

## **Sintesi dati per Giornata del Turismo 2024**

### **FONDO DI PEREQUAZIONE 2021-2022**

#### **Sostegno del Turismo**

**Marzo 2024**

**A cura di**



- **In Italia, il 2024 si apre in positivo: 4 camere su 10 già prenotate per marzo-aprile**

#### **In Calabria:**

- **6 imprese turistiche su 10 segnalano vendite mediamente stabili, tra il 2019 e il 2023**
- **4 imprese su 10 chiudono il 2023 in pareggio, quasi 4 su 10 (38%) conseguono utili di esercizio**
- **La cultura anche in estate motiva le scelte di 3 turisti su 10**
- **Il 43% è un cliente fidelizzato**
- **51 euro al giorno pro capite la spesa media per l'acquisto di beni e servizi turistici sul territorio**

Fonte dati: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio - Unioncamere Calabria

I dati dell'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, recentemente presentati alla Borsa Internazionale del Turismo di Milano, stimano in 851 milioni le presenze italiane e stranieri (in strutture ricettive e private) nel 2023, per 84,5 miliardi di euro di consumi. Rispetto al 2019, il 2023 si è chiuso in media con una camera venduta in più a giugno, settembre e ottobre, indice di un progressivo allungamento della stagionalità turistica.

Un trend positivo che trova conferma anche in questo inizio di 2024, con un tasso di occupazione camere del 40% nei mesi di marzo-aprile, in particolare in occasione del periodo pasquale.

\*\*\*

Unioncamere Calabria, con il supporto di ISNART, ha monitorato l'andamento congiunturale del turismo nella Regione, realizzando un sovra-campionamento che ha visto intervistate 200 imprese turistiche, lato offerta (nel mese di ottobre), e 1.250 turisti italiani e stranieri, lato domanda (nel periodo estivo di massima affluenza).

Tracciando l'andamento delle vendite per le imprese, tra il 2019 e il 2023, si ha che quasi 6 su 10 (59%) ne confermano la stabilità; il 23,4% ne registra un miglioramento, con vendite in aumento.

Guardando al periodo giugno-settembre 2023/2022, le imprese segnalano un inasprimento dei costi di gestione – in gran parte imputabile alle tensioni geopolitiche internazionali e al rincaro energetico – che ha costretto il 25,4% delle strutture ad aumentare i prezzi di vendita delle camere.

Nel complesso, il 2023 si chiude più che positivamente: 4 imprese su 10 raggiungono il *Break Even Point*, quasi 4 su 10 (38%) conseguono utili di esercizio.

Cresce la consapevolezza delle imprese sull'importanza – anche per fini di Marketing e di posizionamento sul mercato – di un'offerta orientata alla sostenibilità, puntando su risparmio energetico e riduzione dell'impatto ambientale (41,3%) e sull'offerta di servizi *green* (51,2%).

\*\*\*

Relativamente al mercato parallelo degli alloggi, le elaborazioni di ISNART su dati Airbnb rilevano come in Calabria si concentri il 2,1% dell'offerta nazionale, pari a oltre 16 mila abitazioni (dato a novembre 2023), con Cosenza in testa tra le province (oltre 5 mila) e Crotona in ultima posizione (oltre 1.400).

Tra gennaio e novembre 2023, la Calabria ha fatto registrare oltre 180 mila prenotazioni su Airbnb, con una crescita del 17% sullo stesso periodo del 2022.

\*\*\*

Le 1.250 interviste ai turisti, italiani e stranieri, che hanno soggiornato in strutture ricettive e abitazioni private in Calabria nel corso dell'estate 2023, hanno consentito di evidenziarne comportamenti turistici e di consumo in vacanza.

Sebbene oltre la metà dei turisti (54%) in estate sia, ovviamente, interessata al litorale della Calabria, importante il dato relativo alle altre motivazioni di vacanza che spingono i turisti a scegliere di trascorrere il soggiorno nella regione: il patrimonio artistico monumentale (anche in estate) motiva le scelte di 3 turisti su 10, il 22,4% degli ospiti torna perché è cliente abituale di una struttura ricettiva dove ha avuto un'esperienza positiva, l'8,3% sceglie la Calabria per poter degustare le eccellenze enogastronomiche e il 6% per assistere ad un evento.

Motivazioni che intercettano, ad oggi, target di nicchia sui quali puntare l'attenzione per orientare l'offerta turistica locale.

Quasi la metà dei turisti (48%) è influenzata da Internet nella scelta del soggiorno, realizzando un turismo attivo e consapevole; il 43,1% degli intervistati afferma di fare ritorno nella località scelta a seguito di un'esperienza positiva, dato assai importante.

A destinazione, il turista si dedica in primis al turismo balneare: quasi 9 su 10 (88,4%) fanno gite al mare/lago (contro la media Italia del 36,3%). Sorprende la riscoperta della natura, considerando che inizialmente interessi al solo 9,3% degli intervistati: quasi la metà dei flussi (48%), infatti, partecipa a gite ed escursioni nel verde. Al di là dell'interesse culturale (3 su 10 visitano i Centri Storici), è da notare quello enogastronomico (17%).

Parlando di spesa turistica a destinazione, si spendono mediamente 51 euro al giorno pro capite per l'acquisto di beni e servizi, 66 euro al giorno per l'alloggio e 269 euro per il viaggio A/R.