

Crescita dei Ricavi: Volumi o Strategia?

Sistema Museale + Grotta di Nettuno 4 Agosto - 3 Ottobre 2025 vs 2024

+413K

Ricavi aggiuntivi

Crescita netta nel periodo

+2.802

Visitatori in più

Solo +2,3% sui volumi

+29%

Crescita ricavi

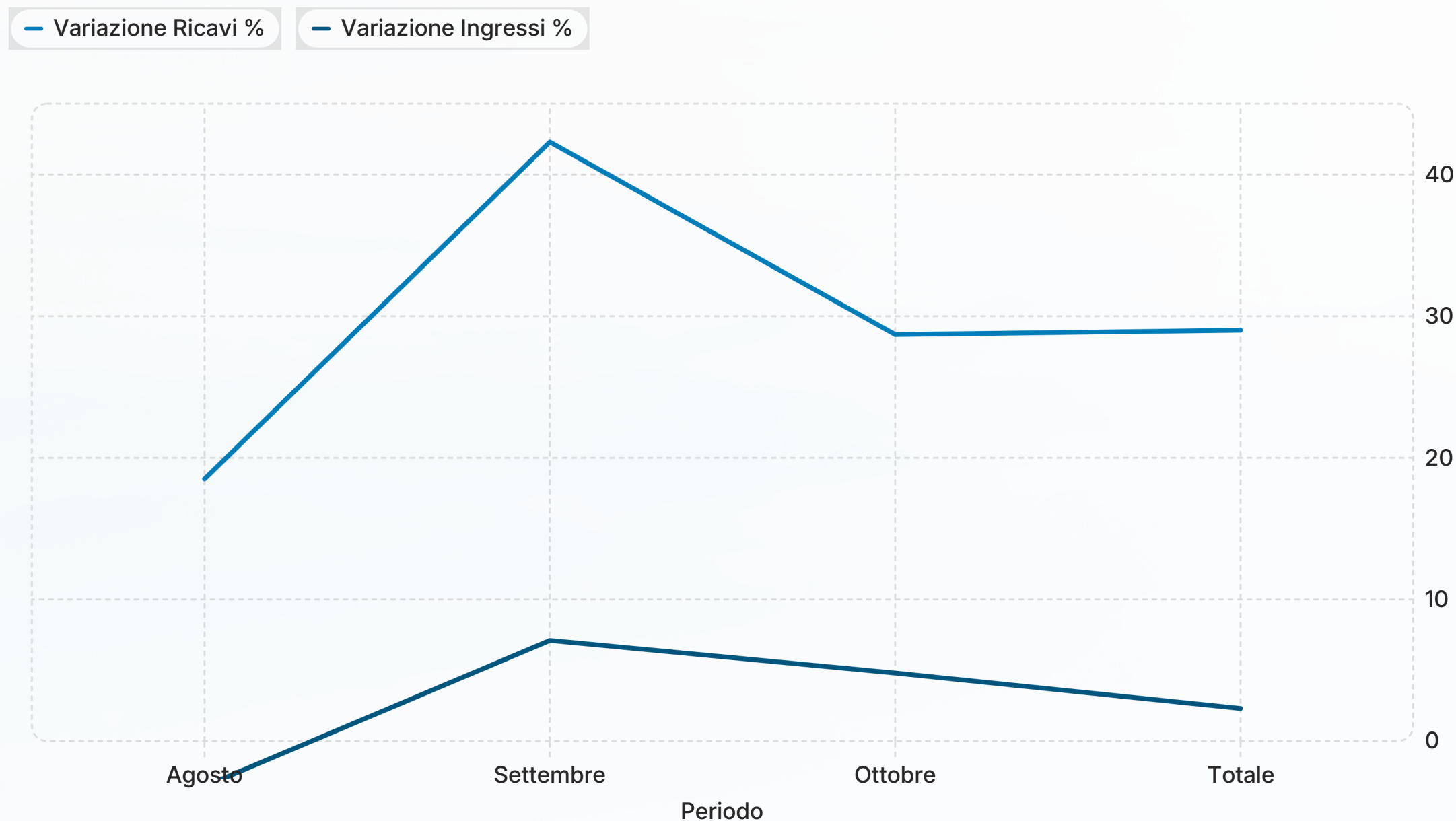
Ben oltre la crescita degli ingressi

La crescita non viene dai volumi. Qualcosa di strutturale è cambiato.



Il Paradosso: Due Curve che si Separano

A parità quasi totale di visitatori, i ricavi sono cresciuti in modo sproporzionato. Il grafico racconta una storia precisa: **il valore per visitatore è aumentato drasticamente.**



Visitatori **+2,3%** Ricavi **+29%**: le due curve si separano con forza. La crescita è **strutturalmente guidata dal prezzo**, non dal traffico.



Il Vero Driver: da Quantità a Valore

Modello Precedente

Più visitatori = più ricavi

La crescita dipendeva esclusivamente dai volumi di traffico.

Nuovo Modello

Più valore per visitatore = più ricavi

Il sistema ha evoluto la propria leva strategica: il prezzo medio è diventato il motore principale della performance economica.

1

Volume

Crescita marginale +2,3%

2

Prezzo

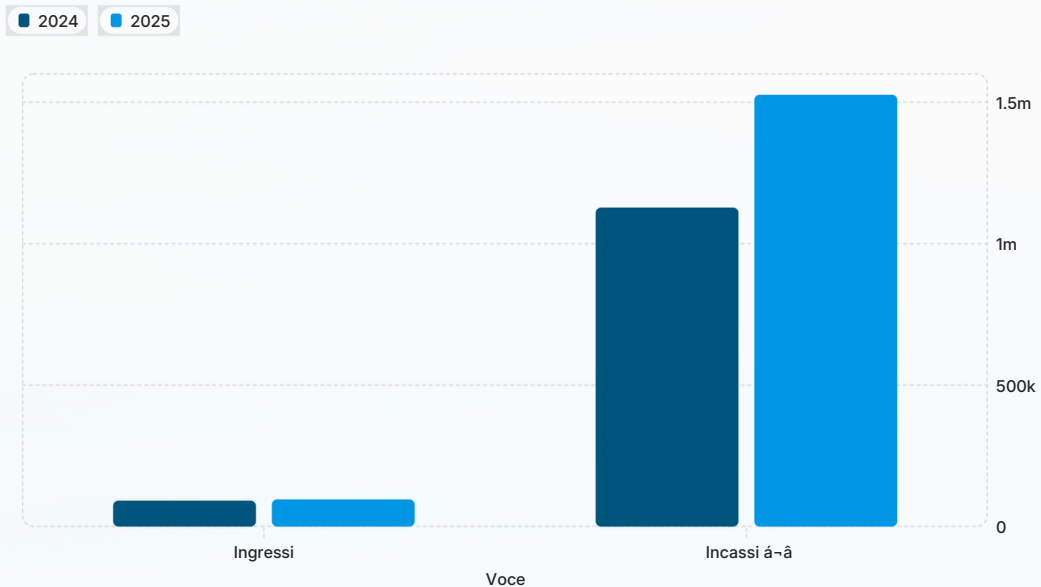
Crescita +24% per visita

3

Ricavi

Risultato finale +29%

Grotta di Nettuno: Il Motore del Sistema



Quasi tutta la crescita arriva da qui

La Grotta di Nettuno ha generato **€398.940 di ricavi aggiuntivi** con soli +4.340 ingressi.

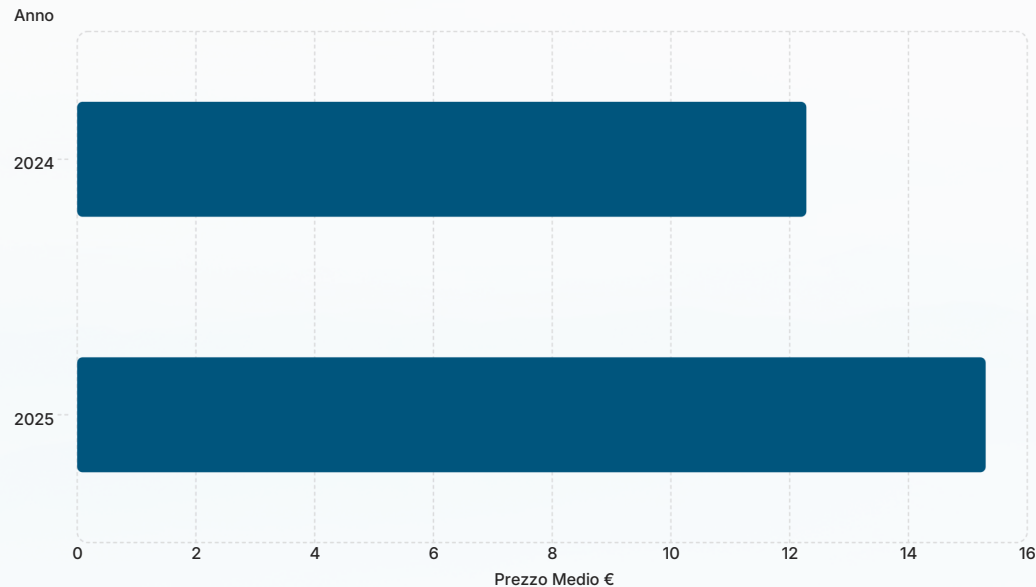
+4.340

Ingressi aggiuntivi

+398.940

Ricavi aggiuntivi

Il Punto Chiave: Il Prezzo Medio



+24% sul prezzo medio per ingresso

Il prezzo medio alle Grotta di Nettuno è passato da € **12,28** a € **15,30** 4 un incremento di **+€ 3,02 per visitatore**.

Moltiplicato per circa 96.000 ingressi, questo differenziale genera da solo centinaia di migliaia di euro di ricavo aggiuntivo.

- Un singolo aggiustamento di prezzo ha avuto più impatto di qualsiasi campagna di acquisizione visitatori.

La Leva Strategica: Allineamento al Mercato

Non si è trattato di un aumento casuale. È stata una **scelta di posizionamento consapevole**, basata sull'analisi comparativa con siti di pari rilevanza.



Posizionamento Premium

Allineamento al valore percepito delle Grotta rispetto a siti simili nel Mediterraneo



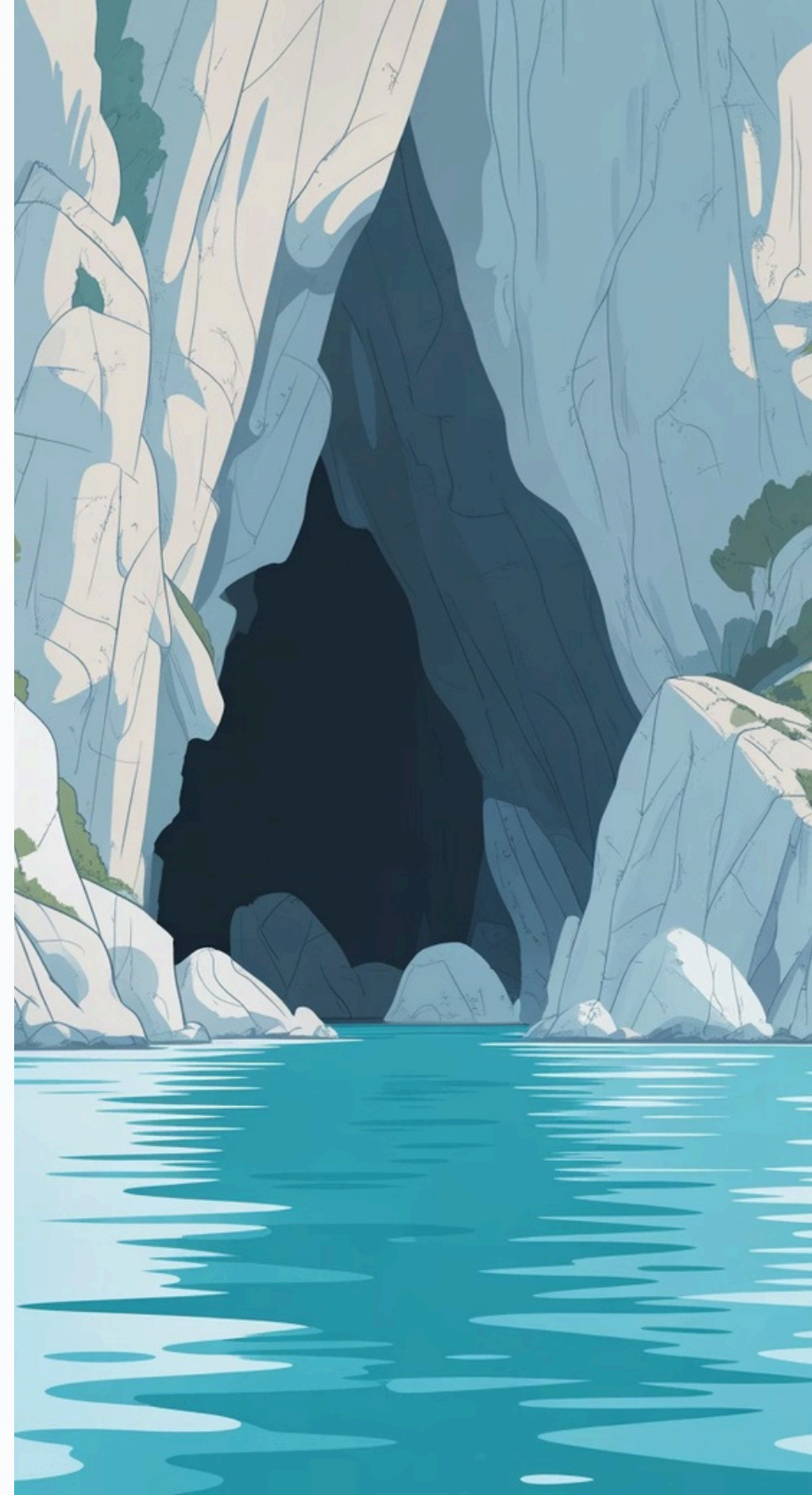
Scelta Mirata

Il prezzo riflette la rarità dell'esperienza, non solo i costi operativi

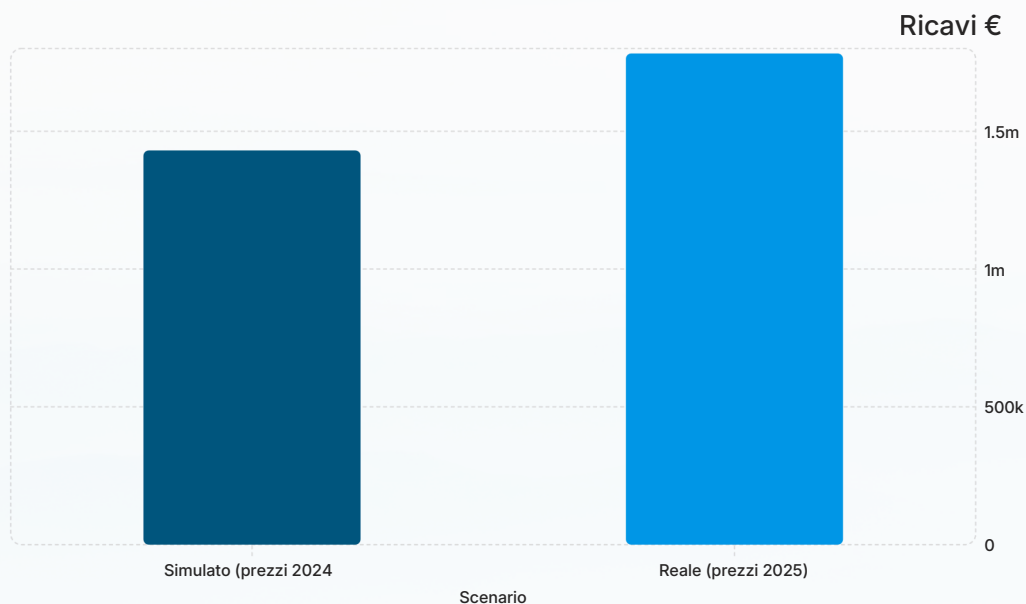


Domanda Resistente

L'aumento non ha generato calo significativo degli ingressi: la domanda ha tenuto



La Prova: Simulazione con Prezzi 2024



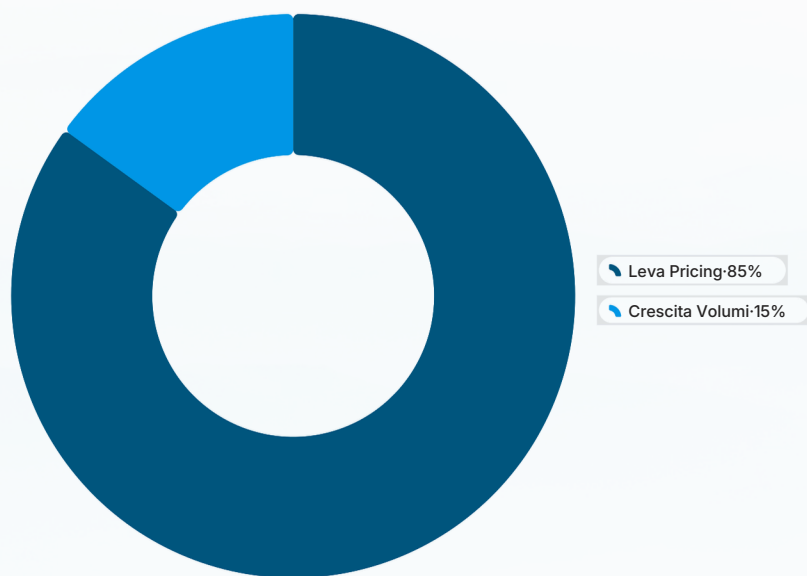
€ 351.829 di valore creato dalla strategia di prezzo

Con i prezzi invariati al livello 2024, i ricavi del sistema si sarebbero fermati a € **1.430.177**.

Grazie alla revisione tariffaria, il risultato reale è stato € **1.782.006**.

📄 - **€ 351.829**: questo è il costo-opportunità di non aver agito sul prezzo. La strategia ha creato valore reale e misurabile.

Insight Forte: da Dove Viene la Crescita

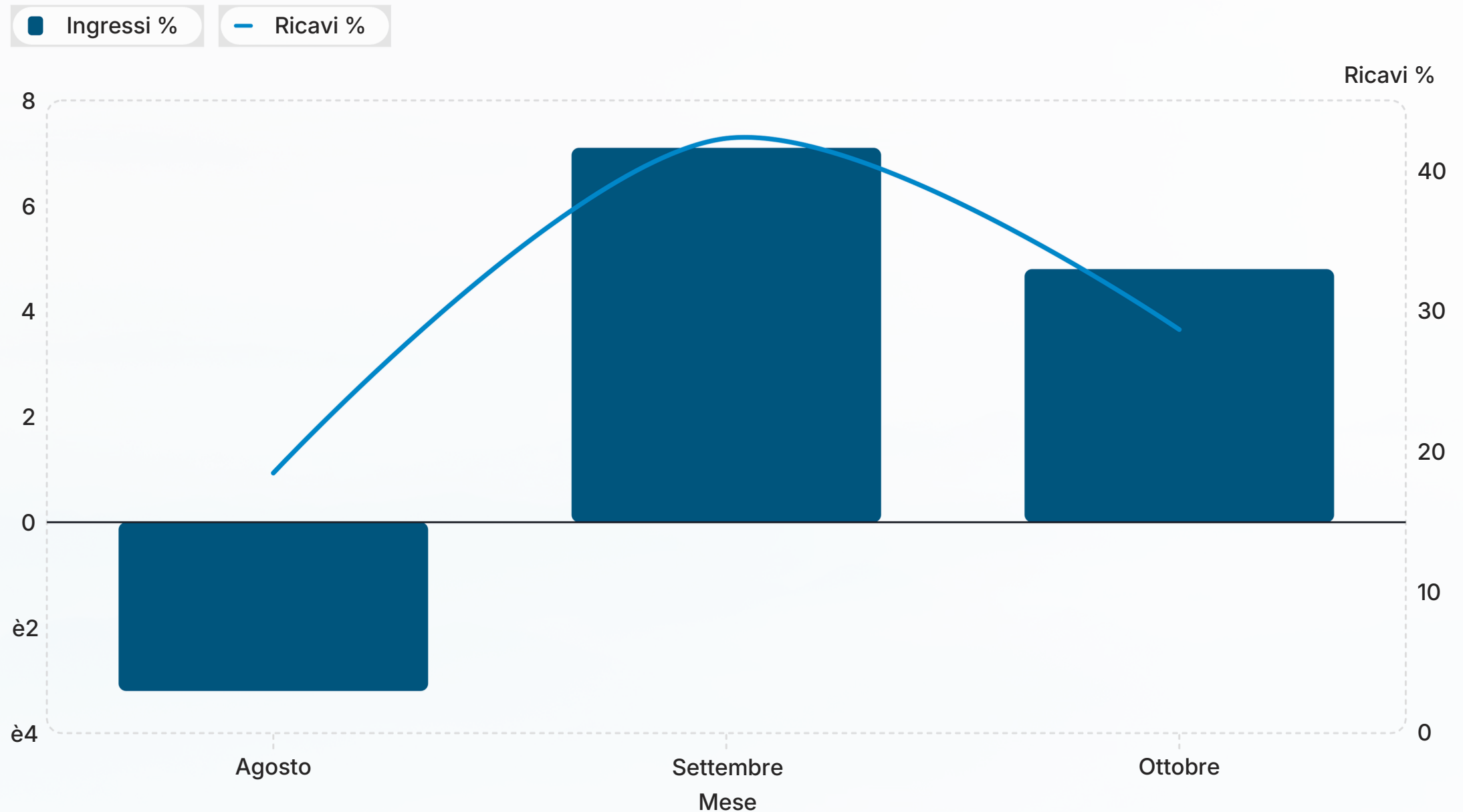


L'85%+ della crescita deriva dal prezzo

La decomposizione della crescita è inequivocabile: **il pricing è responsabile di oltre 85% dell'incremento dei ricavi**. I volumi hanno contribuito in misura marginale.

Questo dato ridefinisce le priorità strategiche: investire in ottimizzazione tariffaria ha un impatto nettamente superiore rispetto all'acquisizione di nuovi visitatori a parità di costo.

Analisi Mensile: Agosto, Settembre, Ottobre



Agosto

Ingressi in calo, ricavi in crescita: il prezzo compensa la contrazione della domanda

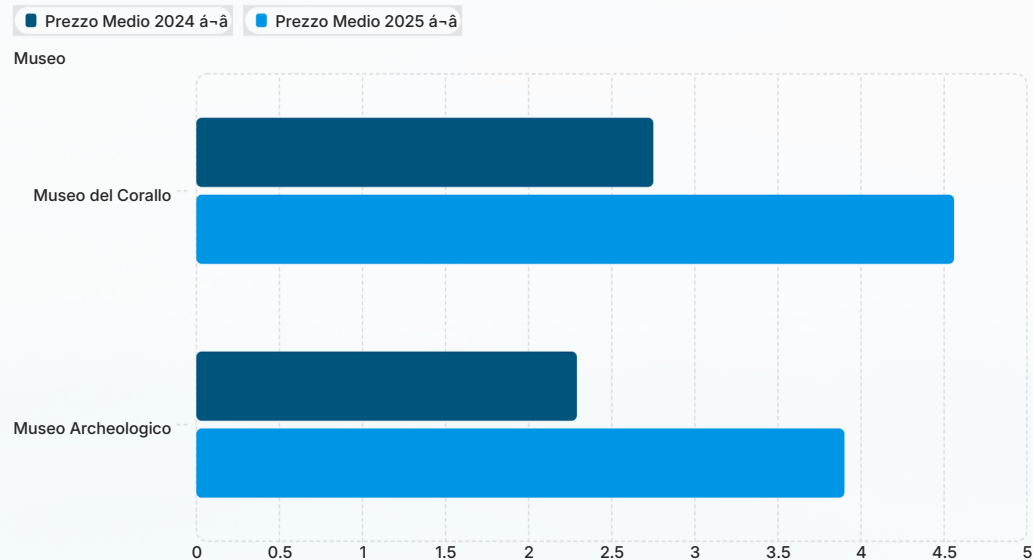
Settembre

Boom reale: volumi e prezzo crescono insieme - effetto combinato al massimo

Ottobre

Crescita consolidata su entrambi i fronti: il modello si conferma strutturale

Il Sistema Museale Segue lo Stesso Modello



Meno volume, più valore 4 anche nei musei

Museo del Corallo e Museo Archeologico mostrano lo stesso pattern delle Grotta: **ingressi in calo, ricavi in crescita** grazie all'incremento del prezzo medio.

Il modello **non è un caso isolato**: è un approccio di sistema replicabile e già dimostrato su più venue.

Corallo +66%

€ 2,75 > € 4,56

Archeologico +70%

€ 2,29 > € 3,90