



Camera di Commercio
Reggio Calabria



OSSERVATORIO TURISTICO
DELLA PROVINCIA DI REGGIO CALABRIA

RAPPORTO ANNUALE SULLA SODDISFAZIONE DELLA DOMANDA TURISTICA

2014



Camera di Commercio
Reggio Calabria



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



Sommario

Premessa	4
I fenomeni in sintesi.....	5
1. Il profilo del turista	6
2.1 Le motivazioni di vacanza e i canali che influenzano la scelta	10
2.2 L'organizzazione del soggiorno ed i comportamenti turistici della clientela.....	12
2.3 La soddisfazione del soggiorno.....	18
2.4 La spesa turistica diretta e indiretta	21
2.5 Una misurazione dell'impatto economico del turismo	24
Nota metodologica	28



Premessa

Obiettivo dell'indagine è monitorare nella provincia di Reggio Calabria la qualità del prodotto turistico, nella sua complessità, e verificare la sua percezione da parte del mercato attuale, acquisire la conoscenza della composizione della domanda analizzando non solo il profilo socio-demografico ma anche alcune dinamiche di comportamento, riferendosi in particolare alla spesa dei turisti e ai consumi effettuati sul territorio. Nel dettaglio l'indagine fa emergere:

- le caratteristiche strutturali, le scelte e i comportamenti e le motivazioni di scelta di soggiorno;
- il grado di soddisfazione dei turisti rispetto all'esperienza di vacanza vissuta;
- la spesa turistica sul territorio

L'analisi è finalizzata ad offrire un quadro complessivo sull'andamento del turismo sul territorio e:

- comprendere i dettagli di consumo dei turisti dell'area
- valutare il giro d'affari apportato dal turismo nell'area e l'impatto economico attivato direttamente sul territorio;
- misurare le ricadute economiche del turismo sugli altri settori economici della provincia.



I fenomeni in sintesi

Un turismo fortemente legato alla clientela italiana quello che caratterizza l'andamento del settore nella provincia di Reggio Calabria nel 2013. Chi raggiunge le località della provincia nel corso dell'anno proviene, in larga misura, dal nord Italia (prevalentemente Lombardia e Piemonte) e motivato, nel complesso, da una pluralità di interessi: l'immagine del territorio che scaturisce dalle ragioni di scelte della destinazione la ritraggono come un luogo di respiro culturale, grazie alla ricchezza del suo patrimonio storico artistico e dove poter assaggiare prodotti enogastronomici esclusivi e di qualità eccellente. Un profilo di un territorio, ben definito in un mix di risorse materiali e pre-esistenti, a cui si unisce una certa dinamicità legata agli eventi che vengono organizzati in loco e la possibilità di trascorrere un soggiorno tra sport e shopping.

L'immagine che ne deriva, nella sfera delle motivazioni è ben definita ed è, specialmente per i turisti italiani, un ritratto che si costruisce grazie ai racconti di chi già c'è stato. Il peso del passaparola, evidente e fondamentale, non è sufficiente per chi viene dall'estero sui quali la parte predominante è costituita dalle immagini, dalle informazioni e dalle descrizioni dei luoghi ottenute visitando i siti web. Uno strumento, quello di Internet, fondamentale come anello nella fase decisoria.

Coppie e famiglie con bambini piccoli il target di riferimento per il turismo locale e per la costruzione di un offerta mirata. Nel corso del soggiorno i turisti si interessano al territorio che visitano durante qualche gita, spesso in bicicletta, e si appassionano alla cucina locale che gioca un ruolo fondamentale anche in relazione alle aspettative di soggiorno assieme alla ricerca di un clima ospitale e alle esigenze di un buon rapporto qualità prezzo. Fattori, questi, pienamente riscontrati specialmente in materia di ospitalità ed accoglienza e nel giudizio sulla qualità della ristorazione. Come espresso dalle motivazioni iniziali i turisti si dedicano inoltre allo shopping e allo sport e partecipano agli eventi organizzati, sia di natura musicale che folcloristici.

Per il turismo della provincia di Reggio Calabria il sistema dell'ospitalità si lega necessariamente al circuito delle abitazioni private, con scelte legate all'offerta di ospitalità, all'uso di case di proprietà o all'opzione dell'abitazione in affitto: una modalità sempre più presente nelle scelte ricettive dei turisti che scelgono la destinazione. Il turismo delle abitazioni private conta, infatti, oltre 1,2 milioni di presenze (731 mila nelle strutture ricettive) che si traducono in un impatto economico stimato di oltre 83 milioni di euro.



1. Il profilo del turista

I turisti che soggiornano nel 2013 nella provincia di Reggio Calabria sono italiani nell'87,2% dei casi e provenienti sostanzialmente dal nord Italia, in particolare dalla Lombardia (19,3%) e dal Piemonte (10,3%) seguiti dalla Campania (9,9%) e Lazio (9,6%); con quote intorno al 5,3% si segnalano turisti dalla Puglia, dalla Toscana ed Emilia Romagna.

Provenienza dei turisti (%)	
Anno 2013	
Italiani	87,2
Stranieri	12,8
Totale	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria

La quota di clientela straniera rappresenta, per contro, il 12,8% della domanda registrando tra i principali mercati esteri quello tedesco, in prima linea con il 29,7%, quello francese (23,6%) ed inglese (13,4%).

Il profilo del turista è mediamente adulto: il 26% è giovane (21-30 anni), il 27,2% ha un età compresa tra i 31 e i 40 anni mentre il 20,4% ha tra i 41 e i 50 anni. La parte restante dei turisti ha un'età più avanzata (il 10,8% ha tra i 51 e i 60 anni e l'11,6% è over 60).

Oltre la metà dei turisti ha un diploma (56,7%), il 30,6% una laurea. Il 67,2% ha attualmente un'occupazione professionale: il 20,4% è professionista e tecnico, oltre il 32% è operaio/impiegato nell'industria e nei servizi (di cui metà ad elevata qualificazione), il 15,7% è un piccolo imprenditore ed il 14,8% è un lavoratore autonomo.

Il 53,8% dei turisti è sposato/convivente con figli mentre il 19,8% è in coppia ma senza figli. Il 26,3%, invece, è single.



Regione di provenienza (%)

Anno 2013

Lombardia	19,3
Piemonte	10,6
Campania	9,9
Lazio	9,6
Puglia	5,3
Toscana	5,3
Emilia Romagna	5,3
Sicilia	5,0
Calabria	4,7
Veneto	4,1
Liguria	3,3
Marche	3,2
Friuli Venezia Giulia	2,9
Abruzzo	2,8
Umbria	2,5
Basilicata	2,5
Altre regioni	3,6
Totale	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria

Provenienza degli stranieri (%)

Anno 2013

Germania	29,7
Francia	23,6
Regno Unito	13,4
Austria	8,5
Stati Uniti	7,0
Spagna	5,8
Svizzera	3,1
Belgio	2,7
Altri Paesi	6,2
Totale	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria



Identikit del turista (%)

Anno 2013

Sesso	Italiani	Stranieri	Totale
Maschio	59,0	50,0	57,9
Femmina	41,0	50,0	42,1
Totale	100,0	100,0	100,0

Età	Italiani	Stranieri	Totale
fino a 20 anni	4,1	3,5	4,0
da 21 anni a 30 anni	26,4	23,4	26,0
da 31 a 40 anni	26,9	29,1	27,2
da 41 a 50 anni	20,0	23,8	20,4
da 51 a 60 anni	10,7	12,0	10,8
oltre 60 anni	12,0	8,3	11,6
totale	100,0	100,0	100,0

Titolo di studio	Italiani	Stranieri	Totale
Licenza elementare	1,5	2,5	1,6
Scuola media inferiore	11,2	10,2	11,1
Diploma scuola media superiore	56,1	61,1	56,7
Laurea	31,2	26,2	30,6
totale	100,0	100,0	100,0

Professione	Italiani	Stranieri	Totale
Occupato	66,7	70,3	67,2
Ritirato	8,8	7,4	8,6
Disoccupato/inoccupato	9,9	5,8	9,4
Casalinga	5,4	8,3	5,8
Studente	9,2	8,3	9,1
Totale	100,0	100,0	100,0

Stato sociale	Italiani	Stranieri	Totale
Single	26,4	25,6	26,3
Sposato/convivente con figli	52,8	61,2	53,8
Sposato/convivente senza figli	20,8	13,2	19,8
Altro	0,1	0,0	0,1
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria



Identikit del turista (%)

Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Dirigenti d'azienda	4,2	7,5	4,6
Piccoli imprenditori	15,2	19,2	15,7
Professionisti e tecnici	20,5	20,1	20,4
Ritirati dal lavoro benestanti	5,3	3,7	5,1
Lavoratori autonomi	15,0	13,2	14,8
Operai e impiegati dell'industria e dei servizi a elevata qualificazione	16,5	18,0	16,7
Operai e impiegati dell'industria e dei servizi a medio-bassa qualificazione	15,7	15,3	15,7
Lavoratori atipici	7,6	3,1	7,0
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria



2.1 Le motivazioni di vacanza e i canali che influenzano la scelta

La scelta dei turisti di soggiornare nella provincia di Reggio Calabria si fonda su una pluralità di ragioni che nascono da interessi personali, dal desiderio di conoscere uno specifico aspetto del territorio o da motivi slegati dalla destinazione in sé che nascono dalla convenienza, da circostanze e/o da opportunità. In vetta alle motivazioni di scelta emerge la consapevolezza di un territorio in grado di offrire un patrimonio culturale importante da un punto di vista storico-artistico, un fattore che cattura il 27,8% della domanda. I turisti sono attratti anche dalla forte tradizione enogastronomica e dalla possibilità di degustare piatti e prodotti tipici della cultura locale, fattore che pesa in particolare sui turisti dall'estero (36% rispetto al 24,3% degli italiani). Diversamente, il 24,6% dei turisti associa la scelta del soggiorno alla possibilità di assistere a qualche evento, seguito dal 18,8% (24,2% nel caso dei turisti dall'estero) che considera la località scelta ideale per praticare sport. Per il 14,3% dei turisti (sia italiani che stranieri) la passione dello shopping rappresenta un buon motivo per scegliere un soggiorno. Se per una parte di turisti italiani la scelta si effettua sulla base di un buon rapporto qualità prezzo (14,8%) e dell'ospitalità offerta da parenti e/o amici (14,7%), gli stranieri manifestano interesse verso le eccellenze italiane (18,6%).

Le motivazioni del soggiorno

possibili più risposte, % calcolata sul totale turisti Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale (in generale)	28,0	26,5	27,8
Interessi enogastronomici/prodotti agroalimentari tipici locali	24,3	36,0	25,8
Assistere ad un evento	24,4	26,4	24,6
Posto ideale per praticare un particolare sport	18,0	24,2	18,8
Shopping	14,3	14,3	14,3
Rapporto qualità-prezzo	14,8	7,9	14,0
Ho i parenti/amici che mi ospitano	14,7	7,6	13,8
Eccellenze italiane	12,7	18,6	13,5
Interessi naturalistici	13,0	13,2	13,1
Posto ideale per riposarsi	12,9	7,4	12,2
Partecipare a seminari/workshop tematici	10,9	13,8	11,3
Stile di vita italiano	10,6	8,5	10,3
Visitare amici e parenti	11,0	5,2	10,3
Facilità di raggiungimento grazie alla buona offerta di collegamenti	8,6	8,1	8,5
Abbiamo la casa in questa località	9,1	0,4	8,0
Il desiderio di vedere un posto mai visto	7,7	8,9	7,8
Per i divertimenti che offre	4,8	4,5	4,8
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di questa località	4,6	2,7	4,3
Benessere, beauty farm, fitness	4,1	4,2	4,1

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria



Il peso del passaparola si consolida riuscendo a veicolare soprattutto i turisti italiani (1 su 2) i quali si basano nel 40% dei casi sull'esperienza personale nella località di soggiorno. Questi canali di comunicazione confermano l'importanza dell'"esperienza", concetto da legarsi necessariamente con la soddisfazione: un'offerta di qualità, una destinazione ben organizzata e valorizzata, è essa stessa un asset nel processo decisionale. Fattore imprescindibile, su cui indirizzare le politiche di rafforzamento dei mercati stranieri è la comunicazione virtuale: per il 50,7% dei turisti stranieri Internet è la principale fonte, su cui fondano le scelte verso una località, grazie in primo luogo alle informazioni di cui dispone (fondamentali per il 25,8% della domanda) e, per il 22%, alla immediatezza dei social network.

Canali di comunicazione che influenzano la scelta del soggiorno

possibili più risposte, % calcolata sul totale turisti
Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari (in generale)	55,5	35,9	53,0
C'ero già stato/esperienza personale	39,6	17,9	36,8
Internet	28,1	50,7	30,9
<i>Offerte su Internet</i>	4,6	10,2	5,3
<i>Informazioni su Internet</i>	10,8	25,8	12,7
<i>Social Network</i>	14,8	22,0	15,7
<i>Recensioni on line (tripadvisor, booking, expedia, ecc.)</i>	2,3	1,0	2,1
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	3,5	2,4	3,4
Consiglio dell'agenzia di viaggi	3,1	3,7	3,2
Guide turistiche	2,6	4,1	2,8
Non ho scelto io/hanno deciso altri	2,4	4,3	2,7
Pubblicità	2,5	1,7	2,4

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria



2.2 L'organizzazione del soggiorno ed i comportamenti turistici della clientela

Nella fase organizzativa del soggiorno circa la metà dei turisti preferisce prenotare la vacanza prima di partire, una scelta che per gli stranieri riguarda il 71,3% della domanda. Tra le modalità di prenotazione più diffuse si segnala, per gli italiani, il contatto diretto con la struttura ricettiva (28,3%) mentre per gli stranieri l'uso di Internet (30,1%; seconda opzione per gli italiani con il 21,8%) tramite il quale scelgono di acquistare solo l'alloggio (10,7%) e in alternativa una proposta completa di vacanza (10,1%). Anche l'agenzia di viaggio interviene in questa fase sia per i turisti italiani (18,2%) ma soprattutto per le prenotazioni effettuate dagli stranieri (42,3%).

Turisti che hanno effettuato prenotazioni prima di partire (%)

Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Si	49,3	71,3	52,1
No	50,7	28,7	47,9
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria

Modalità di prenotazione della vacanza (%)

Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Contattando direttamente la struttura ricettiva	28,3	9,3	25,0
Totale internet	21,8	30,1	23,2
<i>Direttamente tramite Internet scegliendo solo l'alloggio</i>	15,9	10,7	15,0
<i>Direttamente tramite Internet scegliendo solo il viaggio</i>	1,2	2,6	1,5
<i>Direttamente tramite Internet scegliendo una proposta completa di vacanza</i>	2,8	10,1	4,1
<i>Direttamente su Internet tramite gruppi di acquisto (groupon, groupalia, letsbomus, ecc)</i>	1,3	6,1	2,2
<i>Internet prenotando altri servizi (escluso viaggio e alloggio)</i>	0,5	0,6	0,5
Agenzia di viaggio	18,2	42,3	22,4
Agenzia immobiliare	12,4	2,3	10,6
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	11,2	3,5	9,8
Contattando direttamente la società di trasporto (compagnia aerea, navale, ferrovia, ecc.)	2,7	11,3	4,2
Cral	0,2	0,0	0,2
Altro	5,2	1,2	4,5
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria



Tempi di prenotazione della vacanza (%)

Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Nell'ultima settimana	5,6	7,0	5,8
8/15 giorni prima	12,8	18,9	13,9
Circa un mese prima	28,6	18,6	26,9
Circa 2 mesi prima	22,6	19,1	22,0
Circa 3 mesi prima	9,0	14,5	10,0
Circa 4 mesi prima o più	14,0	12,2	13,7
Non ricorda	7,4	9,8	7,8
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria

I tempi di prenotazione sono piuttosto vari registrando una maggiore propensione dei turisti italiani a prenotare con un mese di anticipo (28,6%) e in alternativa 2 mesi prima (22,6%) mentre le tempistiche degli stranieri risultano essere più in prossimità del viaggio (il 18,9% 8-15 giorni prima), spaziando in alcuni casi da 1 mese a 2 mesi (rispettivamente il 18,6% ed il 19,1%).

Il soggiorno si trascorre in compagnia del proprio partner (35,7%; 42,6% dei turisti stranieri) o con la famiglia con figli fino ai 6 anni (24,2%). Il 14,6%, invece, viaggia con gli amici mentre il 14,7% è solo.

Per raggiungere la destinazione i turisti italiani scelgono l'auto (63,6%) mentre gli stranieri optano per l'aereo, utilizzato nel 67,5% dei casi (la metà low cost); il 13,7% dei turisti utilizza il treno. Una volta sul territorio il 64,8% degli italiani conferma l'uso della macchina anche per spostamenti in loco, utilizzata anche dal 46,3% degli stranieri (65,1% a noleggio) mentre una parte di turisti sceglie di spostarsi a piedi (24,3% degli italiani e 35,3% degli stranieri). In media il 10,5% dei turisti utilizza autobus e pullman di linea.



Il gruppo di soggiorno (%)

Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Sono da solo/a	15,1	12,2	14,7
In coppia (senza bambini)	34,7	42,6	35,7
Con la famiglia (inclusi bambini fino a 6 anni)	24,1	25,4	24,2
Con la famiglia (inclusi bambini oltre a 6 anni)	9,4	1,7	8,4
Sono con amici	14,4	15,5	14,6
Sono con colleghi di lavoro/viaggio di lavoro	0,6	2,7	0,9
Sono con un gruppo organizzato	1,7	-	1,5
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria

Mezzi di trasporto utilizzati

possibile più risposte, % calcolata sul totale turisti

Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Auto	63,6	25,0	58,7
Aereo:	16,2	67,5	22,7
Aereo con volo speciale / low cost	54,8	51,3	53,5
Aereo con volo di linea	45,2	35,2	41,4
Aereo con volo charter	-	13,5	5,1
Moto	3,4	1,7	3,1
Treno	13,6	14,5	13,7
Autobus/ Pullman di linea	4,1	9,9	4,8
Altro	4,8	2,5	4,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria

Mobilità sul territorio

possibile più risposte, % calcolata sul totale turisti

Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Auto	64,8	46,3	62,5
Auto propria/parenti/amici	74,4	34,9	70,6
Auto a noleggio	25,6	65,1	29,4
A piedi	24,3	35,3	25,7
Autobus\Pullman di linea	10,1	13,2	10,5
Bicicletta	4,6	3,9	4,5
Moto	3,1	1,7	2,9
Pullman per tour organizzato	2,1	1,7	2,1
Altro	1,9	2,5	2,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria



Una volta in loco, circa 1 turista su 2 non cerca informazioni turistiche sul territorio: il 45,7% dei turisti utilizza Internet, soprattutto smartphone (22%), Pc (18,2%) e Tablet (12,7%)

Modalità di ricerca delle informazioni turistiche sul territorio

possibili più risposte; % sul totale turisti

Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
No, non ho cercato informazioni	51,2	49,2	51,0
Sì, internet	45,6	46,6	45,7
<i>Tablet</i>	12,4	14,9	12,7
<i>Smartphone</i>	22,4	19,2	22,0
<i>Pc</i>	16,8	28,3	18,2
<i>Pc della struttura ricettiva</i>	1,1	3,5	1,4
<i>Altro</i>	8,4	3,1	7,7
Sì, all'ufficio informazioni/enti locali/APT/Pro loco	8,1	13,4	8,8
Sì, presso un'agenzia	1,1	1,9	1,2
Sì, nella struttura ricettiva	2,6	3,7	2,7

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

L'utilizzo delle abitazioni private, come tipologia di alloggio, rappresenta un'alternativa ormai solida nello scenario della ricettività della provincia di Reggio Calabria nonostante rispetto al 2011 si assiste ad una diminuzione dell'utilizzo delle abitazioni private a favore della ricettività alberghiera. Il 24,5% dei turisti è ospite di amici e parenti, il 17,2% affitta un alloggio privato registrando tra i turisti italiani (24,2%) l'uso diffuso della seconda casa come soluzione di alloggio. Il 19,7% dei turisti, invece, si orienta verso le strutture alberghiere soprattutto la domanda internazionale (30,8%): tra le categorie ricettive la scelta cade soprattutto sui 3 stelle (55,1%) e sui 4-5 stelle (20,7%).

Tipologia di alloggio utilizzata per il soggiorno

possibili più risposte; % calcolata sul totale turisti Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Totale Hotel	18,1	30,8	19,7
1 stella	10,2	11,4	10,5
2 stelle	11,3	23,5	13,7
3 stelle	57,0	47,7	55,1
4-5 stelle	21,5	17,4	20,7
Casa privata	24,2	3,3	21,5
Alloggio privato in affitto	16,3	23,0	17,2
Residenze di amici e parenti	24,5	24,5	24,5
Campeggio	5,9	6,8	6,0
B&B	7,5	6,6	7,4
Villaggio turistico	1,9	3,3	2,1
Altro	1,6	1,7	1,6

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria



Il soggiorno nella provincia di Reggio Calabria si trascorre effettuando escursioni e gite (45,1%; 50,7% degli stranieri) privilegiando prevalentemente la bicicletta alternando momenti di degustazione dei principali prodotti dell'enogastronomia, attività che coinvolge soprattutto i turisti dall'estero (43,3% su una media del 34,8%). Il 23% dei turisti si dedica allo sport, attività che coinvolge entrambi i mercati, ed il 19,8% fa shopping; una parte dei turisti approfondisce la conoscenza del territorio partecipando ad eventi tradizionali e folcloristici (12,4%) e a spettacoli musicali, specie gli stranieri (16,1%; 10,6% degli italiani).

Tra le località più visitate si segnalano i centri storici (in media dal 57,4%), le cattedrali e i luoghi dello spirito (29,3%), i parchi naturali (28,1%), i castelli (22,2%) e le botteghe dell'artigianato tipico (15,4%).

Attività svolte

possibili più risposte; % calcolata sul totale turisti
Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Escursioni e gite	44,3	50,7	45,1
Degustazione prodotti enogastronomici locali	33,5	43,3	34,8
Ho praticato attività sportive	23,1	22,7	23,0
Ho fatto shopping	20,1	17,9	19,8
Partecipazione ad eventi tradizionali e folcloristici	12,3	13,2	12,4
Ho assistito a spettacoli musicali	10,6	16,1	11,3
Ho acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	9,9	12,4	10,2
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	8,7	15,3	9,5
Partecipazione ad eventi enogastronomici	8,5	11,4	8,9
Visita di musei e/o mostre	6,5	10,4	7,0
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	4,0	2,9	3,9
Ho assistito ad eventi religiosi	3,2	2,5	3,1
Ho assistito a spettacoli sportivi	3,0	3,5	3,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria

Escursioni e gite svolte

possibili più risposte; % calcolata sul totale turisti che hanno svolto escursioni e gite
Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
In bicicletta	54,0	57,1	54,4
In altri borghi (diversi da quelli in cui si soggiorna)	26,8	31,0	27,4
In barca	18,4	4,9	16,5
In città	11,8	7,3	11,1
In aree archeologiche	6,0	7,3	6,2
In aree naturalistiche	4,4	5,7	4,6

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria



Località visitate dai turisti

possibili più risposte, % sul totale turisti
Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Centri storici	57,1	59,3	57,4
Cattedrali e luoghi dello spirito	29,2	29,3	29,3
Parchi naturali	28,2	27,7	28,1
Castelli	23,1	15,9	22,2
Botteghe di artigianato tipico	15,3	16,1	15,4
Eventi e rievocazioni storiche	14,1	5,6	13,0
Cantine e strade del vino	10,4	11,6	10,6
Aree marine protette	8,8	8,3	8,8
Siti archeologici	7,8	14,5	8,7
Musei e pinacoteche	6,7	16,6	8,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria



2.3 La soddisfazione del soggiorno

Il confronto fra le aspettative del turista prima di partire ed il riscontro effettivo sul territorio permette di approfondire, in proiezione di una implementazione dell'offerta turistica, gli aspetti ritenuti più importanti per il soggiorno ed il livello di soddisfazione attuale. Un quadro, dunque, in grado di sintetizzare la percezione del territorio, punti di forza e debolezza oltre che le esigenze specifiche della domanda che sceglie la provincia di Reggio Calabria come destinazione.

Per i turisti è importante trascorrere un soggiorno inseriti in un contesto positivo, frutto dell'accoglienza della gente (36% degli italiani e 43,2% degli stranieri) senza sottovalutare la componente del prezzo in rapporto alla qualità (21,5% degli italiani e 25,2% degli stranieri). I turisti esprimono l'importanza della logistica e la facilità di raggiungimento, aspetto condiviso soprattutto dagli italiani (21,5%) rispetto agli stranieri (17,3%). In relazione all'offerta specifica della destinazione i turisti si aspettano di trovare la qualità tra i prodotti enogastronomici (16,6% degli italiani e 19% degli stranieri) oltre che nella ristorazione in generale (27,6%) preferibilmente caratterizzata da costi contenuti, fattore importante soprattutto per i turisti italiani (14,8%; 9,3% tra gli stranieri).

Sono i turisti stranieri ad essere maggiormente soddisfatti dell'offerta turistica del territorio: chi viene dall'estero la giudica con un 8 pieno (da 1 a 10) mentre i turisti italiani si esprimono con un 7,6.

Per entrambi i mercati gli aspetti maggiormente apprezzati riflettono le aspettative di soggiorno. Un voto pari ad 8,2 viene attribuito alla cortesia e all'ospitalità della gente ed un 7,4 all'offerta enogastronomica del territorio. I punteggi più alti sono legati alla ristorazione: un 7,9 indicato per la qualità ed un 7,8 per l'utilizzo dei prodotti locali e ricette tipiche nei ristoranti.



Aspetti ritenuti più importanti durante il soggiorno

possibili 3 risposte; % calcolata sul totale turisti
Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Territorio/Destinazione			
Cortesìa e ospitalità della gente	35,9	43,2	36,8
Rapporto qualità prezzo della destinazione	21,5	25,2	21,9
Facilità di raggiungere la destinazione	21,5	17,3	21,0
Offerta enogastronomica del territorio	16,6	19,0	16,9
Offerta intrattenimento: varietà e fruibilità attività, servizi per il tempo libero	9,0	7,8	8,8
Offerta culturale: varietà e fruibilità attività/servizi culturali	6,8	3,5	6,4
Disponibilità pacchetti/offerte per trasporto, biglietti etc	5,8	4,7	5,7
Accessibilità territorio	4,7	2,5	4,4
Organizzazione e servizi del territorio (orari apertura e ch	4,4	3,3	4,3
Possibilità di usare mezzi pubblici in alternativa all'auto	3,7	3,0	3,6
Informazioni turistiche on line sul territorio	3,4	1,9	3,2
Strutture di alloggio			
Il costo dell'alloggio	13,7	12,0	13,5
Valorizzazione identità locale	11,4	12,0	11,5
Accessibilità alloggio	8,3	8,5	8,3
Qualità e accoglienza nelle strutture di alloggio	5,5	13,8	6,6
Servizi a disposizione del turista (es. wi-fi gratuito)	6,5	4,7	6,3
Professionalità dipendenti (conoscenza lingue straniere etc)	5,3	6,6	5,5
Ristorazione			
Qualità della ristorazione	27,4	28,7	27,6
Il costo della ristorazione	14,8	9,3	14,1
Valorizzazione della tipicità/ identità del territorio	9,2	6,4	8,8
Utilizzo dei prodotti locali e ricette tipiche nei ristoranti	8,2	8,3	8,2
Presenza menu per clienti con esigenze particolari	3,4	1,0	3,1
Accessibilità ristorante	1,4	0,8	1,4

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria



Giudizio medio sul soggiorno - Anno 2013

(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)

	Italiani	Stranieri	Totale
Giudizio sull'offerta turistica nel complesso	7,6	8,0	7,6
Destinazione	7,0	7,4	7,1
Cortesìa e ospitalità della gente	8,2	8,2	8,2
Offerta enogastronomica del territorio	7,5	7,3	7,4
Rapporto qualità prezzo della destinazione	7,3	7,6	7,3
Offerta intrattenimento: varietà e fruibilità attività/servizi per il tempo libero	7,3	7,6	7,3
Offerta culturale: varietà e fruibilità attività/servizi culturali	7,1	7,6	7,1
Informazioni turistiche sul territorio	7,0	7,6	7,1
Informazioni turistiche on line sul territorio	7,1	7,2	7,1
Accessibilità territorio	7,0	7,3	7,0
Organizzazione e servizi del territorio (orari di apertura e chiusura, segnaletica stradale, ecc.)	6,9	7,5	7,0
Disponibilità pacchetti/offerte per trasporto, biglietti integrati	6,7	7,5	6,8
Possibilità di usare mezzi pubblici in alternativa all'auto	6,6	7,4	6,7
Strutture ricettive	7,0	6,8	7,0
Qualità e accoglienza nelle strutture di alloggio	7,2	7,0	7,2
Valorizzazione identità locale	7,2	6,7	7,1
Il costo dell'alloggio	7,1	6,9	7,0
Professionalità dipendenti (conoscenza lingue straniere, capacità problem solving, ecc)	6,9	6,7	6,9
Servizi a disposizione del turista (es. wi-fi gratuito)	6,9	6,7	6,9
Attenzione alla sostenibilità ambientale (raccolta differenziata, risparmio energetico, ecc)	6,6	6,8	6,6
Ristorazione	7,6	7,8	7,6
Qualità della ristorazione	7,9	8,0	7,9
Utilizzo dei prodotti locali e ricette tipiche nei ristoranti	7,8	8,0	7,8
Valorizzazione della tipicità/ identità del territorio	7,6	7,8	7,6
Il costo della ristorazione	7,6	7,7	7,6
Accessibilità ristorante	7,3	7,7	7,4
Attenzione alla sostenibilità ambientale (raccolta differenziata, risparmio energetico, ecc)	7,3	7,8	7,4
Presenza menu per clienti con esigenze particolari (es. intolleranze/allergie/preferenze)	7,3	7,5	7,3

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Reggio Calabria



2.4 La spesa turistica diretta e indiretta

I turisti che soggiornano nella provincia di Reggio Calabria nel 2013 spendono, in media pro-capite:

- per il viaggio A/R 125 euro gli italiani e 284 euro gli stranieri;
- per l'alloggio 45 euro gli italiani e 42 euro gli stranieri;
- per le spese extra effettuate sul posto circa 76 euro per entrambi i mercati.

Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai turisti

Anno 2013

	Spesa media a persona in euro		
	Italiani	Stranieri	Totale
Viaggio A/R	125,21	283,97	141,23
Alloggio (media giornaliera)	44,88	42,49	44,57

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria

Nello specifico le spese riguardano sostanzialmente:

- il **comparto agroalimentare** tra cui si distingue il 66% di turisti che consuma pasti presso ristoranti e/o pizzerie per una spesa di quasi 18 euro e acquista cibi e bevande in supermercati e negozi (26 euro) ed il 32,2% che acquista prodotti enogastronomici tipici (in media 9 euro);
- il settore legato alle **attività ricreative** tra cui il 35,1% dei turisti che frequenta cinema e/o discoteche spendendo circa 20 euro pro-capite, il 19,2% che assiste a spettacoli teatrali o concerti per importi intorno ai 6 euro, l'11,3% che spende 16 euro per biglietti di ingresso per musei e monumenti ed il 10,2% che paga in media 16 euro circa per trascorrere una giornata in uno stabilimento balneare;
- il comparto relativo ad altre **industrie manifatturiere** a cui si riconduce il 32,3% di turisti che spende per souvenir (9 euro), il 21,6% che acquista prodotti artigianali tipici.



Quota di turisti per classe di spesa (escluso viaggio e alloggio)

Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
da 0 a 30	32,3	34,5	32,6
da 31 a 60	25,8	27,1	26,0
da 61 a 90	15,4	12,2	15,0
da 91 a 120	10,8	9,7	10,7
da 121 a 150	6,3	4,3	6,1
oltre 150	9,3	12,1	9,6
Totale	100,0	100,0	100,0
Spesa media (escluso viaggio e alloggio)			
Spesa media giornaliera	75,99	76,96	76,11

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria, Regione Liguria – Unioncamere Liguria



La spesa dei turisti						
Anno 2013	Spesa media giornaliera a persona (Euro)			Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa (%)		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
	euro			%		
Pubblici esercizi						
Ristoranti, pizzerie	17,95	15,82	17,70	66,9	59,6	65,9
Bar, caffè, pasticcerie	6,03	5,00	5,93	64,2	47,4	62,0
Agroalimentari						
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	25,15	29,20	25,63	66,4	60,5	65,7
Acquisto di prodotti enogastronomici tipici	9,55	7,12	9,25	32,5	30,5	32,2
Abbigliamento						
Acquisti di abbigliamento	14,45	16,99	14,90	27,5	40,9	29,2
Acquisti di calzature, accessori	9,98	16,97	11,12	12,4	16,5	12,9
Acquisto di abbigliamento per la pratica di sport	8,60	5,20	7,93	5,4	9,1	5,9
Acquisto di calzature per la pratica di sport	6,89	7,39	7,04	2,3	6,6	2,9
Attività ricreative						
Attività ricreative (cinema, discoteca, etc)	19,19	21,64	19,53	34,7	37,8	35,1
Spettacoli teatrali, concerti etc	6,23	7,19	6,39	18,4	24,4	19,2
Biglietti/card, musei e monumenti	16,55	11,11	15,56	10,6	16,1	11,3
Stabilimenti balneari	14,49	25,61	15,56	10,5	7,7	10,2
Servizi benessere	31,77	20,14	29,76	8,2	11,8	8,7
Visite guidate	5,32	3,59	4,90	5,5	12,2	6,3
Attività sportive (impianti)	26,21	29,07	26,52	4,6	3,9	4,6
Attività sportive (noleggio attrezzature)	30,06	17,69	28,47	4,5	4,5	4,5
Attività sportive (lezioni, scuole)	28,25	13,04	26,16	3,2	3,5	3,3
Trasporti pubblici						
Trasporti pubblici/taxi	7,71	11,61	8,27	14,8	17,2	15,1
Parcheggi	9,98	11,06	10,03	6,2	1,9	5,6
Tabacchi editoria						
Tabacchi	5,66	5,24	5,61	40,6	36,4	40,1
Editoria, giornali, guide	7,35	10,00	7,65	33,8	30,0	33,3
Altre industrie manifatturiere						
Souvenir	8,75	10,73	8,99	32,6	30,8	32,3
Acquisti di prodotti artigianali tipici	9,55	7,03	9,20	21,3	23,3	21,6
Altro shopping	7,11	3,52	6,47	7,1	10,5	7,5
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria etc	12,65	9,23	12,16	6,7	7,6	6,9
Altre spese	11,89	19,00	12,43	23,6	13,4	22,3

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria



2.5 Una misurazione dell'impatto economico del turismo

Considerando sia la ricettività ufficiale che le abitazioni private la provincia di Reggio Calabria registra nel 2013 un totale di oltre 2 milioni di presenze turistiche: il 64% è riconducibile ai turisti che scelgono la soluzione dell'abitazione privata (1,2 milioni di presenze, in calo del -28% dal 2011) mentre il 36% è composto da chi soggiorna nelle strutture ricettive del territorio (731 mila, in crescita del +19 dal 2011). In termini di mercati il 91% è composto da clientela italiana che conta 1,8 milioni di presenze ed il 9% riguarda la clientela internazionale (189 mila presenze).

Stima presenze Anno 2013

	Italiani	Stranieri	Totale
Presenze nelle strutture ricettive	638.000	93.000	731.000
Stima delle presenze nelle abitazioni private	1.189.000	96.000	1.285.000
Totale	1.827.000	189.000	2.016.000

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria

Nel 2013 la stima dei consumi dei turisti nella provincia di Reggio Calabria conta un totale di 178 milioni di euro, che derivano per il 53% dalla clientela che soggiorna nelle strutture ricettive (oltre 95 milioni di euro) e per il 47% da chi sceglie l'abitazione privata (83 milioni di euro).

L'impatto economico che si produce sul territorio si riferisce soprattutto al comparto dell'alloggio e alla ristorazione (in media il 35,2% per quasi 63 milioni di euro), una spesa generata in gran parte dai turisti che soggiornano nelle strutture ricettive (46,8% per 44,5 milioni di euro).

Segue la spesa relativa al comparto agroalimentare che rappresenta una voce importante soprattutto per i turisti nelle seconde case (25,7% rispetto al 16% degli altri turisti) parallelamente al settore legato alle attività ricreative, culturali e dell'intrattenimento (24,4%; 16% per chi soggiorna nelle imprese ricettive).



Stima impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (Totale) Anno 2013

	Italiani	Stranieri euro	Totale
Strutture ricettive	28.631.000	3.951.000	32.582.000
Ristoranti, pizzerie	21.382.000	1.746.000	23.128.000
Bar, caffè, pasticcerie	6.829.000	398.000	7.227.000
Totale alloggio e ristorazione	56.842.000	6.095.000	62.937.000
Agroalimentare	33.781.000	3.564.000	37.345.000
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	33.257.000	3.344.000	36.601.000
Altre industrie manifatturiere	15.311.000	1.466.000	16.777.000
Abbigliamento e calzature	10.151.000	1.930.000	12.081.000
Giornali, guide editoria	8.196.000	824.000	9.020.000
Trasporti	3.306.000	547.000	3.853.000
TOTALE	160.844.000	17.770.000	178.614.000

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria

Stima impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (%) Anno 2013

	Italiani	Stranieri %	Totale
Strutture ricettive	17,8	22,2	18,2
Ristoranti, pizzerie	13,3	9,8	12,9
Bar, caffè, pasticcerie	4,2	2,2	4,0
Totale alloggio e ristorazione	35,3	34,3	35,2
Agroalimentare	21,0	20,1	20,9
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	20,7	18,8	20,5
Altre industrie manifatturiere	9,5	8,2	9,4
Abbigliamento e calzature	6,3	10,9	6,8
Giornali, guide editoria	5,1	4,6	5,0
Trasporti	2,1	3,1	2,2
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria



Stima impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (turisti strutture ricettive) Anno 2013

	italiani	stranieri euro	Totale
Strutture ricettive	28.631.000	3.951.000	32.582.000
Ristoranti, pizzerie	8.216.000	901.000	9.117.000
Bar, caffè, pasticcerie	2.723.000	251.000	2.974.000
Totale alloggio e ristorazione	39.570.000	5.103.000	44.673.000
Agroalimentare	15.147.000	1.956.000	17.103.000
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	13.354.000	1.906.000	15.260.000
Altre industrie manifatturiere	7.031.000	886.000	7.917.000
Abbigliamento e calzature	4.262.000	1.056.000	5.318.000
Giornali, guide editoria	3.611.000	517.000	4.128.000
Trasporti	1.012.000	126.000	1.138.000
Totale	83.987.000	11.550.000	95.537.000

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria

Stima impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (turisti strutture ricettive) Anno 2013

	Italiani	Stranieri %	Totale
Strutture ricettive	34,1	34,2	34,1
Ristoranti, pizzerie	9,8	7,8	9,5
Bar, caffè, pasticcerie	3,2	2,2	3,1
Totale alloggio e ristorazione	47,1	44,2	46,8
Agroalimentare	18,0	16,9	17,9
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	15,9	16,5	16,0
Altre industrie manifatturiere	8,4	7,7	8,3
Abbigliamento e calzature	5,1	9,1	5,6
Giornali, guide editoria	4,3	4,5	4,3
Trasporti	1,2	1,1	1,2
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria



**Stima impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (turisti seconde case)
Anno 2013**

	italiani	stranieri	Totale
	euro		
Ristoranti, pizzerie	13.166.000	845.000	14.011.000
Bar, caffè, pasticcerie	4.106.000	147.000	4.253.000
Ristorazione	17.272.000	992.000	18.264.000
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	19.903.000	1.438.000	21.341.000
Agroalimentare	18.634.000	1.608.000	20.242.000
Altre industrie manifatturiere	8.280.000	580.000	8.860.000
Abbigliamento e calzature	5.889.000	874.000	6.763.000
Giornali, guide editoria	4.585.000	307.000	4.892.000
Trasporti	2.294.000	421.000	2.715.000
Totale	76.857.000	6.220.000	83.077.000

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria

**Stima impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (turisti seconde case)
Anno 2013**

	Italiani	Stranieri	Totale
	%		
Ristoranti, pizzerie	17,1	13,6	16,9
Bar, caffè, pasticcerie	5,3	2,4	5,1
Ristorazione	22,5	15,9	22,0
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	25,9	23,1	25,7
Agroalimentare	24,2	25,9	24,4
Altre industrie manifatturiere	10,8	9,3	10,7
Abbigliamento e calzature	7,7	14,1	8,1
Giornali, guide editoria	6,0	4,9	5,9
Trasporti	3,0	6,8	3,3
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale , CCIAA Reggio Calabria



Nota metodologica

Indagine ai turisti

L'indagine field a mezzo questionario direttamente somministrato si è rivolta a circa 645 turisti presenti nella provincia di Reggio Calabria suddivisi tra italiani e stranieri.

Le domande miravano a rilevare le caratteristiche strutturali del vacanziero (età, provenienza, sesso, titolo di studio e professione), i comportamenti turistici (tipologia di alloggio, organizzazione della vacanza, canali di influenza, attività svolte, soddisfazione e valutazione della vacanza svolta) e l'importo della spesa individuale, per oltre 30 voci di spesa direttamente turistica (viaggio, alloggio e pacchetto turistico) e indirettamente turistica (trasporti, pubblici, taxi; parcheggi; ristoranti, pizzerie; bar, caffè, pasticcerie; cibi e bevande in supermercati; abbigliamento; calzature e accessori; gioielleria, bigiotteria; altro shopping; sigarette, giornali, guide; ingressi musei, mostre; cinema, discoteche; spettacoli teatrali, concerti; eventi sportivi; igiene personale e salute; altre spese). I dati sono stati pesati in base ai dati Istat sulle presenze per provincia. La rilevazione è avvenuta presso i punti di maggiore interesse turistico delle singole località. La rilevazione è avvenuta in diversi periodi nel corso dell'anno 2013 coerentemente con la stagionalità dei prodotti.