REGIONE CALABRIA
ASSESSORATO TURISMO, EMIGRAZIONE, IDENTITA' E CULTURE LOCALI,
MINORANZE LINGUISTICHE, SPORT, SPETTACOLO

CALABRIA

2009

NONO RAPPORTO SUL TURISMO

Sistema Informativo Turistico Regione Calabria

© 2009 *sistema informativo turistico regione calabria*
© 2009 *le nuvole - editoria e arti visive*
via F.lli Cervi 17/L - 87100 Cosenza
www.lenuvole.it - e.mail: info@lenuvole.it

ISBN 978-88-88343-78-5

REGIONE CALABRIA
ASSESSORATO TURISMO, EMIGRAZIONE, IDENTITA' E CULTURE LOCALI,
MiNORANZE LINGUISTICHE, SPORT, SPETTACOLO

CALABRIA

2009

NONO RAPPORTO SUL TURISMO

a cura di
Maurizio Biasi e Mariza Righetti

Sistema Informativo Turistico Regione Calabria

Coordinamento generale:

Maurizio Biasi - Mariza Righetti

***Per il Comitato Scientifico*:**

Emilio Becheri, Maurizio Biasi, Mariza Righetti

***Segreteria Organizzativa*:**

Marco Borgese, Fabio Cerchiaro, Francesca Citrigno, Antonino Coppola, Paolo Cosco, Clara Filice, Salvatore Nudo, Cinzia Pasqua, Matteo Putero, Caterina Rossi

Si ringrazia per la collaborazione la ***Struttura dell'Assessore***:

Vito Argondizzo, Nicola Corbino, Gennaro Cortese,
Silvana Stumpo, Francesco Turano

***Contributi*:**

Emilio Becheri	Teresa Gentile	Nicodemo Macrì
Maurizio Biasi	Damiano Guagliardi	Mariza Righetti
Mario Bolognari	Gianfranco Ielo	Rocco Tassone
Pasquale Clericò	IAT Lamezia Terme	Medina Tursi Prato
Laura Gentile	Tommaso Loiero	

Sistema Informativo Turistico della Regione Calabria

Si ringraziano:

per la Multimedia System: *Giuseppe Correale*;
per l'Editing il Dottor *Salvatore Nudo*;
per la correzione bozze la Sig.ra *Aida Mongiardi*;

per la realizzazione del paragrafo "Incoming culturale: il Mezzogiorno nel contesto del Mediterraneo" pag.121 la Dottoressa *Federica Montaguti* e la Professoressa *Mara Manente* CISET.

Il contributo "Tra Immagine e realtà" è una sintesi del contributo "Immagine e competitività" realizzato dalla Doxa e dalla Mercury per la Ricerca "Attrattività e immagine turistica del Mezzogiorno" pgg 267-322. La realizzazione è stata possibile grazie alla supervisione e alla preziosa collaborazione del Dottor *Ennio Salamon*.

Un caro pensiero è rivolto al Direttore Giancarlo Perani per avere contribuito alla nascita del Sistema Informativo Turistico, e per essere stato un esempio di professionalità e onestà intellettuale.

INDICE

PRESENTAZIONE

I LE STATISTICHE 13

1. PREMESSA 13
2. UNA LETTURA ATTENTA AI DATI 14
3. LE STATISTICHE NEL PANORAMA NAZIONALE 20
4. IL TURISMO: UN TEMA SEMPRE DI MODA 23
5. L'ACCOGLIENZA A SISTEMA 26
6. ANALISI TERRITORIALE E PER TIPOLOGIA DI RICETTIVITÀ 27
7. IL PATRIMONIO DELLE SECONDE ABITAZIONI 31
8. PROGETTO DI ATTRATTIVITÀ DEGLI STRANIERI 33
9. FINALITÀ E INTERVENTI PER AUMENTARE IL CAPITALE MATERIALE E IMMATERIALE 34

CONSIDERAZIONI 35

APPENDICE 37

II RIORGANIZZAZIONE DEL SISTEMA TURISTICO: GLI STRUMENTI LEGISLATIVI 53

1. PREMESSA 53
2. I CONTENUTI DELLA L/R N. 8/2008 56

III IL SISTEMA TURISTICO LOCALE. NUOVO STRUMENTO DI PROGRAMMAZIONE E NUOVA SFIDA DEMOCRATICA PER IL PROGRESSO DELLA CALABRIA. 61

1. COS'È UN STL 61
2. LINEE DI INDIRIZZO 62
3. TEMPI BREVI PER IL RICONOSCIMENTO 63
4. SECONDA FASE E PIANI DI AZIONE 63
5. QUALI DIMENSIONI E CRITERI PER LA COSTITUZIONE 64
6. SCELTA POLITICO-CULTURALE CONTENUTA NEI STL 65

IV L'ALBERGO DIFFUSO: RIQUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA 68

V LA MOBILITÀ 73

1. PREMESSA 73
2. IL RUOLO DELLE INFRASTRUTTURE 74
3. IL TRASPORTO AEREO: UNA LETTURA CRITICA ALLA LUCE DELLE PIÙ RECENTI EVOLUZIONI DI MERCATO 75

FOCUS SU: AEROPORTO DI LAMEZIA TERME 77

FOCUS SU: AEROPORTO DELLO STRETTO DI REGGIO CALABRIA 82

FOCUS SU: AEROPORTO SANT'ANNA DI CROTONE 84

VI LA NAVIGAZIONE DA DIPORTO 87

1. L'ACCORDO QUADRO DI PROGRAMMA NELLE LINEE PROGRAMMATICHE DELLA REGIONE 88
2. L'APQ NEL CONTESTO TERRITORIALE DELLA REGIONE 89
3. INTERVENTI FINANZIATI CON I FONDI POR 2000-2006 SUI PORTI TURISTICI CALABRESI 91
4. IL SISTEMA PORTUALE TURISTICO 93
5. CONSIDERAZIONI 96

VII IL TURISMO E LO SVILUPPO SOSTENIBILE 99

1. INTRODUZIONE 99
2. IL CONCETTO DI SOSTENIBILITÀ E LE SUE DECLINAZIONI 101
3. TURISMO SOSTENIBILE: CONDIZIONI PER LA SUA REALIZZAZIONE 105
4. BUONE PRASSI 110
5. OSSERVAZIONI 113

VIII LE RISORSE ARCHEOLOGICHE 117

1. L'ARCHEOLOGIA: VIAGGI NELLA MEMORIA DEL TEMPO 117
2. I DATI DEL TURISMO CULTURALE 121
3. L'OFFERTA DI BENI ARCHEOLOGICI 124
4. VISITATORI E INTROITI 129
5. MUSEI E SITI ARCHEOLOGICI NEI PRIMI 8 MESI DEL 2008 133
6. LA RICETTIVITÀ ANNESSA ALLA CULTURA 135
7. CONSIDERAZIONI 137

IX TRA IMMAGINE E REALTÀ 139

1. L'ATTRATTIVITÀ DEL MEZZOGIORNO VERSO IL MERCATO NAZIONALE E INTERNAZIONALE 139
2. IMMAGINE E COMPETITIVITÀ DELLA CALABRIA NEL MERCATO NAZIONALE 140
3. L'APPEAL DELLA CALABRIA VERSO IL MERCATO INTERNAZIONALE..... 147
4. L'ATTEGGIAMENTO DEI TOUR OPERATOR NAZIONALI ED ESTERI 149
5. CONSIDERAZIONI..... 151

X L'OPINIONE DEI TURISTI 155

1. I RISULTATI 155
2. CONSIDERAZIONI..... 159

XI CALABRIA VISION 2020 161

1. VISION 2020: COME CAMBIA IL TURISMO..... 161
2. LA CALABRIA NEL CONTESTO EVOLUTIVO 164
3. INTERNET COME LOGICA DI MERCATO E CAUSA DI NUOVI MUTAMENTI 170
4. UNA ORGANIZZAZIONE FUNZIONALE PER LO SVILUPPO DEL TURISMO 171
5. ORIZZONTE 2020 174
6. IL PROGETTO SOUTH ITALY. LA NUOVA PROGRAMMAZIONE COMUNITARIA 176

IL TURISMO SOSTENIBILE SI AVVIA A DIVENTARE PROGETTO STRATEGICO .. 181

PRESENTAZIONE

Il IX Rapporto sul turismo in Calabria nasce per la prima volta dentro il Dipartimento, nell'ambito dell'attuazione dell'Articolo 10 della Legge Regionale n. 8/2008 "Riordino sull'organizzazione turistica regionale", con l'istituzione del Sistema Informativo Turistico Regionale.

Come previsto nella Legge, il SITR è pensato come uno strumento importante per la conoscenza del movimento turistico nella nostra regione. Esso nasce in continuità con il lavoro realizzato nel passato attraverso l'Osservatorio Regionale, grazie al quale la Calabria ha avuto uno strumento di verifica in tempo reale degli andamenti turistici e del funzionamento dell'intera offerta. Il SITR, tuttavia, dovrà essere qualcosa di più; cogliendo lo spirito e i compiti che la Legge gli assegna, deve diventare uno strumento-servizio a tutto il movimento turistico calabrese, sia analizzando i dati numerici della domanda e delle visite, sia come osservatorio e laboratorio per organizzare l'offerta.

Il 2008 è stato un anno importante per le politiche turistiche di questa regione. L'approvazione della Legge Regionale ha messo in moto una nuova impostazione dell'organizzazione dell'azione del Governo Regionale, delle Autonomie locali e del mondo dell'impresa del settore. Con la Legge e con i Regolamenti attuativi si blocca, intanto, un andamento estemporaneo e spontaneista, a volte quasi anarchico, sia del pubblico che del privato, nel presentare l'offerta e nel costruire l'accoglienza.

Con il Comitato istituzionale nasce il tavolo della condivisione tra Regione, Autonomie locali e rappresentanti delle imprese e delle professioni del settore. Camminare lungo il tracciato degli ultimi mesi del 2008 è importante. Mesi di confronto e di rispetto, di proposta e di ascolto, importanti per costruire anche lo strumento attuativo del Sistema Turistico Locale.

Raggiungere questo risultato è stato importante per sbloccare la spesa: soprattutto quella dei fondi europei.

Il turismo sostenibile che fino a ieri era soltanto enunciazione di opportunità e di possibili risorse, oggi comincia a diventare progetto strategico del turismo calabrese. La Legge e i Regolamenti attuativi cominciano a diventare la struttura fisica unica dentro la quale costruire i tanti turismi calabresi.

Comincia in questo modo a delinearsi una vera e propria inversione culturale su cui lavorare per trasformare così tante opportunità in molteplici economie turistiche. Il lavoro non è semplice alla luce della complessità dei tanti fattori che convergono su questo comparto economico. I dati che ci vengono forniti non sono così drammatici, per come sono state presentate nel recente passato, alcune tendenze particolari. Anzi ci parlano di una situazione solida capace di reggere anche a congiunture sfavorevoli come la crisi economica in atto, e ci fanno ben sperare per il futuro. Bisogna, perciò, continuare sulla strada della rivisitazione normativa. Togliere il settore dalle tentazioni dell'estemporaneità e della spontaneità è necessità vitale. La normativa e la regolamentazione è indispensabile per mettere a sistema forze e risorse che rischiano di depauperarsi se avranno la presunzione di camminare da sole. Ma soprattutto servono per far emergere i tanti turismi clandestini che pur vivono in Calabria e che frenano le potenzialità inespresse.

Il lavoro già descritto nei precedenti rapporti è utile e importante. Si parte da questi dati numerici e statistici, si parte anche dalle elaborazioni e dalle riflessioni generali, si parte dalle analisi e dalle proposte per aprire una nuova stagione della economia turistica calabrese.

Damiano Guagliardi
Assessore al Turismo
Regione Calabria

I LE STATISTICHE

Maurizio Biasi, Mariza Righetti

1. Premessa

L'analisi e l'elaborazione di questo capitolo sono state affrontate con la consapevolezza delle difficoltà che si sarebbero incontrate e soprattutto del margine di imprecisione a causa dei considerevoli ritardi nella fase di rilevazione statistica del movimento clienti nelle strutture ricettive[1].

Al momento dell'elaborazione dei dati la percentuale di rispondenza[2], delle strutture, in termini di posti letto[3] era del 78%, mentre negli ultimi anni (dal 2004 al 2007) è stata mediamente dell'88%.

A questo punto per ottenere il dato relativo al movimento turistico del 2008 si è proceduto a considerare le diverse componenti disponibili e a

---

[1] La rilevazione del 'Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi' è un'indagine censuaria condotta mensilmente che produce dati sui flussi degli italiani e degli stranieri sul territorio nazionale. Si basa sulle dichiarazioni giornaliere che i titolari degli esercizi sono obbligati a trasmettere agli enti locali del turismo (aziende di promozione turistica, aziende autonome di soggiorno, cura e turismo, enti provinciali per il turismo o altri enti previsti dalle normative regionali). La raccolta delle informazioni statistiche avviene mediante la compilazione di appositi modelli di rilevazione, in cui vengono comunicati il numero dei clienti arrivati e partiti, distinti per paese estero e per regione italiana di residenza e le relative giornate di presenza. Le statistiche del movimento dei clienti mirano a quantificare gli arrivi, le presenze e la permanenza media negli esercizi ricettivi. A partire da gennaio 2005 le modalità della rilevazione sono state profondamente rinnovate sia per quanto riguarda il dettaglio comunale di acquisizione dei dati, sia per una più fine disaggregazione delle tipologie di alloggio che sono state allineate alla rilevazione della capacità. Le nuove modalità sono definite nella circolare Istat n. 2741 del 28 aprile 2008.
La Legge Regionale N. 34 del 12 agosto 2002 art. 53 comma 1 lettera c) attribuisce alla Regione: "*il coordinamento della raccolta per l'elaborazione e la diffusione delle rilevazioni e delle informazioni concernenti la domanda e l'offerta turistica regionale in tutte le loro articolazioni".* L'articolo 54 della suddetta legge comma 1 lettera c) attribuisce alle Province: "*la rilevazione e trasmissione alla Regione dei dati e delle informazioni relativi al territorio di competenza*."

[2] Strutture rispondenti = strutture che hanno adempiuto all'obbligo di trasmissione del dato statistico come da nota precedente, in risposta all'indagine Istat 'La rilevazione del movimento turistico negli esercizi ricettivi".

[3] Si fa riferimento al numero dei posti letto e non al numero degli esercizi per la notevole differenza dimensionale (in termini di letti) fra le strutture. I posti letto rispondenti sono, dunque, i letti delle strutture che hanno risposto all'indagine. La raccolta dei dati sarà completata nei mesi successivi all'uscita del seguente rapporto.

stimare la componente non rispondente all'indagine.

Il dato relativo al movimento turistico, esposto nelle tabelle che seguono, secondo le variabili di: territorialità (provincia e area) periodo di riferimento (bassa stagione e alta stagione) tipologia (esercizi alberghieri a una e due stelle, esercizi alberghieri a tre stelle + residenze turistiche alberghiere, esercizi alberghieri a quattro e cinque stelle ed esercizi complementari) è il risultato della sommatoria della componente rilevata nel 2008, della componente stimata[4], e del dato relativo alle nuove aperture.

Tab.1.Numero di posti letto delle strutture rispondenti all'indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi.

Provincia	Anno 2008 provvisorio		Anno 2007 definitivo	
	Letti Rispondenti	% di Rispondenza	Letti Rispondenti	% di Rispondenza
Catanzaro	18.727	70,9	23.645	85,0
Cosenza	71.344	90,2	76.353	93,6
Crotone	13.003	58,9	15.791	72,7
Reggio Calabria	17.049	88,0	18.957	94,9
Vibo Valentia	30.217	66,0	36.239	82,6
Calabria	***150.340***	***78,0***	***170.985***	***87,7***

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

2. Una lettura attenta ai dati

Dal 2000 al 2007 si è registrato un tasso di variazione medio annuo (t.v.m.a.) delle presenze turistiche in regione del 4,8% pari a un tasso di variazione assoluto (t.v.a.) del 39% passando da 6.282.074 del 2000 a 8.731.335 del 2007.

Nel 2008 si è interrotta questa serie favorevole facendo registrare una contrazione per le presenze dell'1,9% che in valori assoluti significa 169.552 mila pernottamenti e degli arrivi del 2% (32.217 pernottamenti in meno). La diminuzione risulta più consistenze per la componente e-

---

Il movimento registrato nelle strutture non rispondenti nel 2008 è stato stimato, applicando ai dati, relativi alle stesse strutture, rilevati nel 2007, il tasso di variazione percentuale ottenuto dal confronto omogeneo tra le strutture rispondenti nei due anni (al fine di una chiara lettura dei dati di seguito esposti si precisa che il confronto è stato effettuato struttura su struttura, per ogni mese di riferimento mettendo a confronto 19.483 record)

stera (-4,9%) mentre è dell'1,3% per gli italiani. La flessione si verifica soprattutto nei mesi di alta stagione mentre durante la bassa stagione si registra mediamente un incremento delle presenze dell'1%. Continua la contrazione delle presenze nelle strutture di bassa categoria anche se in alcune aree il dato è in controtendenza.

Un aspetto critico, anche più accentuato rispetto alla media delle altre regioni del Mezzogiorno, è quello della eccessiva stagionalità tipica del turismo balneare che è quasi monovalente.

E' importante segnalare gli aumenti durante i mesi di bassa stagione in quanto è una nuova tendenza che potrebbe segnare il passo verso la destagionalizzazione ma non bisogna dimenticare che le quote percentuali sono molto diverse nei due periodi. Infatti a fronte di 1.207.246 presenze durante la bassa stagione ne registriamo 7.354.615 nell'alta stagione ossia circa l'89% delle presenze complessive.

La provincia di Cosenza è l'unica ad avere registrato un incremento negli arrivi (1,3%) determinato dagli italiani (1,5%) mentre gli stranieri diminuiscono dello 0,9%. Complessivamente le presenze diminuiscono dell'1,2% a conferma di una diminuzione ulteriore della permanenza media. L'incremento si registra nella bassa stagione e in quasi tutte le tipologie ricettive ad eccezione dell'area Tirreno.

La perdita è più consistente nella provincia di Catanzaro con una diminuzione sia degli arrivi (-5,5%) che delle presenze (-4,3%), anche qui si conferma una variazione positiva nella bassa stagione (0,4%) a fronte di una perdita del 5,4% nell'alta stagione. Sullo Ionio si registra un aumento considerevole delle presenze negli esercizi complementari ma tale variazione percentuale è spiegata dai valori assoluti di partenza molto bassi quindi sensibili a ogni piccolo mutamento. Sono soprattutto gli stranieri a diminuire (9,7%).

Crotone è l'unica provincia che ha registrato un incremento delle presenze (1,3%) dovuto alla componente nazionale (1,6%) a fronte però di una diminuzione degli arrivi del 5,6%. Gli stranieri aumentano del 18,5% nella bassa stagione.

Nella provincia di Reggio Calabria si perdono circa 40.000 presenze e sitratta esclusivamente di stranieri (- 23,5%) mentre gli italiani aumentano dello 0,3% soprattutto nelle strutture extralberghiere (+2,9%) e in alta stagione (+6,4%).

Al contrario nella provincia di Vibo Valentia, che detiene a livello regionale il 46,8% delle presenze estere, gli stranieri aumentano dell'0,3% mentre gli italiani diminuiscono del 3,4%. Complessivamente nella provincia si registra una contrazione per le presenze del 2,3%.

Complessivamente la provincia registra una contrazione dell'1,3% per gli arrivi e del 2,3% per le presenze. Per ulteriori approfondimenti su base provinciale si rimanda alle tabelle in appendice al seguente capitolo. E' chiaro come la crisi mondiale economico-finanziaria non ha risparmiato l'economia turistica calabrese seppure con tassi decisamente inferiori al resto del Paese e in un tempo più dilatato (la crisi del turismo nazionale è già in atto da qualche anno). Questo è sintomo di un mercato solido, fatto di piccole e medie imprese, che riesce a mantenere anche durante un periodo di grande recessione.

Si confermano alcune tendenze nazionali: il diffondersi degli *short break* (vacanze più frequenti ma di breve durata), non si rinuncia a fare vacanza nemmeno in un periodo di crisi, infatti, gli italiani che reputano irrinunciabile (tra i beni e i servizi che utilizzano) *fare almeno una vacanza all'anno* (*minimo di una settimana*) sono il 53,7% pari a 21 milioni 165 mila, mentre il 34,6% non rinuncerebbe ad un "*week end ogni tanto fuori"*, ossia 11milioni 465 mila italiani[5]. Cambia la scelta della tipologia di alloggio, si preferisce l'extralberghiero, *B&B*, e le strutture alberghiere a basso costo. Le indagini previsionali di diversi istituti di ricerca e associazioni di categoria quest'estate segnalavano percentuali disastrose, come tra l'altro accade da un po' di anni, provocando un allarmismo e un malcontento non necessari ma soprattutto non produttivi.

---

[5] 42° Rapporto annuale sulla situazione sociale del Paese Censis, 2008.

Tab.2. Stima del movimento complessivo dei clienti nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, Calabria. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	11.267	24.993	10.899	22.717	22.184	47.766
	Tre stelle e RTA	65.279	167.464	56.176	179.541	121.456	347.006
	Quattro e cinque stelle	49.504	105.339	41.655	127.120	91.161	232.460
	Esercizi Complementari	5.015	22.418	9.363	37.119	14.384	59.586
	Totale	131.068	320.219	118.098	366.504	249.192	686.823
Ionio	Una e due stelle	4.335	13.664	6.216	30.578	10.535	44.198
	Tre stelle e RTA	48.671	135.883	136.252	965.122	184.924	1.101.007
	Quattro e cinque stelle	49.716	164.078	202.693	1.364.122	252.410	1.528.202
	Esercizi Complementari	6.678	46.076	78.003	835.250	84.875	881.749
	Totale	109.404	359.706	423.168	3.195.079	532.748	3.555.160
Tirreno	Una e due stelle	11.698	32.007	28.910	152.082	40.610	184.079
	Tre stelle e RTA	77.258	198.938	243.234	1.622.182	320.493	1.821.123
	Quattro e cinque stelle	92.582	264.036	222.382	1.317.667	314.965	1.581.704
	Esercizi Complementari	6.030	32.332	74.044	701.090	79.877	732.959
	Totale	187.571	527.315	568.574	3.793.025	755.950	4.319.869
Totale	Una e due stelle	27.304	70.667	46.030	205.382	73.334	276.049
	Tre stelle e RTA	191.214	502.291	435.666	2.766.853	626.880	3.269.144
	Quattro e cinque stelle	191.806	533.457	466.734	2.808.914	658.540	3.342.371
	Esercizi Complementari	17.728	100.831	161.416	1.573.466	179.144	1.674.297
	Totale	428.052	1.207.246	1.109.846	7.354.615	1.537.898	8.561.861
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	0,8	3,9	5,9	-9,4	3,3	-2,8
	Tre stelle e RTA	7,9	8,3	4,4	4,8	6,3	6,4
	Quattro e cinque stelle	6,8	12,5	-5,2	8,9	1,0	10,5
	Esercizi Complementari	-4,1	9,2	-20,3	-27,8	-15,2	-17,2
	Totale	6,3	9,4	-1,4	0,5	2,5	4,5
Ionio	Una e due stelle	3,7	13,5	-4,3	0,5	-1,3	4,1
	Tre stelle e RTA	-5,1	-7,6	-6,2	-3,6	-5,9	-4,1
	Quattro e cinque stelle	-2,8	15,0	-0,5	-4,4	-0,9	-2,6
	Esercizi Complementari	18,9	4,0	2,0	5,8	3,4	5,8
	Totale	-2,5	4,0	-2,0	-1,6	-2,1	-1,1
Tirreno	Una e due stelle	-6,8	-14,3	-4,6	-14,8	-5,3	-14,7
	Tre stelle e RTA	-5,7	-0,9	-3,6	-2,3	-4,1	-2,1
	Quattro e cinque stelle	-2,8	-9,7	-1,7	-2,5	-2,0	-3,8
	Esercizi Complementari	11,2	27,1	-4,3	-4,5	-3,5	-3,5
	Totale	-3,9	-5,1	-3,0	-3,3	-3,3	-3,6
Totale	Una e due stelle	-2,2	-3,8	-2,3	-12,3	-2,3	-10,2
	Tre stelle e RTA	-1,3	0,0	-3,5	-2,3	-2,8	-2,0
	Quattro e cinque stelle	-0,5	0,9	-1,5	-3,0	-1,2	-2,4
	Esercizi Complementari	9,0	11,7	-2,5	-0,1	-1,5	0,6
	Totale	-0,6	1,0	-2,5	-2,4	-2,0	-1,9

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Bassa stagione: Gennaio, febbraio,marzo, aprile, ottobre, novembre, dicembre -Alta stagione: Maggio – settembre.

Tab.3. Stima del movimento dei clienti italiani nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, Calabria. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	10.168	22.242	7.773	18.074	17.954	40.349
	Tre stelle e RTA	62.840	157.781	50.161	164.817	113.001	322.598
	Quattro e cinque stelle	46.074	97.030	37.006	115.613	83.081	212.644
	Esercizi Complementari	4.562	19.845	7.708	29.574	12.271	49.421
	Totale	123.646	296.901	102.651	328.082	226.312	625.015
Ionio	Una e due stelle	3.823	11.763	5.488	26.164	9.298	37.896
	Tre stelle e RTA	45.103	120.590	127.996	912.872	173.100	1.033.463
	Quattro e cinque stelle	44.740	133.419	179.497	1.198.919	224.238	1.332.340
	Esercizi Complementari	4.611	19.118	70.674	769.936	75.482	789.507
	Totale	98.280	284.893	383.656	2.907.895	482.121	3.193.208
Tirreno	Una e due stelle	10.194	26.316	24.446	123.001	34.641	149.317
	Tre stelle e RTA	66.739	148.689	201.733	1.321.102	268.473	1.469.792
	Quattro e cinque stelle	70.479	139.661	158.470	860.881	228.949	1.000.543
	Esercizi Complementari	5.191	27.078	63.791	630.835	68.785	657.463
	Totale	152.605	341.745	448.443	2.935.821	600.851	3.277.117
Totale	Una e due stelle	24.187	60.324	37.709	167.241	61.896	227.565
	Tre stelle e RTA	174.686	427.063	379.892	2.398.794	554.578	2.825.857
	Quattro e cinque stelle	161.295	370.112	374.975	2.175.417	536.270	2.545.529
	Esercizi Complementari	14.367	66.044	142.176	1.430.349	156.543	1.496.393
	Totale	374.535	923.543	934.752	6.171.801	1.309.287	7.095.344
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	-0,9	3,0	-7,2	-15,7	-3,7	-6,2
	Tre stelle e RTA	8,4	8,9	3,2	5,8	6,0	7,3
	Quattro e cinque stelle	7,5	14,6	-4,8	13,6	1,7	14,0
	Esercizi Complementari	-4,0	13,5	-20,8	-32,4	-15,3	-19,3
	Totale	6,7	10,5	-2,8	1,6	2,2	5,7
Ionio	Una e due stelle	0,7	9,9	-3,7	-0,8	-2,0	2,2
	Tre stelle e RTA	-5,2	-5,4	-4,5	-2,0	-4,7	-2,5
	Quattro e cinque stelle	1,4	19,3	-0,6	-5,7	-0,2	-3,7
	Esercizi Complementari	24,3	-14,1	3,1	6,8	4,5	6,2
	Totale	-0,9	4,6	-1,3	-1,4	-1,2	-0,9
Tirreno	Una e due stelle	-5,9	-10,1	-5,5	-18,1	-5,6	-16,8
	Tre stelle e RTA	-7,2	-5,2	-3,1	-2,6	-4,2	-2,9
	Quattro e cinque stelle	-3,6	-12,2	1,5	1,2	-0,2	-0,9
	Esercizi Complementari	11,3	28,5	-2,7	-3,1	-2,1	-2,2
	Totale	-4,9	-6,7	-1,6	-2,4	-2,5	-2,9
Totale	Una e due stelle	-2,8	-2,0	-5,6	-15,6	-4,5	-12,4
	Tre stelle e RTA	-1,5	-0,5	-2,8	-1,9	-2,4	-1,7
	Quattro e cinque stelle	0,8	4,1	-0,2	-2,2	0,1	-1,3
	Esercizi Complementari	9,5	8,6	-1,2	1,0	-0,3	1,3
	Totale	-0,3	1,8	-1,6	-1,8	-1,2	-1,3

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.4. Stima del movimento dei clienti stranieri nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, Calabria. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	1.099	2.751	3.126	4.643	4.230	7.417
	Tre stelle e RTA	2.439	9.683	6.015	14.724	8.455	24.408
	Quattro e cinque stelle	3.430	8.309	4.649	11.507	8.080	19.816
	Esercizi Complementari	453	2.573	1.655	7.545	2.113	10.165
	Totale	7.422	23.318	15.447	38.422	22.880	61.808
Ionio	Una e due stelle	512	1.901	728	4.414	1.237	6.302
	Tre stelle e RTA	3.568	15.293	8.256	52.250	11.824	67.544
	Quattro e cinque stelle	4.976	30.659	23.196	165.203	28.172	195.862
	Esercizi Complementari	2.067	26.958	7.329	65.314	9.393	92.242
	Totale	11.124	74.813	39.512	287.184	50.627	361.952
Tirreno	Una e due stelle	1.504	5.691	4.464	29.081	5.969	34.762
	Tre stelle e RTA	10.519	50.249	41.501	301.080	52.020	351.331
	Quattro e cinque stelle	22.103	124.375	63.912	456.786	86.016	581.161
	Esercizi Complementari	839	5.254	10.253	70.255	11.092	75.496
	Totale	34.966	185.570	120.131	857.204	155.099	1.042.752
Totale	Una e due stelle	3.117	10.343	8.321	38.141	11.438	48.484
	Tre stelle e RTA	16.528	75.228	55.774	368.059	72.302	443.287
	Quattro e cinque stelle	30.511	163.345	91.759	633.497	122.270	796.842
	Esercizi Complementari	3.361	34.787	19.240	143.117	22.601	177.904
	Totale	53.517	283.703	175.094	1.182.814	228.611	1.466.517
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	20,0	11,1	62,6	27,6	49,0	21,3
	Tre stelle e RTA	-3,5	-0,3	16,0	-5,3	9,6	-3,4
	Quattro e cinque stelle	-1,6	-6,9	-8,3	-23,1	-5,6	-17,1
	Esercizi Complementari	-4,6	-15,8	-17,8	-1,2	-15,1	-5,0
	Totale	0,2	-3,5	8,8	-8,0	5,9	-6,3
Ionio	Una e due stelle	33,7	42,2	-8,9	9,3	4,7	17,2
	Tre stelle e RTA	-4,4	-21,8	-26,0	-24,2	-20,6	-23,7
	Quattro e cinque stelle	-29,4	-0,5	0,6	6,0	-6,4	4,9
	Esercizi Complementari	8,3	22,4	-7,6	-4,5	-4,6	2,0
	Totale	-14,9	1,5	-8,0	-3,4	-9,6	-2,4
Tirreno	Una e due stelle	-12,7	-29,6	0,6	2,8	-3,1	-4,4
	Tre stelle e RTA	4,7	14,8	-5,9	-0,8	-4,0	1,2
	Quattro e cinque stelle	-0,2	-6,8	-8,8	-8,9	-6,7	-8,4
	Esercizi Complementari	10,5	20,6	-13,1	-15,0	-11,7	-13,2
	Totale	0,9	-2,1	-7,9	-6,4	-6,1	-5,6
Totale	Una e due stelle	3,2	-13,0	16,2	6,0	12,4	1,3
	Tre stelle e RTA	1,3	3,0	-7,7	-5,1	-5,8	-3,9
	Quattro e cinque stelle	-6,6	-5,7	-6,5	-5,7	-6,6	-5,7
	Esercizi Complementari	7,0	18,2	-11,6	-9,8	-9,2	-5,4
	Totale	-3,0	-1,3	-6,6	-5,7	-5,8	-4,9

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

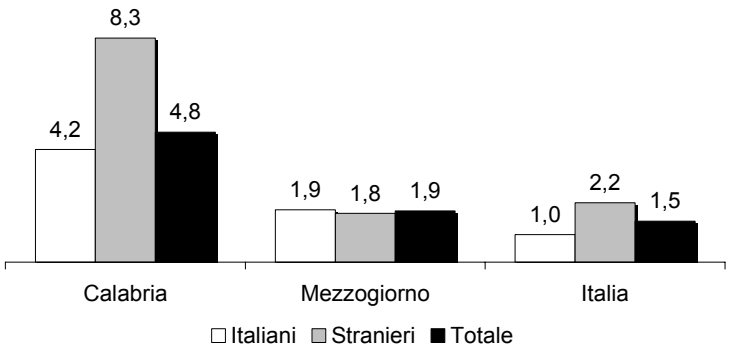
Si è lontani da quelle percentuali che d'altronde non si registrerebbero neanche a fronte di una calamità naturale….

Si invita, dunque, chi lavora in questo settore alla prudenza nella lettura dei segnali che arrivano dal mercato e soprattutto a fare riferimento a indagini che siano rappresentative della realtà. È anche responsabilità dei mass media verificare l'attendibilità delle fonti prima di pubblicarle.

3. Le statistiche nel panorama nazionale[6]

Nel 2007 in Calabria si è registrato un incremento dei turisti italiani per le presenze del 7,7% contro il 4,7% registrato nel Mezzogiorno e l'1,6% nel territorio nazionale; le presenze estere aumentano invece del 4,3% valore in linea con la media nazionale (4,3%), ma inferiore a quello registrato nel Mezzogiorno (5,8%).

Graf.1. Tassi di variazione medi annui 2007/2000 delle presenze in Calabria, Mezzogiorno e Italia per tipologia di clientela. Valori in percentuale



Fonte: elaborazioni su dati Istat

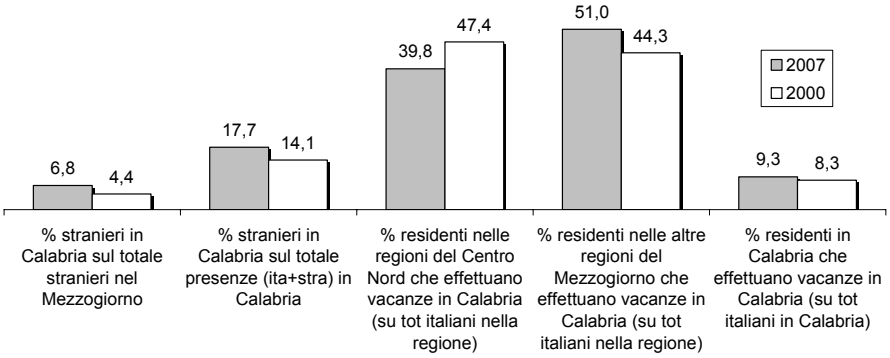
Negli ultimi anni le performance della Calabria si differenziano dalle evoluzioni registrate nel Mezzogiorno e in Italia, in particolar modo per quanto riguarda la clientela straniera che, nonostante la flessione del 2001 estesa anche alla domanda dei turisti italiani, mostra un andamen-

---

6 Il paragrafo è stato realizzato da Serena Scarcella.

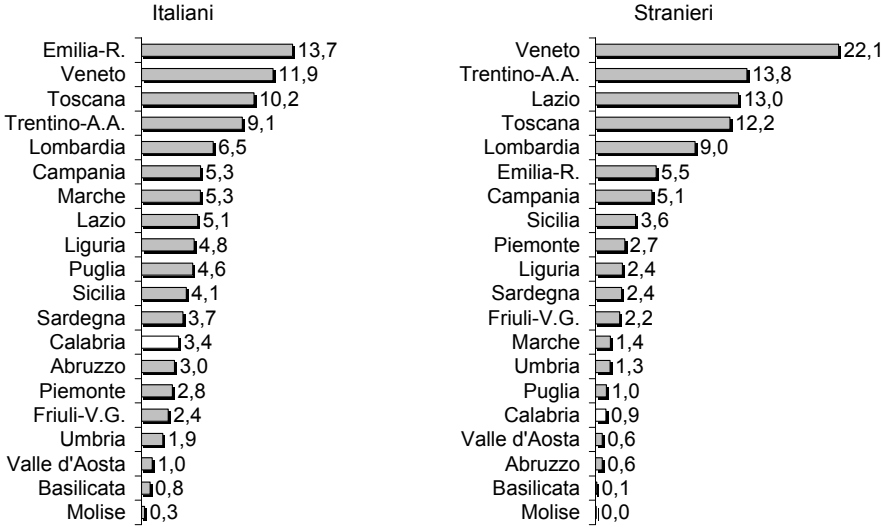
to in crescita con un notevole incremento nell'anno 2006 (+21,1% rispetto al 2005). Fra il 2000 e il 2007 le presenze estere aumentano con una media annuale dell'8,3%, contro l'1,8% del Mezzogiorno e il 2,2% dell'Italia.

Graf.2. Il posizionamento della regione Calabria in termini di quote di mercato della clientela estera e di quella nazionale (presenze). Anni 2000 e 2007. Valori in %



Fonte: elaborazioni su dati Istat

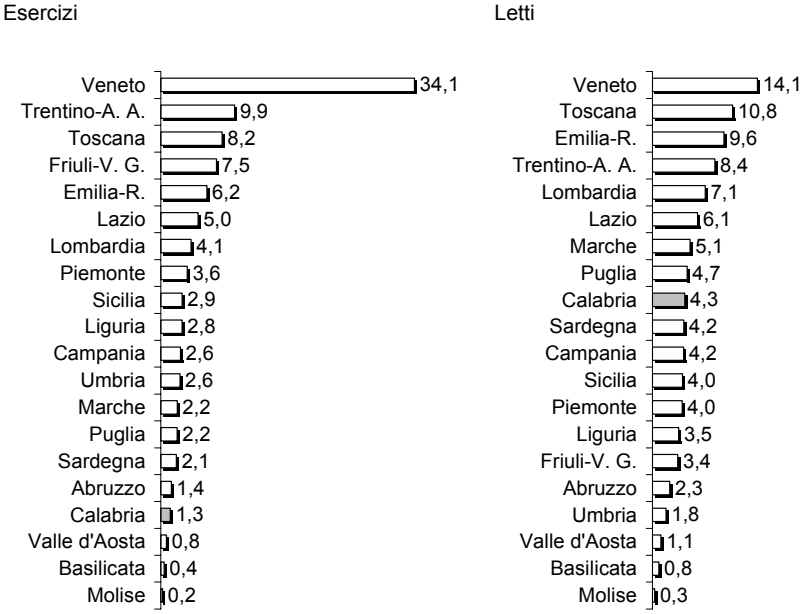
Graf.3. Il posizionamento della regione Calabria rispetto alle altre regioni italiane. Distribuzione % delle presenze italiane e straniere per regione. Anno 2007. Valori in %



Fonte: elaborazioni su dati Istat

La domanda turistica in Calabria è fortemente caratterizzata dalla presenza di turisti nazionali e in particolare dai residenti nelle altre regioni del Mezzogiorno (Calabria esclusa) che incidono più del 50% sul totale presenze italiane nella regione; i residenti calabresi che decidono di trascorrere le vacanze nella propria regione rappresentano il 9,3% e quelli del Centro Nord quasi il 40%.

Graf.4. Rank delle regioni per incidenza % sull'offerta totale nazionale. Anno 2007



Fonte: elaborazioni su dati Istat

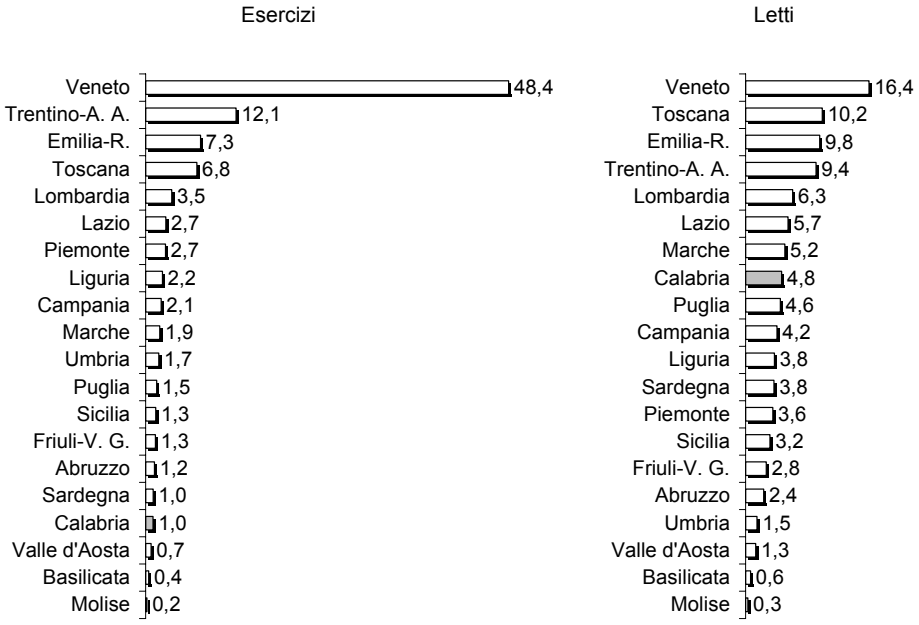
Rispetto alle altre regioni italiane, la Calabria si posiziona nel 2007 in tredicesima posizione con una incidenza percentuale sul totale italiani del 3,4%, mentre per quanto riguarda i flussi stranieri occupa la sedicesima posizione con lo 0,9%.

Nell'anno 2007[7] si colloca alla diciassettesima posizione in termini di esercizi, con quota 1,3%, e in nona posizione in termini di posti letto

[7] Ultimo dato disponibile a livello nazionale.

(4,3%). La dimensione media degli esercizi è superiore a quella nazionale. Rispetto al 2000, la regione mantiene la medesima posizione per numero di esercizi, mentre perde una posizione nella graduatoria dei posti letto.

Graf.5. Rank delle regioni per incidenza % sull'offerta totale nazionale. Anno 2000



Fonte: elaborazioni su dati Istat

4. Il turismo: un tema sempre di moda

Molti sono i sondaggi, le indagini previsionali e a consuntivo che interessano il turismo. L'indagine, realizzata dall'Osservatorio Turistico Balneare[8] ha tracciato un quadro statistico complessivo per le coste italiane caratterizzato da una flessione del -5,8% rispetto al 2007. In particolare le previsioni relative al Mare Sud Italia (Campania, Basilicata, Ca-

[8] Su un campione di 1.506 operatori turistici alberghieri ed extralberghieri italiani - Trademark Italia tra il 22 settembre e il 4 ottobre 2008.

labria) indicavano una flessione del 9,1%[9]. Gli operatori turistici (albergatori soprattutto) interpellati accusano i competitor stranieri di sottrarre quote di clientela all'Italia, le agenzie viaggi condannano la promozione nazionale perché non fa abbastanza per attirare i turisti europei, i rappresentanti di categoria lamentano di non avere margini economici e invocano la riduzione dell'IVA.

Nell'indagine sono stati tenuti in considerazione anche i dati delle agenzie di affittanza di destinazioni dominate da offerte di appartamenti turistici che ha portato a stimare la flessione del settore tra il 15 e il 25%.

I dati statistici ufficiali non considerano i milioni di presenze turistiche perdute nella crisi degli appartamenti, il cui destino, senza interventi strutturali, sembra essere segnato: alla prossima pubblicazione dei dati ISTAT relativi all'estate 2008 mancheranno le cifre relative al 70% degli appartamenti turistici che per alcune aree italiane rappresentano il 75% del ricettivo disponibile. Un'ultima variabile che potrebbe influire sulla performance definitiva di alcune località è relativa alle code di stagione (il turismo di ottobre) che, secondo gli intermediari interpellati, potrebbero premiare alcune aree del Sud Italia, ma non le aree che rappresentano i maggiori volumi di presenze balneari italiane.

Le previsioni destavano una notevole preoccupazione!

4.1. Come cambia il mercato: i nuovi turismi

Da un'indagine svolta da ACI e Censis[10] emerge che negli ultimi anni assistiamo al cambiamento dei comportamenti relativi al turismo e al tempo libero. Dal punto di vista della domanda, cresce l'orientamento a considerare la vacanza come un consumo base irrinunciabile, e pur in tempi di bassa congiuntura e di contrazione dei redditi - soprattutto nelle

---

9 Tra le ragioni della probabile flessione turistica nazionale non c'e solo la scarsa disponibilità economica degli italiani a reddito fisso, ma anche l'aumento delle vacanze degli italiani all'estero. La diffusione dei voli a basso prezzo mette a disposizione delle fasce turistiche meno abbienti e più giovani una gamma di nuove destinazioni fino a ieri improbabili e irraggiungibili.

10 "L'auto e i turismi tematici" Rapporto turismo 2008 - ACI e Censis.

fasce giovanili e del precariato - gerarchizzando diversamente i consumi (meno abbigliamento più vacanza) si scelgono mix di viaggi, turismi e leisure, per tempi sempre più brevi seppure ripetuti nel corso dell'anno secondo una propensione a destagionalizzare (short break 1-3 giorni)[11]. Negli ultimi 10 anni le vacanze brevi degli italiani[12] (da 1 a 3 giorni): sono raddoppiate da 23.265 milioni di viaggi del 1997 a 47.874 milioni di viaggi del 2007.

Dal punto di vista dell'offerta si assiste alla nascita e alla progressiva affermazione dei turismi tematici – di natura, cultura, avventura, salutismo, – come proposte attrattive, con addensamenti distrettuali, paradigmi innovati, accanto a quella che risulta ancora la parte più consistente dell'offerta turistica dell'Italia: mare, montagna, città d'arte ma che ha raggiunto in molti casi l'area della maturità nel ciclo di vita di alcuni prodotti e di alcune destinazioni.

4.2. Percezioni e umori

Nel sondaggio dell'ISPO commenta Renato Mannheimer che "Il settore è di importanza strategica per lo sviluppo del Paese[13]. L'86% degli intervistati ritiene che il turismo sia importante per l'Italia. Il 90% degli intervistati sostiene che i turisti diano prestigio al luogo che visitano. Alla domanda opposta, ovvero se si ritiene che il turista infastidisca, rispondono negativamente nel 78% dei casi, mentre il restante 22% è scocciato dalle presenze estranee con picchi nel centro, specie in città come Firenze e Roma. Il dato più interessante che emerge dai sondaggi: ovvero, alla domanda riguardante la soddisfazione dell'operato della propria regione in materia di turismo, il 52% degli italiani presi in campione

---

[11] Gennaio/marzo: settimane bianche, aprile/giugno: città d'arte e mostre, luglio/settembre: mare/montagna, ottobre/dicembre: enogastronomia e sagre, tutto l'anno: crociere e low cost in Europa.

[12] Si utilizza l'auto (73% dei viaggi per turismo), per destinazioni e motivazioni, sempre più articolate e diversificate, ma relativamente prossime alla residenza.

[13] "L'atteggiamento degli italiani verso il turismo" sondaggio dell'Ispo TTG Italia newsonline dell'11 Febbraio 2009.

risponde negativamente. Solo il 40% crede che si faccia abbastanza per la promozione turistica. I picchi di insoddisfazione, questa volta, si raggiungono nel Mezzogiorno, dove il malcontento arriva al 60%. "L'osservazione più immediata è il sentore da parte degli intervistati della potenzialità inespressa. In particolare, nel Meridione sentono poco valorizzati i loro tesori e vorrebbero che fosse posta maggiore attenzione"[14].

4.3. Interventi e programmazione

L'importanza del settore è confermata dalle linee guida della proposta di legge per il rilancio del turismo che è stata presentata a Roma il 30 Gennaio è che prevede la rinascita del Ministero del Turismo e il rilancio dei Sistemi Turistici Locali.

Il nuovo segretario generale dell'Organizzazione mondiale del turismo[15], Taleb Rifai, ha spiegato che la crisi attuale "deriva dall'economia globale ma è anche di sistema". Il turismo deve innovare, non si deve combattere il web o le low cost, che sono anch'esse il futuro del turismo, ma agire per lavorare e lanciare nuovi prodotti insieme. "L'Italia deve essere sempre più integrata nel Mediterraneo, e puntare veramente, con prodotti ad hoc, ai mercati emergenti".

5. L'accoglienza a sistema

Nello scenario economico della Calabria, il comparto turistico assume rilievo di primaria importanza. L'evoluzione del mercato, il suo rapido allargamento, la necessità di offrire prodotti sempre più sofisticati e complessi, ha posto la Regione nell'oggettiva necessità di accelerare il processo di adeguamento della sua struttura turistica e di creare le con-

---

[14] Da pochi giorni è partita la campagna promozionale "*Come to Calabria*". Il volto di Rino Gattuso, calciatore della Nazionale italiana e del Milan, e il castello di S.Severina sono le immagini che compaiono sulla fiancata di 1.000 taxi londinesi. Una campagna promozionale del territorio che la Calabria lancia nella capitale inglese in concomitanza con la partnership tra la Regione e la Nazionale. Sino al 2010, cioè sino ai Mondiali di calcio in Sudafrica, l'immagine della Calabria resterà legata a quella del team italiano.

[15] Entrerà ufficialmente in carica dal prossimo primo marzo, ex ministro del Turismo giordano.

dizioni per migliorare la competitività dell'offerta, salvaguardandone, nel contempo, le tradizioni e la cultura locale. La nuova legge regionale n. 8 del 5 aprile 2008 sul Riordino del Sistema Turistico Regionale[16], oltre a fare chiarezza sui ruoli, rappresenta lo stimolo giusto per riorganizzare il settore turistico secondo un modello attuale, agile, snello, in stretta coesistenza e collaborazione tra pubblico e privato.

Una particolare attenzione è rivolta alla politica di accoglienza e assistenza al turista, quale elemento fondamentale per un elevato grado di soddisfazione dello stesso. Scelte, queste, che mirano a far diventare il comparto strategico nella crescita dell'economia regionale e nella sua riqualificazione[17].

Il sistema d'accoglienza è stato oggetto di una completa trattazione nella edizione precedente del Rapporto sul Turismo[18] e questo contributo va inteso come un ulteriore integrazione e aggiornamento di quanto già pubblicato sia per le statistiche regionali e nazionali sia per gli interventi realizzati nel settore. L'organizzazione territoriale ha una grande valenza come condizione anche immateriale per costruire un *sistema di ospitalità* efficiente e deve essere assunta come condizione di base, in termini di servizi offerti al cliente (accoglienza, intrattenimento, informazione, opzioni, *dopoturismo* ecc), di facilitazione della mobilità, di integrazione delle risorse, di presenza di più opzioni, di attenzione alla ricettività (alberghiera ed extra) e alla ristorazione. A queste voci deve essere aggiunta anche la valutazione delle abitazioni per vacanza, che per molte località rappresentano la tipologia di ricettività dominante anche se non recepita dalle statistiche ufficiali.

6. Analisi territoriale e per tipologia di ricettività

Le tendenze degli ultimi anni sono confermate. Anche nel 2008 si

---

[16] Cfr. Capitolo II "Riorganizzazione del sistema turistico: gli strumenti legislativi".
[17] Cfr. Capitolo IV "L'albergo diffuso:riqualificazione dell'offerta".
[18] Cfr.Capitolo I "Il sistema d'accoglienza" – Ottavo Rapporto sul Turismo Calabria.

assiste, infatti, a una crescita complessiva degli esercizi alberghieri (1,6%) e dei relativi posti letto (2,8%) che riguarda però gli esercizi di qualità, in particolare i quattro stelle passano da 158 a 170 (7,6%) con una crescita dei posti letto del 6,4%. Continua a diminuire l'offerta delle basse categorie -3,8% gli esercizi una stella e -6,1% i due stelle. La crescita maggiore di ricettività si verifica nell'area Montagna Entroterra mentre sul Tirreno c'è una lieve diminuzione sia degli esercizi che dei posti letto.

La tendenza è confermata anche nel comparto extralberghiero con una crescita degli esercizi del 18,5% a fronte di una perdita di posti letto del 4,9% a causa di un effetto sostituzione, in atto da qualche anno, tra esercizi di grandi dimensioni e piccole strutture come i *B&B* che diventano 550[19].

Dal 2000 al 2008 il numero di esercizi in Calabria è cresciuto del 77,7% a fronte di un incremento di posti letto del 2,7%. E' evidente come sia stato repentino il mutare dei comportamenti dei quali il turismo essendone parte essenziale ne coglie le influenze. Muta il sistema d'accoglienza: diminuiscono i campeggi e villaggi a favore di una ricettività nuova – agriturismo, *B&B*, alloggi privati – muta la domanda con il diffondersi di un turismo *indipendent*, fatto di *low cost* e internet[20].

Da un'analisi dei dati provinciali è Cosenza con 719 esercizi e 79.092 posti letto a detenere rispettivamente il 39,6% e 41,0% della quota regionale. Segue Reggio Calabria 20,2% per gli esercizi e il 10% dei posti letto per via anche della numerosa presenza di B&B (ne conta 179 seconda solo ai 208 di Cosenza), mentre il dato di Vibo Valentia (18,4% degli esercizi e il 23,7% dei posti letto), evidenzia una dimensione media degli esercizi più elevata (137,5 posti letto per esercizio) rispetto alla media regionale (106,3 posti letto per esercizio).

---

[19] Cfr. Capitolo I "Il sistema d'accoglienza" – Ottavo Rapporto sul Turismo Calabria pag. 42

[20] Cfr. Capitolo XI "Calabria:Vision 2020"

In quasi tutte le province aumentano le strutture del comparto e-xtralberghiero in proporzione maggiore rispetto ai posti letto, questo perché trattasi di B&B notoriamente di piccole dimensioni e inoltre continua la diminuzione delle strutture di bassa categoria (una e due stelle).

Nella provincia di Cosenza si ha una diminuzione degli esercizi alberghieri (-1,2%) nell'una e due stelle e una crescita dell'11,2% per i complementari.

Tab.5. Dotazione di strutture ricettive e numero di posti letto Calabria. Anno 2008

	Montagna ed Entroterra		Ionio		Tirreno		Totale	
	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Una stella	17	486	17	495	17	417	51	1.398
Due stelle	29	971	25	1.009	54	2.677	108	4.657
Tre stelle + RTA	97	6.822	131	20.292	245	26.593	473	53.707
Quattro stelle	33	3.556	59	17.030	78	16.557	170	37.143
Cinque stelle	1	28	4	701	7	487	12	1.216
Alberghi	177	11.863	236	39.527	401	46.731	814	98.121
Campeggi e Vill.	5	4.700	72	42.272	67	37.465	144	84.437
Agriturismo	74	990	55	955	15	220	144	2.165
Alloggi	24	602	11	116	88	1.377	123	2.095
B&B	202	1.014	184	980	164	910	550	2.904
Altri esercizi	13	367	12	1.868	13	784	38	3.019
Complementari	318	7.673	334	46.191	347	40.756	999	94.620
Totale	495	19.536	570	85.718	748	87.487	1.813	192.741

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.6. Dotazione di strutture ricettive e numero di posti letto Provincia di Cosenza. Anno 2008

	Montagna ed Entroterra[21]		Ionio		Tirreno		Totale	
	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Una stella	13	361	8	237	9	174	30	772
Due stelle	16	599	12	504	22	900	50	2.003
Tre stelle + RTA	48	3.592	33	6.296	85	10.252	166	20.140
Quattro stelle	19	1.737	21	6.023	32	6.307	72	14.067
Cinque stelle	1	28	1	340	2	70	4	438
Alberghi	97	6.317	75	13.400	150	17.703	322	37.420
Campeggi e Vill.	4	4.400	20	19.862	19	12.093	43	36.355
Agriturismo	53	686	35	490	3	30	91	1.206
Alloggi	16	528	4	39	15	297	35	864
B&B	122	614	48	282	38	218	208	1.114
Altri esercizi	8	234	6	1.417	6	482	20	2.133
Complementari	203	6.462	113	22.090	81	13.120	397	41.672
Totale	300	12.779	188	35.490	231	30.823	719	79.092

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

[21] L'aggregazione Montagna Entroterra comprende anche l'area metropolitana Cosenza-Rende.

Tab.7. Dotazione di strutture ricettive e numero di posti letto Provincia di Catanzaro. Anno 2008

	Montagna ed Entroterra		Ionio		Tirreno		Totale	
	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Una stella	1	74	3	135	1	24	5	233
Due stelle	8	181	3	145	9	244	20	570
Tre stelle + RTA	15	784	43	8.293	24	1.174	82	10.251
Quattro stelle	4	624	14	3.693	7	2.770	25	7.087
Cinque stelle	0	0	1	143	1	92	2	235
Alberghi	28	1.663	64	12.409	42	4.304	134	18.376
Campeggi e Vill.	1	300	13	5.640	2	550	16	6.490
Agriturismo	13	191	4	79	8	124	25	394
Alloggi	0	0	0	0	3	73	3	73
B&B	36	174	64	316	12	59	112	549
Altri esercizi	1	11	2	370	2	148	5	529
Complementari	51	676	83	6.405	27	954	161	8.035
Totale	79	2.339	147	18.814	69	5.258	295	26.411

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.8. Dotazione di strutture ricettive e numero di posti letto Provincia di Crotone. Anno 2008

	Montagna ed Entroterra		Ionio		Tirreno		Totale	
	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Una stella	0	0	2	38	-	-	2	38
Due stelle	0	0	5	175	-	-	5	175
Tre stelle + RTA	6	394	27	3.421	-	-	33	3.815
Quattro stelle	1	58	19	6.619	-	-	20	6.677
Cinque stelle	0	0	0	0	-	-	0	0
Alberghi	7	452	53	10.253	-	-	60	10.705
Campeggi e Vill.	0	0	24	11.200	-	-	24	11.200
Agriturismo	5	69	2	51	-	-	7	120
Alloggi	0	0	0	0	-	-	0	0
B&B	1	4	8	48	-	-	9	52
Altri esercizi	0	0	0	0	-	-	0	0
Complementari	6	73	34	11.299	-	-	40	11.372
Totale	13	525	87	21.552	-	-	100	22.077

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

La provincia di Catanzaro vede aumentare gli esercizi complessivamente del 19,4% infatti passano da 247 a 295. Continuano a diminuire le strutture di bassa categoria. I campeggi diminuiscono del 15,8% (scendono da 19 del 2007 a 16 nel 2008) mentre i B&B crescono del 64,7%.

Nella provincia di Crotone negli ultimi anni si è assistito a una diminuzione progressiva del numero di strutture, nel 2008 con le sue 100 strutture ha registrato una crescita della ricettività di qualità e di nuove tipologie d'offerta (7,5%) a fronte di un aumento dei posti letto dell'1,6%.

La ricettività di Vibo Valentia cresce del 9,2% soprattutto per

l'alberghiero di qualità (tre e quattro stelle) inoltre i *B&B* crescono del 44,1%.

Tab.9. Dotazione di strutture ricettive e numero di posti letto Provincia di Reggio Calabria. Anno 2008

	Montagna ed Entroterra		Ionio		Tirreno		Totale	
	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Una stella	0	0	4	85	2	96	6	181
Due stelle	4	168	5	185	9	349	18	702
Tre stelle + RTA	11	669	28	2.282	25	1.601	64	4.552
Quattro stelle	7	783	5	695	15	1.315	27	2.793
Cinque stelle	0	0	2	218	2	241	4	459
Alberghi	22	1.620	44	3.465	53	3.602	119	8.687
Campeggi e Vill.	0	0	15	5.570	6	3.220	21	8.790
Agriturismo	2	36	14	335	4	66	20	437
Alloggi	2	12	7	77	16	132	25	221
B&B	19	108	64	334	89	486	172	928
Altri esercizi	3	116	4	81	2	107	9	304
Complementari	26	272	104	6.397	117	4.011	247	10.680
Totale	48	1.892	148	9.862	170	7.613	366	19.367

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.10. Dotazione di strutture ricettive e numero di posti letto Provincia di Vibo Valentia. Anno 2008

	Montagna ed Entroterra		Ionio		Tirreno		Totale	
	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Una stella	3	51	-	-	5	123	8	174
Due stelle	1	23	-	-	14	1.184	15	1.207
Tre stelle + RTA	17	1.383	-	-	111	13.566	128	14.949
Quattro stelle	2	354	-	-	24	6.165	26	6.519
Cinque stelle	0	0	-	-	2	84	2	84
Alberghi	23	1.811	-	-	156	21.122	179	22.933
Campeggi e Vill.	0	0	-	-	40	21.602	40	21.602
Agriturismo	1	8	-	-	0	0	1	8
Alloggi	6	62	-	-	54	875	60	937
B&B	24	114	-	-	25	147	49	261
Altri esercizi	1	6	-	-	3	47	4	53
Complementari	32	190	-	-	122	22.671	154	22.861
Totale	55	2.001	-	-	278	43.793	333	45.794

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

La provincia di Reggio Calabria segna una diminuzione dei posti letto in tutto il comparto -3% in particolare diminuiscono del 9,1% i campeggi e villaggi.

7. Il patrimonio delle seconde abitazioni

Accanto alle statistiche ufficiali esiste un mercato di alloggi per vacanze che sfugge quasi completamente a un censimento sia in quanto

offerta ricettiva ma ancora di più per i flussi turistici che vi risiedono.

La casa ha nel mercato immobiliare nazionale la quota di maggiore peso, con 800mila compravendite all'anno e un giro di affari stimato in circa 130 miliardi di euro[22]. Il patrimonio edilizio del nostro paese è così ingente da generare quello che è il "Piano Casa". Sono 400mila le case di proprietà diretta dei comuni che potrebbero liberare risorse imponenti (a Catasto il valore di questi immobili si aggira sui 30 miliardi).

Nel 2007 l'indagine[23]effettuata dall'Osservatorio Turistico regionale, conferma come già rilevato in uno studio a livello nazionale[24] effettuato nel 2005 con riferimento all'anno 2004, che la Calabria è una delle regioni più caratterizzate dal fenomeno delle vacanze in abitazioni in proprietà genericamente definite abitazioni per vacanza, o, anche, "seconde case". Le presenze rilevate tenendo conto di tale fenomeno corrispondono a 5,6 volte quelle ufficiali, per cui il numero dei pernottamenti complessivi nella regione, nell'anno 2007, non è di circa 8,7 milioni come appare dalle statistiche ufficiali, ma di ben 57 milioni. Il moltiplicatore è uno dei più elevati a livello nazionale. Per il 2007 non esiste termine di raffronto ma nel 2004 a fronte di un moltiplicatore che a livello nazionale era stimato 3,1 il dato corrispondente della Calabria era 5,1. È facile intuire che, considerando il fenomeno delle abitazioni per vacanza, le attività turistiche rappresentano il principale comparto produttivo della "economia di mercato" regionale, con alcune destinazioni, come ad esempio Scalea, ove il movimento non censito corrisponde a più di venti volte quello ufficiale.

Le "seconde case" costituiscono un grande patrimonio immobiliare che solo in minima parte è utilizzato turisticamente, per poche settimane all'anno. Cercare di valorizzare questa tipologia di offerta al fine di de-

---

22 Gualtiero Tamburini Presidente di Assoimmobiliare Il Sole 24 Ore del 23 Giugno 2008.

23 Capitolo III "Le Statistiche del turismo non rilevato…"- Ottavo Rapporto sul Turismo in Calabria pgg. 71-104

24 Cfr. "Il turismo italiano negli appartamenti" Mercury–Rescasa 2005.

stagionalizzare il fenomeno delle vacanze può essere una linea strategica da perseguire a condizione che si creino condizioni ambientali favorevoli. Un ruolo decisivo in tal senso è quello delle amministrazioni comunali che debbono organizzarsi, secondo linee condivise definite a livello regionale, per assumere una consapevolezza del patrimonio esistente anche ai fini di una valutazione dei servizi aggiuntivi richiesti. Un primo obiettivo potrebbe essere quello di allungare la stagionalità ai periodi vicini a quelli di punta; nel medio e lungo periodo si può pensare ad un progetto provocatorio di turismo fuori stagione, da perseguire anche in collaborazione con gli alberghi.

L'Amministrazione Regionale dovrebbe provvede e finalizzare incentivi pubblici a favore dei Comuni per l'istituzione dell'anagrafe comunale delle abitazioni occupate da non residenti e destinate ad attività turistico-ricettivo[25].

8. Progetto di attrattività degli stranieri

La classificazione delle strutture ricettive deve costituire il punto di partenza da cui far scaturire nuove idee ed energie per individuare un modello di qualità fortemente selettivo e competitivo sui mercati nazionali ed esteri.

Sulla classificazione alberghiera occorre un lungo lavoro di armonizzazione, questo è un argomento delicato perché è sempre più incessante la richiesta da parte dei buyer internazionali che continuano a diffidare sulla reale applicazione di un regolamento[26].

Molto critici sono i tour operator stranieri[27] che ritengono il problema non sia la classificazione, ma il controllo. La verifica è la parola magica a cui si appellano i compratori internazionali, un controllo che manca ed è

---

[25] L'emersione dei dati deve essere regolamentata con Legge.

[26] Il decreto del 21 ottobre 2008 inerente la definizione delle tipologie dei servizi forniti dalle imprese turistiche nell'ambito dell'armonizzazione della classificazione alberghiera è stato pubblicato sulla G.U. Serie Generale n. 34 dell'11 Febbraio 2009 (www.turismo.regioni.it).

[27] "Report L'incognita stelle" – TTG del 9 Ottobre 2008

mancato per troppo tempo[28]. Un hotel che nel 1970, nell'80 o nel 1990 era classificato 4 stelle, oggi difficilmente lo sarà ancora, se non ha fatto lavori di riqualificazione[29]. Sostengono ancora che l'Italia è piena di contraddizioni[30] e tutti i buyer sono concordi che era tempo di intervenire sulla situazione degli alberghi italiani sistemando e unificandone il rating[31]. I turisti stranieri spesso restano delusi e al rientro a casa, mandano complain alle agenzie e tolgono il Paese dalla lista dei preferiti, "probabilmente molti albergatori non puntano ad avere dei repeatar - dice uno dei buyer intervistati, ma il passaparola è un mezzo piuttosto efficace, e il rischio che corrono, nel proporre un'offerta non adeguata al prezzo, è quello di perdere anche i clienti nuovi".

9. Finalità e interventi per aumentare il capitale materiale e immateriale

La regione si caratterizza per una grande pluralità di identità che confluiscono, come sintesi, nel paradigma regionale di riferimento. Appare essenziale, perciò, realizzare un processo che porti ad una inventariazione e alla salvaguarda delle tradizioni locali immateriali, promuovendo, così come si è cominciato a fare in altre regioni quali ad esempio la Sicilia, il Registro delle eredità immateriali[32]

E' oramai necessario innalzare i livelli di qualità dell'offerta ricettiva, qualificando la politica dell'accoglienza e dell'ospitalità: Diffondere attra-

---

28 Lars Akerson, responsabile marketing di Atlantoar - esperto nel controllo qualità degli hotel e ancora Rosa Andriani, responsabile programmazione della tedesca Studiosus

29 "La qualità degli hotel italiani non viene valutata da anni, tra i 4 stelle solo un 30% ha gli standard necessari per mantenere questo livello" afferma Kjetil Karlsen, managing director di DowhillTravel

30 "Ci sono alberghi 5 stelle che se ne meritano tre, e 3 stelle che, invece, per servizio e cura, potrebbero avere una classificazione più alta ma i titolari preferiscono quella più bassa per avere meno tasse da pagare" Alexander Carraio, direttore di Ilios Travel.

31 "C'è troppa differenza fra un territorio e l'altro. I nostri clienti restano delusi dal trovare, lo stesso livello di stelle e, purtroppo, anche di prezzo, trattamenti e accomodation molto diverse fra loro come qualità" Jarka Hinksman, titolare dell'inglese Tasting Places.

32 L'insieme delle pratiche, rappresentazioni, espressioni, conoscenze, e tecniche, nella forma di strumenti, oggetti, artefatti, tradizione orali e luoghi ad essi associati, che le comunità, i gruppi e in alcuni casi gli individui, riconoscono come parte del loro patrimonio culturale

verso campagne di comunicazione istituzionale la concezione che il *turismo in Calabria è fonte di ricchezza per tutti*; investire sulla formazione della cultura di accoglienza e ospitalità e sulla conoscenza delle lingue.

Si devono adeguare le strutture e i servizi di supporto alle attività turistiche, migliorando la rete di trasporti da e in: vettori aerei, low cost, Fly & Drive; creazione di porti e approdi; riconversione di tratte ferroviarie dismesse.

Si deve costruire un brand "Calabria" con un riposizionamento dell'immagine attraverso la definizione di caratteri identitari, un piano di comunicazione ad hoc, iniziative editoriali, etc.

Con il diffondersi del turismo esperenziale o hessiano, cioè della fruizione sempre più consapevole e mirata delle vacanze e del tempo libero, assume una valenza sempre maggiore l'identità di una destinazione come segno distintivo e valore aggiunto, fino a raggiungere la valenza di una "marca" distintiva. Nel corso degli anni, la concezione di calabresità, da una valenza quasi esclusivamente negativa fondata sulle difficili condizioni di sicurezza e su una situazione ambientale ostile, ha sempre più assunto connotazioni positive legate per la presenza di molte tradizioni locali, di tante identità autonome, di produzioni tipiche e caratterizzanti e di uno stile di vita che, in contrapposizione alla vita frenetica di oggi, può essere considerato slow.

Considerazioni

Le conclusioni le vogliamo lasciare al testo di un brano che ben sintetizza in una metafora cosa è la Calabria ma soprattutto quello che potrebbe essere.

MARGIU PROFUMATO[33]

ma simu rose…o simu spine …nun sapimu…!

de su margiu profumatu nue nascimu!

---

[33] Dall'omonimo CD dei Sabatum Quartet (gruppo di musica etnica del Savuto - Cosenza) testo di Trieste Marrelli. www.sabatumquartet.it

Ma siamo rose…o siamo spine…non sappiamo!

In questo campo incolto ma profumato noi nasciamo!

Il margiu (il campo incolto) viene utilizzato come rappresentazione della Calabria ed è profumato proprio perché mantiene ancora intatti alcuni valori, tradizioni, sapori.

L'essere rimasti indietro (incolti) paradossalmente ha fatto si che non venissero sradicati anche i fiori.

La calabresità, concetto già utilizzato nelle pubblicazioni precedenti, diventa un valore positivo se inteso come autenticità del territorio, ritorno alle tradizioni ecc.

Tra gli aspetti positivi associati alla Calabria, nelle numerose indagini sull'immagine[34] svolte e pubblicate anche negli scorsi anni, spesso emerge questa percezione.

---

[34] Cfr. capitolo IX "Tra immagine e realtà".

Tab.11. Stima del movimento complessivo dei clienti nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, provincia di Cosenza. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	10.082	20.337	9.431	16.197	19.513	36.534
	Tre stelle e RTA	50.834	134.148	38.196	112.298	89.030	246.446
	Quattro e cinque stelle	39.556	71.807	30.231	62.071	69.787	133.878
	Esercizi Complementari	4.181	20.334	6.941	28.503	11.122	48.837
	Totale	104.653	246.626	84.799	219.069	189.452	465.695
Ionio	Una e due stelle	1.160	2.773	2.824	13.788	3.984	16.561
	Tre stelle e RTA	7.648	20.106	44.949	317.688	52.597	337.794
	Quattro e cinque stelle	13.849	24.479	71.284	477.383	85.133	501.862
	Esercizi Complementari	3.637	35.426	44.709	459.217	48.346	494.643
	Totale	26.294	82.784	163.766	1.268.076	190.060	1.350.860
Tirreno	Una e due stelle	1.130	2.406	4.985	19.262	6.115	21.668
	Tre stelle e RTA	12.926	29.135	81.561	540.470	94.487	569.605
	Quattro e cinque stelle	16.794	37.193	72.973	406.557	89.767	443.750
	Esercizi Complementari	1.656	3.730	30.202	309.954	31.858	313.684
	Totale	32.506	72.464	189.721	1.276.243	222.227	1.348.707
Totale	Una e due stelle	12.372	25.516	17.240	49.247	29.612	74.763
	Tre stelle e RTA	71.408	183.389	164.706	970.456	236.114	1.153.845
	Quattro e cinque stelle	70.199	133.479	174.488	946.011	244.687	1.079.490
	Esercizi Complementari	9.474	59.490	81.852	797.674	91.326	857.164
	Totale	163.453	401.874	438.286	2.763.388	601.739	3.165.262
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	1,4	5,1	2,4	-9,6	1,9	-2,0
	Tre stelle e RTA	5,1	7,3	0,1	6,0	2,9	6,7
	Quattro e cinque stelle	7,9	13,9	-3,7	5,8	2,5	10,0
	Esercizi Complementari	3,5	16,2	-22,1	-28,0	-14,1	-14,4
	Totale	5,7	9,7	-3,3	-1,4	1,5	4,2
Ionio	Una e due stelle	-14,3	-18,5	-8,8	-12,7	-10,5	-13,7
	Tre stelle e RTA	-15,1	-1,7	-0,5	-0,3	-2,9	-0,4
	Quattro e cinque stelle	36,0	29,1	11,3	-3,8	14,7	-2,6
	Esercizi Complementari	-5,5	13,5	-1,0	4,7	-1,4	5,3
	Totale	7,8	11,8	4,0	-0,1	4,5	0,6
Tirreno	Una e due stelle	8,2	-36,9	5,0	-2,3	5,6	-7,9
	Tre stelle e RTA	-7,2	-7,7	-1,3	-3,3	-2,2	-3,6
	Quattro e cinque stelle	10,0	1,6	-0,1	-3,6	1,6	-3,2
	Esercizi Complementari	-9,7	-20,0	-8,4	-7,5	-8,4	-7,6
	Totale	1,4	-5,5	-1,9	-4,4	-1,5	-4,5
Totale	Una e due stelle	0,3	-4,0	1,0	-7,8	0,7	-6,5
	Tre stelle e RTA	0,2	3,6	-0,8	-1,3	-0,5	-0,6
	Quattro e cinque stelle	13,0	12,5	3,5	-3,1	6,1	-1,4
	Esercizi Complementari	-2,5	11,5	-6,0	-1,9	-5,6	-1,1
	Totale	5,1	7,0	-0,1	-2,3	1,3	-1,2

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.12. Stima del movimento dei clienti italiani nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, provincia di Cosenza. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	9.043	18.025	6.351	11.768	15.394	29.793
	Tre stelle e RTA	48.926	125.840	34.847	102.976	83.773	228.816
	Quattro e cinque stelle	36.673	65.418	26.411	53.467	63.084	118.885
	Esercizi Complementari	3.810	17.946	5.824	23.111	9.634	41.057
	Totale	98.452	227.229	73.433	191.322	171.885	418.551
Ionio	Una e due stelle	992	2.091	2.469	11.125	3.461	13.216
	Tre stelle e RTA	6.982	17.759	43.494	309.515	50.476	327.274
	Quattro e cinque stelle	13.136	21.603	66.763	447.933	79.899	469.536
	Esercizi Complementari	2.158	11.416	39.700	414.658	41.858	426.074
	Totale	23.268	52.869	152.426	1.183.231	175.694	1.236.100
Tirreno	Una e due stelle	966	1.957	4.311	17.176	5.277	19.133
	Tre stelle e RTA	11.546	25.593	73.981	501.418	85.527	527.011
	Quattro e cinque stelle	14.952	31.788	67.904	384.648	82.856	416.436
	Esercizi Complementari	1.473	3.386	27.904	299.904	29.377	303.290
	Totale	28.937	62.724	174.100	1.203.146	203.037	1.265.870
Totale	Una e due stelle	11.001	22.073	13.131	40.069	24.132	62.142
	Tre stelle e RTA	67.454	169.192	152.322	913.909	219.776	1.083.101
	Quattro e cinque stelle	64.761	118.809	161.078	886.048	225.839	1.004.857
	Esercizi Complementari	7.441	32.748	73.428	737.673	80.869	770.421
	Totale	150.657	342.822	399.959	2.577.699	550.616	2.920.521
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	-0,5	3,6	-14,1	-20,2	-6,6	-7,3
	Tre stelle e RTA	5,7	7,5	1,3	7,2	3,9	7,4
	Quattro e cinque stelle	9,2	15,6	-3,0	6,2	3,8	11,1
	Esercizi Complementari	3,8	21,7	-23,2	-33,1	-14,3	-16,7
	Totale	6,3	10,4	-4,1	-2,2	1,6	4,2
Ionio	Una e due stelle	-17,3	-19,8	-10,7	-17,2	-12,7	-17,6
	Tre stelle e RTA	-17,3	-7,6	0,1	0,5	-2,7	0,0
	Quattro e cinque stelle	36,7	21,9	8,5	-6,3	12,3	-5,3
	Esercizi Complementari	-5,2	-2,2	-0,3	6,0	-0,5	5,7
	Totale	8,1	3,2	3,3	-0,6	3,9	-0,5
Tirreno	Una e due stelle	-0,8	-46,8	5,7	-0,9	4,4	-9,0
	Tre stelle e RTA	-8,6	-9,1	-0,8	-2,2	-1,9	-2,6
	Quattro e cinque stelle	11,0	1,9	0,6	-2,6	2,4	-2,3
	Esercizi Complementari	-11,4	-22,2	-5,1	-5,0	-5,4	-5,2
	Totale	0,7	-6,9	-0,8	-3,0	-0,6	-3,2
Totale	Una e due stelle	-2,3	-6,8	-7,8	-12,0	-5,4	-10,2
	Tre stelle e RTA	0,2	2,9	-0,1	-0,3	0,0	0,2
	Quattro e cinque stelle	14,3	12,6	3,1	-4,0	6,1	-2,3
	Esercizi Complementari	-2,2	6,4	-4,4	-0,5	-4,2	-0,3
	Totale	5,4	5,7	0,1	-1,9	1,5	-1,1

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.13. Stima del movimento dei clienti stranieri nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, provincia di Cosenza. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	1.039	2.312	3.080	4.429	4.119	6.741
	Tre stelle e RTA	1.908	8.308	3.349	9.322	5.257	17.630
	Quattro e cinque stelle	2.883	6.389	3.820	8.604	6.703	14.993
	Esercizi Complementari	371	2.388	1.117	5.392	1.488	7.780
	Totale	6.201	19.397	11.366	27.747	17.567	47.144
Ionio	Una e due stelle	168	682	355	2.663	523	3.345
	Tre stelle e RTA	666	2.347	1.455	8.173	2.121	10.520
	Quattro e cinque stelle	713	2.876	4.521	29.450	5.234	32.326
	Esercizi Complementari	1.479	24.010	5.009	44.559	6.488	68.569
	Totale	3.026	29.915	11.340	84.845	14.366	114.760
Tirreno	Una e due stelle	164	449	674	2.086	838	2.535
	Tre stelle e RTA	1.380	3.542	7.580	39.052	8.960	42.594
	Quattro e cinque stelle	1.842	5.405	5.069	21.909	6.911	27.314
	Esercizi Complementari	183	344	2.298	10.050	2.481	10.394
	Totale	3.569	9.740	15.621	73.097	19.190	82.837
Totale	Una e due stelle	1.371	3.443	4.109	9.178	5.480	12.621
	Tre stelle e RTA	3.954	14.197	12.384	56.547	16.338	70.744
	Quattro e cinque stelle	5.438	14.670	13.410	59.963	18.848	74.633
	Esercizi Complementari	2.033	26.742	8.424	60.001	10.457	86.743
	Totale	12.796	59.052	38.327	185.689	51.123	244.741
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	21,2	18,7	69,0	39,6	53,8	31,6
	Tre stelle e RTA	-8,0	4,0	-11,5	-5,6	-10,3	-1,3
	Quattro e cinque stelle	-6,7	-0,9	-8,6	3,9	-7,8	1,8
	Esercizi Complementari	0,5	-13,0	-16,3	6,6	-12,6	-0,3
	Totale	-3,0	1,4	2,2	5,1	0,3	3,6
Ionio	Una e due stelle	9,1	-14,2	6,9	12,8	7,6	6,0
	Tre stelle e RTA	17,0	90,5	-15,6	-22,8	-7,5	-11,0
	Quattro e cinque stelle	24,9	131,7	78,6	61,3	68,7	65,8
	Esercizi Complementari	-6,0	22,8	-6,7	-5,9	-6,5	2,5
	Totale	5,5	31,1	13,9	8,0	12,0	13,2
Tirreno	Una e due stelle	134,3	235,1	0,7	-12,3	13,4	0,9
	Tre stelle e RTA	5,7	3,8	-6,6	-15,4	-4,9	-14,1
	Quattro e cinque stelle	3,1	0,0	-9,3	-18,5	-6,3	-15,4
	Esercizi Complementari	7,0	12,4	-35,5	-47,8	-33,6	-46,9
	Totale	7,0	5,2	-12,9	-22,8	-9,8	-20,3
Totale	Una e due stelle	26,8	19,7	45,6	16,0	40,4	17,0
	Tre stelle e RTA	0,1	12,4	-9,1	-15,1	-7,0	-10,7
	Quattro e cinque stelle	-0,2	12,0	9,0	12,2	6,2	12,2
	Esercizi Complementari	-3,8	18,3	-17,9	-16,3	-15,5	-8,0
	Totale	1,6	15,3	-1,8	-7,0	-0,9	-2,4

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.14. Stima del movimento complessivo dei clienti nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, provincia di Catanzaro. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	1.185	4.656	1.110	4.606	2.297	9.263
	Tre stelle e RTA	5.064	13.197	4.441	16.521	9.505	29.719
	Quattro e cinque stelle	1.137	2.327	1.832	11.349	2.970	13.677
	Esercizi Complementari	593	1.745	1.477	5.683	2.070	7.430
	Totale	7.981	21.928	8.863	38.163	16.845	60.091
Ionio	Una e due stelle	2.068	7.083	1.854	9.511	3.922	16.595
	Tre stelle e RTA	24.690	73.193	56.014	431.792	80.704	504.986
	Quattro e cinque stelle	9.717	29.241	46.419	316.841	56.136	346.083
	Esercizi Complementari	989	2.228	12.648	129.302	13.835	131.994
	Totale	37.465	111.747	116.937	887.448	154.599	999.659
Tirreno	Una e due stelle	2.796	5.816	3.151	6.690	5.949	12.506
	Tre stelle e RTA	18.406	42.186	15.206	35.070	33.612	77.257
	Quattro e cinque stelle	18.058	92.720	32.482	230.226	50.541	322.947
	Esercizi Complementari	0	72	1.347	10.273	1.150	9.881
	Totale	39.262	140.795	52.188	282.262	91.254	422.593
Totale	Una e due stelle	6.052	17.557	6.118	20.810	12.170	38.367
	Tre stelle e RTA	48.162	128.578	75.662	483.385	123.824	611.963
	Quattro e cinque stelle	28.913	124.290	80.736	558.419	109.649	682.709
	Esercizi Complementari	1.584	4.047	15.474	145.260	17.058	149.307
	Totale	84.711	274.472	177.990	1.207.874	262.701	1.482.346
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	20,2	15,8	68,7	2,6	39,7	8,9
	Tre stelle e RTA	32,2	58,2	6,2	14,6	18,6	30,6
	Quattro e cinque stelle	7,3	-5,7	-48,1	-37,8	-35,3	-34,0
	Esercizi Complementari	-22,8	-15,7	-6,0	-19,5	-11,5	-18,6
	Totale	20,1	29,8	-10,9	-13,7	1,6	-1,7
Ionio	Una e due stelle	17,7	60,9	-6,7	27,1	4,7	39,7
	Tre stelle e RTA	-5,6	-0,9	-14,2	-9,0	-11,7	-7,9
	Quattro e cinque stelle	-4,0	-0,3	6,8	7,7	4,7	7,0
	Esercizi Complementari	157,6	186,0	3,2	-9,2	9,5	-7,8
	Totale	-2,5	3,1	-4,9	-3,4	-4,2	-2,7
Tirreno	Una e due stelle	3,6	19,5	0,6	-16,6	2,0	-2,9
	Tre stelle e RTA	-11,8	-2,2	-16,7	-16,2	-14,1	-9,1
	Quattro e cinque stelle	-5,2	-7,1	-5,4	-5,2	-5,3	-5,8
	Esercizi Complementari	-100,0	-78,4	-17,0	-50,2	-33,8	-52,8
	Totale	-8,1	-5,0	-9,0	-9,9	-8,8	-8,4
Totale	Una e due stelle	11,2	32,2	5,9	4,1	8,5	15,3
	Tre stelle e RTA	-5,3	2,6	-13,7	-8,9	-10,6	-6,7
	Quattro e cinque stelle	-4,4	-5,6	-0,8	0,6	-1,7	-0,6
	Esercizi Complementari	25,2	27,1	0,2	-14,6	2,1	-13,9
	Totale	-3,5	0,4	-6,5	-5,4	-5,5	-4,3

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.15. Stima del movimento dei clienti italiani nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, provincia di Catanzaro. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	1.125	4.217	1.074	4.444	2.200	8.662
	Tre stelle e RTA	4.990	13.057	4.299	15.847	9.289	28.904
	Quattro e cinque stelle	1.107	2.220	1.736	10.716	2.843	12.937
	Esercizi Complementari	569	1.658	1.244	4.323	1.813	5.982
	Totale	7.792	21.154	8.354	35.332	16.147	56.486
Ionio	Una e due stelle	1.874	6.430	1.670	8.813	3.544	15.244
	Tre stelle e RTA	23.267	65.659	52.577	404.000	75.844	469.659
	Quattro e cinque stelle	8.376	16.463	34.023	212.592	42.399	229.056
	Esercizi Complementari	884	2.054	12.233	126.395	13.314	128.900
	Totale	34.402	90.607	100.503	751.801	135.102	842.859
Tirreno	Una e due stelle	2.460	5.199	2.588	5.605	5.049	10.804
	Tre stelle e RTA	17.165	39.871	12.954	30.794	30.119	70.665
	Quattro e cinque stelle	6.802	11.730	15.267	88.867	22.069	100.598
	Esercizi Complementari	0	0	1.202	9.645	1.005	9.194
	Totale	26.428	56.801	32.012	134.912	58.243	191.262
Totale	Una e due stelle	5.461	15.848	5.333	18.863	10.794	34.711
	Tre stelle e RTA	45.423	118.588	69.830	450.641	115.253	569.229
	Quattro e cinque stelle	16.285	30.414	51.027	312.177	67.312	342.591
	Esercizi Complementari	1.454	3.713	14.680	140.364	16.134	144.077
	Totale	68.623	168.563	140.870	922.045	209.493	1.090.608
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	19,4	19,5	83,6	8,1	44,1	13,4
	Tre stelle e RTA	33,5	64,0	10,1	18,0	21,5	35,1
	Quattro e cinque stelle	6,4	-7,9	-49,0	-39,5	-36,0	-35,7
	Esercizi Complementari	-23,6	-15,1	-7,9	-26,2	-13,5	-23,4
	Totale	20,5	33,5	-9,6	-14,1	2,8	-0,8
Ionio	Una e due stelle	17,3	54,9	-3,0	29,7	6,8	39,3
	Tre stelle e RTA	-5,9	-0,1	-12,4	-8,0	-10,5	-7,0
	Quattro e cinque stelle	-5,3	-7,3	6,1	7,5	3,6	6,3
	Esercizi Complementari	152,6	184,9	4,2	-8,7	10,1	-7,4
	Totale	-3,2	2,6	-4,8	-3,9	-4,3	-3,2
Tirreno	Una e due stelle	3,1	17,4	-2,0	-12,7	0,4	-0,4
	Tre stelle e RTA	-11,7	-0,5	-20,4	-18,4	-15,6	-9,2
	Quattro e cinque stelle	-13,2	-15,5	16,6	34,4	5,5	25,7
	Esercizi Complementari	-100,0	-100,0	-16,6	-49,9	-34,4	-52,9
	Totale	-11,1	-3,2	-4,3	4,1	-7,8	1,6
Totale	Una e due stelle	10,9	30,9	7,8	8,9	9,3	17,9
	Tre stelle e RTA	-5,2	4,3	-12,9	-8,1	-10,0	-5,8
	Quattro e cinque stelle	-8,1	-10,7	5,1	10,8	1,5	8,5
	Esercizi Complementari	22,7	26,0	1,0	-14,2	2,6	-13,5
	Totale	-4,3	3,5	-5,0	-3,2	-4,8	-2,3

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.16. Stima del movimento dei clienti stranieri nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, provincia di Catanzaro. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	60	439	36	162	97	601
	Tre stelle e RTA	74	140	142	674	216	815
	Quattro e cinque stelle	30	107	96	633	127	740
	Esercizi Complementari	24	87	233	1.360	257	1.448
	Totale	189	774	509	2.831	698	3.605
Ionio	Una e due stelle	194	653	184	698	378	1.351
	Tre stelle e RTA	1.423	7.534	3.437	27.792	4.860	35.327
	Quattro e cinque stelle	1.341	12.778	12.396	104.249	13.737	117.027
	Esercizi Complementari	105	174	415	2.907	521	3.094
	Totale	3.063	21.140	16.434	135.647	19.497	156.800
Tirreno	Una e due stelle	336	617	563	1.085	900	1.702
	Tre stelle e RTA	1.241	2.315	2.252	4.276	3.493	6.592
	Quattro e cinque stelle	11.256	80.990	17.215	141.359	28.472	222.349
	Esercizi Complementari	0	72	145	628	145	687
	Totale	12.834	83.994	20.176	147.350	33.011	231.331
Totale	Una e due stelle	591	1.709	785	1.947	1.376	3.656
	Tre stelle e RTA	2.739	9.990	5.832	32.744	8.571	42.734
	Quattro e cinque stelle	12.628	93.876	29.709	246.242	42.337	340.118
	Esercizi Complementari	130	334	794	4.896	924	5.230
	Totale	16.088	105.909	37.120	285.829	53.208	391.738
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	36,4	-10,4	-50,7	-57,3	-17,1	-30,8
	Tre stelle e RTA	-19,6	-63,3	-48,7	-31,9	-41,5	-40,5
	Quattro e cinque stelle	50,0	84,5	-25,0	19,0	-14,2	25,4
	Esercizi Complementari	4,3	-26,9	5,4	13,3	5,3	9,8
	Totale	5,6	-26,1	-27,2	-8,7	-20,5	-13,1
Ionio	Una e due stelle	21,3	160,2	-31,1	2,0	-11,5	44,5
	Tre stelle e RTA	0,1	-7,4	-34,1	-21,4	-26,8	-18,8
	Quattro e cinque stelle	4,6	10,5	8,7	8,2	8,3	8,5
	Esercizi Complementari	208,8	200,0	-18,1	-27,5	-3,7	-23,9
	Totale	5,7	5,6	-5,5	-0,5	-3,9	0,3
Tirreno	Una e due stelle	7,3	40,9	14,9	-32,0	12,1	-16,3
	Tre stelle e RTA	-13,3	-24,9	13,2	3,9	2,1	-8,4
	Quattro e cinque stelle	0,4	-5,7	-19,0	-20,0	-12,3	-15,4
	Esercizi Complementari	-100,0	20,0	-20,3	-53,7	-29,3	-51,4
	Totale	-1,1	-6,2	-15,7	-19,9	-10,5	-15,4
Totale	Una e due stelle	14,3	45,0	-5,4	-26,7	2,2	-4,7
	Tre stelle e RTA	-7,0	-13,9	-22,1	-19,1	-17,8	-17,9
	Quattro e cinque stelle	0,9	-3,8	-9,4	-10,0	-6,5	-8,4
	Esercizi Complementari	62,5	40,9	-12,7	-25,4	-6,7	-23,1
	Totale	0,2	-4,2	-11,6	-11,6	-8,4	-9,7

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.17. Stima del movimento complessivo dei clienti nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, provincia di Crotone. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	0	0	0	0	0	0
	Tre stelle e RTA	2.495	6.271	1.308	3.391	3.803	9.662
	Quattro e cinque stelle	70	166	25	96	96	262
	Esercizi Complementari	17	38	423	1.219	446	1.302
	Totale	2.582	6.476	1.757	4.706	4.345	11.227
Ionio	Una e due stelle	378	1.134	452	1.540	830	2.674
	Tre stelle e RTA	4.678	20.339	16.064	130.229	20.743	150.569
	Quattro e cinque stelle	16.673	92.718	71.857	522.483	88.531	615.202
	Esercizi Complementari	746	3.495	13.807	178.757	14.548	182.209
	Totale	22.477	117.687	102.181	833.012	124.653	950.655
Tirreno	Una e due stelle	0	0	0	0	0	0
	Tre stelle e RTA	0	0	0	0	0	0
	Quattro e cinque stelle	0	0	0	0	0	0
	Esercizi Complementari	0	0	0	0	0	0
	Totale	0	0	0	0	0	0
Totale	Una e due stelle	378	1.134	452	1.540	830	2.674
	Tre stelle e RTA	7.174	26.611	17.373	133.622	24.547	160.233
	Quattro e cinque stelle	16.744	92.885	71.883	522.580	88.627	615.465
	Esercizi Complementari	764	3.534	14.232	179.978	14.996	183.512
	Totale	25.060	124.164	103.940	837.720	129.000	961.884
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Tre stelle e RTA	21,3	21,2	46,6	-3,1	29,0	11,4
	Quattro e cinque stelle	-85,9	-86,1	-87,5	-86,4	-86,2	-86,2
	Esercizi Complementari	-84,1	-83,0	-15,6	-22,6	-26,6	-27,6
	Totale	-2,9	-1,8	10,3	-18,6	2,2	-9,3
Ionio	Una e due stelle	-6,0	24,1	19,3	33,4	6,3	29,3
	Tre stelle e RTA	11,5	-19,5	6,8	14,1	7,8	8,0
	Quattro e cinque stelle	-15,0	32,7	-11,0	-9,9	-11,8	-5,3
	Esercizi Complementari	115,6	33,2	19,1	24,8	21,9	24,9
	Totale	-8,5	19,2	-5,2	-0,6	-5,8	1,4
Tirreno	Una e due stelle	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Tre stelle e RTA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Quattro e cinque stelle	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Esercizi Complementari	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Totale	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Totale	Una e due stelle	-6,0	24,1	19,3	33,4	6,3	29,3
	Tre stelle e RTA	14,7	-12,6	9,0	13,6	10,6	8,2
	Quattro e cinque stelle	-16,7	30,7	-11,2	-10,0	-12,3	-5,6
	Esercizi Complementari	68,7	24,1	17,7	24,3	19,5	24,3
	Totale	-7,9	17,9	-5,0	-0,8	-5,6	1,3

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.18. Stima del movimento dei clienti italiani nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, provincia di Crotone. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	0	0	0	0	0	0
	Tre stelle e RTA	2.474	6.227	1.292	3.345	3.766	9.572
	Quattro e cinque stelle	70	166	25	96	96	262
	Esercizi Complementari	17	38	263	706	281	744
	Totale	2.561	6.432	1.581	4.147	4.143	10.579
Ionio	Una e due stelle	336	872	394	1.250	730	2.122
	Tre stelle e RTA	4.303	19.149	15.451	127.170	19.755	146.320
	Quattro e cinque stelle	15.255	81.536	67.772	498.669	83.028	580.206
	Esercizi Complementari	539	1.783	12.666	166.282	13.205	168.066
	Totale	20.435	103.341	96.284	793.373	116.719	896.715
Tirreno	Una e due stelle	0	0	0	0	0	0
	Tre stelle e RTA	0	0	0	0	0	0
	Quattro e cinque stelle	0	0	0	0	0	0
	Esercizi Complementari	0	0	0	0	0	0
	Totale	0	0	0	0	0	0
Totale	Una e due stelle	336	872	394	1.250	730	2.122
	Tre stelle e RTA	6.778	25.377	16.744	130.516	23.522	155.893
	Quattro e cinque stelle	15.326	81.703	67.798	498.766	83.124	580.469
	Esercizi Complementari	557	1.822	12.930	166.989	13.487	168.811
	Totale	22.997	109.774	97.866	797.521	120.863	907.295
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Tre stelle e RTA	21,5	21,5	48,7	-3,3	29,6	11,5
	Quattro e cinque stelle	-85,9	-86,1	-85,9	-85,3	-85,7	-85,8
	Esercizi Complementari	-82,8	-82,1	-4,7	-16,6	-25,1	-29,7
	Totale	-2,7	-1,5	19,6	-16,4	4,8	-7,9
Ionio	Una e due stelle	-14,1	18,3	15,5	55,5	-0,3	37,7
	Tre stelle e RTA	12,0	-18,4	8,6	15,5	9,3	9,6
	Quattro e cinque stelle	-14,7	33,0	-10,6	-9,7	-11,4	-5,4
	Esercizi Complementari	140,6	60,2	21,3	26,5	23,8	26,8
	Totale	-8,6	19,3	-4,5	-0,1	-5,3	1,8
Tirreno	Una e due stelle	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Tre stelle e RTA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Quattro e cinque stelle	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Esercizi Complementari	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Totale	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Totale	Una e due stelle	-14,1	18,3	15,5	55,5	-0,3	37,7
	Tre stelle e RTA	15,3	-11,3	10,9	15,0	12,1	9,7
	Quattro e cinque stelle	-16,6	30,8	-10,8	-9,8	-11,9	-5,7
	Esercizi Complementari	72,4	37,5	20,6	26,2	22,1	26,3
	Totale	-7,9	17,8	-4,2	-0,2	-4,9	1,6

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.19. Stima del movimento dei clienti stranieri nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, provincia di Crotone. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	0	0	0	0	0	0
	Tre stelle e RTA	21	44	16	46	37	90
	Quattro e cinque stelle	0	0	0	0	0	0
	Esercizi Complementari	0	0	160	513	165	558
	Totale	21	44	176	559	202	648
Ionio	Una e due stelle	42	262	58	290	100	552
	Tre stelle e RTA	375	1.190	613	3.059	988	4.249
	Quattro e cinque stelle	1.418	11.182	4.085	23.814	5.503	34.996
	Esercizi Complementari	207	1.712	1.141	12.475	1.343	14.143
	Totale	2.042	14.346	5.897	39.639	7.934	53.940
Tirreno	Una e due stelle	0	0	0	0	0	0
	Tre stelle e RTA	0	0	0	0	0	0
	Quattro e cinque stelle	0	0	0	0	0	0
	Esercizi Complementari	0	0	0	0	0	0
	Totale	0	0	0	0	0	0
Totale	Una e due stelle	42	262	58	290	100	552
	Tre stelle e RTA	396	1.234	629	3.106	1.025	4.340
	Quattro e cinque stelle	1.418	11.182	4.085	23.814	5.503	34.996
	Esercizi Complementari	207	1.712	1.302	12.989	1.509	14.701
	Totale	2.063	14.390	6.074	40.199	8.137	54.589
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Tre stelle e RTA	5,0	-15,4	-30,4	9,5	-14,0	-4,3
	Quattro e cinque stelle	0,0	0,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0
	Esercizi Complementari	-100,0	-100,0	-28,9	-29,5	-29,2	-24,6
	Totale	-25,0	-31,3	-35,1	-32,0	-32,4	-26,9
Ionio	Una e due stelle	281,8	48,0	52,6	-17,1	104,1	4,7
	Tre stelle e RTA	6,5	-33,7	-25,1	-23,9	-15,6	-26,9
	Quattro e cinque stelle	-17,6	30,0	-17,4	-14,3	-17,5	-3,8
	Esercizi Complementari	69,7	13,3	-0,5	6,0	5,8	6,5
	Totale	-7,4	18,7	-15,2	-9,8	-13,3	-3,7
Tirreno	Una e due stelle	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Tre stelle e RTA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Quattro e cinque stelle	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Esercizi Complementari	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Totale	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Totale	Una e due stelle	281,8	48,0	52,6	-17,1	104,1	4,7
	Tre stelle e RTA	6,5	-33,2	-25,2	-23,5	-15,5	-26,5
	Quattro e cinque stelle	-17,6	30,0	-17,8	-14,5	-17,8	-4,0
	Esercizi Complementari	59,2	12,4	-5,1	4,0	0,5	4,9
	Totale	-7,6	18,5	-15,9	-10,2	-13,9	-4,1

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.20. Stima del movimento complessivo dei clienti nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, provincia di Reggio Calabria. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	0	0	358	1.914	374	1.969
	Tre stelle e RTA	4.440	8.351	6.359	15.701	10.799	24.052
	Quattro e cinque stelle	8.741	31.039	9.567	53.604	18.308	84.643
	Esercizi Complementari	224	301	522	1.714	746	2.017
	Totale	13.406	39.692	16.807	72.936	30.231	112.683
Ionio	Una e due stelle	729	2.674	1.086	5.739	1.799	8.368
	Tre stelle e RTA	11.655	22.245	19.225	85.413	30.880	107.658
	Quattro e cinque stelle	9.477	17.640	13.133	47.415	22.610	65.055
	Esercizi Complementari	1.306	4.927	6.839	67.974	8.146	72.903
	Totale	23.168	47.488	40.284	206.543	63.436	253.986
Tirreno	Una e due stelle	4.538	11.195	5.414	12.719	9.952	23.904
	Tre stelle e RTA	31.036	60.059	26.441	59.596	57.478	119.655
	Quattro e cinque stelle	32.500	64.021	32.178	87.308	64.678	151.329
	Esercizi Complementari	3.518	20.406	6.948	43.400	10.466	63.807
	Totale	71.593	155.682	70.983	203.024	142.577	358.697
Totale	Una e due stelle	5.268	13.870	6.860	20.374	12.128	34.244
	Tre stelle e RTA	47.132	90.656	52.026	160.712	99.158	251.368
	Quattro e cinque stelle	50.720	112.701	54.878	188.328	105.598	301.029
	Esercizi Complementari	5.050	25.636	14.311	113.091	19.361	138.727
	Totale	108.170	242.863	128.075	482.505	236.245	725.368
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	-100,0	-100,0	5,6	-11,4	-33,3	-29,9
	Tre stelle e RTA	9,5	4,5	40,7	25,4	25,9	17,3
	Quattro e cinque stelle	7,7	15,4	31,3	88,2	18,9	52,9
	Esercizi Complementari	-5,5	-36,1	-9,1	-12,3	-8,0	-16,8
	Totale	6,1	10,3	32,2	61,6	19,3	38,9
Ionio	Una e due stelle	9,5	-19,5	5,4	-4,3	6,1	-10,2
	Tre stelle e RTA	-2,3	-19,1	-2,5	-8,7	-2,4	-11,1
	Quattro e cinque stelle	-15,8	-27,9	-14,3	-16,3	-14,9	-19,8
	Esercizi Complementari	25,9	-49,0	-8,4	4,5	-4,2	-2,4
	Totale	-6,9	-26,9	-7,5	-6,7	-7,3	-11,3
Tirreno	Una e due stelle	-6,7	11,0	-11,8	-18,4	-9,5	-6,9
	Tre stelle e RTA	-5,9	-8,8	-11,4	-7,3	-8,5	-8,0
	Quattro e cinque stelle	-8,9	-19,1	-7,5	-4,5	-8,2	-11,3
	Esercizi Complementari	13,4	14,1	9,2	10,3	10,6	11,5
	Totale	-6,6	-10,0	-7,9	-3,6	-7,3	-6,5
Totale	Una e due stelle	-8,4	-1,3	-8,6	-14,2	-8,5	-9,4
	Tre stelle e RTA	-3,7	-10,5	-3,8	-5,7	-3,7	-7,5
	Quattro e cinque stelle	-7,9	-13,6	-4,4	6,7	-6,1	-2,0
	Esercizi Complementari	15,4	-8,5	-0,6	6,4	3,1	3,3
	Totale	-5,2	-11,3	-4,0	1,2	-4,5	-3,4

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.21. Stima del movimento dei clienti italiani nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, provincia di Reggio Calabria. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	0	0	348	1.862	360	1.894
	Tre stelle e RTA	4.146	7.705	4.130	12.678	8.276	20.383
	Quattro e cinque stelle	8.224	29.226	8.834	51.334	17.058	80.560
	Esercizi Complementari	166	203	377	1.434	543	1.638
	Totale	12.537	37.134	13.690	67.310	26.240	104.476
Ionio	Una e due stelle	621	2.370	955	4.976	1.563	7.314
	Tre stelle e RTA	10.551	18.023	16.474	72.187	27.025	90.210
	Quattro e cinque stelle	7.973	13.817	10.939	39.725	18.912	53.542
	Esercizi Complementari	1.030	3.865	6.075	62.601	7.105	66.467
	Totale	20.175	38.076	34.443	179.490	54.606	217.534
Tirreno	Una e due stelle	3.826	8.758	4.268	10.177	8.094	18.935
	Tre stelle e RTA	27.753	53.372	22.919	51.939	50.673	105.311
	Quattro e cinque stelle	29.539	57.415	27.814	76.016	57.353	133.431
	Esercizi Complementari	3.199	18.214	5.850	38.668	9.049	56.883
	Totale	64.318	137.759	60.853	176.801	125.171	314.561
Totale	Una e due stelle	4.447	11.129	5.572	17.016	10.019	28.145
	Tre stelle e RTA	42.451	79.100	43.524	136.805	85.975	215.905
	Quattro e cinque stelle	45.737	100.458	47.587	167.076	93.324	267.534
	Esercizi Complementari	4.396	22.283	12.303	102.705	16.699	124.988
	Totale	97.031	212.970	108.986	423.602	206.017	636.572
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	-100,0	-100,0	7,4	-12,0	-33,1	-31,0
	Tre stelle e RTA	9,1	5,2	3,1	10,4	6,0	8,4
	Quattro e cinque stelle	6,2	19,5	34,4	124,9	19,2	70,4
	Esercizi Complementari	-2,9	-36,4	1,9	-6,5	0,4	-11,6
	Totale	5,1	13,4	21,5	77,4	13,1	47,8
Ionio	Una e due stelle	2,1	-26,1	10,0	-7,0	5,9	-14,5
	Tre stelle e RTA	0,1	-5,6	0,9	-3,2	0,6	-3,7
	Quattro e cinque stelle	2,5	-8,3	-1,9	-8,0	-0,1	-8,1
	Esercizi Complementari	20,0	-55,9	-7,3	4,8	-4,1	-3,0
	Totale	2,0	-17,4	-1,3	-1,8	-0,1	-5,0
Tirreno	Una e due stelle	-7,0	9,1	-13,0	-19,7	-10,2	-8,6
	Tre stelle e RTA	-6,5	-10,4	-12,1	-8,1	-9,1	-9,3
	Quattro e cinque stelle	-6,8	-16,7	-5,8	-2,9	-6,3	-9,3
	Esercizi Complementari	16,3	15,1	5,4	9,7	9,0	11,4
	Totale	-5,8	-9,6	-7,9	-3,2	-6,8	-6,1
Totale	Una e due stelle	-9,9	-6,2	-8,6	-15,5	-9,2	-12,1
	Tre stelle e RTA	-3,6	-8,0	-6,2	-4,0	-4,9	-5,5
	Quattro e cinque stelle	-3,1	-7,3	0,7	15,8	-1,2	5,9
	Esercizi Complementari	16,3	-10,5	-1,3	6,4	2,8	2,9
	Totale	-2,9	-7,9	-2,9	5,0	-2,9	0,3

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.22. Stima del movimento dei clienti stranieri nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, provincia di Reggio Calabria. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	0	0	10	52	14	75
	Tre stelle e RTA	294	646	2.229	3.023	2.523	3.669
	Quattro e cinque stelle	517	1.813	733	2.270	1.250	4.083
	Esercizi Complementari	58	98	145	280	203	379
	Totale	869	2.558	3.117	5.626	3.991	8.207
Ionio	Una e due stelle	108	304	131	763	236	1.054
	Tre stelle e RTA	1.104	4.222	2.751	13.226	3.855	17.448
	Quattro e cinque stelle	1.504	3.823	2.194	7.690	3.698	11.513
	Esercizi Complementari	276	1.062	764	5.373	1.041	6.436
	Totale	2.993	9.412	5.841	27.053	8.830	36.452
Tirreno	Una e due stelle	712	2.437	1.146	2.542	1.858	4.969
	Tre stelle e RTA	3.283	6.687	3.522	7.657	6.805	14.344
	Quattro e cinque stelle	2.961	6.606	4.364	11.292	7.325	17.898
	Esercizi Complementari	319	2.192	1.098	4.732	1.417	6.924
	Totale	7.275	17.923	10.130	26.223	17.406	44.136
Totale	Una e due stelle	821	2.741	1.288	3.358	2.109	6.099
	Tre stelle e RTA	4.681	11.556	8.502	23.907	13.183	35.463
	Quattro e cinque stelle	4.983	12.243	7.291	21.252	12.274	33.495
	Esercizi Complementari	654	3.353	2.008	10.386	2.662	13.739
	Totale	11.139	29.893	19.089	58.903	30.228	88.796
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	-100,0	-100,0	-33,3	15,6	-39,1	15,4
	Tre stelle e RTA	16,2	-2,4	332,8	190,4	228,5	115,4
	Quattro e cinque stelle	37,5	-25,1	2,9	-60,0	14,9	-49,5
	Esercizi Complementari	-12,1	-35,5	-28,9	-33,3	-24,8	-33,7
	Totale	23,6	-21,4	115,6	-21,6	85,7	-21,3
Ionio	Una e due stelle	86,2	166,7	-19,1	18,5	7,3	39,1
	Tre stelle e RTA	-20,6	-49,7	-19,0	-30,4	-19,5	-36,3
	Quattro e cinque stelle	-56,7	-59,3	-47,5	-43,0	-51,7	-49,7
	Esercizi Complementari	54,2	17,5	-16,4	1,8	-4,8	4,1
	Totale	-41,3	-50,0	-32,5	-29,6	-35,8	-36,3
Tirreno	Una e due stelle	-5,6	18,6	-6,8	-12,3	-6,3	0,3
	Tre stelle e RTA	0,3	6,4	-6,1	-1,5	-3,1	2,1
	Quattro e cinque stelle	-25,6	-35,4	-16,8	-13,8	-20,6	-23,3
	Esercizi Complementari	-8,9	6,7	34,7	15,5	21,6	12,6
	Totale	-13,0	-13,1	-8,2	-5,9	-10,3	-9,0
Totale	Una e due stelle	0,1	25,2	-8,4	-6,4	-5,3	5,6
	Tre stelle e RTA	-4,8	-24,7	11,0	-14,0	4,8	-17,8
	Quattro e cinque stelle	-36,4	-44,4	-28,0	-34,2	-31,7	-38,3
	Esercizi Complementari	9,9	7,8	3,9	6,1	5,3	6,5
	Totale	-21,3	-30,0	-9,7	-19,8	-14,4	-23,5

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.23. Stima del movimento complessivo dei clienti nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, provincia di Vibo Valentia. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	0	0	0	0	0	0
	Tre stelle e RTA	2.446	5.497	5.872	31.630	8.319	37.127
	Quattro e cinque stelle	0	0	0	0	0	0
	Esercizi Complementari	0	0	0	0	0	0
	Totale	2.446	5.497	5.872	31.630	8.319	37.127
Ionio	Una e due stelle	0	0	0	0	0	0
	Tre stelle e RTA	0	0	0	0	0	0
	Quattro e cinque stelle	0	0	0	0	0	0
	Esercizi Complementari	0	0	0	0	0	0
	Totale	0	0	0	0	0	0
Tirreno	Una e due stelle	3.234	12.590	15.360	113.411	18.594	126.001
	Tre stelle e RTA	14.890	67.558	120.026	987.046	134.916	1.054.606
	Quattro e cinque stelle	25.230	70.102	84.749	593.576	109.979	663.678
	Esercizi Complementari	856	8.124	35.547	337.463	36.403	345.587
	Totale	44.210	158.374	255.682	2.031.496	299.892	2.189.872
Totale	Una e due stelle	3.234	12.590	15.360	113.411	18.594	126.001
	Tre stelle e RTA	17.338	73.057	125.899	1.018.678	143.237	1.091.735
	Quattro e cinque stelle	25.230	70.102	84.749	593.576	109.979	663.678
	Esercizi Complementari	856	8.124	35.547	337.463	36.403	345.587
	Totale	46.658	163.873	261.555	2.063.128	308.213	2.227.001
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0
	Tre stelle e RTA	11,5	-32,4	-2,5	-9,6	1,3	-13,9
	Quattro e cinque stelle	0,0	0,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0
	Esercizi Complementari	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0
	Totale	6,3	-35,0	-24,8	-33,3	-17,8	-33,5
Ionio	Una e due stelle	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Tre stelle e RTA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Quattro e cinque stelle	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Esercizi Complementari	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Totale	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tirreno	Una e due stelle	-18,1	-32,2	-5,8	-16,1	-8,2	-18,1
	Tre stelle e RTA	4,9	12,3	-1,3	-0,8	-0,6	0,0
	Quattro e cinque stelle	-0,1	-8,8	0,8	-0,4	0,6	-1,3
	Esercizi Complementari	127,7	217,2	-2,4	-0,4	-1,1	1,2
	Totale	1,0	0,2	-1,0	-1,6	-0,7	-1,5
Totale	Una e due stelle	-18,7	-32,4	-6,2	-16,5	-8,7	-18,4
	Tre stelle e RTA	5,8	7,0	-1,3	-1,1	-0,5	-0,6
	Quattro e cinque stelle	-0,1	-8,8	-1,0	-2,1	-0,8	-2,9
	Esercizi Complementari	88,5	186,4	-2,9	-0,8	-1,8	0,8
	Totale	1,2	-1,6	-1,7	-2,3	-1,3	-2,3

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.24. Stima del movimento dei clienti italiani nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, provincia di Vibo Valentia. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	0	0	0	0	0	0
	Tre stelle e RTA	2.304	4.952	5.593	29.971	7.897	34.923
	Quattro e cinque stelle	0	0	0	0	0	0
	Esercizi Complementari	0	0	0	0	0	0
	Totale	2.304	4.952	5.593	29.971	7.897	34.923
Ionio	Una e due stelle	0	0	0	0	0	0
	Tre stelle e RTA	0	0	0	0	0	0
	Quattro e cinque stelle	0	0	0	0	0	0
	Esercizi Complementari	0	0	0	0	0	0
	Totale	0	0	0	0	0	0
Tirreno	Una e due stelle	2.942	10.402	13.279	90.043	16.221	100.445
	Tre stelle e RTA	10.275	29.853	91.879	736.951	102.154	766.805
	Quattro e cinque stelle	19.186	38.728	47.485	311.350	66.671	350.078
	Esercizi Complementari	519	5.478	28.835	282.618	29.354	288.096
	Totale	32.922	84.461	181.478	1.420.962	214.400	1.505.424
Totale	Una e due stelle	2.942	10.402	13.279	90.043	16.221	100.445
	Tre stelle e RTA	12.580	34.806	97.472	766.923	110.052	801.729
	Quattro e cinque stelle	19.186	38.728	47.485	311.350	66.671	350.078
	Esercizi Complementari	519	5.478	28.835	282.618	29.354	288.096
	Totale	35.227	89.414	187.071	1.450.934	222.298	1.540.348
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0
	Tre stelle e RTA	9,5	-33,9	2,9	-4,6	4,7	-10,2
	Quattro e cinque stelle	0,0	0,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0
	Esercizi Complementari	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0
	Totale	4,8	-36,3	-21,9	-30,5	-15,6	-31,4
Ionio	Una e due stelle	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Tre stelle e RTA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Quattro e cinque stelle	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Esercizi Complementari	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Totale	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tirreno	Una e due stelle	-12,5	-20,8	-6,8	-20,9	-7,9	-20,9
	Tre stelle e RTA	1,2	2,4	0,6	-1,6	0,7	-1,5
	Quattro e cinque stelle	-4,5	-13,9	3,0	-0,1	0,7	-1,8
	Esercizi Complementari	222,4	776,5	-1,2	0,6	0,0	2,3
	Totale	-2,5	-3,9	0,4	-2,4	-0,1	-2,5
Totale	Una e due stelle	-13,1	-21,0	-7,3	-21,2	-8,4	-21,2
	Tre stelle e RTA	2,6	-5,0	0,8	-1,7	1,0	-1,9
	Quattro e cinque stelle	-4,5	-13,9	-0,2	-3,2	-1,5	-4,6
	Esercizi Complementari	125,7	526,8	-1,7	0,3	-0,7	1,9
	Totale	-2,1	-6,5	-0,5	-3,2	-0,7	-3,4

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

Tab.25. Stima del movimento dei clienti stranieri nelle strutture ricettive, per tipologia, stagione turistica e area geografica, provincia di Vibo Valentia. Anno 2008. Variazioni percentuali 2008/2007

		Bassa Stagione		Alta Stagione		Anno	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	0	0	0	0	0	0
	Tre stelle e RTA	142	545	279	1.659	422	2.204
	Quattro e cinque stelle	0	0	0	0	0	0
	Esercizi Complementari	0	0	0	0	0	0
	Totale	142	545	279	1.659	422	2.204
Ionio	Una e due stelle	0	0	0	0	0	0
	Tre stelle e RTA	0	0	0	0	0	0
	Quattro e cinque stelle	0	0	0	0	0	0
	Esercizi Complementari	0	0	0	0	0	0
	Totale	0	0	0	0	0	0
Tirreno	Una e due stelle	292	2.188	2.081	23.368	2.373	25.556
	Tre stelle e RTA	4.615	37.705	28.147	250.095	32.762	287.801
	Quattro e cinque stelle	6.044	31.374	37.264	282.226	43.308	313.600
	Esercizi Complementari	337	2.646	6.712	54.845	7.049	57.491
	Totale	11.288	73.913	74.204	610.534	85.492	684.448
Totale	Una e due stelle	292	2.188	2.081	23.368	2.373	25.556
	Tre stelle e RTA	4.758	38.251	28.427	251.755	33.185	290.006
	Quattro e cinque stelle	6.044	31.374	37.264	282.226	43.308	313.600
	Esercizi Complementari	337	2.646	6.712	54.845	7.049	57.491
	Totale	11.431	74.459	74.484	612.194	85.915	686.653
	Variazioni %	**Bassa Stagione**		**Alta Stagione**		**Anno**	
		Arrivi	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
Montagna ed Entroterra	Una e due stelle	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0
	Tre stelle e RTA	61,4	-13,9	-52,3	-53,8	-37,3	-47,8
	Quattro e cinque stelle	0,0	0,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0
	Esercizi Complementari	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0
	Totale	36,5	-19,7	-57,4	-61,4	-44,4	-55,7
Ionio	Una e due stelle	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Tre stelle e RTA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Quattro e cinque stelle	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Esercizi Complementari	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Totale	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tirreno	Una e due stelle	-50,1	-59,9	1,6	9,1	-9,9	-4,9
	Tre stelle e RTA	14,2	21,7	-7,0	1,9	-4,5	4,1
	Quattro e cinque stelle	17,1	-1,5	-1,8	-0,7	0,4	-0,8
	Esercizi Complementari	56,7	36,7	-7,3	-5,3	-5,5	-4,0
	Totale	12,8	5,3	-4,3	0,2	-2,3	0,7
Totale	Una e due stelle	-50,7	-60,0	1,0	8,9	-10,6	-5,1
	Tre stelle e RTA	15,3	21,0	-7,8	1,1	-5,1	3,3
	Quattro e cinque stelle	17,1	-1,5	-1,9	-0,9	0,4	-0,9
	Esercizi Complementari	50,4	34,8	-7,7	-5,7	-6,0	-4,4
	Totale	13,1	5,0	-4,7	-0,2	-2,7	0,3

Fonte: Elaborazioni su dati Sirdat

II RIORGANIZZAZIONE DEL SISTEMA TURISTICO: GLI STRUMENTI LEGISLATIVI

Tommaso Loiero, Direttore Generale Dipartimento Turismo

1. Premessa

Nel complesso scenario economico della Calabria, il comparto turistico assume rilievo di primaria importanza. Lo sviluppo del settore si traduce in una consistente crescita del movimento, con un incremento degli arrivi e delle presenze a un tasso medio annuo (tma) rispettivamente del 5,3% e del 4,4%. Si tratta di valori assai superiori alla media di quelli nazionali e del Mezzogiorno. Le performance della regione appaiono notevoli anche con riferimento a un più lungo periodo che va dal 1995 al 2006.

Un'attenta programmazione e la scelta di precise linee di indirizzo, con il supporto di un quadro normativo di riferimento, si rendono necessarie per impostare e realizzare un insieme di progetti operativi in grado di superare alcuni punti critici: la scarsa incidenza della componente straniera; la quasi monovalenza del turismo balneare, seppure sono presenti altri turismi; l'eccessiva stagionalità dei movimenti (nel 2008 si concentra tra maggio e settembre l'87% delle presenze) e la ridotta integrazione fra segmenti turistici diversi associata alla prevalenza di modalità di fruizione tradizionali.

Diventa, pertanto, opportuna una maggiore integrazione tra gli operatori, e tra gli stessi e gli enti pubblici, con l'attivazione di gruppi di interesse o di consorzi in una logica di sistema integrato per uno sviluppo condiviso, avendo la consapevolezza che un territorio può essere presente nel mercato del turismo solo quando riesce a diventare un prodotto.

L'immagine generale della Calabria è stata inficiata da avvenimenti che si collocano al di fuori della legalità, così come dall'inefficienza delle infrastrutture, ma è anche vero che è proprio l'appeal turistico della re-

gione a determinarne un valore aggiunto.

E' importante, dunque, prevedere un progetto volto ad attrarre varie tipologie di turismo perché la scala delle preferenze dei clienti è diversa a seconda delle diverse provenienze: è in atto, infatti, una ridefinizione dei ruoli e anche delle tipologie fruite e in questo processo un ruolo determinante lo stanno avendo sia il low cost, che internet. La Calabria, secondo le statistiche ufficiali, presenta poco appeal non solo per i turisti stranieri, ma anche per quelli del Centro Nord; è opportuno, quindi, rendere operativa una programmazione indispensabile ad attrarre i diversi mercati.

La programmazione delle risorse comunitarie 2007-2013 si differenzia volutamente da quella del periodo 2000-2006, essendosi rivelata troppo parcellizzata e senza un'efficace strategia d'insieme, per aver voluto dare troppo ascolto alle esigenze locali. La volontà è quella di realizzare progetti in grado di incidere con efficacia su vaste aree territoriali.

Il POR Calabria FESR 2007-2013 contiene le indicazioni strategiche volte a valorizzare ulteriormente la Calabria quale destinazione turistica, consentendo una migliore e più ampia conoscenza del territorio e della gamma diversificata di prodotti disponibili. Allo stesso tempo, si intende consolidare l'obiettivo, attraverso azioni e attività innovative, di promuovere e affermare il carattere di "Terra dell'ospitalità", quale tratto distintivo del nuovo brand regionale.

La rinnovata consapevolezza della centralità rivestita dal turismo nel quadro complessivo dell'economia calabrese, ha indotto il legislatore all'emanazione della Legge 5 aprile 2008 n. 8 sul "Riordino dell'organizzazione turistica regionale".

La Regione intende, quindi, consolidare e innovare la propria azione in relazione ai compiti a essa affidati dalla vigente legislazione, con una gerarchia di obiettivi prefissati e in un contesto di sviluppo dell'economia regionale.

Il testo legislativo si prefigge lo scopo di modernizzare le insufficienti disposizioni di settore, fornendo adeguati strumenti attuativi delle nuove

politiche di programmazione economica in campo turistico.

Gli interventi normativi rispondono all'esigenza di superare le inutili lentezze causate dal precedente impianto legislativo, attraverso l'introduzione di disposizioni che privilegiano la creazione di forme aggregative pubblico - private, finalizzate alla creazione di un prodotto turistico innovativo e, soprattutto, rispondente alle mutate richieste del comparto.

Nell'intento del legislatore, gli organismi nascenti dalla descritta sinergia tra pubblico e privato, consentiranno una partecipazione attiva di tutti i protagonisti del panorama turistico calabrese, fermo restando, in capo alla Regione, il dovere – potere di vigilanza sulle iniziative.

Onde realizzare quella che si preannuncia come una svolta epocale nel settore turistico calabrese, il legislatore ha inteso incentivare attività propedeutiche al raggiungimento dell'incremento e dello sviluppo turistico, attraverso la previsione di significative attività strategiche, quali la programmazione triennale, l'analisi dei mercati e la promozione delle risorse.

Tale obiettivo subirà ulteriore impulso dalla creazione dei Sistemi Turistici Locali, i cui principi regolatori, già contenuti nella Legge costitutiva (n. 135/2001), sono stati pienamente recepiti nella L/R n. 8/2008.

Sul punto, appare utile sottolineare, che i S.T.L. costituiscono indubbiamente uno strumento essenziale per la realizzazione di una programmazione partecipata, volta al potenziamento del prodotto, poiché consentono di coinvolgere le risorse turistiche in senso stretto (culturali, ambientali, etc.), le strutture che garantiscono la fruibilità all'utente e le imprese che erogano servizi (ristorazione, trasporti, etc.).

Al riguardo, è evidente che solo l'utilizzo di una programmazione mirata e sinergica può consentire di eliminare le disfunzioni del sistema, permettendo l'effettiva valorizzazione delle variegate e peculiari vocazioni turistiche presenti sul territorio calabrese.

Detta prospettiva appare idonea al simultaneo raggiungimento di due scopi fondamentali:

- in primo luogo, consentirà la realizzazione di un'offerta turistica competitiva, snella, capace di evolversi reggendo il passo della rapida trasformazione in atto nel mercato e in grado di rispondere prontamente alle mutevoli esigenze dell'utente;
- d'altro canto, il variato assetto delineato realizzerà il fattivo coinvolgimento di tutti i partecipanti al S.T.L., non solo in fase progettuale, quanto nell'intero iter realizzativo e gestionale del sistema medesimo.

2. I contenuti della L/R n. 8/2008

2.1. Organizzazione territoriale[1]

Le disposizioni contenute nel Capo I del primo Titolo definiscono preliminarmente i principi di ispirazione della Legge, evidenziandone le finalità e procedendo all'attribuzione delle funzioni esercitate, in ambito turistico, da Regione, Province e Comuni.

Di particolare rilevanza appare il riconoscimento, operato dall'art. 1, comma 2, del "*ruolo strategico del turismo quale sistema per lo sviluppo integrato di vocazioni e risorse presenti nel territorio della Calabria*", con precipua attenzione rivolta alla sostenibilità ambientale delle attività turistiche e alla valorizzazione delle risorse ambientali, paesaggistiche e culturali della regione.

Sin dalle prime battute, è dato cogliere l'intento innovativo della Legge in esame, la quale si propone di apportare sostegno a nuove forme di ricettività e servizi al turismo, riconoscendo la necessità di promuovere analisi e studi del sistema regionale, anche attraverso la realizzazione di sistemi informativi di supporto alla pianificazione del comparto.

Significativa l'introduzione del diritto alla vacanza e al godimento del tempo libero di tutti i cittadini, emblematicamente affiancata alla dichia-

---

1 Titolo I Capo I (articoli 1 e 2)

razione di intenti avente a oggetto il sostegno dell'insieme delle forme di turismo possibili, rivolte anche alla piena valorizzazione delle risorse regionali e alla destagionalizzazione dei flussi.

2.2. Programmazione regionale[2]

Per dare attuazione ai principi appena richiamati, il legislatore ha previsto che la Giunta Regionale dovrà elaborare, anche sulla base dei Piani e dei Progetti proposti dai Sistemi Turistici Locali, un Piano di Sviluppo Turistico Sostenibile sulla base di un Piano di Marketing, avente come obiettivo la realizzazione di un sensibile accrescimento della competitività nazionale e internazionale delle destinazioni turistiche calabresi.

Il medesimo Piano dovrà, poi, contenere una previsione strategica che consenta l'individuazione di azioni volte al miglioramento della competitività e della sostenibilità ambientali.

In tale prospettiva, il Piano di Sviluppo, partendo dall'analisi dello stato e delle tendenze in atto nell'offerta turistica, dovrà definire le aree di prodotto maggiormente attrattive, le azioni necessarie per migliorare l'accessibilità e la fruibilità delle aree, gli itinerari tematici, gli orientamenti per finalizzare il sistema degli incentivi alle imprese turistiche, il potenziamento di imprese di servizi oltre ai criteri per la realizzazione di un sistema di contabilità ambientale.

Significativa pare, poi, la realizzazione di iniziative a carattere sportivo a bassissimo impatto ambientale, tutte in stretta connessione con le peculiarità della Calabria.

L'elemento di maggiore innovazione nella L/R n. 8/2008 risiede nel recepimento dei Sistemi Turisti Locali[3], istituiti dall'articolo 5 comma 3 della Legge 29 marzo 2001 n. 135, di riforma della legislazione nazionale del turismo.

---

2 Capo II (articoli 3-12)

3 Cfr. Capitolo III Legislazione turistica

Detti organismi, che verranno coordinati dal Comitato Istituzionale per le Politiche Turistiche, nascono dall'aggregazione di soggetti pubblici e privati rappresentativi del settore, i quali operano al fine di sviluppare la filiera economica turistica, attraverso la realizzazione di iniziative di promozione e valorizzazione dei territori, nonché di qualificazione e innovazione dei prodotti e del sistema integrato di offerta turistica.

Sicuro impatto positivo deve riconoscersi al Marchio di Qualità Regionale, individuato quale strumento di promozione atto a creare, in ambito turistico, una rete di servizi pubblici e privati omogenei, coordinati, complementari e non sovrapponibili.

Al fine di riconoscere i distintivi tratti territoriali, si è prevista, inoltre, l'introduzione un numero limitato di marchi che la Regione potrà riconoscere, di concerto con i S.T.L., in favore delle zone più significative.

Particolare importanza assume anche la previsione di un Sistema Informativo Turistico, struttura destinata all'acquisizione, produzione ed elaborazione dei dati di informazione, finalizzati alla conoscenza del sistema turistico calabrese e al conseguimento degli obiettivi di sviluppo del comparto. In ciò, risiede l'attenzione rivolta dal legislatore a dare importanza al fenomeno turistico secondo una veste tipicamente scientifica, indispensabile per una più approfondita conoscenza del settore al fine di programmarne gli interventi futuri.

Si sottolinea, poi, come il legislatore regionale abbia mostrato particolare attenzione nei confronti dell'utente finale, recependo l'importante strumento di garanzia, già introdotto dall'art. 4 della Legge n. 135/2001, costituito dalla Carta dei Diritti del Turista[4] che offrirà un'adeguata informativa circa i diritti del visitatore, fornendo tutela in caso di disservizi conseguenti a carenze ovvero omissioni nell'erogazione di prestazioni del settore. Un'altra novità assoluta per la Calabria è la creazione

---

4 Scopo fondamentale quello di portare a conoscenza di tutti gli utenti le indicazioni turistiche proprie della Regione, anche al fine di rendere riconoscibile il Sistema Turistico Regionale.

dell'Albergo Diffuso[5].

2.3. Programmazione provinciale[6]**.**

La Legge ha coinvolto anche le funzioni turistiche delegate alle Province, che non potevano restare estranee a un mutamento profondo, anche ove si consideri che alle stesse spettano non solo i poteri conferiti dalla Legge n. 34, ma anche inedite funzioni demandate dalle Legge 8/2008.

Attualmente, infatti, le Province ricoprono un importante ruolo di programmazione attinente all'accoglienza del turista, alla promozione di singole località e dei prodotti tipici, oltre all'istituzione di IAT, con specifici compiti di informazione turistica, raccolta e trasmissione al Sistema informativo turistico dei dati relativi alle presenze del settore.

A ciò si aggiunga, poi, la gestione delle pro loco (organismi che pure hanno trovato riconoscimento nella Regione), le quali dovranno uniformarsi al regolamento provinciale, con l'obbligo di iscriversi presso un albo appositamente creato.

2.4. Produzione, Organizzazione ed intermediazione di pacchetti turistici[7]

Le agenzie di viaggio rappresentano componenti fondamentali del mondo dell'intermediazione, curando la vendita e la gestione di pacchetti turistici, oltre l'assistenza e l'accoglienza dei visitatori.

Al riguardo, la Legge n. 8/2008 sposta le competenze relative alla concessione e all'autorizzazione necessaria per l'apertura di un'agenzia e alla gestione dell'esame di direttore tecnico dalla Regione alla Provincia, introducendo uno specifico albo dei direttori.

La novità di maggior rilievo appare la previsione della possibilità di

---

[5] Cfr. Capitolo III Legislazione turistica
[6] Capo III (articoli 13-16)
[7] Capo IV (articoli 17-30)

ricorrere a Commissioni Arbitrali e Conciliative per la risoluzione di controversie insorte fra imprese di agenzie di viaggio e i loro utenti, cui si potrà far ricorso anche attraverso l'impulso delle Province, delle associazioni di consumatori e delle associazioni di categoria, in ciò dando concreta attuazione alla sensibilità già manifestata dal legislatore alle esigenze e ai diritti del turista.

2.5. Professioni turistiche[8]

Nell'ultimo Capo, trovano spazio le disposizioni relative alla disciplina delle categorie di professioni turistiche, anch'esse soggette alla nuova regolamentazione provinciale. Al riguardo preme chiarire che, per ciò che attiene la disciplina del direttore d'albergo nulla è mutato rispetto alla Legge 10 aprile 1995 n.14.

---

[8] Capo V

III IL SISTEMA TURISTICO LOCALE. NUOVO STRUMENTO DI PROGRAMMAZIONE E NUOVA SFIDA DEMOCRATICA PER IL PROGRESSO DELLA CALABRIA.

Mario Bolognari, consulente dell'Assessorato al Turismo

La capacità di attrarre nuovi flussi turistici è legata a molteplici fattori, relativi sia alla destinazione locale, sia al quadro globale. E' evidente che quest'ultimo non possa essere governato dagli enti locali, poiché comprende le contingenze finanziarie ed economiche, lo stato delle relazioni internazionali e i processi di pace e di sicurezza, il costo delle materie prime e del lavoro. Pertanto, la Regione Calabria si sta concentrando maggiormente sulla possibilità di incidere sulle condizioni del suo territorio, che, invece, dipendono molto, se non esclusivamente, dalla sua capacità di innovazione e adeguamento agli standard internazionali.

In questo ambito sono apparse preliminari le questioni istituzionali, cioè quelle che definiscono il quadro degli strumenti attraverso i quali svolgere una politica per il turismo sostenibile in Calabria. Tra le diverse iniziative che sono in corso, alcune delle quali presentate in questo volume, ci sembra utile affrontare il tema della novità istituzionale e organizzativa introdotta con la costituzione dei Sistemi Turistici Locali.

1. Cos'è un STL

Com'è noto, questa è una novità introdotta con l'articolo 5 della legge quadro nazionale sul turismo, la n°135 del 29 marzo 2001, che ha avuto un richiamo e una specificazione nella legge regionale n. 8 del 2008. L'articolo 6 della legge regionale definisce questi strumenti come "aggregazioni di soggetti pubblici e privati" e l'articolo 7 indica le sue funzioni, che possono essere riassunte in un progetto di sviluppo del turismo sostenibile. Poiché la prima delle caratteristiche della sostenibilità

è l'adesione della popolazione al processo di sviluppo, a partire dalle esigenze locali e non dai modelli estranei ed eterodiretti, il Sistema Turistico Locale va inteso come strumento democratico per la soluzione dei problemi sociali dei territori, che vogliono scommettere sul turismo.

L'articolo 6, inoltre, attribuisce alla Provincia il compito di promuovere i STL, ma il "coinvolgimento attivo" deve riguardare tutto il quadro istituzionale locale e tutto il sistema delle imprese private. Quindi, non siamo di fronte a un nuovo ente locale o a una sorta di unione di comuni, ma di fronte a un soggetto capace di recepire le istanze dell'economia locale e di innervare le aziende con una politica di programmazione concertata e decentrata. Insomma, la chiave sta nell'integrazione del pubblico e del privato, spesso concepiti come mondi inconciliabili, ma nella cui sinergia risiede ogni possibilità di sviluppo territoriale.

2. Linee di indirizzo

Nell'intento di fornire un modello unitario nell'ambito della Regione Calabria e procedure snelle ed efficaci, l'Assessorato al Turismo ha elaborato delle linee di indirizzo per il riconoscimento dei STL. Sul piano politico era necessario evitare di ripetere esperienze che si sono rivelate negative in altre parti d'Italia, così come riprodurre modelli di STL estranei alle esigenze e alle condizioni calabresi.

La riflessione, pertanto, è stata approfondita, senza per questo divenire fine a se stessa e quindi bloccante. Gli uffici e la Direzione del Dipartimento al Turismo, i dirigenti di altri dipartimenti, il Comitato Istituzionale per le politiche turistiche, con la costante sollecitazione e attenzione dell'Assessore Guagliardi, hanno lavorato intensamente per varare le "Linee di indirizzo per il riconoscimento dei Sistemi Turistici Locali". L'obiettivo principale è dotare i territori dei STL e attivare l'erogazione dei finanziamenti entro il 2009. La tempistica posta in essere è, in questo senso, molto rigida e non consente lungaggini e differimenti.

3. Tempi brevi per il riconoscimento

Dalla pubblicazione sul Bollettino Ufficiale della Regione Calabria vengono concessi quarantacinque giorni per la costituzione dei STL attraverso un protocollo d'intesa e la formulazione di un programma di massima contenente gli obiettivi e le finalità. Una fase, questa, che deve favorire l'aggregazione degli enti pubblici e delle aziende private per introdurre una nuova cultura della gestione delle politiche turistiche: l'iniziativa pubblica deve completare, accompagnare e migliorare l'imprenditorialità e questa deve sapersi mettere in rete con tutto il resto delle risorse e delle potenzialità del territorio. Infatti, non è più possibile procedere in ordine sparso e alimentare un'improbabile competizione interna; è necessario integrare le forze e dare vita a un prodotto turistico che sia in grado di competere sul mercato nazionale e internazionale. Servizi al cliente, servizi alle imprese, infrastrutture pubbliche e strutture ricettive, della ristorazione e del tempo libero devono, tutti insieme e contemporaneamente, produrre un'offerta di qualità e commercialmente competitiva.

Altri quarantacinque giorni vengono riservati alla Regione per l'esame delle domande di riconoscimento e per la loro evasione.

4. Seconda fase e Piani di azione

Il riconoscimento da parte della Regione dei STL consente di passare alla seconda fase: essa consentirà loro di scegliere la forma giuridica definitiva (società consortile, per azioni o altro), compatibile con le norme che regolano i fondi da erogare. Anche questa operazione non deve essere troppo lunga perché soltanto con la forma giuridica definitiva, i STL potranno formulare i Piani di azione triennali in base a un apposito bando dedicato, che la Regione emanerà a valere sulle risorse del POR Calabria FESR 2007-2013, del POR Calabria FSE 2007-2013 e del PAR Calabria FAS 2007-2013. Le linee di indirizzo indicano le opere e i servizi che possono rientrare nelle previsioni dei Piani di azione triennali e ri-

guardano l'ambiente, lo sport, i beni culturali e i prodotti strettamente turistici.

Guardando a questo obiettivo, che mette a disposizione dei territori tre annualità della programmazione regionale 2007-2013, è importante che gli enti locali e le aziende private, fin dalla primissima fase di avvio della concertazione, diano vita a STL con le giuste caratteristiche.

5. Quali dimensioni e criteri per la costituzione

La prima caratteristica importante è la dimensione dei STL. La legge nazionale, così come quella regionale, parla di grandi dimensioni, persino interregionali. Nell'ottica della Regione Calabria, si è deciso di indicare nel territorio provinciale la dimensione che non ha bisogno di ulteriori verifiche. Pertanto, un STL per provincia è garantito, qualsiasi sia la sua dimensione territoriale, la sua popolazione o la consistenza del suo turismo, espresso in presenze turistiche oppure in posti-letto. E' del tutto evidente che, in questo caso, nessun ente pubblico, tra quelli indicati nelle Linee di indirizzo(provincia, comuni, università, comunità montane, ecc.), così come nessuna azienda privata del settore, possa essere esclusa dall'adesione al STL. Eventuali esclusioni arbitrarie saranno riviste in sede regionale nella fase di interlocuzione, prima del riconoscimento.

Nel caso in cui nell'ambito di una provincia, per iniziativa dell'Amministrazione provinciale stessa o per iniziativa di altri soggetti, venga avviata la procedura per formulare la domanda di riconoscimento da parte di due o più STL, ciascuno di essi dovrà rispondere alle dimensioni indicate nelle Linee di indirizzo: nei territori dei comuni aderenti deve essere stato totalizzato nel 2007 almeno il 10 per cento delle presenze turistiche regionali oppure devono essere presenti al 31 dicembre del 2007 il 10 per cento dei posti-letto dell'intera Regione.

Questa seconda possibilità consente la libera aggregazione delle realtà locali, ma salva il principio che vuole i STL prodotti integrati e complessi e non micro strutture prive di mercato.

Infine, le Linee di indirizzo individuano anche una terza possibilità. E' previsto, infatti, che in deroga ai criteri esposti in precedenza, la Giunta regionale possa riconoscere STL, anche non caratterizzati da continuità territoriale, che per identità culturale e linguistica, valorizzazione dell'ambiente naturale, competitività economica, ampia partecipazione di soggetti privati e qualità del piano strategico, rappresentino un'offerta turistica di eccellenza.

Naturalmente, il ricorso a questa deroga deve essere intesa in via del tutto eccezionale. Le idee progettuali di questo tipo devono avere rilievo internazionale e devono costituire un valore aggiunto all'offerta turistica regionale.

6. Scelta politico-culturale contenuta nei STL

Nelle intenzioni della Regione l'attuazione di questa parte della legge regionale sul turismo assume un significato strategico. Infatti, nessuna riforma e nessuno sviluppo è immaginabile senza una condivisione dal basso di obiettivi organizzativi, economici e sociali. Immaginare i STL come pura ingegneria istituzionale sarebbe un errore, che nulla aggiungerebbe alle attuali potenzialità turistiche della Regione. Esperienze italiane e straniere a questo riguardo hanno ampiamente dimostrato che il turismo non può essere giustapposto alle precedenti strutture produttive oppure aggiunto alle esistenti attività. Esso deve nascere da un' esigenza locale, diventare parte integrante con l'agricoltura, l'artigianato, la piccola e media industria manifatturiera, il sistema dei servizi e la qualità complessiva della vita nel contesto territoriale interessato. Inoltre, il fattore umano, sia sotto la forma del lavoro, sia sotto la forma della cultura tradizionale, è parte integrante del prodotto turistico. Ma c'è di più. Le condizioni civili di vita della popolazione locale devono essere tali da rendere evidente che la società ospitante è positiva, accogliente e serena. In definitiva, i turisti vanno dove le persone vivono bene, dove ci sono scuole, ospedali, acqua, pulizia, parcheggi, silenzio, verde, natura e cultura. Le destinazioni turistiche devono essere accoglienti intanto per i

loro residenti; e, se saranno tali, potranno diventarlo anche per i visitatori.

Quindi, il STL deve essere costituito per mettere in rete tutte le risorse disponibili sul territorio, tutti i servizi e tutte le infrastrutture. Ma anche per mettere in rete le volontà, le aspirazioni, i progetti delle comunità locali. Ci vuole, cioè, una grande spinta e una grande mobilitazione. Inoltre, il STL deve pensare di modificare sensibilmente la cultura dell'accoglienza e spingere i cittadini a comportamenti conseguenti in tema di rispetto dell'ambiente, di tutela dei beni culturali, di erogazione di servizi efficienti e di attenzione al decoro dei centri abitati.

C'è quindi una finalità gestionale, ma anche una finalità programmatica da interpretare con fantasia e coraggio. Solo così si farà il bene del settore economico più direttamente legato ai flussi turistici, ma anche di quei settori che possono essere positivamente influenzati da una propensione al consumo che proviene dall'esterno.

Si tratta comunque di una fase di sperimentazione e di sfida coraggiosa. Alla fine del triennio di attuazione dei Piani di azione saranno tirate le somme. Ma certamente molto di quel bilancio dipenderà da ciò che nel corso del 2009 sarà stato predisposto e programmato.

disposto e programmato. stato predisposto e programmato.

IV L'ALBERGO DIFFUSO: RIQUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA

Rocco Tassone, consulente dell'Assessorato al Turismo

Il Consiglio regionale della Calabria ha approvato con legge regionale n°8 del 05/4/2008 il "Riordino dell'organizzazione turistica regionale". Si tratta di un provvedimento che tenta di configurarsi come una "legge quadro", avendo abolito una serie di leggi regionali approvate tra il 1973 e il 1995, che avevano contribuito alla formazione di un groviglio normativo caratterizzato dalla problematica applicabilità.

Tra le altre cose, la legge in esame, all'art.12, introduce le norme generali relative all'albergo diffuso, recitando testualmente: < *1. La Regione, al fine di realizzare un sistema di accoglienza e di permanenza rivolto ad una domanda interessata a soggiornare in un contesto urbano di pregio a contatto con i residenti, assume il modello dell'albergo diffuso quale strumento di sviluppo basato sulla riqualificazione urbana, sul recupero del patrimonio edilizio esistente e teso a valorizzare la tradizione dell'ospitalità. - 2. E' definito Albergo diffuso una struttura ricettiva unitaria, situata nei centri storici, le cui componenti possono essere dislocate in edifici diversi, vicini tra loro, e con servizi di bar, ristorazione, sala TV preferibilmente ubicati nello stesso stabile dov'è localizzata la reception. - 3. L'albergo diffuso può assumere un tema distintivo che ne caratterizzi la proposta ospitale. - 4. La Regione incentiva la realizzazione dell'Albergo diffuso nei centri storici. - 5. La Giunta regionale, entro 60 giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, con apposito regolamento e previa acquisizione del parere della Commissione permanente, disciplina gli standard qualitativi e quantitativi dell'Albergo diffuso*>.

Nel panorama italiano, gli alberghi diffusi rappresentano una proposta ospitale innovativa, rivolta a una particolare fascia di utenza che

comincia ad affacciarsi con determinazione sul mercato. Fruitore è, infatti, una nuova tipologia di turista alla ricerca di esperienze autentiche e di mete e formule non "massificate". Si tratta di una domanda in via di crescita nel corso degli ultimi anni, a cui può essere data risposta sfruttando un sistema di offerta caratterizzato dalla forte presenza nel nostro Paese di piccoli centri (in molti casi in via di progressivo spopolamento, a forte emigrazione, etc.), connotati dalla presenza di un patrimonio immobiliare di pregio, spesso abbandonato. A questa nuova domanda il sistema dell'offerta ha iniziato a dare risposte assai variegate, tra le quali appunto l'albergo diffuso. In sintesi si tratta di un albergo orizzontale che nasce mettendo a sistema strutture preesistenti e organizzandole in modo tale da poter offrire a tutti gli ospiti servizi di natura alberghiera. Non è dunque una semplice rete di appartamenti, ma un vero e proprio albergo, di sapore autentico, che può contribuire a svolgere una funzione di rivitalizzazione dei centri storici e che permette agli ospiti di sentirsi non turisti, ma veri e propri "residenti temporanei".

Di fronte alla necessità di rafforzare e mettere in rete le varie iniziative imprenditoriali avviate nel paese, è stata costituita ad agosto 2006 l'ADI (Associazione Nazionale Alberghi Diffusi Italiani). L'associazione raccoglie i gestori di alberghi diffusi "doc" localizzati in varie regioni italiane e si pone l'obiettivo di sostenere e valorizzare questa formula anche attraverso il confronto con tutte le istituzioni locali, regionali e nazionali. Una ricognizione sul mercato italiano ne ha fatto emergere l'interesse e l'attenzione, oltre che sul versante del mercato turistico finale, anche da parte di potenziali investitori, sia nazionali che esteri, non esclusi i fondi immobiliari. E' un tema quindi divenuto interessante anche sul fronte delle politiche volte all'attrazione di investimenti. Tale interesse è stato verificato dall'ADI nel corso di varie occasioni di incontro con gli operatori, in particolare nel corso di talune fiere.

Tenuto conto di questo contesto nazionale, la Regione Calabria ha iniziato a dare risposte concrete tra cui la prima è stata quella di avviare l'introduzione di specifiche norme di settore.

In ottemperanza all'art.12 della legge regionale 8/'08, è stato approvato dal Consiglio regionale il regolamento che disciplina gli standard qualitativi e quantitativi dell'albergo diffuso.

I contenuti salienti del regolamento sono i seguenti.

In primo luogo il regolamento approvato procede alla definizione tipologica dell'albergo diffuso: possono assumere tale denominazione le strutture caratterizzate dalla centralizzazione in un unico stabile dell'ufficio ricevimento e delle sale di uso comune, ma con dislocazione delle unità abitative in uno o più stabili purchè ubicati nel centro storico del comune a una distanza non superiore a 300 metri in linea d'aria e 400 metri pedonali dall'edificio nel quale sono ubicati i servizi principali. Una piccola percentuale di unità abitative può essere collocata anche al di fuori del centro storico purchè entro la fascia di 50 metri dalla perimetrazione dello stesso.

Molto importanti sono i requisiti gestionali richiesti. Il regolamento prescrive che l'esercizio di albergo diffuso debba essere condotto in forma imprenditoriale e la gestione deve fare capo ad un unico soggetto giuridico che è titolare dell'autorizzazione amministrativa e assume la responsabilità della conduzione.

La capacità ricettiva minima deve essere di almeno 30 posti letto complessivi.

Contestualmente all'intervento normativo, l'Assessorato al Turismo della Regione Calabria sta lavorando per dare risposte, in termini programmatici e operativi, alle esigenze di rafforzamento e diffusione di questo particolare segmento di mercato. L'obiettivo di fondo di una proposta programmatica sul tema delle forme innovative di ospitalità e quindi dell'albergo diffuso consiste nel sostenere, ai vari livelli, lo sviluppo dell'ospitalità diffusa incentrata su una offerta ricettiva localizzata nei piccoli centri storici di pregio e nei borghi, ma soprattutto in grado di caratterizzarsi per l'originalità e per la capacità di integrare l'intera offerta di beni, servizi e attrattori storici, ambientali e culturali presenti sul territorio. E' in quest'ottica che si inquadra la Linea di intervento 5.3.2.3 del

Programma Operativo Regionale della Calabria per il periodo 2007/2013, "Azioni per la qualificazione, il potenziamento e l'innovazione dei sistemi di ospitalità delle Destinazioni Turistiche Regionali". Tra le altre cose essa prevede interventi per la realizzazione di nuova ricettività di alta qualità all'interno delle Destinazioni Turistiche Regionali attraverso la valorizzazione del patrimonio storico e architettonico pubblico e privato di eccellenza già esistente. Si fa riferimento prioritariamente al patrimonio costituito dal sistema dei castelli e delle fortificazioni costiere, dai centri storici e dai borghi di eccellenza della regione. Prevede inoltre interventi per la promozione, diffusione e realizzazione di forme innovative di ospitalità, che valorizzino il patrimonio edilizio esistente nelle aree interne, nei borghi rurali e costieri. Si fa riferimento in particolare agli alberghi diffusi nei centri storici, nei borghi rurali e nei borghi marinari, alla realizzazione di una rete di prima ospitalità diffusa sul territorio regionale, che deve costituire un punto unico, fortemente caratterizzato e facilmente riconoscibile, per la fornitura di un insieme di servizi per il turista: accoglienza, ricettività, punto di informazione turistica e culturale, emporio di prodotti calabresi legati al territorio e punto di degustazione.

Quanto precede costituisce l'azione concreta che potrà essere implementata a sostegno di concreti interventi di creazione di alberghi diffusi. Altre possibili Linee di intervento per l'affermazione di queste nuove formule potranno essere implementate attraverso l'operatività dei Sistemi Turistici Locali in accordo con gli operatori del settore e le loro associazioni di rappresentanza. In tal senso sono stati raccolti alcuni suggerimenti per possibili azioni che di seguito vengono elencati:

- iniziative di supporto per la qualificazione e la tipizzazione di queste nuove formule di offerta e per la definizione di normative e classificazioni specifiche omogenee sul territorio nazionale (al momento hanno legiferato solo poche regioni, peraltro in modo difforme, e non esiste la tipologia dell'albergo diffuso nella classificazione nazionale delle strutture turistiche);

- azioni di accompagnamento e di assistenza tecnica a scala territoriale per la costruzione di un prodotto “Borghi” e di un sistema di offerta integrato e a rete;
- interventi di supporto sul versante della definizione e selezione di modalità realizzative degli interventi che vedano la collaborazione e il concorso tra pubblico e privato;
- interventi rivolti alla Pubblica Amministrazione locale per il miglioramento dei processi autorizzativi e decisionali inerenti gli interventi di recupero dei centri storici e gli interventi infrastrutturali di supporto a quelli privati;
- iniziative volte all’integrazione, nell’ambito di tale progettualità e delle politiche formative (per esempio una Scuola Internazionale di Specializzazione in albergo diffuso);
- interventi per la promozione dell’offerta e di raccordo con l’offerta dei tour operator;
- azioni specifiche finalizzate all’attrazione di investimenti e al marketing territoriale anche in raccordo con le iniziative di attrazione di investimenti a livello nazionale.

Le precedenti Linee di intervento, in larga misura previste nell’Asse V del POR, potranno essere meglio precisate nel corso della stesura del Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile, previsto dall’art. 3 della legge di riordino, strumento che l’Assessorato al Turismo intende portare all’approvazione prima dell’estate 2009.

V LA MOBILITÀ

Teresa Gentile

1. Premessa

L'attrattività turistica di una località è data da diversi fattori: costi, qualità dei servizi offerti, fruibilità delle risorse, incidenza della criminalità, conoscenza delle lingue da parte degli operatori turistici ed efficienza dei trasporti pubblici. Questi fattori, considerati singolarmente, diventano indicatori economici - infrastrutturali, il cui raffronto, con riferimento a diverse destinazioni turistiche, è determinante per comprendere la percezione di una meta e la relativa valutazione da parte dei viaggiatori. Secondo l'analisi del Centro Studi Sintesi su dati Ubs, l'Italia vanta numerose attrattive naturali, culturali e artistiche, ma risulta debole per dotazioni di infrastrutture, per conoscenza di lingue straniere da parte degli operatori, per costi dei servizi offerti pubblici e privati[1]; la Grecia e la Spagna sono preferite per l'accessibilità dei costi, la minore tassazione dei servizi e la sicurezza; la Francia e l'Inghilterra, seppure a fronte di costi più elevati, vantano una buona dotazione di servizi e infrastrutture.

Occorre sottolineare che una breve permanenza deve essere fruita al meglio e consentire un facile ritorno. L'Italia, in questo senso, risulta poco competitiva per i costi elevati e l'inaffidabilità dei servizi erogati, la frequenza di scioperi nel trasporto pubblico e la frequente precarietà della rete stradale scoraggiano la scelta verso il nostro Paese.

La situazione peggiora se questi fattori vengono contestualizzati e analizzati con riferimento al territorio regionale. Se non è possibile abbassare i costi e renderli competitivi con gli altri Paesi europei, bisogna allora puntare su un miglioramento dei servizi a iniziare da quelli relativi

---

[1] "L'Italia viene percepita come una meta elitaria, infatti, le camere in hotel hanno prezzi più alti degli altri Paesi" indagine UBS.

alla mobilità.

2. Il ruolo delle infrastrutture

Nel 2008 il settore dei trasporti e, in particolare, quello aereo ha subito diversi cambiamenti: dal prezzo del greggio molto alto - che ha costretto le compagnie aeree ad aumentare i prezzi dei servizi, a tagliare sui diversi capitoli di spesa, a rinviare le acquisizioni di nuove flotte e rotte, con un conseguente crollo dei consumi - alla crisi dei mercati finanziari che ha coinvolto l'economia reale con gravi conseguenze in tutti i comparti[2].

In Italia, a questa situazione di emergenza, si è aggiunto anche il caso della compagnia aerea di bandiera Alitalia-CAI[3].

A livello europeo, tutte le compagnie aeree si trovano a dover affrontare la concorrenza dei trasporti ferroviari che, con lo svilupparsi dei nuovi sistemi di treni ad alta velocità, nel breve e medio periodo saranno coperte molte capitali e grandi città. Per il 2010 è prevista l'apertura della gara d'appalto per il traffico internazionale di passeggeri su rotaia nell'Unione Europea.

Il servizio ferroviario sarà, dunque, il nuovo rivale del trasporto aereo[4], potendo puntare su molti aspetti competitivi quali il costo meno oneroso del biglietto e la comodità di utilizzo del mezzo stesso, soprattutto in Italia, infatti, le stazioni centrali sono situate nel cuore delle città, mentre gli aeroporti sono spesso lontani, difficili da raggiungere e privi di una rete di collegamento veloce e affidabile. L'alta velocità ferroviaria ef-

---

[2] I vettori d'oltreoceano hanno iniziato ad adottare diversi sistemi per risollevarsi, guardando alle strategie delle compagnie low-cost.

[3] Tra le conseguenze ci sono la riduzione delle rotte: saranno settanta, delle quali 47 internazionali, quasi tutte da Fiumicino; la quota del mercato domestico però salirà al 56% grazie alla fusione con AirOne. Altri effetti pratici qualche aumento del prezzo del biglietto, la cessazione del servizio cargo di Alitalia da Malpensa e non per ultimo la difficile situazione del personale.

[4] Trenitalia punta sulla tratta Milano – Roma, l'Air France-Klm progetta insieme al gruppo Veolia Trasporti di lanciare un proprio servizio di treni TGV per collegare direttamente i propri hub (Parigi Charles de Gaulle a Amsterdam) con alcune destinazioni internazionali come Francoforte, Bruxelles e Nizza.

ficiente ha già costretto le compagnie aeree a sopprimere o ridurre drasticamente i propri voli[5] e, nell'opinione degli esperti, il treno superveloce nelle tratte fino a 1000 km - conviene di più per tempi, costi, comodità e per impatto ambientale dell'aereo[6].

L'Italia si trova in una situazione intermedia in relazione a tali cambiamenti: da una parte, tenta di rilanciare la compagnia aerea di bandiera forte sulla tratta Roma-Milano; dall'altra punta su un esperimento nuovo che riguarda l'alta velocità ferroviaria. Nel dicembre 2008 sono state inaugurate le linee che collegano la stazione di Roma Termini e la stazione Centrale di Milano in solo 3 ore e mezza, senza effettuare fermate intermedie e le linee ad Alta Velocità che fanno tappa anche a Firenze e Bologna, impiegando 4 ore. Anche la Calabria rientra in questo circuito attraverso i servizi Eurostar velocizzati che collegano Lamezia Terme ad alcune città italiane e consentono di ridurre i tempi di percorrenza di almeno un'ora. Dalle analisi effettuate su quanto accaduto in altri contesti europei, si può dedurre che sarebbe necessario creare una sinergia tra i due mezzi di trasporto più che potenziare l'antagonismo tra essi.

3. Il trasporto aereo: una lettura critica alla luce delle più recenti evoluzioni di mercato

Si presentano di seguito i "Movimenti" degli aeromobili nelle Regioni italiane, di provenienza nazionale e internazionale.

Nel 2008 quasi tutti gli aeroporti italiani hanno subito un calo in termini di movimenti; in alcuni casi esso è stato anche abbastanza elevato, soprattutto per i voli nazionali: l'Abruzzo registra una variazione percentuale del -27%, l'Umbria del -16,1%, il Veneto del -15,7%, il Trentino Alto Adige del -14,6%, seguono la Liguria e l'Emilia Romagna rispettivamen-

---

5 Il servizio Renfe tra Madrid e Barcellona ha colpito la navetta di Iberia, o l'ICE di Deutsche Bahn tra Berlino e Amburgo che ha spinto Lufthansa a chiudere alcuni voli.

6 "Aerei e treni sfida aperta" di Luca Zanelli del 16 Dicembre 2008. www.Ghnet.it "Riflessioni e conoscenze al servizio dell'economia turistica italiana".

te con il -13,5% e il -12,8%. Puglia e Sardegna, in controtendenza, registrano invece un aumento significativo, rispettivamente del 5,6% e del 4,4%.

Tab.1. Valori assoluti e variazione percentuale degli aeromobili in arrivo o in partenza per regione (Movimenti)

Regioni	Nazionali			Internazionali		
	2008	2007	var%	2008	2007	var%
Abruzzo	3.317	4.545	-27,0	3.194	2.995	6,6
Calabria	19.138	20.636	-7,3	3.375	3.502	-3,6
Campania	36.897	38.800	-4,9	23.141	23.974	-3,5
Emilia Romagna	24.418	28.015	-12,8	49.671	50.249	-1,2
Friuli V. G.	7.608	7.660	-0,7	6.025	4.239	42,1
Lazio	164.840	164.611	0,1	219.589	213.094	3,0
Liguria	10.620	12.271	-13,5	7.684	6.401	20,0
Lombardia	112.295	120.758	-7,0	268.952	309.174	-13,0
Marche	-	4.956		-	4.527	
Piemonte	24.489	24.217	1,1	24.658	27.360	-9,9
Puglia	34.029	32.214	5,6	8.731	7.177	21,7
Sardegna	49.883	47.794	4,4	15.053	15.667	-3,9
Sicilia	88.093	93.057	-5,3	21.199	22.075	-4,0
Toscana	19.208	20.767	-7,5	48.379	45.563	6,2
Trentino A.A.	2.678	3.137	-14,6	447	674	-33,7
Umbria	1.760	2.097	-16,1	866	1.092	-20,7
Veneto	34.611	41.073	-15,7	88.581	91.494	-3,2
Totale	**633.884**	**666.608**	**-4,9**	**789.545**	**829.257**	**-4,8**

Fonte: elaborazioni su dati Assaeroporti

I voli internazionali registrano, variazioni positive rilevanti per il Friuli Venezia Giulia (42,1%), per la Puglia (21,7%) e per la Liguria (20,0%).

Anche i dati relativi al traffico dei passeggeri mostrano un calo sia sulle rotte internazionali (-0,8%) sia su quelle nazionali (-3,8%) seppure con variazioni differenti.

Un'analisi sul settore del trasporto aereo, con una particolare attenzione alla situazione congiunturale locale, viene proposta qui di seguito, attraverso un focus sui tre scali aeroportuali calabresi. La lettura critica, alla luce delle più recenti evoluzioni di mercato è stata effettuata dai Manager delle Società di gestione degli aeroporti calabresi

Tab. 2. Valori assoluti e variazione percentuale degli passeggeri in arrivo o in partenza per regione (Passeggeri)

Regioni	Nazionali			Internazionali			Transito		
	2008	2007	var%	2008	2007	var%	2008	2007	var%
Abruzzo	111.199	111.522	-0,3	284.789	252.363	12,8	315	581	-45,8
Calabria	1.737.893	1.753.607	-0,9	338.120	346.779	-2,5	50.250	45.355	10,8
Campania	3.042.225	3.202.256	-5	2.548.000	2.518.004	1,19	39.159	40.724	-3,8
Emilia R.	1.686.395	1.797.680	-6,2	3.909.874	3.787.679	3,23	113.535	112.961	0,5
Friuli V.G.	440.272	464.421	-5,2	334.225	270.984	23,3	2.957	1.352	118,7
Lazio	14.048.211	13.997.828	0,36	25.508.776	23.832.050	7,04	411.626	466.800	-11,8
Liguria	724.792	768.340	-5,7	445.150	335.772	32,6	21.396	12.099	76,8
Lombardia	9.679.216	11.337.431	-15	25.315.287	28.209.313	-10	227.794	188.262	21,0
Marche	-	191.224	-100	-	293.632	-100	-	6.673	-100,0
Piemonte	1.983.507	1.950.970	1,67	1.491.797	1.586.951	-6	16.440	18.780	-12,5
Puglia	2.682.258	2.620.345	2,36	772.446	648.800	19,1	45.278	29.790	52,0
Sardegna	4.388.861	4.091.108	7,28	1.655.773	1.593.279	3,92	40.514	52.282	-22,5
Sicilia	8.627.082	8.678.488	-0,6	2.341.361	2.356.671	-0,6	56.046	58.570	-4,3
Toscana	1.469.031	1.471.021	-0,1	4.386.417	4.136.089	6,05	17.452	17.724	-1,5
Trentino A.A.	56.368	64.374	-12	8.186	10.548	-22			
Umbria	33.405	18.698	78,7	73.684	74.311	-0,8	19	407	-95,3
Veneto	3.149.869	3.442.259	-8,5	8.765.298	8.594.398	1,99	56.816	63.483	-10,5
Totali	**53.860.584**	**55.961.572**	**-3,8**	**78.179.183**	**78.847.623**	**-0,8**	**1.099.597**	**1.115.843**	**-1,5**

Fonte: elaborazioni su dati Assaeroporti

FOCUS SU: AEROPORTO DI LAMEZIA TERME

Lo scalo di Lamezia Terme. Pasquale Clericò, Direttore Generale Sacal

La Calabria, dal punto di vista geografico, risulta ben lontana dalle aree forti dell'economia, sia nazionali (Lombardia, Emilia, Piemonte, Veneto) sia internazionali (Germania e centro Europa in generale). La sua raggiungibilità dalle aree che generano turismo, di conseguenza, passa attraverso l'uso del trasporto aereo la cui convenienza risulta determinata dal fattore tempo e dal fattore costo. Il primo fattore appare insito nella tipologia del mezzo; il secondo è in stretto rapporto con la distanza: i co-

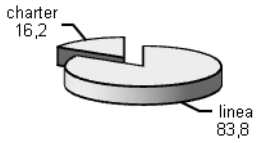
sti, infatti, si abbattono al crescere delle distanze, rendendo il mezzo aereo più conveniente via via che le lontananze diventano maggiori. Se questi due concetti basilari sembrano favorire l'uso del trasporto aereo per i collegamenti *da e per* la Calabria, per analizzare e meglio capire l'andamento del traffico regionale appare necessario soffermarsi su alcune ulteriori considerazioni.

Il trasporto aereo, nel recente passato, ha subito profondi cambiamenti dettati dall'evoluzione dei seguenti aspetti:

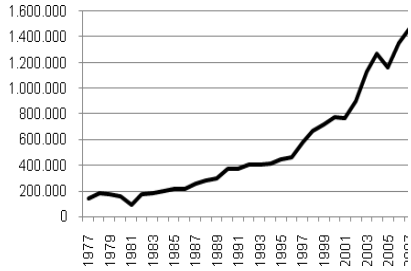
- è venuta a cadere la distinzione tra voli di linea e voli charter; sempre più frequente risulta, infatti, l'acquisto - da parte di operatori turistici o altri - di consistenti pacchetti di posti su aerei di linea che vengono poi ceduti a singoli clienti all'interno di programmi di vacanze personalizzate, con la conseguenza di "charterizzare", di fatto, il volo di linea; viceversa, ancora molto frequente è la vendita di posti singoli su voli e catene charters, che rendono molto simile al volo di linea il volo nato originariamente come charter. Tutto ciò ha inevitabilmente determinato un travaso, nelle due direzioni, del flusso passeggeri da un settore all'altro, abbattendo la distinzione prima esistente tra due tipologie di viaggio;
- ulteriore cambiamento di notevole portata è stato il superamento dell'impostazione di aeroporto hub da parte di molte compagnie e vettori. Il nuovo sistema di collegamento punto/punto, infatti, consente il raggiungimento della destinazione finale senza fastidiosi e, a volte, lunghi transiti negli aeroporti principali, con grossi vantaggi in termini di efficienza, costi e tempi;
- fondamentale e di notevole impatto sul mercato, infine, è stata la nascita delle compagnie low cost che, mediante la scelta di utilizzo di scali periferici, hanno determinato grossi cambiamenti sui principali fattori del trasporto di cui si è detto in precedenza. Infatti, se da un lato esse hanno potuto ottenere economie di scala sui costi dei servizi aeroportuali, dall'altro, hanno comportato una riduzione dei tem-

pi di transito, a tutto vantaggio dei viaggiatori che, in aggiunta al risparmio tempo e soldi, hanno avuto la possibilità di raggiungere la destinazione finale con gli stessi vantaggi del volo punto/punto. Se a tali aspetti si aggiungono i miglioramenti in termini commerciali che spesso la stessa tipologia di voli porta con sé - quali, ad esempio, l'attivazione di convenzioni per la promozione turistica tra i soggetti locali interessati - ci si rende conto che i cambiamenti nel settore apportati dai "nuovi" voli và al di là di ogni aprioristica immaginazione e apre per il futuro scenari ancora non del tutto definiti.

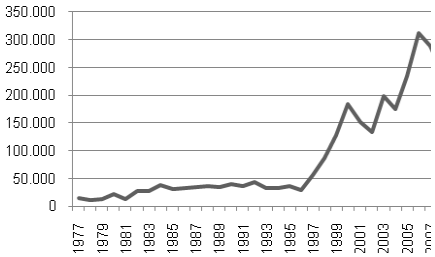
Graf. 1. Distribuzione passeggeri



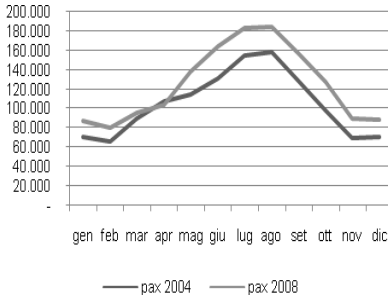
Graf. 2. Andamento traffico passeggeri su voli di linea



Graf. 3. Andamento traffico passeggeri su voli charter



Graf. 4. Traffico passeggeri aviazione commerciale per mese. Anni 2004-2008



Le considerazioni effettuate ci debbono guidare ad una attenta lettura dei dati di traffico della Calabria e dell'Aeroporto di Lamezia Terme, in particolare, così per come di seguito vengono riportati :

- il traffico passeggeri è concentrato per l'84% su voli di linea per l'anno 2008 inoltre si è verificato un travaso di passeggeri dalla linea al charters.
- il buon risultato dei voli punto/punto attivati prevalentemente dai vettori *low cost* per le destinazioni internazionali di Londra e Monaco e per le destinazioni nazionali di Pisa e Bergamo: essi hanno determinato, a parità di voli Alitalia ed AirOne, una sostanziale crescita dei passeggeri nel primo semestre dell'anno, facendo registrare indici di riempimento superiori all'80 % per le destinazioni indicate.

Considerazioni del tutto contingenti e a parte merita invece la lettura della vicenda Alitalia – AirOne- CAI e le sue conseguenze sul traffico con la Calabria e l'aeroporto di Lamezia Terme, in particolare.

Il tentativo e l'impegno messo in atto per mantenere alla Nuova Compagnia una connotazione nazionale và, senza dubbio, apprezzato e plaudito; tuttavia il perseguimento di tale obiettivo ha riflessi che inevitabilmente ne segnano il prezzo e, ben lungi da voler fare un balance in termini di convenienza, vanno commentati, anche e soprattutto per le implicazioni con il traffico da e per la Calabria.

L'Italia in generale e la Calabria in particolare sono servita prevalentemente da due reti operative e commerciali che facevano capo a due distinte compagnie (Alitalia e AirOne) che operavano in mercato aperto e concorrente, sia in termini di offerta voli che in termini di prezzi.

La riunificazione del network sotto una unica Compagnia - Vettore ingenera la legittima preoccupazione che si possa cadere in regime di monopolio sia operativo che tariffario; tale rischio per la Calabria, in cui la somma del numero dei voli per singola destinazione dal singolo aeroporto, (Lamezia, per esempio), non sarà la somma matematica dei due operativi prima esistenti, ma un numero inferiore, dettato dalla ottimizzazione dei riempimenti dei singoli voli, è ancora maggiore.

Tutto ciò con una riduzione dell'offerta al pubblico e, quasi certamente, con aumento delle tariffe. Inevitabile a questo punto la riduzione dei passeggeri sui singoli scali per via della doppia leva: diminuzione of-

ferta posti e aumento tariffario.

Tale effetto sull'aeroporto di Lamezia si è già registrato nella fase transitoria nel periodo novembre - dicembre 2008, con una perdita di oltre 200 voli tra Alitalia ed AirOne e la conseguenza che la percentuale di crescita su base anno si è ridotta al solo +3%. Quest'ultima, pur sempre positiva, ha consentito anche *in extremis*, alla data del 31 dicembre, di superare la soglia di un milione e mezzo di passeggeri nell'anno 2008. Risultato che appare ancora più significativo se rapportato ai nuovi scenari di forte cambiamento e instabilità dettati dal travaso delle due compagnie nella nuova CAI nella diatriba nazionale sulla scelta del nuovo partner straniero e sulla destinazione e utilizzo dello scalo di Malpensa. L'unica soluzione per il futuro è ravvisabile nella ricerca di nuovi soggetti/vettori disponibili in grado di coprire i vuoti operativi lasciati dall'operazione CAI, attraverso l'attivazione di voli per destinazioni nuove o già esistenti, ma con orari diversi e con offerta prezzi concorrenziale.

Tale operazione comporterebbe un duplice vantaggio: da un lato, l'aumento dell'offerta al passeggero-cliente; dall'altro, un'azione calmieratrice sui prezzi.In tale ottica si muove la Sacal, Società di Gestione dello scalo di Lamezia, ponendo, al contempo, grande attenzione alla realizzazione di opere ed infrastrutture aeroportuali in grado di seguire l'evoluzione del mercato e la crescita dello scalo.

Risulta infatti già espletata la gara per il Prolungamento pista di volo e già concluso il Concorso di Progettazione per una nuova Aerostazione Passeggeri, oltre che tutta una serie di opere, seppur minori, ma tutte orientate ad assecondare l'aumento del traffico in una ottica complessiva di sviluppo del Trasporto Aereo *da* e *per* la Calabria attraverso l'uso dell'Aeroporto di Lamezia Terme che, a buona ragione, rappresenta il principale scalo dell'intera regione e con un bacino di utenza che oltrepassa i confini della stessa.

FOCUS SU: AEROPORTO DELLO STRETTO DI REGGIO CALABRIA

Lo scalo di Reggio Calabria. Nicodemo Macrì, Accountable Manager-Post Holder Area Movimento Sogas S.p.A.

L'Aeroporto dello Stretto si colloca come ideale cerniera verso l'Europa ed il nord Italia di tutto il traffico aereo che genera il bacino del Mediterraneo, essendo l'aeroporto più meridionale della penisola.

Nonostante i vincoli operativi che ancora gravano sullo scalo (preventivo ambientamento degli equipaggi) il 2008 ha confermato la crescita di movimenti e passeggeri registrata nell'ultimo biennio, pur subendo un leggero decremento a causa della crisi di Alitalia. Il traffico sviluppato è stato di 536.032 passeggeri di cui 32.188 su voli charter (XXX) Questi ultimi sono stati operati verso Madrid, Cracovia, Katovice e Varsavia. E' un risultato lusinghiero, anche considerando la possibilità che è stata data da Sogas ad operare con aeromobili di grandi capacità, quali il B 757.

Sono stati analizzati i dati forniti dai gestori ad Assaeroporti, per comprendere se il parziale decremento di passeggeri e movimenti registrato sullo scalo è la conseguenza di fattori gestionali e/o di più ridotta mobilità del catchment area del bacino aeroportuale.

Da gennaio ad ottobre 2008, escludendo gli aeroporti minori con traffico inferiore ai 500.000 pax, tutti gli aeroporti hanno sopportato un decremento di traffico che varia dal - 17,7% di Milano MXP al - 0,7% di Torino sul totale di traffico.

Ove però si consideri solo il traffico commerciale domestico, gli scostamenti sono più marcati: Milano MXP - 39,2%, Bologna BLQ - 15%, Firenze - 12,9%, Milano LIN - 7,1%, Venezia - 15,4%. Reggio Calabria registra un decremento del - 13,1% sul traffico commerciale domestico, in parte compensato a - 6,2% sul traffico totale, considerando il traffico internazionale e charteristico, i transiti e l'aviazione generale.

E' indubbio che tale stato di sofferenza è in gran parte dovuto alla

crisi di Alitalia, che di fatto ha condizionato, e condiziona, tutto il sistema trasportistico e aeroportuale italiano; ne è la riprova lo stesso aeroporto di Reggio Calabria sul quale Alitalia, considerando ad esempio il mese di novembre, ha registrato un totale di 24.270 passeggeri trasportati nel 2007, contro un totale di 17.179 passeggeri trasportati nell'analogo periodo 2008, quindi con un decremento di 7.091 passeggeri. E' pur vero, quindi, che su scala nazionale rispetto allo stesso periodo 2007 rimane una gran parte di domanda di volo insoddisfatta dall'offerta dei Vettori.

A riprova del valore commerciale dello scalo reggino, bisogna rimarcare che la nuova CAI - Alitalia ha confermato tutti i voli operati su Reggio Calabria, mentre quasi tutti gli altri scali, periferici e non, hanno subito un drastico ridimensionamento del network Alitalia. Le destinazioni della stagione invernale rimangono Roma-FCO, Milano-LIN, Bergamo, Malta, voli operati da Alitalia, My Air e Air Malta. I voli charter finora schedulati e che saranno attivati nella stagione estiva, avranno destinazione Madrid e Praga.

Sogas sta sviluppando una intensa campagna di relazioni con altri vettori, soprattutto low - cost, per sviluppare il traffico verso quelle destinazioni quali Torino, Bologna e Venezia che nel 2007/2008 avevano registrato ottimi load - factor. Pur consapevole del particolare momento di crisi attraversato dall'economia europea, della quale risentono anche le Compagne aeree, e degli scenari ancora non consolidati dalla nuova CAI - Alitalia, Sogas ritiene di potere conseguire gli obiettivi di sviluppo prefissati attraverso i seguenti strumenti:

- attivazione a regime entro marzo del nuovo pontile aeroportuale, completamente rifatto ed ampliato, per garantire alla cospicua utenza siciliana tempi ristretti di imbarco da Messina, isole Eolie, Taormina e favorire verso tali località flussi turistici;
- utilizzo dei fondi (4 milioni di euro) destinati alla mobilità dei residenti sulle tratte vincolate agli oneri sociali, che scaturiranno dalla conferenza dei servizi da tempo richiesta alla Regione Calabria;

- avvio dei lavori per l'ampliamento dell'aerostazione passeggeri già appaltati;
- completamento entro il 2009 del prolungamento della RWY 15-33 per il miglioramento dell'operatività aeroportuale;
- rimozione e/o mitigazione delle restrizioni operative (preventivo ambientamento degli equipaggi) già in esame da parte dell'Enac (Ente Nazionale per l'Aviazione Civile) sulla scorta degli studi e proposte avanzate da Sogas.

FOCUS SU: AEROPORTO SANT'ANNA DI CROTONE

Lo scalo di Crotone. S. Anna S.p.A.

L'Aeroporto S. Anna di Crotone è un aeroporto aperto al traffico civile internazionale e nazionale che, pur partendo da volumi molto limitati, negli ultimi anni ha registrato una crescita del traffico molto elevata (18% medio annuo), superiore alla media nazionale, allineata agli scali con alta presenza di vettori *low cost*, e trainata dal forte sviluppo del traffico di linea sulle tratte sociali, a dimostrazione del fatto che lo sviluppo di offerte commerciali coerenti con le potenzialità del bacino di riferimento è in grado di stimolare significativamente la crescita del traffico. Più in dettaglio, la menzionata crescita è stata spinta dal traffico di linea (+22% medio annuo) che ha un'incidenza pari all'85% sul traffico complessivo.

Tuttavia, con riferimento allo scenario regionale, l'Aeroporto di Crotone assorbe una quota limitata di traffico, pari a circa il 5%. Il traffico, inoltre, presenta un'elevata stagionalità, con voli charter concentrati nella stagione estiva. L'andamento dei mesi di luglio e agosto per l'anno 2008 risulta in forte crescita rispetto all'anno precedente. In termini di capacità infrastrutturale lo scalo è pronto per sostenere un incremento del traffico fino a 250.000 passeggeri con l'attuale aerostazione (ed ampi margini air side) e significativo ampliamento di capacità a partire dal

2012/13 con interventi di adeguamento land-side.

Pertanto, per favorire e sostenere lo sviluppo del traffico passeggeri, appare fondamentale sostenere il sistema delle tratte sociali per il mantenimento del traffico storico di linea e promuovere una più ampia politica d'incentivazione con supporto e coinvolgimento istituzionale per lo sviluppo di collegamenti su altre tratte a maggior potenziale (eventualmente low cost).

Aeroporto S. Anna S.p.A., società dell'Aeroporto di Crotone, svolge, fin dalla sua costituzione attività quali la fornitura di servizi di handlin e la gestione in regime parziale e precario dell'Aeroporto. Nelle linee guida per lo sviluppo dell'attività aeroportuale vengono indicati i seguenti punti:

- crescita del traffico: supportare adeguatamente lo sviluppo del traffico sullo scalo, facendo leva sulle tratte sociali per lo sviluppo del traffico storico di linea, su ulteriori collegamenti adeguatamente incentivati e sullo sviluppo di offerte "a pacchetto" che valorizzino le potenzialità del territorio
- sviluppo infrastrutturale: realizzare gli interventi di sviluppo della capacità infrastrutturale necessari per il completamento e l'adeguamento della capacità land-side alle previsioni di crescita del traffico, nel rispetto dei requisiti di safety e security
- sviluppo attività commerciali: ottimizzare la resa delle attività commerciali, incrementando le superfici destinate ad esercizi commerciali, allineando la contribuzione allo sviluppo del traffico e valorizzando opportunamente i parcheggi, in linea con trend di mercato.
- ottimizzazioni operative: perseguire l'ottimizzazione dell'assetto operativo per i servizi di handling, facendo leva sul forte aumento dei volumi per incrementare la produttività del personale diretto, e una gestione privatistica della struttura dei costi, con orientamento all'efficienza e controllo

L'Aeroporto di Crotone evidenzia un potenziale di crescita dall'attuale posizionamento ancora marginale nel panorama regionale, anche a

fronte della capacità recentemente resa disponibile. L'incentivazione di nuovi collegamenti costituisce l'unica azione capace di garantire una forte accelerazione del traffico, alla luce di recenti esperienze registrate sullo scalo e dei trend ampiamente diffusi in altri aeroporti minori. Lo sviluppo del traffico consente di ottimizzare l'assetto operativo e di introdurre meccanismi di gestione rigorosa ed efficiente della struttura dei costi. Tuttavia, gli oneri d’incentivazione limitano la crescita della redditività operativa, con conseguente riduzione della capacità di autofinanziamento.

VI LA NAVIGAZIONE DA DIPORTO

Gianfranco Ielo Dirigente del Settore Industria Alberghiera, Termalismo, Portualità Turistica

Lo sviluppo in Italia della navigazione diportistica è stato a lungo condizionato da diversi fattori di natura giuridica, economica e sociale.

Il primo condizionamento è, ovviamente, direttamente imputabile alla capacità del Paese di produrre ricchezza, e, quindi, alla disponibilità di risorse da parte di una quota non minimale della popolazione, che deve essere disposta a investire in beni c.d. di lusso, capitali che devono essere sottratti a un impiego remunerativo e che, anzi, quando investiti nell'acquisto del mezzo nautico, producono spese, a vario titolo imputabili, per il solo scopo di trarre l'appagamento del desiderio di dotarsi di uno strumento capace di soddisfare aspettative, che rientrano nella sfera culturale o sportiva dell'acquirente o anche esigenze di rappresentanza che interpretano e integrano il suo status simbol. Non per nulla la storia della nautica da diporto italiana comincia a nascere come fenomeno sensibile, sia sociale che economico, in coincidenza con il boom economico degli anni sessanta.

Il secondo condizionamento può essere riferito a un fattore culturale che ha visto il nostro Paese, se confrontato con i Paesi limitrofi dell'Europa Occidentale, di antica tradizione marinara, perseguire lo sviluppo delle attività legate al diporto nautico con un ritardo notevole, riscontrabile sia nella produzione normativa di settore, sia nelle attività promozionali, pubbliche e private, che dovevano sostenere tali attività. Queste ultime, infatti, quando presenti, anche se prestigiose e di antica data, consistevano in strutture private con natura di clubs molto elitari e riservati pertanto a un circuito di persone estremamente limitato.

Il terzo condizionamento è derivato da fattori tecnici direttamente conseguenti, tuttavia, da quelli sopra detti.

La carenza di approdi specializzati a ricevere esclusivamente la nautica da diporto e la derivante necessità di prevedere una presenza mista negli approdi disponibili sia del traffico commerciale sia di quello peschereccio e diportistico, hanno creato spesso situazioni di conflittualità tra i diversi interessi ed esigenze, risolte dalle Autorità marittime con ricorso a soluzioni di compromesso e conseguente spartizione degli scarsi spazi portuali, mantenendo il diporto in situazioni di convivenza forzosa con altre realtà.

L'esigenza di creare una catena di approdi destinati al diporto, che cinga a intervalli più o meno regolari l'intero arco delle coste nazionali, consentendo la possibilità al diportista di praticare la navigazione in sicurezza e con la certezza di poter "atterrare", quando necessario, in un approdo dotato di servizi adeguati, è oggi intravista quale possibile fonte di investimenti produttivi, sia in termini di resa economica che di accrescimento dell'occupazione locale in attività specializzate, anche molto redditizie.

Affinché in Calabria le attività legate al diporto possano espandersi e crescere ordinatamente, occorre, oltre a prevedere l'impianto di adeguate e coordinate strutture ricettive, l'adeguamento e l'ammodernamento della normativa finalizzata alla disciplina dell'uso degli approdi.

1. L'Accordo Quadro di Programma nelle linee programmatiche della Regione

La Regione Calabria ha assunto, alla base del proprio programma di sviluppo, la risoluzione di alcuni aspetti problematici di tipo strutturale, che hanno costituito nel passato e ancora oggi rappresentano un forte limite al processo di crescita del reddito, dell'occupazione e, più in generale, del sistema sociale ed economico calabrese. La storia dei processi di sviluppo economico e le teorie economiche al riguardo insegnano che le infrastrutture costituiscono uno dei principali fattori localizzativi per le imprese e uno dei più importanti strumenti di creazione di economie esterne, indispensabile veicolo di riduzione dei costi e di incremento della competitivi-

tà, anche in imprese di piccole dimensioni. La realizzazione di un complesso e articolato sistema infrastrutturale, potenziando l'esistente e attivando nuovi investimenti, rafforza e consolida la rete intermodale di trasporto, con l'intento da un lato di attrarre nuove imprese a costituirsi nel territorio regionale, dall'altro di rendere più stabili e sostenibili le esistenti. Dal lato turistico la migliore accessibilità delle aree costiere e interne, ma soprattutto lo sviluppo di una fitta rete di piccoli porti turistici a prevalente carattere privato, consente di rendere operativo il sistema di economie esterne solo parzialmente operante allo stato attuale, contribuendo a favorire un innalzamento del tasso di utilizzazione degli impianti turistici, oggi purtroppo limitato in media a un mese all'anno. E' da notare come i benefici attesi non siano tanto nella fase di cantiere, per quanto rilevante, dato il volume finanziario attivato, quanto negli effetti moltiplicativi sul reddito e l'occupazione, indotti nei diversi settori.

2. L'APQ nel contesto territoriale della Regione

Alcune zone della Calabria con ambienti incontaminati presentano un'accessibilità talmente bassa da ostacolare lo sviluppo turistico. Costruire, pertanto, una serie di porti turistici lungo le coste calabresi, con a monte una rete stradale e ferroviaria adeguatamente dimensionata, supportata da efficaci sistemi di trasporto pubblici e alberghieri, permette una capillare diffusione del "turismo nautico". Si genera un rapporto di causa ed effetto che evidenzia come un'adeguata infrastrutturazione aumenti in modo esponenziale lo sviluppo del territorio. L'Accordo di Programma Quadro per il Sistema delle Infrastrutture di Trasporto della Calabria ha previsto la realizzazione di una rete di porti e approdi turistici e l'approntamento di circa settemila posti barca (tra vecchi e nuovi), distribuiti lungo i 750 km di costa e la partecipazione all'impresa del capitale privato per circa il 70% del totale investito. In particolare, il POR Calabria 2000-2006 ha previsto, a partire dal mese di dicembre 2005 , all'interno dell'asse IV "Sviluppo locale" e della misura 4.4 "Reti e sistemi locali di offerta turistica", una specifica azione 4.4. i), denominata "Interventi portuali per la nautica da dipor-

to", finalizzata alla realizzazione, adeguamento e completamento dei porti turistici e degli approdi. Prima di dicembre 2005, gli interventi sui porti afferivano a un altro asse e a un' altra misura, rispettivamente l'asse VI "Reti e nodi di servizio" e la misura 6.1 "Reti e sistemi di collegamento esterni".

Il Comitato di sorveglianza del POR nel 2004, in fase di med-term review (verifica di metà periodo), ha deciso – analogamente a quanto avveniva per altri POR italiani – di trasferire le risorse per la realizzazione dei porti turistici alla misura 4.4 (azione 4.4 i) al fine di assicurare una migliore coerenza delle operazioni con gli obiettivi turistici propri dell'asse IV. Il valore finanziario dell'azione 4.4 i) è pari a 29.750.000 euro. Il complemento di programma del POR Calabria 2000-2006 stabilisce espressamente che la scelta degli interventi debba tener conto dei risultati degli studi di fattibilità, effettuati a seguito della delibera CIPE 106/99, che hanno consentito una ricognizione del sistema portuale regionale e la rilevazione dello stato di fatto delle infrastrutture esistenti. Inoltre, l'azione 4.4 i) è stata programmata in stretto raccordo con quanto previsto dall'APQ (Accordo di Programma Quadro) "Sistema per le infrastrutture di trasporto" al fine di garantire un coordinamento degli interventi relativi al sistema portuale regionale. In linea con quanto previsto dal POR, la Regione (Dipartimento al Turismo) ha promosso una manifestazione di interesse, invitando i Comuni, interessati dagli studi di fattibilità finanziati dal CIPE, a presentare progetti aventi i requisiti previsti dalla programmazione comunitaria (cantierabilità e previsione di chiusura dei lavori al 31 dicembre 2008, oltre naturalmente all'accertato conseguimento delle concessioni previste dalla normativa vigente).

I Comuni di Cetraro, Cariati, Corigliano Calabro, Cirò Marina, Bagnara Calabra e Roccella Ionica sono risultati in possesso dei requisiti richiesti: a seguito dell'istruttoria tecnico-amministrativa compiuta dal Dipartimento Lavori Pubblici, i progetti relativi alla costruzione e/o al completamento dei relativi porti turistici sono stati impegnati sull'azione 4.4 i), secondo la seguente articolazione:

Porti compresi nella misura (4.4 azione i) e costo delle operazioni:

- Cetraro euro 3.682.000;
- Cariati euro 3.710.000,
- Corigliano Calabro euro 10.200.000;
- Cirò Marina euro 2.000.000;
- Bagnara Calabra euro 2.910.451;
- Roccella Jonica euro 4.800.000.

Complessivamente risultano impegnati o impegnabili risorse per un ammontare pari a 27.302.451 euro.

3. Interventi finanziati con i Fondi Por 2000-2006 sui porti turistici calabresi

Completamento lavori del porto di Cetraro

Il Porto di Cetraro è situato a circa 5 km a Nord del centro abitato di Cetraro. Si inserisce in un contesto scarsamente urbanizzato, con limitata presenza di attrezzature e servizi.

Il Porto è protetto da un molo di sopraflutto costituito da tre bracci per un'estensione complessiva di circa 620 m. Dispone di un ampio spazio per il diporto, necessitante di un importante completamento infrastrutturale e impiantistico, con la necessità di fornire e porre in opera i pontili galleggianti necessari per offrire l'ormeggio sicuro nella darsena.

Completamento lavori del porto di Cariati

Il porto di IV classe di Cariati, attualmente costituito da un bacino protetto di circa 5.20, ha e risulta confinato da due moli foranei (sopraflutto e sottoflutto) radicati alla costa, di sviluppo complessivamente pari a 630 m e 220 m. All'interno del bacino portuale, per come si desume dalla relazione generale del progetto, "è presente allo stato attuale una notevole commistione di attività, prevalentemente indirizzate verso la pesca e la cantieristica navale, mentre poco o per nulla sviluppato è il settore della nautica da diporto; ciò è dovuto soprattutto al fatto che la struttura portua-

le è totalmente sprovvista di attrezzature per il diporto, non essendo dotata di pontili di attracco, né di un'idonea rete di impianti tecnologici a servizio degli ormeggi. La realizzazione delle opere oggetto della progettazione nasce, pertanto, dall'esigenza di garantire una più razionale distribuzione delle attività interne al bacino portuale e, soprattutto, di assicurare un adeguato numero di ormeggi per la nautica da diporto, dotati dei più elevati standard di servizi tecnologici".

Gli interventi previsti consistono nell'attrezzaggio dell'infrastruttura esistente ai fini diportistici per un totale di circa n. 350 posti barca, con la predisposizione di appositi pontili di ormeggio di tipo galleggiante e la sistemazione delle aree esterne e centrali impiantistiche.

Progetto per gli interventi portuali per la nautica da diporto – Porto di Corigliano Calabro

Il Porto di Corigliano, situato nel comune di Corigliano Calabro, nella frazione Schiavonea, è una struttura imponente, dedita soprattutto all'attività peschereccia e commerciale con ampi sbocchi verso una sua evoluzione anche come porto turistico. Il progetto esecutivo è finalizzato allo sviluppo della nautica da diporto. Verranno realizzate opere di adeguamento strutturale nell'area di attracco delle imbarcazioni da diporto e del piccolo cantiere navale e nell'area del bacino di alaggio e varo e verranno realizzati complessivamente n° 66 posti barca.

Lavori di rafforzamento diga frangiflutti del Porto di Cirò Marina.

Il porto turistico e peschereccio di Cirò Marina è costituito da una diga di sopraflutto, della lunghezza di circa 700 m, e da due darsene per l'attracco e la movimentazione delle imbarcazioni pescherecce e da diporto.

Realizzazione di una darsena turistica e di attrezzature portuali a supporto del turismo – Porto di Bagnara Calabra

Nel progetto esecutivo sono previsti diversi interventi: realizzazione,

per la raccolta dei rifiuti, di un sistema di cassonetti interrati a sollevamento idraulico (isole ecologiche) e la posa di semplici cestini; acquisto e posa in opera di pontili galleggianti al fine di allestire e suddividere l'area (banchina est e molo sottoflutto) da destinare all'ormeggio delle piccole imbarcazioni e delle imbarcazioni da diporto; è previsto inoltre un punto di approdo per gli utenti disabili.

Interventi portuali per la nautica da diporto – Porto di Roccella Jonica

Il Progetto, finalizzato allo sviluppo della nautica da diporto del Porto di Roccella Jonica, è suddiviso in diversi lotti funzionali, "in relazione all'omogeneità e finalità delle lavorazioni".

4. Il sistema portuale turistico

La Regione Calabria ha avviato molti anni fa e sta ancora perseguendo un'attenta e scrupolosa attività, tesa a far nascere e riqualificare i porti turistici, ovvero tutti quei sistemi organizzati per poter accedere direttamente da terra alle imbarcazioni ormeggiate e in grado di fornire i servizi richiesti dal diportismo nautico. I Porti turistici calabresi stanno nascendo nel modo ricordato, ma per ottenere il loro funzionamento occorre che attorno a essi - singolarmente e globalmente al tempo stesso - si avvii quanto necessario per far fronte alle precise esigenze che il mercato del diportismo nautico nel Mediterraneo pone.

Occorre tener presente, tuttavia, che a queste esigenze si è risposto altrove quasi sempre attraverso l'imprenditoria privata o tramite iniziative pubbliche di sviluppo comprensoriale, fondate - nei casi di successo - su solidi presupposti economicistici. I porti turistici presuppongono sempre uno sviluppo elevato dell'industria turistica complessiva, con un'offerta a terra (e nel retroterra) storico - culturale, paesaggistico - ambientale, gastronomica e di servizi ricettivi molto variegata. Tornando alla situazione odierna e alle opere realizzate o in via di ultimazione, occorre aver coscienza che la Calabria non può permettersi di trascurare oltre questa "costruita" opportunità: perciò va pensata e subito dopo applicata una

specifica Politica calabrese della portualità turistica che divenga filosofia, strumento di marketing, tecnica delle attività, delle esigenze e delle risorse legate alla nautica da diporto. Essa va definita rapidamente per divenire subito dopo azione operativa interna ed esterna alla regione, al fine di ottenere nel più breve tempo possibile concreti e progressivi risultati. La tempestività nel costruire tale strategia è tanto più impellente ove si tenga conto delle difficoltà di applicarla: in Calabria, ben oltre gli aspetti gestionali, va considerata la necessità di disporre delle competenze, introducendo professionalità attraverso la formazione. Vanno inoltre calcolati i tempi tecnici dell'azione complessiva per presentarsi negli ambiti nazionali e internazionali, suscitare adeguato interesse e coltivarlo. Per metterla a punto e poi attuare questa Politica non basteranno i circa 30 milioni di euro utilizzati con il Por Calabria 2000-2006 per il comparto.

Occorrono tempi tecnici non comprimibili più di tanto per consentire alle persone, alle municipalità, alle altre strutture pubbliche regionali di apprendere le specifiche problematiche, prefigurare scenari credibili di iniziative turistiche collaterali e complementari e agire incisivamente e con professionalità negli ambiti territoriali dei singoli porti. Bisogna arrivare a trasmettere a tutti coloro che con questa realtà turistica di discreto potenziale economico dovranno avere a che fare - amministratori regionali, provinciali e comunali; funzionari dello Stato e degli Enti locali; Capitanerie marittime e forze militari; operatori turistici nazionali e regionali; imprenditori del settore; circoli nautici; Lega Navale; opinione pubblica; etc. - il maggior numero possibile di indicazioni operative meditate, programmabili e poi da applicare scrupolosamente.

Su questi argomenti, ed è comprensibile, non c'è oggi in Calabria diffusa competenza, non ci sono esperienze locali cui rifarsi, mentre i modelli esterni, ancorché conosciuti e studiati, non possono essere riprodotti in modo automatico.

Proprio per questo, per la politica e per il marketing che ne discende, occorre avere ben presente che un porto turistico non è, o lo è solo in piccola parte, un luogo di passaggio: esso è soprattutto un posteggio di bar-

che (nell'accezione economica di "imbarcazione del valore medio di 140/150.000 euro") che dondolano nel bacino per circa 11 mesi l'anno.

Infatti il fattore che genera la maggiore quota di reddito dei porti turistici privati, o nel caso di quelli pubblici calabresi con almeno gestioni in pareggio, è rappresentato dalla presenza di un "parco barche" stanziale costituito dalla somma di unità di dimensione media e grande.

Le barche che sperabilmente riempiranno via via i nostri porti apparterranno perciò in larghissima misura – e questo sarà uno degli obiettivi della politica del settore - a persone che vivono ben lontano dalla nostra regione, nel Nord Italia e in paesi del Nord e Centro Europa, la cui tendenza (per comodità, necessità, vantaggio, etc.) è di tenere le proprie imbarcazioni nel Mediterraneo.

Per non parlare del fatto che finora non si è nemmeno cominciato a ragionare sulle necessarie iniziative politico - amministrative che dovranno essere poste in atto dai Comuni interessati su aree di stretta prossimità portuale, tese a facilitare insediamenti residenziali, impianti sportivi, attività commerciali, con accurata attenzione all'ambiente e al paesaggio, alla progettazione e all'arredo urbani, etc. Ogni contesto va analizzato attentamente soprattutto nei vincoli socioculturali ed economici, che oggettivamente pone (studiando i modi per rispettarli o superarli).

Tuttavia, un'attrazione bisogna pur esercitarla per cui, nell'ambito delle strategie di marketing da applicare, il porto turistico deve divenire comunque un luogo di accoglienza più ampio del suo specchio acqueo e in questo senso il territorio antropico e fisico va attrezzato in tutti i sensi per ricevere, fornire e assistere: questa cultura dovrà essere diffusa e potrebbe rivelarsi vincente perché va a innestarsi sul tradizionale senso di ospitalità dei calabresi. La strategicità del turismo ai fini di un pur limitato sviluppo socioeconomico, la necessità di conoscere in modo approfondito i caratteri specifici del turismo nautico, la volontà di inviare un segnale ai proprietari di barche italiani ed europei circa la presenza della Calabria in questo settore impone alla Regione e in particolare all'Assessorato al Turismo l'applicazione e le iniziative più adeguate. A complicare i presuppo-

sti dell'economicità delle gestioni e la funzionalità - agibilità di quasi tutti i marina calabresi, vi sono anche i concretissimi rischi di insabbiamento delle imboccature foranee e la contestuale erosione delle spiagge "sottoflutto". La natura costiera della Calabria, in particolar modo quella jonica, caratterizzata da ampie spiagge per la maggior parte dei suoi 780 chilometri di sviluppo, avrebbe dovuto suggerire la realizzazione di strutture portuali "interne" ovvero di "porti di terra" che, diversamente dalle dighe frangiflutti dei "porti esterni", poco o nulla avrebbero inciso sul campo d'onda e sui processi idrodinamici costieri innescando processi erosivi. Il non aver utilizzato quella tipologia fa sì che oggi ci si debba preoccupare di una costante "manutenzione" dei canali di ingresso, riducibile a costi sopportabili se organizzata in termini di "servizio pluriportuale coordinato", lasciando ad altri enti il compito dei costosi e periodici, perché purtroppo mai risolutivi, "ripascimenti" delle spiagge erose. L'obiettivo dunque di immettere la Calabria nel novero delle regioni italiane attrezzate per il diportismo nautico, come è evidente, non è facile da raggiungere. Certo non lo sarà se ogni porto dovrà continuare a cercare di risolvere in proprio problemi complessi che travalicano le sue capacità e richiedono visioni prospettiche che una singola realtà, quasi sempre coincidente con un Municipio, non può avere.

5. Considerazioni

Al fine di potenziare il turismo calabrese nel settore nautico-diportistico, è necessario rilanciare il fattore-mare quale elemento importantissimo di una più articolata dinamica di valorizzazione delle risorse naturali: "Il piano strategico portualità turistica dovrà rappresentare un modello strutturale più aderente all'evoluzione contemporanea della nautica da diporto rispetto a quello considerato nel precedente piano, pur considerando che concettualmente costituiscono un unico percorso". L'intera struttura del piano dovrà dare importanza prioritaria all'aspetto eco-ambientale e alla sostenibilità dello sviluppo, che rappresenta un valore aggiunto al prodotto turistico calabrese. Attraverso tale strumento "dina-

mico e aperto" si procederà alla realizzazione di infrastrutture che aumentino l'appeal dei siti, valorizzando gli aspetti ambientali e la qualità complessiva: *"La portualità di qualità cui dovrà mirare la Regione Calabria servirà a coinvolgere il territorio calabrese, le realtà locali dell'imprenditoria, affinché si creino le premesse per l'evoluzione del diportismo nautico, individuando nel patrimonio delle infrastrutture portuali esistenti quelle che maggiormente si prestano a essere coinvolte nell'azione di potenziamento e promozione della risorsa-mare, tassello imprescindibile per un effettivo progresso in termini culturali ed economici del turismo regionale"*. Diporto nautico, quindi, visto non solo nell'ottica del turismo balneare, ma in un'ottica di integrazione con gli altri segmenti dell'offerta turistica calabrese, coinvolgendo negli investimenti e nell'attività gestionale, tanto le istituzioni pubbliche quanto gli operatori privati: *"Il mare è uno dei cancelli d'ingresso al nostro patrimonio culturale ragion per cui rilanciarlo come sistema integrato di turismo sostenibile, è operazione opportuna, vincente e lungimirante".*

VII IL TURISMO E LO SVILUPPO SOSTENIBILE[1]

Laura Gentile

1. Introduzione

Nell'Unione Europea il turismo è tra le attività economiche a maggiore potenziale per crescita e posti di lavoro: esso contribuisce per il 4% alla creazione del PIL[2], ma il valore dell'indotto generato ha incidenza superiore al 10% e fornisce circa il 12% dei posti di lavoro. Il settore è quindi strategico anche per le possibilità occupazionali connesse[3]. Nei prossimi anni l'importanza del turismo nell'economia dell'UE continuerà ad aumentare: secondo le previsioni la crescita annua della domanda sarà leggermente superiore al 3%[4]. Questi dati trovano conferma nelle prospettive dei principali osservatori economici internazionali, secondo i quali il turismo diventerà nel prossimo decennio la maggiore attività economica mondiale, tanto dal punto di vista della capacità di generare reddito e profitti, quanto dal punto di vista occupazionale.

Gli scenari delineati lasciano intravedere le opportunità di sviluppo per l'economia calabrese connesse al turismo; condizioni che diventano ancora più favorevoli in considerazione del fatto che il budget previsto a sostegno delle politiche comunitarie del turismo, per il periodo di programmazione 2007-2013, è di 6,4 miliardi di euro, con l'Italia che si colloca al secondo posto in Europa per la quota di investimenti a favore del settore (895 milioni di euro).

---

[1] Questo Capitolo è stato redatto con la preziosa collaborazione di Francesca Citrigno.

[2] Il dato è riferito agli operatori tradizionali nel settore viaggi e turismo (alberghi, ristoranti, caffè, agenzie di viaggio, autonoleggi, linee aeree, ecc.) che forniscono beni e servizi direttamente ai visitatori. Commissione Europea, *Agenda per un Turismo Europeo sostenibile e competitivo*, COM(2007)621 def. 19.10.2007.

[3] Negli ultimi anni la crescita dell'occupazione nel turismo è stata notevolmente più elevata che nel resto dell'economia. In particolare, il riferimento è ai giovani che rappresentano nel settore il doppio della forza lavoro rispetto agli altri settori economici. Ivi, p.2.

[4] World Travel and Tourism Council (WTTC) - TSA Regional Reports - European Union 2007.

Se le previsioni riportate sono corrette, la crescita del complesso sistema del turismo rappresenta uno dei principali problemi, tanto dal punto di vista ambientale, quanto da quello sociale. Le previsioni dell´Unwto[5] stimano addirittura un aumento a livello internazionale quasi triplicato nei prossimi 20 anni, con un impatto su ambiente, patrimonio culturale e comunità locali che potrebbe diventare insostenibile. Nel medio - lungo periodo si imporrà la necessità di dotarsi di una strategia di sviluppo sostenibile che ne garantisca i benefici durevoli, non solo sotto il profilo economico, ma anche sociale e ambientale, valorizzando alcuni aspetti e inibendone altri.

Il tema è stato affrontato dalla Regione Calabria con un workshop su "Turismo sostenibile e Regioni: sfide e opportunità"[6], con un programma suddiviso in due sessioni: politiche comunitarie e ruolo delle regioni. Il turismo non è tra le Linee Guida per la Coesione e pertanto non è presentato come una priorità per gli investimenti del periodo di programmazione 2007-2013; tuttavia le Regioni possono pianificare investimenti nel settore se questi sono giustificati ex ante e si concentrano in particolare sulla promozione della sostenibilità.

Si cercherà di delineare, di seguito, un quadro sui temi della sostenibilità e sulla loro applicazione al turismo, di ripercorrere le tappe principali dell'evoluzione della materia, di riportare dei casi di buone prassi con l'auspicio che possano indurre a una riflessione. La complessità dei concetti presi in considerazione - sia dal punto di vista meramente definitorio, sia da quello delle loro implicazioni - avrebbe necessitato di una ben più ampia trattazione. Tuttavia, si è ritenuto sufficiente, agli scopi del presente lavoro, proporre un'analisi dei più importanti aspetti connessi alle tematiche oggetto di studio, con un taglio deliberatamente sintetico

---

[5] United Nations World Tourism Organization. Cfr. M.Tosi, *Turismo e ambiente; le proposte del summit di Lima*, in Ghnet del 05.12.2008, http://www.ghnet.it.

[6] Organizzato dalla delegazione della Regione Calabria a Bruxelles il 24 giugno 2008. Cfr. http://www.federturismo.it

e parziale, per consentire una riflessione sull'importanza o, meglio, sull'improcrastinabilità di definire politiche di sviluppo coerenti con i temi trattati. Accade spesso, peraltro, che sulle argomentazioni presentate, manchi una piena consapevolezza e, complice il senso comune, si confonda il turismo sostenibile con una forma di turismo che si applica a una nicchia di mercato particolarmente attenta agli aspetti sociali, che utilizza particolari tipi di prodotti e operatori e che si propone a piccoli gruppi. «Non esistono due turismi opposti, un turismo verde, culturale e sostenibile e dall'altra un turismo di massa "cattivo". E' sostenibile (…) solo quel turismo che tiene conto del fatto che le risorse su cui poggia non sono illimitate. Troppo spesso invece ci si accontenta di chiamare sostenibile un turismo dalle mete giuste (parchi o musei) che però si fonda sugli stessi presupposti insostenibili del turismo di massa»[7]. Per sgombrare il campo da equivoci, appare dunque necessaria una premessa: sostenibile *non è* una particolare categoria di turismo, ma è - e deve essere - la *condizione* del turismo, così come di tutte le altre politiche di sviluppo.

2. Il concetto di sostenibilità e le sue declinazioni

Il concetto di *sostenibilità* è un concetto complesso, che trova la sua genesi nelle scienze naturali e nella letteratura scientifica e si basa, in sostanza, su una visione del mondo con risorse limitate[8]. Viene associato all'idea di *sviluppo*, messo a punto nell'ambito delle discipline economiche e sociali, nel momento in cui si prende atto del fatto che la concezione tradizionale, che lo utilizzava come sinonimo di crescita economica, avrebbe comportato il crollo dei sistemi naturali e creato sperequa-

---

[7] Così l'Associazione Italia Nostra in un dossier dedicato al turismo sostenibile, citato in D. Canestrini, *Il turismo sostenibile: due o tre cose che so di lui*, Newsletter tsm-Trento School of Management, luglio 2006.

[8] «Si definisce infatti sostenibile la gestione di una risorsa se, nota la sua capacità di riproduzione, non si eccede nel suo sfruttamento oltre una determinata soglia …(…). In generale, il tema della sostenibilità è riferito alle risorse naturali rinnovabili». Cfr. A. Lanza, *Lo sviluppo sostenibile*, Il Mulino, Bologna, 2006, 4a ed., p. 11 e ss.

zioni nella distribuzione delle risorse[9]. Sulla base dell'acquisita consapevolezza che la crescita economica, di per sé, non sarebbe stata sufficiente, e che lo sviluppo diviene reale ed effettivo solo se in grado di migliorare la qualità della vita, in modo duraturo, il concetto di sostenibilità assume un'accezione ben più ampia rispetto a quella originaria, implicando anche considerazioni di ordine ambientale, sociale e politico.

L'espressione *"sviluppo sostenibile"* viene formalizzata sul finire degli anni Ottanta, intendendo per tale quello in grado di «soddisfare i bisogni dell'attuale generazione senza compromettere la capacità delle generazioni future di rispondere ai propri»[10]. E' una formulazione, questa, che sottende il concetto di equità sociale[11] - «…. lo sviluppo sostenibile impone di soddisfare i bisogni fondamentali di tutti e di estendere a tutti la possibilità di attuare le proprie aspirazioni a una vita migliore»[12] -, espresso anche nei termini di "qualità della vita politica", cioè nella necessità della partecipazione reale dei cittadini (anche non organizzati) alla formazione delle decisioni da cui dipende la loro stessa esistenza. Si tratta, in primo luogo, della partecipazione pubblica non solo alla progettazione delle politiche, dei programmi e dei progetti a contenuto ambientale, ma anche alla loro implementazione e controllo[13].

---

[9] Per una ricostruzione storica dell'evoluzione del concetto di "sviluppo", a partire dal secondo dopoguerra, e dei contributi dei diversi ambiti disciplinari alla qualificazione dello sviluppo come "sostenibile" si rinvia a M.C. ZERBI, *Il punto sul turismo sostenibile*, in C. VISENTIN (a cura di), *Il turismo contemporaneo. Cultura e mondo dell'impresa*, Lugano, Giampiero Casagrande editore 2002, p.227 e ss.

[10] La definizione è quella, oramai tradizionale, del c.d. Rapporto Brundtland, elaborato nel 1987 dalla World Commission on Environment and Development dell'ONU, Cfr.: Commissione Mondiale per l'ambiente e lo sviluppo (G.H. Brundtland et al.), Il *futuro di noi tutti. Rapporto della Commissione mondiale per l'ambiente e lo sviluppo*, Bompiani, Milano ,1988.

[11] Di tipo sia intergenerazionale (le generazioni future hanno gli stessi diritti di quelle attuali), che infragenerazionale (all'interno della stessa generazione, persone appartenenti a diverse realtà politiche, economiche, sociali e geografiche hanno gli stessi diritti).

[12] Più precisamente si riferisce alla insostenibilità della povertà, Cfr.: Commissione Mondiale per l'ambiente e lo sviluppo (G.H.Brundtland et al.), op.cit., p.32.

[13] Ivi, principio n. 10. Cfr. F.Beato, *I tre pilastri della sostenibilità: economia, ambiente e società*, atti del Convegno "Noi e l'ambiente"- Roma, Museo Civico di zoologia, disponibile anche all'indirizzo http://www2.comune.roma.it/.

Appare chiaro, dunque, che le implicazioni dello sviluppo sono molteplici e che la stessa sostenibilità è declinabile in diversi modi:

- *sostenibilità ambientale*, intesa come capacità di tutelare e garantire nel tempo le funzioni principali dell'ambiente, con riferimento alla qualità e riproducibilità delle risorse e allo smaltimento dei rifiuti. Include, quindi, gli impatti su aria, acqua, risorse naturali e salute umana[14]. La sostenibilità ambientale, nell'ambito di un dato sistema territoriale, si esplica come capacità di valorizzare l'ambiente in sé - inteso come elemento distintivo del territorio - e di garantirne la tutela del patrimonio;
- *sostenibilità economica*, intesa come capacità di generare una crescita duratura degli indicatori economici, con particolare riferimento alla capacità di generare reddito e lavoro. La sostenibilità economica, all'interno di un dato sistema territoriale si intende come capacità di produrre ricchezza al fine di accrescere il valore dei prodotti e dei servizi territoriali, «non a scapito delle sostenibilità ambientale, sociale, etica e politica, ma anzi fondandosi su di esse»[15];
- *sostenibilità sociale*, può essere definita come la capacità di garantire condizioni di benessere umano[16] - equamente distribuite tra strati sociali, genere, età – e riguarda, dunque, i temi dell'inclusione sociale e della qualità della vita.

---

[14] Per il settore di nostro interesse, basti pensare alle conseguenze del caso rifiuti di Napoli o a quello più comune del mancato o insufficiente funzionamento dei depuratori – che, particolarmente durante i picchi della stagione estiva, non reggono il peso, perché non rientra nella loro capacità di carico, dell'affluenza dei turisti, se non addirittura non sono sufficienti a coprire l'area di destinazione – sulle acque balneabili. Per un approfondimento sui temi connessi alla sostenibilità ambientale si rinvia a O.Pieroni, *Fuoco, Acqua, Terra e Aria. Lineamenti di una sociologia ambientale*, Carocci, Roma, 2002.

[15] Così L. Barbera, *Verso la gestione integrata e sostenibile del Golfo di Castellammare*, in L. Gentile (a cura di), *Gestione integrata e sostenibile del Golfo di Castellammare*, ed. Cresm, Palermo, 2008, p. 81.

[16] Con riferimento, ad esempio, alla sicurezza, alla salute, all'istruzione, agli standard del mondo del lavoro e alle pari opportunità per donne e minoranze.

- *sostenibilità etica e politica*[17] o istituzionale intesa come capacità di garantire la massima partecipazione, la massima condivisione e la massima responsabilizzazione di tutti gli attori interessati alla produzione delle regole, che saranno applicate con rigore e con giustizia da parte di tutti coloro che, direttamente o indirettamente, opereranno in rapporto a un dato sistema territoriale. Questa dimensione della sostenibilità, si declina quindi come capacità di assicurare condizioni di democrazia partecipativa, efficacemente incoraggiata da una concertazione fra i vari livelli istituzionali.

Alla luce di quanto riportato, il perseguimento dello sviluppo sostenibile implica l'integrazione di tutte le dimensioni considerate, che sono variabili di un unico insieme - l'economia esiste all'interno di una società ed entrambe esistono nell'ambiente - e vanno pertanto considerate in un'ottica sistemica. Per produrre politiche di sviluppo sostenibile, è necessario basarsi sulla loro integrazione ed è necessario che le *governance* e le comunità locali ne abbiano consapevolezza: «il punto veramente strategico per i decisori pubblici, per gli operatori e per i cittadini in generale risiede nella identificazione del "giusto equilibrio" tra questi tre macro-obiettivi poiché essa è di difficile realizzabilità tecnica e metodologica e soprattutto perché è in grande misura determinata dai diversi stakeholders in campo, dalle diverse risorse di potere e dalle diverse culture e razionalità che possono cooperare ma che possono anche confliggere»[18].

L'evoluzione della concezione di sviluppo ha animato il dibattito in-

---

[17] In letteratura, generalmente, si parla di sostenibilità "a tre sfere" (Bristol-Meyers Squibb, rif. (http://www.bms.com), dei "tre pilastri della sostenibilità"(F. Beato, op. cit), della regola delle "tre E": Ecologia, Equità, Economia (Sogesid, http://www.sogesid.it), individuando come dimensioni principali del concetto quella ambientale, quella economica e quella sociale, e riassumendo la sotenibilità in un principio etico-polico. L'esplicitazione della quarta declinazione della sostenibilità è invece presente in L. Barbera, op. cit.; si veda pure Ministero dell'Ambiente, della Tutela del Territorio e del Mare e ANPA (Agenzia Nazionale Per la Protezone dell'Ambiente), Linee Guida per le Agende 21 Locali in Italia, p. 37.

[18] Così F. Beato, op. cit.

ternazionale, determinando numerosi approfondimenti del concetto di sostenibilità, che nel tempo si è esteso a tutte le dimensioni che concorrono allo sviluppo[19]. Tra di esse, per quanto riportato sinora, dovrebbe risultare sufficientemente chiaro che un ruolo fondamentale viene rivestito dal turismo.

3. Turismo sostenibile: condizioni per la sua realizzazione

In analogia con il concetto di sviluppo, per *turismo sostenibile* si intende il turismo capace di soddisfare le esigenze dei turisti di oggi e delle regioni ospitanti, prevedendo e accrescendo le opportunità per il futuro[20]. Questo sta a significare che tutte le risorse dovrebbero essere gestite in modo che le esigenze economiche, sociali ed estetiche possano essere soddisfatte mantenendo l'integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica, i sistemi di vita di una determinata area. I prodotti turistici sostenibili sono quelli che agiscono in armonia con l'ambiente, le comunità e le culture locali, in modo che essi siano beneficiari e non le vittime dello sviluppo turistico.

Le condizioni per la realizzazione di un turismo sostenibile sono state recentemente dettate dalla Commissione Europea che, riconoscendo

---

[19] Il concetto di sviluppo sostenibile è largamente accettato come base per la progettazione e la gestione del nostro modo di vivere attuale e futuro. Nel 1992 la Dichiarazione di Rio su Ambiente e Sviluppo ha creato l'Agenda 21, un piano d'azione completo adottato da 178 governi. Tale piano d'azione è stato successivamente approfondito ed ampliato nel corso del Vertice Mondiale sullo Sviluppo Sostenibile, svoltosi a Johannesburg nel 2002, che ha varato un piano di attuazione concentrato su una collaborazione pubblico-privato. Lo sviluppo sostenibile è un obiettivo comune dell'Unione Europea. La Strategia UE per lo Sviluppo Sostenibile, rinnovata nel 2006, stabilisce le priorità e le azioni per il raggiungimento di tale obiettivo e viene considerata complementare alla Strategia di Lisbona per crescita ed occupazione. Le due strategie riconoscono che gli obiettivi economici, sociali e ambientali possono rafforzarsi a vicenda e che devono, di conseguenza, essere portati avanti congiuntamente.

[20] Tra i documenti fondamentali a livello internazionale troviamo: la Carta del Turismo Sostenibile, scaturita dalla Conferenza di Lanzarote del 1995, quella dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (1996) dal titolo "Turismo: Principi base per uno sviluppo sostenibile" e quella della Dichiarazione di Berlino (1997) "Turismo durevole e Sviluppo Sostenibile". A essi si aggiungono i decaloghi sulle norme di comportamento: Manila e Calvià. Nel 1999, la Commissione Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite ha sottolineato l'urgente definizione di strategie nazionali riguardanti il turismo sostenibile, coerenti con gli obiettivi di Agenda 21, e ha proposto la denominazione dell'anno 2002 come anno dell'Ecoturismo.

il ruolo fondamentale del turismo per l'economia della UE, ne ha rinnovato la politica[21], individuando obiettivi, principi da rispettare e modalità attuative.

Nell'*Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo*[22] vengono fissati i principali parametri per migliorare la concorrenzialità dell'industria europea del turismo e creare più posti di lavoro di qualità migliore[23]. L'Agenda è stata redatta sulla base del rapporto "Azione per un turismo europeo più sostenibile"[24], pubblicato nel febbraio 2007, elaborato dal Gruppo per la sostenibilità del turismo (GST)[25].

3.1 I Principi

Affinché il turismo sia competitivo e sostenibile la Commissione invita tutte le parti a osservare i seguenti principi[26]:

- adottare una strategia olistica e integrata: tutti gli impatti del turismo devono essere considerati nella programmazione e nello sviluppo del settore; il turismo deve essere integrato con una serie di attività che influiscono sulla società e sull'ambiente;
- programmare a lungo termine: lo sviluppo sostenibile implica l'attenzione alle esigenze delle generazioni future e della nostra;

---

21 COM(2006) 134 def. del 17.03.2006.

22 COM(2007) 621 def. del19.10.2007.

23 L'Agenda rappresenta un complemento per l'attuazione della rinnovate strategia di Lisbona per la crescita e l'occupazione. Cfr. COM(2005) 24 def. del 2.2.2005) e di quella per lo sviluppo sostenibile Strategia rinnovata dell'UE per lo sviluppo sostenibile, adottata dal Consiglio europeo il 15/16 giugno.

24 http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/tourism_sustainability_group.htm.

25 Il Gruppo è stato costituito sulla base della relazione sugli orientamenti per la promozione del turismo europeo sostenibile pubblicata nel 2003, con l' incarico: di creare un quadro d'azione, fornire una guida per la gestione delle destinazioni turistiche locali e per l'uso di indicatori e sistemi di monitoraggio. Il GTS era composto da rappresentanti di enti internazionali, governi degli Stati membri, autorità locali e regionali, rappresentanti dell'industria del turismo, di organismi professionali, organizzazioni ambientali, sindacati e organi di ricerca e istruzione, con competenza ed esperienza nel campo del turismo sostenibile Cfr. COM(2003) 716 def. e COM(2006) 134 def. per ulteriori dettagli sulla sua composizione e sul suo ruolo.

26 Rapporto del GTS, op.cit.,, p. 3-4.

- raggiungere un ritmo di sviluppo appropriato: il ritmo e la forma dello sviluppo dovrebbero riflettere e rispettare il carattere, le risorse e le esigenze delle comunità e delle destinazioni ospiti;
- coinvolgere tutte le parti in causa: la strategia sostenibile implica un'ampia partecipazione al processo decisionale e alla relativa attuazione concreta da parte di tutte le persone in grado di influire sul risultato;
- utilizzare le migliori conoscenze disponibili: le politiche e le iniziative devono essere fondate sulle informazioni, sulle tendenze e sugli impatti del turismo, le capacità e l'esperienza devono essere condivise a livello europeo;
- ridurre al minimo e gestire i rischi: è opportuno condurre una valutazione completa e intraprendere azioni preventive al fine di evitare danni all'ambiente o alla società (principio di precauzione);
- riflettere gli impatti sui costi. I prezzi devono riflettere i costi reali per la società delle attività di consumo e di produzione;
- fissare e rispettare i limiti, ove opportuno: la capacità di accoglienza dei siti va riconosciuta e bisogna essere disponibili a limitare, se opportuno, il livello di sviluppo turistico e il volume dei flussi;
- effettuare un monitoraggio continuo: sostenibilità significa capire gli impatti ed essere vigilanti nei loro confronti in modo permanente.

3.2. Gli obiettivi

Gli obiettivi chiave perseguiti sono stati esplicitati nel Rapporto stilato dal GTS, che ne individuava 8 all'interno di un preciso quadro d'azione: *ridurre il carattere stagionale della domanda; affrontare l'impatto dei trasporti turistici; migliorare la qualità del lavoro turistico; mantenere e incrementare la prosperità e la qualità di vita della comunità; minimizzare l'uso delle risorse e la produzione dei rifiuti; conservare e dare valore al patrimonio naturale e culturale; vacanze per tutti; usare il*

turismo come strumento per lo sviluppo sostenibile globale[27].

Di tutto rilievo sono, ai nostri fini, le tematiche correlate alle considerazioni riportate di seguito.

La concentrazione dei viaggi turistici in certi periodi dell'anno ha un effetto considerevole sulla sostenibilità. Infatti, essa non solo riduce seriamente la vitalità delle imprese e la loro capacità di offrire occupazione tutto l'anno, ma può anche esercitare una forte pressione sulle comunità e sulle risorse naturali in determinati periodi, lasciando un eccesso di capacità in altri. L'adozione di una procedura che stimoli la domanda e l'utilizzo nelle stagioni meno attive consentirebbe la crescita dei redditi del turismo.

L'attrattiva del turismo nelle stagioni meno attive si può rafforzare con la selezione di mercati non stagionali (ad es., turismo d'affari, segmenti non-family e alcuni mercati di nicchia), con lo sviluppo di prodotti innovativi, eventi e promozioni fuori stagione, il lavoro congiunto di fornitori di servizi e operatori. Si interviene sul comparto turistico anche quando si programmano le vacanze scolastiche[28] o quando si definiscono le politiche del lavoro (permessi flessibili). E anche gli effetti del cambiamento climatico potranno influire in modo significativo sulla stagionalità, nel medio - lungo periodo[29].

Il settore turistico offre molte opportunità di lavoro a persone di tutte le età e specializzazioni. Il personale costituisce parte integrante dell'esperienza del cliente offrendo la principale fonte di vantaggio competitivo. L'obiettivo, per le imprese turistiche, deve allora consistere nello sviluppo di pratiche di gestione delle risorse umane ben progettate.

Il turismo ha anche il potere di cambiare il carattere e la prosperità dei luoghi in cui si verifica e di incidere sulla qualità della vita nelle singo-

---

[27] Cfr. GTS, Azione per un Turismo europeo più sostenibile, già cit., p. 7.

[28] Alla scoperta del tuo Paese" è un progetto interministeriale tra il Ministro dell'Istruzione e il Ministro per i Beni e le Attività culturali ideato per incentivare il turismo scolastico in Italia e promuovere la conoscenza della storia nazionale.

[29] Cfr. GTS, Azione Azione per un Turismo europeo più sostenibile, già cit., p. 8 e ss.

le destinazioni. Si rende quindi necessario gestire i cambiamenti con una programmazione attenta, nell'interesse del benessere della comunità locale. E' necessario, infatti, che il turismo sia integrato nelle attività esistenti, che gli sviluppi edilizi siano in linea con le tendenze di mercato; che la priorità sia data a strutture di ospitalità che riflettono il carattere speciale della destinazione turistica, minimizzano l'impatto ambientale[30] e offrono valore economico e occupazionale alla comunità. E bisogna massimizzare la quota di reddito trattenuta a livello locale, tramite il rafforzamento delle catene di fornitura (locali) e la promozione dell'uso di prodotti e servizi locali da parte dei visitatori. Una specifica considerazione merita il "fenomeno delle seconde case"[31] che generalmente vengono utilizzate solo per poche settimane all'anno; e tuttavia risultano invadenti, distorcono i prezzi immobiliari e offrono in cambio molto poco all'economia locale; per altri versi esse possono attrarre investimenti, altrimenti non disponibili, e incrementare così la prosperità delle località mediante il restauro di vecchi edifici[32].

Il turismo può essere utilizzatore significativo e a volte eccessivo di risorse ambientali. La relazione tra turismo e il patrimonio naturale e culturale[33] di un'area ha un'importanza critica. lo sviluppo del settore può rivestire un ruolo chiave nell'aumentare la consapevolezza e nel generare sostegno diretto e indiretto alla tutela del patrimonio; da un altro punto di vista, la qualità del patrimonio naturale e culturale è di importanza fondamentale per generare prosperità economica tramite il turismo, per la qualità di vita delle comunità locali e per l'esperienza che i visitatori desiderano vivere.

---

[30] La pianificazione futura delle destinazioni e la progettazione delle singole strutture dovranno rispondere a criteri di minimizzazione dell'uso delle risorse e di gestione dei rifiuti.

[31] Rapporto sul Turismo in Calabria 2008, Le statistiche del turismo non rilevato p. 71 e ss.

[32] Cfr. GTS, Azione Azione per un Turismo europeo più sostenibile, già cit., p. 12 e ss.

[33] Per il turismo comprende: la qualità e la molteplicità dei paesaggi naturali, i paesaggi culturali, luoghi di interesse storico e culturale, biodiversità – flora e fauna - terrestri e marittime; la cultura vivente e le peculiarità locali – arte, artigianato, cucina, lingua – eventi e manifestazioni.

Per raggiungere l'equilibrio tra questi fattori è necessaria una strategia di politica integrata, in cui tutte le parti in causa condividono gli obiettivi che devono essere perseguiti mediante la creazione di sinergie pubblico – private a tutti i livelli[34]. La cooperazione deve essere attuata anche mediante lo scambio di buone prassi e l'utilizzo di piattaforme telematiche offerte dall'innovazione tecnologica[35].

4. Buone prassi

A livello internazionale sono presenti casi esemplari di buone prassi in materia, legate a una serrata pianificazione di lungo periodo per rendere sostenibile lo sviluppo turistico.

Il caso più emblematico, passato alla storia e presentato dalla letteratura specialistica come "lezione"[36], è quello di Calvià, comune situato nella parte sud-occidentale dell'isola di Maiorca che, da regione agricola con poco più di 3000 residenti - si trasforma in località turistica con il primo boom del turismo internazionale negli anni Sessanta, diventando rapidamente un importante recettore dei grandi flussi turistici internazionali. Le attività turistiche arrivano a occupare tutto lo spazio litoraneo, circa 56 chilometri di costa e si specializzano nel modello "sole e spiaggia". Così, dismesse le attività agricole, Calvià viene investita da una massiccia cementificazione determinata dalla speculazione edilizia. Verso la fine degli anni Ottanta, si manifesta la crisi di Calvià, determinata

---

[34] Sono chiamati a cooperare: i governi degli Stati membri, le regioni, le autorità locali, le organizzazioni di gestione delle destinazioni, la stessa Commissione europea, le aziende, i turisti e tutti gli altri organismi (istituti d'insegnamento e di ricerca, sindacati, associazioni di consumatori, ONG e organizzazioni internazionali) in grado di promuovere, sostenere e orientare il turismo. Cfr. *Agenda per un Turismo europeo sostenibile competitivo*, già cit., p.7 e ss.

[35] E' il caso, ad esempio, della iniziativa denominata Necstour (Network of European Regions for a Competitive and Sustainable Tourism), la rete europea, progetto di cui la regione Toscana è promotrice insieme alla spagnola Catalogna e alla regione francese Paca, è uno strumento per la condivisione di un percorso attuativo, un laboratorio permanente, una piattaforma di condivisione di buone pratiche , scambio di esperienze, sperimentazione di modelli condivisi di misurazione dei fenomeni e di dialogo sociale. http: /www.regione.toscana.it.

[36] Su tutti, Pere A. Salvá Tomás, Nuove strategie per un turismo sostenibile: la lezione di Calviá, in C. VISENTIN (a cura di), op. cit., p. 241 e ss.

da una serie di problematiche legate alla crescita illimitata delle presenze e ai segni visibili di degrado ambientale: decresce la domanda e, quindi, si impone la necessità di una ridefinizione del modello turistico e delle relative strategie. La prima azione è stata l'adozione del piano regolatore, nel 1991, per consentire, anche attraverso il controllo dello sviluppo urbanistico, il recupero e la tutela dell'ambiente naturale.

Nel 1995 il municipio di Calvià approva un progetto locale di Agenda 21[37], i cui obiettivi integrano le iniziative precedenti e applicano programmaticamente i principi di sostenibilità stabiliti a livello internazionale[38]. La strategia - corredata di ben 775 indicatori per valutare la situazione attuale e le tendenze future[39] - è comprensiva dell'autoorganizzazione di gruppi di cittadini in "commissioni consulenti" per collaborare nelle aree alle quali sono interessati[40].

L'esperienza di Calvià si propone anche come riferimento per altre mete turistiche del Mediterraneo, con una serie di indicazioni che vanno dalla necessità di una pianificazione strategica, basata su una concezione integrata dello sviluppo locale; alla diversificazione dell'offerta turistica e all'innalzamento della qualità delle stesse mete; alla destagionaliz-

---

[37] Di rilievo, nel caso specifico, è stata la costituzione della Commissione Mediterranea per lo Sviluppo Sostenibile - il risultato di diversi incontri che hanno avuto inizio in occasione della Conferenza di Tunisi sullo Sviluppo Sostenibile nel Mediterraneo e l'Accordo di Barcellona - che si prefiggeva l'applicazione di Agenda 21 al turismo mediterraneo. Nel 1993 hanno inizio i primi esperimenti di applicazione di Agenda 21 nel bacino del Mediterraneo, in occasione della Prima Conferenza Euromediterranea su Turismo e Sviluppo Sostenibile tenutasi a Hyeres – Les Palmiers (Francia). In occasione della Seconda Conferenza Ministeriale sul Turismo del Mediterraneo (Carta di Casablanca) nella quale si sottolinea la necessità di conservare l'identità naturale e culturale propria di ogni Paese, nei termini stabiliti nella Carta di Lanzarote (1995).

[38] Tra di essi, ad es., compariva l'obiettivo di «soddisfare i bisogni attuali senza compromettere quelli delle generazioni future; quindi garantire un benessere alle generazioni attuali e future dei residenti di Calvià». Si rinvia ai precedenti §§ 2 e 3.

[39] Viene così resa possibile l'individuazione di eventuali misure corretti ve per minimizzare gli effetti negativi di ogni variabile analizzata.

[40] I cittadini possono esprimere il loro parere e far valere la loro opinione nel forum, aperto a tutti coloro che sono interessato allo sviluppo sostenibile di Calviá (per esempio, delegati municipali, rappresentanti di imprenditori, associazioni, commercianti, esponenti dell'università, organizzazioni non governative etc.). Il comitato di gestione municipale rappresenta il nucleo coordinatore dell'agenda locale e regola i rapporti fra i privati e le amministrazioni.

zazione di offerta e domanda turistica.

La lezione di Calvià inizia a fare proseliti. Di questi giorni, infatti, è la notizia che "Gozo diventerà la prima isola ecologica al mondo nel 2015", attraverso l'adozione di un Piano governativo che ambisce, attraverso l'integrazione tra turismo, agricoltura, risparmio idrico ed energetico, educazione scolastica e ricerca, «a rendere Gozo un modello di sviluppo sostenibile»[41].

In Italia, già da qualche tempo, si registrano iniziative esemplari in materia di promozione dello sviluppo sostenibile del turismo. Tra i diversi casi, si è scelto di portare ad esempio quello di Rimini, da sempre industria dell'ospitalità e capitale del turismo di massa. Per comprendere perché Rimini oggi scommette buona parte del suo sviluppo sulla riconversione sostenibile del tradizionale modello turistico occorre fare un passo indietro. Probabilmente, Rimini, decise di fotografare un nuovo scenario per la sua "cartolina" e di puntare sulla riqualificazione dell'intero settore già alla fine degli anni '80 in seguito al trauma causato dalla crisi ambientale dell'Adriatico. Sicuramente da quel grido di allarme che proveniva dalla natura derivò la consapevolezza che l'intera struttura del sistema doveva passare a un rapporto diverso con l'ambiente, a un diverso tipo di legame fra qualità dell'offerta e fruizione della città. La riqualificazione del sistema turistico è iniziata da tempo. Di recente è stata promossa la "Seconda Conferenza internazionale sul turismo sostenibile"[42]. centrato su tre temi cardine - sostenibilità, competitività e identità - dalla quale è scaturita la "Nuova Carta di Rimini per un Turismo Sostenibile e Competitivo". Il nuovo documento[43] convalida gli Aalborg

---

[41] Così il Primo Ministro maltese Lawrence Gonzi, ad avviso del quale «lo sviluppo sostenibile è un modo di vivere, un desiderio di usare con cautela le risorse e le bellezze ambientali, prestando attenzione alla prevenzione dei danni provati all'ambiente».Cfr.TTG ITALIA-news on line del 29/01/2009 disponibile all'indirizzo http://www.ttgitalia.com.

[42] La prima Conferenza fu organizzata nel 2001 e da essa scaturì la oramai nota Carta di Rimini. Si rinvia a http://www.provincia.rimini.it/turismo/conferenza/conferenza.html.

[43] Il documento - redatto per dare maggiore incisività alle azioni di sostenibilità locale e per fornire nuovi impulsi ai processi di Agenda 21 Locale - fu sottoscritto da 110 amministrazioni locali europee.

Commitments del 2004 e fa propri gli indirizzi dell'Organizzazione Mondiale del Turismo per l'affermazione del turismo sostenibile. La Nuova Carta ha recepito e fatto propri i principi contenuti nell'Agenda europea, di cui si è detto al paragrafo che precede, dando vita a una strategia per la conversione sostenibile del turismo nel medio - lungo periodo[44].

Questa, dunque, la sfida dei centri turistici maturi: costruire un nuovo modello che si perfezionerà *in itinere*, con il coinvolgimento di tutti gli attori - pubblici e privati - interessati, tenendo conto del contesto in cui si muove, valorizzando, riconvertendo e non dissipando risorse, competenze, patrimoni e identità culturali.

5. Osservazioni conclusive

Gli scenari delineati rivelano l'esigenza forte di ripensare il turismo in generale e quello calabrese in particolare, che si è sviluppato secondo direttive non sempre coerenti con quelle che erano le esigenze dei mercati. Alla luce delle analisi e delle considerazioni effettuate, i tempi appaiono maturi per imprimere una svolta nelle politiche di sviluppo della Regione[45],.

L'occasione è quella offerta dal nuovo POR Calabria, dagli strumenti messi a punto a livello comunitario, dai finanziamenti disponibili, dalla nuova L.R. n.8/2008, e, soprattutto, dalle linee guida e dalle buone prassi di cui si è detto. L'insieme di tutti questi elementi deve essere da sti-

---

Gli impegni (commintmemnets) di Aalborg, sintetizzati in 10 punti, riguardavano: governance, per migliorare la democrazia partecipatoria; gestione locale per la sostenibilità, per mettere in atto cicli di gestione efficienti, dalla formulazione alla valutazione; risorse naturali comuni, per la protezione e l'accessibilità a tutti delle risorse; consumo responsabile e stile di vita, per incoraggiare consumi e produzione sostenibili; pianificazione e progettazione urbana; migliore mobilità, riconoscendo l'interdipendenza tra trasporti,salute e ambiente; azione locale per la salute, per promuovere la salute e il benessere dei cittadini; economia locale sostenibile, per promuovere l'occupazione senza danneggiare l'ambiente; equità e giustizia sociale; da locale a globale, per assicurare – attraverso un processo di responsabilizzazione locale - pace, giustizia ed equità a livello planetario. Per approfondimenti si rinvia a http://www.aalborgplus10.dk.

44 Si rinvia a http://conferenzats2008.provincia.rimini.it.

45 Cfr. Capitolo "Il Turismo sostenibile si avvia a diventare progetto strategico". Rapporto sul Turismo in Calabria 2009.

molo per affrontare e risolvere le criticità del nostro sistema e trasformarle in opportunità.

Non mancano, nel nostro territorio, le intelligenze, i saperi e le volontà. E ne troviamo esempi mirabili in alcune iniziative di sviluppo, anche turistico, avviate qualche anno fa, antesignane rispetto all'attuale stato legislativo. E' il caso, ad esempio, di Riace, nella Locride, in cui nacque l'idea della realizzazione del "paese albergo"nel centro – storico (peraltro quasi disabitato) - modellata su quella dell'albergo diffuso - per iniziativa di un'associazione[46]. Iniziativa che non è stata un progetto fine a se stesso, ma si è concretizzata nell'offrire una possibilità di lavoro per le comunità locali, di riscoperta delle tradizioni locali e di svago alternativo per gli ospiti[47]. Per certi versi, ancora più rappresentativo è il caso del Parco Nazionale dell'Aspromonte[48], da sempre simbolo del mal sviluppo del Mezzogiorno, in cui è stata condotta un'esperienza di «sviluppo locale auto sostenibile»[49], che racconta come la mobilitazione delle comunità locali (cittadini, associazioni, imprese, amministrazioni) intorno a un progetto di tutela e valorizzazione del territorio possa avere benefici sia sulla società che sull'ambiente.

L'obiettivo perseguito era quello di creare un modello[50] capace di rivitalizzare le autonomie locali, di migliorare la qualità della vita, di dare una risposta ai bisogni delle popolazioni. In forma di *"esperimenta"* è stato ripristinato il corretto equilibrio di sfruttamento di alcune risorse natu-

---

46 Si tratta dell'Associazione Città Futura "G. Puglisi" che si fece carico di chiedere alle famiglie emigranti di prestare le case vuote del centro storico di Riace per ospitare alcuni profughi curdi, sbarcati nel 1998 sulle spiagge di Riace.

47 Il progetto è stato realizzato nel 1999, grazie ad un finanziamento della Banca Popolare Etica di Padova ed.

48 Cfr. T.Perna, Aspromonte. I parchi nazionali nello sviluppo locale,Bollati Boringhieri, Torino, 2002.

49 Ibidem.

50 Il modello di riferimento è analogo a quello dei "bilanci partecipativi" maturato nello Stato brasiliano di Rio Grande do Sul, la cui capitale – Porto Alegre. Ivi p.

rali - utilizzate sapientemente anche per trarne profitto[51] - ed è stato recuperato il patrimonio culturale e quello storico, mediante la ristrutturazione di alcuni centri storici ricadenti nel Parco effettuato da professionalità locali[52].

E' possibile concludere che la variegata realtà della Calabria – con il suo sistema orografico, quello paesaggistico, quello costiero; il suo patrimonio ambientale, storico, culturale ed enogastronomico; le sue identità e le sue comunità locali – ben si presta a uno sviluppo turistico sostenibile, lasciando anche ampi margini per una destagionalizzazione dei flussi e per innovazioni e differenziazioni di prodotto.

Le nostre *«…aree non hanno bisogno di più modernizzazione e più mercato, ma di una strategia di valorizzazione delle specificità locali, che sappia mettere insieme le forze sociali non degenerate e proporre alle nuove generazioni un futuro migliore, più rispettoso dell'ambiente e della dignità umana...La società locale può essere in grado di gestire e controllare il fenomeno turistico, il suo impatto sull'ambiente e la sua relazione con la comunità»*[53].

---

[51] L'esperimento riguarda l'energia idrica e quella eolica. Per quest'ultima è stata costituita una S.p.A. denominata Eolo21, composta dall'Ente parco e da 7 comuni, per la produzione di energia eolica. Inizialmente a capitale pubblico, la società si è successivamente aperta agli operatori privati, e ha scelto l'impresa che presentava le migliori condizioni e garanzie, offrendo il 49 % del capitale. Ivi p.172 ss.

[52] Si tratta di una vera e propria svolta rispetto al passato: il coinvolgimento dell'Accademia di Belle Arti di Reggio Calabria e la possibilità data a docenti e studenti di sperimentare sul proprio territorio le proprie capacità in un opera di *restyling* artistico di alcuni centri storici ricadenti nel territorio del Parco.

[53] Così T. Perna, op.cit., p.169.

VIII LE RISORSE ARCHEOLOGICHE

Medina Tursi Prato

1. L'archeologia: viaggi nella memoria del tempo

"…Il viaggio non finisce mai. Solo i viaggiatori finiscono. E anche loro possono prolungarsi in memoria, in ricordo, in narrazione. Quando il viaggiatore si è seduto sulla sabbia della spiaggia e ha detto: "non c'è altro da vedere", sapeva che non era vero. Bisogna vedere quel che non si è visto, vedere di nuovo quel che si è già visto, vedere in primavera quel che si è visto in estate, vedere di giorno quel che si è visto di notte, con il sole dove la prima volta pioveva, vedere le messi verdi, il frutto maturo, la pietra che ha cambiato posto, l'ombra che non c'era. Bisogna ritornare sui passi già dati, per ripeterli e per tracciarvi a fianco nuovi cammini. Bisogna ricominciare il viaggio. Sempre…"(Josè Saramago).

Il viaggio del turista moderno non necessariamente si traduce in uno spostamento nello spazio, alla ricerca di mete lontane, ma può anche consistere semplicemente in un passo indietro nel tempo, un viaggio nella memoria di civiltà scomparse o nella testimonianza artistica delle menti vivide del passato o ancora un viaggio alla scoperta delle manifestazioni artistiche di oggi. L'indiscusso fascino di questa tipologia di viaggi si associa al cosiddetto "turismo culturale". E' innegabile che nel processo di rivitalizzazione di un'economia, un elemento centrale sia proprio rappresentato dalla riscoperta e affermazione del legame inscindibile esistente tra turismo, beni culturali e territorio di appartenenza. La ricchezza di un Paese, infatti, è data dalla presenza sul proprio territorio di rilevanti testimonianze storiche, artistiche e culturali, che costituiscono un patrimonio enorme e diversificato: dalle grandi città d'arte ai piccoli borghi, dalle grandi manifestazioni culturali alle sagre dei piccoli centri. Investire nella cultura, quindi, non è solo gratificante da un punto di vista etico, ma diventa anche un'imperdibile occasione di rientro economico e

di crescita generale. Il mercato vede la maggior parte dei soggetti impegnati a vincere la sfida producendo il prodotto migliore al prezzo più basso, mentre la gara della competitività premia chi riesce a produrre il prodotto originale e irripetibile, che è esattamente ciò su cui bisogna puntare, superando i punti di criticità di questo settore[1].

In Italia l'importanza del fattore culturale trova conferma nell'ampia crescita della domanda di beni culturali: si va dai 16 milioni di visitatori di musei del 1992 ai 34 milioni del 2005 per i soli musei e siti archeologici statali, con una crescita del 9,5% dal 2000 al 2005 (tasso medio annuo dell'1,8% circa). Il 50% della suddetta domanda è rappresentato dai monumenti e dalle aree archeologiche, il 30,8% dai musei e il 18,4% dai circuiti museali[2]. Nel 2007 dei 43 milioni di arrivi esteri registrati nella Penisola, circa 20 milioni (pari al 46,5%) hanno riguardato città di interesse storico e artistico, a dimostrazione del fatto che arte e cultura, insieme a enogastronomia e paesaggio, costituiscono le motivazioni principali che spingono gli stranieri a scegliere questa destinazione. Parallelamente cresce anche l'offerta culturale, che interessa altri musei e in particolare quelli civici, le mostre private (almeno 650 nella sola estate 2007[3]), l'etnografia, ecc… La crescita generale, però, non sempre si traduce in un aumento dei pernottamenti nelle relative località, dal momento che prevale nei turisti interessati all'offerta culturale una propensione per gli "short holiday trips", che di fatto comporta anche un maggiore consumo dei prodotti turistici[4].

Le attrattive culturali sono, quindi, varie e attirano in modo diverso i visitatori. Secondo il "Codice dei beni culturali e del paesaggio", D.lgs n.

---

[1] In particolare: la carenza del rapporto qualità-prezzo; la scarsità di promozione di alcune destinazioni; l'insufficienza dei mezzi di trasporto; la scarsa conoscenza delle lingue straniere nelle strutture turistiche più periferiche e le lunghe attese per le visite ai musei.

[2] "Dalle risorse archeologiche al turismo culturale", a cura di Mara Manente, Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico, Paestum, 16 novembre 2007.

[3] Touring Club Italiano, "L'Annuario del Turismo e della Cultura 2008", Giunti Editore, Milano, 2008, p. 281.

[4] "Dalle risorse archeologiche al turismo culturale", a cura di Mara Manente, op. cit.

42/2004, il patrimonio culturale è costituito dai beni culturali e dai beni paesaggistici (art.2). Interessando in questa sede i primi[5], diventa riduttivo stilarne una rigida classificazione, sia per l'ampiezza concettuale dei termini di interesse e sia a causa della dinamicità dello stesso patrimonio culturale, in perenne ampliamento, a causa di ritrovamenti e acquisizioni continue di dati e materiali, nonché sperimentazioni artistiche ed espressive tipiche dei nostri tempi.

Il concetto di cultura è legato in particolare al marchio dell'antichità[6], tipico dei beni archeologici. L'interesse per questi beni è però ancora oggi limitato, nonostante il turismo culturale stia uscendo dalla nicchia che lo ha caratterizzato per lungo tempo. La causa di ciò si riscontra in una partecipazione solo di determinate categorie di turisti, come: gli esperti, gli appassionati o le scolaresche, conservando la visita a un sito archeologico quel sentore di esperienza didattica che allontana il turista di massa più propenso allo svago.

I punti di forza dei beni archeologici sono rappresentati:

- dalla valenza storico – culturale per la comunità;
- dall'unicità dell'attrattiva per i turisti;
- dalla location di pregio;
- dalla possibilità di itinerari integrati.

I punti di debolezza sono, invece, costituiti:

- dall'isolamento territoriale;
- dalla non valorizzazione;
- dalla scarsità di risorse;
- dall'esiguo coordinamento tra i soggetti preposti alla loro conservazione e valorizzazione;

---

[5] Il legislatore considera tali: "le cose immobili e mobili appartenenti allo Stato, alle regioni, agli altri enti pubblici territoriali, nonché ad ogni altro ente ed istituto pubblico e a persone giuridiche private senza fine di lucro, che presentano interesse artistico, storico, archeologico o etnoantropologico" (art.10).

[6] Beni e testimonianze mobili e immobili del passato antico, portati alla luce attraverso lo scavo tecnico o non ancora rinvenuti, ma la cui presenza è accertata in un dato luogo.

- dal basso appeal per i potenziali fruitori.

E' necessario, dunque, procedere a una maggiore affermazione di questi beni attraverso il potenziamento dei punti di forza e il superamento di quelli di debolezza, investendo nella notorietà storico–letteraria, nella monumentalità, nel rilancio di aspetti della civiltà, nella concentrazione di reperti nella stessa area, nello stato di conservazione/integrità del monumento/reperto e nell'originalità del bene stesso. Diventa un valido strumento di aiuto in questa operazione il contesto territoriale in cui è inserito il bene archeologico, con un incremento del relativo tasso di attrattività nel momento in cui il bene in esame è collocato vicino ad altre eccellenze artistiche/naturalistiche, l'offerta turistico – ricettiva è ben organizzata, così come l'accessibilità, la segnaletica, e l'identità locale è rappresentata al meglio.

Sulla base di queste considerazioni, si sono affermate nuove tipologie di offerta e modalità di comunicazione di questi beni e del patrimonio culturale in generale. Attualmente si tende, infatti, a promuovere maggiormente un insieme di risorse diffuse, piuttosto che la singola risorsa, con un'attenzione rivolta non solo agli aspetti "alti" della cultura, ma anche alle valenze paesaggistiche e ai valori delle comunità locali, il ché si traduce in uno sviluppo del tema della strada, intesa come itinerario da percorrere a tappe con caratteristiche proprie e originali su cui strutturare i percorsi turistici. In particolare, il caso dei beni archeologici richiede soprattutto un maggiore sforzo comunicativo per avvicinare il grande pubblico non necessariamente esperto, attraverso metodologie ricavabili dalla tecnologia per facilitare la ricostruzione virtuale del passato che si evoca e per rendere più diretta la comprensione del valore storico del bene stesso.

2. I dati del turismo culturale

2.1. Incoming culturale: il Mezzogiorno nel contesto del Mediterraneo. Dinamiche e prospettive[7]

Nel 2007 si stima[8] che i turisti nel mondo siano stati 903.000.000, di cui 178.364.000 nelle "aree mediterranee", pari al 20% del flusso turistico totale, e 250.000.000 i turisti internazionali nei Paesi che si affacciano sul Mediterraneo, con un tasso di incremento medio annuo del 4,3% dal 1999 al 2007. L'area mediterranea presenta un alto tasso di competitività, con Paesi in grado di attuare strategie di leadership di costo. Il Mezzogiorno d'Italia presenta tassi di incremento superiori alla media, mentre le destinazioni della sponda nord tendono a perdere quote di mercato. Dei turisti internazionali nelle aree mediterranee, la Spagna ne accoglie il maggior numero, con una quota di arrivi del 24,2%, seguita dall'Italia Centro-Nord con il 16,9%; il Sud della Penisola detiene, invece, il 2,9% di quota di mercato, con 2,2 milioni di turisti internazionali spinti da motivazioni essenzialmente culturali. Come fonte di attrazione turistica, infatti, la cultura è seconda solo alla componente balneare, pur incidendo meno di quest'ultima in termini di presenze. Nel Mezzogiorno la spesa complessiva dei turisti culturali internazionali ammonta a 908 milioni di euro, con un pro capite di 92 euro al giorno contro i 77 della motivazione "mare".

Il comparto turistico meridionale, però, risulta ancora fortemente caratterizzato: dall'elevata quota di italiani; dal forte peso del movimento e della spesa generata dagli stessi residenti, il 42,5%; dal ruolo dominante del prodotto balneare e dalla possibilità di contare meno sulla prossimità di importanti aree urbane rispetto al Centro-Nord. Il Sud è, dunque, considerato soprattutto una destinazione di relax, che attira una domanda

---

[7] Federica Montaguti, *Il turismo culturale e lo sviluppo dell'incoming nel Mezzogiorno*, CISET, Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico, Paestum, 15 novembre 2008.

[8] Fonte: World Tourism Organization.

con capacità di spesa medio-bassa. Il turismo culturale potrebbe, quindi, costituire un fattore su cui puntare sia per evitare la concorrenza di prezzo delle sponde est e sud del Mediterraneo, che per migliorare la quota di mercato, soprattutto in termini di spesa. I Paesi concorrenti che puntano sulla cultura sono soprattutto: la Francia, con gli short breaks culturali, quali le città, i paesaggi, l'artigianato, ecc…; la Spagna, che sta attuando una strategia di innovazione, continuando a registrare notevoli tassi di incremento, nonostante abbia già una rilevante quota di mercato; il Portogallo, che punta sulla diversificazione e che risulta caratterizzato da una forte frammentazione sia nell'amministrazione, che nelle componenti turistiche; Malta, seppure con possibilità di sviluppo limitate e la Giordania, che però non è ancora una destinazione turistica consolidata. Si prevede che la prossima ridefinizione degli obiettivi da parte dei Paesi del Mediterraneo coinvolgerà l'archeologia, a causa delle numerose testimonianze presenti in quest'area, che potrebbero divenire il prodotto core della nuova politica turistica culturale.

2.2. Le statistiche ufficiali del turismo culturale: la collocazione della Calabria nello scenario nazionale

In questo contributo si presenta l'aggiornamento dei dati statistici al 2007, in continuità con la pubblicazione "Turismo culturale"[9], e di seguito l'approfondimento di uno degli aspetti della scelta culturale: l'archeologia. I dati pubblicati comprendono solitamente le visite ai musei, monumenti e aree archeologiche, in questo caso si è deciso di disaggregarli, evidenziando solo quelli relativi alle aree archeologiche.

La componente culturale rappresenta in generale un vantaggio competitivo per la destinazione Italia; quando si parla di beni culturali, però, è doverosa una precisazione, legata alla difficoltà di censire tale fenomeno, sia per la grande quantità di beni, spesso di proprietà diverse

---

[9] Rapporto sul Turismo in Calabria 2008, p. 209 e ss.

e sia per la presenza di classificazioni non sempre omogenee. L'indagine svolta si basa sui dati forniti dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e su quelli della Regione Sicilia[10].

Nell'anno 2007 i beni culturali hanno attirato in Italia 38.924.824 visitatori e prodotto 120.309.714 euro di introiti lordi. Rispetto all'anno precedente, il dato nazionale si mantiene sostanzialmente stabile, registrando solo un lieve decremento dello 0,6% di visitatori, accompagnato, però, da un lieve incremento degli introiti dello 0,3%. La coesistenza di valori leggermente discordanti fa dedurre un aumento del prezzo dei biglietti per la visita agli istituti a pagamento. Dal confronto con i dati del 2000 si evidenziano incrementi non trascurabili: +13,9% di visitatori e +39,8% di introiti. La situazione nazionale, seppure complessivamente favorevole, si accompagna a differenti riscontri nelle singoli regioni, che vedono al primo posto il Lazio con 11.353.667 visitatori e 42.252.348 euro di introiti lordi, seguito dalla Campania con 6.707.098 visitatori e 28.198.306 euro di introiti lordi. Il Mezzogiorno attira il 32,5% dei visitatori nazionali e il 36,4% degli introiti totali, determinati quasi esclusivamente dalla Campania e dalla Sicilia, rispetto alle quali la Calabria detiene solo lo 0,8% e lo 0,2% di quota nazionale di visitatori e introiti. La regione registra, per l'anno 2007, 299.826 visitatori e 270.696 euro di introiti lordi. Nel dettaglio, si nota una concentrazione degli stessi quasi esclusivamente nella provincia di Reggio Calabria, con 208.839 visitatori e 243.344 euro di introiti, a testimonianza del ruolo di assoluta marginalità svolto dalle altre province calabresi, pur in grado di fornire altrettante testimonianze artistiche e culturali. Il Museo Statale che ospita i Bronzi di Riace, infatti, continua a rappresentare nelle statistiche ufficiali la più importante, se non l'unica, offerta museale calabrese.

Rispetto al 2006, la Calabria registra nel 2007 un decremento complessivo del 6,7% di visitatori e del 3,1% di introiti lordi. In una più appro-

---

[10] Non compresa nelle valutazioni ministeriali, in quanto Regione autonoma con competenza esclusiva sul comparto.

fondita ricerca delle cause che ne impediscono il decollo, gli opinion leader del settore le rintracciano variamente: nella crisi economica, nei problemi legati al territorio, nella mancanza di un'adeguata attività promozionale, nella carenza delle strutture ricettive e nella mancanza di collaborazione tra chi gestisce i siti. Dunque è opportuno spronare a un'azione concretamente risolutiva dei *gap* strutturali della Calabria, in cui la cultura e le bellezze naturali, associate alla riscoperta delle tipicità locali, possano elevarsi realmente a marchi distintivi della regione. Affinché, poi, il turista li percepisca come tali, occorre puntare a una valorizzazione mirata degli stessi che faccia della fruibilità la stella di punta di una politica di marketing turistico di livello e di qualità.

3. L'offerta di beni archeologici

L'archeologia come risorsa economico-culturale del turismo e non più come fenomeno di nicchia: è questa la sfida che si propone di portare avanti uno dei segmenti più interessanti del turismo culturale, con evidenti riflessi sulla crescita sociale ed economica del Paese. In questo senso, la Calabria vanta un'aria di antichità, tanto da essere considerata: *"una grande culla di civiltà, sperduta nella memoria, senza spazio e senza tempo…"*[11]. La storia di questa regione ebbe inizio undici millenni addietro. Il suo territorio è stato abitato da una serie vastissima di popoli dell'antichità, fino alla sua collocazione odierna prima nel Regno d'Italia, poi nella Repubblica Italiana[12]. Le numerose dominazioni hanno lasciato i segni del proprio passaggio su questa terra, trasformandola in una delle principali regioni italiane con più forti testimonianze archeologiche. La vocazione della Calabria, dunque, non si riduce alle proprie coste e al mare, ma comprende una straordinaria ricchezza culturale che deve solo essere valorizzata e resa evidente.

---

[11] C. Donzelli, *Magna Grecia di Calabria*, Meridiana Libri, Roma, 1997, p.3.
[12] http://it.wikipedia.org/wiki/Storia_della_Calabria.

Una ricchezza, questa, di grande interesse pratico-politico, che coinvolge scelte e programmi a vari livelli e che nella dinamica dello sviluppo andrebbe tutelata per la fruizione della collettività, in quanto costituisce la fonte dell'identità comune.

Nel presente contesto si focalizza l'attenzione sui soli siti e parchi archeologici calabresi, nel tentativo di dare rilievo a una tipologia di beni culturali discussa solo genericamente nei precedenti Rapporti sul Turismo in Calabria. Dei beni archeologici, se ne offre un resoconto di quelli contenuti nell'Atlante Archeologico del MIBAC. Le aree individuate sono cinque:

- il Parco archeologico di Sibari;
- il Parco archeologico di Capo Colonna;
- il Parco archeologico di Scolacium;
- il Parco archeologico di Locri;
- l'Area archeologica di Monasterace.

3.1.Il Parco archeologico di Sibari

Il Parco archeologico di Sibari (Cassano allo Ionio) è senza dubbio il più conosciuto della provincia cosentina. L'area, che si estende per 168 ettari, è interessata dalla sovrapposizione delle tre città susseguitesi nella storia: la Sybaris arcaica, Thourioi ricostruita dagli ateniesi nel V secolo a.C. e la romana Copia. Sybaris fu la più antica e ricca colonia achea d'Italia, fondata nel 730-720 a.C., e dopo Taranto fu in assoluto la più grande città della Magna Grecia, con i suoi 100.000 abitanti distribuiti in 510 ettari. Gli scavi hanno messo in luce soprattutto la fase romana. Il cantiere più rilevante è quello del "Parco del Cavallo", ove si possono vedere alcuni monumenti di quell'epoca: un quartiere organizzato in due grandi plateiai e il teatro romano. Altro cantiere importante, oltre a quello noto come "Prolungamento Strada", che è la continuazione del "Parco del Cavallo", è quello della "Casa Bianca", che conserva una zona edificata nel IV sec. a.C., in cui spicca una torre circolare dello stesso perio-

do. Il cantiere di "Stombi" si presenta molto interessante per la conoscenza di Sibari, perché si tratta di una zona urbana riedificata solo parzialmente dopo il 510 a.C.: si possono vedere allora edifici e monumenti della città d'età arcaica, come le fondazioni di un modesto edificio, pozzi e fornaci[13].

Nel contesto del programma comunitario Interreg IIIB Archimed, che prevede il progetto "Discovering Magna Graecia"[14], è stato creato, nel 2007, anche un Laboratorio di telerilevamento satellitare dei siti archeologici dell'area mediterranea, in collaborazione con l'agenzia Telespazio, l'Università della Calabria e il Nucleo Tutela del Patrimonio Culturale dell'Arma dei Carabinieri. La struttura, unica in Italia e in Europa, ha il compito di elaborare le informazioni ricevute via satellite attraverso Telespazio, con la successiva analisi dei siti archeologici. Una delle finalità è dimostrare che partendo dall'archeologia si possa realizzare un'effettiva e concreta tutela del patrimonio artistico[15].

3.2. Il Parco archeologico di Capo Colonna

Il Parco archeologico di Capo Colonna, realizzato dalla Sovrintendenza dei beni archeologici della Calabria, sorge sul promontorio che affaccia sulla costa ionica di Capo Colonna e che gli antichi greci chiamavano Heraion Lakinion. Si estende su 30 ettari di terreno adibito a scavi e altri 20 ettari adibiti a bosco e macchia mediterranea, all'interno dei quali è situato un enorme museo. L'Heraion di Capo Colonna era uno dei santuari più importanti di tutta la Magna Grecia e non solo nell'epoca arcaica. Fu edificato in uno dei punti nevralgici della navigazione costiera da Taranto allo Stretto di Messina. Il promontorio è oggi detto Capo Colonna in virtù dei resti del santuario di Hera Lacinia, o "Hera Eleythe-

---

13 Atlante Archeologico della Direzione Generale per i Beni Archeologici (MIBAC).

14 A cui partecipano la Regione Calabria, le Province di Cosenza e di Agrigento, la Grecia con le Regioni dell'Est Macedonia, della Tracia e della Prefettura di Creta e l'Università di Smirne in Turchia.

15 *www.giornaledicalabria.it* del 22/04/2007.

ria", come recita l'iscrizione conservata ora al Museo Nazionale di Crotone, del quale rimangono resti visibili nell'area prospiciente il mare. Scavi recenti hanno recuperato parte delle decorazioni architettoniche in marmo greco, databili ad una fase del V sec. a.C., attualmente conservate nel Museo Archeologico di Crotone, come pure ciò che rimane della copertura del tetto in marmo pario del periodo seguente la vittoria di Crotone su Sibari e dei ricchi materiali votivi, anche iscritti, donati al santuario[16].

3.3.Il Parco archeologico di Scolacium

Nel 1982 è stato istituito il Parco archeologico di Scolacium e l'annesso Antiquarium di Roccelletta. Il sito di Scolacium si trova nel territorio della più interna Squillace, la città moderna che ha ereditato il nome da quella antica. Dell'abitato preromano di Skyllection rimane poco; i resti visibili in località la Roccelletta nel comune di Borgia mostrano l'impianto della colonia romana con i monumenti più importanti. Tra essi vanno segnalati gli avanzi delle strade lastricate, degli acquedotti, dei mausolei e di altri impianti sepolcrali, della basilica e di un impianto termale. Il teatro si appoggia sul pendio naturale della collina e poteva ospitare circa 5.000 spettatori. Fu costruito nel corso del I sec. d.C. e fu dotato di una nuova scena in occasione della fondazione della colonia di Nerva. Dal teatro, inoltre, proviene la maggior parte del materiale recuperato durante gli scavi, tra cui spiccano i pregevoli frammenti architettonici e i gruppi scultorei. Poco distante si trovano i resti dell'anfiteatro, la cui costruzione risale all'epoca dell'intervento di Nerva[17].

3.4. Il Parco archeologico di Locri Epizefiri

Il Parco archeologico di Locri Epizefiri si trova a circa 4 Km a sud, in direzione Reggio Calabria, dall'odierno centro di Locri e gravita attorno

---

16 Atlante Archeologico della Direzione Generale per i Beni Archeologici (MIBAC), op. cit.
17 Ibidem.

al Museo Archeologico Nazionale, accessibile dalla S.S. 106 Ionica. Dietro l'edificio museale prende avvio un primo percorso, che permette la fruizione del settore extraurbano occupato dalle aree sacre di Zeus Saettante e Demetra Tesmophoros, fino al santuario urbano di Marasà, con i resti del tempio ionico. Un secondo percorso costeggia le mura parallele alla linea di costa, in corrispondenza dell'antico bacino portuale, e conduce all'area sacra ad Afrodite extramuranea di Marasà sud, dove si trova la "casa dei leoni". Da qui un terzo percorso verso mare porta all'area di Centocamere, che presenta a monte delle mura un settore dell'abitato, con funzione residenziale ma anche artigianale, incentrato sulla "Stoà ad U". Il quarto percorso immette nel cuore della città romana, dove l'ottocentesco Casino Macrì, parzialmente edificato su un monumentale edificio termale, è destinato a diventare una nuova sede museale. La stradella a monte sfocia nel Dromo, anch'esso corrispondente ad un asse viario antico, che conduce ad altre aree archeologiche esterne al Parco. Verso Est si giunge alla contrada Pirettina: qui sono visitabili il teatro e la teca che conteneva le tabelle bronzee del santuario di Zeus Olimpio. Verso Ovest si sbocca nella strada provinciale che conduce a Portigliola, dove sono presenti i resti della fortificazione antica; percorrendo verso mare tale strada si giunge all'area dei resti dell'imponente edificio tardo-antico di Quote S. Francesco. Nelle colline sono visitabili il santuario di Persefone alla Mannella e le torri di Castellace e Casa Marzano[18].

3.5. L'Area archeologica di Monasterace

La provincia di Reggio Calabria è nota anche per l'Area archeologica di Monasterace, che rievoca la storia della città greca di Caulonia[19],

---

18 *http://museomg.unical.it* ("Sistema Museale Virtuale della Magna Grecia").

19 La denominazione è secondo il mito legata al nome di Kaulon, figlio dell'Amazzone Clete, fondatrice della città e capostipite della stirpe delle regine, che su essa avrebbero regnato fino alla conquista crotoniale.

in origine colonia achea, posizionata al confine tra il territorio di Crotone e quello di Locri. Dell'antica città greca, che giace sul sito della moderna Monasterace Marina, rimangono resti di abitazioni, messi in luce presso il faro di Punta Stilo, e delle fortificazioni con resti di torri e porte; inoltre resti di un santuario sul colle della Passoliera, donde proviene una serie di terrecotte architettoniche della fine del VI sec. a.C., oggi conservate nel Museo di Reggio, e anche ceramica greca della fine dell'VIII sec. a.C.. Il monumento più importante è il tempio dorico, che si trova a circa 150 m dal mare, in prossimità del faro di Punta Stilo, databile alla metà del V sec. a.C.[20].

Nel contesto della realtà reggina, non si può omettere di sottolineare la valenza della stessa città di Reggio[21], protagonista nell'anno 2007 della cosiddetta "Carta Archeologica della città di Reggio Calabria"[22], promossa dall'Associazione regionale Amici del Museo Nazionale di Reggio Calabria e dall'amministrazione comunale.

4. Visitatori e introiti

I beni archeologici evocano il mito di epoche lontane e di civiltà sperdute, eppure "colpisce che la memoria di tutti si riattivi in genere sull'onda di eventi occasionali o esterni, come un ritrovamento fortunato o una grande mostra"[23].

In Italia, nell'anno 2007, i monumenti e le aree archeologiche statali[24] hanno attirato 16.363.057 visitatori e prodotto 34.237.407 euro di in-

---

[20] Atlante Archeologico della Direzione Generale per i Beni Archeologici (MIBAC), op. cit.

[21] Reggio Calabria, infatti, sotto il profilo archeologico costituisce quasi un "unicum" nello scenario dell'archeologia mondiale, perché presenta una frequentazione umana continuata per tremila anni.

[22] L'opera è nata a seguito della consultazione di quasi 400 voci bibliografiche e dei documenti di 5 archivi pubblici, che hanno permesso l'individuazione dei ritrovamenti avutisi nella città dal XVI secolo fino all'anno 2001: oltre 200 punti in 122 settori.

[23] C. Donzelli, *Magna Grecia di Calabria*, op. cit, p. 3.

[24] Il Mibac unisce i dati statistici di queste due tipologie di beni culturali. Non è stato possibile seguire lo stesso criterio ministeriale per ricavare i medesimi dati della Regione Sicilia, a causa della difficoltà di disaggregarne il valore complessivo.

troiti lordi.

Ciò significa che rispetto al dato complessivo del turismo culturale, il 47,5% dei visitatori sceglie questa tipologia di beni, con l'effetto di generare il 32,3% degli introiti lordi totali. Il Centro e il Sud Italia detengono la maggiore quota nazionale di visitatori, mentre è il Mezzogiorno a primeggiare per introiti, grazie soprattutto alla Campania, che risulta essere anche la prima regione d'Italia, nel settore archeologico, con i suoi 23.479.051 euro di introiti, quota che rappresenta il 98,3% di quelli prodotti nell'intera area meridionale.

Tab.1. Visitatori e Introiti dei Monumenti e Aree Archeologiche Statali per regione. Anno 2007

Regioni	Istit. A pagam.	Istit. Gratuiti	Totale	Visitatori			Introiti Lordi* (Euro)
				Istituti A pagamento	Istituti Gratuiti	Totale Visitatori	
Piemonte	7	7	14	143.964	65.798	209.762	376.337,50
Lombardia	5	4	9	506.327	20.545	526.872	1.012.620,00
Trentino A.A.	-	-	-	-	-	-	0,00
Veneto	1	2	3	139.682	29.759	169.441	304.881,00
Friuli V.G.	-	6	6	-	3.442.261	3.442.261	0,00
Liguria	1	2	3	20.270	5.047	25.317	31.433,00
Emilia Romagna	9	6	15	425.616	53.915	479.531	439.000,50
Nord	23	27	50	1.235.859	3.617.325	4.853.184	2.164.272,00
Toscana	6	13	19	234.695	184.801	419.496	811.543,78
Umbria	4	2	6	67.821	37.051	104.872	66.490,00
Marche	2	6	8	244.122	2.178	246.300	390.138,00
Lazio	20	27	47	2.269.173	2.834.299	5.103.472	6.931.747,00
Centro	32	48	80	2.815.811	3.058.329	5.874.140	8.199.918,78
Abruzzo	-	9	9	-	38.199	38.199	0,00
Molise	1	3	4	11.834	9.262	21.096	11.004,00
Campania	17	18	35	3.848.193	1.136.760	4.984.953	23.479.050,81
Puglia	6	2	8	304.754	4.668	309.422	369.263,50
Basilicata	1	4	5	16.780	85.639	102.419	13.897,75
Calabria	2	5	7	5.625	82.071	87.696	0,00
Sardegna	-	5	5	-	91.948	91.948	0,00
Mezzogiorno	27	46	73	4.187.186	1.448.547	5.635.733	23.873.216,06
ITALIA	82	121	203	8.238.856	8.124.201	16.363.057	34.237.406,84

Fonte: Dati Sistan-Mibac

Ne consegue che le altre regioni del Sud e quindi anche la Calabria

risultino poco rappresentative. La regione che, invece, attira il maggior numero di visitatori di monumenti e aree archeologiche è il Lazio con 5.103.472 visite nel 2007, seppure a fronte di introiti molto inferiori alla realtà campana, sia per il maggior numero di istituti gratuiti, che per un costo evidentemente minore dei biglietti.

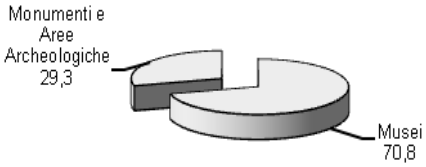
Tab. 2. Visitatori e Introiti dei Monumenti e Aree Archeologiche in Calabria per provincia. Anno 2007

Monumenti ed Aree Archeologiche	Catanzaro	Cosenza	Crotone	Reggio Calabria	Calabria
Istituti a pagamento	0	0	0	2	2
Istituti gratuiti	1	1	0	3	5
Totale Istituti	1	1	0	5	7
Visitatori Paganti Istituti a pagamento	0	0	0	0	0
Visitatori non Paganti Istituti a pagamento	0	0	0	5.625	5.625
Totale Visitatori Istituti a pagamento	0	0	0	5.625	5.625
Visitatori Istituti Gratuiti	18.147	13.815	0	50.109	82.071
Totale Visitatori	18.147	13.815	0	55.734	87.696
Introiti lordi (in euro)	0	0	0	0	0

Fonti: dati Sistan-Mibac

La domanda di beni culturali in Calabria è generata per il 70,8% dai musei, che producono il totale degli introiti regionali, mentre il restante 29,2% dai monumenti e aree archeologiche, con 87.696 visitatori, a fronte di un'assenza di incassi.

Graf.1. Composizione della domanda di beni culturali in Calabria. Anno 2007



Fonte: Elaborazione dati Sistan-Mibac

Siti e parchi archeologici calabresi risultano tutti di tipo "gratuito", tranne il Parco archeologico di Locri, suddiviso nelle statistiche del Mibac in: Area archeologica "Centocamere" e Teatro Greco-Romano. Non è possibile risalire al dato relativo a quest'ultimo sito, in quanto il costo

del biglietto comprende anche la visita al Museo Archeologico Nazionale di Locri e dunque gli introiti sono compresi nella voce musei.

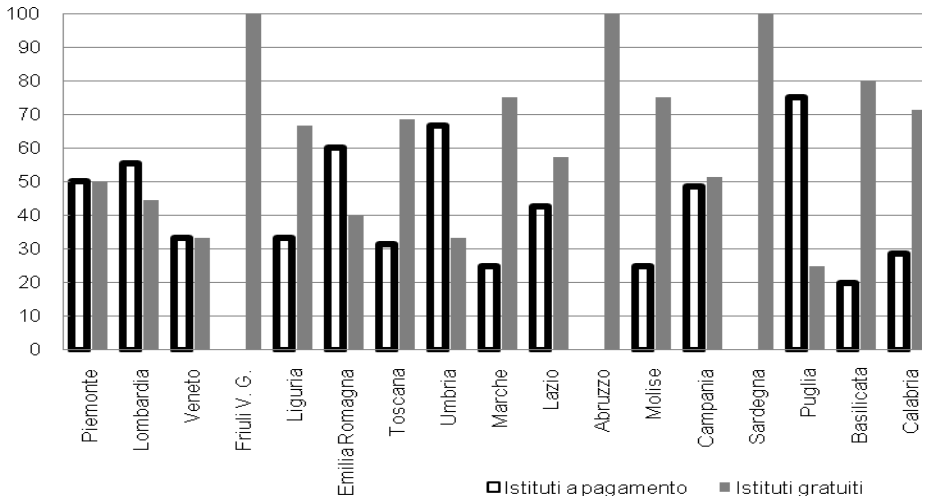
Tabella 3. Visitatori e Introiti Aree Archeologiche. Calabria. Anno 2007

Istituto	Ingresso	Provincia	Paganti	Non paganti	Totale	Introiti lordi
Parco Arch. di Sibari	Gratuito	CS	0	13.185	13.185	0
Parco Arch. di Capo Colonna	Gratuito	KR	0	0	0	0
Parco Arch. Di Scolacium	Gratuito	CZ	0	18.147	18.147	0
Area Arch. Centocamere (Locri)	A pagam.	RC	0	1.628	1.628	0
Teatro Greco-Romano (Locri)	A pagam.	RC	0	3.997	3.997	0
Area Archeologica di Monasterace	Gratuito	RC	0	0	0	0

Fonte: dati Sistan-Mibac

Le considerazioni da fare sono importanti e attengono alla "politica di gestione" messa in atto dalla Calabria in questo settore. Infatti, sia nel turismo culturale in generale, che nello specifico dei beni archeologici, si opta prevalentemente per la "gratuità" degli istituti culturali. Ma questo segmento del turismo non si sottrae alle logiche di mercato e il suo peso si calcola in base alla forza economica dello stesso.

Graf. 2. Composizione dei Monumenti ed Aree Archeologiche Statali per tipologia di ingresso. Anno 2007



Fonte: Elaborazione dati Sistan-Mibac

Da qui la necessità di sottolineare l'equivoco che porta a considerare necessariamente gratuita la fruizione di un bene culturale, in quanto diritto del cittadino. La Calabria, in tal senso, raggiunge percentuali elevatissime di non paganti, che in parte denotano il mancato apprezzamento e la mancata consapevolezza del suo straordinario patrimonio. Sta prendendo sempre maggiore vigore, infatti, la convinzione che se fossero abolite o comunque ridotte le visite gratuite, ne trarrebbe un sostanziale vantaggio tutto il comparto, sia in termini economici, che sul piano dell'immagine e della credibilità.

La suddetta "politica di gestione" non trova un riscontro simile nelle altre regioni d'Italia, nella gran parte delle quali i monumenti e le aree archeologiche a pagamento sono ben rappresentate e di contro i relativi introiti, ad eccezione del Friuli Venezia-Giulia, dell'Abruzzo e della Sardegna che presentano il 100% di istituti gratuiti.

Lombardia, Emilia Romagna, Umbria e Puglia colpiscono, invece, per la prevalenza di Istituti a pagamento, a dimostrazione che in queste regione si è scelto di attuare una politica totalmente differente. La Campania è, poi, insieme al Piemonte, la regione che presenta la suddivisione più equa delle due tipologie di istituto culturale.

Il cambio di rotta in Calabria è, dunque, necessario, ma perché sia anche percepito come tale e soprattutto condiviso è opportuno rendere l'offerta culturale e, nello specifico di questo argomento, quella archeologica, qualitativamente migliore. Solo così una politica di gestione "a pagamento" sarebbe accettata di buon grado dai visitatori. Dunque è da quest'ultimo punto che bisogna partire: elevare l'offerta per poi rendere effettiva una diversa gestione della stessa.

5. Musei e siti archeologici nei primi 8 mesi del 2008

I dati ministeriali sui visitatori e gli introiti dei musei, monumenti e aree archeologiche statali, mostrano, con riguardo al periodo gennaio-

agosto 2008[25], un'affluenza in Italia di 23.607.264 visitatori e una spesa in biglietti di oltre 73 milioni di euro. Rispetto all'anno precedente, i primi otto mesi del 2008 sono contrassegnati da un decremento di ingressi del 3,7%, compensati da +1,3% di introiti.

Il Mezzogiorno registra le maggiori difficoltà, con una regione come la Campania, i cui visitatori sono stati poco più di 4 milioni, -15,4% rispetto allo stesso periodo del 2007, e i cui introiti lordi diminuiscono dell'8,6%. E' chiaro come l'emergenza rifiuti dell'anno appena trascorso abbia avuto ricadute anche sul turismo. Negativa anche la performance della Calabria con un business di soli 171.747 euro di introiti lordi e con 203.013 visitatori nel periodo considerato.

Tab.4.Visitatori e Introiti dei Musei, Monumenti e Aree Archeologiche Statali per Regione. Periodo Gennaio-Agosto 2008. Confronto con anno precedente.

REGIONE	Anno 2007		Anno 2008		Confronto % 2008/2007	
	Totale Visitatori	Introiti Lordi* (Euro)	Totale Visitatori	Introiti Lordi* (Euro)	Visitatori	Introiti Lordi
Piemonte	797.262	1.433.342,00	729.611	1.580.115,00	-8,49%	10,24%
Lombardia	988.866	2.721.756,33	939.486	2.752.905,75	-4,99%	1,14%
Trentino A.A.	0	0,00	-	0,00	-	-
Veneto	677.095	1.636.461,94	697.530	2.211.687,67	3,02%	35,15%
Friuli V.G.	2.612.694	377.267,00	2.358.733	401.135,00	-9,72%	6,33%
Liguria	57.859	54.583,50	57.862	68.410,75	0,01%	25,33%
Emilia Romagna	643.270	629.513,84	626.055	630.766,13	-2,68%	0,20%
Toscana	4.279.065	15.713.028,28	3.979.630	15.270.819,45	-7,00%	-2,81%
Umbria	195.842	290.557,94	192.285	245.810,95	-1,82%	-15,40%
Marche	357.909	506.165,00	367.454	535.534,00	2,67%	5,80%
Lazio	7.915.511	28.666.678,00	8.443.135	30.947.420,95	6,67%	7,96%
Abruzzo	133.123	115.150,00	144.117	114.054,00	8,26%	-0,95%
Molise	33.409	14.307,00	35.692	13.220,00	6,83%	-7,60%
Campania	4.907.029	19.177.147,11	4.151.834	17.523.734,38	-15,39%	-8,62%
Puglia	304.827	316.915,00	330.734	362.419,15	8,50%	14,36%
Basilicata	187.942	77.747,75	171.470	76.478,00	-8,76%	-1,63%
Calabria	230.862	201.317,00	203.013	171.747,00	-12,06%	-14,69%
Sardegna	202.074	264.885,00	178.623	239.006,00	-11,61%	-9,77%
Totali	24.524.639	72.196.822,69	23.607.264	73.145.264,18	-3,74%	1,31%

Fonte: Dati Sistan-Mibac

I visitatori in Calabria sono in calo del 12,1% e gli introiti del 14,7%, al contrario della Puglia che vede un incremento dell'8,5% per gli ingres-

[25] I dati definitivi saranno resi pubblici dal Mibac solo nel mese di febbraio, a conclusione della rilevazione annuale.

si e del 14,4% per gli introiti. Ad eccezione del Lazio e delle Marche che registrano risultati positivi, anche il Centro-Nord fatica ad affermarsi in questa prima parte di rilevazioni, con dati in calo in Emilia-Romagna, Toscana e Umbria, che registrano nelle visite rispettivamente: -2,7%, -7%, -1,8%. Non brilla altrettanto il Nord-Est, a parte il Veneto, che è la regione italiana interessata da un maggiore incremento di incassi, 35% in più rispetto all'anno precedente, accompagnato anche da un aumento del 3% nelle visite. Il Nord-Ovest, infine, è caratterizzato da un calo dei visitatori in Piemonte e da una sostanziale stabilità nelle visite in Liguria. Dato positivo, invece, per gli introiti, +10,2% in Piemonte e +25,3% in Liguria. Alla base dell'incremento ligure ci sarebbe un motivo metodologico: per la prima volta vengono conteggiati i ricavi da Museum card[26].

6. La ricettività annessa alla cultura

Di seguito si propone una descrizione del sistema di accoglienza nei Comuni calabresi in cui sono situati i Parchi archeologici e in quelli limitrofi con riferimento all'anno 2008:

Tab.5 Offerta ricettiva Parco archeologico di Sibari

Comuni	Alberghiero		Complementari		Totale	
	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Cassano allo Ionio	14	4.021	8	10.019	22	14.040
Castrovillari	5	254	8	34	13	288
Cerchiara di Calabria	1	23	8	79	9	102
Civita	1	25	11	95	12	120
Corigliano Calabro	12	1.008	12	3.592	24	4.600
Francavilla Marittima	0	0	5	48	5	48
Frascineto	1	21	7	50	8	71
Spezzano Albanese	6	413	2	23	8	436
Rossano	10	2.990	32	4.467	42	7.457
Trebisacce	4	233	4	21	8	254
Villapiana	8	1.251	6	322	14	1.573
TOTALI	62	10.239	103	18.750	165	28.989

Fonte: SIRDAT

[26] Sole 24 Ore, "Dorsi Regionali: la crisi pesa sul turismo culturale", 9 dicembre 2008.

Tab.6 Offerta ricettiva Parco archeologico di Capo Colonna

Comuni	Alberghiero		Complementari		Totale	
	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Crotone	12	1.452	6	996	18	2.448
Cutro	6	3.169	1	400	7	3.569
Isola di Capo Rizzuto	25	4.761	20	8.388	45	13.149
Rocca di Neto	0	0	0	0	0	0
Scandale	0	0	0	0	0	0
Strongoli	1	138	1	26	2	164
TOTALI	44	9.520	28	9.810	72	19.330

Fonte: SIRDAT

Tab.7 Offerta ricettiva Parco archeologico di Scolacium

Comuni	Alberghiero		Complementari		Totale	
	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Borgia	2	220	3	1.611	5	1.831
Caraffa di Catanzaro	0	0	1	30	1	30
Catanzaro	10	831	6	36	16	867
Girifalco	0	0	0	0	0	0
San Floro	0	0	1	4	1	4
Squillace	2	805	0	0	2	805
TOTALI	14	1.856	11	1.681	25	3.537

Fonte: SIRDAT

Tab.8 Offerta ricettiva Parco archeologico di Locri Epizefiri

Comuni	Alberghiero		Complementari		Totale	
	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Antonimina	0	0	0	0	0	0
Gerace	3	66	3	21	6	87
Locri	3	109	9	49	12	158
Portigliola	1	60	2	286	3	346
Siderno	5	539	2	302	7	841
TOTALI	12	774	16	658	28	1.432

Fonte: SIRDAT

Tab.9 Offerta ricettiva Area archeologica di Monasterace

Comuni	Alberghiero		Complementari		Totale	
	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Guardavalle	1	66	4	974	5	1.040
Monasterace	0	0	2	118	2	118
Stilo	1	99	2	8	3	107
TOTALI	2	165	8	1.100	10	1.265

Fonte: SIRDAT

I dati mettono in luce un'offerta ricettiva maggiore nel comprensorio del Parco archeologico di Sibari e in quello di Capo Colonna. E' di tutto evidenza, inoltre, la concentrazione di esercizi alberghieri e complementari nei Comuni che si affacciano sul mare, come Isola Capo Rizzuto. Ciò dimostra come non sia il turismo culturale a ispirare autonomamente l'ospitalità, ma bensì il più consolidato e diffuso turismo balneare. Si rendono, dunque, necessarie scelte imprenditoriali coraggiose al fine di dare la giusta importanza e il giusto risalto al settore in esame.

7. Considerazioni di sintesi

Il turismo culturale non si riduce alle forme di mobilità che soddisfano il bisogno umano di conoscenza, ma assurge anche a importante fonte di reddito per l'economia di un territorio, esistendo uno stretto collegamento funzionale tra politiche di coesione economica e sociale e ruolo della cultura. La Calabria, in questo senso, possiede gli strumenti giusti, ma non li usa al massimo delle potenzialità. Il patrimonio culturale calabrese, infatti, pur potendo svolgere un ruolo strategico all'interno dell'economia meridionale e nazionale, si presenta più sotto forma di offerta puntuale, che non di sistema percepito come diffuso sul territorio. Le espressioni artistiche, storiche e archeologiche di questa terra non possiedono quella forza d'immagine tale da risaltare nel contesto italiano o internazionale. E' necessaria, dunque, una più attenta attività promozionale e di valorizzazione, nonché un maggiore orientamento al mercato secondo due filoni complementari: arte e cultura come proposta autonoma in grado di attrarre propri turisti senza essere strumentale al più forte turismo balneare, e turismo culturale come componente aggiuntiva in grado di differenziare il soggiorno di altre tipologie di turismo. Il settore richiede l'attuazione di diverse iniziative che si ritengono auspicabili, soprattutto alla luce dell'attenzione che l'Ente regionale sta dedicando all'organizzazione e allo sviluppo delle politiche turistiche. Bisogna puntare sulla valorizzazione dei beni culturali e nello specifico di quelli archeologici, rendendo partecipi province e comuni interessati, al fine di

elevare lo stato in cui versano i siti archeologici, l'accessibilità e la fruibilità degli stessi, anche attraverso la creazione di figure professionali specializzate, in grado di assistere il visitatore sotto il profilo dell'informazione e dell'accoglienza. L'archeologia, infatti, rappresenta non solo la storia vera e autentica di un territorio, ma può diventare la leva di sviluppo dell'intero comparto del turismo culturale, rappresentando l'occasione giusta per qualificare, in un sistema integrato, la scelta turistica della Calabria. La proposta turistica culturale, inoltre, al di là dei benefici economici, produce effetti positivi sul comportamento sociale nei confronti della realtà locale e del relativo patrimonio, contribuendo allo sviluppo sostenibile delle aree urbane ed extraurbane.

Dunque, mentre la cultura si evolve attraverso il dinamismo della creazione artistica, il turismo si può programmare al fine di colmare quel divario tra potenzialità e realtà che fino a oggi ha caratterizzato la Calabria.

IX TRA IMMAGINE E REALTÀ

Medina Tursi Prato

1. L'attrattività del Mezzogiorno verso il mercato nazionale e internazionale

Dal punto di vista turistico, il divario tra quello che il Mezzogiorno d'Italia potrebbe essere e quello che effettivamente è, costituisce un noto campo d'indagine per Istituzioni e operatori del settore, da sempre alla ricerca delle cause che ne limiterebbero il potenziale sviluppo rispetto al Centro-Nord. Alla base c'è la storia di un Paese, caratterizzato da uno strutturale dualismo Nord-Sud, che ha collocato le regioni meridionali in una posizione subalterna, creando un divario, che negli anni si è andato ridimensionando, seppure in modo inferiore alle attese, ma non si è mai del tutto annullato. Tale *gap* appare ancora decisivo come limite, non solo all'aumento del movimento, ma anche rispetto a un innalzamento del livello qualitativo delle frequenze.

La cosiddetta *questione meridionale* è, dunque, ancora aperta, poiché le Istituzioni e le forze imprenditoriali e intellettuali non sono state capaci di rompere quell'equilibrio di sottoutilizzazione tipico dell'economia del Sud, di cui è prova inequivocabile la scarsa capacità di attrazione degli investimenti dall'esterno, in quanto le principali risorse, salvo qualche eccezione, sono tutte riconducibili a operatori locali. I problemi di immagine e alcune caratteristiche dell'ambiente economico hanno impedito la costituzione di un tessuto dinamicamente attivo in grado di operare nella prospettiva di un'economia globale; sono così rimaste, nel campo del comparto vacanziero, le diverse forme di "intermediazione impropria"[1].

Anche il turismo, quindi, per il quale il Mezzogiorno mostra

---

[1] P. Barucci, *Mezzogiorno e intermediazione "impropria"*, Collana Studi e Ricerche Svimez, Il Mulino, 2008.

un'evidente vocazione, deve fare i conti con i limiti storici e attuali di una realtà, che si traducono concretamente in una bassa densità turistica, in un basso tasso di utilizzazione delle strutture ricettive, nell'eccessiva stagionalità, nella ridotta capacità attrattiva del medio e lungo raggio e nella carenza di servizi, impedendo il conseguimento di adeguati risultati sotto il profilo economico.

I dati ISTAT confermano quanto espresso: nell'anno 2006 la quota del Mezzogiorno sul totale delle presenze straniere in Italia è del 13,6% e del 29,3% se si considerano le presenze straniere sul totale delle presenze (italiane e straniere) nell'area; percentuale, questa, che nel Centro - Nord sale, invece, al 46,1%. Ciò dimostra il basso appeal delle regioni meridionali verso il mercato estero. La situazione non migliora di molto se si considera anche il mercato nazionale, dove il Mezzogiorno detiene, nell'anno considerato, il 17,1% di quota di italiani residenti nelle altre regioni, che effettuano vacanze in questa zona. Le percentuali diventano significative solo se si guarda alla quota di residenti nel Sud sul totale delle presenze italiane nell'area e alla quota di meridionali che trascorrono le vacanze *in loco*, rispettivamente il 46,5% e il 50,6%. Da ciò si deduce una scarsa capacità di attrarre non solo i turisti stranieri, ma anche i turisti nazionali, dal momento che prevale soprattutto un turismo di prossimità, come peraltro evidenzia una recente ricerca sull'attrattività del Mezzogiorno[2], che dimostra come il Sud abbia un forte appeal prevalentemente per se stesso.

2. Immagine e competitività della Calabria nel mercato nazionale

Alla contrapposizione tra il Nord e il Sud d'Italia si aggiungono molteplici differenze di tipo territoriale. Ne consegue che anche il Mezzogiorno risulti caratterizzato, a livello turistico e non solo, da un variegato ventaglio regionale di opzioni, fra le quali la Calabria riesce a emergere

---

2 *"Attrattività e immagine turistica del Mezzogiorno"*, Ricerca a cura: Doxa, Mercury srl, Ciset, Touring Club Italiano, Roma, 2008, p.268-269.

con non poche difficoltà. Da qui l'esigenza di verificare l'attrattività della regione, al fine di rintracciare i punti di forza e di debolezza che pesano su questa destinazione, così da comprendere se l'immagine regionale rispecchi o meno la realtà dei fatti.

A tale proposito, di seguito, si propongono i risultati di un'indagine, realizzata nel corso del 2006, ma sempre molto attuale, condotta dalla Doxa, sull'attrattività turistica delle regioni del Mezzogiorno[3] rispetto al mercato nazionale, mediante un questionario semi-strutturato con metodo CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) a un campione di 1.100 individui adulti, rappresentativo della popolazione italiana. Gli indicatori definiti in base all'indagine sono stati riclassificati in quattro gruppi ed è stato rilevato anche un indicatore sintetico generale[4]. I quattro gruppi sono: *ruolo delle Istituzioni, competitività, tradizioni e modus vivendi e turismi come risorsa di base*. L'analisi di queste componenti è stata effettuata sia con riferimento all'intera area del Mezzogiorno, che alle singole regioni.

2.1. Il Ruolo delle Istituzioni

La politica messa in atto dalle Istituzioni è il primo condizionamento dello sviluppo turistico. Solo dove l'apparato amministrativo è forte e integrato con l'attività degli operatori, il settore può risultare vincente, non tanto e non solo esplicando il proprio ruolo in un'attività di promozione e commercializzazione del prodotto turistico, quanto piuttosto impegnandosi nel miglioramento della qualità e dell'accessibilità dei servizi per i cittadini (e dunque anche per i turisti), abbellendo le città e rendendole sicure, diversificando l'offerta culturale e rivitalizzando le zone di vacanza. Nell'indagine sono due le variabili prese in considerazione per sintetizzare tale ruolo: la sicurezza dei luoghi e del turista e l'informazione e i

---

[3] Ivi, p.270 e ss.

[4] La percentuale dell'indicatore sintetico è data dal totale delle risposte relative alle macro-aree.

servizi per i turisti[5].

Il tema della sicurezza è quanto mai attuale, abbracciando problematiche a vari livelli che vanno molto al di là di questo contesto, ma è considerato anche uno dei principali ostacoli allo sviluppo turistico, dal momento che se il turista non confida nella sicurezza di una zona, il più delle volte opta per altre destinazioni. In quanto luoghi sicuri, il Sud e le Isole vengono scelte dal minor numero di intervistati, il 13,4%, mentre il Centro dal 24,5%, il Nord-Est dal 38,4% e il Nord-Ovest dal 23,8%.

Anche sul fronte delle informazioni e dei servizi per i turisti, la situazione per il Mezzogiorno non migliora, concentrandosi in questa tematica una serie di noti deficit riconducibili variamente alla mancanza di adeguati uffici informativi, alla scarsa intermodalità dei trasporti e alla gestione stessa degli esercizi ricettivi. E' ancora il Nord-Est a emergere maggiormente dall'indagine con una percentuale di scelta del 39,2%, rispetto al 17,4% che invece opta per il Sud e le Isole.

Il ruolo delle Istituzioni è senza dubbio un punto critico anche per l'immagine della Calabria. La regione occupa, in tema di sicurezza, la quindicesima posizione su 20 regioni oggetto dell'indagine Doxa, con al primo posto il Trentino Alto Adige e all'ultimo il Molise. Tra le regioni meridionali, la Calabria è al quarto posto, superata in ordine dalla Sardegna, dalla Puglia e dalla Sicilia, e seguita invece dalla Campania, dalla Basilicata, dall'Abruzzo e dal Molise. Per ciò che riguarda, invece, le informazioni e i servizi ai turisti, la regione è la tredicesima in Italia e ancora la quarta nel Mezzogiorno. Si tratta, dunque, di due fattori che condizionano negativamente lo sviluppo turistico, superabili solo mediante una rivisitazione degli aspetti organizzativi vigenti.

---

[5] "Il ruolo delle Istituzioni" contiene la sintesi delle risposte sulla qualità ed efficienza delle infrastrutture, ma anche sulla professionalità e organizzazione degli enti di promozione e informazione turistica, pertanto il risultato può apparire in alcuni casi forzato.

2.2. La Competitività

La competitività viene analizzata da tre punti di vista: la convenienza dei prezzi, la qualità delle infrastrutture e la qualità delle strutture ricettive.

La "vacanza economica" è una prerogativa del Sud secondo l'opinione del 51,4% degli italiani intervistati, presentando prezzi più convenienti di altre destinazioni, sia in termini di costo dei pernottamenti che dei servizi, a esclusione di alcune punte di eccellenza, come ad esempio Capri. Più caro il Nord-Ovest, ritenuto conveniente solo dal 3,1%. Il giudizio diventa negativo sia se si considerano le infrastrutture, che gli esercizi ricettivi. Solo il 7,4% degli intervistati, infatti, sceglie il Sud per la qualità delle infrastrutture e il 19,9% per quella delle strutture ricettive. Prevale, dunque, un'opinione complessivamente severa, soprattutto quando si tocca il tema dei trasporti, infatti è il 39,7% a scegliere il Nord-Ovest.

La Calabria è una delle più convenienti regioni italiane in cui trascorrere le proprie vacanze, tant'è che si colloca al secondo posto, subito dopo l'Emilia Romagna. I prezzi contenuti, però, diventano un differenziale positivo solo nel momento in cui si accompagnano anche alla qualità perché è soprattutto questa a far ritornare il turista. Infrastrutture ed esercizi ricettivi fanno invece recedere la regione, che diventa rispettivamente diciassettesima e quattordicesima in Italia, mentre è l'Emilia-Romagna a mantenere una coerenza competitiva, occupando la prima posizione sia nel caso della convenienza dei prezzi, che in quello della qualità delle strutture ricettive e la seconda per le infrastrutture.

2.3. Le Tradizioni e il Modus Vivendi

Tradizioni e stile di vita italiano costituiscono da sempre una fonte di attrazione turistica. L'indagine ne analizza sia l'aspetto propriamente culinario, gastronomia e vini, sia quello comportamentale, accoglienza e

simpatia, che il generico *modus vivendi*[6].

L'identità locale è considerata una caratteristica positiva soprattutto del Mezzogiorno. Il 54,6% degli intervistati, infatti, lo preferisce al Centro-Nord per accoglienza e simpatia , il 42,8% per la gastronomia e i vini e il 34,2% per lo stile di vita.

Non delude neanche la Calabria, posizionandosi, in tutti e tre gli aspetti, nelle prime dieci posizioni: sesta per cucina e accoglienza e decima per *modus vivendi*.

Se la regione è ben vista dall'esterno per la tradizione locale, come dicono i dati, sarebbe opportuno fare maggiore leva su questo aspetto, dal momento che ne potrebbe derivare diversi vantaggi competitivi, soprattutto nel contesto di un mercato sempre più orientato verso forme di cd. "turismo lento", caratterizzato dal semplice, ma indispensabile piacere di vivere la vacanza nella dimensione della lentezza, a contatto con l'identità locale.

2.4. I Turismi come risorsa di base

Le risorse turistiche di base di un territorio sono considerate: il mare, la montagna, le città e le diverse e integrate opzioni di soggiorno.

Scelto dall'85,2% degli intervistati, è il Sud a detenere in Italia l'indiscusso primato della componente balneare, a conferma che sia proprio il mare il motivo principale che spinge i turisti a trascorrere le proprie vacanze in quest'area. Per ciò che attiene alle altre risorse, invece, il Mezzogiorno stenta ad affermarsi, soprattutto nel caso del turismo montano, che vede in prima linea il Nord, complessivamente indicato dal 90,6% degli intervistati. La presenza di città interessanti premia il Centro che si qualifica come area principale, con il 73,1% di scelta, seguito dal Sud con il 15,6% e dal Nord con l'11,3%. Per la presenza di diverse e integrate opzioni di soggiorno il Sud viene indicato dal 24,8%.

---

[6] *Modus vivendi* in questo contesto viene inteso come stile di vita (life style).

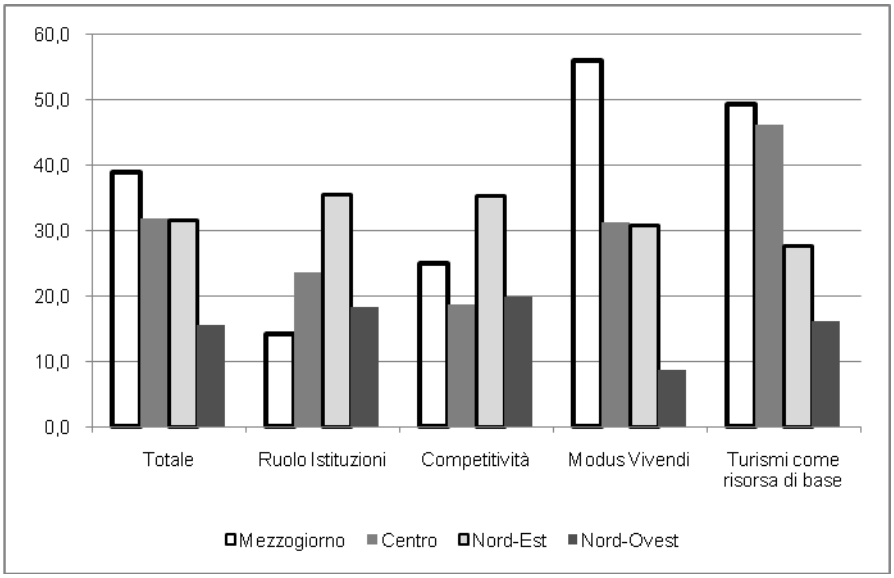
La Calabria dispone di un territorio naturale variegato, seppure continui a essere vista soprattutto come regione a vocazione balneare. Le risposte raccolte nell'indagine, infatti, la collocano al terzo posto per il mare e le coste, subito dopo la Sardegna e la Sicilia, mentre è nona per la montagna, undicesima per le città di richiamo e infine nona per la pluralità delle opzioni presenti.

Da ciò si deduce la necessità di valorizzare anche le altre risorse, non riducendo il peso del mare, ma semplicemente affiancando a esso un incremento maggiore delle altre tipologie di turismo.

2.5. Indicatori di sintesi

A conclusione dell'indagine sul mercato nazionale sono stati individuati degli indicatori sintetici, che riassumono il complesso delle risposte date (domande a risposta multipla).

Graf.1. Indicatori per il posizionamento dell'immagine delle macroaree. Valori in %.



Fonte: Elaborazioni Mercury su dati Doxa

Il Mezzogiorno raggiunge complessivamente il 39% dei consensi, seguito dal Centro con il 31,8%, dal Nord-Est con il 31,6% e infine dal

Nord-Ovest con il 15,5%. L'immagine del Sud è, dunque, positiva secondo l'opinione degli italiani intervistati, soprattutto per il modus vivendi e il turismo balneare, trattandosi di un'area quasi prevalentemente riconosciuta per il proprio mare e le coste. La competitività è vista, poi, in termini di convenienza, anche se il rapporto qualità/prezzo è più sbilanciato verso la componente prezzo. Resta un punto negativo il ruolo delle Istituzioni, in cui il Nord-Est supera tutte le altre aree.

Entrando nel dettaglio, è la Toscana la regione con l'indicatore sintetico più alto, il 19,1%, seguita dall'Emilia-Romagna, con il 14,7%, e la Sicilia, con l'11,6%.

Tab.1. Indicatori per il posizionamento dell'immagine delle regioni. Valori in %.

Regioni	Totale	Ruolo Istituzioni	Competitività	Modus Vivendi	Turismi come risorsa di base
Toscana	19,1	13,1	9,3	19,1	29,6
Emilia R.	14,7	16,7	22,4	20,1	3,9
Sicilia	11,6	3	5,9	17,2	16
Trentino A.A.	10,7	12,4	7	5,5	16,4
Lazio	8	5,8	6,2	6	12
Sardegna	7,4	4	3,6	6,4	12,8
Puglia	7	2,8	5,6	11,8	6,5
Lombardia	6,3	8	13,3	2,8	2,9
Calabria	5,5	1,8	5,3	6,5	6,8
Campania	5,5	1,6	3	11,5	4,8
Veneto	4,8	5,1	4,8	3,4	5,8
Valle d'Aosta	3,4	3,2	1,1	1,2	6,7
Umbria	3,2	3,2	1,8	3,8	3,7
Liguria	3,1	4,8	2,7	1,7	3,5
Piemonte	2,8	2,1	2,7	3	3
Marche	1,5	1,4	1,3	2,4	1
Abruzzo	1,4	0,3	1,2	1,7	1,8
Friuli V.G.	1,4	1,2	1,1	1,9	1,5
Basilicata	0,4	0,3	0,3	0,6	0,4
Molise	0,2	0,1	0,2	0,3	0,2

Fonte: Elaborazioni Mercury su dati Doxa

Nelle prime dieci posizioni si ritrovano ben cinque regioni meridionali, che in ordine decrescente sono: la Sicilia, la Sardegna, la Puglia, la

Calabria e la Campania con uguale indicatore.

In fatto di appeal verso il mercato domestico, la Calabria si colloca nona. I consensi dati le attribuiscono, quindi, un'immagine complessivamente positiva, seppure con riscontri meno evidenti di quelli della Toscana, dell'Emilia-Romagna, della Sicilia e del Trentino Alto-Adige. La regione è associata dagli italiani alla possibilità di gustare i sapori delle diverse tradizioni locali, nelle quali la buona cucina e il buon vino fanno da protagonisti, insieme alla simpatia e al senso di accoglienza degli abitanti. Ma sono soprattutto le spiagge e il mare a farne una meta di destinazione turistica, seppure ad appannaggio di altre risorse. A ciò si aggiungono i prezzi competitivi, non sempre accompagnati, però, da una forte qualità. Anche per la Calabria è il ruolo delle Istituzioni la carenza più significativa, insieme alla qualità delle infrastrutture e degli esercizi ricettivi.

La realtà dei fatti mostra, però, una regione che consegue risultati molto meno significativi di quelli che potrebbero derivare da un pieno sfruttamento delle proprie risorse e delle proprie potenzialità. Ecco perché è il caso di dire che l'immagine supera la realtà.

3. L'appeal della Calabria verso il mercato internazionale

In modo complementare a quanto esposto, si propongono anche i risultati di un'altra indagine svolta nel corso del 2006, questa volta sulla popolazione straniera, attraverso 5.000 interviste, con l'obiettivo: di delineare immagine e notorietà dell'Italia e soprattutto del Mezzogiorno[7], di tracciarne il posizionamento rispetto agli altri concorrenti del bacino mediterraneo e di individuare le mete regionali più "attraenti" per gli stranieri. Cinque sono stati i Paesi esteri interessati: Francia, Germania e Gran Bretagna per l'Europa, Giappone e Stati Uniti per l'ambito extraeuropeo.

Quasi la metà degli intervistati ha dichiarato di aver sentito parlare

---

[7] *"Attrattività e immagine turistica del Mezzogiorno"*, Ricerca a cura: Doxa, Mercury srl, Ciset, Touring Club Italiano, op. cit., p.285 e ss.

dell'Italia recentemente attraverso i mezzi di informazione o i rapporti personali e familiari, soprattutto in relazione alla politica, ai luoghi di vacanza, allo sport e al buon cibo. Le caratteristiche associate al Paese sono varie: positivi i giudizi su cultura, arte, paesaggio, natura, cucina, vini e Italia come luogo di vacanza; un po' meno quelli su sicurezza, fiducia e rapporto qualità - prezzo di alcuni servizi turistici. In ogni caso, l'opinione migliora a seguito di un'esperienza diretta, così come cresce la valutazione complessiva dell'Italia come meta "ideale". Il Paese viene associato spesso a diverse località, le prime tre in classifica sono: Roma, Venezia e Milano, mentre se la domanda riguarda la destinazione dell'ultimo viaggio fatto, l'ordine vede al primo posto il Veneto, seguito da Lazio e Toscana.

La gran parte degli intervistati ha mostrato di conoscere anche il Mezzogiorno, facendo emergere in particolare la notorietà della Sicilia, della Sardegna e della Campania e associandolo il più delle volte ai prodotti locali, alla gastronomia, al clima, alla cultura e al mare.

Per quanto riguarda la Calabria, il 43% degli intervistati ha dichiarato di conoscerla, almeno di nome, ma solo l'1% di esserci stato in occasione dell'ultimo viaggio in Italia. In particolare, è maggiore la conoscenza e/o l'esperienza diretta in questa regione da parte di francesi e tedeschi, mentre è ridotta quella dei giapponesi. Sono i sapori locali e il mare, infine, le caratteristiche maggiormente riconosciute alla Calabria. L'appeal della regione verso il mercato estero è, dunque, ridotto, limitandosi ai Paesi più vicini, come la Germania e la Francia, che sono di fatto i luoghi di maggiore provenienza degli arrivi stranieri.

Nel confronto con dieci Paesi del Mediterraneo considerati[8], gli intervistati dicono di conoscere meglio: la Francia (67%), la Spagna (59%), l'Italia (52%) e la Grecia (47%). L'Italia si trova al primo posto per ciò che riguarda: la cucina, l'arte, la natura, l'accoglienza degli abitanti,

---

[8] Croazia, Francia, Grecia, Italia, Portogallo, Spagna, Turchia, Marocco, Tunisia e Egitto.

le tradizioni locali e il mare, mentre è preceduta dalla Francia per: ordine e pulizia, sicurezza dei turisti e qualità degli alberghi, e dalla Spagna: per i prezzi, il costo della vita e la possibilità di divertimenti e svago.

La Calabria, nonostante ritrovi nel turismo balneare il suo maggiore punto di forza, non riesce a competere con Paesi, come la Spagna e la Croazia, anche se è in grado di offrire ai turisti un insieme variegato di risorse, né riesce ad affiancare al turismo estivo, un turismo primaverile e autunnale, sfruttando le risorse culturali, come accade in Spagna[9]. I prezzi, inoltre, pur convenienti, lo sono meno di quelli di altre destinazioni mediterranee della Riva Sud.

4. L'atteggiamento dei Tour Operator nazionali ed esteri

Di grande rilievo per la valutazione dell'immagine turistica della regione è cosa "pensano" gli operatori specializzati nella creazione delle vacanze, ovvero i tour operator, che hanno organizzato soggiorni in Italia.

La Doxa ha svolto un'apposita indagine di campo nel corso del 2006, ripetendola anche l'anno successivo. Di seguito si propongono i risultati dell'indagine "madre" e le novità emerse nel 2007[10]. L'universo di riferimento è stato rappresentato, in particolare, da dieci tour operator italiani e 55 stranieri[11].

Circa la metà dei T.O. esteri ha dichiarato che la destinazione Italia copre almeno un quarto di tutta l'attività dell'azienda, mentre per quelli italiani pesa solo per il 21% dell'attività. Mete concorrenti all'Italia sono soprattutto: la Spagna, la Grecia, la Francia del Sud e l'Egitto.

Nella quasi totalità dei casi, gli intervistati offrono anche viaggi

---

[9] Rapporto sul Turismo in Calabria 2008, p. 67.

[10] *"Attrattività e immagine turistica del Mezzogiorno"*, Ricerca a cura: Doxa, Mercury srl, Ciset, Touring Club Italiano, op. cit., p. 302 e ss.

[11] Degli stranieri: 39 sono stati i tour operator intervistati in quattro Paesi europei (Francia, Germania, Gran Bretagna e Russia) e 16 in due Paesi extraeuropei (Stati Uniti e Giappone). Nel 2007, invece, nove sono state le interviste fatte ai tour operator italiani e 52 a quelli stranieri provenienti dai medesimi Paesi esteri.

nell'Italia del Sud e delle Isole.

I T.O. nazionali organizzano viaggi soprattutto in Sicilia, in Sardegna e in Puglia, tre hanno anche indicato la Calabria e due la Campania: la metà di questi ha altresì dichiarato negli ultimi due anni un incremento del peso di queste destinazioni, altrettanti una sostanziale stabilità o quasi.

La principale motivazione al viaggio per questi operatori è rappresentata dal turismo balneare, associato prevalentemente alla proposta di pacchetti individuali, con formula soggiorno + aereo o soggiorno con auto privata (o noleggiata) o ancora soggiorno con traghetto, tutti caratterizzati da una durata media di una settimana e da un prezzo medio di 815 euro.

I T.O. stranieri sono orientati più verso alcune zone della Campania, come la Costiera Amalfitana, e la Sicilia, dichiarando, il 51% di essi, una maggiore rilevanza negli ultimi anni di queste mete turistiche.

Quasi la metà vende per il Sud soprattutto viaggi incentrati sulla cultura, un quarto soggiorni balneari e un quarto altri prodotti, come ad esempio viaggi di turismo religioso o termale, con la prevalente offerta di pacchetti individuali o di gruppo e con le ricorrenti formule soggiorno + aereo e soggiorno + pullman.

La durata media dei viaggi è sempre intorno alla settimana, anche se sono in aumento i soggiorno brevi, con un prezzo medio di 1.197 euro.

Complessivamente, i giudizi sulla destinazione Sud sono positivi, seppure più contenuti quelli dei T.O. nazionali. Rispetto alle altre destinazioni del Mediterraneo, sono emersi una serie di punti di forza e di debolezza del Mezzogiorno, che in ordine di rilevanza sono i seguenti:

Punti di forza:

- Bellezze naturali;
- Mare e coste;
- Cucina e vini;

- Clima;
- Patrimonio artistico;
- Ospitalità degli abitanti.

Punti di debolezza:

- Scarsa igiene urbana;
- Mancanza di collaborazione con gli operatori turistici locali;
- Microcriminalità e problemi di sicurezza interna;
- Costi strutture ricettive e servizi in rapporto alla qualità;
- Scarsa qualità delle strutture e dei servizi turistici;
- Carenza informazioni turistiche.

Secondo gli intervistati, sia il settore pubblico (regioni, comuni, ecc…) che quello privato (associazioni di categoria e imprenditori) possono fare molto per promuovere le regioni meridionali, ognuno secondo la propria competenza attraverso: una maggiore comunicazione all'estero, migliorando le strutture ricettive, investendo in internet, elevando la qualità delle infrastrutture, creando cataloghi turistici, ecc…

Ben auguranti le previsioni per il futuro: i T.O., infatti, ipotizzano un incremento della domanda di viaggi in questa destinazione turistica, soprattutto per ciò che riguarda soggiorni su misura e formule *all inclusive*.

Nell'indagine del 2007, i cui risultati non discostano di molto da quelli appena illustrati, sono emerse previsioni ancora più positive, associate a un atteggiamento generalmente più favorevole verso l'Italia, considerata nel sul complesso.

5. Alcune considerazioni di sintesi

L'immagine della Calabria è fortemente legata al mare: lo dicono gli italiani e gli stranieri intervistati, i tour operator e, come emerge anche da questo "Rapporto", i dati statistici degli arrivi e delle presenze. L'investimento nel turismo balneare deve, quindi, continuare ed essere ancora più intenso, dal momento che il segmento risulta molto carente in relazione ai servizi turistici da spiaggia, come la pesca - turismo,

l'animazione, l'affitto di barche, il diving, etc., iniziative la cui realizzazione, già effettiva in altre realtà[12], presuppone l'impiego di piccoli capitali, a fronte di una possibile ricaduta occupazionale.

Considerato, inoltre, il ricco patrimonio ambientale e culturale, il potenziale della Calabria non si può ridurre all'utilizzazione di questa sola risorsa naturale! In particolare la presenza di tre parchi nazionali di grande qualità non trova un riscontro simile nelle altre regioni e numerose sono le cittadine e i borghi storici, anche all'interno o in prossimità dei parchi, che potrebbero essere valorizzati con itinerari ad hoc fondati anche sulle tipicità gastronomiche. A ciò si aggiunge la ricchezza in chiave artistica e culturale, che trova espressione in alcune città, come Reggio Calabria e Cosenza.

Il turismo balneare deve, dunque, accompagnarsi alla diversificazione dell'offerta turistica, nel tentativo di valorizzare interessanti segmenti di richiamo che già cominciano a essere presenti, insieme ad altre nicchie di carattere naturalistico - ambientale.

Dalle indagini emergono alcune linee strategiche da perseguire: la costruzione di un'immagine enogastronomica della regione, l'individuazione di alcuni settori, per ora quasi completamente assenti, come il turismo congressuale, e la promozione delle caratteristiche paesaggistiche del turismo montano e ambientale, sia estivo, sia invernale. E', inoltre, fondamentale l'intervento pubblico per il miglioramento delle infrastrutture, quale condizionamento negativo, trasversale a tutto il comparto turistico regionale. Tuttavia, il conseguimento di un elevato grado di qualità necessita anche e soprattutto di interventi di più semplice e immediata attuazione, finalizzati a una maggiore qualificazione degli operatori locali, alla formazione di figure professionali "di supporto"[13] e alla conoscenza diffusa delle lingue straniere.

---

[12] Ad esempio la Croazia.

[13] Operatori dei Servizi Turistici di Accoglienza.

Ovviamente tali ipotesi si potranno realizzare quanto più la percezione della regione sarà complessivamente positiva.

I limiti, dunque, possono e devono essere superati, al fine di vivere la realtà della Calabria e dei suoi turismi in modo esperienziale, esaltando le condizioni di qualità, e contribuendo a migliorarne, secondo un processo di feedback, la stessa immagine.

X L'OPINIONE DEI TURISTI

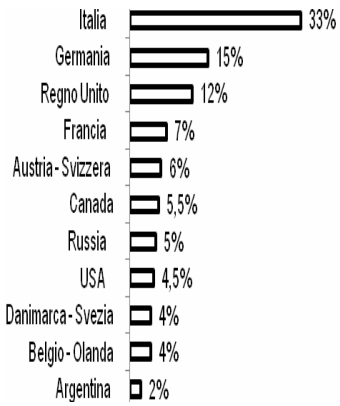
Ufficio Informazioni e Accoglienza Turistica Aeroporto Internazionale di Lamezia Terme

Nell'agosto 2005, grazie all'iniziativa di alcuni Enti Pubblici è nato, all'interno dell'Aeroporto Internazionale di Lamezia Terme, un ufficio I.A.T. allo scopo di migliorare la qualità dei servizi (dall'accoglienza all'informazione turistica) da offrire ai visitatori in arrivo. Quest'anno, tra le tante iniziative, e per valutare il grado di soddisfazione dei visitatori che hanno scelto la Calabria come meta per le loro vacanze, è stata effettuata un'indagine somministrando un questionario a un campione di passeggeri in partenza dall'aeroporto, nel periodo tra maggio e ottobre del 2008 (stagione charteristica). Gli intervistati sono distribuiti quasi equamente tra uomini e donne. Il 65% di essi viaggia in gruppo, mentre il 35% con la famiglia o con gli amici. Il 55% è adulto, il 23% senior e il 14% giovane. Il 29% lavora in proprio, il 27% è in pensione e il 24% ha un lavoro dipendente. Di seguito si presentano i risultati dei 4.000 questionari ritenuti validi.

1. I risultati

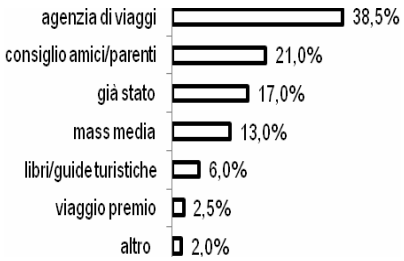
Il 33% degli intervistati proviene da altre regioni italiane, mentre per quanto riguarda la componente straniera si registra una prevalenza di visitatori provenienti dalla Germania (15%), dal Regno Unito (12%) e dalla Francia (7%). Seguono austriaci, svizzeri, canadesi e russi con percentuali minori. Inoltre il 58% degli intervistati visitava la Calabria per la prima volta. La scelta della destinazione del viaggio è stata compiuta dal 38,5% degli intervistati con la consulenza dell'agenzia di viaggio, nel 21% dei casi è stata suggerita da parenti e amici, mentre c'è un 17% rappresentato da coloro che conservavano un piacevole ricordo di una visita precedente. Mass media, guide turistiche e viaggi premio hanno invece un peso minore nell'organizzazione del viaggio.

Graf.1. Descrizione del campione degli intervistati

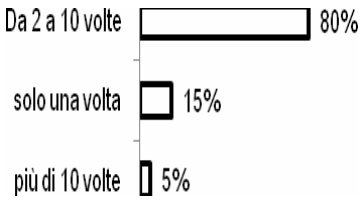


Graf.2. Tipologia della vacanza scelta

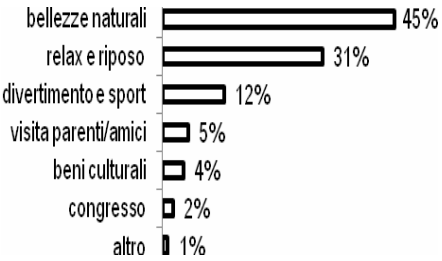
Graf.3. L'organizzazione del viaggio



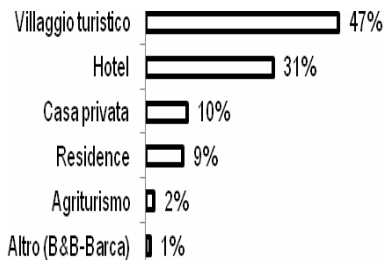
Graf.4. Frequenza della visita



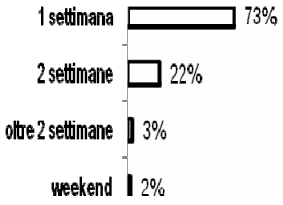
Graf.5. Motivazione principale del viaggio



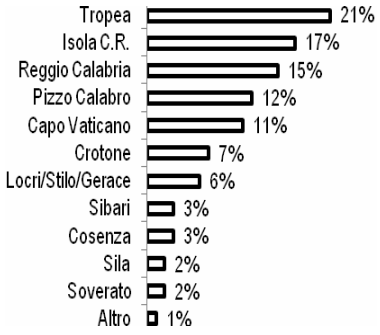
Graf.6. Alloggio scelto dagli intervistati per trascorrere la vacanza



Graf.7. Durata della vacanza



Graf.8. Località scelta dal turista per trascorrere la vacanza



Tab.1. Giudizio dato alla vacanza: dalle risorse naturali al rapporto qualità - prezzo

Offerta	Non so	Mediocre	Insufficiente	Sufficiente	Buono	Eccellente
Risorse naturali	1,0	1,0	1,0	12,0	62,0	23,0
Patrimonio culturale	8,0	4,0	1,0	32,0	48,0	7,0
Qualità strutture ricettive	3,0	10,0	4,0	31,0	44,0	8,0
Ospitalità dei calabresi	4,0	1,0	1,0	20,0	50,0	24,0
Sistema dei trasporti	24,0	11,0	10,0	32,0	20,0	3,0
Enogastronomia	4,0	3,0	4,0	21,0	46,0	22,0
Attività ricreative	25,0	4,0	6,0	30,0	33,0	2,0
Wellness e relax	53,0	1,0	2,0	28,0	13,0	3,0
Organizzazione congressi	74,0	1,0	0,5	12,0	12,0	0,5
Rapporto Qualità-Prezzo	1,0	2,0	4,0	33,0	55,0	5,0

L'80% è tornato tra le 2 e le 10 volte a conferma che l'esperienza della visita viene rivissuta volentieri.

La formula "tutto organizzato" resta la più gradita dai vacanzieri, infatti oltre la metà degli intervistati (53%) sceglie il viaggio "all inclusive", mentre il 45% mantiene la più "antica" formula della vacanza "fai da te".

I motivi che spingono gli intervistati alla visita sono soprattutto legati alle bellezze naturali e paesaggistiche, che si confermano l'attrattiva principale (45%). Il 31% la considera una meta di relax e di riposo e ciò contribuisce all'immagine della regione come destinazione "autentica".

La maggior parte degli intervistati (47%) sceglie il villaggio turistico,

mentre il 31% preferisce soggiornare in albergo-hotel. Il 10% utilizza l'abitazione privata di proprietà o di parenti e amici.

Il 73% ha soggiornato in Calabria per una settimana, il 22% per due settimane, il 3% oltre le due settimane e solo il 2% ha scelto di restare per il weekend.

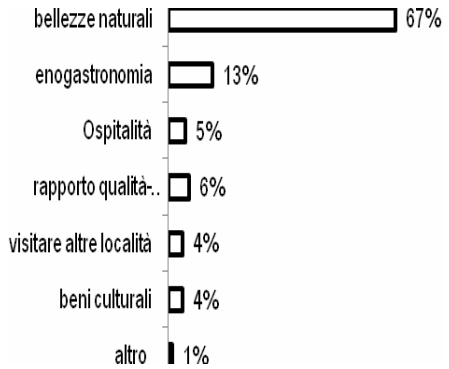
La località maggiormente visitata dagli intervistati (21%) è Tropea, seguita da Isola Capo Rizzuto (Le Castella) con il 17% e da Reggio Calabria con il 15%.

Meritano comunque di essere citate destinazioni con più basse percentuali ma estremamente significative quali Pizzo Calabro, Capo Vaticano, Crotone, Locri-Stilo-Gerace, Cosenza, Sibari, Soverato e la Sila.

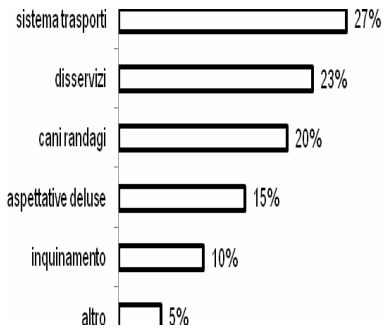
Si è chiesto agli intervistati di esprimere un giudizio sulla "qualità complessiva" della vacanza tenendo in considerazione una serie di elementi, dalle risorse naturali e culturali, alla gastronomia, al sistema dei trasporti fino ad arrivare alle attività ricreative.

La quasi totalità esprime un giudizio positivo sulle risorse naturali, la varietà del patrimonio culturale, la qualità delle strutture ricettive, l'ospitalità dei calabresi, l'enogastronomia e il rapporto qualità-prezzo (55%).

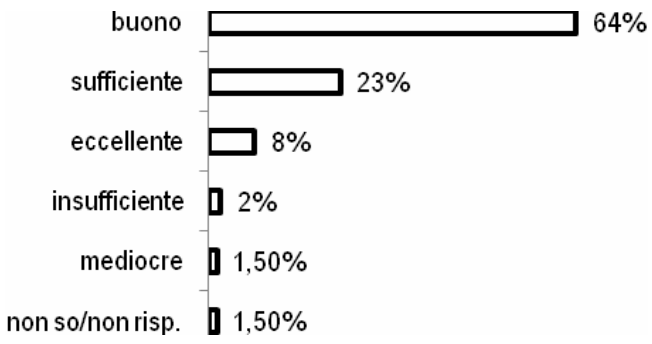
Graf.9. Aspetti positivi della vacanza



Graf.10. Aspetti negativi della vacanza



Graf.11. Giudizio complessivo sulla vacanza



Il sistema dei trasporti viene considerato positivo da circa il 50% degli intervistati e negativo dal 21%. Il 24% non ha elementi per dare una risposta.

L'86% degli intervistati ha espresso il desiderio di ritornare in Calabria, mentre il 13% non ci tornerebbe più.

Gli aspetti positivi che spingono a voler tornare sono: per il 67% degli intervistati le bellezze naturali; l'enogastronomia per il 13% e per il 6% il rapporto qualità - prezzo. Seguono la proverbiale ospitalità dei calabresi e il patrimonio culturale.

Per quanto riguarda i disagi e quindi le eventuali motivazioni che spingono gli intervistati a non ritornare più in Calabria, si segnalano: il sistema dei trasporti insufficiente, i cani randagi, le aspettative deluse e alcuni disservizi come la scarsa segnaletica stradale.

Complessivamente il 64% del campione giudica buono il soggiorno trascorso in Calabria, ma solo l'8% lo giudica eccellente.

2. Alcune Considerazioni

La considerazione della Calabria come territorio naturale, autentico e incontaminato resta consolidata nell'opinione dei turisti intervistati. Se l'86% di essi dichiara di voler ritornare e il 64% esprime un giudizio complessivamente positivo sull'esperienza vissuta, vuol dire che la re-

gione ha degli indiscutibili punti di forza, che continuano a esercitare un'attrazione nell'immaginario collettivo. Eppure il gradimento di mercato verso la Calabria suggerisce ancora l'idea di una destinazione che non soddisfa del tutto le aspettative e che non utilizza al massimo il suo potenziale. La regione, infatti, non ha solo un bel mare, che continua a rappresentare la motivazione principale della scelta del turista, ma dispone anche di altre risorse naturali, culturali, enogastronomiche, etc… che potrebbero, se meglio valorizzate, innalzare la capacità attrattiva e contenere l'eccessiva stagionalità. A impedirlo pienamente sono i limiti strutturali e infrastrutturali del territorio e la carenza di alcuni servizi, che uniti al divario tra ospitalità e professionalità e tra prezzo e qualità costituiscono un argine al decollo del turismo. La Calabria, infatti, è giudicata eccellente solo dall'8% degli intervistati. Innalzare questa percentuale diventa un obiettivo primario, raggiungibile solo attraverso il miglioramento e la qualificazione territoriale. Istituzioni e operatori del settore sono chiamati a intervenire concretamente per incrementare la crescita del settore turistico, volano dell'intero sviluppo economico regionale. La sfida di mercato nazionale e internazionale non vede ancora la partecipazione in primo piano della Calabria, ma il futuro potrebbe riservare delle novità positive, laddove l'impegno per conseguire tale livello sarà intenso e costante.

XI CALABRIA VISION 2020

Emilio Becheri

1. Vision 2020: come cambia il turismo

Negli ultimi venti anni le attività turistiche hanno visto grandi cambiamenti non sempre percepiti dall'opinione pubblica e, anche, dagli stessi operatori del comparto.

Ad inizio degli anni novanta il mercato del turismo non era molto diverso da quello di venti anni prima anche se era considerevolmente aumentato il numero dei fruitori, se molti effettuavano già più periodi di vacanza nello stesso anno, se stava notevolmente aumentando il movimento degli italiani all'estero, se punto di forza dell'immagine Italia erano l'arte e la cultura, anche se nei numeri era nettamente prevalente la domanda di soggiorni balneari.

A un più ampio livello economico e sociale, guardando quegli anni e confrontandoli con la situazione di oggi, si ha la sensazione del grande cambio di velocità che si è verificato nei comportamenti, dei quali il turismo è parte essenziale sia come causa che come effetto. Si è in presenza di un nuovo paradigma di riferimento con scale di valori assai diverse, meno ideologiche e più orientate al vissuto esperenziale.

In prospettiva la scelta di compiere l'analisi con riferimento a un lungo periodo storico consente di valutare l'evoluzione e i cambiamenti che si verificheranno fino all'anno 2014 e poi fino al 2020, così come in retrospettiva l'analisi degli ultimi venti anni, fino ad oggi, consente di valutare i grandi cambiamenti che si sono realizzati, causando una vera e propria rivoluzione nell'approccio ai problemi del turismo. Basti pensare a come sono apparse e si sono imposte nuove tipologie di ricettività che prima non erano presenti, quali gli agriturismi, i *B&B*, le residenze ed ancora gli alloggi legati alla nautica da diporto, le camere a gestione alberghiera (in certi periodi dell'anno) che diventano appartamenti (in altri

periodi). Tutto ciò considerando anche la tendenza attuale verso forme di ricettività che si pongono come low cost, sia all'interno dei pacchetti di offerta, sia come turismo indipendente.

Analogamente anche nel campo della gestione delle attività museali sono stati realizzati grandi e decisivi cambiamenti che hanno maggiormente orientato le strutture al mercato, a partire dalla Legge Ronchey del 1993, con la quale si abbandona la concezione esclusivamente conservativa delle attività museali. Il comparto dei beni e delle attività culturali è in piena evoluzione, caratterizzato da un numero sempre maggiore di iniziative, distinte fra visual art e perfoming art, tendenti a valorizzare anche le città minori. In tal senso alcune mostre e alcune località hanno assunto un valore emblematico e possono essere considerate best practices alle quali fare riferimento.

Ovviamente i grandi cambiamenti dell'ultimo ventennio, in buona parte dovuti alla diffusione di internet e della sua implicita logica relazionale, hanno ridefinito anche il ruolo delle destinazioni, per le quali la principale componente, una volta quasi monotematica, è associata a una serie di altre opzioni complementari che identificano e caratterizzano il prodotto in termini di identità locale, a partire dall'enogastronomia, per passare alla moda e alle altre attività, da considerare sempre più in chiave di comarketing. In altre parole le destinazioni turistiche sono sempre più una realtà complessa costituita da un insieme di attività che si sovrappongono, si intersecano e talvolta si oppongono fra loro.

Sugli attuali assetti del mercato hanno inciso in modo determinante, così come si verificherà anche per il futuro, i mutamenti di politica internazionale consentendo di acquisire come *new comers*, alcuni grandi paesi origine-destinazione dei flussi.

Inoltre mentre fino a metà degli anni novanta il confronto avveniva prevalentemente fra paesi, oggi da un lato si considerano le macroaree e dall'altro le singole regioni a prescindere dal paese di appartenenza.

Da un punto di vista soggettivo non esiste più il turista, ma un potenziale cliente che spesso si mette un "cappello" diverso a seconda del

tipo di turismo praticato, comportandosi in certi casi secondo la logica del mass market, in altri assumendo un atteggiamento élitario. Inoltre è rilevante la presenza di un mercato marginale al limite del fare o non fare vacanza, che risente in modo immediato dell'andamento dell'economia locale.

Un esempio tipico del cambiamento di paradigma che si è verificato è proprio dato dalla evoluzione della concezione di vacanze marine. Fino a tutti gli anni ottanta si parlava di turismo balneare in modo abbastanza monolitico, mentre oggi si parla di numerosi turismi del mare, con propri autonomi mercati che seguono diverse linee di comportamento e di sviluppo: soggiorni tradizionali, nautica da diporto, charter nautico, pesca subacquea, crociere ecc. Negli ultimi anni, ad esempio, mentre si sono sviluppate tutte le altre fruizioni del mare, i soggiorni tradizionali hanno incontrato qualche difficoltà a reggere il mercato, in particolare per la concorrenza degli altri paesi mediterranei.

Ovviamente per lo sviluppo turistico delle regioni e delle singole destinazioni assume grande rilevanza il ruolo delle infrastrutture, ma vi deve essere la consapevolezza che più strade e più collegamenti non significano automaticamente più turismo.

Anche l'organizzazione territoriale e il rapporto di integrazione e di concorrenza fra le varie destinazioni di una stessa regione assumono una grande rilevanza strategica in funzione della organizzazione dei servizi, con aggregazioni determinate dal mercato che prevalgono su quelle adottate dalle istituzioni.

Per avviare e orientare un processo di sviluppo è necessario disporre di una organizzazione funzionale ad hoc, per cui assume una grande rilevanza il riassetto che, nel caso specifico della Calabria, nascerà dalla riorganizzazione in atto, rispetto alla quale sembra opportuno precisare la fondamentale distinzione fra la predisposizione dei servizi necessari al soggiorno del cliente in rapporto alle diverse esigenze dei diversi turismi, e i servizi di promozione e commercializzazione che debbono essere gestiti in modo coordinato e a un certo livello dimensionale per potere

essere efficaci.

In realtà negli ultimi anni si è accentuata la separazione fra mercato reale degli operatori e quello immaginario delle istituzioni. A tal proposito sembra opportuno il riferimento ad una riflessione sviluppata nelle conclusioni del XIV e portata avanti in quelle del XV Rapporto sul turismo italiano (2006), nella quale si notava che nel campo del turismo l'azione degli enti locali (ai vari livelli) "opera spesso con riferimento ad un mercato immaginario che come tale non esiste e, quindi, non può essere verificato e confutato, mentre gli operatori locali devono fare i conti con la realtà di un mercato in continuo cambiamento che pretende rapidità delle decisioni e strumenti di monitoraggio in tempo reale ed in grado di valutare le molte dimensioni del fenomeno. Di fatto con il passare degli anni si è determinato uno stacco sempre più evidente fra istituzioni e imprese.

Il recupero di questo gap può essere uno dei principali obiettivi delle Linee strategiche per il futuro.

2. La Calabria nel contesto evolutivo

2.1 Il mercato degli affari e quello delle vacanze

La Calabria è la regione turistica del Mezzogiorno che nel periodo 2000-2007 ha registrato le migliori *performance*, ma presenta ancora tanti problemi a fronte delle grandi potenzialità di sviluppo, sia per la pluralità delle opzioni turistiche, sia per la qualità possibile delle sue proposte.

Di fatto sono presenti tutti i turismi vacanzieri (*leisure*), da quelli del mare, all'arte, alla cultura ed alla storia, alle terme ed al benessere, alla montagna, alle zone interne, ai parchi ed all'ambiente, ecc.… ognuno dei quali con le proprie nicchie di mercato e con segmentazioni emergenti. Non è molto diffuso il turismo *business* nella sua articolazione propriamente d'affari, e conseguentemente anche il comparto congressuale e delle manifestazioni non hanno assunto un ruolo rilevante.

Si ricorda, in proposito, che, dal punto di vista della domanda, il turismo è suddiviso in due grandi macromercati, *affari e vacanze*, ognuno dei quali con proprie regole comportamentali. Anche se la composizione fra viaggio e soggiorno appare avere lo stesso format, i due macromercati si ispirano a regole di promozione e di commercializzazione diverse, tant'è che hanno dato luogo a linee di intermediazione differenti con agenzie e tour operator specializzati. La maggiore parte dei movimenti turistici mondiali, considerando insieme il movimento internazionale e quello domestico, è determinata dal turismo *business*, più che da quello *leisure*, anche se talvolta i confini fra i due segmenti sono difficili da individuare. La distinzione fra vacanze e affari, dunque, non ha solo valore accademico ma individua proprio due diversi mercati che rispondono a logiche diverse.

Altra grande macrosegmentazione è quella fra mercato interno e mercato internazionale, che insieme si identificano con il mercato mondiale. Spesso, invece, si tende a confondere il mercato internazionale con quello mondiale.

2.2 Territori e turismi

In termini di percezione del prodotto occorre partire dall'assunto che quasi mai, a eccezione delle destinazioni di eccellenza, un territorio è, di per sé, un prodotto turistico; perché lo diventi deve caratterizzarsi e porsi sul mercato come tale e come parte della rete della categoria di prodotti con la quale si identifica. La percezione dei prodotti, la loro qualità e la scala preferenziale degli stessi è molto diversa a seconda del paese di origine del visitatore. È noto, infatti, che per molte provenienze straniere la componente mare è quasi irrilevante, mentre assumono una grande valenza la componente d'arte e culturale, nonché quella della moda (*fashion*). Le politiche per la promozione della destinazioni regionali debbono essere, perciò, diversificate:

orientate all'arte alla cultura e alle tradizioni per le provenienze intercontinentali, e in particolare per nordamericani, giapponesi, coreani ecc.;

anche i turisti spagnoli e inglesi sono orientati prevalentemente al turismo d'arte e culturale;

mirate anche alla componente balneare per quelle dal Centro Europa, e in particolare tedeschi, austriaci, francesi e paesi del Nord Europa; in questi casi il soggiorno balneare si integra spesso con la visita a monumenti, musei e località d'arte;

azioni specifiche debbono essere indirizzate al turismo sociale, e in particolare a favore del turismo della terza età, che rappresenta un segmento sempre più rilevante ed è gestibile in modo relativamente facile.

In realtà la sintesi del turismo regionale può essere vista come la ricomposizione di una pluralità di flussi secondo due logiche che si incrociano fra loro: destinazione e turismi. Il management delle destinazioni deve essere interpretato secondo una logica territoriale, mentre i turismi non possono non essere ispirati a una logica di filiera.

Per fare due esempi concreti città come Reggio Calabria e Cosenza dovrebbero assumere un posizionamento di maggiore rilievo nell'ambito delle rete delle cosiddette città d'arte minori, italiane, in modo integrato con altre destinazioni d'arte regionali, in particolare con quelle archeologiche.

Nel campo del turismo delle città, peraltro, la concorrenza si farà sempre più serrata sul piano della organizzazione di quella parte del soggiorno che di fatto può essere definita di "*dopoturismo*", nonché in termini di intrattenimento e di eventi e manifestazioni di richiamo[1].

In Calabria alcune manifestazioni già presenti in tal senso potrebbero essere ulteriormente valorizzate come parte dei una rete nazionale[2].

---

[1] Basti pensare al ruolo sempre maggiore dei diversi festival, da quello della letteratura di Mantova, al festival della filosofia di Modena ed al festival della Matematica di Roma. In tale contesto assumerà, come di fatto sta già avvenendo, un grande ruolo l'enogastronomia locale come caratterizzazione del modo di vivere una destinazione, insieme ai luoghi di intrattenimento e d'incontro.

2 In Calabria sono stati classificati, con riferimento ad un intero anno, più di 3000 eventi, compresi gli eventi religiosi, le sagre, i convegni. Fra questi solo due assumono una rilevanza nazionale, e stanno cercando di assumere una valenza anche internazionale, il Festival del Peperoncino di Diamante, il Festival internazionale di musica jazz di Roccella Jonica. Altri eventi sono il recente Calabria film

Una linea strategica per i prossimi anni è riuscire a fare sistema fra i diversi turismi presenti e quelli possibili, in modo da identificare una identità Calabria come regione che, ad esempio, integra arte e soggiorni balneari, secondo forme di turismo esperenziale.

Appare evidente che la scelta degli eventi da promuovere non è facile, anche perché alcuni di quelli già presenti potrebbero trovare un forte sviluppo nel contesto evolutivo dei prossimi anni. Su questo punto bisogna fare un salto di qualità e pensare da subito a un evento internazionale in grado di catalizzare l'attenzione di tutti i media.

2.3 Le stagionalità

Come si è visto nell'analisi della domanda turistica un aspetto critico del turismo calabrese, anche più accentuato rispetto alle media delle altre regioni del Mezzogiorno, è quello della eccessiva stagionalità. La forte stagionalità è tipica del turismo balneare, lacuale e di quello montano, mentre è più attenuata per il turismo delle città d'arte, e per il comparto termale e quello del benessere.

Più in generale vale il paradosso della stagionalità: in teoria non si capisce perché il Mezzogiorno, che ha una stagione climatica assai migliore di quella delle regioni del Nord e del Centro, presenti in realtà una concentrazione di presenze assai più accentuata.

In realtà la stagionalità di una destinazione risulta dalla sommatoria della stagionalità dei suoi diversi turismi. Nel caso del Mezzogiorno è nettamente prevalente la componente balneare e ridotto il peso delle altre componenti, come ad esempio quella d'affari e congressuale; per questo motivo la stagionalità risulta più accentuata.

A fronte di questa situazione, che può essere migliorata con adeguate misure di politica economica, bisogna comunque accettare il fatto che tutta l'Italia è un paese che si caratterizza per un clima stagionale

---

festival di Cosenza, la Festa di Primavera di Tropea, il Festival dell'Aurora di Crotone, il Festival Teatro scuola di Altomonte, il Festival della Calabria Greca a Paleoriza ecc.

che, ad esempio, non consente di “fare mare” nel periodo invernale. Debbono essere inventate altre opzioni in grado di complementare l’offerta esistente, come di fatto è avvenuto in alcune località, ma bisogna anche attrezzarsi per gestire la stagionalità con adeguate misure di politica economica.

Per il caso della Calabria probabilmente vi sono le condizioni per allungare anche la stagionalità, sia nell’ambito della componente balneare, con la realizzazione di un progetto mirato, sia valorizzando altri turismi come ad esempio quello d’arte culturale e quello dei parchi ed ambientale; in particolare quest’ultimo presenta grandi possibilità di sviluppo.

2.4 Economia e turismo. La formazione

L’assunto di base per il problema della formazione è una constatazione che più volte è emersa durante le indagini svolte e che, in un certo senso, è stata teorizzata perché esprime e sintetizza le contraddizioni esistenti.

La Calabria si caratterizza per una grande ospitalità e una scarsa professionalità.

Gli operatori del comparto, così come i residenti, mostrano una buona predisposizione all’ospite, lo accolgono volentieri e si pongono con spirito collaborativo nei suoi confronti, ma non si è verificato il passaggio successivo alla professionalità, per la presenza di molte piccole strutture gestite in modo approssimato, nonchè per la scarsa disponibilità di servizi e di informazioni di supporto.

Per potere sviluppare un sistema economico nel quale il turismo ha un ruolo determinante è necessaria anche la presenza di figure professionale adeguate ai vari livelli di attività, per cui assumono grande rilevanza, come componente immateriale del prodotto, la formazione scolastica, quella professionale e quella universitaria e postuniversitaria.

2.5 La competizione internazionale

I concorrenti del turismo balneare dell'Italia sono diversi dai concorrenti per il turismo d'arte e da quelli del turismo termale. In altre parole ad ogni prodotto corrispondono target di riferimento diversi ed è necessario tenerne conto anche per ipotizzare il trend di sviluppo mirato all'orizzonte 2020, tenendo conto della scadenza intermedia 2007-2013, relativa ai finanziamenti, e ai progetti, comunitari.

In via preliminare è da considerare che attualmente il mercato del turismo è distinto in alcuni macrosegmenti particolari che definiscono precise categorie e che si intersecano fra loro.

Il mercato *leisure* e quello business si intersecano con il *mass market* e con il *turismo indipendente* dando luogo a una grande quantità di subdistinzioni che definiscono i diversi prodotti.

Diventa essenziale, perciò, definire e quantificare le categorie indicate che in realtà non sono quasi mai state oggetto di una stratificazione mirata. Tenuto conto del paradigma di riferimento così definito da un lato potranno essere considerati i diversi aspetti qualitativi quali nazionalità e/o regione di residenza, caratteristiche demografiche, comportamenti motivazionali, individuazione delle figure tipo prevalenti, modalità di soggiorno e di organizzazione della giornata, scale preferenziali di scelta, filiere della scelta della destinazione, principali richiami, organizzazione territoriale di riferimento ecc…; dall'altro potranno essere valutate le combinazioni fra viaggio e soggiorno che definiscono il movimento turistico tenendo conto della rapida evoluzione e dei rapidi cambiamenti del mercato che vedono l'imporsi della logica del low cost e la sua diffusione da comparto aereo a tutta la filiera del turismo, insieme al ritorno dell'advanced booking, a fronte della diffusione e al superamento della concezione di "portale", a favore di una infotelematica distribuita secondo la logica web 2.0.

3. Internet come logica di mercato e causa di nuovi mutamenti

La diffusione della *logica di internet* porta a definire in modo nuovo le categorie di riferimento tradizionali. Le principali conseguenze sono che:

- se fino ad oggi, ovunque e non solo in Italia, il mercato delle destinazioni turistiche è stato dominato dalla intermediazione dei paesi di origine dei flussi, la diffusione di internet può portare a una rivalutazione dell'incoming con conseguenze determinanti e rivoluzionarie per l'organizzazione della promozione;
- la diffusione di internet porta anche ad un aumento della quota di indipendent traveller rispetto al turismo organizzato, particolarmente nel breve e medio raggio, con effetti immediati sulle modalità di promozione di una destinazione e l'aumento della quota di turismo indipendente si verifica in particolare per le città d'arte e d'affari;
- come conseguenza si sta diffondendo una sorta di turismo selfmade, sempre più affidabile e spesso ai margini del mercato perché utilizza strutture ricettive di recente diffusione come i B&B o, spesso, appartamenti privati che non sono classificati fra la ricettività ufficiale.

Da questo processo risultano cambiate, nel corso di pochi anni, le modalità di acquisto della vacanza da parte del cliente, a fronte di un mercato comunque difficile da decifrare, che talvolta sembra mostrare segnali contraddittori[3].

Dal complesso delle analisi effettuate emergono anche le prospettive di sviluppo futuro tenuto conto delle tendenze generali in atto nel comparto del turismo che, secondo le previsioni dei maggiori enti di ricerca mondiali, nei prossimi anni e fino al 2020 è destinato a un ulteriore grande sviluppo non solo per quanto riguarda la componente internazionale, per la quale si prevede un raddoppio rispetto al 2005, ma anche

---

[3] Ad esempio una decina di anni fa si ipotizzava che l'avvento di internet avrebbe ridotto il numero delle agenzie di viaggio, che in realtà hanno cambiato la loro organizzazione funzionale e hanno continuate ad aumentare, con un tasso medio che negli ultimi due anni è stato addirittura del 5%.

per il forte aumento dei movimenti interni dei paesi *new comers.*

In altre parole, al di là di tutti i rallentamenti di tipo congiunturale, il turismo sarà sempre più un fulcro dell'economia mondiale con la diffusione ed estensione di tutte le sue componenti e, in particolare, con la valorizzazione di quelle legate all'arte, alla cultura e alla identità dei vari paesi.

Ovviamente la crescita del comparto avverrà con la enucleazione e ridefinizione del ruolo dei diversi turismi presenti sul territorio, nonché con una riorganizzazione di ogni segmento che porta alla individuazione di nuovi prodotti.

La concorrenza, comunque, sarà sempre più di carattere globale perché proprio attraverso internet, inteso come logica e come strumento, qualsiasi destinazione, anche la più piccola e la più sperduta, potrà fare concorrenza a un'altra, praticamente senza limiti di tempo e di spazio, se non quelli dovuti a tempi tecnici di trasferimento.

Per reagire alle tendenze in atto nel mercato e anticiparle, ha senso, perciò, monitorare le politiche messe in atto per la gestione dei flussi dei visitatori, turisti ed escursionisti, nonché i servizi attivati e le iniziative per garantire il mantenimento di quelle identità locali e la preservazione di quel *genius loci* che rappresenta il valore aggiunto dell'immagine di una destinazione come la Calabria. In tal senso è necessario adottare strategie di lungo periodo che vedono una prima tappa temporale alla scadenza della programmazione comunitaria nel 2013, ma che proseguono fino al 2020, anno per il quale sono già presenti da tempo le stime sul movimento internazionale di fonte UNWTO.

4. Una organizzazione funzionale per lo sviluppo del turismo

Su di un piano organizzativo-funzionale come paradigma generale di riferimento si propone di valorizzare l'identità regionale trasformando in positivi certi condizionamenti negativi tutt'oggi presenti, in termini di arretratezza culturale e sociale. Certe tradizioni devono essere valorizzate come tipicità delle destinazioni e deve essere realizzato un mix virtuoso

fra prodotti (e loro filiere) e territori avente per oggetto diversi comparti per i quali il riferimento paradigmatico alla concezione di *calabresità* deve essere particolarizzato, evidenziando le priorità:

- turismo di territorio: ambiente naturali, parchi, ruralità, identità;
- turismi del mare: mare tradizionale, nautica e charter, pescaturismo ecc.;
- turismo wellness: terme, benessere, benessere termale, new age ecc.;
- turismo mice: meeting, congressi, manifestazioni, incentives;
- turismo religioso: santuari, itinerari, feste patronali ecc.;
- turismi delle identità locali: masserie, borghi storici, festival, minoranze linguistiche ecc.;
- enogastromia: come caratterizzazione traversale di tutti i turismi;
- fruizione integrata o complementare di più turismi: fra quelli indicati, ad esempio con itinerari ad hoc.

Gli obiettivi possono essere distinti in quelli generali di carattere storico e quelli riconducibili alle nuove politiche e a una nuova governance.

Nell'ambito dell'attività di promozione dell'economia locale, perciò, le attività turistiche debbono assumere un loro posizionamento strategico.

Perché si verifichi un processo efficiente è necessario porsi in rapporto con i grandi TO internazionali e nazionali, secondo diverse linee strategiche, ma fra loro integrate. Una più generale integrazione a livello di quadro di riferimento, dovrà essere perseguita con gli operatori delle altre attività produttive. La presenza di un turismo fortemente stagionalizzato ha inciso negativamente sull'affollamento di alcune aree, in particolare con le "seconde case", ed ha, di fatto, colonizzato alcune destinazioni balneari. Molte aree interne, invece, proprio perche poco contaminate dai flussi turistici hanno conservato la propria identità, con alcune caratterizzazioni tipiche che nel loro insieme potrebbero definire il *pay off* regionale.

In tal senso, perseguendo un progetto di carattere più generale che

riguarda anche altre regioni del Mezzogiorno, come Puglia e Basilicata, il concetto di *Calabria slow tourism*, particolarmente diretto al mercato indipendente, può rappresentare un paradigma di riferimento e una chiave di lettura di qualità, che non rifiuta ma si aggiunge e qualifica il turismo *mass-market* che trova la sua principale caratterizzazione nei villaggi turistici e negli alberghi familiari.

Slow tourism è un modo di fare vacanza che corrisponde a una filosofia di vita che vede nel soggiorno *leisure* una realtà diversa e anche opposta alla quotidianità; ha una valenza generale e può essere applicato a tutte le tipologie.

Volere caratterizzare in tal senso l'immagine di una area come quella del Mezzogiorno ha una propria autonoma valenza e implica la costruzione di un progetto ad hoc, perché ne derivano particolari azioni di promozione e di valorizzazione, nonché, come presupposto di base, la costruzione di una concezione immateriale di ospitalità fondata su tale scelta. Per la Calabria il turismo esperenziale inteso come *slow tourism*, non è una nuova tipologia da imporre, ma un nuovo atteggiamento e una predisposizione innovativa per "sperimentare" il viaggio e il soggiorno nella regione, recuperando e valorizzando le identità locali come valore aggiunto dei "vecchi" e "nuovi" prodotti, in modo da sviluppare una nuova qualità competitiva del sistema di offerta locale.

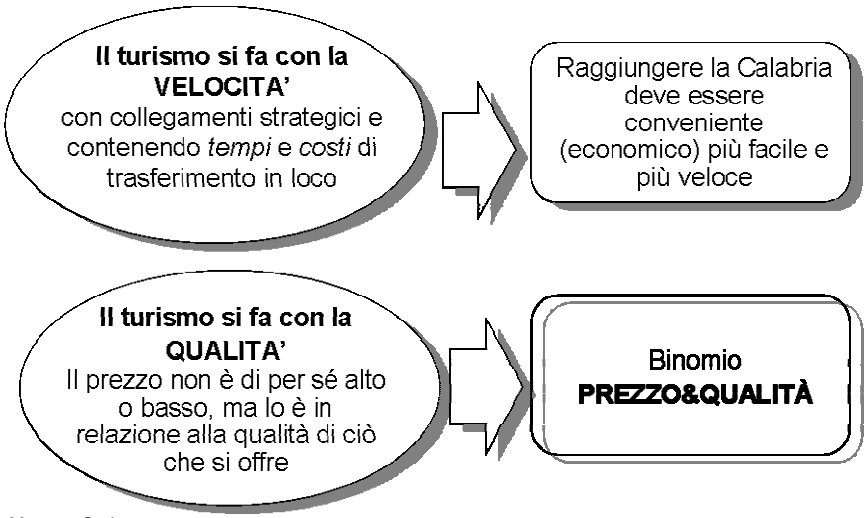
Con riferimento al Mezzogiorno e, quindi, anche alla Calabria resta comunque determinante, più di ogni altro aspetto, il problema della dotazione infrastrutturale, materiale ed immateriale, ed in particolare di quella aeroportuale perché la concorrenza delle regioni del mediterraneo si esplica in gran parte sulla combinazione viaggio aereo-soggiorno.

Non si tratta solo di una carenza di strutture materiali, ma della loro integrazione e dalla assenza di servizi di supporto, cioè della mancanza di una vera e propria strategia di mercato.

Occorre rendere disponibile, come sta già in parte avvenendo, un sistema di piccoli aeroporti locali per i voli punto-punto e regionali e per i *low cost* (ad esempio Foggia, Brindisi, Pisticci/Metaponto, Lamezia Ter-

me, Crotone, Reggio Calabria, Trapani). Con i suoi tre aeroporti la Calabria può avere un vantaggio competitivo. In tal senso le poche esperienze finora attivate hanno lasciato il segno e fatto incrementare considerevolmente il numero dei vacanzieri internazionali.

Prospetto 1 Tempi e qualità del turismo



Fonte: Mercury S.r.l.

Il principale limite alla valorizzazione della regione è dato dal fatto che è percepita per la sua monovalenza balneare e come destinazione a buon mercato, con poco turismo di qualità, per cui una parte della popolazione, quella più abbiente, non ne è attratta. Se vuole compiere un salto decisivo di qualità, valorizzando anche le altre offerte presenti, la Calabria si deve porre sul mercato come proposta autentica in senso *hessiano*, secondo le tendenze oggi in atto nella fruizione esperienziale.

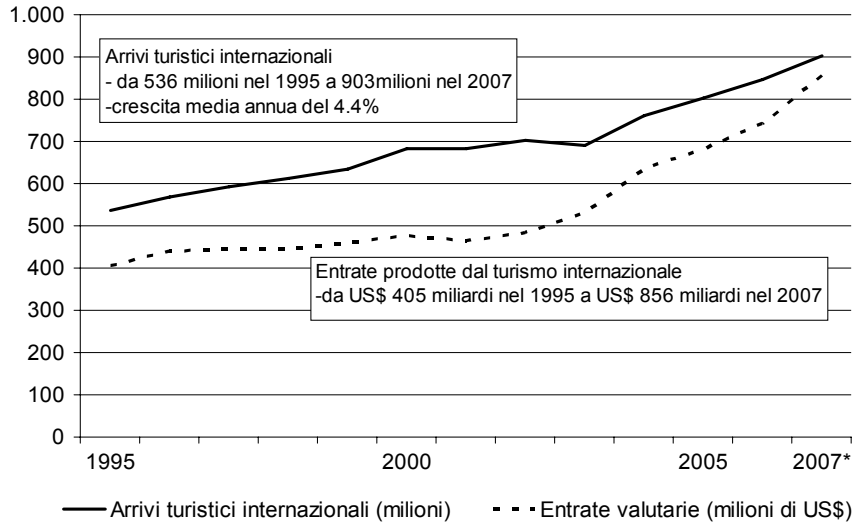
5. Orizzonte 2020

Al di là di tutte le situazioni congiunturali ed esogene che ne potranno rallentare temporaneamente la tendenza, il turismo è uno dei volani dell'economia mondiale destinato, nel medio e lungo periodo, a un forte sviluppo sia per la sua componente internazionale che per quella domestica, secondo ritmi superiori alla media degli altri comparti produttivi.

Una prova di quanto detto è il fatto che in periodi congiunturali favorevoli il comparto ha mostrato e mostra incrementi, sia in termini di movimento che di fatturato, maggiori rispetto alla media degli altri comparti, mentre in periodi congiunturali negativi le flessioni sono state relativamente minori.

Nel periodo 1995-2007 il movimento turistico internazionale, che rappresenta solo una quota compresa fra un quarto ed un quinto del movimento turistico mondiale (che comprende anche quello domestico, cioè la movimentazione interna dei vari paesi), è aumentato secondo le statistiche UNWTO (*United Nations World Tourism Organization*), ad un tasso medio annuo del 4,4% passando da 536 milioni di arrivi di clienti-turisti a 903 milioni. In termini di ricavi, nello stesso periodo, si è passati da 405 miliardi di dollari Usa a 856 miliardi, ad un tasso di crescita medio annuo nominale di circa il 6,5%.

Graf.1 Arrivi di turisti internazionali alle frontiere nel Mondo nel periodo 1995-2007



Fonte: World Tourism Organization

Da notare che l'aumento del comparto è stato migliore rispetto alle previsioni effettuate a metà degli anni novanta, che per il 2007 prevedevano 558 milioni di arrivi internazionali, a fronte dei 903 effettivi.

Nel periodo 2000-2007 in Italia come valutazione di sintesi si può rilevare che, a fronte della evoluzione del turismo internazionale delineata, se l'evoluzione della regione, così come quella delle altre aree, continuasse ad avvenire allo stesso tasso di incremento degli ultimi anni, nel 2014 il movimento turistico raggiungerebbe i quasi gli 11,6 milioni di presenze, pari ad una quota del movimento nazionale (domestico più gli straneri) del 2,8% e del movimento del Mezzogiorno del 13,5%, a fronte di una incidenza che nel 2007 è stata pari al 2,3% e dell'11,4%. Nel 2020, se continuasse lo stesso differenziale di saggi di incremento si raggiungerebbero i 16 milioni di presenze con una quota del 3,5% rispetto al totale nazionale e del 16,5% rispetto a quello del Mezzogiorno. Il tempo dirà quanto la realtà si discosta da questa ipotesi troppo teorica.

6. Il progetto South Italy. La nuova programmazione comunitaria[4]

Per la programmazione delle risorse comunitarie le novità introdotte dalla riforma della politica di coesione per il periodo di programmazione 2007-2013 sono state riprese, per quanto riguarda l'Italia, dal Quadro Strategico Nazionale (QSN). Tale documento, approvato dalla Commissione Europea a giugno 2007, è il frutto di un esteso e intenso percorso di confronto tra le amministrazioni centrali e quelle regionali, nonché tra gli esponenti del partenariato istituzionale e di quello socio-economico.

La strategia del QSN per il periodo 2007-2013 si riflette anche sulla allocazione programmatica delle risorse finanziarie che vedono, con riferimento alle politiche per il turismo nel Mezzogiorno, un forte peso attribuito ad una delle dieci priorità previste, cioè alla Valorizzazione delle risorse naturali e culturali, nell'ambito del macro-obiettivo Potenziare le filiere produttive, i servizi e la concorrenza. Questo progetto impegna una quantità di risorse pari a circa il 9 per cento della dotazione finanziaria

---

[4] Hanno contribuito alla realizzazione di questo paragrafo Oriana Cuccu e Simona De Luca, autrici del capitolo su Il turismo nelle politiche di sviluppo. Dalla programmazione 2000-2006 a quella 2007-2013, nel XVI Rapporto sul turismo italiano in corso di stampa (Mercury 2009)

complessiva. Nella programmazione operativa delle Regioni del Mezzogiorno, per la parte cofinanziata dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, tale quota percentuale risulta in media più elevata e pari a circa l'11%, mentre per la parte a valere sul Fondo per le Aree Sottoutilizzate gli attuali orientamenti governativi lasciano intravedere una possibile riduzione del peso assegnato a tale priorità strategica.

Con tale progetto si punta a rendere più esplicito e più netto il collegamento tra turismo e valorizzazione delle risorse culturali e naturali, nella consapevolezza che la vocazione turistica attribuita a molte delle regioni italiane, non è di per se sufficiente a sostenere lo sviluppo del settore turistico.

In Italia, per il nuovo ciclo di programmazione 2007-2013 sono stati approvati 66 piani operativi, 42 finanziati dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) e 24 dal Fondo Sociale Europeo (FSE).

Fra questi, due progetti sono Programmi Operativi Interregionali (POIN), gestiti da più regioni con la partecipazione di centri di competenza nazionale o Amministrazioni centrali (a valere sul FESR), uno dei quali "Attrattori culturali, naturali e turismo" specificatamente orientato allo sviluppo turistico.

Al Mezzogiorno spettano, nel periodo 2007-2013, ben 2.685 miliardi, dei quali il 45,1% destinati al turismo, il 37,0% alle risorse culturali ed il restante 17,9% alle risorse naturali.

Pare evidente notare come anche le risorse culturali e naturali abbiano una forte valenza turistica. Alla Regione Calabria spettano 369,68 milioni di euro, per una quota pari al 10,8% del totale delle risorse nazionali, e pari al 13,8% delle risorse attribuite al Mezzogiorno.

La distribuzione dell'ammontare complessivo destinato alla Calabria fra le risorse vede prevalere le risorse culturali (49,5%), ma è rilevante anche il peso delle risorse turistiche (41,4%), mentre la quota residua è destinata alle risorse naturali (9,2%).

È da considerare che a tali risorse, allocate nei Programmi Operativi Regionali FESR, si aggiunge per i territori di Sicilia, Calabria, Puglia e

Campania anche il Programma Operativo Interregionale (POIN) "Attrattori culturali, naturali e turismo" 2007-2013, chiamato in origine Progetto South Italy[5], pari complessivamente (per la parte cofinanziata da Fondi Comunitari) a 1,2 miliardi di euro.

Con questa iniziativa si voleva creare un unico brand come marchio comune, tra Puglia, Campania, Calabria e Sicilia, con cui promuovere un'offerta diversificata finalizzata alla destagionalizzazione ed alla integrazione fra i diversi turismi. Il POIN **"Attrattori culturali, naturali e turismo**" è finalizzato ad aumentare l'attrattività territoriale e creare opportunità di crescita e occupazione nelle regioni, **valorizzando le loro risorse culturali, naturali, e sviluppando le potenzialità turistiche del territorio**. Come è stato detto l'esperienza 2000-2006 mostra che l'azione delle regioni da sola non è sufficiente a determinare condizioni di effettiva eccellenza del sistema di offerta delle risorse e quindi a rendere il sistema di tali risorse fattore di competitività e di attrattività decisivo sul mercato turistico mondiale.

La strategia del Programma Interregionale è basata sulla concentrazione delle risorse sui poli di eccellenza, attuando le seguenti linee di attività:

- la costituzione di reti di attrattori di eccellenza interregionale, e quindi di un sistema di offerta integrata sulla quale costruire politiche di attrazione turistica di qualità sui mercati mondiali del prodotto culturale, ambientale, turistico;
- l'attivazione di filiere produttive interregionali collegate alle politiche di valorizzazione del patrimonio e al turismo di qualità, il cui sviluppo può essere innescato solo grazie al contributo di interventi caratterizzati da una sufficiente massa critica;
- la realizzazione di una politica unitaria di marketing e di commercializzazione turistica del sistema delle risorse di eccellenza in grado di

---

[5] Coordinato dalla Regione Campania.

mettere a sistema e integrare - orientandole - anche le iniziative e le politiche di promozione attuate a livello di singole regioni e a livello sub regionale.

IL TURISMO SOSTENIBILE SI AVVIA A DIVENTARE PROGETTO STRATEGICO

Damiano Guagliardi, Assessore al Turismo

L'approvazione della legge regionale n. 8/2008 sulla riorganizzazione del sistema turistico calabrese è avvenuta qualche mese prima della mia nomina ad Assessore al Turismo, indicandomi da subito il sentiero di lavoro da intraprendere: procedere speditamente verso la sua applicazione per consentire tempi celeri alla spesa prevista negli Assi Turismo e Beni Culturali della programmazione comunitaria. Non restava che imboccare, quindi, una strada già tracciata.

In pochi mesi è stato costituito il Comitato istituzionale, strumento importante di collaborazione tra autonomie locali, province e imprese del settore; si è provveduto ad abrogare le parti della legge contestate dal governo; si è approvato il regolamento per l'albergo diffuso e si è avviato, con non poche difficoltà, il funzionamento del Sistema Informativo Turistico. Si è, inoltre, provveduto all'approvazione del regolamento che istituisce i STL -Sistemi Turistici Locali- ed è stato elaborato, per la prima volta, il testo della Carta dei diritti del turista.

Il regolamento di attuazione dei STL consente di accelerare le procedure della spesa comunitaria 2007/2013, finora bloccata per l'assenza di un assetto normativo minimo.

La Parte prima della legge n°8/2008 sarà interamente attuata con l'approvazione del PRSTS, Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile, entro il 30 giugno prossimo, per come previsto. Conseguire questo risultato nei termini dettati dalla legge, ci permette di recuperare un ritardo legislativo che risale all'approvazione della legge dello Stato n. 135 del 2001 sulla "Riforma della legislazione nazionale del turismo". Un ritardo voluto dalle coalizioni che hanno governato la Calabria nelle precedenti legislature, le quali, in questo modo, hanno gestito senza un

contesto normativo le risorse del precedente Por 2000/2006, determinando caos e soggettivismo nella gestione delle risorse pubbliche. Su questo tema sintomatiche sono le osservazioni della Corte dei Conti nella relazione del 28 febbraio 2008, nella quale si è sottolineato, fra l'altro, anche l'anomalia della pubblicazione di un solo bando nel settore dell'organizzazione alberghiera e l'inadeguatezza dei controlli della spesa.

Il ritardo legislativo degli anni passati non ci permette di perdere ulteriormente tempo. Il caos normativo, l'approssimazione organizzativa, la solitudine di molti operatori costretti a lavorare senza un contesto programmatico generale, possono diventare, se non si interviene in tempi brevi, impedimenti insormontabili per il decollo del turismo calabrese.

Seppure i tempi siano alquanto ristretti, è del tutto evidente che l'impegno prioritario è l'elaborazione di un indirizzo strategico mediante il quale, utilizzando adeguatamente le risorse comunitarie, è possibile sviluppare la domanda e costruire offerte che puntino all'incremento delle presenze e all'allungamento della stagione turistica. Tuttavia, c'è bisogno di un profondo e articolato intervento normativo capace di costruire un solido sistema turistico calabrese.

La costituzione dei STL, la pubblicazione dei bandi e l'avvio della discussione sul PRSTS ha portato a un confronto con l'intero sistema delle autonomie locali, il mondo delle imprese turistiche e dell'associazionismo, già sperimentato con l'operatività del Comitato istituzionale.

Fare ciò non è demagogico né populista se si pensa a tre semplici aspetti: a) la Calabria è tra le regioni italiane la più giovane in materia di imprenditoria turistica; b) in quasi tutti i Comuni calabresi la delega al turismo non esiste e qualora in qualcuno di essi esista l'Assessore al turismo, questi, per lo più, concentra la sua funzione nell'organizzazione di sagre o spettacoli, mentre ben altro richiede la materia; c) il sistema di

accoglienza alberghiero è carente nelle città capoluogo e in tanti dei più grandi comuni calabresi[1] e questo non agevola, nel medio periodo, l'espansione del mercato turistico da quello esclusivamente estivo a quello destagionalizzato, rendendo più difficile anche il dispiegarsi di un'evoluta offerta che si rivolge al turismo sostenibile. Il confronto, pertanto, serve per individuare una linea di azione comune e, soprattutto, per ricercare una consapevole condivisione delle grandi opportunità di sviluppo che offre la materia. E sarà utile anche per ribadire e meglio focalizzare le grandi criticità che a medio termine impediscono al turismo di avere uno sviluppo compiuto, mediante l'utilizzo dispiegato delle potenzialità dei vari turismi che questa regione può mettere in campo.

Il turismo calabrese va, dunque, messo a sistema, soprattutto perché esso è diventato una parola magica sulla quale si riversano continue attese di rilancio dell'economia regionale. In effetti in Calabria dietro la parola turismo si racchiudono significati plurimi: tesori e risorse naturali, proposte e speranze, ricerca e saperi, monumenti e arte. Turismo è il clima mediterraneo, il sole, le spiagge dello Jonio e del Tirreno, i boschi della montagna, i colori. E' la cultura che deriva dalla storia dei popoli che hanno attraversato e costruito questa regione; l'archeologia del popolo Italico, degli Ausoni, degli Enotri, dei Bruzi, dei Greci e dei Romani; la storia post imperiale dei Greci bizantini, degli Svevi, dei Normanni, degli Aragonesi e degli Angioni. Si nutre delle culture mediterranee nelle quali ancora sopravvivono le comunità di lingua albanese, greca e occitana. E' la magia dei sapori mediterranei: il vino di Cirò che veniva inviato agli atleti delle Olimpiadi e l'olio di cui Omero ha decantato le proprietà; gli insaccati e le conserve degli ortaggi, delle carni di maiale, del tonno e della neonata, per finire dopo ripetuti approdi nelle braccia dell'intrigante peperoncino. E' la religiosità di santi come Francesco di Paola e Nilo da Rossano o l'ingegno di personaggi illustri come Tomma-

---

[1] Circa il 90% dei posti letto alberghieri è ubicato sulle coste.

so Campanella, Bernardino Telesio, Gioacchino da Fiore, Leonzio Pilato e Domenico Mauro. Tuttavia, se questi sono alcuni dei possibili attrattori turistici di questa regione, bisogna non tacere sulle grandi criticità che ne impediscono il decollo.

Se la Calabria è la regione a più alta potenzialità turistica meridionale, essa non sarà mai adeguatamente competitiva se persiste l'attuale sistema di mobilità e di infrastrutture. Questa è la criticità maggiore, la più determinante. I tempi della vacanza si accorciano costantemente e, sempre più spesso, consumare quindici-venti ore per raggiungere una meta diventa sconveniente. I collegamenti della Calabria con il nord Italia e con l'Europa richiedono, purtroppo, tempi lunghi. Se poi alle distanze si uniscono i deficit cronici, il quadro è ancora più scoraggiante. Tardano a concludersi i lavori sulla A3, il sistema ferroviario è inadeguato e obsoleto e l'infrastrutturazione portuale non riesce a decollare. Tuttavia il problema della mobilità non può essere circoscritto nella maggiore o minore efficienza del sistema di comunicazione su gomma o su rotaie. Quant'anche questi sistemi fossero al massimo della loro efficienza, il quadro complessivo non sarebbe in grado di dare risposte efficaci per rompere l'isolamento della Calabria. Il punto dirimente di una riflessione generale dell'intera classe politica dirigente, e non solo quella di governo, è quello di chiedersi in quali modi la Calabria e l'economia calabrese possano ridurre i tempi di percorrenza per i mercati che vanno oltre l'Italia centrale e superare le distanze del mare per collegarsi ai paesi del Mediterraneo dopo il 2010.

Quando si sostiene la necessità di un aeroporto per il nord della Calabria, capace di potenziare un'area importante dell'economia agricola e turistica, che è quella della piana di Sibari, non lo si fa, per come è stato detto, perché si è suggestionati dal provincialismo culturale, che vede nella costruzione dell'aeroporto l'affermarsi di uno status simbol territoriale. Al contrario, in quella proposta c'è la modernità dell'analisi sullo sviluppo e sulla competitività dei mercati, compreso quello turistico. I nostri ritardi, quelli storici e strutturali, non sono solo la criminalità organiz-

zata e neppure l'assenza di una struttura produttiva inadeguata ai consumi, ma nascono anche, e forse, soprattutto dall'isolamento fisico e territoriale di questa regione. Per cui sarebbe sciocco e banale rivendicare un aeroporto da esporre solo come fiore all'occhiello. Anche rientrando in ambito esclusivamente turistico, il problema è quello di avere il coraggio di affermare che non si è in grado di promuovere e spalmare su tutto il territorio regionale una domanda che, tendenzialmente, vorrebbe tornare a trascorrere le vacanze in Calabria, ma che vorrebbe conoscere posti nuovi, l'altra Calabria, magari quella più a nord o quella più a sud, piuttosto che quella ad est dove si trovano i patrimoni culturali e demoantropologici. Sostenere il rilancio degli aeroporti di Reggio Calabria e di Crotone, pensare a un altro aeroporto nella piana di Sibari, non va assolutamente contro gli interessi di Lamezia Terme, anzi ne riconosce la centralità strategica in ambito internazionale, soprattutto verso i paesi del Mediterraneo, in supporto alle rotte commerciali che ha tracciato il porto di Gioia Tauro. Attrezzare la Calabria di quattro piste di atterraggio e prevedere un'unica gestione del sistema aeroportuale può, invece, rappresentare la svolta innovativa sui cui puntare per velocizzare i tempi di arrivo nel territorio e per facilitare una politica di riduzione dei costi dei voli che, allo stato attuale, subendo il monopolio di Alitalia - sia la vecchia azienda sia la nuova - non è in grado di favorire la competitività del trasporto aereo calabrese. Certo fare ciò dovrebbe indurci al coraggio della sfida tecnologica e della modernità, ricercando forme di trasporto più adatte alle nuove esigenze dei cittadini e delle merci, magari specializzandosi con vettori di piccola dimensione e perché no anche in forme di aereo-taxi per il trasporto delle persone.

La seconda grande criticità del turismo locale è legata alla sua stessa storia.

La competitività ha bisogno non solo di risorse materiali e primarie, altamente concorrenziali, ma necessita anche e soprattutto di risorse umane. Non si vince un gran premio di formula uno solo con una potente monoposto: c'è bisogno di un abile pilota che sappia tradurre le po-

tenzialità tecnologiche della macchina in prestazioni di alta velocità per battere la concorrenza degli altri team. La Calabria deve essere consapevole che la sua economia turistica, come sistema industriale, è estremamente giovane, affermandosi tra gli anni ottanta e novanta. Siamo, quindi, agli albori e molto cammino si deve ancora fare, ricercando il confronto con le altre regioni, costruendo strumenti di studio e di aggiornamento. Bisogna, poi, riflettere sulla tipologia dell'impresa turistica: tendenzialmente autoctona, di dimensione medio piccola, quasi sempre senza il supporto dei grandi gruppi internazionali capaci di essere da traino e di dirottare i loro mercati verso questa regione. La formazione costante di figure imprenditoriali, l'attenzione al potenziamento della loro professionalità è la strada su cui proseguire. In questa direzione l'UniCal, ma anche le altre Università calabresi, dovranno assumere un ruolo strategico nella costruzione delle professioni turistiche e dei saperi scientifici di supporto. Così come anche in materia di istruzione ordinaria, sarebbe auspicabile concentrare l'orientamento scolastico in questa direzione. Quindi più istituti scolastici di formazione turistica, più cattedre per lauree di Turismo e più corsi di alta specializzazione nelle materie a sostegno dell'economia.

Le altre due criticità si individuano nell'assenza di un adeguato sistema di tour operator calabresi in grado di essere competitivi. Anche rispetto a questo, bisogna indirizzare gli operatori verso forme di collaborazione e di mutualità. Lavorare nella polverizzazione, concentrarsi solo nella piccola territorialità di competenza, ragionare in proprio e non guardare oltre il proprio naso è una forma di pensiero debole, incapace di utilizzare le grandi e variegate offerte regionali. Sarà necessario un intervento normativo di supporto? Bisogna pensare a qualche collaborazione pubblica-privata? Per noi il confronto è fondamentale, per cui nei prossimi mesi si aprirà una stagione di dibattiti anche su questo tema.

La quarta criticità di natura strategica è concentrata sulle nostre città più importanti. Esse dovranno diventare anche città turistiche e di conseguenza dovranno potenziare da una parte la struttura di accoglienza e

dall'altra individuare e costruire quei micro-attrattori turistici che possano trasformale in luoghi di accoglienza e visita. La loro infrastrutturazione alberghiera non è pensata per il turismo e in alcuni casi non è sufficiente neppure all'accoglienza commerciale. Se questa organizzazione dovesse persistere, le difficoltà per avviare la destagionalizzazione sarebbero ardue da risolvere. In queste settimane stiamo elaborando una strategia di breve e medio periodo orientata verso il turismo sociale degli over sessanta, una fetta importante del movimento turistico mondiale che va rafforzandosi per processi che mettono insieme il movimento pensionistico e l'aumento dell'età media della vita dei cittadini dei paesi occidentali. Stiamo, inoltre, lavorando per il turismo legato alle manifestazioni sportive, ripensando anche ad una legge sullo sport in grado di sorreggerlo. Infine una particolare attenzione viene rivolta al turismo interessato ai beni culturali della Calabria. Infatti questa è una regione in cui anche le pietre e la terra, trasformate in mattoni e costruzioni, parlano e ci raccontano la storia e dove ci sono anche dei beni culturali immateriali di grande attrazione per coloro che vengono schiacciati dalle dinamiche alienanti delle città metropolitane e dai ritmi impressi da una società ipervelocizzata. Essi sono la cultura di villaggio, aggregante e accogliente, che si ritrova nella gente di Calabria delle aree interne; sono le minoranze linguistiche soggetti vivi di una cultura altra, vere e proprie isole di diversità anche rispetto alla cultura locale; sono il dispiegarsi antropologico dell'esistenza dei calabresi: le feste religiose e popolari, i miti legati al cibo e alle stagioni, al ciclo della vita dell'uomo, la nascita, il matrimonio, la morte. E insieme a tutto ciò c'è l'immenso patrimonio culturale legato al mondo della fede: la festa religiosa che via via assume dimensioni rappresentative intense che si dispiegano in tante e tante forme, come i percorsi mariani, le settimane sante, le feste della primavera, il rito greco e il mondo basiliano. E accanto ai riti e alle feste religiose, l'incrocio del mondo pagano che ancora interseca la vita delle nostre popolazioni rurali. Questi e altri ancora, come i luoghi e i sapori dell' enogastronomia calabrese, sono i volti dei tanti turismi che si vogliono mettere a sistema

per vendere l'intero territorio come unica offerta e non pensare di alloggiare i visitatori in alberghi o villaggi turistici adagiati solo sulle nostre spiagge. C'è bisogno dell'interazione e della comunicazione, della conoscenza e del dialogo.

In queste prime settimane del 2009 abbiamo, dunque, concentrato la nostra attenzione sul turismo sociale, per il quale bisogna investire e programmare. Questo è l'obiettivo per allargare la nostra offerta e allungare i tempi di soggiorno. Contemporaneamente è necessario continuare sulla strada di attuazione della legge regionale n. 8 del 2008, soprattutto per rispettare i tempi di elaborazione del primo PRSTS. In questa direzione bisogna concentrare l'attenzione sull'art.8 che prevede il marchio di qualità. Concentrarsi su questo strumento per programmare e razionalizzare l'essere stesso del turismo sostenibile calabrese è una sfida importante che si rivolge alle imprese e alle autonomie locali. E' lo strumento etico e convenzionale per presentare la correttezza dell'offerta senza ingannare con falsi mediatici il movimento turistico che qui arriva. Sapere dove andare e sapere cosa trovare è la regola minima per creare un patto di lealtà tra utenza, impresa e istituzione. In questa direzione va anche la produzione della prima Carta dei diritti del Turista di questa regione. Un documento importante al servizio dell' utenza e delle imprese; uno strumento utile per il coinvolgimento dei Comuni che in questo senso dovranno essere i veri protagonisti della rimodulazione dell'organizzazione turistica regionale. Senza una presenza vigile dell'amministrazione locale che ha facoltà di programmare, gestire e controllare questo settore economico, l'applicazione della L/R n°8/2008 avrà difficoltà a dispiegarsi efficacemente.

Questa è la direzione di lavoro per la fine della legislatura, ben sapendo che si è anche nelle condizioni di immettere subito in circolazione le risorse considerevoli che ci offre la programmazione europea.

INDICE CONTRIBUTI

I	LE STATISTICHE	*di Maurizio Biasi e Mariza Righetti*
II	RIORGANIZZAZIONE DEL SISTEMA TURISTICO: GLI STRUMENTI LEGISLATIVI	*di Tommaso Loiero*
III	IL SISTEMA TURISTICO LOCALE. NUOVO STRUMENTO DI PROGRAMMAZIONE E NUOVA SFIDA DEMOCRATICA PER IL PROGRESSO DELLA CALABRIA	*di Mario Bolognari*
IV	L'ALBERGO DIFFUSO: RIQUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA	*di Rocco Tassone*
V	LA MOBILITÀ	*di Teresa Gentile*
VI	LA NAVIGAZIONE DA DIPORTO	*di Gianfranco Ielo*
VII	IL TURISMO E LO SVILUPPO SOSTENIBILE	*di Laura Gentile*
VIII	LE RISORSE ARCHEOLOGICHE	*di Medina Tursi Prato*
IX	TRA IMMAGINE E REALTÀ	*di Medina Tursi Prato*
X	L'OPINIONE DEI TURISTI	*I.A.T. di Lamezia Terme*
XI	CALABRIA VISION 2020	*di Emilio Becheri*
	CONSIDERAZIONI FINALI	*di Damiano Guagliardi*

Finito di stampare nel mese di febbraio 2009
Tipolitografia “Grafica Cosentina”
Via Bottego, 7 – Cosenza