



Camera di Commercio
Reggio Calabria



Osservatorio Turistico della provincia di Reggio Calabria
Analisi e valorizzazione delle manifestazioni ed eventi del territorio

Novembre 2010



Il presente rapporto è realizzato dalla Camera di Commercio con la collaborazione di ISNART – Istituto Nazionale Ricerche Turistiche



Sommario

Premessa	4
1. I fenomeni in sintesi.....	6
2. Gli eventi dell'identità locale e le imprese ricettive. Un'opportunità per lo sviluppo del territorio.....	8
3. Il coinvolgimento delle imprese ricettive della provincia di Reggio Calabria negli eventi dell'identità locale...11	
4. Il coinvolgimento delle imprese della provincia di Reggio Calabria in occasione degli eventi Paleariza e Roccella Jazz Festival 2010.....	14
5. Le caratteristiche e i comportamenti del pubblico che ha partecipato all'evento Paleariza 2010.....	19
ALLEGATI.....	23
1. Il coinvolgimento delle imprese ricettive italiane negli eventi dell'identità locale.....	23
2. Il coinvolgimento delle imprese ricettive della provincia di Reggio Calabria negli eventi dell'identità locale...27	
3. Il coinvolgimento delle imprese locali in occasione degli eventi Paleariza e Roccella Jazz Festival.....	29
4. Le caratteristiche e i comportamenti del pubblico che ha partecipato all'evento Paleariza 2010.....	41
Nota metodologica	50



Premessa

Il presente progetto per la valorizzazione di quel bene culturale immateriale che è l'“Identità Italiana” intende analizzare e monitorare i fattori di traino della cultura locale al fine di fornire nuovi strumenti per alimentare il flusso turistico verso la provincia di Reggio Calabria.

La valorizzazione del patrimonio culturale materiale e immateriale e artistico necessita, infatti, di un processo che, elevando l'efficienza dei servizi offerti dalle imprese e specializzandoli, orienti le proposte e la costruzione dei prodotti turistici verso *concept* in grado di far vivere nell'esperienza di vacanza l'identità della cultura e delle tradizioni del territorio.

Grazie alle numerose attività di monitoraggio dell'Osservatorio turistico provinciale, necessarie e propedeutiche alla specifica fase di analisi degli eventi culturali che esprimono l'identità del territorio, i risultati sono comparabili, nelle metodologie, a quelli relativi alla totalità dei turisti ed al fenomeno nel suo complesso.

La fase di valutazione dell'“Identità” si prefigge così di:

- esaltare la cultura e le tradizioni locali al fine di promuovere le tipicità locali;
- diffondere e valorizzare il patrimonio culturale materiale e immateriale del territorio;
- attivare una rete di offerta che coniughi qualità ed efficienza, che coinvolga tutti i soggetti pubblici e privati che a vario titolo hanno interesse nella gestione/promozione/organizzazione del patrimonio culturale;
- offrire una guida per gli amministratori pubblici e gli organismi interessati che intendono non solo gestire e lanciare una manifestazione, ma anche rendere accogliente e animata una destinazione;
- monitorare il quadro dello sviluppo turistico e culturale locale attraverso strumenti che analizzino le performances ed al contempo che misurino la soddisfazione dei fruitori/turisti rispetto all'offerta turistica e culturale del luogo.



La prima sezione di questo dossier permette quindi di valutare la capacità degli eventi che esprimono l'identità di un luogo di coinvolgere le imprese turistiche primarie, quelle del ricettivo, per comprendere sia le modalità di questo coinvolgimento che la tipologia di eventi che le attivano. Inoltre, un risultato rilevante riguarda la misurazione di incremento della clientela nelle strutture ricettive dovuto alla presenza di eventi identitari locali.

In questo contesto, gli eventi "Paeleariza 2010" e "Roccella Jazz Festival 2010", identificati quali espressioni dell'Identità locale per la provincia di Reggio Calabria, sono stati indagati tramite un approfondimento ad hoc che ha permesso di verificare:

tramite l'indagine diretta ai fruitori dell'evento (Paeleariza)

- la quota dei vacanzieri pernottanti nella provincia in occasione dell'evento;
- le ragioni di scelta della destinazione ed i canali di influenza;
- le attività svolte durante il soggiorno;
- le caratteristiche della vacanza legata all'evento (durata, compagnia);
- la soddisfazione espressa;
- le spese sostenute sul territorio dai visitatori dell'evento.

tramite l'indagine diretta alle imprese turistiche locali (Paeleariza e Roccella Jazz Festival)

- le modalità di partecipazione all'evento;
- le opinioni ed i suggerimenti per possibili miglioramenti;
- la soddisfazione ed i riscontri diretti per le imprese.



1. I fenomeni in sintesi

Questa indagine mette in luce il posizionamento delle imprese della provincia di Reggio Calabria in merito al coinvolgimento negli eventi organizzati sul territorio, portavoce dell'identità locale, alle modalità di partecipazione e al ritorno in termini di clientela.

In linea con quanto emerge nel panorama nazionale, la partecipazione del tessuto imprenditoriale della provincia di Reggio Calabria agli eventi del territorio è ancora frammentaria coinvolgendo $\frac{1}{4}$ delle strutture, ma distinguendosi dal resto dell'Italia nell'interesse a sostenere anche le manifestazioni che registrano un coinvolgimento inferiore (fiere, manifestazioni sportive e feste patronali/religiose).

Le imprese locali si attivano soprattutto attraverso azioni pubblicitarie in azienda, scegliendo più raramente attività incisive (sponsorizzazioni, offerte promozionali, azioni di marketing ad hoc).

Il valore di questa modalità di partecipazione si manifesta nel ritorno economico generato dall'aumento del pubblico che viene indicato dal 55,2% degli operatori locali contro il 44% nazionale. Questo distacco positivo conferma la necessità di incoraggiare le imprese ad investire maggiormente così come a diversificare gli strumenti di partecipazione.

Nello specifico, relativamente all'indagine sugli eventi "Paleariza" e "Roccella Jazz Festival" realizzati nella provincia di Reggio Calabria, si evidenzia che, in media, 4 imprese locali su 10 sono coinvolte attivamente. Tuttavia questi eventi registrano una ricaduta economica su meno imprese di quante effettivamente partecipino, trattandosi nella maggior parte dei casi degli operatori che si sono mantenuti più distanti in termini di coinvolgimento.

Tra i fattori da considerare ai fini di valorizzare l'evento ed incrementare la sua produttività sul territorio emergono alcuni suggerimenti direttamente espressi dalle imprese: lamentando lo scarso coinvolgimento ed una mancanza di sinergia con gli altri operatori turistici (aspetti più penalizzanti per il giudizio complessivo), le aziende esprimono a gran voce la necessità di ampliare il coinvolgimento degli stakeholders affinché tutte le risorse vengano messe a sistema.



L'analisi sui comportamenti della domanda del Roccella Jazz Festival 2010, fornisce un quadro preciso anche sulle caratteristiche del pubblico che vi prende parte. In primis, la scelta diffusa tra gli operatori turistici di far conoscere l'evento tramite la pubblicità si rivela strategico se si considera l'incidenza della comunicazione, tramite stampa e affissioni, nell'influenzare la scelta di partecipare al Festival.

Tuttavia, l'evento risulta d'interesse quasi esclusivo dei residenti e di chi proviene da località limitrofe considerando che solo 1 visitatore su 10 è un turista, ospite di amici/parenti o che ha affittato un appartamento per la vacanza (per un periodo di circa due settimane).

In generale si tratta di un pubblico giovane, fortemente motivato dal desiderio di partecipare al Festival, e che vi prende parte per la prima volta: elementi, questi, che se associati al generale livello di soddisfazione sono da considerare come riferimento per il rafforzamento dell'offerta turistica.

Questo è possibile in termini di ampliamento delle attività complementari all'evento facendo leva sulle aspettative di oltre la metà dei visitatori che, ad esempio, manifestano l'interesse a scoprire il patrimonio storico-artistico del territorio da cui trarre un personale arricchimento. Per superare il limite dell'escursionismo è necessario, dunque, intervenire diversificando l'offerta turistica anche attraverso proposte di attività che valorizzino le espressioni identitarie del territorio anche se non strettamente legate al tema musicale ma che comunque sappiano creare stimoli ed alternative che arricchiscano l'attrattività della visita.



2. Gli eventi dell'identità locale e le imprese ricettive. Un'opportunità per lo sviluppo del territorio

In Italia la partecipazione delle imprese turistiche del comparto ricettivo agli eventi del territorio e della tradizione locale appare un fenomeno ancora limitato alle iniziative individuali e non un comportamento consolidato. Infatti, complessivamente, solo $\frac{1}{4}$ delle imprese ricettive italiane afferma di partecipare a questa tipologia di manifestazioni, eventi, happening, sebbene nei numeri si tratti di oltre 17 mila imprese che dichiarano di attivarsi in proposito.

Analizzando questa consuetudine per macro area territoriale, solo il nord est si distingue per una maggiore partecipazione, attribuibile al 28,3% delle imprese ricettive contro una media nazionale del 24,9%.

Tra le tipologie di impresa ricettiva, quella più sensibile a questi strumenti di promo-comunicazione è quella alberghiera, che vede coinvolte nell'animazione territoriale il 26,7% delle imprese contro il 23,1% di quelle del comparto extralberghiero.

Nella logica della partecipazione ai fenomeni territoriali (in misura più forte a quelli mossi da fattori culturali e tradizionali), che vede una maggiore adesione delle imprese nei piccoli centri e nelle società maggiormente coese, risultano più frequentemente coinvolte le imprese localizzate al lago (30,1%) e in montagna (27,9%), mentre nelle località balneari, termali e nelle città il coinvolgimento risulta inferiore.

La partecipazione delle imprese ricettive consiste prevalentemente in pubblicità all'evento fatta in azienda (50,1%). Le altre forme si concretizzano nell'offerta di sconti e promozioni in occasione dell'evento (29,4%), nella partecipazione diretta all'evento con uno stand/desk promozionale (13,7%), nella sponsorizzazione economica totale o parziale dell'iniziativa (14,6%) ed in azioni mirate verso la clientela abituale (8,8%).

Se la pubblicità è una modalità adottata in misura omogenea sul territorio e tra le tipologie di imprese, per le altre modalità di partecipazione e coinvolgimento si rilevano peculiarità significative:

- l'offerta di sconti e promozioni durante gli eventi è un'azione adottata maggiormente tra gli hotel (34,4%), nel nord ovest (40,6%) e tra le imprese localizzate al lago (40,3%);



- la partecipazione diretta con stand e desk promozionali è più incisiva per le imprese extralberghiere (17,1%), al centro Italia (19,7%) e nel sud e isole (18,3%), nelle località commerciali (altre località 17,8%) e in quelle termali (17,7%) o di campagna (15,6%);
- la sponsorizzazione economica è uno strumento maggiormente diffuso tra gli hotel (16,3%), nel nord ovest (22,9%) o al sud e isole (15,5%), nelle località commerciali (17,8%) e balneari (17,6%);
- il direct marketing e le azioni sulla clientela fidelizzata sono un'abitudine nel nord est (14,3%), in particolare nelle località termali (13,7%) e nelle città d'arte (11,4%).

Il beneficio tratto dalla presenza di questo patrimonio culturale e identitario sui territori si traduce in un aumento di clientela per il 44% delle imprese ricettive, addirittura per il 55,4% nel nord est, mentre in maniera meno diffusa tra le imprese del centro (35,7%), del sud e isole (38,5%) e del nord ovest (40,7%).

Se in generale circa la metà degli operatori che riscontrano un aumento di clientela stimano tale crescita tra il +5% ed il +10%, per l'altra metà si arriva anche fino ad oltre il +50%.

Nel lungo elenco di eventi sui territori italiani, le tipologie di manifestazioni che le imprese del ricettivo hanno evidenziato come un "evento del territorio e della tradizione" risultano in primo luogo quelli di intrattenimento e culturali di livello locale (32,9%), in secondo luogo quelli enogastronomici (17,7%), seguiti da quelli fieristici e produttivi (14,4%). Le imprese sentono meno legate al territorio le manifestazioni sportive (5,5%), quelle di intrattenimento e culturali ma di livello nazionale (3,2%) e quelle patronali e religiose (2,2%).

Data la maggiore rilevanza degli eventi di carattere locale, per la partecipazione del 32,9% delle imprese ricettive italiane, può rivelarsi interessante valutare nello specifico quali manifestazioni coinvolgono maggiormente le imprese turistiche ricettive.

In testa a questa singolare graduatoria si trovano la pugliese Notte della Taranta, le marchigiane Giornate della percussione e il Festival della filosofia emiliano-romagnolo.

Alla luce delle informazioni analizzate, è possibile disegnare il posizionamento dei territori provinciali sulla base della correlazione tra la partecipazione delle imprese ricettive agli eventi della cultura locale e l'incremento percentuale di clientela nelle strutture stesse.



Il grafico che segue esplicita tale correlazione, esprimendo:

- ai valori delle ascisse, l'aumento medio di clientela nelle strutture ricettive per la presenza di eventi identitari sul territorio provinciale;
- ai valori delle ordinate, la percentuale di imprese ricettive che partecipano a tali eventi sul totale delle imprese ricettive della provincia.

Occorre sottolineare come l'indicatore di partecipazione delle imprese sia una variabile di per sé dipendente dalla numerosità delle stesse, in quanto nelle comunità più circoscritte la sensibilità delle imprese verso un evento del territorio è maggiore, sia per la vicinanza geografica delle imprese (e per il conseguente effetto di benchmarking) che per una maggiore conoscenza del territorio stesso e adesione ai fattori culturali che vi sono diffusi.

La dispersione così ottenuta spiega la relazione tra i fattori evidenziando:

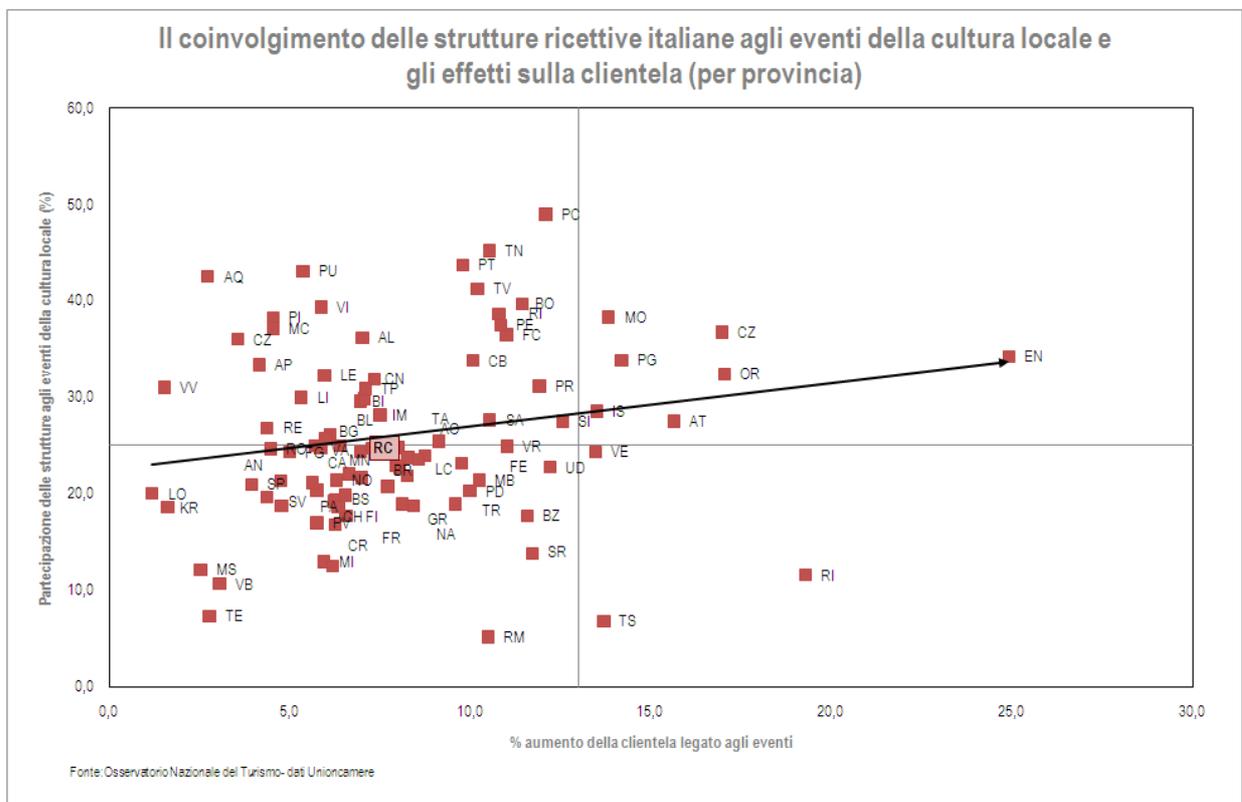
- nel quadrante in alto a destra le province dove è maggiore sia la quota di imprese che partecipano agli eventi locali che la percentuale di incremento della clientela nelle strutture ricettive e che vede Enna, Catanzaro, Oristano, Modena, Perugia, Asti, Isernia e Siena. Si tratta di province di dimensioni medio piccole che dimostrano sia una discreta capacità di attrazione sulla domanda che una partecipazione diffusa tra le imprese, avendo evidentemente individuato eventi e sostenuto manifestazioni della cultura locale di appeal; solo per citarne alcune si segnalano la Sartiglia di Oristano, il Festival della filosofia di Modena, Umbria Jazz e Eurochocolate a Perugia, ed il Palio di Siena;
- nel quadrante in alto a sinistra si posizionano le province dove **gli eventi hanno la capacità di trainare l'adesione delle imprese turistiche ricettive ma devono ancora compiere il grande passo catturando l'attenzione di un pubblico più vasto** e, soprattutto, disposto a trasformare l'interesse per l'evento in una occasione di soggiorno che permetta la scoperta e l'approfondimento del territorio.
- Nel quadrante in basso a sinistra, si evidenziano tre sotto-gruppi: il primo composto dalle province dove risultano molto bassi entrambi i fattori (Lodi, Crotone, Massa, Verbania, Teramo), il secondo, dato dalla maggioranza delle province, che si caratterizza più per la partecipazione delle imprese che non per il ritorno di clientela che gli stessi eventi apportano, **ed è questa la**



situazione in cui si trova attualmente la provincia di Reggio Calabria seppure rispetto alla maggior parte delle province di questo gruppo si differenzi per una partecipazione più attiva.

Infine Roma che sembra viaggiare in maniera indipendente dal resto della distribuzione del quadrante per incrementi di clientela indipendenti dalla partecipazione delle imprese;

- nel quadrante in basso a destra si posizionano le province dove, nonostante un basso livello di partecipazione delle imprese ricettive, si rileva un incremento della clientela turistica, in particolare Rieti e Trieste dove la correlazione tra i fattori risulta particolarmente bassa.



3. Il coinvolgimento delle imprese ricettive della provincia di Reggio Calabria negli eventi dell'identità locale



In linea con la media Italia, il 24,7% delle imprese ricettive della provincia di Reggio Calabria partecipa attivamente agli eventi dell'identità locale, evidenziando come anche nella provincia reggina il coinvolgimento degli operatori negli eventi non risulti ancora un atteggiamento consolidato. Ciononostante, la provincia fa rilevare degli elementi che la distinguono dal panorama nazionale, e disegnano una scacchiera di punti di forza e debolezze.

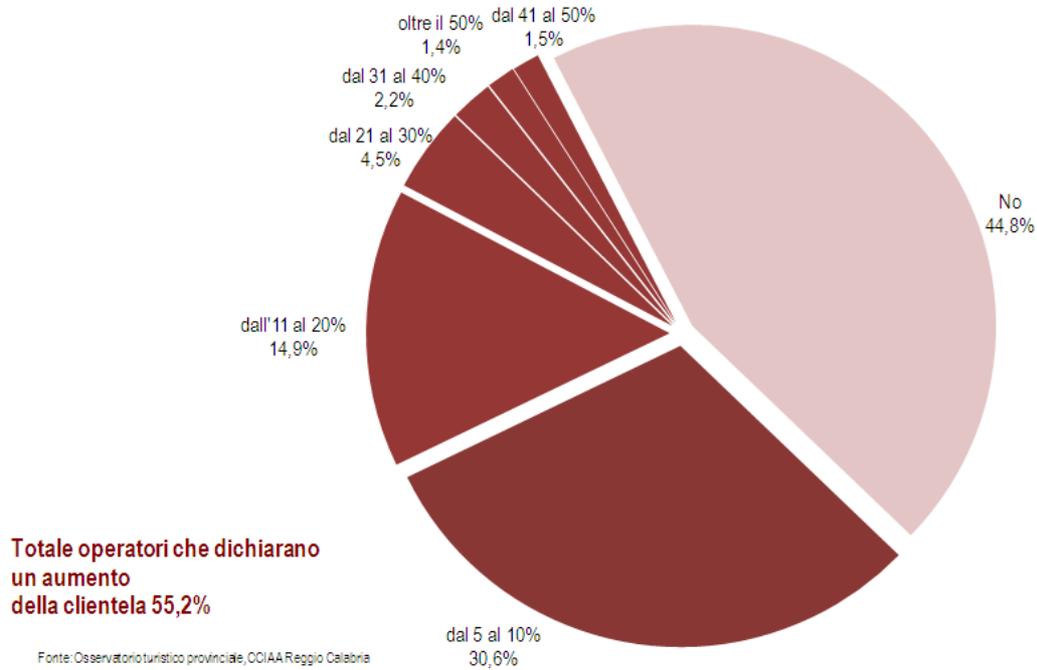
Anzitutto, a differenza di quanto accade nel resto dell'Italia, gli operatori locali si mostrano più interessati agli eventi del territorio, anche più trasversali, concentrando le forze non solo sulle manifestazioni di intrattenimento e culturali – che di fatto rappresentano la tipologia che più attrae consensi (35,6% Reggio Calabria; 32,9% Italia) ma sostengono in maniera più diffusa anche le fiere (22,2%, Reggio Calabria; 14,4%, Italia), le manifestazioni sportive (15,4% Reggio Calabria; 5,5% Italia) e le feste patronali e a carattere religioso (7,6%, Reggio Calabria, 2,2% Italia). Meno marcato, invece, il gap relativo all'interesse che suscitano le sagre e gli eventi enogastronomici, che coinvolgono circa 1 operatore su 5 (21,1% Reggio Calabria, 17,7% Italia).

Tuttavia le modalità di coinvolgimento all'evento risultano ancora poco strutturate, se si considera che l'attività di pubblicità (svolta dal 40% degli operatori) a tratti potrebbe risultare troppo generica e sommaria mentre le attività più incisive sia dal punto di vista economico (sconti e promozioni, 22,9%; sponsorizzazione economica, 16,5%) sia dal punto di vista più strettamente promo-commerciale (presenza all'evento con stand/desk, 11,5%; direct marketing, 9,1%) risultano sostanzialmente poco diffuse.

Ciononostante, questi eventi si rivelano un valore aggiunto in termini di occupazione e di fruizione dell'offerta per il 55,2% delle imprese ricettive presenti sul territorio - contro la media italiana del 44% -, traducendosi nella maggior parte dei casi in un aumento di clientela fino al 10%. Pertanto, se da un lato è circa un'impresa su quattro a partecipare attivamente agli eventi, peraltro scegliendo modalità non particolarmente incisive, dall'altro i benefici derivanti dallo svolgimento dell'evento interessano poco più della metà delle imprese presenti sul territorio.



Aumento della clientela presso le imprese della provincia in occasione degli eventi della tradizione locale(%)





4. Il coinvolgimento delle imprese della provincia di Reggio Calabria in occasione degli eventi Paleariza e Roccella Jazz Festival 2010

I due festival, quello del Paleariza e il Roccella Jazz Festival si differenziano per la loro "longevità": mentre il primo è stato inaugurato nel 1997, il secondo ha visto realizzata nel 2010 la trentesima edizione. Ciò comporta una diversa rinomanza, tanto che il Paleariza è conosciuto dal 33% delle imprese locali, mentre il Roccella Jazz Festival da quasi la metà degli operatori, cui va aggiunto il 9,2% di quanti conoscono entrambe le manifestazioni.

In maniera quasi fisiologica si constata che, per quanto le imprese coinvolte in maniera più attiva siano (ancora) un piccolo nucleo del totale e che il coinvolgimento spesso si ferma alle sole attività di pubblicità svolte all'interno delle rispettive aziende, i benefici consentono di costruire un quadro più ampio, in ragione delle profonde interconnessioni che caratterizzano il settore del turismo.

In altri termini, come già emerso dall'analisi circa l'impatto complessivo dei tutti gli eventi sul territorio, anche in relazione a queste due specifiche manifestazioni emerge che i benefici interessano anche le imprese che dichiarano di aver sostenuto in poco – se non addirittura in nulla – gli eventi stessi.

Questa considerazione dovrebbe portare ad un maggiore coinvolgimento degli operatori, in modo tale da sfruttare ancor più gli eventi, con l'obiettivo di trarre vantaggi che oltrepassino la durata delle manifestazioni, attraverso una promozione non solo in alta stagione (il Paleariza e il Roccella Jazz Festival hanno luogo entrambi in piena estate).

Allo stesso tempo l'attrattività degli eventi estivi può fungere da traino promozionale per prodotti di destagionalizzazione e incoraggiare così la fruizione turistica delle molteplici risorse offerte del territorio anche in periodi che soffrono la stagionalità.

Ciò appare ancora più chiaro quando si rileva che eventi di natura cultural-musicale, quali sono i due festival ospitati dalla provincia di Reggio Calabria, diventano occasione di promozione delle tradizioni locali, delle tipicità enogastronomiche, dei paesaggi e del patrimonio artistico, ovvero appuntamenti per scambi interculturali a beneficio di un turismo più solidale.



Paeleariza 2010

Il più giovane tra i due festival, **il Paeleariza, nel 2010 ha registrato il coinvolgimento del 44,4% delle imprese provinciali**, di cui il 5% per la prima volta, che si sono occupate sostanzialmente del sostegno mediante la pubblicità. Coinvolte in prima linea sono state le agenzie di viaggi (66,7%), i bar (57,1%) e i B&B (42,9%).

Tuttavia, non tutti gli imprenditori locali che hanno partecipato attivamente all'evento dichiarano di aver riscontrato **benefici dall'evento**: questa quota corrisponde, infatti, a **circa il 24% delle imprese** (in primis agenzie di viaggio -un terzo-, bar e alberghi, mentre non figura nessun B&B).

Nel dettaglio del tipo di beneficio apportato dall'evento, il maggior vantaggio è dato soprattutto di un vantaggio in termini di incremento delle vendite (per quasi 6 imprenditori su 10), a cui si unisce, per circa un terzo delle imprese, un aumento di contatti di nuovi clienti.

Ad evento concluso, **il giudizio complessivo** espresso dagli operatori evidenzia un parere positivo sul festival a cui viene attribuito un **punteggio medio di 7,8** sulla base di una scala che va da 1 (minimo) a 10 (massimo). È la qualità degli eventi a meritare il voto più alto (7,9), seguito dalla scelta dei luoghi e del periodo di svolgimento (entrambi indicati con 7,8). Più debole il giudizio sul coinvolgimento delle imprese (5,8) e nella sinergia con gli altri operatori locali (5,1) ad indicare una gap che non permette agli stakeholders di fare sistema.

Oltre ad esprimersi in maniera positiva sull'evento in sé e sulle modalità di svolgimento, gli operatori sono d'accordo sul tema della rappresentatività del territorio nei contenuti del Festival: oltre la metà delle imprese (52,2%) ritiene che Paeleariza rappresenti "fortemente" l'identità territoriale, opinione condivisa anche dal resto degli operatori, seppure con meno entusiasmo.

Le imprese che conoscono l'evento dichiarano che tra i fattori che legano Paeleariza al territorio in cui è inserito emerge la **storia, la cultura e la tradizione** (per oltre 7 imprese su 10), mentre in casi più rari viene riconosciuta la promozione dell'area greca (15,2% degli operatori), la musica (10,9%) e l'enogastronomia (10,9%).



Quasi tutte le imprese locali (9 su 10) sono concordi nel sostenere che **Paleariza contribuisca alla promozione e alla valorizzazione dell'identità del territorio**, favorendo la conoscenza di luoghi e tradizioni attraverso la promozione del turismo, la valorizzazione dei prodotti tipici del territorio ed il coinvolgimento della popolazione. Coloro che, invece, non sostengono questo pensiero lamentano la mancanza di promozione, una diminuzione del livello della manifestazione e la scarsa sicurezza, e sottolineano inoltre come l'evento sia troppo circoscritto.

In linea con le valutazioni emerse sulla scarsa sinergia tra gli attori turistici del territorio, 4 operatori su 10 suggeriscono tra le possibili aree di miglioramento proprio il maggiore coinvolgimento degli operatori turistici. In alcuni casi, il punto di vista delle imprese dà voce alla possibilità di ampliare i luoghi della manifestazione (15%), migliorare la promozione (12,5%) o i collegamenti (10%).

Roccella Jazz Festival 2010

In occasione di questo Festival **4 imprese su 10** (di cui il 25% sono coinvolte per la prima volta) **partecipano attivamente alla manifestazione** soprattutto attraverso la realizzazione di azioni pubblicitarie in azienda, mentre un quarto delle imprese viene incontro alla clientela proponendo loro sconti e offerte promozionali.

Sul totale delle imprese coinvolte nell'indagine, il 31,7% degli imprenditori locali dichiara di aver ottenuto benefici grazie al Festival; in particolare il 50% dei ristoratori e il 40% dei titolari di agenzie di viaggio dichiarano di averne tratto benefici. Nel dettaglio, l'evento ha fornito l'occasione per incrementare le vendite e per contattare nuovi clienti, rispettivamente, per il 64,5% e per il 22,6% delle imprese.

Il giudizio sul Festival è assai positivo ottenendo **un voto complessivo** pari ad **8,1** ed indicando, tra gli aspetti più soddisfacenti la qualità degli eventi (8,2), i luoghi, la presenza di pubblico e l'organizzazione della manifestazione (ciascuna voce giudicata con un 8). Positivo anche il punteggio espresso sulle attività di promozione (7,8). Come già riscontrato per il Paleariza, a lasciare le imprese meno soddisfatte concorrono quegli aspetti legati al coinvolgimento (6,1) e alla sinergia tra gli operatori (5,8), manifestando la necessità di una collaborazione congiunta che concorra a potenziare l'attrattività non solo dell'evento ma dell'intera offerta territoriale.



Tra i suggerimenti, si evidenzia la volontà di posticipare l'evento (4 operatori su 10), che attualmente si realizza nella settimana centrale dell'estate, quella di ferragosto, permettendo di venire incontro anche ai periodi che soffrono la partenza dei turisti di fine stagione.

Ulteriori miglioramenti, secondo le imprese, potrebbero derivare da un maggiore coinvolgimento degli operatori turistici sia del luogo (per il 23,7% degli operatori) che dei paesi limitrofi (22%).

Tutte le imprese locali ritengono che il Festival favorisca la conoscenza dell'identità territoriale: alcune ritengono che sia fortemente rappresentativo del territorio (oltre 4 imprese su 10), altre lo giudicano abbastanza rappresentativo (55,6%). Secondo la maggior parte delle imprese è soprattutto attraverso la musica che il Festival lega i suoi contenuti al territorio, mentre in rari casi viene citata la tradizione e la cultura locale (19%) e l'enogastronomia (14,3%).

Gli operatori sono concordi nel ritenere che il Roccella Jazz Festival contribuisca a promuovere e valorizzare l'identità del territorio: favorisce la conoscenza dei luoghi e delle tradizioni, promuove il turismo, rappresenta l'evento simbolo dell'estate ed ha un richiamo anche internazionale. Le imprese dichiarano che l'evento favorisce anche la valorizzazione della tradizione musicale del territorio (sebbene il jazz sia un genere musicale con origini più lontane).

Imprese coinvolte nell'evento PALEARIZA 2010 (%)

	Sì	No	Totale
Alberghi	28,6	71,4	100,0
Agriturismi	14,3	85,7	100,0
Bed and breakfast	42,9	57,1	100,0
Ristoranti	25,0	75,0	100,0
Agenzie di viaggi	66,7	33,3	100,0
Bar	57,1	42,9	100,0
Altro	100,0	-	100,0
Totale	44,4	55,6	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria



Imprese coinvolte nell'evento ROCCELLA JAZZ FESTIVAL 2010 (%)

	Sì	No	Totale
Alberghi	61,5	38,5	100,0
Agriturismi	50,0	50,0	100,0
Bed and breakfast	27,3	72,7	100,0
Ristoranti	20,0	80,0	100,0
Agenzie di viaggi	40,0	60,0	100,0
Bar	50,0	50,0	100,0
Altro	100,0	-	100,0
Totale	40,4	59,6	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria



5. Le caratteristiche e i comportamenti del pubblico che ha partecipato all'evento Pleariza 2010

L'analisi della capacità di attrazione di Pleariza mette in luce **il richiamo dell'evento verso un mercato prevalentemente locale** considerando che circa 9 visitatori su 10 provengono da località circoscritte alla provincia di Reggio Calabria ed il resto da altre province italiane e dall'estero. Si rileva, dunque, una forza attrattiva che non supera i confini regionali dato che oltre il 92% di questi ultimi turisti proviene dalla Calabria.

L'attrattività prevalentemente locale dell'evento può giustificare l'elevata presenza di visitatori che non soggiornano sul territorio, mentre **solo 1 visitatore su 10 è un turista** che trascorre un periodo di vacanza nella provincia. In questo caso, la fruizione dell'evento si trasforma in una occasione di soggiorno con una durata media di quasi 2 settimane dovuto anche alla scelta di modalità di alloggio: oltre la metà dei turisti approfitta dell'ospitalità presso amici e parenti (57,1%), o in alternativa sceglie di affittare un appartamento (42,9%). In riferimento a quest'ultima opzione è importante comprendere il livello della ricettività locale: presumibilmente la bassa concentrazione di strutture ricettive, per lo più di piccole dimensioni, (il comune di Bova Marina registra il 3,8% di strutture ed il 2,3% di posti letto sul totale della provincia di Reggio Calabria) non è, infatti, in grado di venire incontro alla domanda turistica che sceglie altre soluzioni di alloggio.

In generale, il pubblico che partecipa a Pleariza è composto principalmente da un **target di giovani** di età compresa tra i 21 e i 30 anni, che nella maggior parte dei casi prende parte all'evento **in compagnia di un gruppo di amici** (42%).

Nonostante i consigli di amici e parenti influenzino buona parte dei visitatori nella scelta della destinazione, nel caso di Pleariza risulta particolarmente decisiva anche la **comunicazione**



pubblicitaria dell'evento, realizzata sia attraverso affissioni che stampa, ed in grado di fare leva su una quota significativa di partecipanti che oscilla tra i 4-6 visitatori su 10.

L'incidenza della promozione pubblicitaria acquista più valore considerando che quasi tutti coloro che hanno partecipato all'evento sono nuovi alla manifestazione ed il motivo della visita risiede soprattutto nella volontà di prendere parte a Paleariza (76%). Solo 2 visitatori su 10, invece, sono motivati a partecipare semplicemente per la vicinanza dell'evento al proprio comune di residenza.

Data la natura musicale del Festival e la ricchezza naturalistica dei luoghi che ne fanno lo scenario, oltre la metà del pubblico assiste a spettacoli musicali, mentre l'attrattiva e la ricchezza dei paesaggi che sono lo scenario dell'evento, diventano occasione di visita per circa 4 visitatori su 10. La produzione enogastronomica locale coinvolge, attraverso l'offerta di momenti di degustazioni, il 30% di visitatori, mentre meno partecipazione si registra verso gli eventi folcloristici, portavoce della cultura locale (17,5%), le fiere e le manifestazioni espositive (16,5%).

Senza particolare entusiasmo, **il giudizio espresso sull'evento** Paleariza da parte del pubblico è complessivamente positivo e corrisponde ad un **punteggio di 6,8** sulla base di una scala di valori che va da 1 (minimo) a 10 (massimo).

Ad incidere su tale giudizio il buon mix tra la ricchezza paesaggistica dei luoghi che incorniciano l'evento e il fattore legato all'accoglienza e all'ospitalità delle persone, aspetti su cui viene espresso il voto più alto (7,2). Positivo anche il giudizio sulla qualità degli eventi e dei ristoranti, entrambi giudicati con un 6,9.

Appena sufficienti, invece, gli aspetti relativi alla logistica ovvero l'efficienza dei trasporti e l'offerta dei collegamenti (6,3) così come la qualità delle informazioni e la segnaletica turistica presente in loco (6,3), elementi tutt'altro che marginali ai fini della fruizione turistica del territorio.

Il confronto tra le aspettative iniziali e l'effettiva offerta riscontrata in loco mette in luce una piena concordanza tra ciò che il pubblico ricerca e le modalità in cui il territorio risponde.

Considerando la presenza di un target di pubblico giovane non sorprende che quasi tutti i visitatori dichiarino in cima alle aspettative proprio l'offerta di divertimento. All'esigenza collettiva di divertimento si



unisce l'interesse di scoprire il patrimonio culturale del territorio, a livello artistico e archeologico (32% dei visitatori), dal quale trarre una fonte di arricchimento culturale (26%).

Se da un lato il livello della soddisfazione può dirsi positivo alla luce di quanti consiglierebbero di trascorrere un soggiorno nei luoghi appena visitati, dall'altro l'analisi dell'impatto economico dell'evento sul territorio evidenzia alcune criticità sulle quali pesa, in modo significativo, l'incidenza di escursionisti che trascorrono solamente una giornata fuori porta in occasione dell'evento.

Esclusi i costi dell'alloggio, i visitatori dell'evento hanno speso mediamente 65 € al giorno, importo attribuibile soprattutto alla voce della ristorazione con una spesa media di 57 € (che riguarda quasi tutti i visitatori). Sono quasi esclusivamente i pasti consumati presso ristoranti, pizzerie, bar, pasticcerie e caffè, dunque, a sostenere il giro d'affari in occasione di Paeleariza. Importi assai esigui, invece, quelli registrati per acquisti di prodotti enogastronomici, artigianali, souvenir e shopping.

In sintesi, l'evento in sé registra un discreto impatto sul pubblico in termini di soddisfazione ma risulta ancora debole il panorama dell'offerta di attività collaterali che non riescono a tradursi in occasioni di consumo e spesa. Alla luce dei risultati dell'indagine sui comportamenti della domanda è importante che gli imprenditori turistici diversifichino l'offerta, tenendo conto della presenza di un target giovane, ai fini di creare maggiori possibilità di consumo, che attualmente si limitano a beni di primaria necessità.

Ragione principale della visita o del soggiorno (%)

	Totale
Partecipare a questo evento	75,9
Sono residente in questo comune, mi trovo già qui	21,1
Sono in visita a parenti/amici	3,0
Totale	100,0

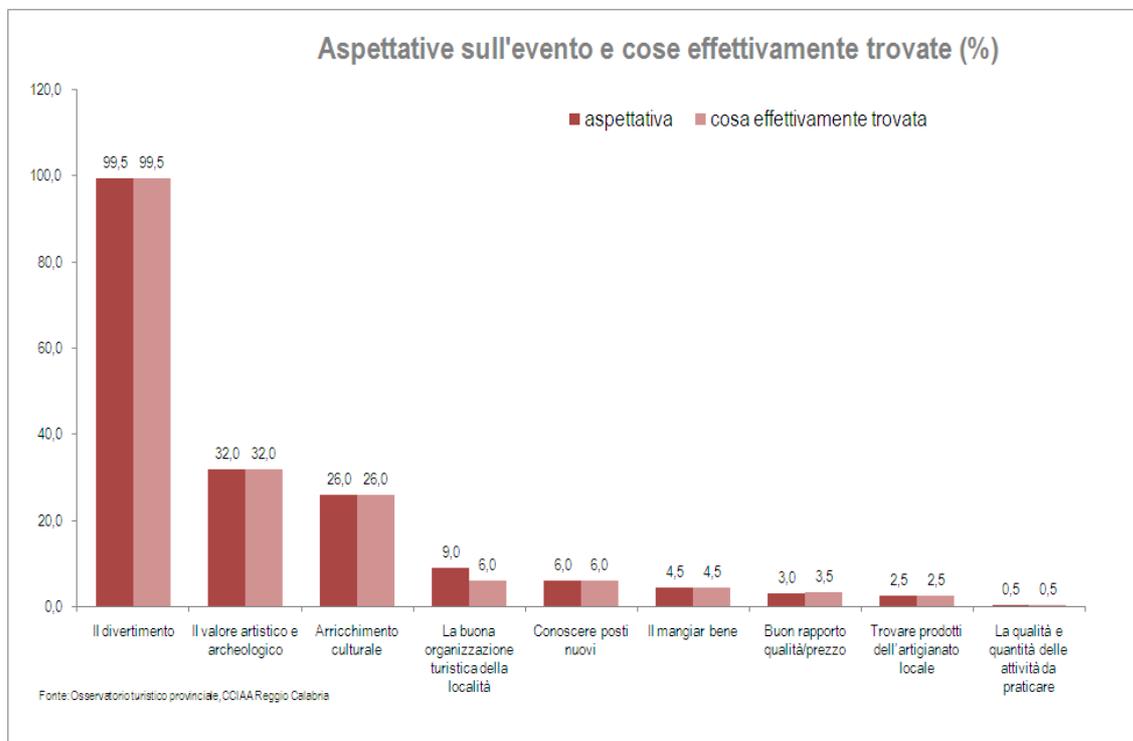
Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria



Principali canali di influenza sulla scelta dell'evento possibili più risposte,% sul totale partecipanti

	Totale
Consiglio di amici/parenti	50,5
C'ero già stato	1,0
Pubblicità	
Pubblicità su affissioni	56,5
Pubblicità sulla stampa	40,5
Intermediazione e guide turistiche	
<u>Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato</u>	<u>0,5</u>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria





ALLEGATI

1. Il coinvolgimento delle imprese ricettive italiane negli eventi dell'identità locale

Strutture coinvolte negli eventi del territorio e delle tradizioni per area (%)

	Si	No	Totale
nord ovest	23,2	76,8	100,0
nord est	28,3	71,7	100,0
centro	22,5	77,5	100,0
sud e isole	23,7	76,3	100,0
Totale Italia	24,9	75,1	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Strutture coinvolte negli eventi del territorio e delle tradizioni per area-prodotto (%)

	Si	No	Totale
città di interesse storico artistico	21,5	78,5	100,0
montagna	27,9	72,1	100,0
terme	24,4	75,6	100,0
lago	30,1	69,9	100,0
mare	24,8	75,2	100,0
campagna	25,9	74,1	100,0
altre località	23,0	77,0	100,0
Totale Italia	24,9	75,1	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Strutture coinvolte negli eventi del territorio e delle tradizioni per tipologia ricettiva (%)

	Si	No	Totale
alberghiero	26,7	73,3	100,0
extralberghiero	23,1	76,9	100,0
Totale Italia	24,9	75,1	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

**In che modo le strutture sono coinvolte negli eventi**

possibili più risposte; % sul totale strutture coinvolte per area

	pubblicità in azienda all'evento	sconti e promozioni in occasione dell'evento	stand/desk promozionale	sponsorizzazione economica	azioni mirate verso la clientela abituale	Altro
nord ovest	59,2	40,6	9,8	22,9	5,3	1,4
nord est	51,6	29,0	9,3	13,9	14,3	2,0
centro	48,8	26,5	19,7	9,4	4,9	0,7
sud e isole	41,4	24,9	18,3	15,5	5,6	0,1
Totale Italia	50,1	29,4	13,7	14,6	8,8	1,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

In che modo le strutture sono coinvolte negli eventi

possibili più risposte; % sul totale strutture coinvolte per area-prodotto

	pubblicità in azienda all'evento	sconti e promozioni in occasione dell'evento	stand/desk promozionale	sponsorizzazione economica	azioni mirate verso la clientela abituale	Altro
città di interesse storico artistico	54,3	29,1	14,8	8,9	11,4	0,5
montagna	48,3	27,3	11,1	15,2	7,6	2,1
terme	42,7	26,1	17,7	14,5	13,7	3,1
lago	50,3	40,3	5,6	13,2	8,7	-
mare	51,7	30,8	13,7	17,6	7,5	1,3
campagna	50,3	30,5	15,6	14,5	9,0	1,3
altre località	44,4	25,3	17,8	17,8	7,6	-
Totale Italia	50,1	29,4	13,7	14,6	8,8	1,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

In che modo le strutture sono coinvolte negli eventi

possibili più risposte; % sul totale strutture coinvolte per tipologia ricettiva

	pubblicità in azienda all'evento	sconti e promozioni in occasione dell'evento	stand/desk promozionale	sponsorizzazione economica	azioni mirate verso la clientela abituale	Altro
alberghiero	49,4	34,4	10,7	16,3	8,8	1,3
extralberghiero	50,9	23,7	17,1	12,5	8,9	1,0
Totale Italia	50,1	29,4	13,7	14,6	8,8	1,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

**Gli effetti degli eventi della tradizione della cultura locale sulla clientela per area (%)**

	nord ovest	nord est	centro	sud e isole	Totale Italia
Generano un aumento	40,7	55,4	35,7	38,5	44,0
dal 5 al 10%	21,2	25,9	15,8	19,1	21,0
dall'11 al 20%	7,8	9,3	8,0	8,9	8,6
dal 21 al 30%	5,6	8,5	4,3	3,9	5,9
dal 31 al 40%	2,5	5,4	1,3	1,3	2,9
dal 41 al 50%	2,0	3,9	2,2	1,7	2,7
oltre il 50%	1,5	2,4	4,0	3,6	2,9
Non generano un aumento	59,3	44,6	64,3	61,5	56,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Gli effetti degli eventi della tradizione della cultura locale sulla clientela per area-prodotto (%)

	città di interesse storico artistico	montagna	terme	lago	mare	campagna	altre località	Totale Italia
generano un aumento	48,8	51,5	41,8	40,1	36,3	43,7	39,9	44,0
dal 5 al 10%	22,2	23,7	17,6	20,1	18,5	20,4	21,2	21,0
dall'11 al 20%	8,8	10,3	7,3	7,2	7,7	9,1	7,6	8,6
dal 21 al 30%	5,5	9,5	5,3	4,9	4,7	5,2	4,0	5,9
dal 31 al 40%	3,6	3,5	4,1	2,0	2,0	3,6	1,9	2,9
dal 41 al 50%	4,0	2,6	1,9	4,2	1,7	3,3	1,5	2,7
oltre il 50%	4,6	1,9	5,6	1,7	1,8	2,2	3,9	2,9
Non generano un aumento	51,2	48,5	58,2	59,9	63,7	56,3	60,1	56,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere



Gli effetti degli eventi della tradizione della cultura locale sulla clientela per tipologia ricettiva (%)

	alberghiero	extralberghiero	Totale Italia
generano un aumento	45,6	42,4	44,0
dal 5 al 10%	22,7	19,3	21,0
dall'11 al 20%	8,1	9,1	8,6
dal 21 al 30%	6,5	5,3	5,9
dal 31 al 40%	3,2	2,7	2,9
dal 41 al 50%	2,6	2,8	2,7
oltre il 50%	2,5	3,3	2,9
Non generano un aumento	54,4	57,6	56,0
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Principali eventi e manifestazioni di intrattenimento/culturali locali nei quali sono coinvolte le strutture ricettive italiane

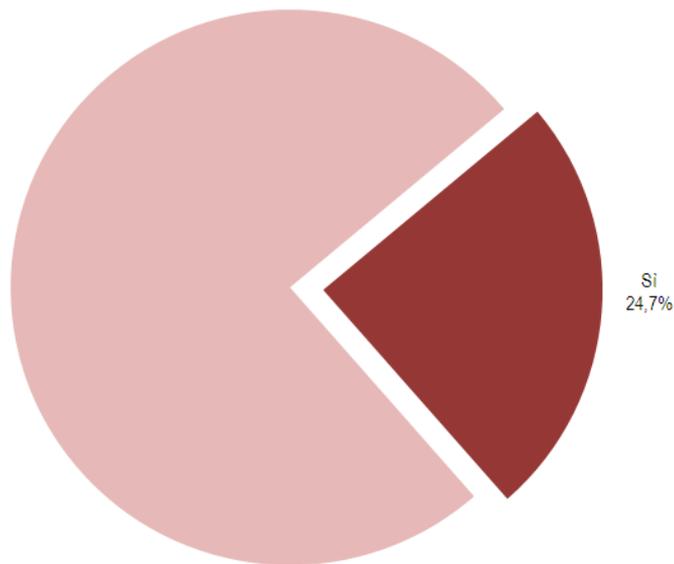
- 1° Notte della Taranta (Puglia)
 - 2° Giornate della percussione (Marche)
 - 3° Festival della filosofia (Emilia Romagna)
- 800 festival (Emilia Romagna)
- Mostra su Piero Della Francesca e Della Robbia (Toscana)
- Family fun (Trentino A.A.)
- Festa della gioventù a Montecatini (Toscana)
- Festival di Ravenna (Emilia Romagna)
- Folkfest (Emilia Romagna)

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

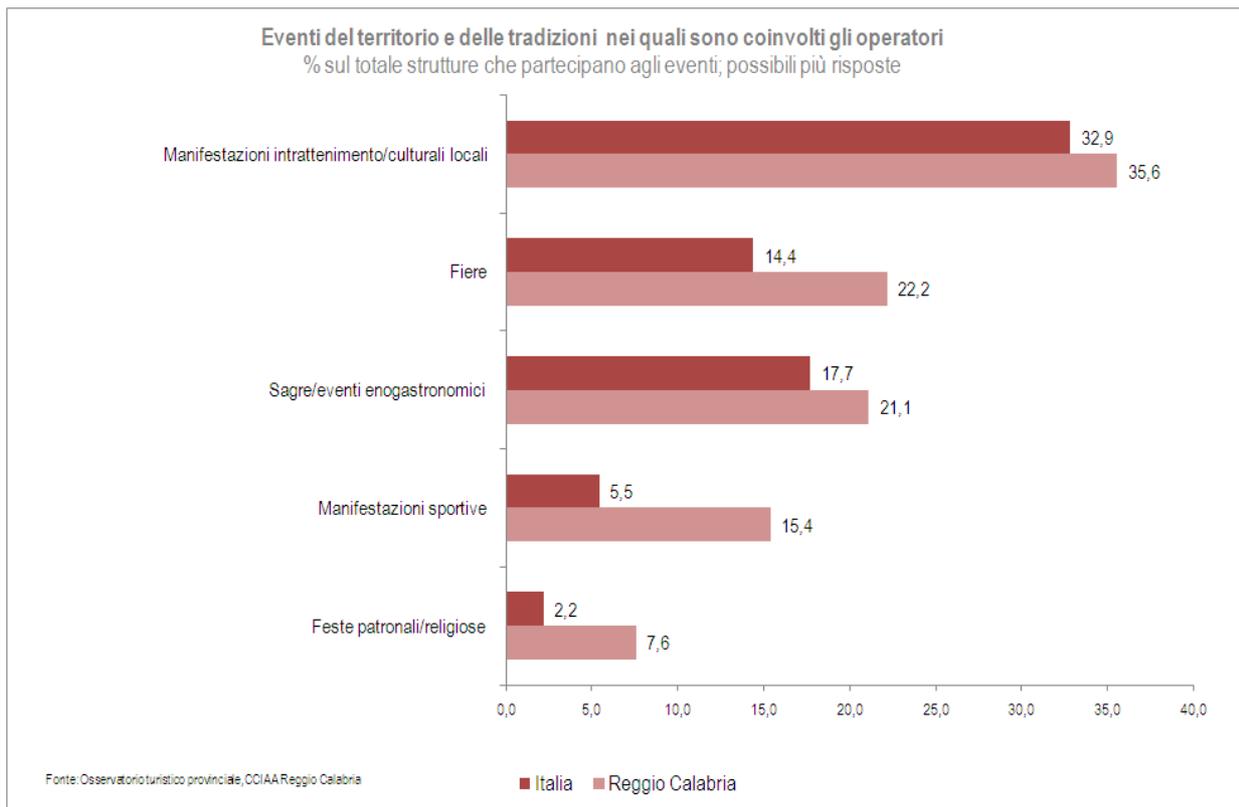


2. Il coinvolgimento delle imprese ricettive della provincia di Reggio Calabria negli eventi dell'identità locale

Strutture coinvolte negli eventi del territorio e delle tradizioni nella provincia di Reggio Calabria (%)



Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria



Modalità di coinvolgimento negli eventi della cultura e delle tradizioni

% sul totale strutture che partecipano agli eventi; possibili più risposte

Pubblicità all'evento	40,0
Offrendo sconti e promozioni in occasione dell'evento	22,9
Sponsorizzando economicamente in parte o in tutto l'iniziativa	16,5
Partecipando con uno stand/desk promozionale	11,5
Con azioni mirate verso la clientela abituale	9,1

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria



3. Il coinvolgimento delle imprese locali in occasione degli eventi Paleariza e Roccella Jazz Festival

Conoscenza degli eventi della provincia di Reggio Calabria per tipologia

(% sul totale imprese contattate per tipologia)

	Paleariza	Roccella Jazz Festival	Entrambi	Nessuno dei due eventi	Totale
Alberghi	14,3	50,0	14,3	21,4	100,0
Agriturismi	41,7	41,7	8,3	8,3	100,0
Bed and breakfast	25,0	50,0	18,8	6,3	100,0
Ristoranti	30,8	57,7	3,8	7,7	100,0
Agenzie di viaggi	28,6	57,1	14,3	-	100,0
Bar	53,8	46,2	-	-	100,0
Altro	85,7	14,3	-	-	100,0
Totale	33,0	48,6	9,2	9,2	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

Imprese coinvolte nell'evento PALEARIZA 2010 (%)

	Si	No	Totale
Alberghi	28,6	71,4	100,0
Agriturismi	14,3	85,7	100,0
Bed and breakfast	42,9	57,1	100,0
Ristoranti	25,0	75,0	100,0
Agenzie di viaggi	66,7	33,3	100,0
Bar	57,1	42,9	100,0
Altro	100,0	-	100,0
Totale	44,4	55,6	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria



Imprese coinvolte per la prima volta nell'evento PALEARIZA 2010 (%)

	Sì	No	Totale
Alberghi	-	100,0	100,0
Agriturismi	-	100,0	100,0
Bed and breakfast	-	100,0	100,0
Ristoranti	-	100,0	100,0
Agenzie di viaggi	-	100,0	100,0
Bar	-	100,0	100,0
Altro	20,0	80,0	100,0
Totale	5,0	95,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

Imprese coinvolte nell'evento ROCCELLA JAZZ FESTIVAL 2010 (%)

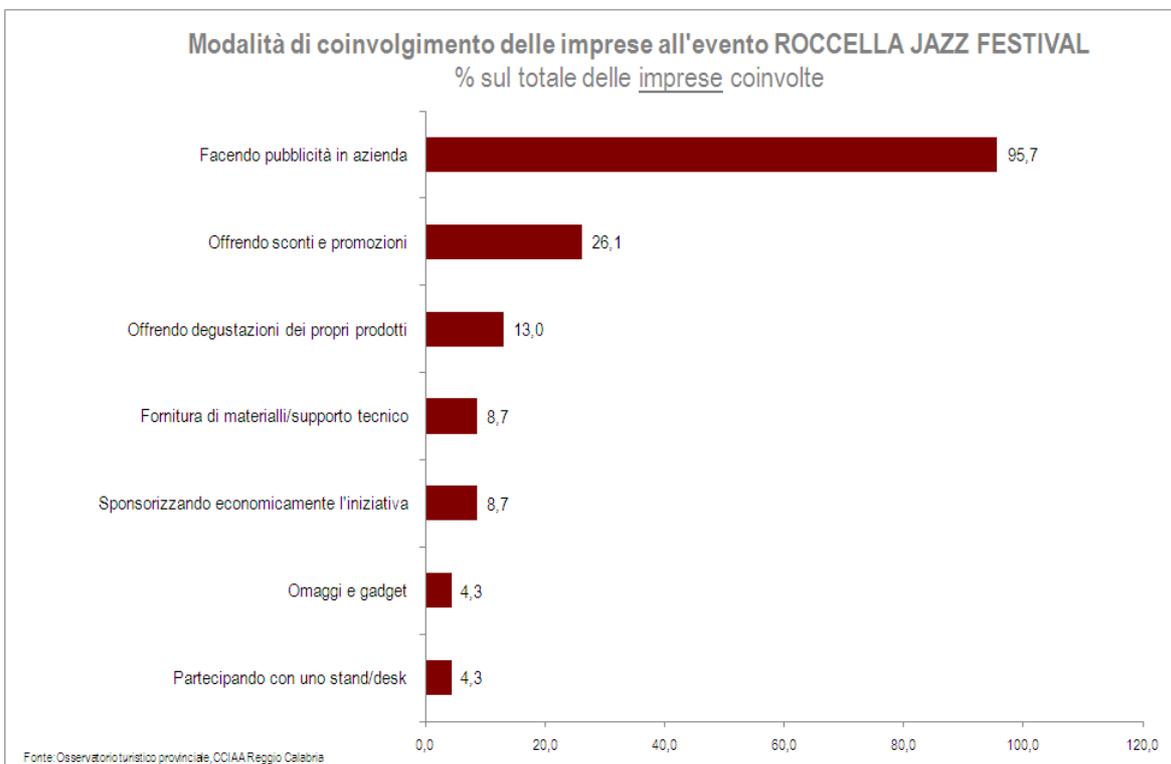
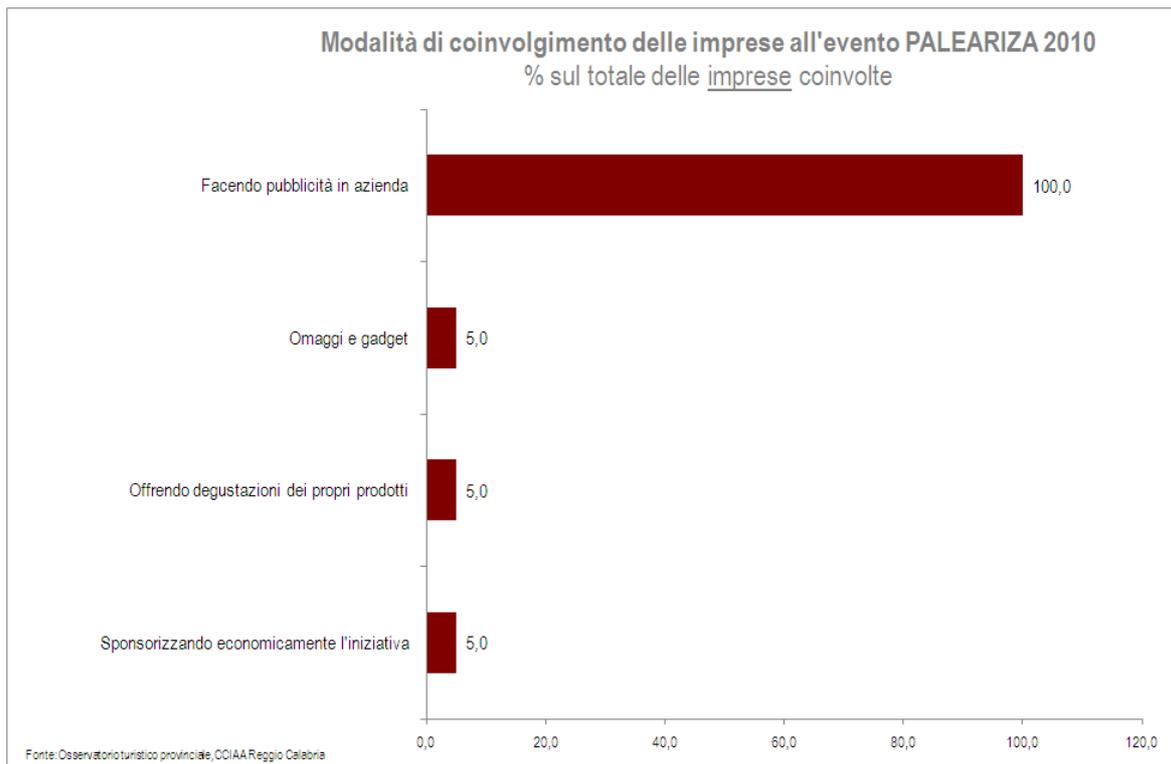
	Sì	No	Totale
Alberghi	61,5	38,5	100,0
Agriturismi	50,0	50,0	100,0
Bed and breakfast	27,3	72,7	100,0
Ristoranti	20,0	80,0	100,0
Agenzie di viaggi	40,0	60,0	100,0
Bar	50,0	50,0	100,0
Altro	100,0	-	100,0
Totale	40,4	59,6	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

Imprese coinvolte per la prima volta nell'evento ROCCELLA JAZZ FESTIVAL 2010 (%)

	Sì	No	Totale
Alberghi	33,3	66,7	100,0
Agriturismi	-	100,0	100,0
Bed and breakfast	66,7	33,3	100,0
Ristoranti	-	100,0	100,0
Agenzie di viaggi	-	100,0	100,0
Bar	-	100,0	100,0
Altro	100,0	-	100,0
Totale	25,0	75,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria



**Riscontri positivi per gli imprenditori
dall'evento PALEARIZA 2010 (%)**

	Si	No	Totale
Alberghi	25,0	75,0	100,0
Agriturismi	-	100,0	100,0
Bed and breakfast	-	100,0	100,0
Ristoranti	22,2	77,8	100,0
Agenzie di viaggi	33,3	66,7	100,0
Bar	28,6	71,4	100,0
Altro	66,7	33,3	100,0
Totale	23,9	76,1	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

**Riscontri per gli imprenditori dall'evento
PALEARIZA 2010 (%)**

	Incremento delle vendite	Contatti con nuovi fornitori	Contatti con nuovi clienti
Alberghi	20,0	-	16,7
Ristoranti	20,0	-	33,3
Agenzie di viaggi	-	100,0	-
Bar	20,0	-	-
Altro	40,0	-	50,0
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

**Riscontri per gli imprenditori dall'evento
PALEARIZA 2010 (%)**

	Incremento delle vendite	Contatti con nuovi fornitori	Contatti con nuovi clienti	Totale
Alberghi	66,7	-	33,3	100,0
Ristoranti	50,0	-	50,0	100,0
Agenzie di viaggi	-	100,0	-	100,0
Bar	100,0	-	-	100,0
Altro	57,1	-	42,9	100,0
Totale	58,8	5,9	35,3	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria



Riscontri positivi per gli imprenditori dall'evento ROCCELLA JAZZ FESTIVAL (%)

	Sì	No	Totale
Alberghi	22,2	77,8	100,0
Agriturismi	16,7	83,3	100,0
Bed and breakfast	18,2	81,8	100,0
Ristoranti	50,0	50,0	100,0
Agenzie di viaggi	40,0	60,0	100,0
Bar	33,3	66,7	100,0
Altro	100,0	-	100,0
Totale	31,7	68,3	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

Riscontri per gli imprenditori dall'evento ROCCELLA JAZZ FESTIVAL (%)

	Incremento delle vendite	Contatti con nuovi clienti	Contatti con altre imprese locali	Ritorno di immagine positiva	Totale
Alberghi	20,0	14,3	-	-	16,1
Agriturismi	5,0	14,3	-	-	6,5
Bed and breakfast	10,0	14,3	-	33,3	12,9
Ristoranti	40,0	28,6	100,0	33,3	38,7
Agenzie di viaggi	10,0	14,3	-	-	9,7
Bar	10,0	-	-	-	6,5
Altro	5,0	14,3	-	33,3	9,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

**Riscontri per gli imprenditori dall'evento ROCCELLA JAZZ FESTIVAL (%)**

	Incremento delle vendite	Contatti con nuovi clienti	Contatti con altre imprese locali	Ritorno di immagine positiva	Totale
Alberghi	80,0	20,0	-	-	100,0
Agriturismi	50,0	50,0	-	-	100,0
Bed and breakfast	50,0	25,0	-	25,0	100,0
Ristoranti	66,7	16,7	8,3	8,3	100,0
Agenzie di viaggi	66,7	33,3	-	-	100,0
Bar	100,0	-	-	-	100,0
Altro	33,3	33,3	-	33,3	100,0
Totale	64,5	22,6	3,2	9,7	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

Il giudizio su alcuni aspetti della manifestazione PALEARIZA 2010

(voto medio, valori da 1 a 10)

	L'organizzazione della manifestazione	Il periodo di svolgimento	I luoghi	La qualità degli eventi	La presenza di pubblico	L'attività di promozione	Il coinvolgimento dell'impresa	La sinergia con altri operatori	Giudizio complessivo manifestazione
Alberghi	7,6	7,5	7,8	7,8	7,5	7,4	6,1	5,4	7,6
Agriturismi	7,1	7,6	7,4	7,6	7,4	6,9	5,9	4,9	7,6
Bed and breakfast	7,9	7,9	7,6	8,1	7,9	6,9	4,9	4,7	8,0
Ristoranti	7,8	8,1	8,0	8,1	7,9	7,3	5,8	5,2	8,1
Agenzie di viaggi	7,7	7,7	8,0	8,0	7,7	7,3	5,7	5,7	8,0
Bar	7,6	7,9	8,0	7,9	7,9	7,0	5,6	4,4	7,6
Altro	7,7	8,0	8,0	7,5	8,0	7,5	6,8	6,2	7,8
Totale	7,6	7,8	7,8	7,9	7,7	7,2	5,8	5,1	7,8

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria



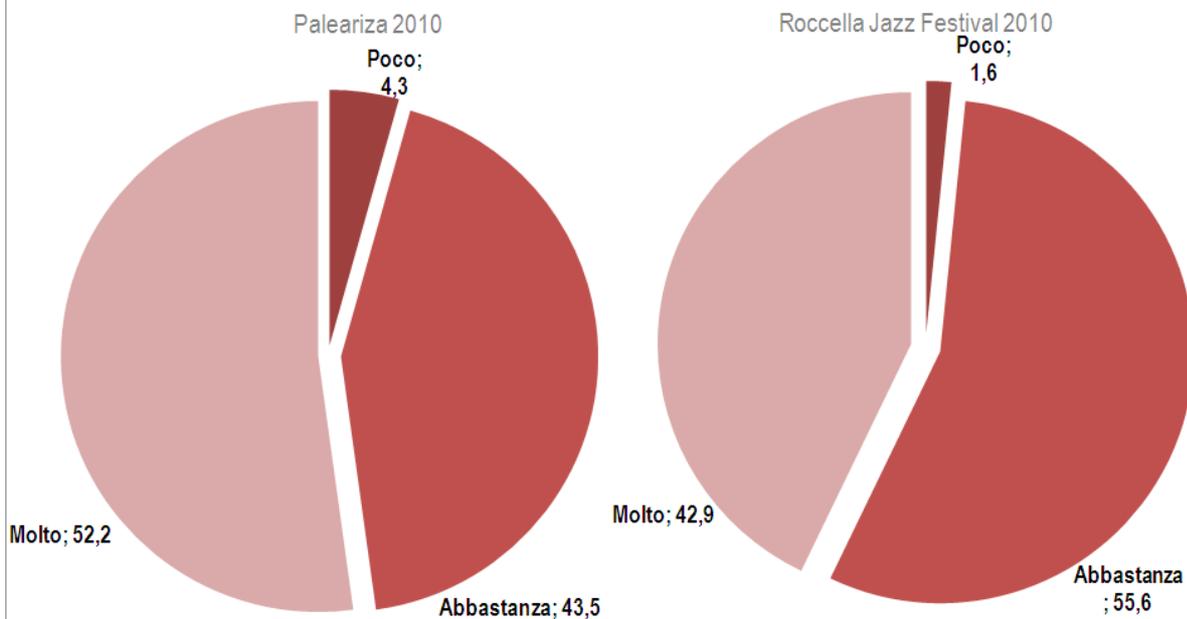
Il giudizio su alcuni aspetti della manifestazione ROCCELLA JAZZ FESTIVAL 2010

(voto medio, valori da 1 a 10)

	L'organizzazione manifestazione	Il periodo di svolgimento	I luoghi	La qualità degli eventi	La presenza di pubblico	L'attività di promozione	Il coinvolgimento dell'impresa	La sinergia con altri operatori	Giudizio complessivo manifestazione
Alberghi	7,7	6,6	7,6	7,8	7,6	7,3	5,9	5,4	7,8
Agriturismi Bed and breakfast	7,7	7,2	7,2	7,5	7,2	7,3	5,5	5,3	7,8
Ristoranti	8,6	6,2	8,7	8,8	8,5	8,2	6,3	6,1	8,5
Agenzie di viaggi	8,1	7,5	8,2	8,2	8,4	8,2	6,5	6,4	8,3
Bar	8,0	7,4	7,6	8,2	7,8	7,8	6,0	5,8	8,0
Altro	7,7	6,7	8,2	8,3	7,5	7,5	5,8	5,7	8,2
Altro	9,0	9,0	9,0	9,0	9,0	9,0	9,0	6,0	9,0
Totale	8,0	6,9	8,0	8,2	8,0	7,8	6,1	5,8	8,1

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

Quanto le imprese ritengono che gli eventi siano rappresentativi del territorio (%)



Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria



Quanto le imprese ritengono che gli eventi siano rappresentativi del territorio (%)

Paleariza 2010

	Molto	Abbastanza	Poco	Totale
Alberghi	87,5	12,5	-	100,0
Agriturismi	28,6	71,4	-	100,0
Bed and breakfast	14,3	85,7	-	100,0
Ristoranti	44,4	55,6	-	100,0
Agenzie di viaggi	33,3	66,7	-	100,0
Bar	85,7	-	14,3	100,0
Altro	60,0	20,0	20,0	100,0
Totale	52,2	43,5	4,3	100,0

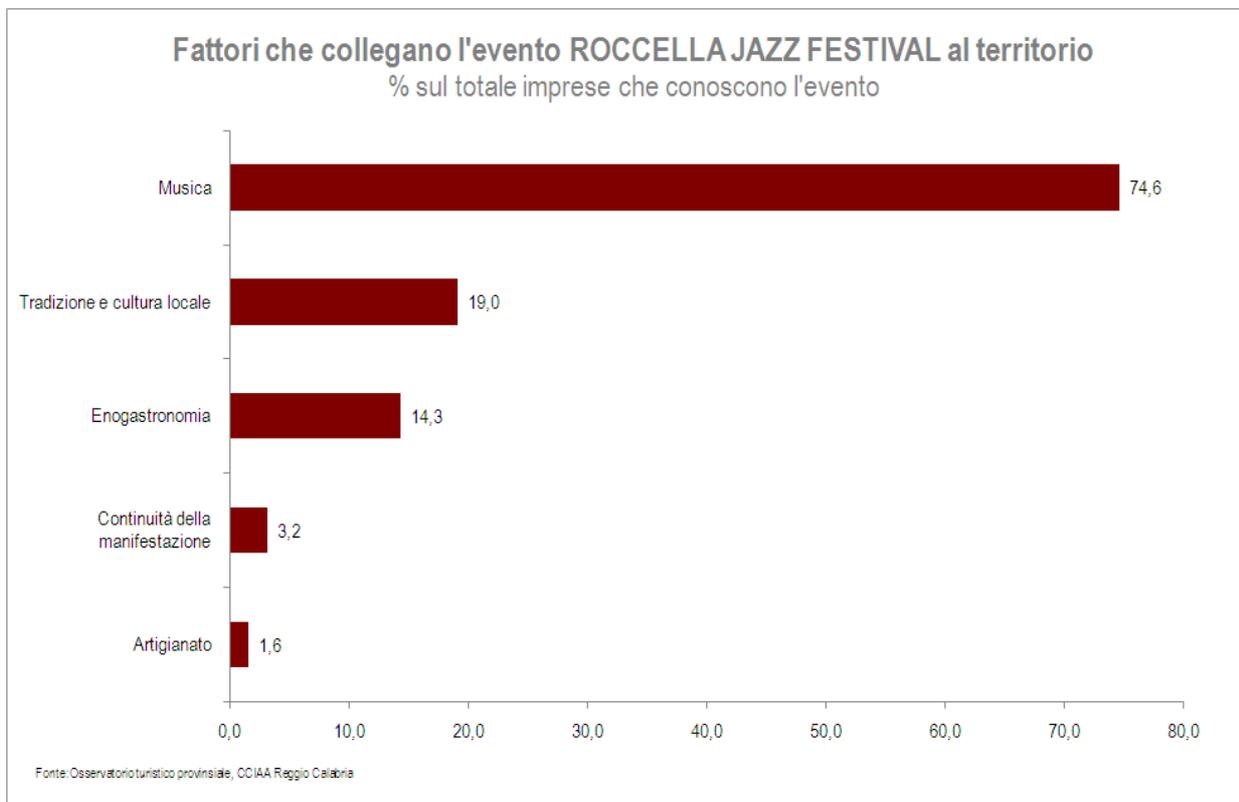
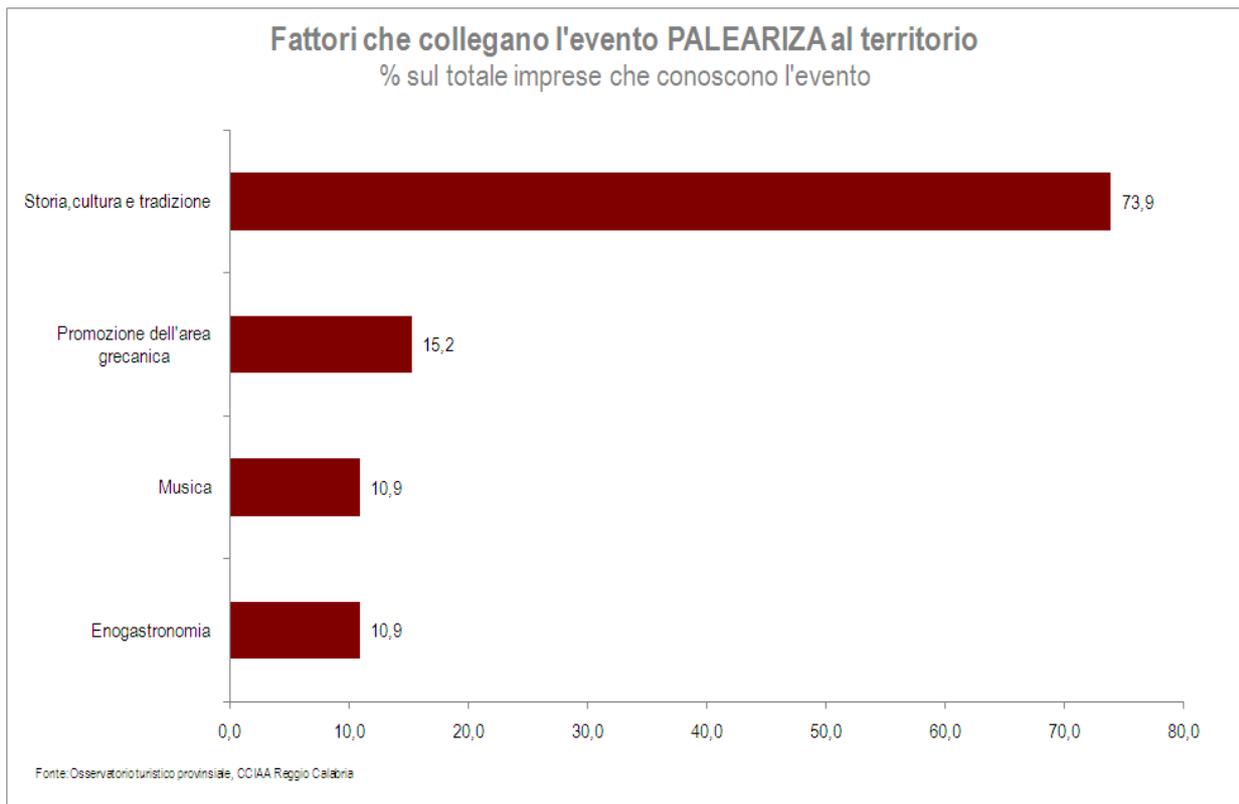
Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

Quanto le imprese ritengono che gli eventi siano rappresentativi del territorio (%)

Roccella Jazz Festival 2010

	Molto	Abbastanza	Poco	Totale
Alberghi	38,9	55,6	5,6	100,0
Agriturismi	33,3	66,7	-	100,0
Bed and breakfast	45,5	54,5	-	100,0
Ristoranti	43,8	56,3	-	100,0
Agenzie di viaggi	20,0	80,0	-	100,0
Bar	83,3	16,7	-	100,0
Altro	-	100,0	-	100,0
Totale	42,9	55,6	1,6	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria





Promozione e valorizzazione dell'identità del territorio da parte dell'evento PALEARIZA 2010 (%)

	Si	No	Totale
Alberghi	100,0	-	100,0
Agriturismi	100,0	-	100,0
Bed and breakfast	85,7	14,3	100,0
Ristoranti	88,9	11,1	100,0
Agenzie di viaggi	100,0	-	100,0
Bar	85,7	14,3	100,0
Altro	83,3	16,7	100,0
Totale	91,5	8,5	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

Promozione e valorizzazione dell'identità del territorio da parte dell'evento ROCCELLA JAZZ FESTIVAL 2010 (%)

	Si	No	Totale
Alberghi	94,4	5,6	100,0
Agriturismi	100,0	-	100,0
Bed and breakfast	90,9	9,1	100,0
Ristoranti	93,8	6,3	100,0
Agenzie di viaggi	100,0	-	100,0
Bar	100,0	-	100,0
Altro	100,0	-	100,0
Totale	95,2	4,8	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria



L'evento Paleariza ha contribuito a promuovere e valorizzare l'identità del territorio?

Si, in che modo

Facendo conoscere i luoghi e la tradizione
Promuovendo il turismo
Valorizzando prodotti tipici del territorio
Coinvolgendo la popolazione

No, perché

Mancanza di promozione
Evento troppo circoscritto territorialmente
Il livello della manifestazione è sceso
Poca sicurezza

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

L'evento Roccella Jazz Festival ha contribuito a promuovere e valorizzare l'identità del territorio?

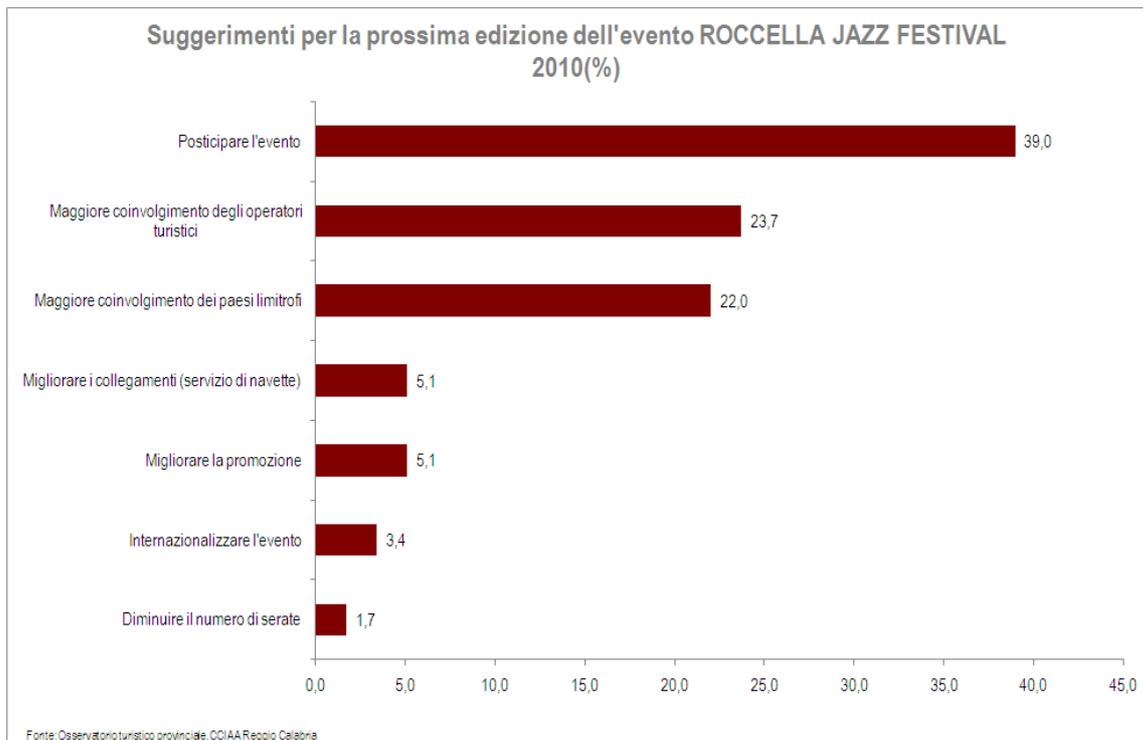
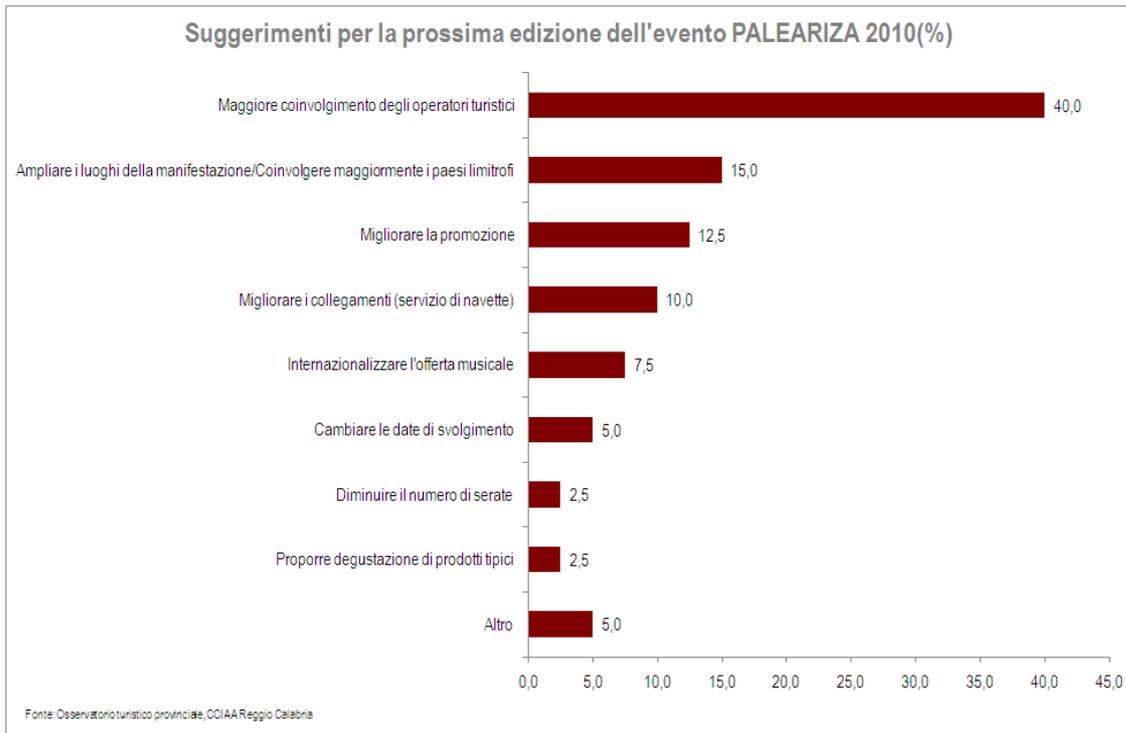
Si, in che modo

Facendo conoscere i luoghi e la tradizione
Promuovendo il turismo
Rappresenta l'evento simbolo dell'estate
Valorizza la tradizione musicale del territorio
L'evento un richiamo internazionale

No, perché

L'evento è troppo circoscritto territorialmente
Il jazz non fa parte della tradizione locale

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria





4. Le caratteristiche e i comportamenti del pubblico che ha partecipato all'evento Paleariza 2010

PALEARIZA-Provenienza dei turisti (%)

Provincia di Reggio Calabria	89,0
Altre province italiane ed estero	11,0
Totale	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

PALEARIZA-Regione di provenienza dei turisti italiani (%)

Calabria	92,2
Lombardia	2,6
Piemonte	2,1
Basilicata	1,0
Lazio	1,0
Emilia Romagna	0,5
Marche	0,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

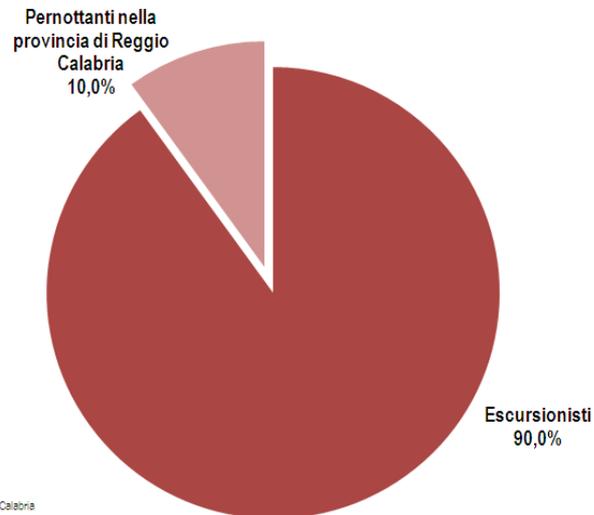
**PALEARIZA-Identikit del visitatore (%)**

	Provincia di Reggio Calabria	Altre province italiane ed estero	Totale
Sesso			
Maschio	52,8	42,9	51,8
Femmina	47,2	57,1	48,2
Totale	100,0	100,0	100,0
Età			
fino a 20 anni	-	4,8	0,5
da 21 a 30 anni	52,5	28,6	50,0
da 31 a 40 anni	25,4	28,6	25,8
da 41 a 50 anni	15,8	28,6	17,2
da 51 a 60 anni	4,5	9,5	5,1
oltre 60 anni	1,7	-	1,5
Totale	100,0	100,0	100,0
Titolo di studio			
Scuola media inferiore	58,2	33,3	55,6
Diploma scuola media superiore	40,7	66,7	43,4
Laurea	1,1	-	1,0
Totale	100,0	100,0	100,0
Condizione professionale			
Impiegato/insegnante	7,3	28,6	9,6
Operaio, agricoltore	27,7	19,0	26,8
Libero professionista, consulente	0,6	-	0,5
Lavoratore autonomo/artigiano/collaboratore occasionale	1,1	-	1,0
Commerciante, esercente	2,8	-	2,5
Casalinga	26,6	38,1	27,8
Studente	9,0	14,3	9,6
Pensionato	1,1	-	1,0
Disoccupato/non occupato	23,7	-	21,2
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria



PALEARIZA-Tipologia di visitatore



Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

PALEARIZA - Ragione principale della visita o del soggiorno (%)

	Provincia di Reggio Calabria	Altre province italiane ed estero	Totale
Partecipare a questo evento	77,0	66,7	75,9
Sono residente in questo comune, mi trovo già qui	23,0	4,8	21,1
Sono in visita a parenti/amici	-	28,6	3,0
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

PALEARIZA-Quota di visitatori che sono coinvolti per la prima volta nell'evento (%)

	Provincia di Reggio Calabria	Altre province italiane ed estero	Totale
Si	95,5	95,5	95,5
No	4,5	4,5	4,5
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

**PALEARIZA - Canali di influenza sulla scelta dell'evento**

possibili più risposte, % sul totale visitatori

	Provincia di Reggio Calabria	Altre province italiane ed estero	Totale
Pubblicità su affissioni	58,4	40,9	56,5
Consiglio di amici/parenti	49,4	59,1	50,5
Pubblicità sulla stampa	43,3	18,2	40,5
C'ero già stato	0,6	4,5	1,0
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	0,6	-	0,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

PALEARIZA-Compagnia durante l'evento (%)

	Provincia di Reggio Calabria	Altre province italiane ed estero	Totale
Da solo/a	5,1	-	4,5
Con amici	46,1	9,1	42,0
Con mia moglie/mio marito	21,3	9,1	20,0
Con la famiglia, con i bambini	12,9	45,5	16,5
In gruppo organizzato	0,6	-	0,5
Altro	14,0	36,4	16,5
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

PALEARIZA-Durata del soggiorno

(media notti)

Altre province italiane ed estero	13,3
-----------------------------------	------

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria



PALEARIZA-Tipologia di alloggio utilizzata per il soggiorno (%)

	Altre province italiane ed estero
Residenze di amici e parenti	57,1
Casa privata in affitto	42,9
Totale	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

PALEARIZA-Attività svolte durante il soggiorno

possibili più risposte; % sul totale visitatori

	Provincia di Reggio Calabria	Altre province italiane ed estero	Totale
Ho assistito a spettacoli musicali	59,6	9,1	54,0
Ho visitato le bellezze naturalistiche del luogo	35,4	90,9	41,5
Ho degustato i prodotti eno-gastronomici locali	29,2	31,8	29,5
Ho partecipato ad eventi folcloristici e della cultura locale	17,4	18,2	17,5
Ho visitato fiere e manifestazioni espositive	17,4	9,1	16,5
Ho visitato i monumenti e i siti di interesse archeologico	2,8	4,5	3,0
Ho fatto shopping	0,6	18,2	2,5
Ho visitato mostre e musei	0,6	4,5	1,0
Ho acquistato prodotti tipici e dell'artigianato locale	-	4,5	0,5
Ho praticato attività sportive	-	4,5	0,5
Altro	-	27,3	3,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

PALEARIZA-Giudizio sull'evento nel complesso

Provincia di Reggio Calabria	6,8
Altre province italiane ed estero	7,0
Totale	6,8

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

**PALEARIZA-Giudizio medio con voto da 1 a 10 sui seguenti aspetti dell'offerta turistica del luogo**

	Provincia di Reggio Calabria	Altre province italiane ed estero	Totale
L'ospitalità dei residenti	7,1	8,0	7,2
La bellezza dei luoghi che fanno da scenari all'evento	7,1	7,8	7,2
La qualità degli eventi	6,9	7,4	6,9
La qualità dei ristoranti	6,8	7,4	6,9
La pulizia dei luoghi	6,7	6,8	6,7
La qualità dell'organizzazione degli eventi	6,4	6,6	6,5
La disponibilità di informazioni sul programma prima dell'evento	6,4	6,4	6,4
La qualità delle informazioni/segnaletica turistica in loco	6,3	6,4	6,3
L'efficienza dei trasporti, collegamenti	6,3	6,2	6,3
La qualità degli alberghi	6,1	6,1	6,1

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

PALEARIZA-Aspettative sull'evento (%)

	Provincia di Reggio Calabria	Altre province italiane ed estero	Totale
Il divertimento	100,0	95,5	99,5
Il valore artistico e archeologico	32,6	27,3	32,0
Arricchimento culturale	23,6	45,5	26,0
La buona organizzazione turistica della località	7,9	18,2	9,0
Conoscere posti nuovi	0,6	50,0	6,0
Il mangiar bene	3,4	13,6	4,5
Buon rapporto qualità/prezzo	2,8	4,5	3,0
Trovare prodotti dell'artigianato locale	1,7	9,1	2,5
La qualità e quantità delle attività da praticare	0,6	-	0,5

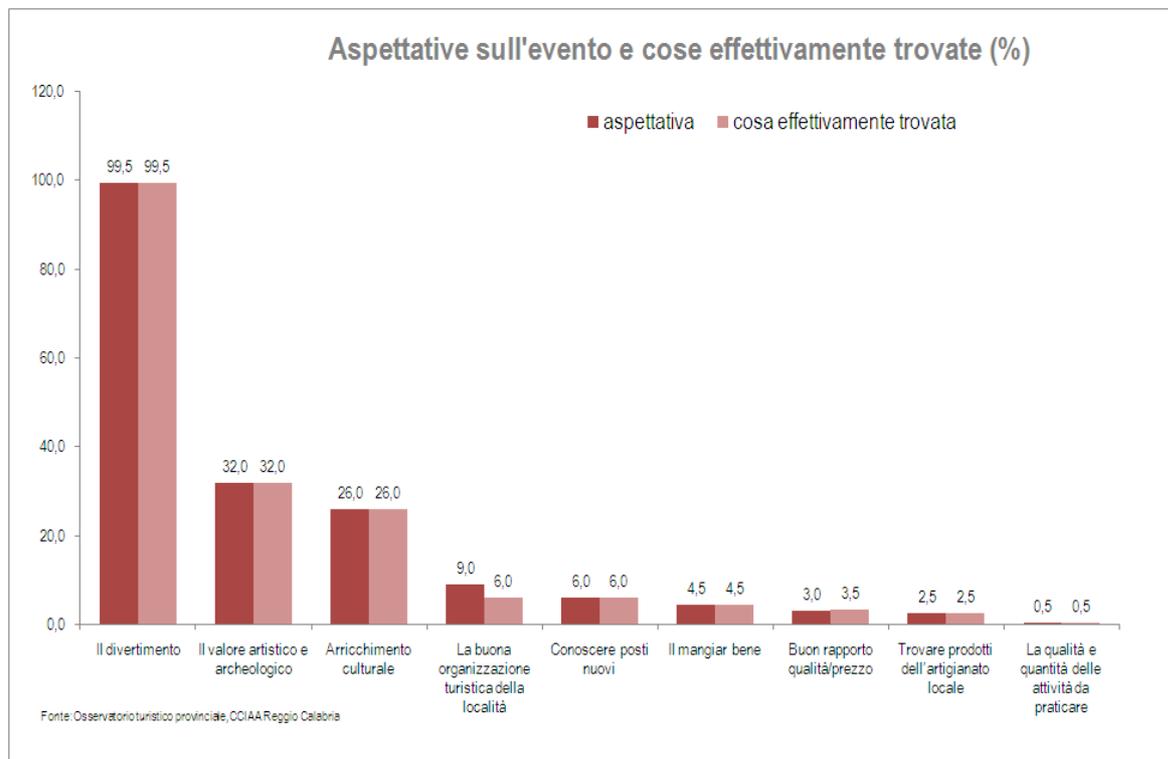
Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria



PALEARIZA-Cosa trovate effettivamente (%)

	Provincia di Reggio Calabria	Altre province italiane ed estero	Totale
Il divertimento	100,0	95,5	99,5
Il valore artistico ed archeologico	32,6	27,3	32,0
Arricchimento culturale	23,6	45,5	26,0
La buona organizzazione turistica della località	6,7	-	6,0
Conoscere posti nuovi	0,6	50,0	6,0
Il mangiar bene	3,4	13,6	4,5
Buon rapporto qualità/prezzo	3,4	4,5	3,5
Trovare prodotti dell'artigianato locale	1,7	9,1	2,5
La qualità e quantità delle attività da praticare	0,6	-	0,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria





PALEARIZA-Quota di visitatori che pensa di tornare nella provincia di Reggio Calabria (%)

Altre province italiane ed estero

Si, il prossimo anno	61,9
Si, ma non so quando	38,1
Totale	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

PALEARIZA-Quota di visitatori che consiglierebbe di venire in vacanza nella provincia di Reggio Calabria (%)

	Provincia di Reggio Calabria	Altre province italiane ed estero	Totale
Si	99,4	95,5	99,0
No	0,6	4,5	1,0
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

PALEARIZA-Quota di visitatori per classe di spesa

	Provincia di Reggio Calabria	Altre province italiane ed estero	Totale
da 0 a 30	16,9	36,4	19,0
da 31 a 60	41,6	9,1	38,0
da 61 a 90	10,1	9,1	10,0
da 91 a 120	31,5	31,8	31,5
da 121 a 150	-	4,5	0,5
oltre 150	-	9,1	1,0
Totale	100,0	100,0	100,0

Spesa media (escluso l'alloggio)

Spesa media giornaliera	64,61	71,94	65,41
--------------------------------	--------------	--------------	--------------

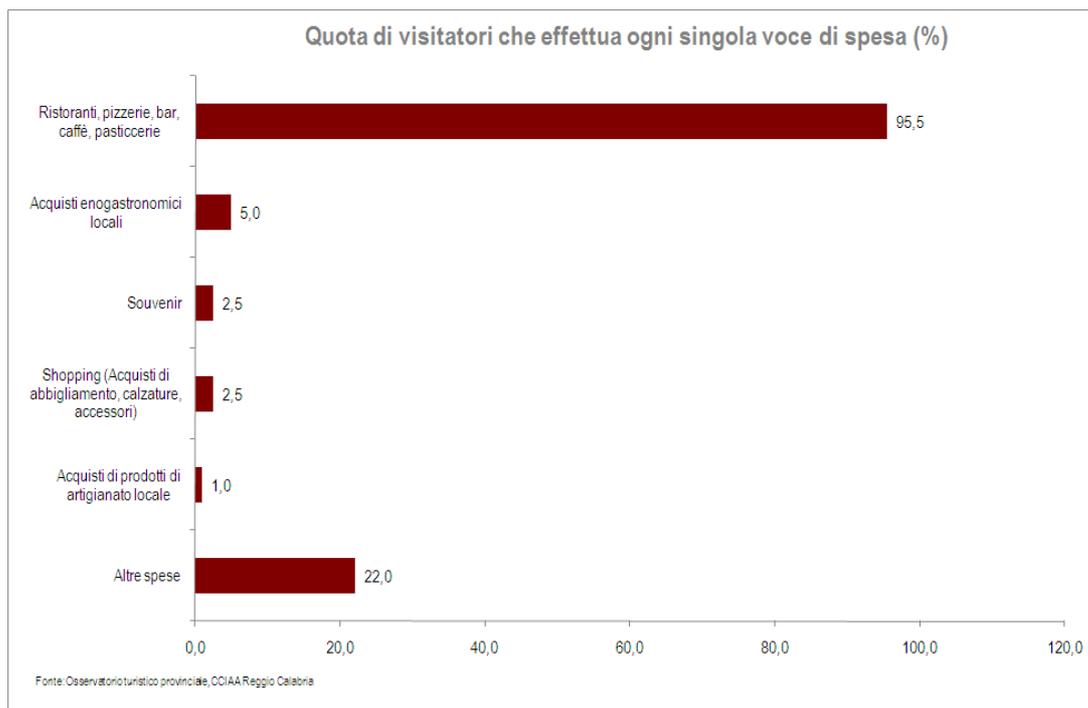
Fonte: Unioncamere Piemonte-Isnart



PALEARIZA-Spesa media (valori in euro)

	Provincia di Reggio Calabria	Altre province italiane ed estero	Totale
Ristoranti,pizzerie,bar,caffè,pasticcerie	58,57	44,64	57,03
Acquisti di prodotti di artigianato locale	0,56	4,55	1,00
Acquisti enogastronomici locali	0,84	10,15	1,87
Shopping (Acquisti di abbigliamento,calzature,accessori)	-	7,92	0,87
Souvenir	0,42	2,41	0,64
Altre spese	4,21	2,27	4,00
Totale	64,61	71,94	65,41

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria





Nota metodologica

Indagine sulla partecipazione delle imprese ricettive italiane agli eventi dell'identità locale

Lo studio viene realizzato tramite interviste telefoniche su 5.000 operatori del ricettivo. Il campionamento è a tre stadi di stratificazione; le unità di primo stadio sono tipo geografico, in particolare si distingue tra regioni e province; il secondo stadio riguarda la tipologia di struttura ricettiva. Il terzo stadio stratifica le interviste a seconda del prodotto turistico partendo dalla definizione Istat dei comuni turistici; la prevalenza di un prodotto rispetto a un altro può variare a seconda del periodo della rilevazione. Il campionamento comprende tutte le province e tutte le regioni italiane. Questa stratificazione determina stime campionarie che hanno, ad un livello di confidenza del 99%, un margine di errore dell'1,9%.

L'universo di riferimento di tale campionamento è composto dal totale delle strutture ricettive in Italia.

Indagine alle imprese

Nei giorni successivi agli eventi "Paeleariza 2010" e "Roccella Jazz Festival" sono state contattate circa 100 imprese di Bova Marina, di Roccella Jonica e dei comuni limitrofi per capire cosa gli operatori pensano delle manifestazioni.

Le imprese contattate sono le seguenti:

Tabella riassuntiva - Evento Reggio Calabria	
totale interviste effettuate	109
	<i>valide</i> 99
	<i>non valide</i> 10

Motivazione mancata idoneità interviste	
	<i>insufficiente conoscenza dell'evento</i> 10
totale contatti	109

Le imprese che hanno completato l'intervista sono le seguenti:



Tipologie di imprese intervistate

Alberghi	22
Agriturismi	11
Bed and breakfast	15
Ristoranti	24
Agenzie di viaggi	7
Bar	13
Altro ¹	7
Totale	99

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

La rilevazione si è svolta dal 23 al 26 agosto 2010.

Indagine al pubblico che ha partecipato all'evento

L'indagine field a mezzo questionario direttamente somministrato si è rivolta a 200 partecipanti presenti Bova Marina durante l'evento Paleariza. Le interviste sono state rivolte sia a turisti pernottanti che agli escursionisti.

Le domande miravano a rilevare le caratteristiche strutturali del turista (età, provenienza, sesso, titolo di studio e professione), i comportamenti turistici (tipologia di alloggio, canali di influenza, soddisfazione e valutazione del soggiorno svolto) e l'importo della spesa individuale.

Provenienza dei turisti

Provincia di Reggio Calabria	178
Altre province italiane ed estero	22
Totale	200

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

¹ In altro sono compresi affittacamere, campeggi e stabilimenti balneari.