

Fai del turismo il tuo business

# BORGO SORBATTI

Loro Piceno (MC)



Business Plan  
di Alma Rossini  
30 giugno 2002

**INDICE**

DESCRIZIONE DEL PROGETTO.....	3
Premessa.....	3
L'idea di Impresa.....	4
PROFILO PROFESSIONALE DEI PROPONENTI.....	6
I promotori dell'iniziativa.....	6
PRODOTTO/SERVIZIO.....	10
Ospitalità.....	10
Degustazioni tipiche.....	11
Turismo e natura.....	12
Gli elementi innovativi.....	13
RICERCA DI MERCATO.....	14
STRATEGIE DI MARKETING.....	17
PIANO ECONOMICO FINANZIARIO.....	19

## **DESCRIZIONE DEL PROGETTO**

### **Premessa**

Nelle Marche molte aziende agricole si stanno evolvendo e trasformando.; molti imprenditori agricoli si stanno orientando verso altre attività complementari, in modo particolare verso il settore turistico.

Da qualche anno il turismo rurale sta diventando un settore in espansione, sempre di più reclamizzato e di moda. Dopo la Toscana e l'Umbria, le Marche stanno diventando una meta ambita e hanno senza dubbio molto da offrire.

L'entroterra marchigiano, ancora sconosciuto, genuino, ha sicuramente delle caratteristiche che possono attrarre turisti, sia italiani che stranieri.

In questo contesto, esaminando la zona del maceratese, dove vivo e dove gestisco un B & B, ho notato, che non ci sono, al momento, molte strutture ricettive di un buon livello qualitativo e d'atmosfera; dove si possono rivivere le tradizioni del passato.

In questo breve periodo di attività ho constatato che gli ospiti apprezzano molto questi valori. Sono curiosi, sono attirati dai nostri prodotti enogastronomici, dai nostri itinerari insoliti, incominciano ad apprezzare i ritmi più lenti, le comodità e le bellezze della natura.

Questi presupposti mi spingono ad occuparmi con maggior impegno al turismo rurale.

Gli immobili che saranno adibiti all'ospitalità, sono situati sulla strada provinciale che conduce al paese di Loro Piceno. Sono circondati da un vasto parco, e sono già previsti degli spazi per parcheggi. Distanza 4 km. Dalla Riserva Naturale dell'Abbadia di Fiastra e dagli scavi romani di Urbisaglia, due punti diventati di forte richiamo turistico. Anche gli spettacoli estivi organizzati al Teatro Romano di Urbisaglia possono essere un'ulteriore occasione per ospitare sia gli appassionati di queste manifestazioni che gli stessi addetti coinvolti in questi spettacoli.

Nelle vicinanze ci sono dei luoghi interessanti che in futuro saranno certamente più valorizzati come Le Terme di Sarnano, di Penna San Giovanni, Tolentino; i castelli di Caldarola e dell'Arancia, etc.

La zona sta diventando sempre di più di interesse turistico, anche la Regione, Provincia e Comuni stanno promuovendo questa parte di entroterra con particolare impegno.

## L'idea di Impresa

Realizzare un piccolo borgo (**BORGO SORBATTI**) finalizzato all'accoglienza turistica sociale e rurale. E' un complesso di "Dimore di campagna" dove l'atmosfera di solide tradizioni, l'accoglienza familiare, i comfort, la natura, l'autonomia e l'accuratezza dei dettagli potranno soddisfare chi desidera una vacanza di vero relax in collina..

Lo scopo di questa iniziativa , oltre a quello di svolgere un'attività che mi ha sempre affascinato, è quello di ridare vita, e soprattutto, di poter mantenere in funzione le strutture di cui dispongo e di poter integrare la rendita agricola dell'azienda che gestisco insieme a mio nipote.

Il progetto si svilupperà in varie fasi.

Per il momento prendiamo in esame tre strutture:

- 1) Villino Sorbatti costruito alla fine dell'800 , tre piani inclusa la cantina con soffitto a volte , locale caratteristico e tradizionale.
- 2) Una seconda struttura che si sviluppa su due piani circa 400 mq. attualmente adibita a magazzini e garages, collegata al Villino da una galleria che conduce alle cantine
- 3) "Al Casale" la terza struttura, dal 1999 funzionante come B & B, con tre camere doppie con bagni privati, ampi spazi comuni, biblioteca etc.

**Le tre strutture incluse in un parco secolare e ben attrezzato possono, in seguito all'inserimento di una piscina ed ad un intervento di ristrutturazione, essere adibite ad attività ricettiva rurale anche sfruttando la vicina (km.3) azienda agricola Sorbatti ( 156 ettari a cultura biologica) situata ai confini della Riserva Naturale dell'Abbadia di Fiastra...**

E' importante che le tradizioni rimangano vive dentro di noi, ed è bello che si possano trasmettere agli altri. Accogliere gli ospiti nelle proprie abitazioni con l'obiettivo di farli partecipare alla propria vita quotidiana, coinvolgendoli nelle attività che le stagioni e le tradizioni hanno consolidato nel tempo.

Ho trascorso le mie vacanze quasi sempre qui, ogni volta che la vita di città e di lavoro mi stancavano, sono sempre venuta a rifugiarmi tra queste mura e subito ritrovavo la serenità, l'energia ed il coraggio di proseguire.

Questo passato oggi mi spinge a fare turismo per generare una rete di rapporti, relazioni ed amicizia tra le persone.

Le mie strutture non devono essere alberghi, non ci saranno hall tristi o grandi saloni impersonali, ma devono rimanere abitazioni, dove, la padrona di casa accoglierà gli ospiti, farà vedere loro le stanze assegnate, indicherà gli spazi comuni di cui possono usufruire ( biblioteca, sala lettura, biliardo, parco, piscina) illustrerà i luoghi vicini da visitare, dove trovare le botteghe artigianali e anche ...gli spacci aziendali che sempre interessano tutte le Signore.

Dal momento che il B & B è già ristrutturato e funzionante, in questa prima fase prendiamo in considerazione la seconda struttura ( ora Magazzini- garages,) che ristrutturata potrà avere otto camere doppie con servizi privati ed ampi spazi comuni, cucina etc. .

**In totale, includendo il B & B Al Casale avrò disponibili 22 posti letto.**

Il Villino Sorbatti sarà ristrutturato in una seconda fase e potrà disporre di altre due stanze doppie con servizi privati e una suite.

Alla conclusione del progetto si potranno considerare circa 30 posti letto.

La caratteristica principale deve essere l'atmosfera. Gli ospiti si devono sentire come a casa propria, devono essere liberi di andare in qualsiasi angolo delle strutture: dal tavolo da gioco, al prato, alla cantina con le vecchie botti ed il vino cotto da provare. Prendere le biciclette per una passeggiata.

Non ci sarà una ristorazione classica per pranzi e cene, ma a disposizione di tutti, nelle ore dei pasti, ci saranno degli spuntini e degustazioni. In genere, ho notato, che gli ospiti preferiscono andare a fare delle gite e mangiare fuori, se rimangono a casa non amano stare seduti a tavola a lungo per un pasto completo. Gli spuntini potranno essere consumati nelle sale da pranzo e saranno delle monoporzioni di vingisgrassi, tortini, crepes, passati di verdure, timballi di verdure, formaggi, ciauscoli, mousse dolci. Una cucina tipica, ma leggera.

**Il successo sperato dovrebbe scaturire dalla differenziazione della mia offerta dall'offerta circostante, Un servizio personalizzato di qualità in un ambiente molto accogliente, curato.**

**La ristrutturazione dovrà consentire l'accesso alle persone con difficoltà motorie.**

Gli ospiti saranno di una fascia di età dai 30 ai 70 anni, persone mature che finalmente apprezzano la natura, la tranquillità, la cultura, le comodità.

Non è turismo di élite né di massa, i potenziali clienti potrebbero essere raggiunti con internet, soprattutto bisogna trovare dei contatti con associazioni o club legati alla natura o alla medicina alternativa. Cercare di fare promozione nei giornali o portali rivolti al benessere e al miglioramento dello stile di vita.

Borgo Sorbatti è un luogo caldo, abitato ormai da secoli, dove si trascorrono delle vacanze tranquille, alla scoperta di luoghi, tradizioni sconosciute e forse anche alla riscoperta di noi stessi.

## **PROFILO PROFESSIONALE DEI PROPONENTI**

### **I promotori dell'iniziativa**

Alma Rossini, nata a Milano nel 1940. Vissuta tra Roma e Loro Piceno fino al 1999. Attualmente definitivamente in pensione a Loro.

Ho tre figlie, di cui una, purtroppo, disabile, le altre due impiegate a Roma, ma fortemente interessate alla realizzazione di questo progetto, anche loro molto legate a questi luoghi e propense ad un eventuale trasferimento quando la loro collaborazione si renderà necessaria.

Dopo una breve carriera di assistente turistica, presso un'agenzia di viaggio a Roma (dal 1961 al 1964), per 27 anni, ho lavorato nel settore commerciale di un'azienda multinazionale leader nella produzione e vendita di materiale ospedaliero.

Ho conseguito il diploma di scuola superiore nel 1958 (ragioneria), il diploma di assistente turistica nel 1961. Nel corso degli anni ho partecipato a vari corsi di formazione di marketing e management. Conosco l'inglese e francese.

In seguito alla disabilità di mia figlia ho avuto occasione di svolgere un'intensa attività di volontariato che oggi mi consente, dopo aver approfondito tanti aspetti della vita, di relazionarmi facilmente con il prossimo, e di saper apprezzare tutte le piccole e grandi cose che ci circondano.

Sebbene la mia età, sento ancora il desiderio e l'energia necessari per realizzare questo progetto impegnativo, soprattutto nell'intento di condividere con altri le mie esperienze, e perché no... questo angolo di paradiso!

FORMATO EUROPEO  
PER IL CURRICULUM  
VITAE



#### INFORMAZIONI PERSONALI

**Nome** ALMA.  
**Indirizzo** ROSSINI  
**Telefono** 0733507322  
**Fax** 0733507322  
**E-mail** Alma@alcasale.com

**Nazionalità** .Italia

**Data di nascita** 13.04.1940

#### ESPERIENZA LAVORATIVA

- 1999 – *ad oggi* *Gestione del B&B Al Casale in Loro Piceno*
- 1971 - 1998
- *Nome e indirizzo del datore di lavoro* *Baxter S.p.A. – Viale Tiziano, 25 - ROMA*
- *Tipo di azienda o settore* *Farmaceutica*
- *Tipo di impiego* *Commerciale - Amministrativo*
- *Principali mansioni e responsabilità* *Responsabile Servizio Clienti*
- 1960 - 1963
- *Nome e indirizzo del datore di lavoro* *Pallenberg Bros – Salita San Nicola da Tolentino - ROMA*
- *Tipo di azienda o settore* *Settore Turistico*
- *Tipo di impiego* *Assistente Turistica*
- *Principali mansioni e responsabilità* *Assistenza ai Clienti*

<b>ISTRUZIONE FORMAZIONE</b>	<b>E</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1953 - 1958</li> <li>• Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione</li> <li>• Qualifica conseguita</li> <li>• Livello nella classificazione nazionale (se pertinente)</li> <li>• 1958 - 1960</li> <li>• Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione</li> <li>• Qualifica conseguita</li> <li>• Livello nella classificazione nazionale (se pertinente)</li> <li>• 1959 - 1961</li> <li>• Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione</li> <li>• Qualifica conseguita</li> <li>• Livello nella classificazione nazionale (se pertinente)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Scuola Superiore</li> <li>Ragioneria</li> <li>Diploma Ragioneria</li> <li>58/60</li> <li>Università Prodeo</li> <li>Facoltà di Lingue</li> <li>Corso Assistente Turistica</li> <li>Diploma Assistente Turistica</li> </ul>	
<b>CAPACITÀ E COMPETENZE PERSONALI</b>		Corsi di formazione Marketing e Management
<b>PRIMA LINGUA</b>		Inglese
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacità di lettura</li> <li>• Capacità di scrittura</li> <li>• Capacità di espressione orale</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buono</li> <li>Buono</li> <li>Buono</li> </ul>
<b>ALTRE LINGUA</b>		Francese
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacità di lettura</li> <li>• Capacità di scrittura</li> <li>• Capacità di espressione orale</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buono</li> <li>Buono</li> <li>Buono</li> </ul>

---

<b>CAPACITÀ E COMPETENZE RELAZIONALI</b>	Vivere e lavorare 27 anni in un'azienda multinazionale ha contribuito, in particolar modo, alla mia formazione sia professionale che umana
<b>CAPACITÀ E COMPETENZE ORGANIZZATIVE</b>	Negli ultimi anni lavorativi ho ricoperto ruoli di responsabilità, dove l'organizzazione e la gestione del personale sono stati l'elemento essenziale per il conseguimento degli obiettivi. Inoltre per 20 anni ho svolto attività di volontariato nel campo dell'assistenza agli psicofisici, in diversi gruppi, acquisendo una sempre maggiore sensibilità organizzativa
<b>CAPACITÀ E COMPETENZE TECNICHE</b>	Sufficiente conoscenza del Computer; Utilizzo dei prodotti di Office, Posta Elettronica e Internet
<b>CAPACITÀ E COMPETENZE ARTISTICHE</b>	Il mio innato desiderio verso il bello mi ha spinto ad interessarmi ad ogni forma artistica senza aver mai approfondito.
<b>ALTRE CAPACITÀ E COMPETENZE</b>	Cucina – Arredamento - Giardinaggio
<b>PATENTE O PATENTI</b>	Patente Auto C

## PRODOTTO/SERVIZIO

### Ospitalità

Le otto stanze sono tutte doppie, ma possono essere facilmente trasformate in singole; arredate con mobili antichi marchigiani comodi ed eleganti, soprammobili, quadri alle pareti, ambiente caldo e accogliente tutti i particolari sono attentamente curati. E' stato scelto questo stile perché in linea con le altre strutture esistenti e perché molti arredi sono già disponibili. La tipologia delle stanze è diversificata. Ci sono le stanze per i professionisti, con la scrivania e piccola libreria, ogni comodità per trattenersi in camera per lavorare. Le stanze un po' romantiche per coppie : con abatjour, la poltroncina della nonna, il copriletto fiorato, sopramobili vezzosi, il camino. Quelle per famiglia, più spaziose, comode e pratiche con sopramobili infrangibili, letti per i più piccoli con le sponde, armadi più grandi, per le tante cose che ci si porta dietro.

La biancheria è in linea con l'arredamento, colori tenui e di qualità raffinata. Ogni stanza è predisposta per collegamento TV, computer, telefono

Le pulizie delle stanze vengono effettuate giornalmente, il cambio della biancheria da bagno ogni tre giorni, le lenzuola ogni settimana.

La prima colazione viene servita nella sala da pranzo o se il tempo lo permette all'esterno in giardino. La tavola viene apparecchiata con tovaglie di stoffa e servizi di porcellana.

La colazione consiste in vari tipi di tè o latte, caffè, crostate fatte in casa, pane fresco, burro, marmellate casalinghe e biscotti del luogo. Ci saranno due quotidiani a disposizione per leggere le notizie del giorno.

**Lo stile elegante della struttura e del servizio deve caratterizzare questo progetto e renderlo particolare ed originale, in questa zona. Inoltre la caratteristica deve essere l'impronta personale della gestione, il cliente è l'ospite della famiglia che abita il Borgo Sorbatti.**

L'ospitalità è rivolta soprattutto alle persone adulte ( 30- 70 . anni) amanti della campagna e della natura. Alle persone che forse hanno viaggiato troppo e vogliono scoprire l'Italia minore, o a chi vuole cominciare a conoscere bene la propria terra prima di andare lontano.

Agli stranieri che forse hanno già visto le grandi città italiane. La Toscana per esempio e si vogliono addentrare nelle Marche. Stranieri, più facilmente i nostri vicini, come tedeschi e cechi che dalle statistiche sembrano i più assidui visitatori delle Marche.

**Degustazioni tipiche**

Le degustazioni sono limitate agli ospiti del Borgo e consistono in una limitata scelta di piatti ben preparati, si può proporre una selezione di salumi o/e formaggi o monoporzioni di pasta o riso o crepes, verdure grigliate, dolci come mousse o di zuppa inglese.

Questo servizio è stato previsto per offrire al cliente la possibilità di rimanere in giardino o ai bordi della piscina e fare un pasto leggero. E' un servizio complementare ma deve essere ugualmente di qualità sia per gli alimenti che per la presentazione.

Ci sarà un menù scritto che sarà a disposizione la mattina durante la colazione e potranno essere prenotate le pietanze per il pranzo e la cena. Naturalmente sarà sempre possibile durante la giornata avere degli snacks. Nel caso ci siano varie prenotazioni si potrà preparare un piccolo buffet.

Tutto questo è da considerare extra.

La cornice del Borgo Sorbatti è piacevole e può servire per un a sosta del viaggio o essere il luogo adatto per un periodo di vacanza. Non tutti i giorni si è disponibili per un pranzo lungo al ristorante, o la sera dopo aver pranzato fuori si ha piacere di prendere qualcosa a "casa"

In zona ci sono vari ristoranti, ma non bar con self-service o con qualcosa di alternativo al pasto , cioè o si va in trattoria o dal salumiere per un panino.

In un secondo tempo si prevede la possibilità di organizzare qualche cena (... cene sotto le stelle) o pranzo per occasioni speciali che, devono avere sempre il carattere di riunioni familiari allargate. Il servizio è sempre molto personalizzato, in formale e signorile, ma non troppo costoso.

## **Turismo e natura**

Nei periodi bassa stagione . (o meglio escludendo solo luglio e agosto perché ci sono vari clienti di passaggio) **si possono programmare e promuovere settimane di soggiorno a tema.**

Si concorderanno degli argomenti con dei docenti (corsi di archeologia, di storia dell'arte, di pittura ) o artigiani specializzati( corsi di cucina, di restauro, ricamo, come impagliare) o centri culturali o club di amici del.....tornei di bridge, o promovendo la partecipazione alle attività agricole, come: la raccolta dell'uva, del grano, delle olive, la macellazione del maiale, la semina, la potatura

Potranno essere delle settimane intensive di diete particolari, digiuno con agopuntura, massaggi, pratiche di medicina alternativa, etc.

Piccoli gruppi anche di sei persone con i vari trainer o insegnanti

Si possono organizzare anche per periodi più brevi o dei fine settimana, anche alla scoperta delle sale di liscio ( ai marchigiani piace il liscio come in Romagna)

**L'obiettivo è quello di aumentare le presenze con delle iniziative particolari**

L'importante è di saper trovare i contatti giusti e saper comunicare le iniziative nel modo più attraente possibile.

Purtroppo questo sistema per aumentare la clientela è molto di moda in questo periodo. Tutti cercano di aggregare un gruppetto e far fare delle cose. insieme. L'innovazione è nel creare delle attività non tanto banali e già sfruttate, legate all'ambiente, alla natura e alle tradizioni locali.

I potenziali clienti saranno italiani, delle città vicine per i soggiorni brevi, anche più lontane per i soggiorni settimanali.

Secondo l'oggetto dei soggiorni che si organizzeranno ci saranno delle fasce . clienti interessati.

## Gli elementi innovativi

**L'obiettivo è di promuovere specifiche offerte : cultura e ambiente, rivolgendomi ad un turismo "di nicchia"**

La maggior parte dei clienti del B & B AL CASALE sono stati di passaggio, tranne alcuni, la loro permanenza è stata in media di due giorni. Questo è un trend poco conveniente in quanto in due giorni si concentrano più spese che per un periodo di una settimana. Per questo motivo, penso di orientarmi ad organizzare e promuovere delle settimane personalizzate cercando di ottenere delle permanenze più lunghe; rivolgendomi a potenziali clienti che abbiano interesse per la natura, la vita sana e di qualità.

**Mi vorrei posizionare in alternativa agli agriturismi**, che ormai sorgono ovunque e si riducono a far fare delle grandi abbuffate. Il servizio che voglio offrire è rivolto verso la "slow life", forse perché ho ancora dentro di me le vacanze della mia infanzia che erano molto più "vissute" che tecnicamente super organizzate. Vorrei mettere più in evidenza possibile questa atmosfera particolare di questi luoghi da "Dimora di Campagna"

**Inoltre è importante conoscere in dettaglio e con precisione tutte le iniziative turistiche e di tempo libero che ci sono in zona , cercare di promuoverle in modo di avere una maggior scelta possibile per far partecipare anche i clienti delle mie strutture.**

**Ritengo importante l'aggregazione delle realtà pubbliche e private interessate alla promozione dell'offerta di qualità.**

Avere a disposizione dei nominativi di guide turistiche, trainer sportivi, artigiani specializzati in mestieri tradizionali della zona, esperti di enogastronomia locale in modo da poter proporre qualsiasi attività il cliente sia interessato a seguire anche per poter **approfondire la conoscenza del territorio e delle tradizioni.**

**Inoltre ci saranno tutte le attività agricole da poter vedere da vicino e da poter sperimentare con delle visite all'azienda agricola Sorbatti Ci sarà la possibilità di piantare alberi e fiori magari per tornare a vedere in futuro se sono cresciuti bene**

La clientela di riferimento dei servizi sopra esposti sono italiani e stranieri: famiglie, piccoli gruppi, coppie, singles, professionisti, associazioni, agenzie, tour operator

## RICERCA DI MERCATO

Dal programma promozionale turistico 2002 della Regione Marche si legge che è prevedibile un incremento del mercato turistico nazionale ed europeo verso le Marche e soprattutto verso quelle località che possono essere raggiunte senza grandi difficoltà con mezzi di trasporto su gomma e ferrovia.

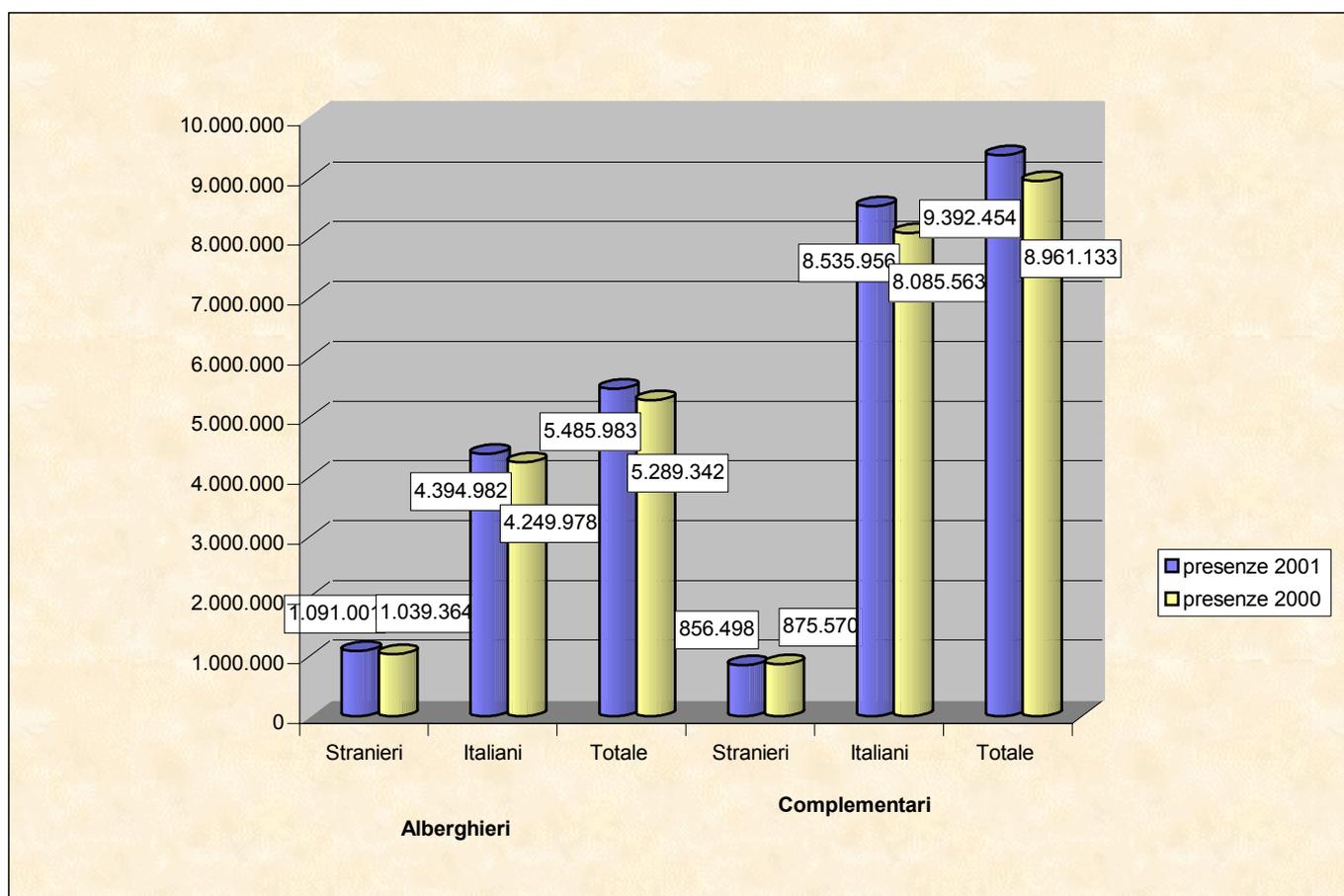
La Regione sta puntando alla combinazione dei grandi valori dell'ambiente con gli specifici fattori di accoglienza, ospitalità, assistenza, informazione e altri servizi essenziali per i turisti.

Le Marche sono al nono posto nella graduatoria delle regioni italiane per il movimento turistico complessivo (italiani + stranieri, alberghiero più extra) e l'analisi più dettagliata conferma il nono posto in campo nazionale per il movimento turistico degli italiani, per cui si può affermare che le Marche si caratterizzano in primo luogo per la presenza di un forte turismo nazionale, ma con una positiva tendenza di crescita del comparto straniero e complessivo..

Per il settore extralberghiero le Marche con 9,3 milioni di pernottamenti sono la quarta regione italiana. Il turismo marchigiano è caratterizzato fortemente da flussi turistici destinati a forme di recettività complementare.

Movimento turistico nelle strutture alberghiere e complementari della Regione Marche

Arrivi: gennaio – settembre 2001 - 2000



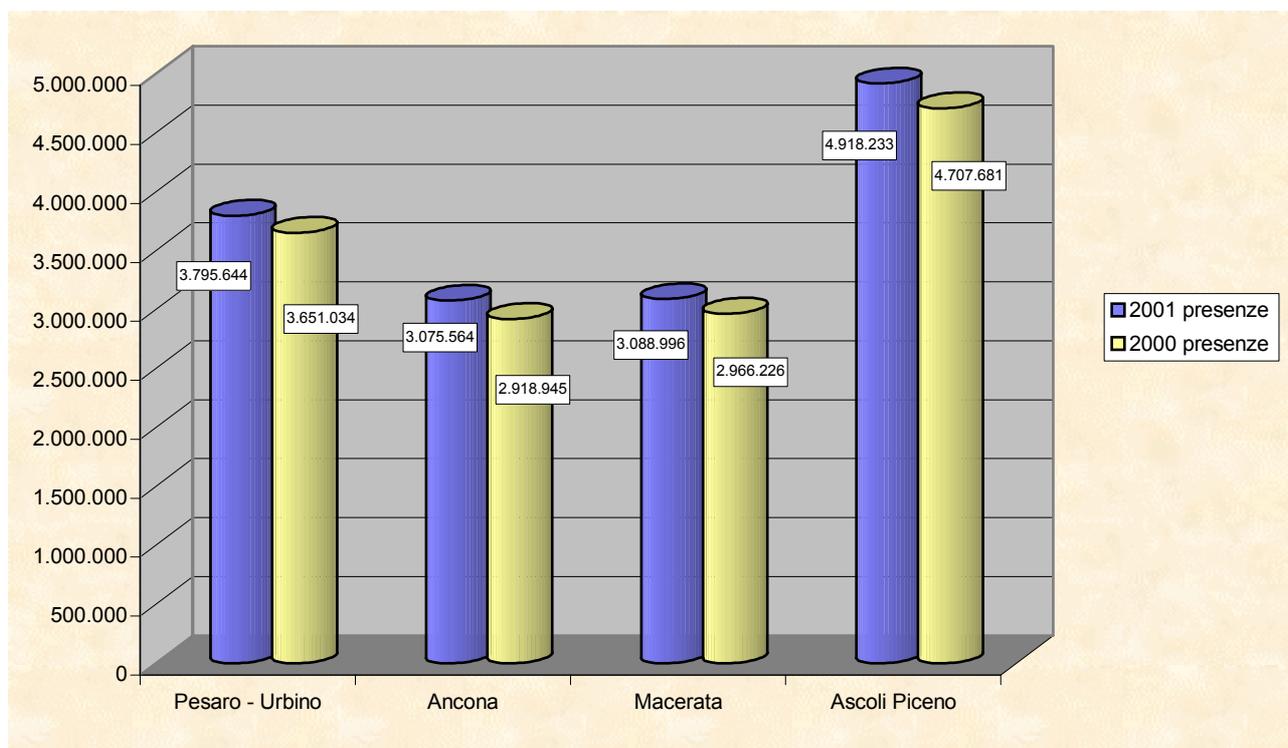
Elaborazione Regione Marche – Servizio Turismo e Attività Ricettiva – Osservatorio Regionale sul Turismo (fonte APTR – IAT)

Nella provincia di Macerata circa il 73% delle presenze del '98 si è orientato in strutture non alberghiere. E questo trend è stato confermato in tutti gli anni successivi.

I dati relativi al periodo gennaio-settembre 2001 hanno fatto registrare in tutte le tipologie un aumento del 2,5% negli arrivi e del 4,1% nelle presenze. Per la componente nazionale si è verificato un aumento del 4,1% negli arrivi e del 4,8% nelle presenze; per quella estera la flessione è stata del 6,6% negli arrivi e del 2,3% nelle presenze.

In generale, nel settore alberghiero si è rilevato un incremento del 2,8% negli arrivi e del 7,2% nelle presenze; in quello extralberghiero si è riscontrato un aumento del 2,2% negli arrivi e del 3,6% nelle presenze.

Movimento turistico nelle strutture della Regione Marche per Provincia  
Presenze: gennaio – settembre 2001/2000



Elaborazione Regione Marche – Servizio Turismo e Attività Ricettiva – Osservatorio Regionale sul Turismo (fonte APTR – IAT)

Nel 2001, nell'ambito provinciale, Macerata è la terza provincia con 3 milioni circa di pernottamenti di cui 2.809.351 italiani e 279.745 stranieri

Uno dei settori in espansione in Italia è quello agriturismo, e, nelle Marche ultimamente si sono create molte attività di ospitalità rurale che offrono sicurezza e tranquillità:

**Consistenza esercizi complementari nella Regione Marche**  
*Situazione dell'anno 2000 per la Regione Marche*

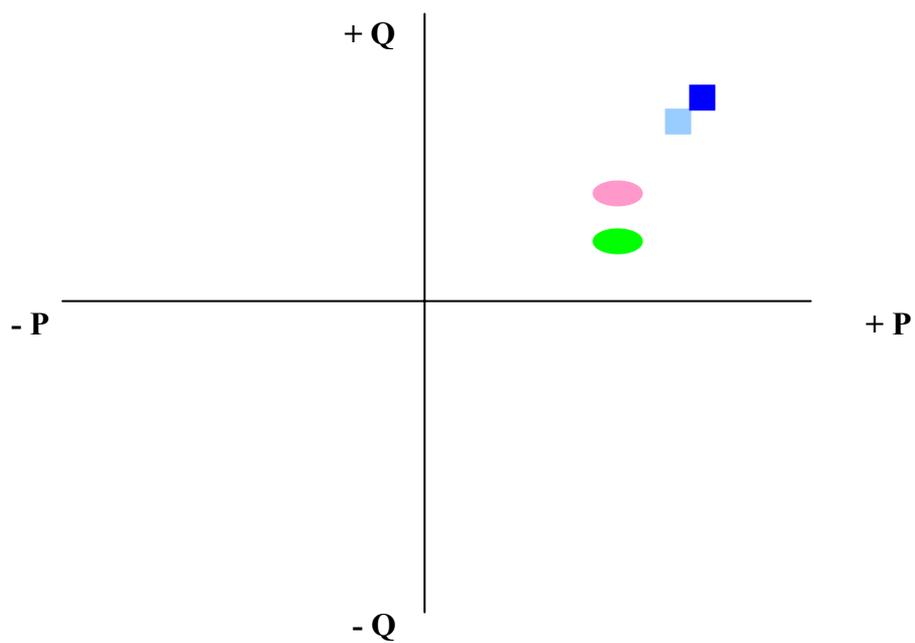
ESERCIZI COMPLEMENTARI							
CONSISTENZA	Camere, case appartam. iscr. rec.	Campeggi e villaggi turistici	Alloggi agro-turistici	Altre strutture ricettive	Camere, case appartam. non iscr. rec.	Totale	Totale Generale
VALORI ASSOLUTI							
Esercizi	12.403	108	265	332	13.761	26.869	2.785
Letti	72.535	*	3.030	16.115	92.502	241.698	297.927
Camere	31.223	**	1.397	5.388	23.424	76.552	106.233
Bagni	15.271	3.367	940	2.595	11.292	33.465	59.749
Cpacità ricettiva *		55.732	1.784			57.516	57.516
Piazzole **		14.840	280			15.120	15.120
Unità abitative		3.307				3.307	3.307
VALORI PERCENTUALI							
Esercizi	44,53	0,39	0,95	1,19	49,40	96,46	100,00
Letti	24,35	18,71	1,02	5,41	31,05	81,13	100,00
Camere	29,39	13,97	1,32	5,07	22,05	72,06	100,00
Bagni	25,56	5,64	1,57	4,34	18,90	56,01	100,00
Cpacità ricettiva *		18,71	0,60				
Piazzole **		13,97	0,26				

La tendenza è di offrire servizi di qualità e personalizzati.

Il mio progetto, penso, si può collocare in questo contesto regionale. Nell'entroterra non esistono molte di queste strutture.

**STRATEGIE DI MARKETING**

	Famiglie	Gruppi	Coppie	Professionisti	Singles	Agenzie	Tour Operator	Associazioni
Ospitalità								
Degustazioni tipiche								
Turismo in natura								



- Legenda:**
- *Borgo Sorbatti*
  - *B&B Al Casale*
  - *Albergo Le Grazie*
  - *Albergo Maestà*

**PIANO ECONOMICO FINANZIARIO**