



Camera di Commercio
Reggio Calabria

L'andamento del turismo nella provincia di Reggio Calabria nel 2013

La Camera di Commercio di Reggio Calabria, in collaborazione con IS.NA.R.T (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche), cura il monitoraggio dell'andamento del settore turistico in ambito provinciale elaborando, attraverso la rilevazione diretta dei dati presso gli operatori, report trimestrali che offrono una puntuale descrizione della performance del mercato.

Nel trimestre estivo del 2013 la provincia di Reggio Calabria registra, purtroppo, un tasso medio di occupazione delle camere delle strutture ricettive contenuto al 26% in luglio, al 43% ad agosto, all'11% in settembre¹. Un valore di vendite costantemente inferiore alla media regionale che vede un tasso del 44% a luglio, del 62% ad agosto e del 18% a settembre. Anche rispetto al 2012 il trend provinciale appare negativo, con un calo di vendite delle camere per tutto il trimestre (a luglio -16,2 punti percentuali; agosto -10,7 p.p.)

Analizzando nel dettaglio le tipologie di strutture ricettive, sono quelle del comparto alberghiero a registrare le migliori performance (37% di camere occupate a luglio, 53% ad agosto e 21% a settembre). E' in particolare la categoria dei 4 e 5 stelle a restituire i risultati migliori, con un tasso del 52% a luglio, del 63% ad agosto e del 32% a settembre. Nel comparto non alberghiero (B&B, campeggi ed altro) sono, invece, le imprese alternative, come le case per ferie e le pensioni, a raggiungere l'occupazione più alta (43% a luglio, 45% ad agosto), seguite dai B&B (26% a luglio, 51% ad agosto) mentre per gli agriturismo ed i campeggi il mese di agosto vede occupata circa 1/3 della disponibilità.

Sul territorio, la performance delle vendite, pur in un andamento complessivamente negativo, vede una discreta tenuta per la sola città di Reggio Calabria (che realizza il 41% di occupazione a luglio, il 43% ad agosto ed il 30% a settembre), mentre le strutture montane si attestano al 25% di occupazione a luglio, al 43% ad agosto (con una media del 63% per la settimana di ferragosto) ed al 14% a settembre. Le località marine si fermano ad 1/4 della disponibilità nel mese di luglio, raggiungendo un'occupazione del 43% ad agosto per terminare al 9% in settembre. In particolare, analizzando più nel dettaglio l'occupazione delle camere nelle aree costiere, quella Tirrenica realizza il 32% a luglio, il 43% ad agosto ed il 17% a settembre; mentre l'area Ionica concentra le vendite in agosto (43%), per poi fermarsi al 22% di occupazione a luglio e addirittura al 6% a settembre.

Sono inoltre significativi i recenti dati diffusi dalla Banca d'Italia, nell'ambito del proprio monitoraggio semestrale, sugli arrivi e le presenze di turisti stranieri: da gennaio a giugno 2013 nella provincia di Reggio Calabria, gli arrivi, i pernottamenti e le spese dei viaggiatori stranieri risultano quasi dimezzati rispetto al primo semestre 2012 (rispettivamente, 23 mila arrivi rispetto ai 36 mila del 2012; 160 mila pernottamenti rispetto ai 288 mila dello scorso anno; 14 milioni di euro di spesa rispetto ai 23 milioni del 2012).

¹ Dato provvisorio

Il monitoraggio degli eventi

Nel trimestre estivo, l'Osservatorio turistico provinciale curato dalla Camera di Commercio è stato arricchito anche dal monitoraggio di quattro eventi culturali di particolare rilievo per la provincia di Reggio Calabria, attraverso indagini alle imprese ed ai visitatori, al fine di approfondirne il grado di attrattività e le ricadute positive sul territorio.

La Varia di Palmi è un evento che coinvolge una gran parte delle imprese della filiera turistica locale: quasi il 95% delle imprese intervistate ha dichiarato di averne tratto benefici per la propria attività attraverso un incremento delle vendite (per il 77,8% dei casi, con una crescita media indicata del +21,9%), vantaggi in termini di immagine (16,7%), contatti con nuovi clienti (11,1%) o nuovi fornitori (solo per il 10% delle imprese di ristorazione). L'evento è apprezzato anche dai turisti: tutti i visitatori lo consiglierebbero ad amici, parenti e conoscenti, legando le aspettative dell'evento a tre fattori: divertimento, arricchimento culturale e scoperta di luoghi nuovi.

L'evento comunemente definito "**Festa di Madonna**" che si svolge nella città di Reggio Calabria nei primi di settembre, ha anch'esso un impatto positivo: coinvolge circa 8 su 10 imprese che conoscono l'evento, anche se solo il 5,2% è attivato direttamente nella manifestazione (in particolare bar/caffè, 17,6%). L'evento genera riscontri favorevoli per il 21,6% degli imprenditori, di cui l'87,5% ha registrato un incremento delle vendite del +13%.

L'evento religioso in onore della Madonna di Portosalvo, Patrona e Regina della Città di Siderno, ha una risonanza sul territorio molto ampia e l'81,4% delle imprese conosce questa manifestazione di fine estate. Il coinvolgimento diretto da parte degli imprenditori, tuttavia, è più contenuto: solo il 13,3% delle imprese partecipa all'organizzazione dell'evento. Ad esprimere l'apprezzamento per l'evento sono soprattutto i visitatori. In particolare, tra coloro che scelgono di alloggiare in strutture ricettive (un terzo dei pernottanti) si segnala una spesa di circa 95 euro.

L'evento della **festa di San Rocco organizzata a Gioiosa Ionica** ha una forte tradizione e coinvolge operatori e comunità nell'ultima domenica di agosto. Tra le imprese questa manifestazione ha ormai raggiunto una certa risonanza ed il 76% degli operatori conosce l'evento, specialmente le imprese ricettive (80%). La percezione degli imprenditori sull'evento è positiva e la valutazione dell'evento sfiora l'eccellenza .

*“Continua purtroppo il vistoso calo turistico nella nostra Provincia” dichiara **Lucio Dattola, Presidente della Camera di Commercio di Reggio Calabria.** “Arrivare a stento ad occupare ad Agosto la metà dei posti letto indica chiaramente lo stato di deficit strutturale che ormai da anni attanaglia il comparto turistico reggino. Unico dato veramente incoraggiante è l'impatto positivo degli eventi culturali a carattere religioso. Ciò dimostra, come ripetiamo da anni, che per programmare strategie condivise di sviluppo strutturale della filiera turistica e, con essa, dell'intero territorio, è fondamentale attivare una rete tra gli attori istituzionali e le associazioni di categoria che coniughi l'aspetto tipicamente culturale e religioso con le risorse materiali ed immateriali dell'intera offerta turistica”.*

I dati complessivi sull'andamento del turismo sono scaricabili dal sito della Camera di Commercio - Sezione Pubblicazioni - Informazione Economica Newsletter trimestrale:
<http://www.rc.camcom.gov.it/P42A763C195S193/Informazione-Economica-Newsletter-trimestrale.htm>