



Comunicato stampa

Primavera 2010: il turismo nella provincia di Reggio Calabria inizia sottotono ma poi rivela, soprattutto nel settore alberghiero, segnali di recupero.

Reggio Calabria, 15/10/2010

La leva determinante sulla quale investire per promuovere lo sviluppo del settore turistico è la “qualità”, che rappresenta la migliore strada da percorrere per affrontare il mercato, la risorsa strategica che la Camera di Commercio è impegnata a valorizzare, ponendo le premesse per la riscoperta del territorio e il potenziamento del settore nella provincia reggina.

di Lucio Dattola, Presidente della CCIAA di Reggio Calabria

La Camera di Commercio di Reggio Calabria, in collaborazione con IS.NA.R.T (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche), svolge una attenta attività di monitoraggio dell'andamento del settore turistico in ambito provinciale elaborando, attraverso la rilevazione diretta dei dati presso gli operatori, report trimestrali, disponibili sul sito, che offrono una puntuale descrizione della performance del mercato.

In particolare, lo studio compiuto in relazione al periodo che ha preceduto l'estate evidenzia un timido inizio del settore turistico: ad aprile, le strutture, soprattutto quelle extra-alberghiere, hanno faticato ad occupare le camere, per poi recuperare in parte nei due mesi successivi.

Nel complesso, le strutture ricettive della provincia di Reggio Calabria hanno registrato un saldo di occupazione netta¹ delle camere del 30,8%, sostanzialmente in linea con l'andamento regionale (31,7%), sebbene al di sotto della media italiana (41,6%).

Il confronto con i risultati ottenuti nello stesso trimestre dello scorso anno rivela, in media, una riduzione nei tassi di vendita delle camere di -8,4 punti percentuali, più marcata di quella regionale (-5,5) e in contrasto con la tenuta dei tassi di occupazione a livello nazionale.

Questo andamento è stato determinato soprattutto dal risultato del mese di aprile, durante il quale la provincia ha registrato un -19,8 rispetto allo stesso mese del 2009, quando invece il risultato era stato particolarmente positivo². I risultati dei mesi di maggio (-7,1) e giugno (-1,5) hanno consentito di recuperare rispetto alla performance del 2009, ma soltanto in parte.

In questo trimestre le strutture sono state quasi tutte aperte, tanto che il divario tra il tasso di occupazione netta e lorda è stato minimo e non ha superato i 3 punti percentuali.

Questa riduzione ha investito il territorio in modo generalizzato, ma si è rivelata particolarmente acuta nelle località di montagna (-18 punti percentuali), più esposte delle altre alla stagionalità e alle condizioni climatiche. Infatti, dopo due mesi notevolmente al di sotto della media provinciale (con un tasso di occupazione netta pari al 15,8% ad aprile ed al 24% a maggio), soltanto a giugno la stagione è ripresa anche per la montagna e la percentuale di occupazione netta della camere è aumentata sino a raggiungere il risultato del 32,7%. I risultati migliori sono stati quelli delle città,

¹ L'occupazione netta delle camere si riferisce alla media di camere occupate sul totale delle camere effettivamente disponibili, prendendo, quindi, in considerazione la stagionalità dell'apertura e chiusura delle strutture. L'occupazione lorda delle camere si riferisce alla media di camere occupate sul totale delle camere esistenti.

² Le strutture ricettive hanno venduto ad aprile 2009 quasi il 44% delle camere disponibili, mentre nel 2008, il 26,2%.

che hanno venduto complessivamente in questo trimestre un terzo delle camere disponibili ed hanno iniziato ad avere risultati abbastanza interessanti già a partire dal mese di maggio (36,2%).

L'analisi dei risultati in relazione alla tipologia di struttura ricettiva ci offre ulteriori spunti di riflessione.

Sull'andamento complessivo ha pesato, in modo particolare, la performance del settore extra – alberghiero, che ha riportato un saldo di occupazione netta delle camere del 20,6%. Questo risultato è stato condizionato dai mesi di aprile e maggio, durante i quali le strutture sono rimaste quasi vuote (vendendo poco più di 1 camera su 10), con un timido segnale di ripresa a giugno (26,2%). Tra le strutture extra- alberghiere si evidenziano risultati leggermente migliori per i B&B, che hanno venduto il 16,9% di camere disponibili ad aprile, il 23,4% a maggio e il 28,5% a giugno.

Il confronto dei risultati del settore extra – alberghiero con lo stesso periodo del 2009, inoltre, evidenzia un gap particolarmente negativo ad aprile (-28,1 punti percentuali) che, pur riducendosi significativamente nei mesi successivi (-9,8 punti percentuali a maggio e +0,6 a giugno), ha inciso sul risultato complessivo del trimestre.

Le strutture alberghiere, invece, hanno venduto in questo trimestre, in media, quasi il 40% delle camere disponibili, con un trend crescente da aprile (30,9%) sino a giugno (46,8%). Neppure in questo caso sono stati raggiunti i tassi di occupazione del 2009, ma il calo è stato decisamente più contenuto (-14,1 punti percentuali ad aprile, -4,7 a maggio, +0,1 a giugno).

Da evidenziare anche i dati relativi ai prezzi praticati dalle strutture ricettive: una camera doppia ha registrato, in media, un costo di 84 € a notte, con un aumento di quasi il 17% rispetto allo stesso periodo del 2009, quando il prezzo era in media di 72€ a notte. Questi incrementi sono stati diffusi tra tutte le categorie, dagli 1 e 2 stelle (il costo medio della doppia a notte è stato di 71€ rispetto ai 64€ dello scorso anno) ai 4 e 5 stelle (103€ rispetto agli 82€ del 2009).

Gli accordi con gli intermediari di viaggio hanno aiutato le imprese: quelle che si sono avvalse di questa soluzione hanno registrato tassi di occupazione superiori (compresi tra il +4% e il +7%) rispetto alle strutture che, invece, non hanno utilizzato questo canale.

In particolare, le imprese che hanno realizzato accordi commerciali con gli intermediari di viaggio sono state il 37,3%. Questa percentuale, seppur minore rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente (38,6%), si è mantenuta comunque superiore alla media regionale (33,5%) e nazionale (31,8%). Più nel dettaglio, circa la metà delle strutture del settore alberghiero si è affidata all'intermediazione commerciale (50,1%), in particolar modo gli Hotel a 4-5 stelle (72,4%); invece, nell'ambito del comparto extra-alberghiero, solo il 32% di imprese ha adottato questa soluzione, soprattutto campeggi e villaggi (42,9%). Un ulteriore dato interessante riguarda il circuito di intermediazione utilizzato: sono state preferite le soluzioni più innovative (il 65,4% delle imprese si è accordata con le agenzie on-line, 51,6% si è rivolta ai Tour operator ed infine solo il 49,3% ha scelto le tradizionali agenzie di viaggio).

Se da un lato si è registrata la leggera contrazione delle imprese che hanno fatto ricorso all'intermediazione commerciale, dall'altro la percentuale di turisti che hanno organizzato il soggiorno attraverso questi circuiti è lievemente aumentata, passando dall'8,3% dello stesso trimestre del 2008 e del 2009 all'11,3% di quest'anno. In particolare, l'hôtellerie di categoria alta ha ospitato la quota più elevata di turisti organizzati (22,4%), mentre il comparto extra-alberghiero ha registrato il 9,2% (soprattutto campeggi e villaggi).

In questo secondo trimestre, la percentuale di turisti stranieri nella provincia di Reggio Calabria ha raggiunto appena il 18%, risultato inferiore rispetto alla media regionale (23,4%) e nazionale (32,9%), nonché rispetto all'andamento dello stesso trimestre del 2008 (26,8%) e del 2009 (33,7%). I principali mercati esteri di provenienza sono stati la Germania (31,2%) e la Francia (15,5%).

La durata media del soggiorno (3,6 notti per i turisti italiani, 4,5 notti per gli stranieri) è stata complessivamente superiore rispetto all'anno precedente (4,1 notti a fronte di 3,6 della media dell'anno precedente). In particolare, i turisti hanno soggiornato più a lungo nelle località montane (4,7 notti) e presso le strutture extra-alberghiere (4,3 notti).

In termini di fidelizzazione, le strutture ricettive hanno registrato il 28,2% di clientela abituale, in diminuzione rispetto al 38,2% registrato nello stesso trimestre del 2008 e al 34,2% del 2009. La quota si è mantenuta, comunque, lievemente al di sopra dell'andamento regionale (27,7%) ma inferiore al dato nazionale (32,6%). La clientela abituale ha soggiornato soprattutto negli alberghi (dove ha rappresentato il 31,9% dell'intera clientela) e nelle aree montane (31,2%).

In primavera la quota di strutture ricettive presenti sul web è stata pari al 72,8%, percentuale inferiore al dato regionale (86,4%) e nazionale (84,6%). Questo risultato è stato condizionato soprattutto dalle imprese ricettive situate nelle località balneari, presenti in rete in percentuale pari soltanto al 65,3%.

Inoltre, il servizio di booking on line è stato garantito soltanto dal 48,1% delle imprese, in percentuale inferiore rispetto alla media regionale (63,9%) e nazionale (61,9%). In particolare, è stata soprattutto l'hôtellerie, con il 55,2% di alberghi, ad offrire questo servizio al cliente.

I turisti che hanno prenotato tramite Internet, pari al 28,7%, sono diminuiti rispetto alla primavera del 2008 (35,7%) e del 2009 (29,4%), e sono stati anche in percentuale inferiore anche alla media regionale (34,9%) e nazionale (37%). Non si sono registrate forti distinzioni nella consultazione dei canali di booking on-line: il 10,9% ha prenotato tramite i grandi portali, il 10,2% con la mail ed il 7,2% dal sito di proprietà.

Nel secondo trimestre del 2010, il segmento di clientela che ha caratterizzato i flussi turistici in provincia è stato rappresentato dalle coppie (49%) che hanno registrato un aumento di ben 21,2 punti percentuali rispetto all'anno precedente (27,8%), superando attualmente la media regionale (39,3%) e nazionale (36,4%). Al contrario, sono diminuiti i gruppi (2,9% rispetto al 10,4% del 2009) e coloro che viaggiano singolarmente (2,5% rispetto al 16,8% del 2009), mentre è rimasta sostanzialmente stabile la quota delle famiglie (25,1% rispetto al 24,6% del 2009).