



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche



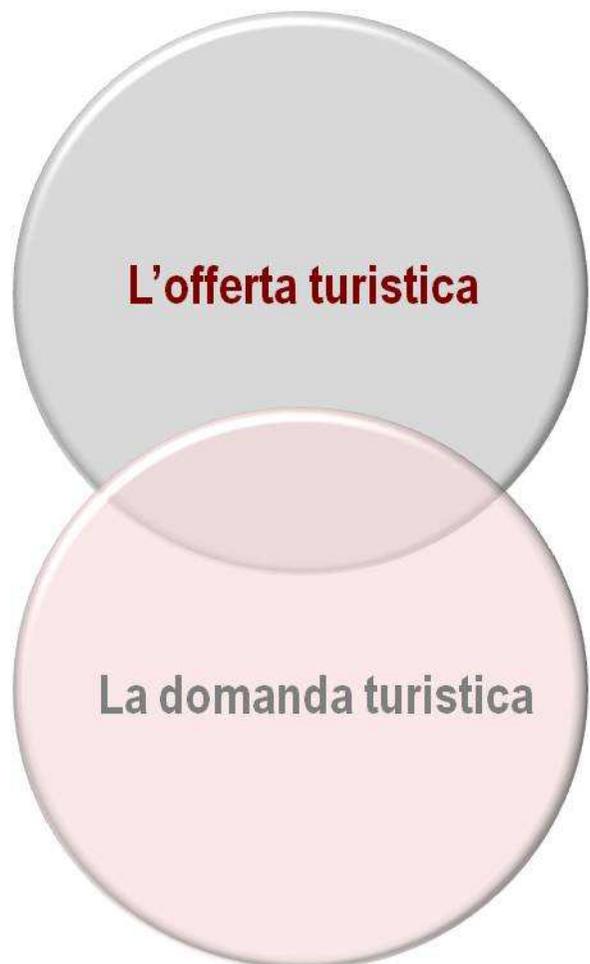
Camera di Commercio
Reggio Calabria



Osservatorio Turistico della provincia di Reggio Calabria

Schede di sintesi del rapporto sull'andamento turistico
nella provincia anno 2011

Camera di Commercio di Reggio Calabria 16 luglio 2012



Le performance di vendita del **sistema di accoglienza** della provincia di Reggio Calabria

Comportamenti e consumi dei turisti italiani e stranieri in vacanza

Studio sul fenomeno della **fruizione turistica delle seconde case**

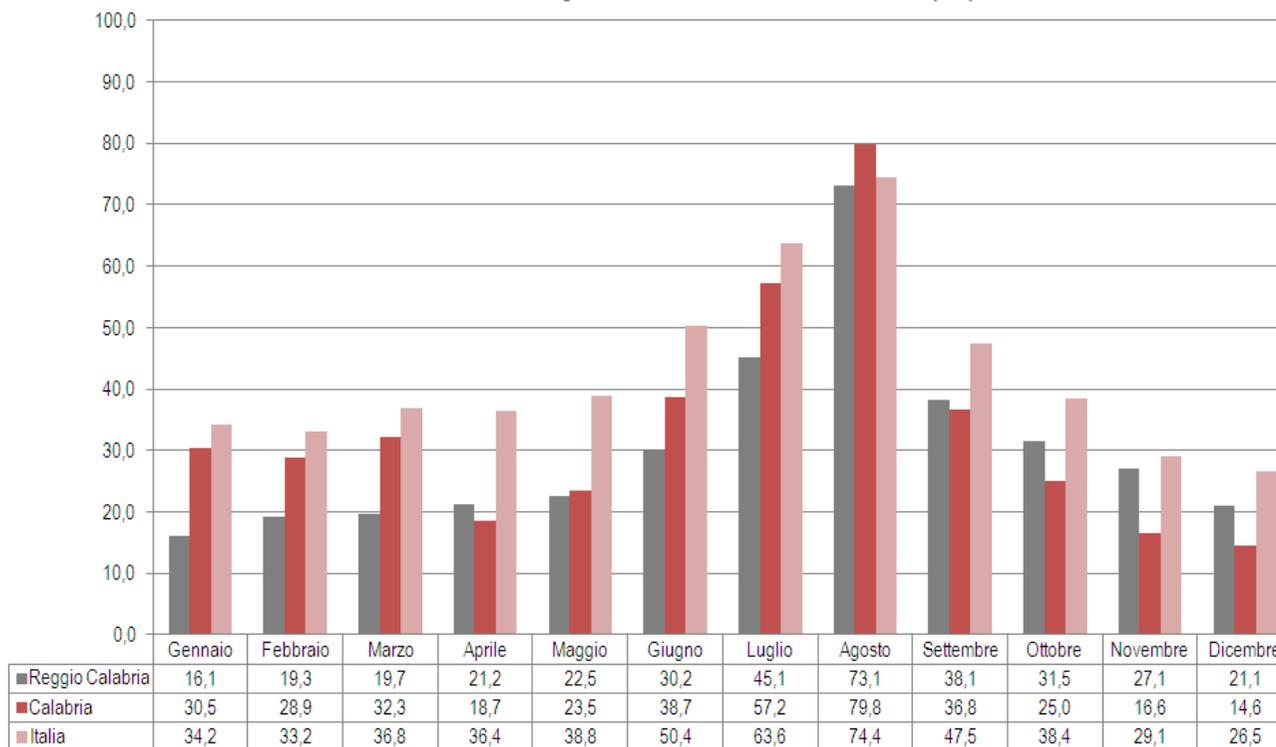
Analisi e valorizzazione delle manifestazioni ed **eventi** del territorio

Stima dell'**impatto economico** del turismo sul territorio

Le performance di vendita del sistema di accoglienza della provincia di Reggio Calabria



Occupazione camere 2011 (%)



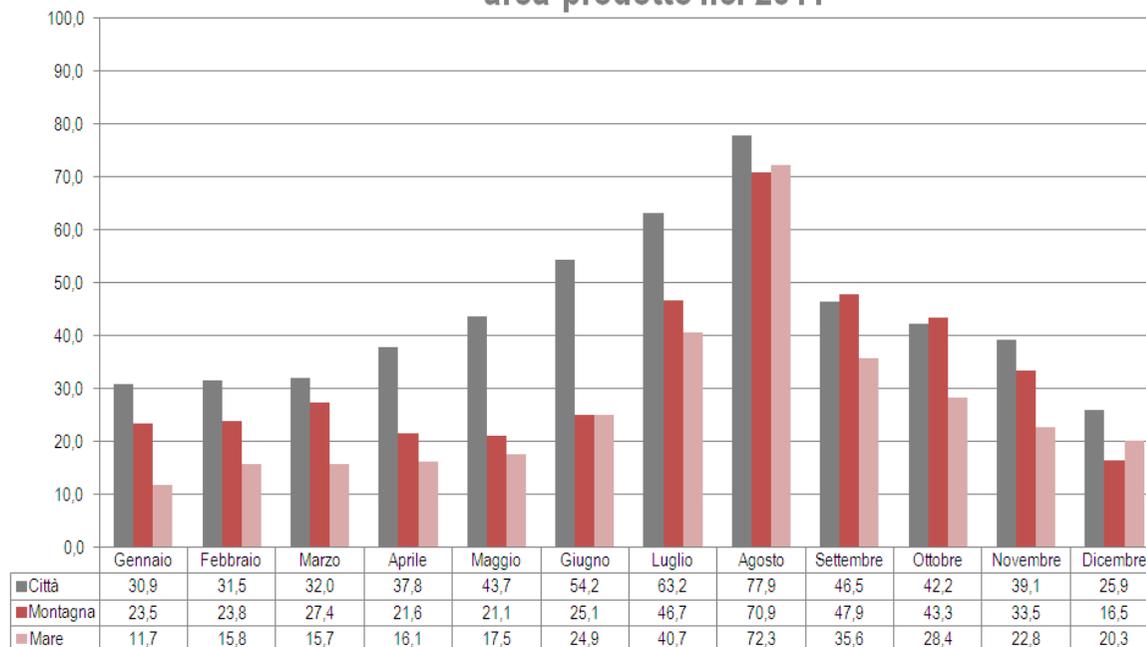
Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

**Occupazione camere gennaio
– variazione 2011-2010 (%)**

	VAR% 2011/2010
Gennaio	-13,2
Febbraio	-9,9
Marzo	-9,1
Aprile	-2,6
Maggio	-7,8
Giugno	-5,6
Luglio	0,5
Agosto	9,1
Settembre	-2,9
Ottobre	-4,5
Novembre	-3,8
Dicembre	4,5

La forte stagionalità dei flussi turistici verso la provincia mostra picchi di vendita camere ad agosto (73,1%), per poi riportare l'occupazione al 38% circa in coda all'estate

Occupazione camere nella provincia di Reggio Calabria per area-prodotto nel 2011



Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria

CITTA'

Reggio Calabria	Calabria	Campania	Puglia	Sicilia	Italia	
G	30,9	43,3	39,5	44,3	24,1	38,2
F	31,5	38,2	40,6	46,7	17,8	38,8
M	32,0	41,5	53,2	54,1	22,0	46,1
A	37,8	35,2	56,9	48,0	39,0	51,7
M	43,7	36,7	48,2	45,7	45,2	53,5
G	54,2	42,2	45,0	40,1	44,6	58,0
L	63,2	52,1	55,4	51,5	59,4	66,5
A	77,9	68,7	60,6	66,3	75,7	71,0
S	46,5	51,8	59,8	42,1	47,8	59,2
O	42,2	20,8	51,4	34,5	41,9	55,1
N	39,1	14,2	44,1	27,3	30,5	42,9
D	25,9	26,4	28,0	46,1	33,7	35,6

L'offerta turistica della città traina l'ospitalità della provincia durante tutto l'anno distinguendosi rispetto alle aree prodotto e riuscendo a competere anche con le altre destinazioni della Campania, della Puglia e della Sicilia. Per contro, le destinazioni balneari ottengono un posizionamento debole.

Il circuito dei viaggi organizzati



Le imprese

Il ricorso al circuito dell'intermediazione (%)
Confronto 2009-2011

	Si	No	Totale
2009	31,8	68,2	100,0
2010	42,9	57,1	100,0
2011	40,0	60,0	100,0

Il ritorno di clientela

Turisti organizzati (%)

Confronto 2009-2011

2009	8,0
2010	11,6
2011	12,6

Grandi portali	72,9%
Agenzie di Viaggio	36,3%
Agenzie di Viaggio <i>online</i>	10,9%
Tour operator	31,8%

Il web



Le imprese

Strutture presenti on line(%)

Confronto 2009-2011

	Si	No	Totale
2009	73,4	26,6	100,0
2010	82,2	17,8	100,0
2011	80,9	19,1	100,0

Il ritorno di clientela

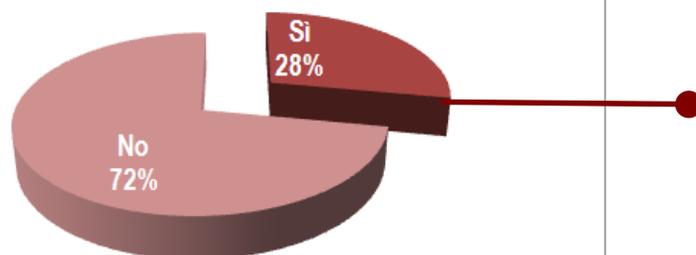
Turisti prenotati tramite internet (%)

Confronto 2009-2011

2009	32,4
2010	33,0
<u>2011</u>	<u>37,8</u>

Servizio di booking online

Anno 2011



Ancora limitato il servizio di prenotazione diretta sul sito delle strutture (media Italia: quasi il 48%)

Comportamenti e consumi dei turisti

Perché scelgono Reggio Calabria?

Motivazione principale del soggiorno - possibili più risposte, % calcolata sul totale turisti-Anno 2011

	Italiani	Stranieri	Totale
Ho i parenti/amici che mi ospitano	53,8	60,9	54,6
Bellezze naturali del luogo/stare a contatto con la natura/interessi naturalistici	25,3	34,9	26,4
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di questa località	14,6	18,2	15,0
Per i divertimenti che offre	14,2	14,8	14,2
Posto ideale per riposarsi	14,2	12,4	14,0
Il desiderio di vedere un posto mai visto	12,6	18,1	13,2
Abbiamo la casa in questa località	10,8	1,5	9,8
Prezzi convenienti	5,0	2,4	4,7
Per il gusto dell'avventura	3,3	3,9	3,4
Per la vicinanza	3,7	0,0	3,3
Posto adatto per bambini piccoli	2,8	2,4	2,8
Interessi enogastronomici	2,5	3,3	2,6
Facilità di raggiungimento grazie alla buona offerta di collegamenti	2,4	0,5	2,2
Decisione altrui (es. mi sono unito ad altri, hanno deciso i genitori/altri...)	1,5	0,0	1,3
Località esclusiva	1,3	0,0	1,1
Eventi religiosi	1,1	0,0	1,0
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	0,8	1,0	0,9
Shopping	0,3	3,6	0,6
Motivi di lavoro	0,6	-	0,5
Altro	0,9	0,0	0,8

Turismo residenziale e di ritorno

Il turista che alloggia in abitazioni private, in pochi casi è proprietario (5,6%).

Nel **94,4%** dei casi non è proprietario, in quanto affittuario (46%), ospite (41,1%) oppure fruitore gratuito dell'abitazione (7,3%). Nella maggior parte dei casi il turista proviene da altre località della Calabria (25,7%)

=
FENOMENO SPONTANEO

Come vengono a conoscenza dell'offerta turistica?

Canali di comunicazione che influenzano la scelta del soggiorno

possibili più risposte, % calcolata sul totale turisti

Anno 2011



C'ero già stato/esperienza personale

Italiani Stranieri Totale

73,4 77,2 73,8

Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari

12,3 19,1 13,0

Internet

11,4 **20,9** 12,4

Informazioni su Internet

9,8 13,4 10,2

Offerte su Internet

6,8 17,7 8,0

Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato

1,2 2,7 1,3

Eventi religiosi

1,3 - 1,2

Pubblicità

0,6 1,5 0,7

Pubblicità sulla stampa

0,5 1,2 0,6

Pubblicità in TV

0,1 0,3 0,1

Guide turistiche

0,5 - 0,4

Non ho scelto io/hanno deciso altri

0,3 - 0,3

Richiesto dai figli fino a 14 anni

0,1 - 0,1

Altro

0,6 - 0,5

Provenienza dei turisti (%)

Anno 2011

Italiani 88,9

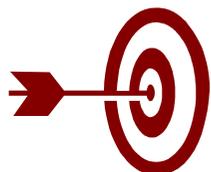
Stranieri 11,1

Totale 100,0

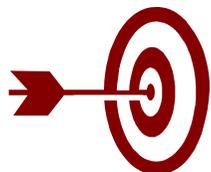


**Intercettazione
domanda
internazionale**

Chi sceglie Reggio Calabria?



Età (%)	Italiani	Stranieri	Totale
da 18 a 20 anni	2,1	3,6	2,3
da 21 a 30 anni	30,0	30,0	30,0
da 31 a 40 anni	32,2	32,0	32,2
da 41 a 50 anni	19,1	10,7	18,2
da 51 a 60 anni	11,7	15,7	12,1
oltre 60 anni	4,8	8,0	5,2
Totale	100,0	100,0	100,0



Il gruppo di soggiorno (%)	Italiani	Stranieri	Totale
Sono da solo/a	12,1	23,9	13,4
Sono con mia moglie/mio marito/ fidanzato	34,2	39,2	34,7
Sono con più componenti della mia famiglia (bambini)	36,1	16,5	33,9
Sono con più componenti della mia famiglia (senza bambini)	6,8	6,8	6,8
Sono con amici e familiari	5,2	6,8	5,4
Sono con amici	5,6	6,8	5,8
Totale	100,0	100,0	100,0

Come trascorrono la vacanza?

Attività svolte - possibili più risposte; % calcolata sul totale turisti - Anno 2011

	Italiani	Stranieri	Totale
Ho fatto shopping	67,3	78,2	68,6
Ho assistito a spettacoli musicali	36,2	30,7	35,5
Ho degustato i prodotti tipici locali	24,7	29,2	25,2
Ho praticato attività sportiva	19,4	22,7	19,8
Escursioni	15,2	28,3	16,7
Ho assistito a spettacoli sportivi	16,1	14,3	15,9
Visita di musei e/o mostre	13,3	34,6	15,7
Partecipazione ad eventi enogastronomici	11,6	12,2	11,7
Ho acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	10,1	14,2	10,6
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	9,5	-	8,5
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	6,5	23,0	8,3
Sono andato in centri benessere (saune ecc.)	3,3	7,9	3,8
Partecipazione a convegni e/o congressi o fiere e manifestazioni espositive	3,0	-	2,7
Gite in barca privata	2,3	5,1	2,6
Partecipazione ad eventi folkloristici	2,5	1,8	2,4
Gite in barca a noleggio	2,1	2,4	2,1
Altro	1,2	-	1,0

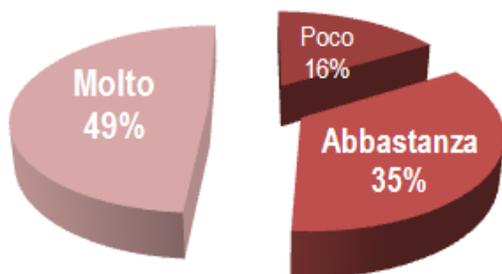
Il ruolo degli eventi come animatori territoriali: Catona Teatro

Le imprese

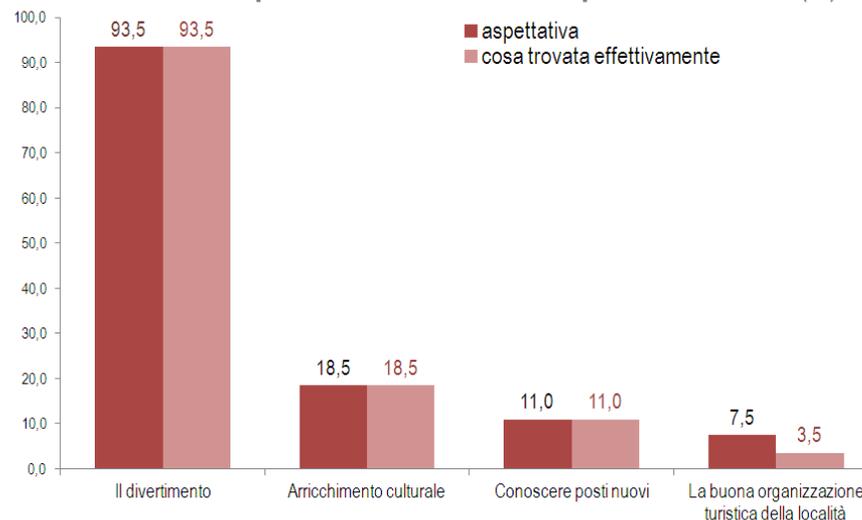


I turisti

Quanto l'evento è rappresentativo del territorio



Aspettative sull'evento ed esperienza effettiva(%)



L'evento incide positivamente sull'attività di circa il 35% delle imprese e oltre la metà dei visitatori dichiara di trovarsi nella località proprio per assistere all'evento programmato (56,5%), seppur nella maggior parte dei casi la manifestazione attragga partecipanti provenienti dalle aree limitrofe.

Comportamenti e consumi dei turisti

Come giudicano l'esperienza di vacanza?



Giudizio medio sul soggiorno (dove 1 è il minimo e 10 il massimo)



La qualità del mangiare e bere

La cortesia/ospitalità della gente

La pulizia del luogo

La pulizia dell'alloggio

Il costo della ristorazione

L'accoglienza nelle strutture di alloggio

L'offerta culturale

L'offerta di intrattenimento

Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento

Il costo dei trasporti locali

L'organizzazione del territorio

Informazioni turistiche

Il traffico

Il costo dell'alloggio

Offerta turistica nel complesso

2011

Italiani Stranieri Totale

8,9 8,5 8,8

8,9 8,5 8,8

8,4 8,3 8,4

8,0 7,9 8,0

8,0 7,5 7,9

8,0 7,8 7,9

7,9 8,0 7,9

7,8 8,0 7,8

7,8 7,7 7,8

7,8 7,6 7,7

7,7 7,5 7,7

7,7 7,7 7,7

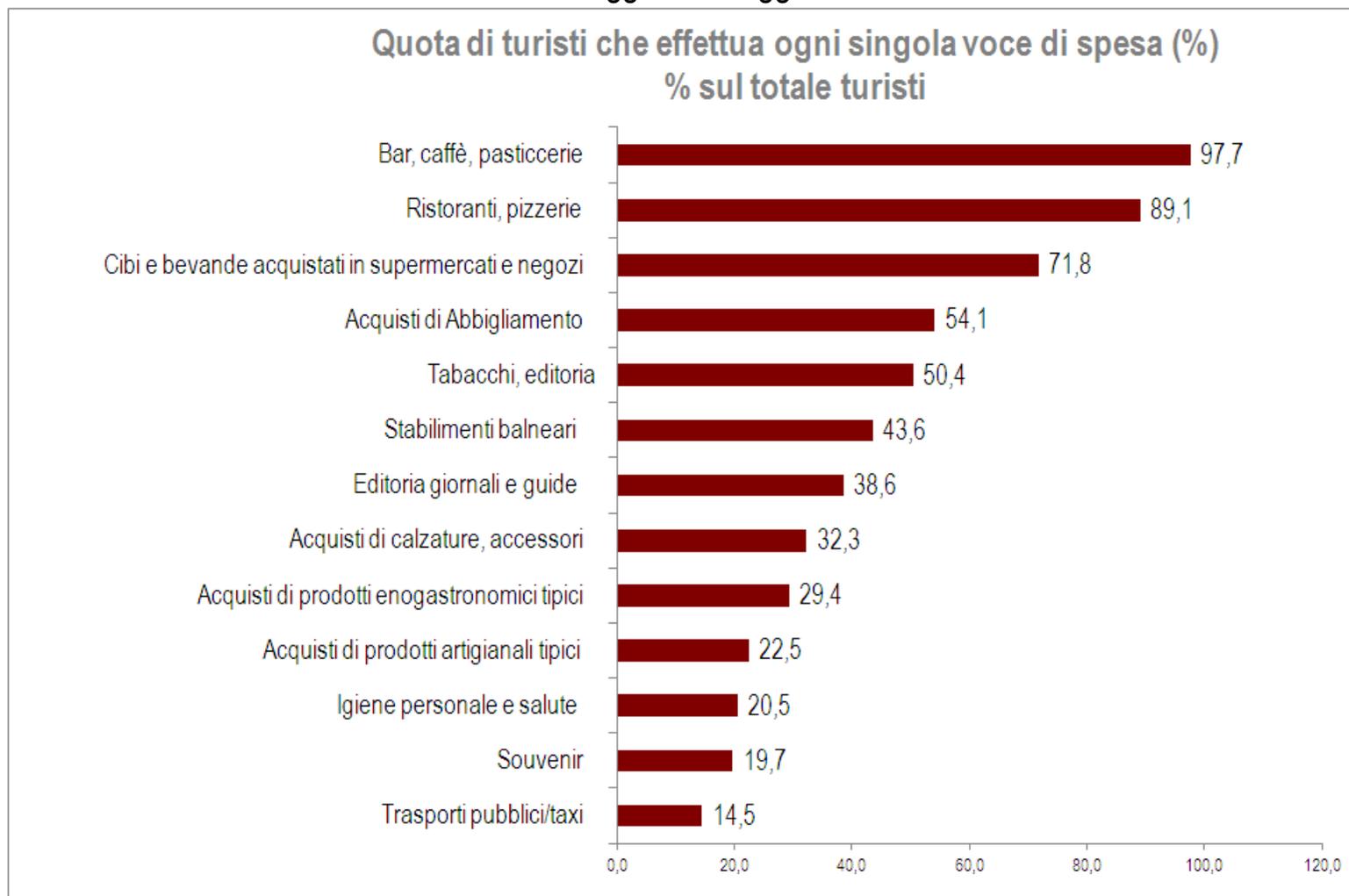
7,5 7,2 7,5

7,5 7,1 7,4

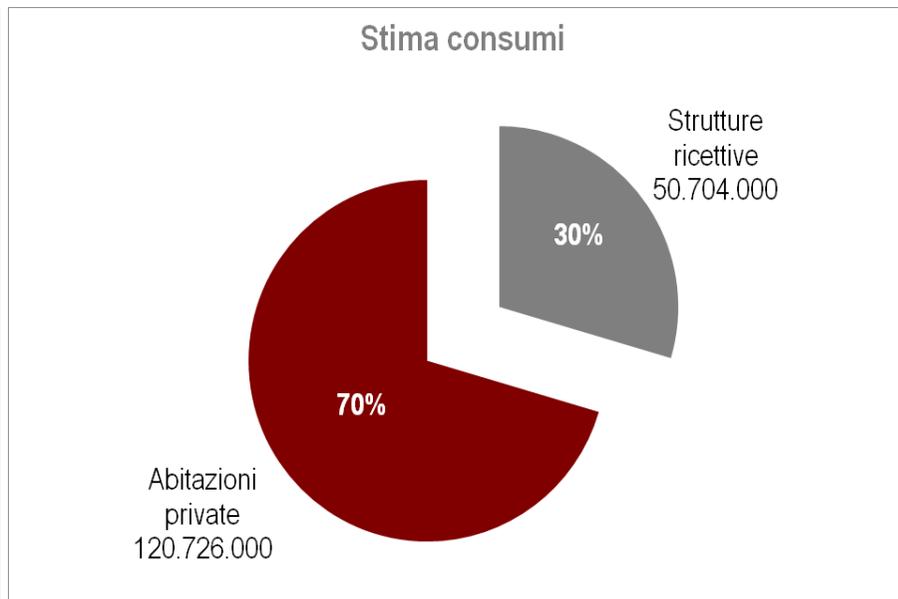
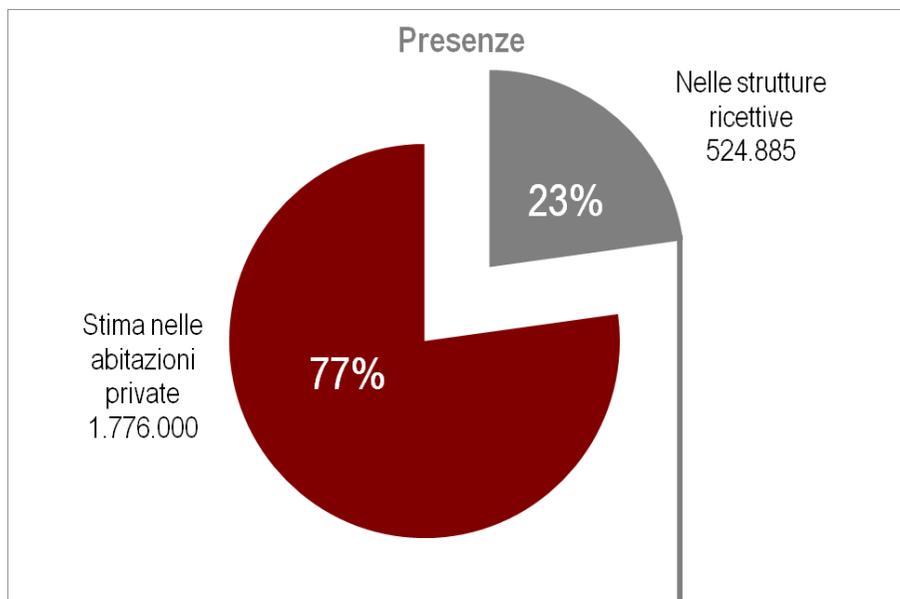
8,2 8,1 8,2

Che spese effettuano sul territorio?

In media i turisti spendono circa 54 euro (circa 67 gli stranieri e 52 gli italiani) per acquisti di beni e servizi, escluso il viaggio e l'alloggio



Presenze e consumi sul territorio



Presenze turistiche nella provincia di Reggio Calabria

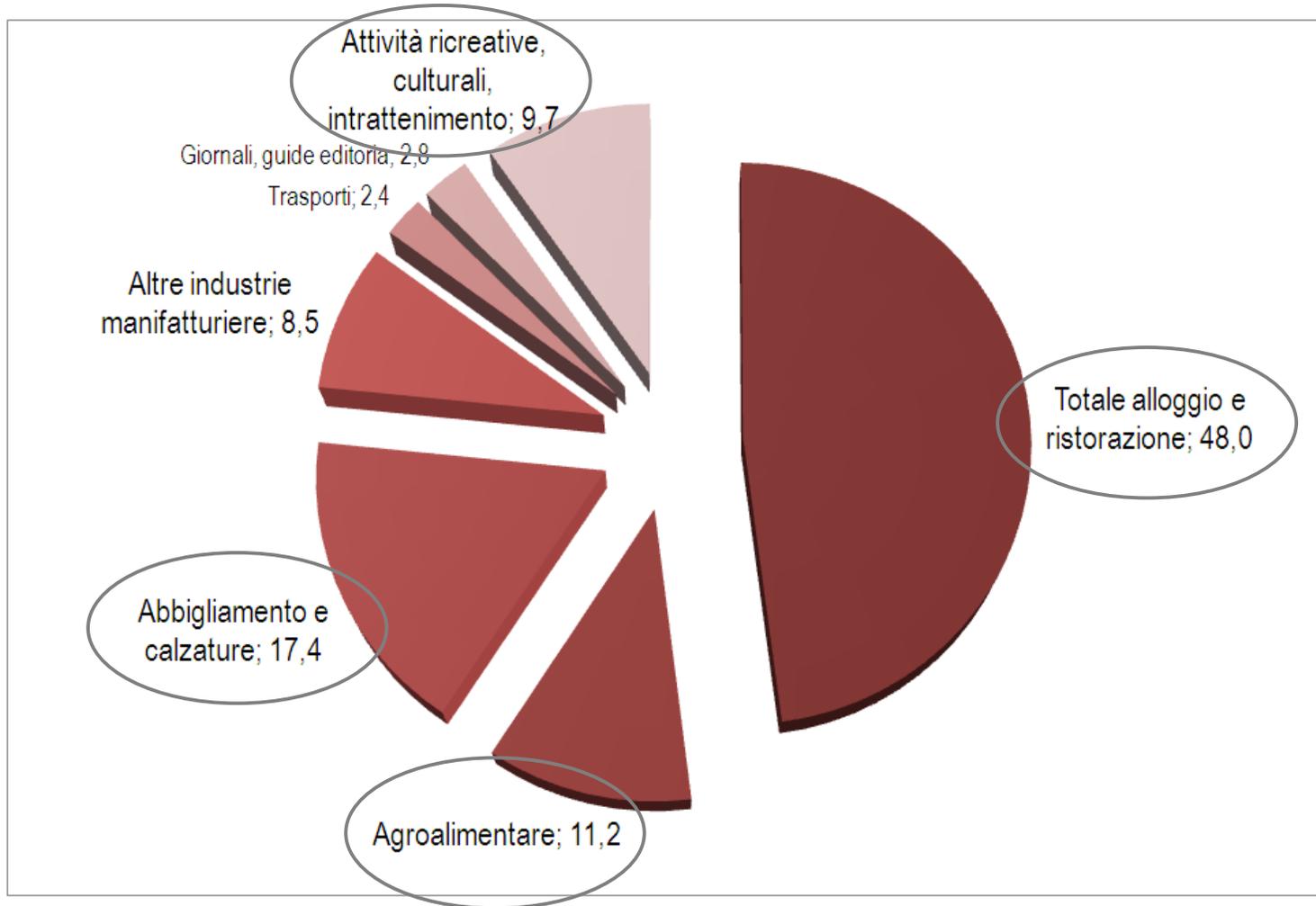
(strutture ricettive)

Italiani	466.764
Stranieri	58.121
Totale	524.885

Fonte: Istat, 2010

Totale presenze: oltre 2,2 milioni
Volume d'affari: oltre 170 milioni

Il turismo ricettivo (%)



Gli studi realizzati dalla Camera di Commercio in collaborazione con Isnart-Istituto Nazionale Ricerche Turistiche che riguardano l'Osservatorio turistico della provincia di Reggio Calabria, sono pubblicati sul sito camerale e sul portale Starnet degli uffici studi e statistica delle Camere di commercio.

www.rc.camcom.it

www.starnet.unioncamere.it