

Comunicato stampa

Il turismo nella provincia di Reggio Calabria: Premi alle strutture di qualità

Reggio Calabria, 7 luglio 2011. Si è svolta oggi, nel Salone della Camera di Commercio di Reggio Calabria, la manifestazione per la “premiazione” delle eccellenze turistiche provinciali, strutture di qualità ed enogastronomia tipica, con l’attribuzione dei marchi “**Ospitalità Italiana**” e “**Tradizioni Reggine – saperi e sapori in tavola**” 2011.

Le strutture premiate (hotel, ristoranti, B&B, agriturismi, stabilimenti balneari) sono complessivamente 87 e operano in tutto il territorio provinciale.

L’iniziativa, coordinata dal Presidente della Camera di Commercio, Dr. Lucio Dattola, si è svolta alla presenza dell’Assessore regionale alle Attività Produttive, On. Antonio Caridi e con l’intervento della dott.ssa Elena Di Raco, responsabile delle ricerche IS.NA.R.T (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche).

Nel corso dell’iniziativa sono stati presentati i risultati del **Rapporto Annuale sullo scenario turistico provinciale 2010** realizzato dalla Camera di Commercio in collaborazione con Isnart; uno strumento di monitoraggio continuo del fenomeno e delle dinamiche turistiche, per verificare le esigenze e supportare le imprese per la competitività sui mercati dell’offerta turistica. Quest’anno l’Osservatorio è stato arricchito con due approfondimenti: il fenomeno della fruizione turistica delle seconde case “*Analisi sui comportamenti dei turisti che alloggiano negli appartamenti privati*”; l’impatto turistico determinato da alcune manifestazioni ed eventi culturali del territorio “*Paeleariza e Roccella Jazz Festival*”.

Il **Marchio Ospitalità Italiana**, avviato su scala nazionale da Isnart, è destinato alle strutture ricettive che garantiscono ai clienti un’ospitalità accogliente e qualificata attraverso un livello di servizio conforme ai requisiti di un preciso disciplinare.

Il marchio “**Tradizioni Reggine – saperi e sapori in tavola**” è riconosciuto dalla Camera di Commercio di Reggio Calabria alle imprese di ristorazione che si differenziano per la tipicità dell’offerta eno-gastronomica, legata alla tradizione e all’utilizzo di prodotti tipici del territorio.

Entrambi i marchi sono iniziative promosse dalla Camera di Commercio alle quali è possibile aderire in modo facoltativo e gratuito. Il riconoscimento è annuale e rinnovabile. La valutazione delle strutture è affidata ad esperti facenti parte di un organismo terzo e indipendente, chiamati a verificare la conformità ai requisiti previsti da specifici disciplinari.

I marchi “**Ospitalità Italiana**” e “**Tradizioni Reggine - saperi e sapori in tavola**” suggellano e premiano il valore “qualità”, orientando le scelte degli utenti e ponendo così le premesse per la riscoperta del territorio e l’implementazione del sistema turistico della provincia reggina; rappresentano un forma di “tutela dell’ospite” , ma sono anche un importante strumento di promozione per quegli operatori che intendono caratterizzarsi ed impegnarsi in un percorso di miglioramento continuo della propria attività.

I principali risultati dell’Osservatorio Turistico della Provincia di Reggio Calabria

Nel corso del 2010, la provincia di Reggio Calabria registra buoni risultati in termini di **vendita camere**. Dall’analisi della performance emerge che la provincia tiene il passo con la media regionale durante tutto l’anno, superandola a gennaio (+8,3 punti percentuali rispetto alla Calabria), a febbraio (+7,1 p.p.) ed a marzo (+6 p.p.). In particolare, ad agosto sia la provincia che la regione sfiorano la media nazionale (69%) grazie al picco di vendita camere che si attesta al 64% per Reggio Calabria ed a quasi il 67% per la Calabria.

A livello territoriale, l’offerta della provincia si focalizza su **due prodotti cardine**, la città ed il mare. I migliori risultati sono quelli della città che riesce a mantenere picchi di vendite anche in estate (circa la metà di camere vendute a luglio ed agosto) e della costa (appare arretrata, invece, l’offerta turistica della montagna). Unica eccezione è agosto, quando, ovviamente, è il turismo balneare ad avere la meglio con quasi il 66% delle camere vendute; tuttavia, ciò non basta a competere con le destinazioni forti del prodotto mare Italia, come quelle della Puglia e della Campania.

Le **strategie di promo-commercializzazione** delle imprese della provincia di Reggio Calabria sono incentrate sull’intermediazione organizzata soprattutto in estate, periodo di picco stagionale che fa attivare la quasi totalità delle strutture su questo fronte, diversamente da quanto rilevato nel 2009 quando tale strategia di promo-commercializzazione era meno diffusa. Così come a livello regionale si registra il 43,3% di imprese che ricorrono ai circuiti dell’intermediazione anche nella provincia di Reggio Calabria il dato si attesta, in media, per il 2010 al 42,9% delle strutture ricettive. I canali maggiormente utilizzati dalle imprese nel 2010 sono le agenzie viaggio, sia tradizionali (62%, in linea con il 2009) che online (31,1%), ed i tour operator (36,5%; meno dell’anno scorso: 78,9%). Rispetto al 2009 si rileva la sostanziale crescita del ricorso da parte delle imprese ai CRAL (12,6%; 2% nel 2009) e alla parrocchie (12,2%; 1,2% nel 2009) come canali alternativi di diffusione della propria offerta ricettiva. Altro canale mediamente più utilizzato dalle imprese a fini di promo-commercializzazione, inoltre, è la rete web. Infatti, ***nel corso dell’anno, a seconda della numerosità e tipologia delle imprese in attività stagionali, tra le 7 e le 9 strutture su 10 sono presenti online.***

Nel 2010, la **domanda turistica italiana** che soggiorna nella provincia di Reggio Calabria proviene prevalentemente dalla stessa regione Calabria (22% del totale) ed a seguire dalla Lombardia con il 9,6%

di turisti, perdendo però 4 punti percentuali rispetto al 2009. Una contrazione analoga si registra per il Lazio, terzo mercato di provenienza, che passa da una domanda pari al 13,2% dello scorso anno al 9,6% attuale (-3,6 punti percentuali). Seguono il Piemonte (9,1%) e l'Emilia Romagna (6,2%).

La **domanda internazionale** si attesta al 12,1% sul totale dei turisti, pressoché in linea con il 2009. Anche nell'ambito dei flussi turistici internazionali si evidenziano, però, alcune modifiche nel peso dei mercati esteri a livello provinciale: il Regno Unito conserva il primo posto (43,9%) ma perde rispetto allo scorso anno 22 punti percentuali, seguito dalla Francia (30,6%) che, viceversa, realizza +17,3 punti percentuali ed infine la Germania (25,5%) che guadagna +7,2 punti percentuali.

La quota di turisti stranieri che ritorna a soggiornare nella provincia di Reggio Calabria ha subito un aumento nel corso degli ultimi anni, passando dal 20,2% del 2008 al 47% del 2009 e raggiungendo il 63,1% nel 2010. Questo andamento riflette, senza dubbio, una valutazione positiva dell'offerta turistica territoriale che non si esaurisce in una sola vacanza ma che spinge gli stranieri a ritornare.

Occorre insistere sull'internazionalizzazione delle imprese per consolidare e aumentare i flussi dai mercati cardine come il Regno Unito, la Francia e la Germania, fronteggiando la diminuzione dell'incidenza dei flussi internazionali tramite un maggior ricorso all'intermediazione tradizionale e web, a cui questi mercati sono storicamente sensibili.

L'Osservatorio analizza anche le **motivazioni** che spingono i turisti a soggiornare nella provincia di Reggio Calabria ed individua alcune linee comuni ai mercati italiani e stranieri. La possibilità di trovare ospitalità nelle abitazioni di amici e parenti incide fortemente sulla scelta di soggiorno influenzando circa la metà dei turisti, sia italiani (48,2%) che stranieri (55,5%). La ricchezza naturalistica del territorio ed il desiderio di immergersi nei suoi luoghi assumono un ruolo importante motivando complessivamente il 37,5% dei turisti. Altre leve motivazionali sono il desiderio di trascorrere una vacanza di relax (21,5%), la curiosità di scoprire nuovi luoghi (15,8%, diffusa particolarmente tra gli stranieri 25,6%), e la possibilità di conciliare anche momenti di divertimento (13%).

Il **giudizio sull'esperienza di soggiorno** espresso dai turisti individua un livello di soddisfazione complessivamente positivo che corrisponde ad un voto pari a 7,7 su una scala che va da 1 (minimo) a 10 (massimo). ***La provincia di Reggio Calabria si conferma come un territorio particolarmente apprezzato per l'ospitalità e per la cortesia della sua gente,*** aspetto che merita il punteggio totale più elevato (8). Inoltre, le ***tipicità enogastronomiche esaltano la qualità della cucina locale, che rappresenta un ulteriore punto di forza ampiamente apprezzato*** (7,9).

Interessanti i dati che emergono dagli **approfondimenti** curati quest'anno dall'Osservatorio **sul fenomeno della fruizione turistica delle seconde case** e sull'impatto turistico determinato dalle **manifestazioni ed eventi culturali del territorio**, che rispondono a motivazioni di vacanza sempre più specifiche e individuali.

I turisti che utilizzano le **seconde case** sono quasi esclusivamente italiani (96%), provenienti in prevalenza dalla stessa Regione calabrese (61,7%), con una discreta quota di turismo giovanile (il 30,5% ha tra i 21 ed i 30 anni). Le abitazioni private sono utilizzate soltanto per il 12,9% dagli stessi proprietari, mentre la quota più consistente (87,1%) è data in locazione a turisti non proprietari degli immobili. Inoltre, tale rilevante target di turisti non si affida all'intermediazione organizzata per prenotare l'alloggio ma predilige il contatto diretto con i proprietari, facendo emergere, perciò, un basso livello di strutturazione della gestione e dell'organizzazione della vacanza stessa (sia sul fronte della domanda che dell'offerta). Per quanto concerne il posizionamento delle abitazioni nelle destinazioni della costa reggina, sono privilegiati gli alloggi nelle vicinanze del mare dove si trovano il 74,8% delle case, mentre in montagna 8 abitazioni su 10 sono nel centro abitato.

Considerando sia le presenze nelle strutture ricettive che la stima di quelle nelle seconde case e negli alloggi in affitto si contano, complessivamente, **quasi 1,6 milioni di presenze turistiche nella provincia di Reggio Calabria.**

La **spesa stimata** dei turisti che alloggiano in abitazioni private (di proprietà, ospiti di amici/parenti o in affitto) corrisponde a circa 46 milioni di euro.

La spesa stimata dei turisti che soggiornano nelle strutture ricettive corrisponde a circa 50,5 milioni di euro, generata per l'85% da una domanda italiana (43 milioni di euro) e per il 15% dai turisti stranieri (7,5 milioni di euro).

Dai dati emersi è possibile affermare che per ogni euro speso da turisti che soggiornano nella ricettività ufficiale ne vengono spesi quasi altrettanti da coloro che utilizzano le abitazioni private.

Per quanto ai dati emersi dall'indagine sugli **eventi dell'identità locale**, in linea con la media Italia, il 24,7% delle imprese ricettive della provincia di Reggio Calabria partecipa attivamente. Gli operatori locali si mostrano interessati non solo alle 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 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). Suscitano, inoltre, particolare interesse anche le sagre e gli eventi enogastronomici, che coinvolgono circa 1 operatore su 5 .

Le manifestazioni **Paleariza e Roccella Jazz Festival 2010**, oggetto di approfondimento, si differenziano da altri eventi 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 le imprese coinvolte in maniera attiva sono circa il 40% delle imprese locali, sebbene il coinvolgimento spesso si ferma alle sole attività di pubblicità svolte all'interno delle rispettive aziende.

Per quasi la totalità delle imprese intervistate 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.

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 e incoraggiare così la fruizione turistica delle molteplici risorse offerte del territorio anche in periodi che soffrono la stagionalità.

I primi risultati 2011

Non appaiono particolarmente incoraggianti i risultati riferiti al primo trimestre 2011; le strutture ricettive della provincia di Reggio Calabria mostrano un ridimensionamento dei tassi di occupazione delle camere, rispetto allo stesso periodo del 2010.

Infatti, l'occupazione media delle camere del trimestre si attesta al 18%, quota più bassa rispetto alle vendite del I trimestre 2010 (saldo occupazione: -10,7 punti percentuali) quando le imprese contavano sul 29% di camere vendute.

La performance della provincia appare, dunque, in controtendenza rispetto ad uno scenario regionale orientato verso la crescita (l'occupazione media regionale del trimestre è del 30,6%; +8,7 punti percentuali).

A registrare la performance più bassa è soprattutto la ricettività extralberghiera con un'occupazione che non raggiunge il 10%; l'hôtellerie invece registra un dato prossimo al 30% in tutto il trimestre.

Rif.

Servizio 5 Osservazione economica, statistica e promozione imprenditoriale e del territorio
Camera di Commercio di Reggio Calabria
Tel. 0965.384255-243-229 Fax 0965.384200

E-mail e Sito internet: studi.promozione@rc.legalmail.camcom.it ; www.rc.camcom.it