



Camera di Commercio  
Reggio Calabria

---

OSSERVATORIO TURISTICO PROVINCIA DI REGGIO CALABRIA

## 1° REPORT CONGIUNTURA 2008

IL MARE E' APPREZZATO ANCHE IN INVERNO MA LA  
PRIMAVERA NON SBOCCIA

Maggio 2008

A cura di



Istituto Nazionale  
Ricerche Turistiche

## Storia del documento

---

---

**Copyright:** IS.NA.R.T. scpa

---

**Committente:** CCIAA Reggio Calabria

---

**Versione:** 1.0

---

**Quadro dell'opera:**

---

**Termine rilevazione:** aprile 2008

---

**Casi:** 171

---



## Sommario

1. Pasqua sottotono ma buona performance della provincia .....	4
2. Forum di discussione.....	8
3. Nota metodologica.....	9
4. Allegati.....	10

## 1. Pasqua sottotono ma buona performance della provincia

Nei primi mesi dell'anno la prestazione turistica della provincia di Reggio Calabria è notevolmente superiore rispetto a quella regionale, ed è confermata dalle previsioni delle prenotazioni da aprile a giugno.

Inoltre, l'offerta turistica è abbastanza omogenea, con tutte le aree di prodotto che raggiungono risultati simili di occupazione delle camere.

Nonostante tale fenomeno sia incoraggiante, la prima impressione è quella di una fase di calma per il turismo nella provincia, non ancora spronato dall'arrivo dei mesi più caldi.

La spiccata vocazione della provincia ad un turismo balneare è confermata dalla quantità cospicua di strutture sulla costa. Tale dotazione strutturale del territorio rappresenterebbe una opportunità da sfruttare per incentivare l'occupazione anche in primavera, dato il clima mite della regione.

Scendendo nel dettaglio, mentre nel mese di febbraio l'occupazione delle camere registra un picco al 33,4%, nel periodo di Pasqua è tra le più basse della stagione, con meno di  $\frac{1}{4}$  delle camere vendute.

Tra le **aree di prodotto** dall'offerta turistica della provincia - città, montagna e mare - sono le città e la montagna ad essere privilegiate, con un picco di prenotazioni delle camere nelle località montane del 54,6% nei ponti del 25 aprile e del 1 maggio. Nel mese di febbraio, però, è il mare ad ottenere i risultati migliori con il 34,1% di occupazione.

Dal punto di vista delle tipologie ricettive l'andamento è meno omogeneo, a vantaggio degli alberghi con l'occupazione delle camere costante su una media del 30%, da dicembre a Pasqua.

Le strutture extralberghiere si difendono bene ed addirittura si registra la preferenza dei turisti per tale comparto anche nei mesi più freddi, arrivando al 42,8% delle camere occupate a febbraio (50% nei campeggi e villaggi).

La migliore performance di occupazione delle camere delle strutture, rispetto alla regione, non è, però, accompagnata da un diffuso ricorso all'intermediazione organizzata. Infatti, nella provincia solo 1

operatore su 4 ricorre all'**intermediazione organizzata**, discostandosi dallo standard regionale dove quasi il doppio delle strutture si affida ai tour operator e alle agenzie di viaggio.

Tale fenomeno provinciale è compensato dalla forte propensione dei turisti verso l'utilizzo di **Internet** (38,4%), con una preferenza per le città e per gli esercizi extralberghieri, in più della metà dei casi.

Significativo il dato sui turisti abituali: il 39% ritorna in provincia di Reggio Calabria e quasi la metà predilige il comparto alberghiero.

Ancora molto limitata la attitudine dei vacanzieri ad affidarsi all'intermediazione, solo il 5%, da sollecitare attraverso azioni mirate alla promozione commerciale della provincia attraverso questo canale.

Le aree di prodotto sono scelte in maniera omogenea dai vacanzieri, con una leggera predilezione per le città da parte degli italiani, e del mare per gli stranieri.

I turisti che trascorrono la vacanza in provincia di Reggio Calabria vi soggiornano, mediamente, per 3 notti, con un prolungamento della villeggiatura superando le 5 notti nel caso dei campeggi e dei villaggi, sia nel caso degli italiani che degli stranieri.

Il **mercato italiano** risulta essere quasi l'esclusivo bacino di provenienza dei turisti superando l'80% dei vacanzieri, in linea con la regione. Nonostante la preferenza per il soggiorno in strutture alberghiere (quasi 84%), è molto apprezzata anche la vacanza all'insegna del contatto con la natura, premiando gli agriturismi, i campeggi ed i villaggi con più dell'85% dei turisti.

Nonostante la maggior parte degli operatori indichi un andamento stabile della domanda interna, si rileva una diminuzione dei turisti italiani in più del 30% delle strutture.

In particolare, sono le città a registrare un aumento più cospicuo di turisti italiani e, tra le tipologie ricettive, preferiscono sempre di più alloggiare nelle strutture extralberghiere.

Il **mercato straniero** rappresenta quasi il 17% dei vacanzieri, quota da valorizzare e sviluppare commercializzando maggiormente la provincia all'estero. E' il comparto extralberghiero ad accogliere la maggior parte dei vacanzieri stranieri, mentre più di ¼, di coloro che scelgono l'albergo, alloggia nei 4 e 5 stelle.

Il mercato straniero della provincia si mostra sostanzialmente più stabile rispetto a quello interno, ma anche a quello regionale.

Il turista straniero è tedesco, francese e statunitense, ma, nonostante la solidità del mercato una percentuale degli operatori indica la diminuzione della presenza dei turisti dall'USA (-5,4%), ma anche dalla Germania (-3,9%). Tali dati, comunque, non influenzano la graduatoria dei principali mercati stranieri nella provincia.

In termini di **target** è chiaro il posizionamento della provincia:

- più del 30% dei turisti sono **famiglie**, trascorrono la vacanza al mare, scelgono soprattutto i campeggi ed i villaggi (probabilmente più attrezzati per il soggiorno con bambini), ma anche gli alberghi ad 1 stella;
- più di ¼ sono **coppie**, visitano le città ed alloggiano nei B&B e negli agriturismi;
- i gruppi rappresentano una quota residuale di vacanzieri ma la loro presenza è importante in montagna con il 20,6%;
- nel segmento business, gli **individuali** sono il 25% dei turisti (a conferma della marcata specializzazione delle imprese provinciali negli affari), alloggiano in strutture alberghiere e prediligono le aree urbane.

La **dotazione infrastrutturale** della Calabria si mostra all'avanguardia sotto il profilo dell'ecocompatibilità e dell'attenzione verso le esigenze dei turisti diversamente abili, da parte degli operatori.

La provincia manifesta una certa sensibilità, ma solo il 60% degli operatori attua azioni di sensibilizzazione ambientale, specie nelle città. Gli alberghi sono più attenti a tale questione, seguiti dagli agriturismi che fanno della natura il loro punto di forza.

In controtendenza, invece, i campeggi ed i villaggi, che addirittura nell'82% dei casi non adottano alcuna attività legata all'ecocompatibilità della loro struttura, dimostrando di non saper ancora cogliere importanti trasformazioni della domanda, che sempre più, considera la tutela per l'ambiente come fattore di scelta.

La natura stessa del comparto extralberghiero, orientato verso la vacanza “en plein air”, dovrebbe puntare sull'accessibilità delle proprie strutture al fine di ottenere un vantaggio competitivo sul mercato dell'ospitalità.

Rispetto all'eliminazione delle barriere architettoniche e alla dotazione di servizi adatti al soggiorno di turisti diversamente abili nelle strutture ricettive, la provincia resta un passo indietro con poco meno della metà degli operatori sensibili alla questione.

Il comparto alberghiero è più attrezzato (66%), mentre la situazione si ribalta per l'extralberghiero con solo il 33,6% delle strutture attente alle esigenze di tutti.

Il primo prodotto di specializzazione è il balneare con il 66% delle strutture, ma è interessante la propensione della provincia verso il turismo d'affari, con il 44% delle strutture che forniscono servizi e sono dotate di sale congressuali (la regione si ferma al 23%).

La cultura è il terzo prodotto di specializzazione (17,3%) seguito con un notevole distacco, dall'enogastronomia (7,1%). La possibilità di degustare ed acquistare i prodotti tipici è, comunque, tra le attività principali del comparto extralberghiero, specie negli agriturismi (40%).

Uno dei dati che si discosta nettamente dalla regione riguarda lo sport, con solo il 3,7% delle strutture reggine attrezzate (26,7% nella regione). Tale prodotto rappresenterebbe una opportunità di sviluppo di questo prodotto anche nella provincia di Reggio Calabria, visto il suo forte appeal verso i turisti.

## 2. Forum di discussione

Dalla lettura dei dati, emergono alcuni spunti di riflessione:

- **bassa propensione delle strutture al ricorso all'intermediazione organizzata.** L'esiguo ricorso agli intermediari non aiuta la destagionalizzazione dell'offerta reggina, che potrebbe essere supportata dalla commercializzazione dell'offerta provinciale da parte dei Tour Operator e delle agenzie di viaggio;
- **marcata concentrazione di strutture ricettive sulla costa,** a conferma della vocazione balneare della provincia, rappresenterebbe un'opportunità per la crescita dell'occupazione delle camere nei mesi più miti, sfruttando il clima mediterraneo della provincia;
- lo **sport**, che si rivela uno dei prodotti principali a livello regionale, rappresenterebbe uno strumento di attrattività del territorio anche in questo periodo dell'anno;
- sulla scia del successo del prodotto **affari** si potrebbero creare occasioni di animazione territoriale tali da rendere turisti leisure anche coloro che si recano in provincia solo per lavoro.

### 3. Nota metodologica

L'analisi congiunturale è stata condotta attraverso una rilevazione diretta a un panel testato di 1711<sup>1</sup> operatori reggini del ricettivo, con questionario chiuso e domande dirette sull'andamento della stagione. Le interviste, seguendo la distribuzione delle imprese turistiche ricettive attive nella regione, sono state così ripartite

Distribuzione per area prodotto	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Città	17,0	18,5
Montagna	12,9	11,7
Mare	70,2	69,8
Totale	100,0	100,0

Distribuzione per tipologia	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Hotel	48,0	44,3
1 stella	7,3	5,9
2 stelle	20,7	18,6
3 stelle	43,9	44,9
4 e 5 stelle	24,4	24,6
RTA	3,7	5,9
Agriturismo	8,8	6,4
Campeggi/villaggi	2,9	8,3
B&B	35,1	40,2
Altri esercizi extralberghieri	5,3	0,8
Totale	100,0	100,0

La rilevazione si è svolta dal 26 marzo al 14 aprile 2008.

<sup>1</sup> Imprese in attività e che hanno collaborato rispondendo al questionario, sul totale di quelle contattate.

## 4. Allegati

### Occupazione camere dicembre 2007- marzo 2008 (%)

	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Pasqua
Reggio Calabria	29,6	27,8	33,4	28,7	22,6
Calabria	34,8	15,5	15,7	13,7	12,1

### Prenotazioni aprile-giugno 2008 (%)

	Aprile	Ponti 25 aprile e 1 maggio	Maggio	Giugno
Reggio Calabria	13,9	29,9	20,9	18,7
Calabria	8,7	7,5	10,1	15,2

### Occupazione camere dicembre 2007- marzo 2008 (%)

	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Pasqua
Città	32,1	22,3	31,0	30,0	26,9
Montagna	31,2	33,3	28,8	30,3	31,4
Mare	29,2	27,6	34,1	28,5	21,9
Reggio Calabria	29,6	27,8	33,4	28,7	22,6
Calabria	34,8	15,5	15,7	13,7	12,1

### Prenotazioni aprile-giugno 2008 (%)

	Aprile	Ponti 25 aprile e 1 maggio	Maggio	Giugno
Città	21,5	36,9	22,9	25,4
Montagna	14,8	54,6	19,9	16,5
Mare	13,4	27,1	20,8	18,4
Reggio Calabria	13,9	29,9	20,9	18,7
Calabria	8,7	7,5	10,1	15,2

### Occupazione camere dicembre 2007- marzo 2008 (%)

	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Pasqua
Hotel	30,7	28,1	29,8	30,0	30,4
1 stella	11,6	18,3	21,2	15,2	22,0
2 stelle	29,7	21,9	25,5	20,4	21,2
3 stelle	25,8	22,2	22,9	23,7	25,4
4 e 5 stelle	36,7	36,5	39,5	41,6	41,5
RTA	37,2	24,9	23,7	23,7	12,5
Agriturismo	21,1	14,2	16,1	14,4	47,6
Campeggi/villaggi	28,6	28,6	50,0	28,6	15,6
B&B	23,7	20,2	19,0	22,8	44,2
Altri esercizi extralberghieri	26,7	21,0	21,0	23,0	28,4
Reggio Calabria	29,6	27,8	33,4	28,7	22,6
Calabria	34,8	15,5	15,7	13,7	12,1

### Prenotazioni aprile-giugno 2008 (%)

	Aprile	Ponti 25 aprile e 1 maggio	Maggio	Giugno
Hotel	18,3	36,1	20,5	21,8
1 stella	18,1	10,0	22,3	28,1
2 stelle	15,0	60,4	32,1	22,3
3 stelle	17,4	45,4	19,3	19,2
4 e 5 stelle	19,7	30,7	20,9	24,8
RTA	18,6		18,6	18,6
Agriturismo	12,0	26,1	13,9	16,9
Campeggi/villaggi	9,5	20,0	20,0	14,4
B&B	26,1	34,9	31,9	28,5
Altri esercizi extralberghieri	18,9	26,0	24,2	25,3
Reggio Calabria	13,9	29,9	20,9	18,7
Calabria	8,7	7,5	10,1	15,2

### Occupazione camere dicembre 2007- marzo 2008 (%)

	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Pasqua
alberghiero	30,7	28,1	29,8	30,0	30,4
extralberghiero	27,7	27,2	42,8	26,8	18,3
Reggio Calabria	29,6	27,8	33,4	28,7	22,6
Calabria	34,8	15,5	15,7	13,7	12,1

### Prenotazioni aprile-giugno 2008 (%)

	Aprile	Ponti 25 aprile e 1 maggio	Maggio	Giugno
alberghiero	18,3	36,1	20,5	21,8
extralberghiero	10,7	23,3	21,7	15,8
Reggio Calabria	13,9	29,9	20,9	18,7
Calabria	8,7	7,5	10,1	15,2

### Occupazione camere dicembre 2007- marzo 2008 (%)

	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Pasqua
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	35,3	32,0	34,1	34,2	35,1
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	25,2	24,5	32,5	24,6	18,1
Reggio Calabria	29,6	27,8	33,4	28,7	22,6
Calabria	34,8	15,5	15,7	13,7	12,1

### Prenotazioni aprile-giugno 2008 (%)

	Aprile	Ponti 25 aprile e 1 maggio	Maggio	Giugno
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	21,6	36,2	22,3	24,1
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	10,4	23,1	19,4	15,3
Reggio Calabria	13,9	29,9	20,9	18,7
Calabria	8,7	7,5	10,1	15,2

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
Hotel	48,3	51,7	100,0
Agriturismo	41,2	58,8	100,0
Campeggi/villaggi	0,0	100,0	100,0
B&B	3,7	96,3	100,0
Altri esercizi extralberghieri	33,3	66,7	100,0
Reggio Calabria	25,8	74,2	100,0
Calabria	46,4	53,6	100,0

### Provenienza della clientela nelle strutture ricettive per provincia

	% italiani	% stranieri	Totale
Reggio Calabria	83,2	16,8	100,0
Calabria	82,0	18,0	100,0

### Provenienza della clientela per area prodotto

	% italiani	% stranieri	Totale
Città	84,8	15,2	100,0
Montagna	83,2	16,8	100,0
Mare	82,7	17,3	100,0
Reggio Calabria	83,2	16,8	100,0
Calabria	82,0	18,0	100,0

### Provenienza della clientela per tipologia di alloggio

	% italiani	% stranieri	Totale
Hotel	83,7	16,3	100,0
1 stella	83,3	16,7	100,0
2 stelle	87,4	12,6	100,0
3 stelle	86,1	13,9	100,0
4 e 5 stelle	73,6	26,4	100,0
RTA	93,3	6,7	100,0
Agriturismo	85,3	14,7	100,0
Campeggi/villaggi	88,0	12,0	100,0
B&B	81,5	18,5	100,0
Altri esercizi extralberghieri	75,6	24,4	100,0
Reggio Calabria	83,2	16,8	100,0
Calabria	82,0	18,0	100,0

### Provenienza della clientela per tipologia di alloggio

	% italiani	% stranieri	Totale
Alberghiero	83,7	16,3	100,0
Extralberghiero	82,8	17,2	100,0
Reggio Calabria	83,2	16,8	100,0
Calabria	82,0	18,0	100,0

### Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Reggio Calabria	9,9	59,2	30,9	9,2	68,7	22,1
% media di variazione rilevata nella provincia di Reggio Calabria	17,3		34,1	12,3		24,4
Calabria	6,6	56,4	37,0	11,1	62,3	26,6

### Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per area prodotto

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Città	16,3	61,2	22,4	18,5	63,0	18,5
Montagna	0,0	61,3	38,7	0,0	57,1	42,9
Mare	9,9	58,2	31,9	8,2	71,3	20,5
Reggio Calabria	9,9	59,2	30,9	9,2	68,7	22,1
Calabria	6,6	56,4	37,0	11,1	62,3	26,6

### Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per tipologia di alloggio

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Hotel	7,8	57,8	34,5	7,0	60,6	32,4
1 stella	14,3	71,4	14,3	0,0	100,0	0,0
2 stelle	4,5	54,5	40,9	10,0	60,0	30,0
3 stelle	0,0	58,5	41,5	0,0	50,0	50,0
4 e 5 stelle	22,2	48,1	29,6	19,0	61,9	19,0
RTA	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0
Agriturismo	11,8	47,1	41,2	11,1	66,7	22,2
Campeggi/villaggi	19,0	61,9	19,0	23,5	76,5	0,0
B&B	10,4	62,3	27,4	6,2	76,9	16,9
Altri esercizi extralberghieri	0,0	50,0	50,0	0,0	50,0	50,0
Reggio Calabria	9,9	59,2	30,9	9,2	68,7	22,1
Calabria	6,6	56,4	37,0	11,1	62,3	26,6

### Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per tipologia di alloggio

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Alberghiero	7,8	57,8	34,5	7,0	60,6	32,4
Extralberghiero	12,3	60,3	27,4	9,8	76,1	14,1
Reggio Calabria	9,9	59,2	30,9	9,2	68,7	22,1
Calabria	6,6	56,4	37,0	11,1	62,3	26,6

### Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno per provincia

	% turisti organizzati	% turisti Internet
Reggio Calabria	4,9	38,4
Calabria	7,0	34,3

### Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno per area prodotta

	% turisti organizzati	% turisti Internet
Città	1,2	53,6
Montagna	5,4	40,4
Mare	5,8	34,0
Reggio Calabria	4,9	38,4
Calabria	7,0	34,3

### Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno per tipologia di alloggio

	% turisti organizzati	% turisti Internet
Hotel	8,7	13,1
1 stella	3,3	4,2
2 stelle	4,7	3,5
3 stelle	5,6	14,2
4 e 5 stelle	13,8	22,4
RTA	30,0	6,7
Agriturismo	7,3	50,0
Campeggi/villaggi	0,0	27,0
B&B	1,2	65,7
Altri esercizi extralberghieri	11,1	80,6
Reggio Calabria	4,9	38,4
Calabria	7,0	34,3

### Modalità di prenotazione/organizzazione del soggiorno per tipologia di alloggio

	% turisti organizzati	% turisti Internet
Alberghiero	8,7	13,1
Extralberghiero	1,9	58,4
Reggio Calabria	4,9	38,4
Calabria	7,0	34,3

### Percentuale di clientela abituale per area prodotto

Città	31,7
Montagna	41,5
Mare	40,6
Reggio Calabria	39,0
Calabria	28,5

### Percentuale di clientela abituale per tipologia di alloggio

Hotel	46,4
1 stella	61,7
2 stelle	51,2
3 stelle	40,8
4 e 5 stelle	50,1
RTA	43,3
Agriturismo	32,7
Campeggi/villaggi	28,0
B&B	34,5
Altri esercizi extralberghieri	31,1
Reggio Calabria	39,0
Calabria	28,5

### Percentuale di clientela abituale per tipologia di alloggio

Alberghiero	46,4
Extralberghiero	33,3
Reggio Calabria	39,0
Calabria	28,5

### Tipologia della clientela per provincia

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Totale
Reggio Calabria	33,3	26,5	9,9	0,7	24,6	5,0	100,0
Calabria	35,1	29,4	12,2	2,0	14,9	6,4	100,0

### Tipologia della clientela per area prodotto

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Totale
Città	22,4	32,8	6,6	0,2	36,1	1,8	100,0
Montagna	29,9	24,8	20,6	3,1	19,9	1,7	100,0
Mare	36,7	25,1	8,9	0,5	22,3	6,4	100,0
Reggio Calabria	33,3	26,5	9,9	0,7	24,6	5,0	100,0
Calabria	35,1	29,4	12,2	2,0	14,9	6,4	100,0

### Tipologia della clientela per tipologia di alloggio

	<u>Leisure</u>				<u>Business</u>		
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Totale
Hotel	26,4	19,2	12,0	0,7	31,2	10,6	100,0
1 stella	48,3	30,8	6,7	0,0	14,2	0,0	100,0
2 stelle	34,1	21,8	13,5	0,6	21,2	8,8	100,0
3 stelle	23,8	17,5	13,5	0,0	33,3	11,9	100,0
4 e 5 stelle	24,8	17,1	11,5	2,4	32,9	11,4	100,0
RTA	6,7	20,0	3,3	0,0	56,7	13,3	100,0
Agriturismo	43,3	31,7	21,0	0,7	3,3	0,0	100,0
Campeggi/villaggi	78,0	18,0	0,0	0,0	4,0	0,0	100,0
B&B	29,8	35,3	7,9	0,8	25,3	0,8	100,0
Altri esercizi extralberghieri	45,0	34,4	6,7	3,9	10,0	0,0	100,0
Reggio Calabria	33,3	26,5	9,9	0,7	24,6	5,0	100,0
Calabria	35,1	29,4	12,2	2,0	14,9	6,4	100,0

### Tipologia della clientela per tipologia di alloggio

	Leisure				Business		
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Totale
Alberghiero	26,4	19,2	12,0	0,7	31,2	10,6	100,0
Extralberghiero	38,7	32,3	8,2	0,7	19,4	0,6	100,0
Reggio Calabria	33,3	26,5	9,9	0,7	24,6	5,0	100,0
Calabria	35,1	29,4	12,2	2,0	14,9	6,4	100,0

### Permanenza media della clientela (n.notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Reggio Calabria	3,2	3,7	3,3
Calabria	3,4	3,3	3,3

### Permanenza media della clientela per area prodotto (n.notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Città	2,6	4,6	3,2
Montagna	2,4	3,0	2,6
Mare	3,5	3,6	3,4
Reggio Calabria	3,2	3,7	3,3
Calabria	3,4	3,3	3,3

### Permanenza media della clientela per tipologia di alloggio (n.notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Hotel	3,3	3,3	3,2
1 stella	4,0	3,8	3,7
2 stelle	4,1	4,8	3,9
3 stelle	3,1	3,0	3,0
4 e 5 stelle	3,4	3,1	3,3
RTA	2,0	2,0	2,0
Agriturismo	3,3	4,7	3,4
Campeggi/villaggi	5,8	6,3	6,1
B&B	2,4	3,3	2,8
Altri esercizi extralberghieri	3,2	3,4	3,4
Reggio Calabria	3,2	3,7	3,3
Calabria	3,4	3,3	3,3

### Permanenza media della clientela per tipologia di alloggio (n.notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Alberghiero	3,3	3,3	3,2
Extralberghiero	3,1	4,0	3,3
Reggio Calabria	3,2	3,7	3,3
Calabria	3,4	3,3	3,3

### Andamento dei principali mercati stranieri (% sul totale strutture)

	% di operatori che dichiarano un aumento	% di operatori che dichiarano una diminuzione
Francia	2,2	-0,7
Europa dell'est	1,2	0,0
Germania	1,0	-3,9
Irlanda	0,7	0,0
Grecia	0,5	0,0
Regno Unito	0,4	-0,9
Olanda	0,4	-0,6
Usa	0,1	-5,4
Belgio	0,0	-0,1
Norvegia	0,0	-0,4
Spagna	0,0	-0,7
Svezia	0,0	-0,6

### Principali mercati esteri

% sul totale strutture		
1°	Germania	36,6
2°	Francia	19,0
3°	Usa	13,4
	Svizzera	8,9
	Regno Unito	8,3
	Olanda	8,0
	Austria	5,5
	Canada	5,0
	Australia	4,4
	Spagna	3,2

**Adozione di azioni di sensibilizzazione ambientale per provincia**

	Si	No	Totale
Reggio Calabria	56,4	43,6	100,0
Calabria	74,4	25,6	100,0

**Adozione di azioni di sensibilizzazione ambientale per area prodotto**

	Si	No	Totale
Città	61,2	38,8	100,0
Montagna	54,8	45,2	100,0
Mare	55,4	44,6	100,0
Reggio Calabria	56,4	43,6	100,0
Calabria	74,4	25,6	100,0

**Adozione di azioni di sensibilizzazione ambientale per tipologia ricettiva**

	Si	No	Totale
Hotel	70,3	29,7	100,0
1 stella	14,3	85,7	100,0
2 stelle	54,5	45,5	100,0
3 stelle	77,4	22,6	100,0
4 e 5 stelle	75,9	24,1	100,0
RTA	100,0	0,0	100,0
Agriturismo	64,7	35,3	100,0
Campeggi/villaggi	18,2	81,8	100,0
B&B	46,7	53,3	100,0
Altri esercizi extralberghieri	33,3	66,7	100,0
Reggio Calabria	56,4	43,6	100,0
Calabria	74,4	25,6	100,0

**Adozione di azioni di sensibilizzazione ambientale per tipologia ricettiva**

	Si	No	Totale
Alberghiero	70,3	29,7	100,0
Extralberghiero	44,6	55,4	100,0
Reggio Calabria	56,4	43,6	100,0
Calabria	74,4	25,6	100,0

**Attenzione alle esigenze di persone con disabilità per provincia**

	Si	No	Totale
Reggio Calabria	48,1	51,9	100,0
Calabria	64,9	35,1	100,0

**Attenzione alle esigenze di persone con disabilità per area prodotto**

	Si	No	Totale
Città	42,0	58,0	100,0
Montagna	48,4	51,6	100,0
Mare	49,5	50,5	100,0
Reggio Calabria	48,1	51,9	100,0
Calabria	64,9	35,1	100,0

**Attenzione alle esigenze di persone con disabilità per tipologia ricettiva**

	Si	No	Totale
Hotel	66,1	33,9	100,0
1 stella	14,3	85,7	100,0
2 stelle	27,3	72,7	100,0
3 stelle	71,7	28,3	100,0
4 e 5 stelle	86,2	13,8	100,0
RTA	100,0	0,0	100,0
Agriturismo	88,2	11,8	100,0
Campeggi/villaggi	40,9	59,1	100,0
B&B	23,8	76,2	100,0
Altri esercizi extralberghieri	33,3	66,7	100,0
Reggio Calabria	48,1	51,9	100,0
Calabria	64,9	35,1	100,0

**Attenzione alle esigenze di persone con disabilità per tipologia ricettiva**

	Si	No	Totale
Alberghiero	66,1	33,9	100,0
Extralberghiero	33,6	66,4	100,0
Reggio Calabria	48,1	51,9	100,0
Calabria	64,9	35,1	100,0

**Prodotto di specializzazione delle imprese**

% sul totale strutture; possibili più risposte

	Affari	Cultura	Balneare	Enogastronomia	Benessere	Natura/Montagna	Sport	Altro
Reggio Calabria	44,0	17,3	66,0	7,1	6,5	3,2	3,7	6,5
Calabria	23,0	21,7	68,6	12,2	9,5	2,1	26,7	9,4

**Prodotto di specializzazione delle imprese**

% sul totale strutture; possibili più risposte

	Affari	Cultura	Balneare	Enogastronomia	Benessere	Natura/Montagna	Sport	Altro
Hotel	59,8	16,3	62,1	1,1	9,2	4,7	5,9	9,7
1 stella	16,7	33,3	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2 stelle	41,2	11,8	52,9	5,9	5,9	11,8	11,8	11,8
3 stelle	61,1	19,4	50,0	0,0	8,3	5,6	8,3	16,7
4 e 5 stelle	72,4	13,8	73,0	0,0	17,8	0,0	0,0	0,0
RTA	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Agriturismo	6,7	40,0	66,7	40,0	6,7	6,7	6,7	13,3
Campeggi/villaggi	0,0	0,0	80,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
B&B	41,7	18,3	66,7	10,0	5,0	1,7	1,7	3,3
Altri esercizi extralberghieri	33,3	22,2	88,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Reggio Calabria	44,0	17,3	66,0	7,1	6,5	3,2	3,7	6,5
Calabria	23,0	21,7	68,6	12,2	9,5	2,1	26,7	9,4

**Prodotto di specializzazione delle imprese**

% sul totale strutture; possibili più risposte

	Affari	Cultura	Balneare	Enogastronomia	Benessere	Natura/Montagna	Sport	Altro
Alberghiero	59,8	16,3	62,1	1,1	9,2	4,7	5,9	9,7
Extralberghiero	31,4	18,2	69,1	11,8	4,4	2,0	2,0	3,9
Reggio Calabria	44,0	17,3	66,0	7,1	6,5	3,2	3,7	6,5
Calabria	23,0	21,7	68,6	12,2	9,5	2,1	26,7	9,4