

# Viaggio in Calabria

*Strategie, attività e dati a confronto.  
Racconto dell'evoluzione  
della destinazione Calabria*





# Viaggio in Calabria

*Strategie, attività e dati a confronto.  
Racconto dell'evoluzione  
della Destinazione Calabria*



# Indice

<b>7</b>	<b>Report statistico</b>	<b>25</b>	<b>Diario di viaggio: le tappe di una crescita</b>
8	Metodologia		
9	Analisi di breve periodo	27	Turismo enogastronomico
16	Analisi storica	29	Turismo active
		31	Internazionalizzazione
		34	Campagna di advertising
		35	Innovazione normativa
		38	Comunicazione web
		39	Fiere di settore
		40	Cinematografia
		43	Il motore delle informazioni



REGIONE  
CALABRIA



CALABRIA

**On. Gerardo Mario Oliverio**  
Presidente  
della Giunta Regionale

*Per anni ci si è chiesti come mai la Regione Calabria con 800 km di coste nel cuore del Mar Mediterraneo con le aree interne tutte da esplorare, ricche di giacimenti culturali, antropologici ed enogastronomici non fosse mai riuscita a far decollare il settore turistico.*

*Abbiamo deciso di mettere in atto una strategia molto diversa. La Calabria non doveva continuare a rincorrere il modello Rimini, ma con le sue potenzialità abbiamo sempre creduto che potesse definire un modello proprio e questo abbiamo fatto. Fin dall'inizio abbiamo individuato che il target era quello dei viaggiatori che amano esplorare i territori. Un modo, questo, di fare turismo colto, rispettoso dell'ambiente, capace di leggere nelle pieghe della nostra terra il passato e i valori che ne hanno segnato la storia.*

*Abbiamo messo in campo azioni mirate su Paesi target con il coinvolgimento di addetti ai lavori, stakeholder, blogger, giornalisti di settore da New York a Shanghai, da Londra a Berlino. Il successo e l'entusiasmo del pubblico e della critica internazionale, raccolti in occasione della nostra presenza alle principali manifestazioni di settore, sono stati per noi la conferma che la strategia adottata è quella giusta.*

*Ora la Calabria viene riconosciuta come patria di uno stile di vita slow, come culla della "Dieta Mediterranea". Abbiamo approvato una legge a supporto di questo stile alimentare, che valorizza i nostri secolari uliveti, gli antichi vigneti, le colline e i pascoli montani.*

*Lidia Bastianich, l'icona televisiva, negli USA e nel Sud America, della buona cucina italiana, è stata per noi una scelta vincente per rendere visibile le eccellenze enogastronomiche e le bellezze della Calabria a circa 200 milioni di telespettatori nel mondo. Anche grazie a lei, affiancata da una leva di giovani chef, abbiamo potuto comunicare al mondo una terra che ha conservato intatti i suoi valori, i suoi riti, i suoi sapori.*



Roccelletta di Borgia, Parco Archeologico di Scolacium, teatro

*Se oggi si parla di Calabria è perché la strategia di promozione turistica da noi adottata ha rotto con il passato ed ha un approccio più mirato e ragionato.*

*Abbiamo lavorato sull'accessibilità, per rendere la nostra regione più facilmente raggiungibile e quindi più attraente. In tal senso si è lavorato per dotare i nostri aeroporti di collegamenti internazionali, nel 2014 i voli da e verso città europee erano 8 oggi sono decuplicati.*

*Abbiamo attenzionato anche i collegamenti ferroviari investendo affinché ci fossero più treni veloci, Freccia Argento, che collegano Roma con Reggio Calabria e in 8 ore Bolzano a Sibari.*

*Abbiamo investito oltre 700 milioni per rimodernare la ferrovia ionica, il più grande investimento ferroviario dopo l'unità d'Italia, per dotare anche questa linea di treni moderni e veloci grazie all'ammodernamento dei binari e alla riqualificazione delle stazioni.*

*Il riscontro che stiamo avendo è sotto agli occhi di tutti: la stagione turistica si è allungata e non è più limitata ai soli mesi estivi.*

*Abbiamo deciso di investire somme importanti sul recupero dei nostri borghi. Sono attualmente in via di definizione due bandi destinati al recupero dell'edilizia di tanti centri storici, rivolti ai Comuni ed ai privati per sostenere*


*la nascita di ospitalità diffusa, della ristorazione tipica e di tutta una serie di attività di supporto al turismo. In questi anni abbiamo varato una legge urbanistica che sancisce consumo di suolo ZERO per incentivare i calabresi stessi al recupero della propria identità anche attraverso la rivalutazione della propria architettura. È nei nostri borghi che si respira l'autenticità delle nostre radici, quella da cui viene il fascino di questa terra, i veri attrattori di un turismo qualificato. I dati testimoniano che l'interesse turistico verso la montagna calabrese è cresciuto. È aumentato il flusso di appassionati dell'outdoor, provenienti da tutta Europa, che giungono in Calabria per praticare sport estivi ed invernali a contatto con la natura.*

*In quest'ottica di sviluppo dell'outdoor, abbiamo finanziato la realizzazione della più lunga ciclovia del Mediterraneo e della ciclovia dei Parchi che, partendo dal Pollino, attraverserà il parco della Sila, il parco delle Serre ed il parco dell'Aspromonte per raggiungere Reggio Calabria. L'intento è stato quello di intercettare il target dei cicloturisti, soprattutto stranieri, che in Italia contano un milione e ottocento mila praticanti e generano un fatturato di 6,2 miliardi l'anno senza*

*emissioni di smog o di rumore. Inoltre, per la prima volta, la Regione Calabria ha investito 24 milioni di euro in modo integrato per la valorizzazione e il recupero della portualità turistica e l'attrattività dei suoi porti, per farne non solo degli approdi, ma luoghi di sobria ed elegante accoglienza rivolta ad un target medio alto con l'obiettivo di favorire lo sviluppo turistico e l'accessibilità alla nostra regione anche via mare. E ancora, abbiamo incentivato gli sport velici tra Reggio Calabria e Crotona e il Kite Surf a Gizzeria che grazie alle sue caratteristiche è diventata sede TTR World International Championship.*

*Siamo in prima linea nel progettare un futuro ispirato alla Green Economy, perché da noi si può fare più che altrove. Una scelta imprescindibile, che si pone di fronte a tutto il pianeta e di cui da sempre siamo fautori convinti. Con noi la Calabria è la prima regione d'Italia ad aver messo al bando l'uso del glifosato.*

*Il turismo è il settore in cui converge ogni segmento dell'azione politica, della strategia complessiva di crescita, che noi abbiamo ben chiara, in quanto parte del nostro programma per lo sviluppo della Calabria.*





*Isola di Dino e Arcomagno*



# Report statistico



**L'Osservatorio Turistico della Regione Calabria** è il centro nevralgico del flusso delle informazioni relativo al settore, che traduce i dati ricevuti in andamenti reali e fornisce nuovi spunti di crescita al comparto turistico regionale.

Nel corso degli ultimi anni, l'Osservatorio ha registrato tutti gli incrementi dei dati relativi agli afflussi turistici verso la regione, rilevando chiari trend di crescita anche in condizioni di partenza sfavorevoli, grazie alla forza e alla volontà degli operatori di settore abbinate all'unicità del territorio calabrese.

I dati in possesso dell'Osservatorio indicano non solo l'aumento dei flussi turistici verso la regione ma anche la diversificazione degli stessi rispetto ai trend tradizionali, che consideravano la stagione estiva come unico periodo di rilevante attività del comparto turistico. L'obiettivo della destagionalizzazione, di cruciale importanza per la crescita di tutto il settore, sembra avviato a realizzarsi grazie ad un'offerta maggiormente diversificata e integrata, che offre accoglienza e opportunità di visite anche in periodi e ambiente precedentemente ignorati dal grosso del movimento turistico. Allo stesso tempo sono aumentati sensibilmente i dati relativi agli afflussi di turisti provenienti da paesi esteri, grazie ad un lavoro di comunicazione e sensibilizzazione che comincia a dare i suoi frutti.

A partire da questi dati il compito è quello di insistere sulla strada tracciata per fare in modo che la Calabria diventi meta privilegiata di un numero sempre maggiore di visitatori.

L'Osservatorio Turistico della Regione Calabria conduce per conto dell'ISTAT la rilevazione "Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi", un'indagine totale che viene svolta con periodicità mensile in conformità al Regolamento (UE) n. 692/2011 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 6 luglio 2011 che regola le Statistiche Europee sul Turismo. L'indagine è inserita nelle rilevazioni statistiche di interesse pubblico e quindi inserita nel PSN (Programma Statistico Nazionale).

La rilevazione quantifica, per ciascun mese e per ciascun comune, gli arrivi e le presenze dei clienti (residenti e non) secondo la categoria di esercizio e il tipo di struttura e secondo il paese estero o la regione italiana di residenza. Le unità di rilevazione sono le singole strutture ricettive della regione Calabria che hanno l'obbligo di risposta.

LA  
COPERTURA  
ATTUALE  
È DEL **90%** DELLE  
STRUTTURE

# Report statistico

*Movimento dei clienti nelle strutture ricettive  
Anno 2019  
Periodo: Gennaio/Settembre. Calabria*

Analisi  
di breve periodo

**1.646,671**

ARRIVI  
NEL 2019

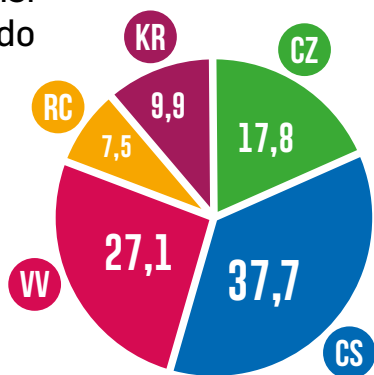
**8.820.489**

PRESENZE  
NEL 2019

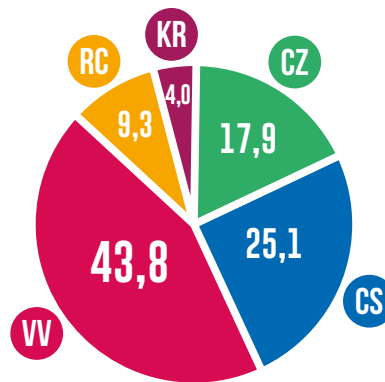
	2019	
	ARRIVI	PRESENZE
ITALIANI	1.340.715	6.872.648
STRANIERI	305.956	1.947.841
TOTALE	1.646.671	8.820.489

*La distribuzione sul territorio  
Distribuzione percentuale delle presenze totali.  
Anno 2019*

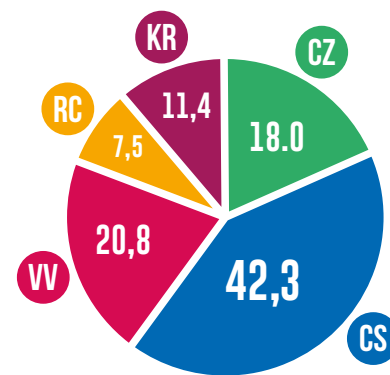
Analisi  
di breve periodo



DISTRIBUZIONE  
PERCENTUALE  
DELLE PRESENZE  
DI **ITALIANI**



DISTRIBUZIONE  
PERCENTUALE  
DELLE PRESENZE  
DI **STRANIERI**



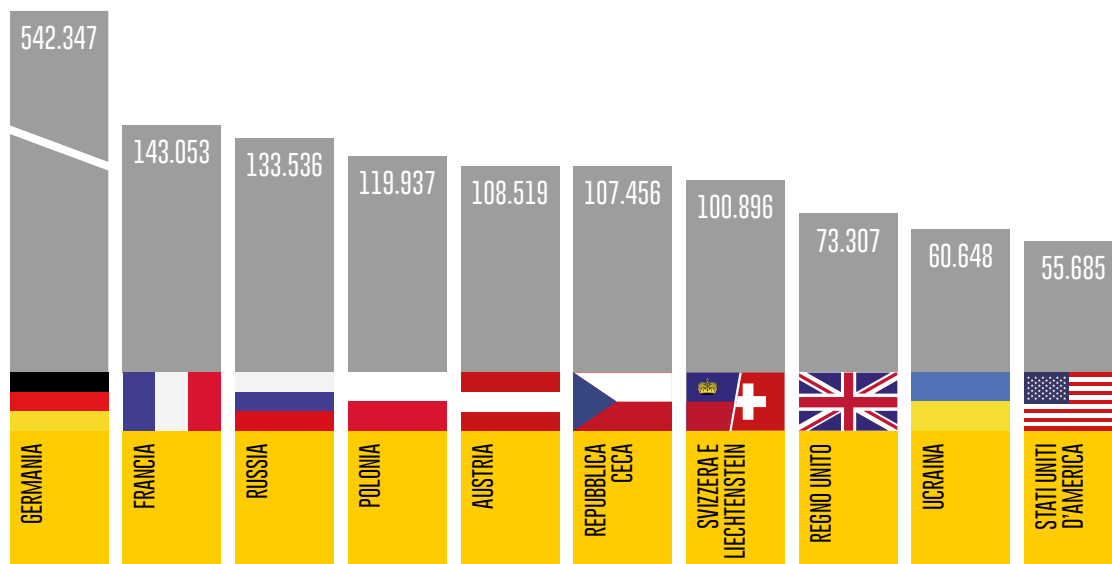
DISTRIBUZIONE  
PERCENTUALE  
DELLE PRESENZE  
**TOTALI**

Fonte / Elaborazioni e dati Osservatorio  
sul Turismo della Regione Calabria | \*Stima

# Report statistico

## *Gli stranieri: I primi dieci paesi. Presenze 2019 (gennaio/settembre)*

Analisi  
di breve periodo



Fonte / Elaborazioni e dati Osservatorio  
sul Turismo della Regione Calabria

# Report statistico

## *Movimento dei clienti nelle strutture ricettive Confronto 2019/2018 Periodo: Gennaio/Settembre. Calabria*

Analisi  
di breve periodo

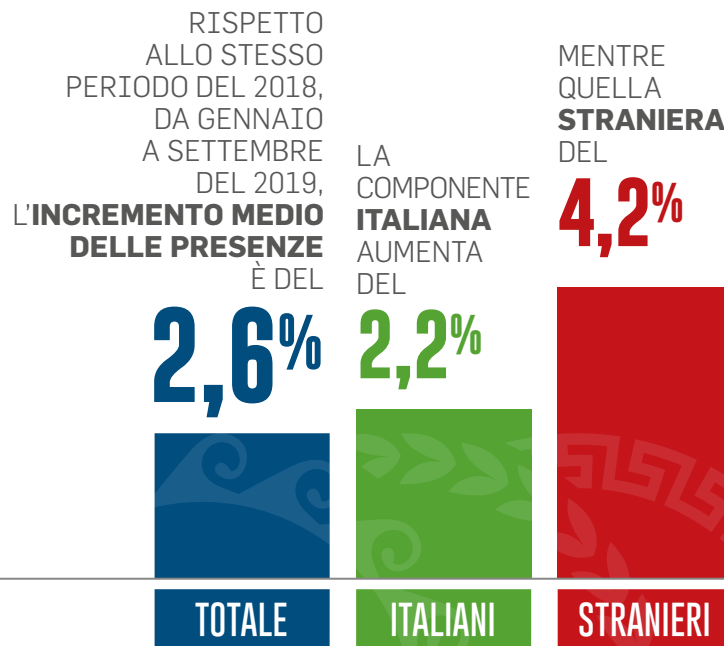
	2018	2019	2018	2019
	ARRIVI		PRESENZE	
ITALIANI	1.310.849	1.340.715	6.725.468	6.872.648
STRANIERI	306.063	305.956	1.870.011	1.947.841
TOTALE	1.616.912	1.646.671	8.595.479	8.820.489

Fonte / Elaborazioni e dati Osservatorio  
sul Turismo della Regione Calabria

# Report statistico

## *Le presenze*

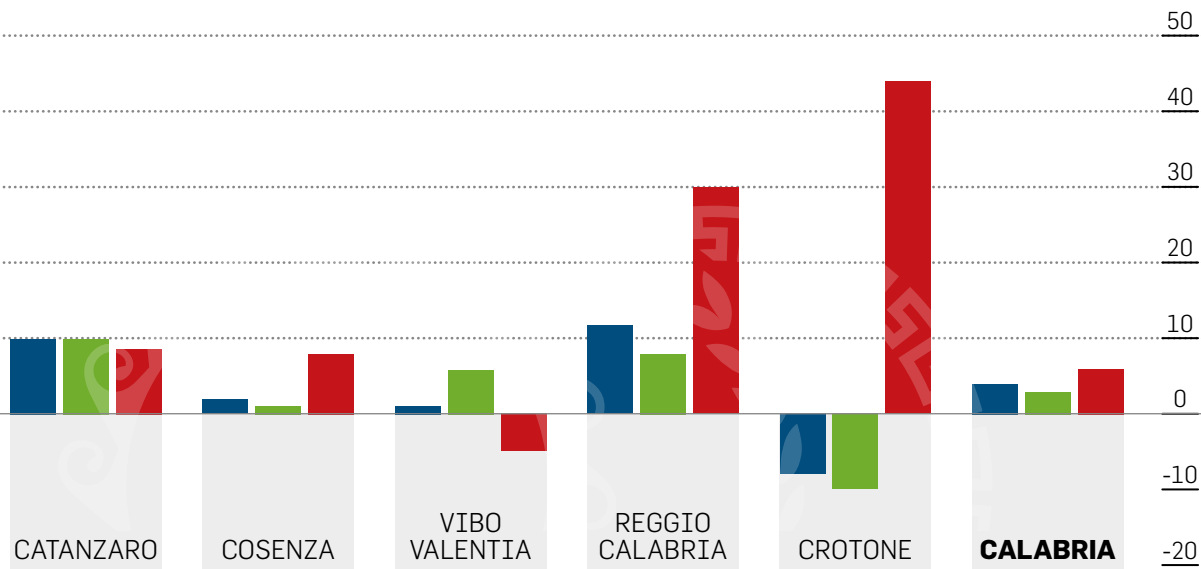
Analisi  
di breve periodo



Fonte / Elaborazioni e dati Osservatorio  
sul Turismo della Regione Calabria

*Variazione percentuale delle presenze,  
per provenienza (Italiani e stranieri)  
e destinazione provinciale.  
Anno 2019/2018*

Analisi  
di breve periodo



Fonte / Elaborazioni e dati Osservatorio  
sul Turismo della Regione Calabria



# Report statistico

## Traffico passeggeri aeroporti

Analisi  
di breve periodo

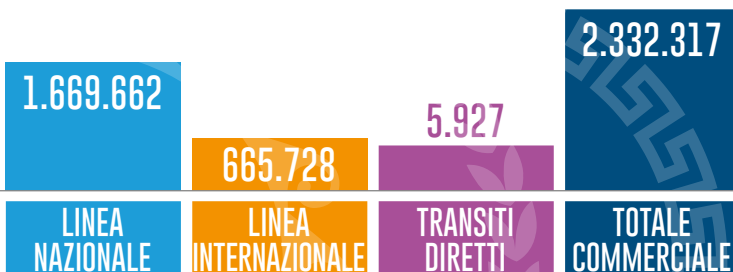
# 2,333%

# +8,8%

MILIONI I PASSEGGERI  
IN **ARRIVO** E **PARTENZA**  
DALL'**AEROPORTO**  
**DI LAMEZIA TERME**  
DA GENNAIO  
A SETTEMBRE DEL 2019

SULLO STESSO  
PERIODO  
DEL 2018

**AEROPORTO INTERNAZIONALE LAMEZIA TERME**  
PASSEGGERI  
GENNAIO/SETTEMBRE 2019



**AEROPORTO INTERNAZIONALE LAMEZIA TERME**  
VARIAZIONE % PASSEGGERI  
GENNAIO/SETTEMBRE 2019/2018



**AEROPORTO CROTONE**  
**131.686** PASSEGGERI (+110%):  
**131.686** I PASSEGGERI IN **ARRIVO**  
E **PARTENZA** DA GENNAIO A  
SETTEMBRE DEL 2019 **+110%**  
SULLO STESSO PERIODO DEL 2018

**AEROPORTO DI REGGIO CALABRIA**  
**298.520** PASSEGGERI (+13,6%):  
**298.520** I PASSEGGERI IN **ARRIVO**  
E **PARTENZA** DA GENNAIO  
A SETTEMBRE DEL 2019 **+13,6%**  
SULLO STESSO PERIODO DEL 2018

Fonte / Elaborazioni Osservatorio  
su dati Assaeroporti

*Movimento dei clienti nelle strutture ricettive  
Confronto 2014/2019  
Periodo: Gennaio/Settembre. Calabria*

Analisi storica

	2014		2019*	
	ARRIVI	PRESENZE	ARRIVI	PRESENZE
ITALIANI	1.027.808	5.773.418	1.340.715	6.872.648
STRANIERI	218.570	1.477.576	305.956	1.947.841
TOTALE	1.246.378	7.250.994	1.646.671	8.820.489

Fonte / Elaborazioni e dati Osservatorio  
sul Turismo della Regione Calabria | \*Stima

# Report statistico

## Movimento dei clienti nelle strutture ricettive Confronto 2014/2019 Periodo: Gennaio/Settembre. Calabria

### Analisi storica

L TASSO DI **CRESCITA**  
MEDIO ANNUO  
DEGLI **STRANIERI**  
È DEL **7%**  
PER GLI **ARRIVI**  
E DEL **5,7%**  
PER LE **PRESENZE**

	2019 - 2014		T.M.C.A.	
	ARRIVI	PRESENZE	ARRIVI	PRESENZE
ITALIANI	312.907	1.099.230	+5,5	+3,5
STRANIERI	87.386	470.265	+7,0	+5,7
TOTALE	400.293	1.569.495	+5,7	+4,0

GLI **ARRIVI**  
AUMENTANO DI  
**400.000**  
UNITÀ

LE **PRESENZE**  
AUMENTANO DI  
**1,6** MILIONI

I **PERNOTTAMENTI**  
DI **ITALIANI** AUMENTANO  
DI PIÙ DI **UN MILIONE**  
E QUELLI DEGLI  
**STRANIERI** DI CIRCA  
**MEZZO MILIONE**

Fonte / Elaborazioni e dati Osservatorio  
sul Turismo della Regione Calabria

\*Stima

# Report statistico

*Le tendenze: confronto dei dati nel periodo  
gennaio settembre 2019  
con lo stesso periodo del 2014*

## Analisi storica

NEL PERIODO DI RIFERIMENTO  
FRA IL 2014 E IL 2019  
L'INCREMENTO COMPLESSIVO  
DEGLI **ARRIVI**  
DI **STRANIERI** È DEL

**40%**

GLI **ARRIVI ITALIANI**  
AUMENTANO DEL **30,4%**  
E LE **PRESENZE** DEL **19%**  
AD UN TASSO MEDIO  
ANNUO DI CRESCITA  
RISPETTIVAMENTE  
DEL **4%** E DEL **5,5%**.

COMPLESSIVAMENTE  
IL MOVIMENTO  
IN TERMINI DI **ARRIVI**  
AUMENTA DEL **32%**  
E I **PERNOTTAMENTI**  
AUMENTANO DEL **21,6%**.

QUELLO DELLE  
**PRESENZE** **32%**  
**STRANIERE** È DEL

	2019*/2018	
	ARRIVI	PRESENZE
ITALIANI	+30,4	+19,0
STRANIERI	+40,0	+31,8
TOTALE	+32	+21,6

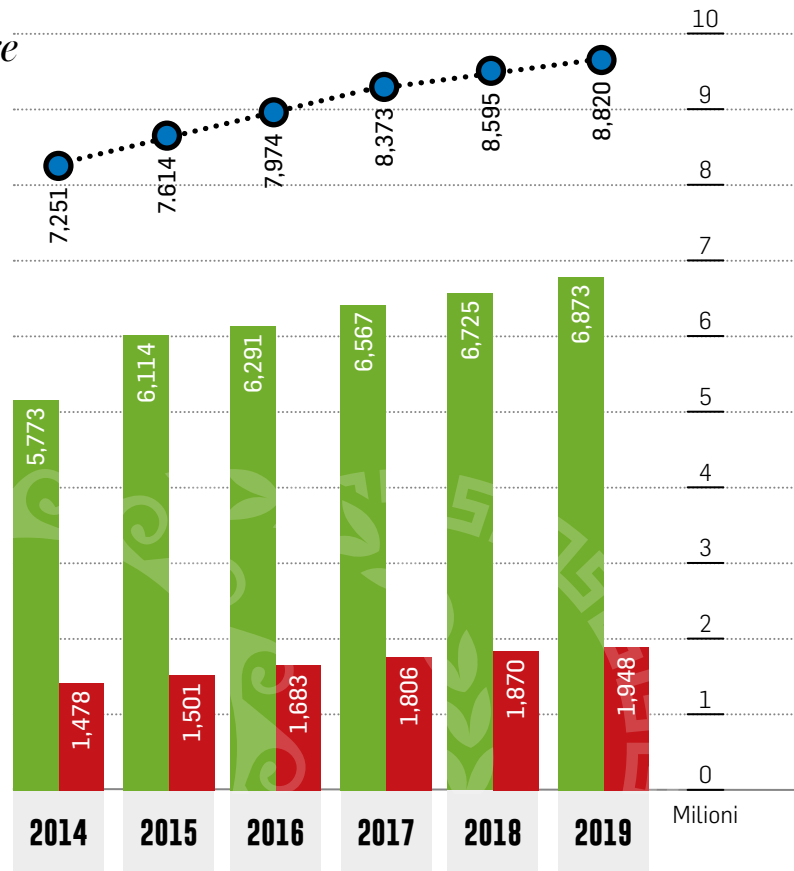
# Report statistico

## Andamento delle presenze Serie Storica 2014 - 2019

### Analisi storica

LE PRESENZE NEL **2019** (GENNAIO/SETTEMBRE) AMMONTANO A **8.820.000**, LE PRESENZE DI ITALIANI SONO **6.873.000** E INCIDONO SUL TOTALE DELLE PRESENZE PER IL **78%**.  
LE **PRESENZE STRANIERE** SONO **1.948.000** E INCIDONO SUL TOTALE PER IL **22%**.  
NEL 2014 LE **PRESENZE COMPLESSIVE** ERANO **7.251.000**, LE **PRESENZE DI ITALIANI** ERANO **5.773.000** E INCIDEVANO SUL TOTALE DELLE PRESENZE PER L'**80%**.  
LE **PRESENZE STRANIERE** ERANO **1.478.000** E INCIDEVANO SUL TOTALE PER IL **20%**.  
MIGLIORA, DUNQUE, IL **TASSO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE**

■ Italiani ■ Stranieri ● Totale



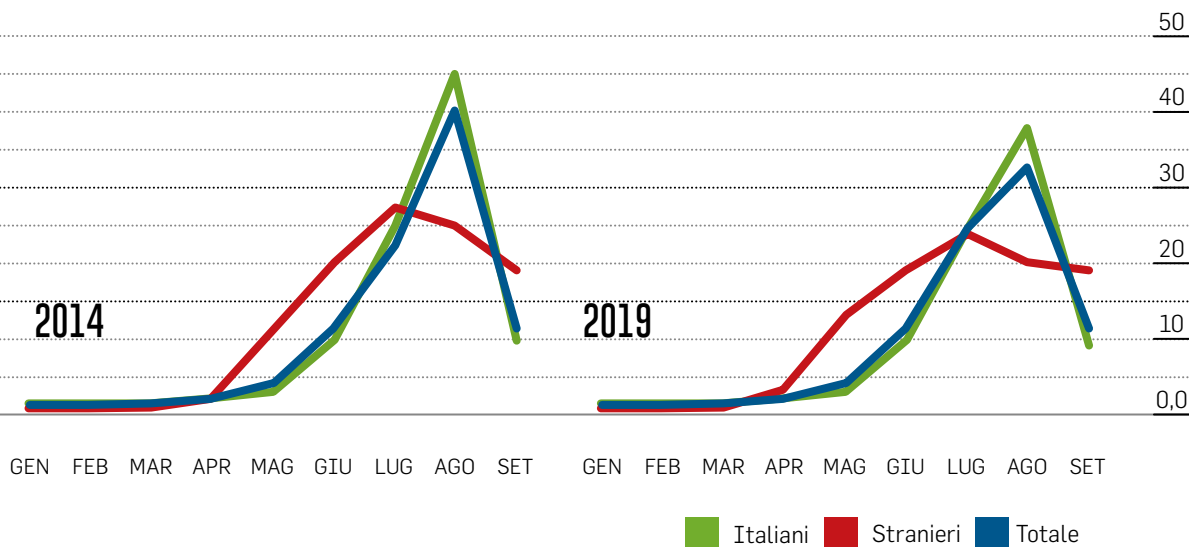
# Report statistico

## Presenze anni 2014 e 2019

UN ATTENTO CONFRONTO  
FRA I DUE GRAFICI  
EVIDENZIA, NEL 2019  
RISPETTO AL 2014  
LA **MIGLIOR DISTRIBUZIONE  
DELLE PRESENZE NEI MESI:**  
DIMINUISCE, INFATTI,  
LA CONCENTRAZIONE  
DI PRESENZE AD AGOSTO.

NEL **2014** SI ATTESTAVA  
AL **45%** MENTRE NEL 2019  
AD AGOSTO SI REGISTRA  
IL **40%** DI PRESENZE.  
È EVIDENTE, DUNQUE,  
L'ATTIVAZIONE DI UNA  
TENDENZA VERSO LA  
**DESTAGIONALIZZAZIONE**  
DEI FLUSSI TURISTICI.

### Analisi storica



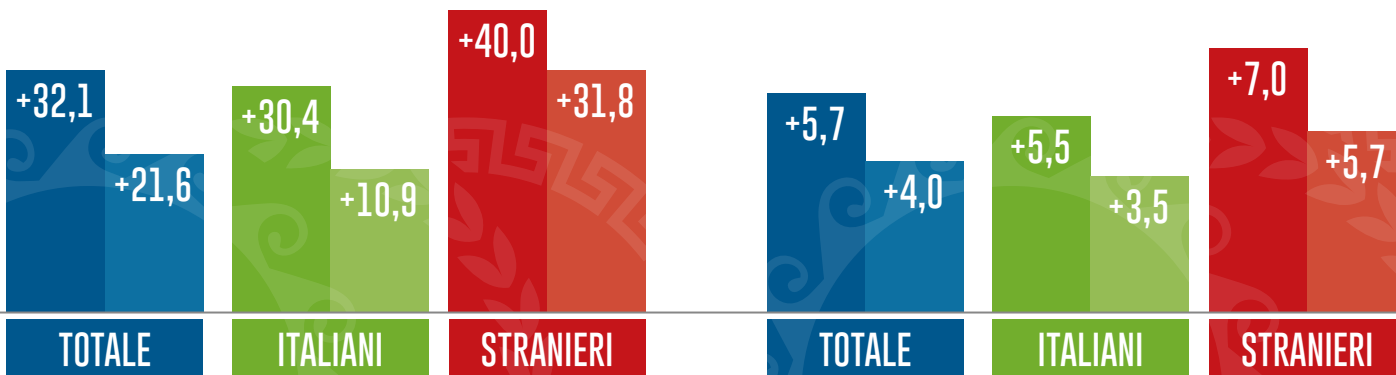
Fonte / Elaborazioni e dati Osservatorio  
sul Turismo della Regione Calabria

# Report statistico

*Variatione % degli arrivi e delle presenze nelle strutture ricettive fra il periodo gennaio settembre del 2014 e il periodo gennaio settembre del 2019. Calabria*

*Tasso medio di crescita annuo degli arrivi e delle presenze di italiani e stranieri nelle strutture ricettive nel periodo gennaio/settembre 2014 e il periodo gennaio/settembre 2019. Calabria*

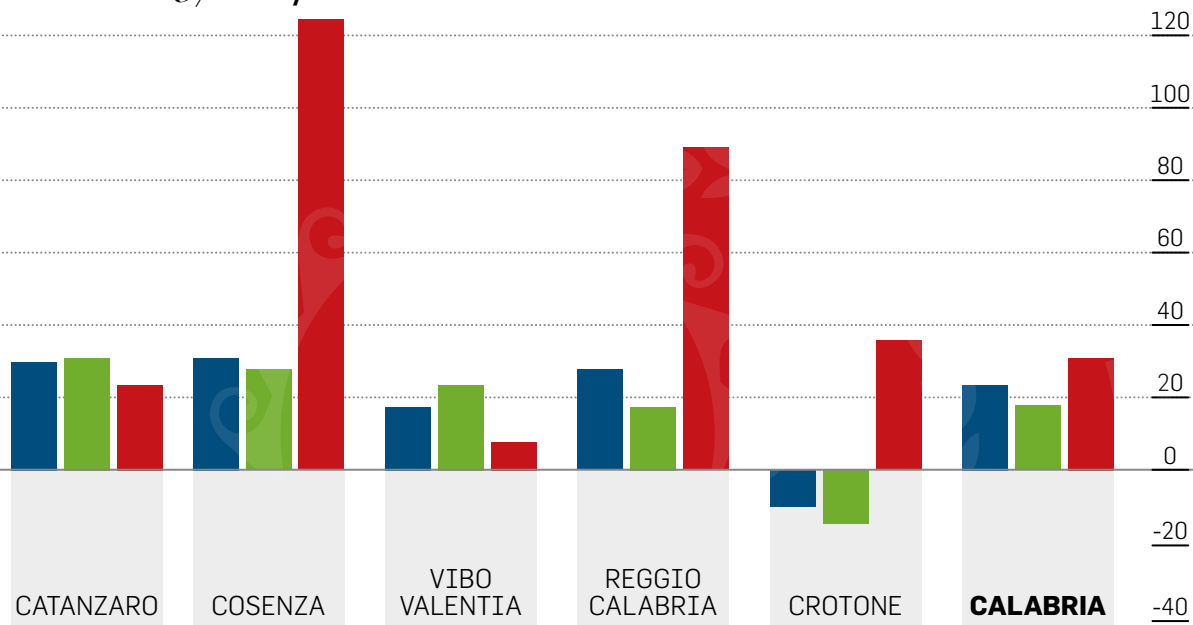
## Analisi storica



Fonte / Elaborazioni e dati Osservatorio sul Turismo della Regione Calabria

*Variatione percentuale delle presenze,  
per provenienza (Italiani e stranieri)  
e destinazione provinciale.  
Anno 2019/2014*

Analisi storica



Fonte / Elaborazioni e dati Osservatorio  
sul Turismo della Regione Calabria

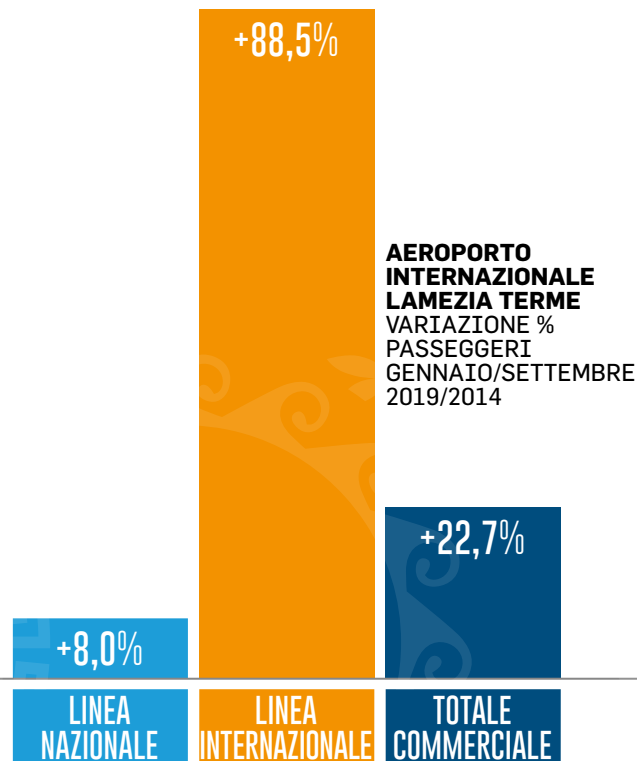


# Report statistico

## Traffico passeggeri aeroporto internazionale di Lamezia Terme

### Analisi storica

**AEROPORTO INTERNAZIONALE LAMEZIA TERME**  
PASSEGGERI  
GENNAIO/SETTEMBRE 2019



**AEROPORTO  
INTERNAZIONALE  
LAMEZIA TERME**  
VARIAZIONE %  
PASSEGGERI  
GENNAIO/SETTEMBRE  
2019/2014

Fonte / Elaborazioni Osservatorio  
su dati Assaeroporti



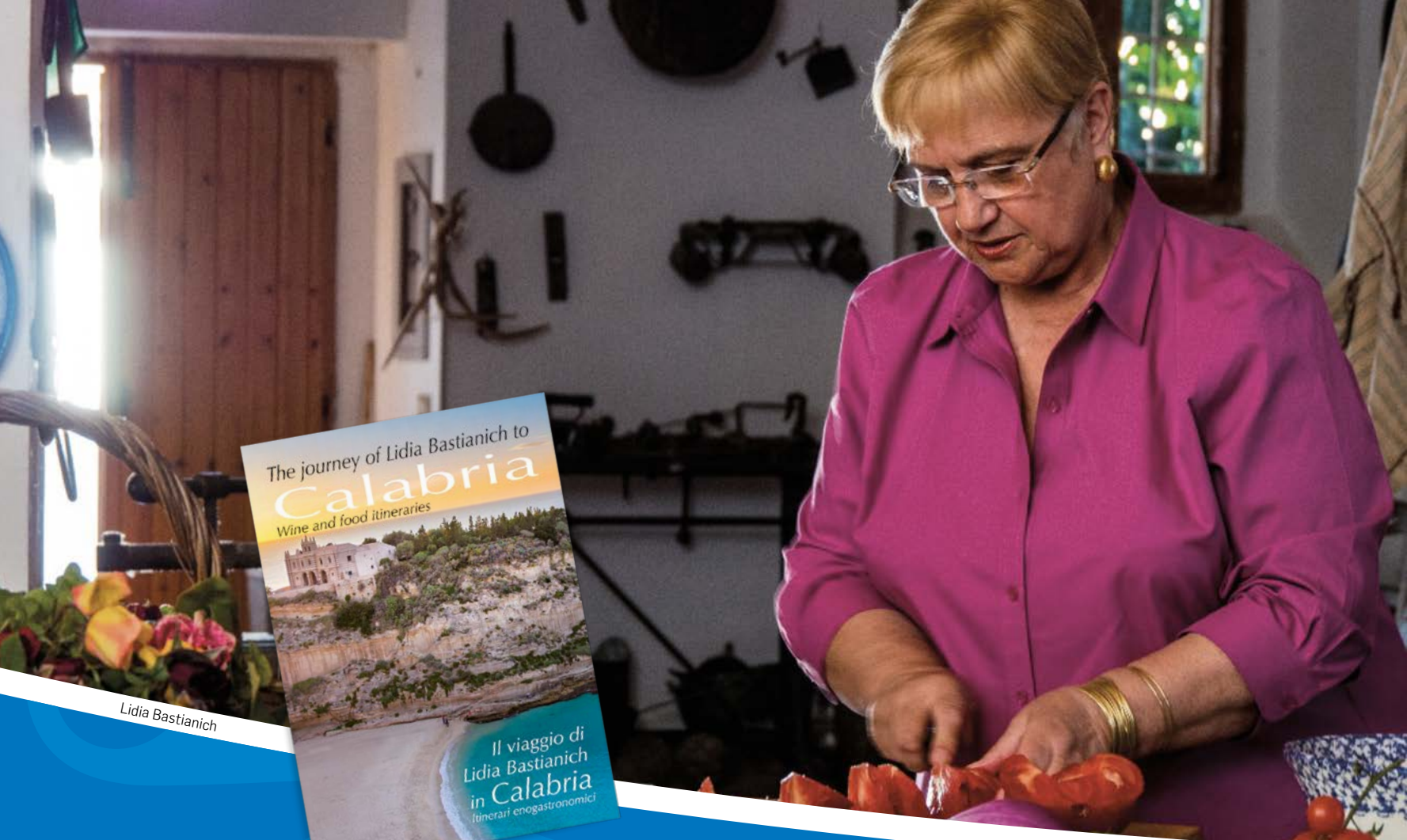
*Sila, monte Gariglione, faggeta*

# Diario di viaggio: le tappe di una crescita

Negli ultimi anni la Regione Calabria, con l'obiettivo di sviluppare la destinazione turistica e di aumentare la notorietà del brand Calabria, ha realizzato una serie di iniziative volte alla promozione e alla valorizzazione del territorio inteso come contenitore dinamico di attività e attrattive. Di seguito sono riassunti i principali passi "della crescita" della destinazione regionale non solo in termini di flussi turistici ma anche di notorietà, di diversificazione dell'offerta, di innovazione tecnologica, di destagionalizzazione e internazionalizzazione.



Codex Purpureus Rossanensis, particolare



Lidia Bastianich

The journey of Lidia Bastianich to Calabria  
Wine and food itineraries  
Il viaggio di Lidia Bastianich in Calabria  
Itinerari enogastronomici

## *Turismo enogastronomico*

Il 2018 è stato eletto dal MIBACT quale anno speciale per la valorizzazione dell'enogastronomia. Seguendo questa indicazione la Regione Calabria ha realizzato svariati cooking show coinvolgendo gli chef più rappresentativi del patrimonio culinario calabrese, destinati a giornalisti di settore ed operatori del turismo enogastronomico.

Sono stati elaborati **nuovi itinerari turistici enogastronomici** in grado di far conoscere le eccellenze enogastronomiche locali ed attraverso esse territori e paesaggi, le tradizioni culinarie, usi e costumi.

A Nicotera si è svolto il **Primo Meeting Internazionale sulla Dieta Mediterranea**, che ha avuto come madrina della manifestazione Lidia Bastianich, chef riconosciuta in tutto il mondo e testimonial della Cucina Italiana nel mondo.

Inoltre, è stato realizzato uno special televisivo con protagonista la stessa **Lidia Bastianich** andato in onda sul satellite e seguito da numerosi telespettatori del centro e sud America.

La Calabria è quindi diventata protagonista della mediterraneità culinaria, riappropriandosi del ruolo attribuitole negli anni 50', quando lo Seven Countries Study affermò, attraverso la voce autorevole dell'epidemiologo Ancel Keys, che gli stili alimentari registrati a Nicotera riducevano notevolmente il rischio di malattie cardiache.



Rafting sul fiume Lao

## *Turismo active*

Nell'ottica della diversificazione dell'offerta turistica sono stati promossi nuovi concept legati al benessere e al turismo Active.

Da queste premesse è nato il progetto **“Palestre a cielo aperto... sui monti della longevità”** con l'obiettivo di promuovere le potenzialità delle montagne della Calabria,

Attraverso gli eventi e le correlate attività di comunicazione, si è voluto comunicare che sport, divertimento e corretta alimentazione unita alla biodiversità mediterranea delle montagne calabresi rappresentano il giusto mix per un elisir di lunga vita.

I Parchi Nazionali della Calabria - Aspromonte, Pollino e Sila - il Parco Regionale delle Serre e la Riserva Naturale Regionale “Valli Cupe”, location ideali non solo per tutti i turisti appassionati di sport, che cercano una meta nella quale conciliare esperienza di viaggio, attività fisica e contatto con la natura.

Trekking, rafting, biking, arrampicata, canyoning, caving e canoa sono solo alcuni degli sport che è possibile praticare sui monti della longevità. Le montagne calabresi sono depositari di benessere non solo per le qualità ambientali ma anche per i ritmi slow e per i sapori autentici e genuini a disposizione dei visitatori alla ricerca di nuove esperienze.



Trekking in Aspromonte



*Un momento della visita di Lin Bin in Calabria*



## *Internazionalizzazione*

In ambito di Internazionalizzazione del brand Calabria, per intercettare nuovi flussi e per introdurre la destinazione Calabria in nuovi mercati, la Regione Calabria si è posta il traguardo ambizioso di coinvolgere partner mondiali, quali la Cina e gli Stati Uniti, come destinatari dell'offerta turistica regionale.

Il Ministro d'Ambasciata cinese **Lin Bin** ha visitato la Calabria con l'intento di sostenere i rapporti commerciali e turistici con la **Cina**.

Dal 7 al 9 aprile 2018, 15 top manager del tour operator cinese CITS (China International Travel Service) sono giunti in Calabria per un breve tour alla scoperta delle peculiarità del territorio calabrese che più si adattano alle esigenze del turista e visitatore orientale.

Con lo stesso CITS è stato siglato un accordo per realizzare un'attività di comunicazione di tipo BtoC destinata al mercato cinese per la promozione della destinazione Calabria.

Attualmente continua la collaborazione con CITS per la realizzazione di pacchetti turistici interregionali.

# Diario di viaggio: le tappe di una crescita

## Internazionalizzazione

Nell'intento di sostenere la domanda del turismo tedesco, la Regione Calabria ha ospitato il **68° meeting della Deutscher ReiseVerband**, svoltosi nel mese di ottobre 2018.

Si è trattato di un'azione di comunicazione e promozione indirizzata al trade a cui hanno partecipato in 600 tra esponenti istituzionali, buyers tedeschi, opinion leader e giornalisti.

Le presenze durante il meeting di personalità di alto spessore, quali **Martin Schulz**, presidente emerito del Parlamento Europeo, e il Ministro tedesco per la cooperazione e lo sviluppo economico **Gerd Müller**, come anche il coinvolgimento **dell'Enit**, dell'**Ambasciata italiana a Berlino** e dell'**Ambasciata tedesca a Roma**,



Un momento del 68° meeting della Deutscher ReiseVerband

# Diario di viaggio: le tappe di una crescita

## Internazionalizzazione

hanno conferito una maggiore notorietà all'evento, accendendo i riflettori sul territorio che lo ha ospitato.

Legato all'evento è stato realizzato un piano di comunicazione stampa e web.

Gli uffici stampa della Regione, dell'Enit e della DRV hanno collaborato costantemente per un'attività di comunicazione social.

Durante la ITB di Berlino 2018 è stata realizzata una conferenza stampa internazionale e un apposito stand. A Settembre 2018 si è tenuto a Berlino, presso l'Ambasciata italiana, un educational rivolto a giornalisti tedeschi in cui è stata presentata l'offerta turistica regionale.

Il meeting è stato preceduto dallo svolgimento di 16 educational tours che hanno consentito a 400 operatori tedeschi ospiti dell'evento di visitare, divisi per gruppi d'interesse, l'intero territorio regionale.



Teatro F. Cilea di Reggio Calabria

Diario  
di viaggio:  
le tappe di  
una crescita

## *Campagna di advertising*

Nell'ottica di una maggiore offerta di voli turistici verso la Calabria, è stata espletata una procedura per la realizzazione di una campagna di Advertising sugli aeromobili e nelle lounge aeroportuali da e per le maggiori destinazioni europee, quali Amburgo, Berlino, Madrid, Londra, Bruxelles, Cracovia, Francoforte, Dusseldorf, Bucarest, Budapest, Parigi, Varsavia, Sofia, Praga e Mosca, Milano Torino, Bologna, Genova, Treviso, Verona, Venezia e Roma.

Capo Colonna,  
colonna di Hera Lacinia



## *Innovazione normativa*

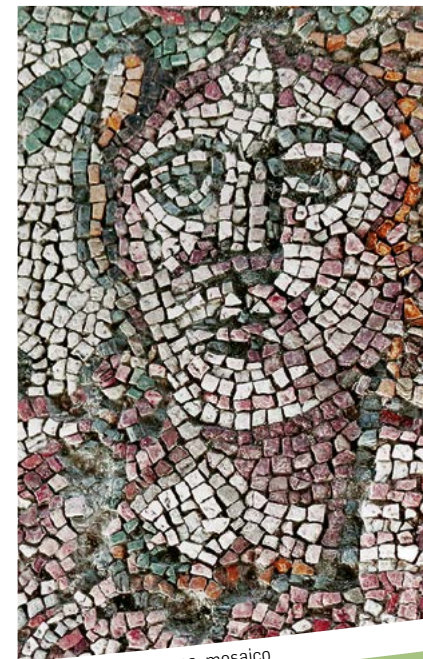
### *Legge Regionale n. 2 del 25 gennaio 2019*

La Legge si pone l'obiettivo di istituire i **Distretti Turistici Regionali** abrogando i sistemi turistici locali già previsti dalla L.R. 8/2008.

I Distretti sono costituiti da enti locali, unioni di comuni, province e città metropolitane, camere di commercio e imprese in forma singola e associata, distretti rurali associazioni sindacali e datoriali.

La Regione Calabria sostiene la creazione di forme di *governance* innovative volte alla gestione integrata delle destinazioni turistiche regionali sia da un punto di vista della risoluzione delle problematiche connesse ai servizi sia per la promozione unitaria e coordinata.

La necessità di introdurre i distretti è dettata dalla volontà di avere un interlocutore unico per la programmazione delle strategie di sviluppo turistico di specifiche aree.



Casignana, mosaico

## Diario di viaggio: le tappe di una crescita

### Innovazione normativa

#### *La Legge Regionale n. 3 del 6 febbraio 2018*

La Regione Calabria ha perseguito gli obiettivi strategici della destagionalizzare dei flussi turistici e della diversificazione dell'offerta turistica incentivando forme di turismo che valorizzano il nostro territorio, attraverso la creazione di strumenti normativi adatti a creare sistemi economici sempre più diffusi e sostenibili. La nuova legge n. 3, del 6 febbraio 2018, denominata "**Incentivazione dell'incoming turistico attraverso i trasporti aerei, ferroviari, su gomma e via mare, a sostegno della destagionalizzazione**", detta norme per la concessione di contributi finalizzati all'incremento degli arrivi e delle presenze turistiche con priorità alla bassa stagione.

Si è fortemente incentivata la destagionalizzazione dei flussi turistici, differenziando l'intensità di aiuto a secondo dei mesi di svolgimento dei programmi di viaggio.



Uno dei due  
Bronzi di Riace

# Diario di viaggio: le tappe di una crescita

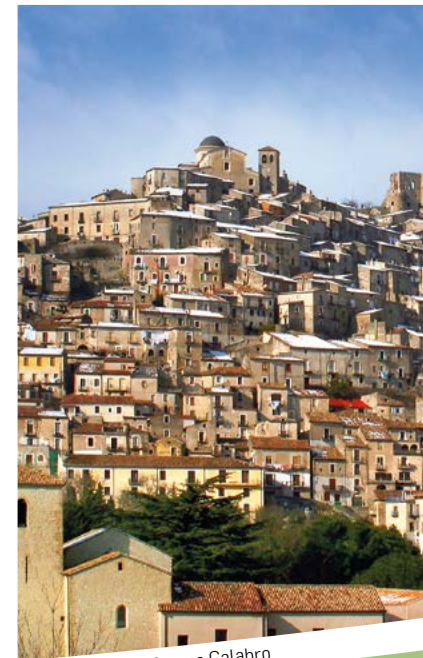
## Innovazione normativa



### *Legge Regionale n. 34 del 7 agosto 2018*

La nuova Legge Regionale n. 34, del 7 agosto 2018 , **“Norme sulla classificazione delle strutture ricettive extralberghiere”** ha lo scopo di riformare il sistema di classificazione introducendo nuove forme ricettive e di creare condizioni per una più equa e leale concorrenza. Il Testo definisce in modo inequivocabile le nomenclature che venivano utilizzate in modo arbitrario a discapito del turista e della destinazione stessa. Sarà possibile esercitare l'attività di bed and Breakfast e di affittacamere in forma imprenditoriale, mentre quella in forma non imprenditoriale si chiamerà **“B&B in family”**. Inoltre, è stata prevista la possibilità di classificare le residenze d'epoca e le dimore storiche, ma anche le locande e i posti tappa.

Lo spirito di questa norma è quello di conferire “affidabilità” al nostro sistema di offerta ricettiva extralberghiera, elemento indispensabile perché si possa parlare di qualità.

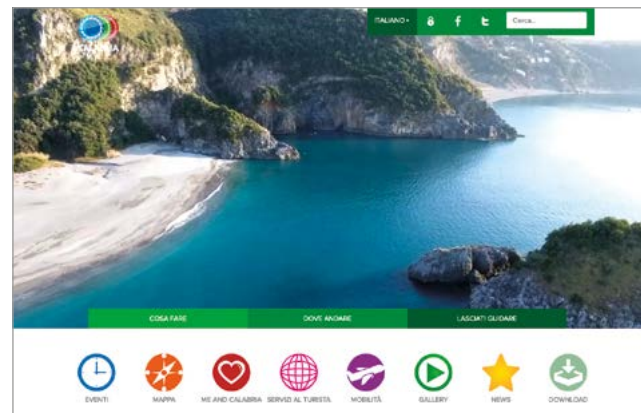


Morano Calabro

Diario  
di viaggio:  
le tappe di  
una crescita

## *Comunicazione web*

Per ciò che concerne la comunicazione digitale, la Regione Calabria ha continuato ad investire sul web, potenziando il portale e i canali social **turiscalabria.it**, che informano quotidianamente sulle attrattive turistiche del territorio.





Diario  
di viaggio:  
le tappe di  
una crescita

## *Fiere di settore*

La promozione della destinazione Calabria è stata potenziata partecipando alle principali fiere di settore, quali *New York Times Travel Show*, *Fitur Madrid*, *Holiday World Praga*, *B.I.T. Milano*, *W.T.M. Londra*, *Outdoor Children Bologna*, *I.T.B. Berlino*, *B.M.T. Napoli*, *Top Resa Parigi*, *M.I.T.T. Mosca*, *Rimini T.T.G.*, *Skipass Modena*, *F.I.T. Buenos Aires*, *Paestum*.

Altro evento di rilevanza internazionale è rappresentato da **Aurea**, la Borsa del Turismo Religioso, Culturale e Naturalistico che ha visto oltre 50 operatori buyers, provenienti da tutta Europa, visitare il territorio calabrese.

Il programma della borsa Aurea ha previsto anche incontri BtoB tra i buyers ospiti e gli operatori locali.

*aurea*  
BORSA DEL TURISMO RELIGIOSO, CULTURALE E NATURALISTICO



Paola, tra gli stand di "Aurea"

## *Cinematografia*

### Cinematografia

In ambito cinematografico, la Regione Calabria si è avvalsa dello strumento della Fondazione Calabria Film Commission per promuovere la Destinazione Turistica Regionale, incoraggiando le produzioni cinematografiche con un appropriato sistema di incentivi attuabili attraverso un bando a sportello che concedono svariate opportunità a aziende cinematografiche consolidate, ma anche ai giovani registi, di raccontare la Calabria proponendo un'immagine prioritariamente positiva, giovane e innovativa.

#### **In questo periodo sono stati finanziati:**

<b>26</b>	LUNGOMETRAGGI	<b>2</b>	SERIE TELEVISIVE INTERNAZIONALI
<b>5</b>	DOCUMENTARI	<b>2</b>	SERIE TELEVISIVA NAZIONALE
<b>6</b>	CORTOMETRAGGI	<b>2</b>	FORMAT TELEVISIVO

CALABRIA  
FILMCOM  
MISSION

# Diario di viaggio: le tappe di una crescita

## Cinematografia

Tra queste si segnalano:

“**A Ciambra**” di Jonas Carpignano, che ha rappresentato l'Italia agli Oscar 2018 e con cui la Calabria ha conquistato i David di Donatello 2018

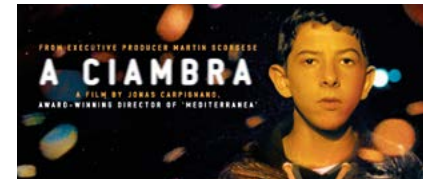
“**Arberia**”, prodotto dalla cosentina Open Fields Production che ha ricevuto il riconoscimento come film d'essai dal MIBACT e il premio del pubblico al DEA International Festival di Tirana

“**The Millionaires**”, con l'esordio alla regia del celebre attore di origini lucane Claudio Santamaria, e la presenza nel cast di Peppe Servillo, prodotto dalla Goon Films di Gabriele Mainetti

La serie TV internazionale “**Trust**” diretta da Danny Boyle

La serie TV italiana “**The Miracle**” di Niccolò Ammaniti

Tutte le produzioni hanno visto il coinvolgimento di maestranze locali in una misura mai inferiore al 20% del totale di quelle impiegate.





Gerace

Diario  
di viaggio:  
le tappe di  
una crescita



## Il motore delle informazioni

Nasce un nuovo sistema di raccolta dati relativi ai flussi turistici presenti in Calabria durante tutto l'anno.

Il Dipartimento Turismo ha acquisito un nuovo strumento di analisi denominato ROSS 1000-SIRDAT, dedicato alla raccolta dei dati sulla movimentazione turistica e su prezzi, ricettività e servizi offerti.

La rilevazione dei dati viene condotta e organizzata dall'Osservatorio Turistico Regionale.

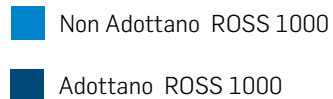
ROSS 1000-SIRDAT è un sistema informatizzato che riceve e incrocia i dati sui flussi turistici offrendo nuovi stimoli alla produzione di opportunità turistiche adeguate al territorio.

L'implementazione del nuovo sistema di rilevazione dei dati turistici ROSS 1000-SIRDAT costituisce un cambiamento incisivo nell'assetto di governance della destinazione turistica calabrese, in quanto fornisce un numero di informazioni notevole per quantità e qualità, distribuite per categorie e in grado di generare statistiche rilevanti per la programmazione turistica.

## Diario di viaggio: le tappe di una crescita

### Il motore delle informazioni

La Calabria è tra le poche regioni d'Italia ad aver adottato questo sistema.

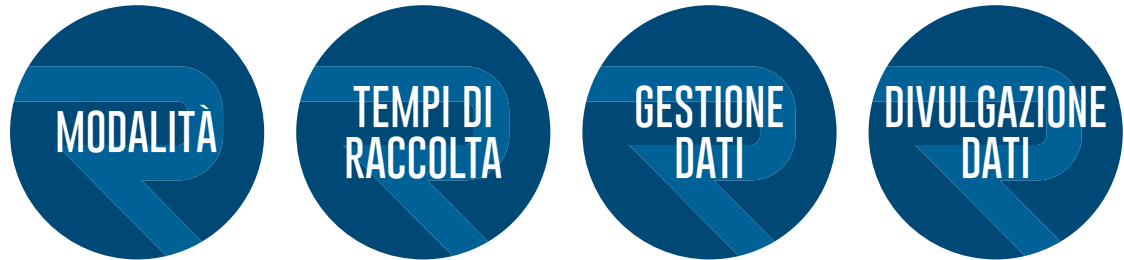


# Diario di un viaggio: le tappe di una crescita

## Il motore delle informazioni

Il sistema ROSS 1000-SIRDAT è un vero e proprio gestionale a disposizione degli operatori turistici che decidono di utilizzarlo, è completamente gratuito ed accessibile tramite credenziali da postazione fissa, mobile e altri device.

In ambito di raccolta dati turistici ROSS 1000-SIRDAT realizza una rivoluzione in quattro mosse:



# Diario di un viaggio: le tappe di una crescita

## *Modalità*

### Il motore delle informazioni

La Modalità «Registra Ospite» consente di effettuare la trasmissione del movimento turistico tramite l'inserimento manuale dei dati relativi agli ospiti, assolvendo così l'obbligo della comunicazione ai fini ISTAT e offrendo la possibilità di creare direttamente il file utile per il caricamento all'interno del portale per la comunicazione di pubblica sicurezza.

La Modalità «Importa file gestionale» consente di effettuare la trasmissione del movimento turistico per coloro che utilizzano un gestionale interno opportunamente abilitato, tramite il caricamento di un file in formato testo (.txt) o (.xml).

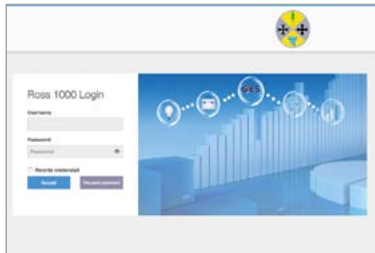
Nella sezione «Registra Ospite» la maschera deve essere compilata in tutte le sue parti per quanto riguarda i campi obbligatori, **mentre le voci facoltative**, quali "**Tipo turismo**" e "**Mezzo trasporto**", se debitamente inseriti, forniscono informazioni utili per definire il target di turisti che frequentano un determinato territorio.

I campi "**Titolo studio**" e "**Canale prenotazione**" forniscono invece un valore aggiunto alle informazioni raccolte ai fini dell'indagine statistica.



# Diario di un viaggio: le tappe di una crescita

## Il motore delle informazioni



## *Tempi di raccolta*

L'innovazione del sistema di rilevazione consentirà al Dipartimento Turismo e alla Regione Calabria di acquisire un flusso di dati costante ed in tempo reale, che concede enormi vantaggi ai fini di un'attività di programmazione turistica puntuale, immediata e confezionata su misura del territorio e della domanda turistica.

## *Gestione dati*

Il sistema ROSS 1000-SIRDAT ha l'obiettivo di migliorare qualitativamente e quantitativamente la raccolta dei dati e arricchire gli stessi di contenuti informativi riducendo i tempi di acquisizione del dato.

## *Divulgazione dati*

L'acquisizione dei dati in tempo reale consente una divulgazione di analisi specifiche (per destinazione turistica, periodo circoscritto, tipologie ricettive, provenienza degli ospiti ecc.) con cadenza semestrale e annuale ma anche riferita a eventi di particolare interesse (festività di Pasqua, eventi culturali e/o religiosi, stagione sciistica, ecc.).



Tropea





REGIONE  
CALABRIA



**<ALABRIA**

[www.turiscalabria.it](http://www.turiscalabria.it)