

A watercolor illustration of a coastal town in Calabria, Italy. The town is built on a hillside, with a large, multi-story building at the top. The foreground shows a body of water with a greenish-blue hue. The background features a blue sky with white clouds.

Destinazione Calabria

Analisi degli orientamenti
e dei consumi turistici
degli italiani



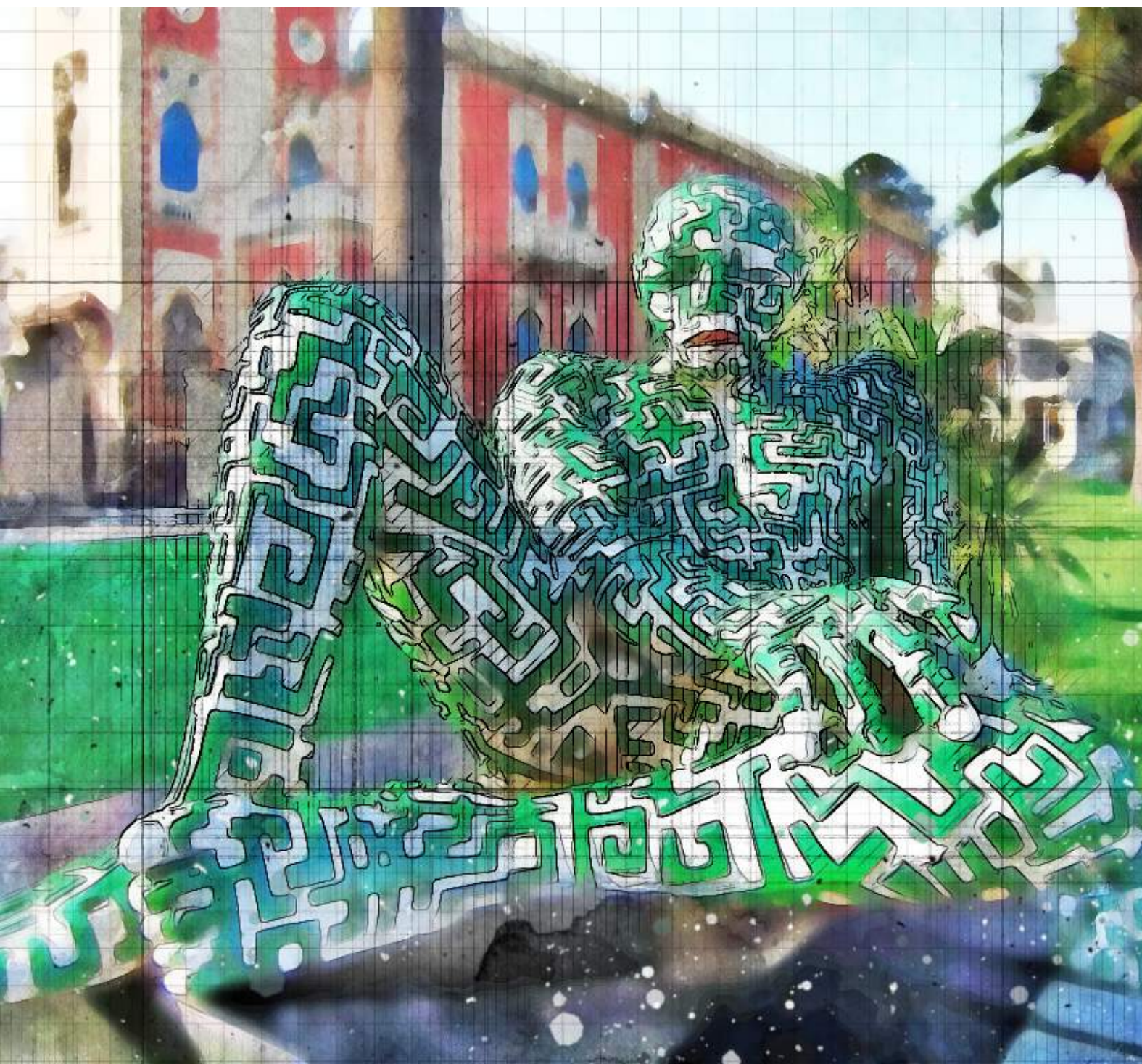
DEMOSKOPIKA
when they ask you

CALABRIA. LA SFIDA DELL'ACCOGLIENZA INTEGRATA

Circa 6 cittadini su 10 (57%) hanno scelto una vacanza con un più che significativo 29,6% che ha già prenotato, mentre il 9,2% si trova già in una località turistica. In questa direzione, la Calabria risulta tra le cinque destinazioni turistiche più gettonate nel 2021, tra chi ha dichiarato di trascorrere una vacanza in Italia (87,9%). Sul versante opposto il 12,1% ha in programma una meta europea (8,3%) o internazionale (3,8%). Nel cluster delle "più ricercate" figurano anche Toscana, Emilia-Romagna, Trentino-Alto Adige e Puglia. Rilevante il livello di appeal, inoltre, della "destinazione Calabria": circa 8 italiani su 10 che dichiarano di conoscerla esprimono il loro interesse a visitarla. Altrettanto significativo anche l'indicatore della fidelizzazione: il 93,9% degli italiani che si è recato in Calabria per una vacanza o per un viaggio, almeno una volta negli ultimi anni, ci ritornerebbe nuovamente. Tra i driver vincenti del livello di reputazione calabrese

figurano il clima, un buon rapporto prezzo/qualità dell'offerta, la risorsa mare. E, ancora, la ricchezza naturalistica dei parchi, la tradizione enogastronomica e l'innata accoglienza dei calabresi. Sul versante opposto, le principali criticità da affrontare con una programmazione consapevole, secondo gli italiani, riguardano l'offerta sanitaria, i servizi di informazione per i turisti, il potenziamento infrastrutturale e i servizi di trasporto. E sul versante della promozione? L'agenda suggerita dal mercato non lascia spazio a dubbi: passaparola (30,1%), utilizzo strategico degli spazi pubblicitari offerti dalle *Online Travel Agencies* (19,6%) e l'impiego pianificato dell'attività di blogging e di social media marketing (18,5%). L'indagine non poteva non affrontare, infine, anche la questione della vacanza in sicurezza. E così, coloro i quali hanno optato per una vacanza in Calabria richiedono alcune azioni per potersi sentire maggiormente rassicurati con in testa le seguenti modalità di risposta: regolare l'afflusso di turisti per evitare assembramenti (40,5%), organizzare una corretta sanificazione degli ambienti (27,8%) e garantire l'osservanza del distanziamento sociale durante la fruizione dell'offerta culturale (24,4%).

CONTENUTI DELL'INDAGINE



Nota metodologica

Propensione alla vacanza

Tipologia della vacanza

Durata della vacanza

Vacanza ma con chi?

La scelta del pernottamento

La scelta del pernottamento

Destinazione della vacanza

Identitari, esterofili e nazionalisti

La strategia del "sasso nello stagno"

Il borsino della destinazione

Appeal della destinazione

Fidelity della destinazione

Calabria in sicurezza. Le richieste dei turisti

Programmazione/1. Driver turistici della destinazione

Programmazione/2. Strategia del "sasso nello stagno"

Promozione della Calabria. Canali suggeriti dal mercato

NOTA METODOLOGICA

Soggetto che ha realizzato il sondaggio:

Demoskopika.

Soggetto Committente/Aquirente:

Fincalabra S.p.A. – Regione Calabria.

Temi e fenomeni oggetto del sondaggio:

Rilevare consumi, tendenze, abitudini e aspettative degli italiani (turisti potenziali e non) in relazione alla destinazione turistica calabrese.

Data e periodo in cui è stato realizzato il sondaggio:

dal 7 al 17 luglio 2021.

Popolazione di riferimento e campione:

È stato utilizzato un campione rappresentativo di cittadini maggiorenni residenti in Italia e in Calabria secondo gli ultimi dati ISTAT relativi al 2020. Al fine di poter rilevare un utile confronto, è stato previsto di utilizzare due differenti tipologie di campione su base territoriale su un totale di 1.500

cittadini intervistati: 1.000 mirati a rilevare il comportamento del cluster degli “extraregionali” (turisti e potenziali turisti non residenti in Calabria) e un campione pari a 500 cittadini residenti in Calabria. Ciascun sottoinsieme (campione) dovrebbe rappresentare adeguatamente la popolazione globale, nel senso che, l’informazione ottenuta esaminando lo stesso, dovrebbe possedere lo stesso grado di accuratezza di quella che si otterrebbe esaminando l’intera popolazione.

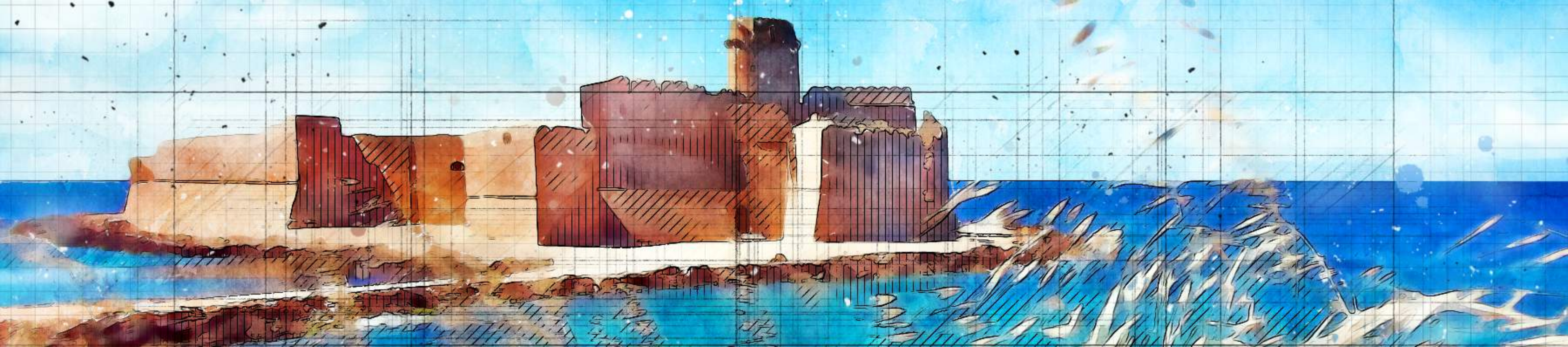
Per approfondire ulteriormente l’analisi il campione è stato indagato anche per alcune variabili strutturali: età, sesso, macro-area di residenza, livello di istruzione, condizione occupazionale.

Somministrazione del sondaggio:

La somministrazione del questionario è stata effettuata con metodologia CATI (*Computer Assisted Telephon Interview*).

Output del sondaggio:

Redazione del report "Destinazione Calabria" corredato non solo dai dati elaborati, ma anche da una serie di grafici, tabelle e interpretazioni a sostegno dei “numeri” che hanno messo in evidenza i principali risultati emersi nel corso dell’attività di ricerca.



PROPENSIONE ALLA VACANZA

57%

CIRCA 29 MILIONI
DI ITALIANI
HANNO RISPOSTO
POSITIVAMENTE.

LEI ANDRÀ IN VACANZA?

Anno 2021. Valori %. Base: totale dei casi.

Si, ho già prenotato una vacanza

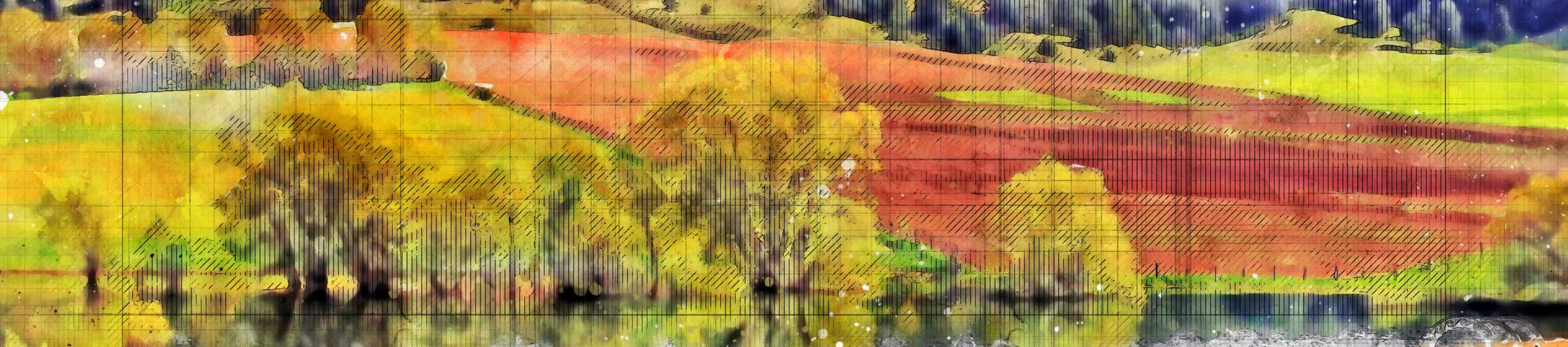
29,6

Si, sto pensando di programmare
una vacanza per i prossimi mesi

18,7

Si, sono già in vacanza

9,2



PROPENSIONE ALLA VACANZA

43%

OLTRE 21 MILIONI
DI ITALIANI
HANNO RISPOSTO
NEGATIVAMENTE.

LEI ANDRÀ IN VACANZA?

Anno 2021. Valori %. Base: totale dei casi.

No, perché pur volendo ho ancora
timore a viaggiare

12,4

No, perché non ne ho le possibilità
economiche

15,9

No, comunque, al di là del
Coronavirus, ho già rinunciato

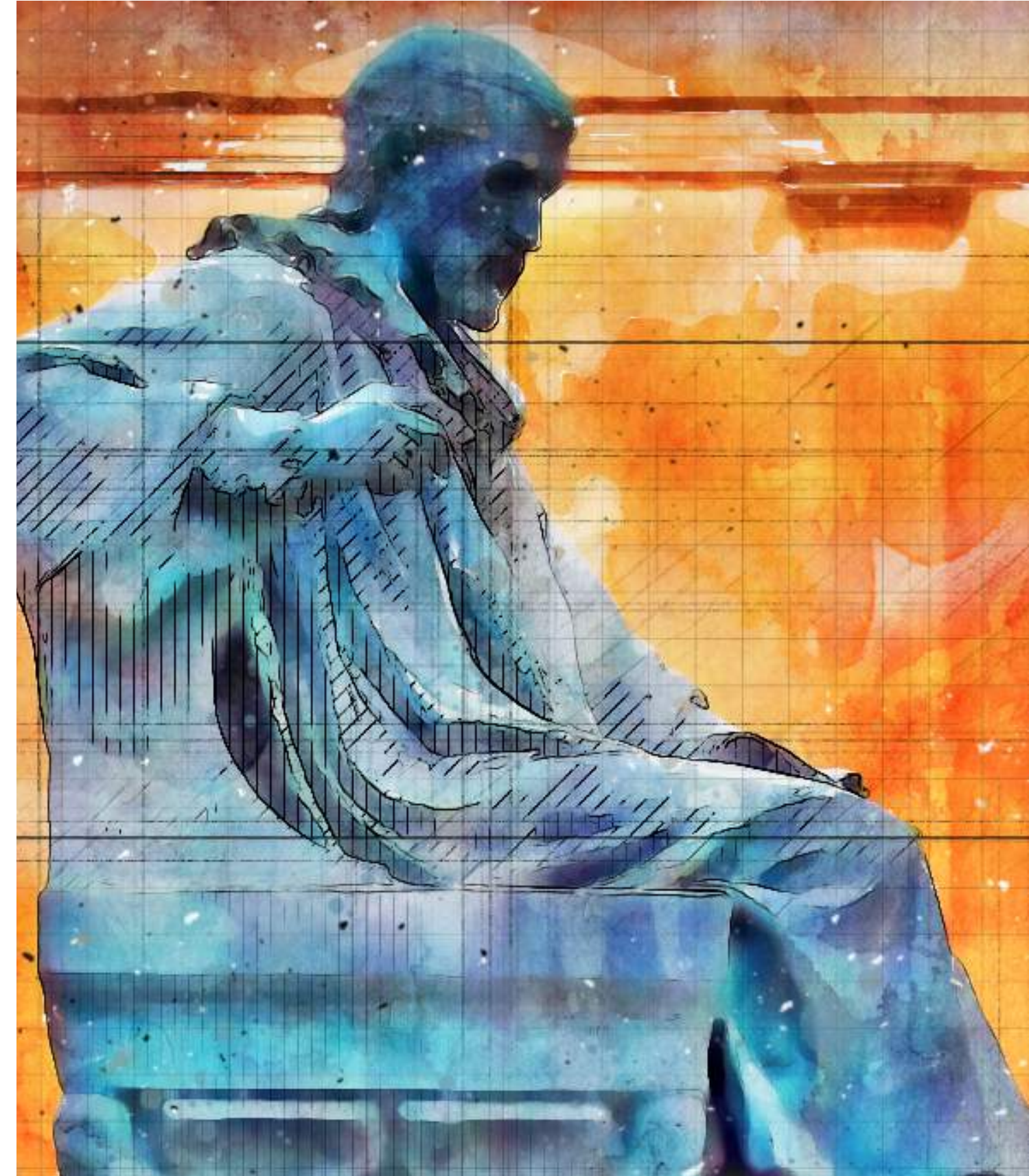
14,2

TIPOLOGIA DELLA VACANZA

Anno 2021. Valori %

Base: chi ha dichiarato di trascorrere una vacanza in Italia ricalcolata senza "Non sa/Non risponde".

Mare	60,1
Montagna (parchi, riserve, etc.)	12,5
Città d'arte e cultura, borghi	11,2
Campagna/agriturismo	6,7
Lago	3,7
Terme/benessere	2,9
Mete esotiche	1,7
Grandi metropoli	1,2



Ben 6 italiani su 10 si affidano alla tradizione optando di trascorrere la vacanza al mare. Significative anche le scelte della montagna e delle città d'arte.

| 60,1%



48,8%

DURATA DELLA VACANZA

Prevale la vacanza breve.
La maggior parte degli italiani ha in programma di trascorrere una vacanza di 7-8 giorni.

Anno 2021. Valori %

Base: chi ha dichiarato di trascorrere una vacanza in Italia ricalcolata senza "Non sa/Non risponde".

Più di due settimane

1,7

Due settimane

13,1

Una settimana (7-8 gg.)

48,8

Meno di una settimana (4-5 gg.)

28,7

Fare spostamenti nel week end

7,7

Non sa/Non risponde

1,3



VACANZA. MA CON CHI?

Anno 2021. Valori %

Base: chi ha dichiarato di trascorrere una vacanza in Italia ricalcolata senza "Non sa/Non risponde".

Da solo	0,9
In coppia	39,6
Con più componenti della famiglia	32,1
Con amico/amica	3,0
Gruppo di amici e familiari	8,4
Gruppo di amici	15,0
Collegli lavoro/gruppi organizzati	1,0



Le vacanze sono/saranno "familiari". Ben 7 italiani su 10 non hanno dubbi: in vacanza con il partner (39,6%) o con altri componenti del nucleo familiare (32,1%).

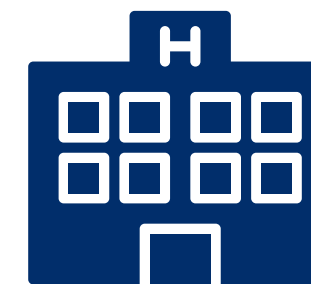
| **71,7%**

LA SCELTA DEL PERNOTTAMENTO

Anno 2021. Valori %

Base: chi ha dichiarato di trascorrere una vacanza.

Albergo	35,2
Villaggio turistico	14,8
Casa vacanze	10,0
Agriturismo	8,2
Bed & breakfast	12,0
Casa di proprietà della famiglia	6,6
Ospite di parenti o amici	7,7
Campeggio	4,2
Altro	1,3



50,0%
ALBERGHIERO



34,4%
EXTRA-ALBERGHIERO



15,6%
FAI DA TE

Oltre 8 italiani su 10 utilizzeranno il sistema ricettivo alberghiero o extra-alberghiero. Significativo il "fai da te" rappresentato, per il 2021, da un terzo del campione intervistato.



DESTINAZIONE DELLA VACANZA

Azzerate alcune misure caratterizzanti il periodo pandemico, bisogna ancora fare i conti con il lockdown psicologico, con la paura dei cittadini di spostarsi. In questa direzione, risulta necessario che ciascun sistema regionale si attivi per ripensare l'offerta turistica in totale sicurezza concentrando e tempificando l'attenzione prioritariamente su tre differenti tipologie di turisti italiani: gli **identitari**, cioè i turisti italiani che trascorrono le vacanze nella regione di residenza; gli **esterofili**, cioè i turisti italiani residenti in una determinata regione che ogni anno scelgono l'estero quale meta vacanziera; e, infine, i **nazionalisti**, cluster che rappresenta i turisti italiani residenti in una determinata regione che scelgono di trascorrere le vacanze in Italia ma fuori dai confini del loro territorio regionale di residenza.

DESTINAZIONE DELLA VACANZA

Anno 2021. Valori %

Base: chi ha dichiarato
di trascorrere una vacanza.

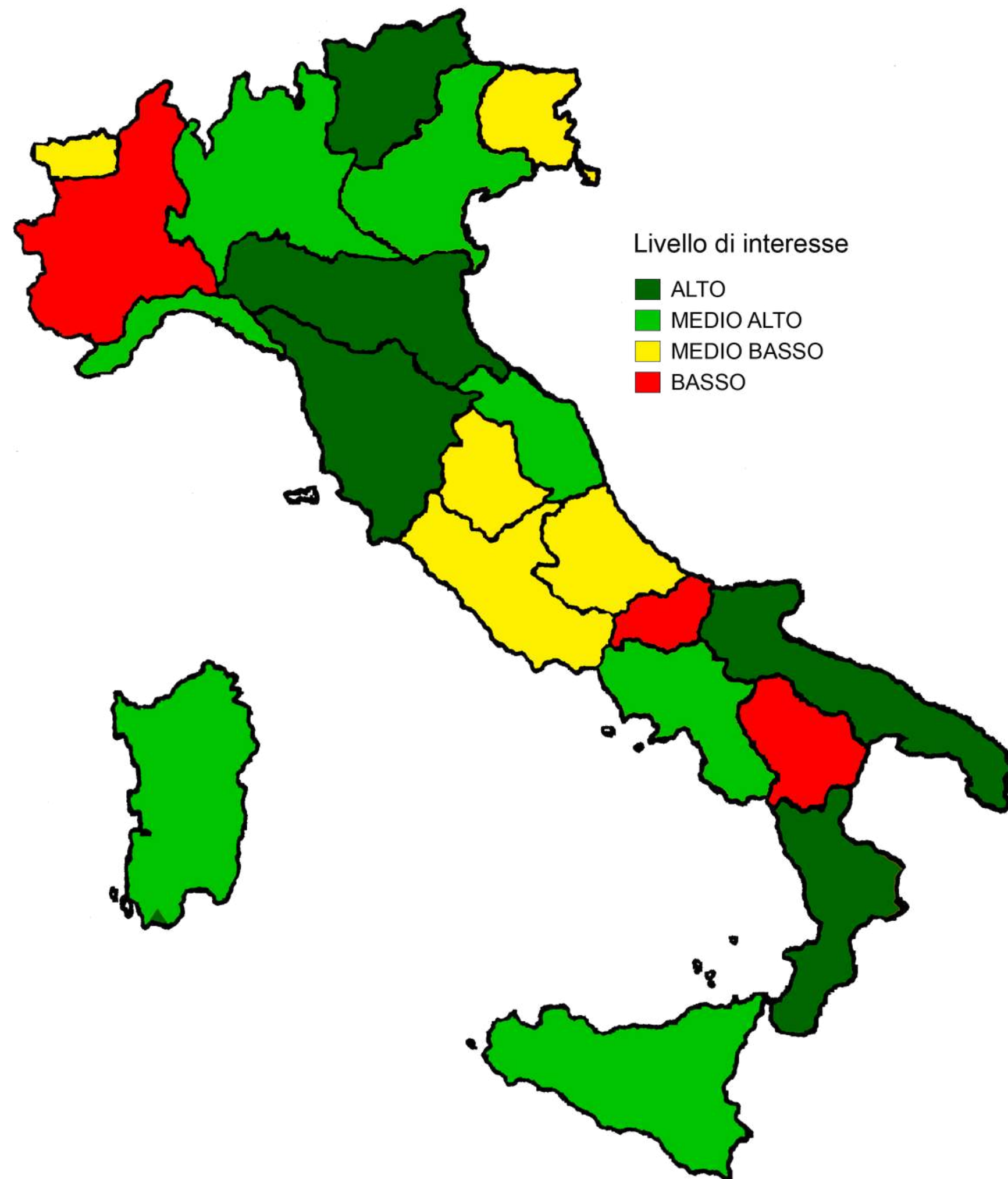


Prevale la vacanza in Italia: l'87,9% degli italiani la trascorrerà nel Belpaese. Appena il 12,1% ha in programma una meta europea (8,3%) o internazionale (3,8%).



Immagine, appeal e driver della **Destinazione Calabria**





IL BORSINO DELLA DESTINAZIONE

QUAL È IL LIVELLO DI
INTERESSE DEGLI ITALIANI
NELLA SCELTA DELLA
VACANZA?
LA **CALABRIA** È TRA LE
METE TURISTICHE ITALIANE
PIÙ GETTONATE INSIEME
A EMILIA-ROMAGNA,
TOSCANA, PUGLIA E
TRENTINO-ALTO ADIGE.

APPEAL DELLA DESTINAZIONE CALABRIA

Anno 2021. Valori %. Base: chi ha risposto di conoscere la Calabria ma di non esserci mai stato.

Certamente sì	7,5
Probabilmente sì	71,2
AREA APPEAL POSITIVO	78,7
Certamente no	-
Probabilmente no	21,3
AREA APPEAL NEGATIVO	21,3

Circa 8 italiani su 10 che dichiarano di conoscere la destinazione Calabria, esprimono il loro interesse a visitarla.

RISPETTO A QUANTO LEI CONOSCE
O HA SENTITO DIRE DELLA CALABRIA, SE NE
AVESSE LA POSSIBILITÀ LA VISITEREBBE?



78,7%

FIDELITY DELLA DESTINAZIONE CALABRIA

Anno 2021. Valori %. Base: chi ha risposto di essere già stato in Calabria una sola volta, più volte o spesso.

Certamente sì	37,0
Probabilmente sì	56,9
AREA APPEAL POSITIVO	93,9
Certamente no	-
Probabilmente no	6,1
AREA APPEAL NEGATIVO	6,1

Il 93,9% degli italiani che si è recato in Calabria per una vacanza o per un viaggio ci ritornerebbe nuovamente.

SE NE AVESSE LA POSSIBILITÀ VISITEREBBE
NUOVAMENTE LA CALABRIA?



93,9%



Anno 2021. Valori %

Base: totale casi.

Si potevano esprimere max 2 risposte.

CALABRIA IN SICUREZZA. LE RICHIESTE DEI TURISTI

Vigilare sull'osservazione delle norme di distanziamento sociale e sull'uso delle mascherine

15,0

Fornire adeguate informazioni sulle misure di protezione sanitaria

20,4

Regolare l'afflusso di turisti per evitare assembramenti

40,5

Garantire l'osservanza del distanziamento sociale durante la fruizione dell'offerta culturale

24,4

Organizzare il distanziamento sociale e una corretta sanificazione degli ambienti (bar, strutture ricettive...)

27,8

Intensificare le misure di distanziamento sociale e di sicurezza sanitaria sui mezzi di trasporto pubblico

11,9

Assicurare ai visitatori strutture sanitarie efficienti in grado di prestare soccorso in caso di bisogno

5,9

Maggiore controllo sullo stato della vaccinazione (tampone, green pass, etc.)

21,6

SENTIMENT TRAINANTE

Clima in linea con i miei interessi	133,7
Buon rapporto prezzo/qualità	110,3
Mare incantevole	106,2
Attrazioni naturali (parchi, montagna, etc.)	104,7
Offerta enogastronomica (vino, cucina tradizionale)	102,5
Accoglienza, ospitalità dei calabresi	101,9

SENTIMENT EVOLUTIVO

Patrimonio storico, artistico e culturale	98,9
Facile da girare/visitare per i turisti	98,4
Facile da raggiungere	97,2
Qualità offerta ricettiva	95,3
Offerta turistica attenta alla sostenibilità	94,9

SENTIMENT CRITICO

Sicurezza sociale	93,4
Offerta eventi di intrattenimento	93,2
Pulizia e luoghi da visitare	92,9
Infrastrutture e servizi di trasporto	92,7
Servizi di informazione per i turisti	92,5
Offerta sanitaria	91,9

PROGRAMMAZIONE. DRIVER TURISTICI DELLA CALABRIA

Anno 2021. Valori %.
Base: totale dei casi. Si potevano esprimere max 2 risposte.



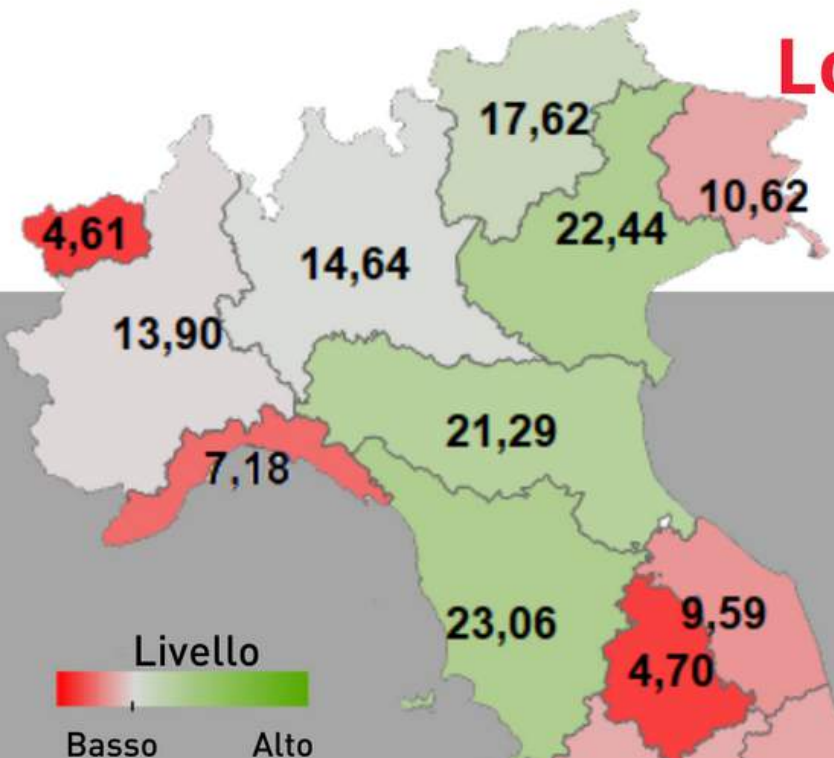
Turismo. La strategia del "sasso nello stagno" per gestire la ripresa



DEMOSKOPIKA
when they ask you

Lo scenario in Calabria

Valore degli arrivi in migliaia.
Media 2017-2018



1.603

TURISTI AUTOCTONI.
Flusso dei viaggiatori calabresi che hanno trascorso una vacanza in Italia o all'estero.

1.193

NAZIONALISTI.
Turisti calabresi che ogni anno in media scelgono il Belpaese per le vacanze.

119

ESTEROFILI.
Turisti calabresi che ogni anno in media scelgono l'estero per le vacanze.

291

IDENTITARI.
Turisti calabresi che trascorrono le vacanze nella regione di residenza.



343

Stima della spesa turistica in milioni di euro generabile dai "turisti autoctoni" nello scenario di una vacanza in Calabria.

IL T.A.TU.R

Il **tasso di appartenenza turistica regionale** misura la percentuale dei turisti che trascorrono la vacanza nella regione di residenza sul totale dei turisti residenti di quella regione.

39,5%

È la **Sardegna** a presentare il tasso di appartenenza turistica maggiore seguita da **Sicilia** e **Toscana**.

19,5%

La **Calabria** presenta un tasso di appartenenza turistica sopra la media dell'**Italia** pari al 17,1%.

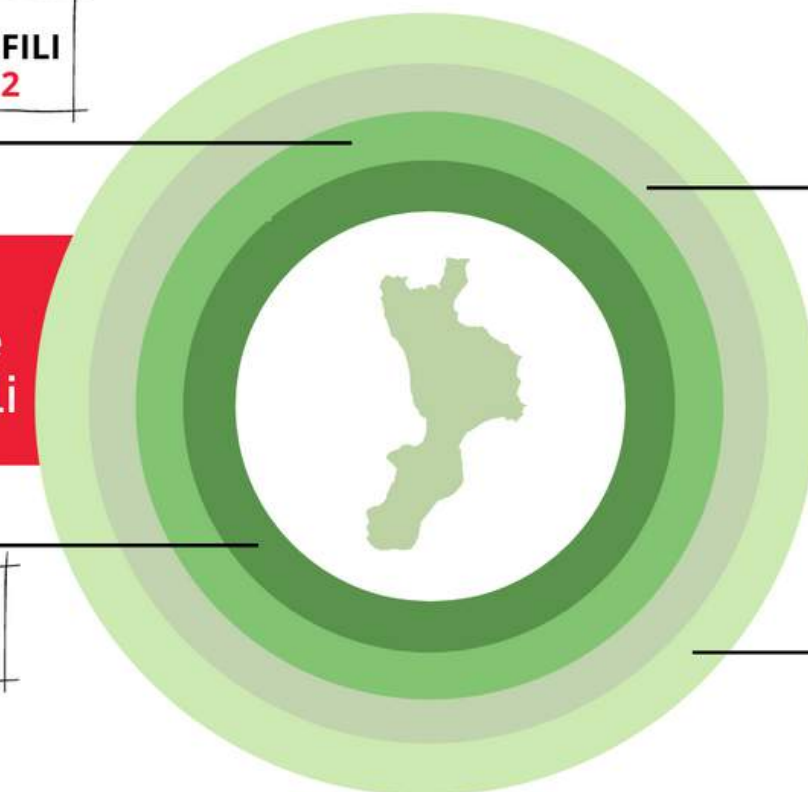
ESTEROFILI
fase 2

NAZIONALISTI
fase 3

Cluster da convincere e fasi temporali

IDENTITARI
fase 1

STRANIERI
fase 4



PROMOZIONE DELLA CALABRIA. CANALI SUGGERITI DAL MERCATO

Anno 2021. Valori %. Base: totale casi al netto di chi ha dichiarato di non conoscerla.

Passaparola

30,5%



Siti viaggio/OTA

19,6%



Blogging/web

18,5%



TV/Radio/giornali

17,4%



Fiere/convegni

6,6%



Cartellonistica

4,9%



Cinema

2,9%



Quasi un terzo del campione indica il passaparola di parenti, amici e conoscenti per promuovere e consolidare l'immagine della destinazione Calabria. Più che rilevanti anche l'utilizzo dei siti di prenotazione, l'attività di blogging e di social media marketing e, infine, alcuni canali più tradizionali quali televisione, radio, giornali e riviste.



DEMOSKOPIKA
when they ask you

SEGUICI SU



ROMA

VIA SAVOIA, 78
+39 06 8523 74028
INFO@DEMOSKOPIKA.EU

RENDE

VIA J. F. KENNEDY, 81/Q
+39 0984 846026
INFO@DEMOSKOPIKA.EU

WWW.DEMOSKOPIKA.IT