



Camera di Commercio  
Reggio Calabria

Osservatorio Turistico della provincia di Reggio Calabria

# ANALISI CONGIUNTURALE 4°REPORT 2008

**Bassa stagione e buoni tassi di occupazione delle camere:  
la provincia non teme i primi freddi**

Gennaio 2009

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:	dicembre 2008
Casi:	119



## Sommario

---

1. La provincia non teme i primi freddi .....	4
2. Forum di discussione .....	9
3. Nota metodologica .....	10
4. Allegati .....	11

## 1. La provincia non teme i primi freddi

La performance turistica della provincia di Reggio Calabria si mostra migliore rispetto a quella regionale soprattutto nei mesi meno caldi dell'anno. Infatti, nel primo semestre 2008 (escluso giugno) l'offerta ricettiva si mostra in grado di mantenere livelli di occupazione delle camere superiori alla media regionale per poi, però, subire un ridimensionamento in estate (fino a 18 punti percentuali in meno per la provincia a luglio rispetto alla media calabrese). Nel periodo autunnale il movimento turistico della provincia guadagna terreno confermando, quindi, una maggiore propensione dell'offerta ricettiva reggina verso un turismo legato alle città ed alla montagna, durante tutto l'anno.

L'analisi sulla stima della capacità ricettiva disponibile<sup>1</sup> fornisce informazioni importanti sul profilo dell'offerta ricettiva della provincia. Nel caso della provincia di Reggio Calabria si rileva che, tra ottobre e dicembre<sup>2</sup>, la quasi totalità delle strutture ricettive sono aperte e registrano una disponibilità di posti letto al massimo della capacità ricettiva. Nonostante le strutture reggine restino aperte tutto l'anno, la provincia, in termini di occupazione delle camere con il 25,3% ad ottobre, il 18,6% a novembre ed il 20,7% a dicembre, registra dati ben lontani dalla media nazionale (per l'Italia tra il 40,8% di ottobre e circa il 35% di novembre e dicembre), sollevando, così, una questione di limitata attrattività della destinazione legata al territorio calabrese nel suo complesso e non solo alla provincia in particolare.

Nel dettaglio, si rilevano alcuni elementi che caratterizzano chiaramente l'autunno reggino:

- a livello territoriale, trainano la stagione le strutture collocate in **città** (con oltre il 40% di occupazione delle camere a ottobre e novembre ed il 32% a dicembre), seguite da quelle in montagna (circa 40% ad ottobre, 25% a novembre e 31% a dicembre),
- tra i comparti, l'**hôtellerie** con il 38% di occupazione ad ottobre, allunga nettamente le distanze dal comparto extralberghiero di ben 25 punti percentuali in più; nel comparto alberghiero sono circa 3 su

<sup>1</sup> Rapporto tra i posti letto delle strutture aperte sul totale dei posti letto disponibili delle strutture esistenti

<sup>2</sup> Dati provvisori

10 le camere occupate a novembre e a dicembre (circa 1 camera venduta nel comparto extralberghiero),

- alla performance occupazionale si lega il fenomeno del **ricorso all'intermediazione** delle strutture (mediamente la metà delle imprese si commercializzano tramite gli intermediari) e nonostante non si rilevi una sostanziale differenza tra i comparti (55,4% per l'hôtellerie e 44,2% per l'extralberghiero) per le strutture complementari non si verificano gli stessi benefici apportati al comparto alberghiero dal ricorso all'intermediazione.

Per proporre la loro offerta turistica, le strutture ricettive reggine si affidano soprattutto alle agenzie di viaggio (73%) e ai tour operator (61,2%), ma è interessante rilevare anche la consistente collaborazione con le associazioni sportive (49%), culturali (41,5%) e con i CRAL (36%), dimostrando la dinamicità dei rapporti tra i diversi attori del territorio.

Dall'indagine sui motivi che giustificano l'esiguo ricorso all'intermediazione, si rileva un importante gap tra le esigenze delle strutture e le proposte di commercializzazione degli intermediari (per quasi il 32% delle strutture) da cui deriva la necessità di approfondire il dialogo e trovare un punto di incontro tra gli operatori turistici. Segue, inoltre, il disinteresse da parte delle strutture verso la commercializzazione tramite gli intermediari (24,3%) e l'esosità delle commissioni degli stessi (22,2%).

Anche in autunno la provincia è caratterizzata, inoltre, da un turismo quasi esclusivamente domestico, con una quota di **clientela italiana** quasi dell'81%, vale a dire circa 10 punti percentuali in più rispetto alla media nazionale, e oltre 7 punti percentuali in più rispetto alla Calabria.

In linea con il movimento turistico generale, i vacanzieri italiani si concentrano soprattutto nelle strutture delle città (86%) e della montagna (84%) e preferiscono alloggiare in strutture che diano autonomia nella gestione del soggiorno, quali le residenze turistico alberghiere (92%) e i B&B (81,3%).

Mediamente i vacanzieri italiani alloggiano 3 notti nelle strutture reggine ma se al mare si trattengono un po' di più (3,4 notti), in città, vale a dire la destinazione prevalente, trascorrono solo 2,4 notti. La vacanza dura più a lungo nel comparto extralberghiero (3,6 notti) ed in particolare sfiora le 5 notti nei campeggi e nei villaggi.

L'andamento del turismo italiano nella provincia risulta essere molto variabile rispetto all'anno precedente, con solo la metà degli operatori che ne indicano la stabilità, circa ¼ la diminuzione (flessione del 52% per gli operatori in montagna) e quasi il 16% dichiara l'aumento della clientela italiana. Nel dettaglio dei comparti, la

situazione si mostra abbastanza omogenea con un pizzico di ottimismo in più da parte delle strutture extralberghiere dove la domanda aumenta del 12,5% (solo del 6% per gli albergatori).

I principali mercati stranieri che interessano il turismo della provincia sono la Germania, per il 31,5% degli operatori (in diminuzione per il 15,4% di loro), il Regno Unito (20,3%; in diminuzione per il 12,6% degli operatori) e la Francia (18,7%). A differenza della clientela italiana, i **turisti stranieri** (19,2%; oltre il 26% per dato Calabria), sono maggiormente presenti nelle destinazioni balneari in autunno (22%) e nelle strutture extralberghiere, in particolare gli agriturismi (36%) e ed i campeggi e villaggi (30%).

I turisti stranieri trascorrono mediamente 2,3 notti nelle strutture della provincia, permanenza che sale a circa 3,6 notti nel caso della vacanza nelle strutture preferite dagli stranieri (agriturismi e campeggi/villaggi).

Come nel caso dell'andamento del turismo italiano, la metà degli operatori reggini registra la stabilità del turismo internazionale nella provincia ma ben il 34% di loro ne dichiara il calo e solo il 10,3% l'aumento.

A livello territoriale, da ottobre a dicembre le strutture collocate in montagna mostrano il miglior livello di stabilità del turismo internazionale (73,2%) grazie anche all'equilibrio tra la diminuzione (15,5%) e la crescita (11,3%) del movimento turistico internazionale. Tra i comparti, invece, si mostrano più ottimisti gli albergatori, rispetto ai colleghi del comparto extralberghiero, con il 60,2% di loro che indicano la stabilità della domanda e quasi il 14% l'incremento (il doppio rispetto alle altre strutture).

L'utilizzo del web anche come strumento di promo-commercializzazione è oggi molto diffuso ed indispensabile per andare a pari passo con le dinamiche di mercato. Le strutture della provincia si sono adeguate a tale fenomeno ed il 78% offre alla clientela la possibilità di prenotare tramite Internet (in linea con il dato regionale e nazionale). Nel dettaglio, la quota più consistente di queste strutture è localizzata in montagna (93,2%) e nel comparto alberghiero (in primis alberghi a 4 e 5 stelle).

Il riscontro sul fronte della clientela è notevole, visto che nella provincia di Reggio Calabria la quota di turisti che prenotano on-line è del 26,6% (sfiorando il dato Italia del 30,4%), mentre nella regione è solo del 19% (pur contando ben l'82,4% di strutture che offrono la possibilità di prenotare tramite Internet).

La clientela che prenota on-line si distribuisce in maniera uniforme sul territorio, mentre tra i comparti c'è una presenza maggiore nelle strutture extralberghiere. Quest'ultimo elemento è interessante perché pur offrendo in quota inferiore il servizio di booking on-line (74,7%), rispetto al comparto alberghiero, le strutture extralberghiere registrano una quota di clientela che prenota tramite Internet di quasi 14 punti percentuali in

più. Tra le strutture, quelle dove si concentra la clientela “fai da te” sono i B&B (38%) e gli alberghi di alta categoria (31,5%).

La provincia, inoltre, può contare su una quota di ben il 47,2% di clientela che torna nelle medesime strutture, principalmente in città e nel comparto alberghiero, superando di ben 10 punti percentuali la media nazionale. L'8,6% della clientela delle strutture reggine, inoltre, si affida all'intermediazione organizzata per prenotare la vacanza, in linea con lo scenario regionale e nazionale, e non si evidenziano differenze tra i comparti dell'offerta ricettiva. A livello territoriale, invece, la quota maggiore di turisti organizzati si rileva nelle strutture al mare (12%).

I target principali dell'offerta ricettiva, come nel resto dell'anno, sono le famiglie (24,2%) e le coppie (19,4%) la cui domanda di turismo si slega da quelle che sono le dinamiche generali del movimento turistico nella provincia. Infatti, trascorrono il soggiorno soprattutto al mare (rispettivamente 27,4% e 23%) e nelle strutture extralberghiere (campeggi e villaggi in primis, 57% e 25%). Questa apparente incoerenza tra le loro scelte di localizzazione dell'alloggio nelle strutture della costa e la vocazione della provincia verso i prodotti città e montagna, si spiega in una probabile scelta di economicità delle famiglie e delle coppie.

È rilevante, inoltre, la quota di turismo business nella provincia che con il 36,7% di clientela nelle strutture supera di oltre 10 punti percentuali la media italiana. Nel dettaglio, la domanda di turismo di coloro che viaggiano da soli si orienta verso le strutture delle città (42,3%) e del comparto alberghiero (37,4%).

Anche da gennaio a marzo la capacità ricettiva si attesta su livelli alti (oltre 9 posti letto su 10 sono disponibili) ma le prenotazioni effettuate nelle strutture ricettive reggine si attestano sul 6,3% di gennaio, sul 3,9% di febbraio ed sul 3,4% di marzo, evidenziando il divario con i dati nazionali (che superano il 20%) ma coerenti con lo scenario calabrese. Tuttavia, nel periodo natalizio (26,5%) la provincia ottiene risultati migliori rispetto alla regione, superandola di ben 10 punti percentuali.

A trainare l'offerta ricettiva a cavallo tra il 2008 ed il nuovo anno si posizionano le strutture in montagna con il 38% di prenotazioni nel periodo natalizio, il 13,3% a gennaio, l'11,5% a febbraio ed il 10,3% a marzo. Nel dettaglio dei comparti, inoltre, le strutture alberghiere, più propense verso la commercializzazione tramite gli intermediari e verso il booking on-line, allungano le distanze da quelle complementari. Sembra, quindi, che, nonostante, le strutture extralberghiere abbiano attivato in maniera più diffusa le politiche dei prezzi per le

festività natalizie (24% contro 19,4% dell'hôtellerie) non riescano a individuare i canali e gli strumenti di commercializzazione adatti a convogliare la domanda nel comparto.

In particolare tra le politiche adottate (dal 21,9% delle strutture reggine), spicca il ricorso a offerte, sconti e promozioni (81%) e, pur con netto distacco, la proposta di pacchetti (16,6%).

La maggior parte delle imprese reggine non ha richiesto finanziamenti nel 2008 (75%), ma tra chi lo ha fatto solo il 17,9% ha incontrato difficoltà.

## 2. Forum di discussione

Una delle caratteristiche dell'offerta ricettiva della provincia di Reggio Calabria riguarda le ricadute positive del ricorso all'intermediazione sull'occupazione delle camere. Se dal punto di vista della commercializzazione tramite gli intermediari non si evidenziano rilevanti differenze tra i comparti ricettivi (10 punti percentuali), i tassi di occupazione delle camere si attestano su livelli molto diversi (fino a 19 punti percentuali).

Sarebbe utile, quindi, orientare gli accordi con gli intermediari verso proposte più adatte alle esigenze delle strutture extralberghiere che non ne beneficiano abbastanza, creando, ad esempio, pacchetti ad hoc in base ai servizi offerti dalla struttura e alla sua collocazione geografica.

A tal proposito, la possibilità di praticare sport a contatto con la natura o la degustazione di prodotti tipici offrirebbero alla clientela motivi in più per scegliere le strutture extralberghiere.

La creazione di itinerari tematici, inoltre, potrebbe allungare il soggiorno dei vacanzieri e degli stranieri, in particolare, vista la brevità della loro vacanza. La provincia, infatti, più che la principale meta della villeggiatura, sembrerebbe una tappa di passaggio nell'ambito della vacanza.

Altro elemento significativo è rappresentato dalla scelta da parte delle famiglie e delle coppie delle strutture sulla costa per l'alloggio in autunno. Tale fenomeno, potrebbe, quindi, rappresentare un'opportunità di destagionalizzazione del prodotto in autunno ma anche il suo rafforzamento in estate, data la debolezza del turismo balneare riscontrata anche nel III trimestre dell'anno. Sarebbe utile strutturare un'offerta adeguata a questi due target, fornendo, ad esempio, dei servizi mirati all'intrattenimento dei più piccoli o all'integrazione del prodotto mare-città per soddisfare le esigenze delle coppie.

### 3. Nota metodologica

L'analisi congiunturale è stata condotta attraverso una rilevazione diretta a 119<sup>(3)</sup> operatori della provincia di Reggio Calabria del ricettivo, con questionario chiuso e domande dirette sull'andamento della stagione. Nel rispetto della presenza delle singole tipologie di impresa turistica ricettiva sul territorio, si è provveduto a ripartire e ponderare le interviste anche secondo la seguente distribuzione per tipologia:

Distribuzione per tipologia	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Hotel	60,5	44,5
1 e 2 stelle	15,3	24,6
3 stelle	50,0	44,9
4 e 5 stelle	30,6	24,6
RTA	4,2	5,9
Agriturismo	7,6	6,4
Campeggi e villaggi	5,9	8,3
B&B	21,8	40,4
Altre strutture esxtralberghiere	4,2	0,4
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Distribuzione per prodotto	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Città	21,0	29,9
Montagna	12,6	8,1
Mare	66,4	61,9
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

La rilevazione si è svolta dall'1 al 19 dicembre 2008.

<sup>3</sup> Imprese in attività e che hanno collaborato rispondendo al questionario, sul totale di quelle contattate.

## 4. Allegati

### Stima della capacità ricettiva disponibile % di posti letto strutture aperte sul totale esistenti

	Ottobre	Novembre	Dicembre	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Reggio Calabria	100,0	99,1	99,4	99,8	93,3	97,8	99,2
Calabria	100,0	90,9	95,9	100,0	94,0	95,6	94,8
Italia	78,8	67,5	72,6	74,0	60,6	59,4	61,0

### Stima della capacità ricettiva disponibile per area-prodotto % di posti letto strutture aperte sul totale esistenti

	Ottobre	Novembre	Dicembre	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Città	100,0	96,7	95,6	100,0	87,1	87,8	100,0
Montagna	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	99,9	99,9
Mare	100,0	99,1	99,6	99,7	93,0	98,4	99,1
Reggio Calabria	100,0	99,1	99,4	99,8	93,3	97,8	99,2
Calabria	100,0	90,9	95,9	100,0	94,0	95,6	94,8
Italia	78,8	67,5	72,6	74,0	60,6	59,4	61,0

### Stima della capacità ricettiva disponibile per tipologia d'alloggio % di posti letto strutture aperte sul totale esistenti

	Ottobre	Novembre	Dicembre	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Alberghiero	100,0	99,6	99,8	100,0	98,9	98,9	98,9
Extralberghiero	100,0	98,5	98,9	99,6	87,4	96,6	99,6
Reggio Calabria	100,0	99,1	99,4	99,8	93,3	97,8	99,2
Calabria	100,0	90,9	95,9	100,0	94,0	95,6	94,8
Italia	78,8	67,5	72,6	74,0	60,6	59,4	61,0

### Stima della capacità ricettiva disponibile per tipologia d'alloggio % di posti letto strutture aperte sul totale esistenti

	Ottobre	Novembre	Dicembre	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Hotel	100,0	99,6	99,8	100,0	98,9	98,9	98,9
1 e 2 stelle	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
3 stelle	100,0	99,1	100,0	100,0	98,1	98,1	98,1
4 e 5 stelle	100,0	100,0	99,5	100,0	99,5	99,5	99,5
RTA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Agriturismo	100,0	90,8	90,8	90,8	100,0	100,0	100,0
Campeggi e villaggi	100,0	100,0	100,0	100,0	89,1	100,0	100,0
B&B	100,0	89,1	93,5	100,0	66,3	65,2	95,7
Altre strutture extralberghiere	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	90,6	90,6
Reggio Calabria	100,0	99,1	99,4	99,8	93,3	97,8	99,2
Calabria	100,0	90,9	95,9	100,0	94,0	95,6	94,8
Italia	78,8	67,5	72,6	74,0	60,6	59,4	61,0

**Occupazione camere gennaio - dicembre 2008 (%)**

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre (*)
Reggio Calabria	27,8	33,4	28,7	26,2	27,1	30,5	39,6	71,0	36,3	25,3	18,6	20,7
Calabria	15,5	15,7	13,7	23,1	25,8	39,5	57,4	80,5	50,7	26,0	17,0	15,0
Italia	37,3	37,9	37,4	37,0	41,2	48,9	66,8	76,2	49,5	40,8	34,8	35,6

**Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%)**

	Ottobre	Novembre	Dicembre (*)
Reggio Calabria	25,3	18,6	20,7
Calabria	26,0	17,0	15,0
Italia	40,8	34,8	35,6

**Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%)**

	Ottobre	Novembre	Dicembre (*)
Città	44,3	40,6	32,0
Montagna	39,8	24,7	30,8
Mare	21,9	16,0	18,5
Reggio Calabria	25,3	18,6	20,7
Calabria	26,0	17,0	15,0
Italia	40,8	34,8	35,6

**Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%)**

	Ottobre	Novembre	Dicembre (*)
Hotel	37,9	27,7	30,2
1 e 2 stelle	35,8	20,6	33,1
3 stelle	34,9	26,5	27,0
4 e 5 stelle	43,8	32,0	36,0
RTA	31,5	30,0	10,9
Agriturismo	14,1	8,5	7,9
Campeggi e villaggi	10,5	7,0	9,1
B&B	24,9	28,2	26,1
Altre strutture extralberghiere	15,3	15,3	16,6
Reggio Calabria	25,3	18,6	20,7
Calabria	26,0	17,0	15,0
Italia	40,8	34,8	35,6

(\*) Dati provvisori

**Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%)**

	Ottobre	Novembre	Dicembre (*)
Alberghiero	37,9	27,7	30,2
Extralberghiero	12,1	9,0	10,6
Reggio Calabria	25,3	18,6	20,7
Calabria	26,0	17,0	15,0
Italia	40,8	34,8	35,6

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
I trimestre	25,8	74,2	100,0
II trimestre	32,8	67,2	100,0
III trimestre	54,8	45,2	100,0
IV trimestre	49,2	50,8	100,0

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
Reggio Calabria	49,2	50,8	100,0
Calabria	56,9	43,1	100,0
Italia	36,1	63,9	100,0

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
Alberghiero	55,4	44,6	100,0
Extralberghiero	44,2	55,8	100,0
Reggio Calabria	49,2	50,8	100,0
Calabria	56,9	43,1	100,0
Italia	36,1	63,9	100,0

	Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	Totale
Hotel	55,4	44,6	100,0
1 e 2 stelle	25,3	74,7	100,0
3 stelle	55,6	44,4	100,0
4 e 5 stelle	82,6	17,4	100,0
RTA	66,7	33,3	100,0
Agriturismo	55,6	44,4	100,0
Campeggi e villaggi	42,9	57,1	100,0
B&B	42,3	57,7	100,0
Altre strutture extralberghiere	80,0	20,0	100,0
Reggio Calabria	49,2	50,8	100,0
Calabria	56,9	43,1	100,0
Italia	36,1	63,9	100,0

### Occupazione camere ottobre - dicembre 2008 (%)

	Ottobre	Novembre	Dicembre (*)
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	34,5	25,5	28,0
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	15,0	10,8	12,5
Reggio Calabria	25,3	18,6	20,7
Calabria	26,0	17,0	15,0
Italia	40,8	34,8	35,6

### Circuiti di intermediazione utilizzati

(% sul totale delle strutture che ricorrono all'intermediazione; possibili più risposte)

Agenzie di viaggio	72,8
Tour operator	61,2
Associazioni sportive	48,8
Associazioni culturali	41,5
Cral	35,8
Organizzazione religiosa	28,8
Parrocchie	23,6
Scuole	23,1

### Motivi per cui ci si affida in maniera esigua al circuito dell'intermediazione (% sul totale strutture; possibili più risposte)

Commissione elevata da parte del TO/Adv	22,2
Proposte non corrispondono alle esigenze	31,7
Esperienze negative	6,0
Non sono affidabili	9,6
Non ne avverto l'esigenza	24,3
Mai stato contattato	5,7
non so come contattarli	0,6
Non so	12,7
Altro	5,9

### Provenienza della clientela

	% italiani	% stranieri	Totale
I trimestre	83,2	16,8	100,0
II trimestre	73,2	26,8	100,0
III trimestre	85,1	14,9	100,0
IV trimestre	80,8	19,2	100,0

### Provenienza della clientela nelle strutture ricettive

	% italiani	% stranieri	Totale
Reggio Calabria	80,8	19,2	100,0
Calabria	73,5	26,5	100,0
Italia	71,4	28,6	100,0

### Provenienza della clientela per area-prodotto

	% italiani	% stranieri	Totale
Città	85,6	14,4	100,0
Montagna	83,8	16,2	100,0
Mare	78,1	21,9	100,0
Reggio Calabria	80,8	19,2	100,0
Calabria	73,5	26,5	100,0
Italia	71,4	28,6	100,0

### Provenienza della clientela per tipologia di alloggio

	% italiani	% stranieri	Totale
Alberghiero	84,6	15,4	100,0
Extralberghiero	77,7	22,3	100,0
Reggio Calabria	80,8	19,2	100,0
Calabria	73,5	26,5	100,0
Italia	71,4	28,6	100,0

### Provenienza della clientela per tipologia di alloggio

	% italiani	% stranieri	Totale
Hotel	84,6	15,4	100,0
1 e 2 stelle	79,0	21,0	100,0
3 stelle	87,4	12,6	100,0
4 e 5 stelle	83,5	16,5	100,0
RTA	91,7	8,3	100,0
Agriturismo	63,9	36,1	100,0
Campeggi e villaggi	70,0	30,0	100,0
B&B	81,3	18,7	100,0
Altre strutture extralberghiere	93,2	6,8	100,0
Reggio Calabria	80,8	19,2	100,0
Calabria	73,5	26,5	100,0
Italia	71,4	28,6	100,0

### Principali mercati esteri (% sul totale strutture)

1°	Germania	31,5
2°	Regno Unito	20,3
3°	Francia	18,7
	Stati Uniti	12,5
	Spagna	10,0
	Paesi Bassi/Olanda	7,4
	Australia	6,4
	Svizzera	6,3
	Romania	3,5
	Austria	3,1
	Belgio	2,8
	Polonia	2,7
	Federazione Russa	2,7
	Giappone	2,5
	Svezia	2,4
	Canada	2,1

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

	% di operatori che dichiarano un aumento	% di operatori che dichiarano una diminuzione
Germania	7,8	-15,4
Francia	6,3	-9,6
Regno Unito	2,6	-12,6
Paesi Bassi/Olanda	1,9	-5,9
Stati Uniti	1,8	-9,4
Svizzera	1,4	-4,1
Spagna	1,3	-4,0
Australia	0,6	-0,7
Irlanda	0,6	-
Giappone	-	-2,1
Polonia	-	-1,2
Canada	-	-1,1
Australia	-	-0,6
Federazione Russa	-	-0,5

### Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno (%)

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
I trimestre	9,9	59,2	30,9	9,2	68,7	22,1
II trimestre	12,7	54,9	32,5	14,6	57,5	28,0
III trimestre	18,9	43,2	37,9	16,8	50,8	32,4
IV trimestre	9,5	53,9	36,5	10,3	56,1	33,6

### Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno (%)

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Reggio Calabria	9,5	53,9	36,5	10,3	56,1	33,6
% media di variazione rilevata nella provincia di Reggio Calabria	46,4		34,5	18,6		60,5
Calabria	6,2	64,0	29,8	10,5	64,8	24,7
Italia	7,7	62,2	30,1	8,1	68,0	23,9

**Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per area-prodotto (%)**

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Città	15,6	58,9	25,5	3,4	56,5	40,0
Montagna	15,6	32,2	52,2	11,3	73,2	15,5
Mare	5,8	54,4	39,8	13,5	53,6	32,9
Reggio Calabria	9,5	53,9	36,5	10,3	56,1	33,6
Calabria	6,2	64,0	29,8	10,5	64,8	24,7
Italia	7,7	62,2	30,1	8,1	68,0	23,9

**Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per tipologia di alloggio (%)**

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Alberghiero	5,8	52,3	41,9	13,7	60,2	26,1
Extralberghiero	12,5	55,3	32,2	7,5	52,8	39,7
Reggio Calabria	9,5	53,9	36,5	10,3	56,1	33,6
Calabria	6,2	64,0	29,8	10,5	64,8	24,7
Italia	7,7	62,2	30,1	8,1	68,0	23,9

**Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per tipologia di alloggio (%)**

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Hotel	5,8	52,3	41,9	13,7	60,2	26,1
1 e 2 stelle	8,4	45,8	45,8	20,5	62,6	16,9
3 stelle	8,3	50,0	41,7	8,3	55,6	36,1
4 e 5 stelle	-	59,4	40,6	20,2	56,6	23,2
RTA	-	66,7	33,3	-	100,0	-
Agriturismo	11,1	44,4	44,4	22,2	33,3	44,4
Campeggi e villaggi	-	71,4	28,6	14,3	42,9	42,9
B&B	15,4	53,8	30,8	3,8	57,7	38,5
Altre strutture extralberghiere	-	40,0	60,0	-	80,0	20,0
Reggio Calabria	9,5	53,9	36,5	10,3	56,1	33,6
Calabria	6,2	64,0	29,8	10,5	64,8	24,7
Italia	7,7	62,2	30,1	8,1	68,0	23,9

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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
I trimestre	3,2	3,7	3,3
II trimestre	4,5	4,3	4,4
III trimestre	5,3	3,3	4,3
III trimestre	3,1	2,3	2,7

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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Reggio Calabria	3,1	2,3	2,7
Calabria	3,0	3,7	3,3
Italia	3,2	3,9	3,6

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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Città	2,4	2,0	2,2
Montagna	3,2	2,4	2,8
Mare	3,4	2,5	2,9
Reggio Calabria	3,1	2,3	2,7
Calabria	3,0	3,7	3,3
Italia	3,2	3,9	3,6

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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Alberghiero	2,4	2,2	2,3
Extralberghiero	3,6	2,4	3,0
Reggio Calabria	3,1	2,3	2,7
Calabria	3,0	3,7	3,3
Italia	3,2	3,9	3,6

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

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Hotel	2,4	2,2	2,3
1 e 2 stelle	3,4	2,0	2,7
3 stelle	2,2	2,2	2,2
4 e 5 stelle	1,9	2,6	2,2
RTA	2,3	1,5	1,9
Agriturismo	2,6	3,7	3,1
Campeggi e villaggi	4,8	3,6	4,2
B&B	3,5	1,9	2,7
Altre strutture extralberghiere	4,3	3,3	3,8
Reggio Calabria	3,1	2,3	2,7
Calabria	3,0	3,7	3,3
Italia	3,2	3,9	3,6

### Clientela abituale (%)

I trimestre	39,0
II trimestre	38,2
III trimestre	38,6
IV trimestre	47,2

### Clientela abituale (%)

Reggio Calabria	47,2
Calabria	43,2
Italia	36,2

### Clientela abituale per area-prodotto (%)

Città	51,9
Montagna	50,5
Mare	44,5
Reggio Calabria	47,2
Calabria	43,2
Italia	36,2

### Clientela abituale per tipologia di alloggio (%)

Alberghiero	49,5
Extralberghiero	45,3
Reggio Calabria	47,2
Calabria	43,2
Italia	36,2

### Clientela abituale per tipologia di alloggio (%)

Hotel	49,5
1 e 2 stelle	41,4
3 stelle	49,6
4 e 5 stelle	51,7
RTA	73,0
Agriturismo	25,4
Campeggi e villaggi	47,1
B&B	48,0
Altre strutture extralberghiere	48,0
Reggio Calabria	47,2
Calabria	43,2
Italia	36,2

### Turisti organizzati (%)

I trimestre	4,9
II trimestre	8,3
III trimestre	4,5
IV trimestre	8,6

### Turisti organizzati (%)

Reggio Calabria	8,6
Calabria	8,0
Italia	8,2

### Turisti organizzati per area-prodotto (%)

Città	2,3
Montagna	6,5
Mare	11,9
Reggio Calabria	8,6
Calabria	8,0
Italia	8,2

### Turisti organizzati per tipologia di alloggio (%)

Alberghiero	8,6
Extralberghiero	8,6
Reggio Calabria	8,6
Calabria	8,0
Italia	8,2

### Turisti organizzati per tipologia di alloggio (%)

Hotel	8,6
1 e 2 stelle	2,5
3 stelle	8,3
4 e 5 stelle	16,8
RTA	1,7
Agriturismo	22,2
Campeggi e villaggi	35,4
B&B	1,0
Altre strutture extralberghiere	-
Reggio Calabria	8,6
Calabria	8,0
Italia	8,2

### Possibilità di prenotare tramite internet (%)

	Si	No	Totale
Reggio Calabria	78,0	22,0	100,0
Calabria	82,4	17,6	100,0
Italia	81,0	19,0	100,0

### Possibilità di prenotare tramite internet per area-prodotto (%)

	Si	No	Totale
Città	61,1	38,9	100,0
Montagna	93,2	6,8	100,0
Mare	84,2	15,8	100,0
Reggio Calabria	78,0	22,0	100,0
Calabria	82,4	17,6	100,0
Italia	81,0	19,0	100,0

### Possibilità di prenotare tramite internet per tipologia di alloggio (%)

	Si	No	Totale
Alberghiero	82,1	17,9	100,0
Extralberghiero	74,7	25,3	100,0
Reggio Calabria	78,0	22,0	100,0
Calabria	82,4	17,6	100,0
Italia	81,0	19,0	100,0

### Possibilità di prenotare tramite internet per tipologia di alloggio (%)

	Si	No	Totale
Hotel	82,1	17,9	100,0
1 e 2 stelle	83,1	16,9	100,0
3 stelle	80,6	19,4	100,0
4 e 5 stelle	95,6	4,4	100,0
RTA	33,3	66,7	100,0
Agriturismo	88,9	11,1	100,0
Campeggi e villaggi	71,4	28,6	100,0
B&B	73,1	26,9	100,0
Altre strutture extralberghiere	80,0	20,0	100,0
Reggio Calabria	78,0	22,0	100,0
Calabria	82,4	17,6	100,0
Italia	81,0	19,0	100,0

### Turisti prenotati tramite internet (%)

I trimestre	34,3
II trimestre	35,7
III trimestre	39,8
IV trimestre	26,6

### Turisti prenotati tramite internet (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e- mail	Totale internet
Reggio Calabria	10,0	11,0	5,6	26,6
Calabria	9,0	5,1	5,4	19,5
Italia	13,1	7,1	10,2	30,4

### Turisti prenotati tramite internet per area-prodotto (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e- mail	Totale internet
Città	9,5	12,4	5,4	27,2
Montagna	3,5	8,2	15,5	27,2
Mare	11,1	10,8	4,3	26,2
Reggio Calabria	10,0	11,0	5,6	26,6
Calabria	9,0	5,1	5,4	19,5
Italia	13,1	7,1	10,2	30,4

### Turisti prenotati tramite internet per tipologia di alloggio (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e- mail	Totale internet
Alberghiero	6,6	7,3	5,2	19,1
Extralberghiero	12,8	14,0	5,9	32,7
Reggio Calabria	10,0	11,0	5,6	26,6
Calabria	9,0	5,1	5,4	19,5
Italia	13,1	7,1	10,2	30,4

### Turisti prenotati tramite internet per tipologia di alloggio (%)

	Dal sito di proprietà	Dai grandi portali	Tramite e- mail	Totale internet
Hotel	6,6	7,3	5,2	19,1
1 e 2 stelle	6,7	0,8	1,1	8,7
3 stelle	4,3	5,8	6,9	17,0
4 e 5 stelle	7,4	16,8	7,4	31,5
RTA	20,0	6,7	-	26,7
Agriturismo	1,1	7,2	21,1	29,4
Campeggi e villaggi	7,4	-	0,7	8,1
B&B	15,8	17,9	4,4	38,1
Altre strutture extralberghiere	6,0	25,0	16,0	47,0
Reggio Calabria	10,0	11,0	5,6	26,6
Calabria	9,0	5,1	5,4	19,5
Italia	13,1	7,1	10,2	30,4

### Tipologia della clientela (%)

	Leisure				Business		Totale
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	
I trimestre	33,3	26,5	9,9	0,7	24,6	5,0	100,0
II trimestre	38,6	29,8	9,6	10,9	7,5	3,5	100,0
III trimestre	44,5	31,2	5,7	13,7	3,6	1,3	100,0
IV trimestre	24,2	19,4	7,4	12,4	30,3	6,4	100,0

### Tipologia della clientela (%)

	Leisure				Business		Totale
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	
Reggio Calabria	24,2	19,4	7,4	12,4	30,3	6,4	100,0
Calabria	23,2	23,2	7,6	8,5	28,4	9,1	100,0
Italia	27,3	32,4	7,8	6,5	20,1	5,9	100,0

**Tipologia della clientela per area-prodotto (%)**

	Leisure				Business		Totale
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	
Città	17,5	12,2	3,3	20,6	42,3	4,0	100,0
Montagna	23,9	18,0	6,6	15,8	30,3	5,3	100,0
Mare	27,4	23,0	9,4	8,0	24,5	7,6	100,0
Reggio Calabria	24,2	19,4	7,4	12,4	30,3	6,4	100,0
Calabria	23,2	23,2	7,6	8,5	28,4	9,1	100,0
Italia	27,3	32,4	7,8	6,5	20,1	5,9	100,0

**Tipologia della clientela per tipologia di alloggio (%)**

	Leisure				Business		Totale
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	
Alberghiero	14,8	14,9	10,0	11,0	37,4	11,8	100,0
Extralberghiero	31,7	22,9	5,3	13,5	24,6	2,0	100,0
Reggio Calabria	24,2	19,4	7,4	12,4	30,3	6,4	100,0
Calabria	23,2	23,2	7,6	8,5	28,4	9,1	100,0
Italia	27,3	32,4	7,8	6,5	20,1	5,9	100,0

**Tipologia della clientela per tipologia di alloggio (%)**

	Leisure				Business		Totale	
	Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi		
Hotel		14,8	14,9	10,0	11,0	37,4	11,8	100,0
	1 e 2 stelle	22,3	8,0	18,9	8,8	29,2	12,8	100,0
	3 stelle	15,6	16,0	8,5	12,8	33,6	13,5	100,0
	4 e 5 stelle	7,6	20,9	6,3	4,4	50,1	10,6	100,0
	RTA	7,7	11,0	0,7	34,0	46,7	-	100,0
Agriturismo		28,3	24,4	15,0	8,3	18,3	5,6	100,0
Campeggi e villaggi		57,1	25,0	14,3	3,6	-	0,0	100,0
B&B		27,0	22,3	1,9	16,3	30,6	1,8	100,0
Altre strutture extralberghiere		23,0	13,0	-	26,0	36,0	2,0	100,0
Reggio Calabria		24,2	19,4	7,4	12,4	30,3	6,4	100,0
Calabria		23,2	23,2	7,6	8,5	28,4	9,1	100,0
Italia		27,3	32,4	7,8	6,5	20,1	5,9	100,0

### Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Reggio Calabria	26,5	6,3	3,9	3,4
Calabria	16,7	6,0	3,1	3,0
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

### Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Città	28,4	8,4	5,7	1,8
Montagna	37,9	13,3	11,5	10,3
Mare	25,0	5,2	2,8	2,7
Reggio Calabria	26,5	6,3	3,9	3,4
Calabria	16,7	6,0	3,1	3,0
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

### Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%)

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Hotel	33,4	10,4	7,3	6,5
1 e 2 stelle	32,2	12,2	14,3	9,8
3 stelle	30,3	8,7	3,6	2,2
4 e 5 stelle	40,2	13,4	10,3	11,8
RTA	19,9	-	-	-
Agriturismo	34,6	-	-	-
Campeggi e villaggi	18,1	0,9	-	-
B&B	22,4	8,5	3,3	2,7
Altre strutture extralberghiere	8,1	0,8	-	0,7
Reggio Calabria	26,5	6,3	3,9	3,4
Calabria	16,7	6,0	3,1	3,0
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

**Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%)**

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Alberghiero	33,4	10,4	7,3	6,5
Extralberghiero	19,3	1,4	0,2	0,3
Reggio Calabria	26,5	6,3	3,9	3,4
Calabria	16,7	6,0	3,1	3,0
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

**Prenotazioni camere festività natalizie 2008 - marzo 2009 (%)**

	Sintesi periodo natalizio	Gennaio	Febbraio	Marzo
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	32,5	9,4	5,4	4,9
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	19,9	2,3	2,2	1,7
Reggio Calabria	26,5	6,3	3,9	3,4
Calabria	16,7	6,0	3,1	3,0
Italia	48,7	24,9	21,8	20,1

**Adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie (%)**

	Sì	No	Totale
Reggio Calabria	21,9	78,1	100,0
Calabria	24,3	75,7	100,0
Italia	16,1	83,9	100,0

**Adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie per area-prodotto (%)**

	Sì	No	Totale
Città	24,5	75,5	100,0
Montagna	32,2	67,8	100,0
Mare	19,2	80,8	100,0
Reggio Calabria	21,9	78,1	100,0
Calabria	24,3	75,7	100,0
Italia	16,1	83,9	100,0

**Adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie per tipologia di alloggio (%)**

	Sì	No	Totale
Alberghiero	19,4	80,6	100,0
Extralberghiero	23,8	76,2	100,0
Reggio Calabria	21,9	78,1	100,0
Calabria	24,3	75,7	100,0
Italia	16,1	83,9	100,0

**Adozione di politiche dei prezzi per le festività natalizie per tipologia di alloggio (%)**

	Sì	No	Totale
Hotel	19,4	80,6	100,0
1 e 2 stelle	-	100,0	100,0
3 stelle	25,0	75,0	100,0
4 e 5 stelle	33,3	66,7	100,0
RTA	-	100,0	100,0
Agriturismo	11,1	88,9	100,0
Campeggi e villaggi	-	100,0	100,0
B&B	30,8	69,2	100,0
Altre strutture extralberghiere	20,0	80,0	100,0
Reggio Calabria	21,9	78,1	100,0
Calabria	24,3	75,7	100,0
Italia	16,1	83,9	100,0

**Politiche dei prezzi adottate per le festività natalizie.  
(% sul totale delle risposte)**

offerte/sconti/promozioni	81,1
pacchetti	16,6
<i>pacchetti Natale-capodanno</i>	68,9
<i>pacchetto (generico)</i>	17,7
<i>pacchetto benessere</i>	13,4
visite guidate, visite musei ed escursioni incluse	2,3
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

**Difficoltà di accesso al credito. (% sul totale risposte)**

Non ho richiesto finanziamenti	75,1
No, non ho avuto difficoltà	17,9
Sì, non possedevo i requisiti richiesti	2,4
Sì, le condizioni non erano vantaggiose	1,5
Sì, altro	3,1
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>