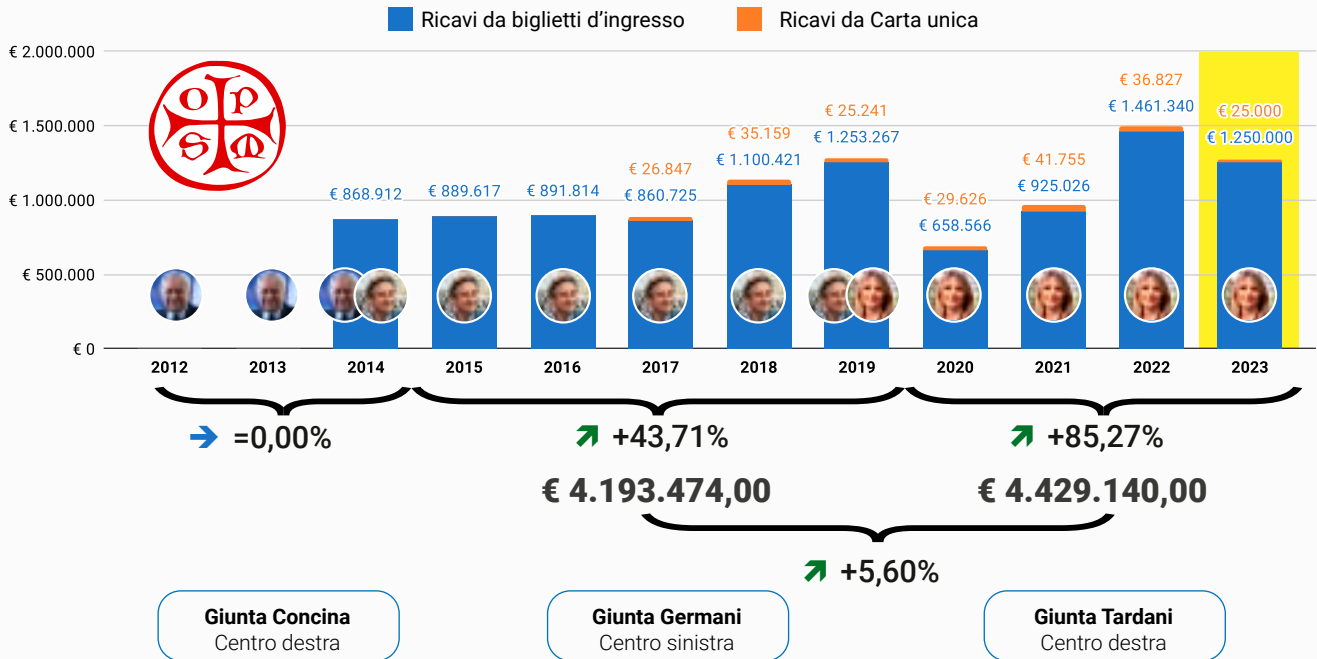
Giunta Tardani  
Centro destra



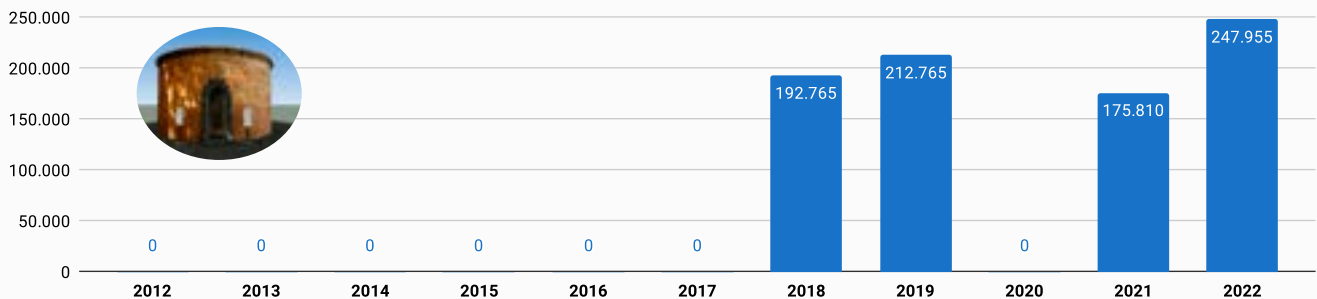


# Orvieto

## Fatturato biglietteria Opera del Duomo



## Ingressi Pozzo di San Patrizio



## FLUSSO TURISTICO 2022 AD ORVIETO (Monumenti e strutture ricettive)



**Opera del Duomo**  
**299.633**

Nostra stima con un biglietto medio di € 5,00



**Pozzo di San Patrizio**  
**247.955**



**Arrivi (Alberghiero + Extra-alberghiero)**  
**147.031**

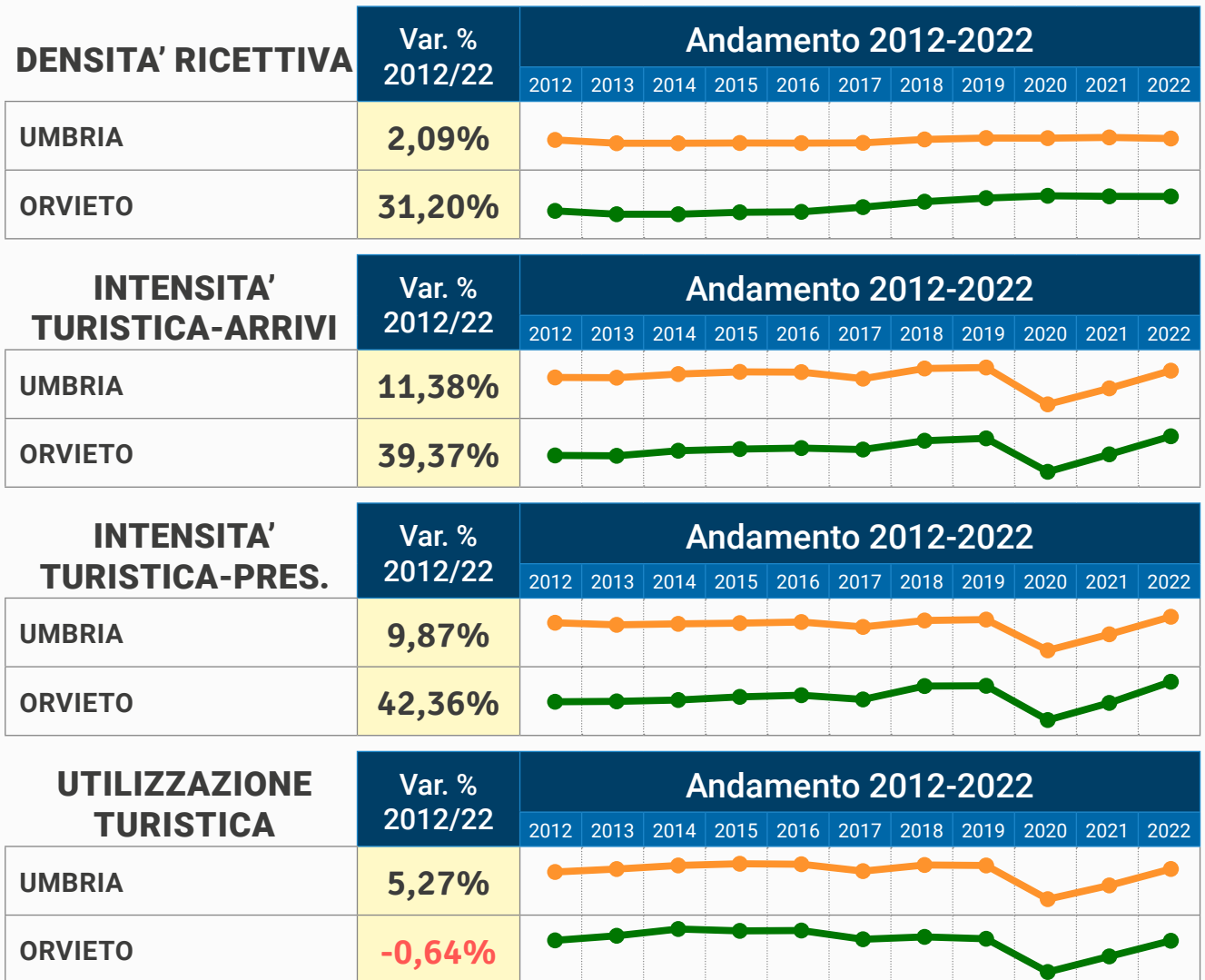


# Umbria vs Orvieto

PERMANENZA MEDIA	Var. % 2012/22	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
UMBRIA	-1,27%											
ORVIETO	2,16%											
UTILIZZO MEDIO	Var. % 2012/22	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
UMBRIA	13,14%											
ORVIETO	6,70%											
TASSO DI RICETTIVITA'	Var. % 2012/22	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
UMBRIA	5,78%											
ORVIETO	40,23%											
TAS. RICETTIVITA' ALBERGHIERO	Var. % 2012/22	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
UMBRIA	-10,51%											
ORVIETO	-4,12%											
TAS. RICETTIVITA' EXTRA-ALB.	Var. % 2012/22	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
UMBRIA	13,22%											
ORVIETO	76,88%											
POSTI LETTO ALBERGO SU TOT.	Var. % 2012/22	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
UMBRIA	-15,61%											
ORVIETO	-31,79%											



# Umbria vs Orvieto





# Umbria vs Orvieto

ARRIVI	Var. % 2012/22	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
UMBRIA	7,38%											
ORVIETO	30,38%											
PRESENZE	Var. % 2012/22	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
UMBRIA	6,01%											
ORVIETO	33,20%											
POSTI LETTO TOTALE	Var. % 2012/22	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
UMBRIA	2,03%											
ORVIETO	31,21%											
POSTI LETTO ALBERGHIERO	Var. % 2012/22	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
UMBRIA	-13,70%											
ORVIETO	-10,29%											
POSTI LETTO EXTRA-ALB.	Var. % 2012/22	Andamento 2012-2022										
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
UMBRIA	9,21%											
ORVIETO	65,51%											



## Attribuzione - Non commerciale

### Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale (CC BY-NC-SA 4.0)



#### Tu sei libero di:

**Condividere** — riprodurre, distribuire, comunicare al pubblico, esporre in pubblico, rappresentare, eseguire e recitare questo materiale con qualsiasi mezzo e formato

**Modificare** — remixare, trasformare il materiale e basarti su di esso per le tue opere.

Il licenziante non può revocare questi diritti fintanto che tu rispetti i termini della licenza.

#### Note:

Non sei tenuto a rispettare i termini della licenza per quelle componenti del materiale che siano in pubblico dominio o nei casi in cui il tuo utilizzo sia consentito da una eccezione o limitazione prevista dalla legge.

Non sono fornite garanzie. La licenza può non conferirti tutte le autorizzazioni necessarie per l'utilizzo che ti prefiggi. Ad esempio, diritti di terzi come i diritti all'immagine, alla riservatezza e i diritti morali potrebbero restringere gli usi che ti prefiggi sul materiale.

#### Alle seguenti condizioni:



**Attribuzione** — Devi riconoscere una menzione di paternità adeguata, fornire un link alla licenza e indicare se sono state effettuate delle modifiche. Puoi fare ciò in qualsiasi maniera ragionevole possibile, ma non con modalità tali da suggerire che il licenziante avalli te o il tuo utilizzo del materiale.



**NonCommerciale** — Non puoi utilizzare il materiale per scopi commerciali.



**StessaLicenza** — Se remixi, trasformi il materiale o ti basi su di esso, devi distribuire i tuoi contributi con la stessa licenza del materiale originario.

**Divieto di restrizioni aggiuntive** — Non puoi applicare termini legali o misure tecnologiche che impongano ad altri soggetti dei vincoli giuridici su quanto la licenza consente loro di fare.

#### Cittadinanza Territorio Sviluppo - Impresa sociale

ETS - Ente del Terzo settore

**Sede legale:** Via del Fosso, 7 - 05018 Orvieto (TR) - **P.Iva e C.F. :** 01677480558

**Codice Univoco:** M5UXCR1 - **PEC:** cts-impresasociale@pec.it

**Website:** [www.osservatoriocts.it](http://www.osservatoriocts.it) - **Email:** [info@osservatoriocts.it](mailto:info@osservatoriocts.it)

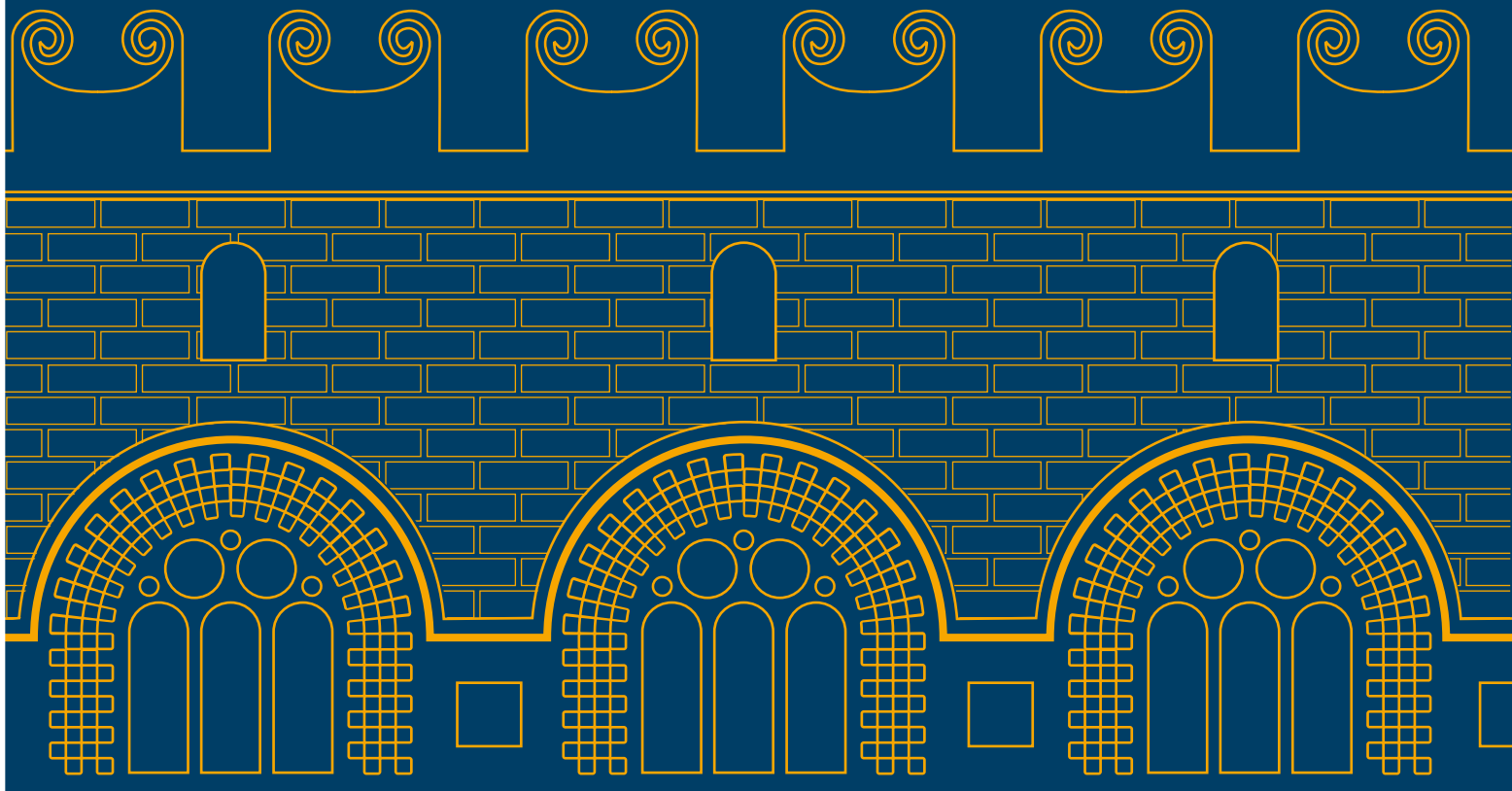


# ORVIETO LIFE

vivere il territorio a 360 gradi

<https://www.orvietolife.it>





Cittadinanza  
Territorio  
Sviluppo  
Impresa sociale

<https://www.osservatoriocts.it>