

Piano Strategico per il Turismo

1. COMUNITÀ MONTANA DELL' "ALTO TIRRENO"

ANALISI DELL'OFFERTA TURISTICA

Predisposto da:

ECONSTAT

Aprile 2000

INDICE

1. LE RISORSE TURISTICHE 3

1.1 Accessibilità e collegamenti interni..... 5

1.2 Le risorse ambientali 8

2. LA DOMANDA 13

2.1 L'evoluzione dei flussi di domanda 13

2.2 Confronti con la regione Calabria 14

2.3 Provenienza 21

2.4 Sistemazione ricettiva..... 21

2.5 Stagionalità 22

3. L'OFFERTA RICETTIVA 23

3.1 Ricettività extralberghiera 24

3.2 Ricettività alberghiera 26

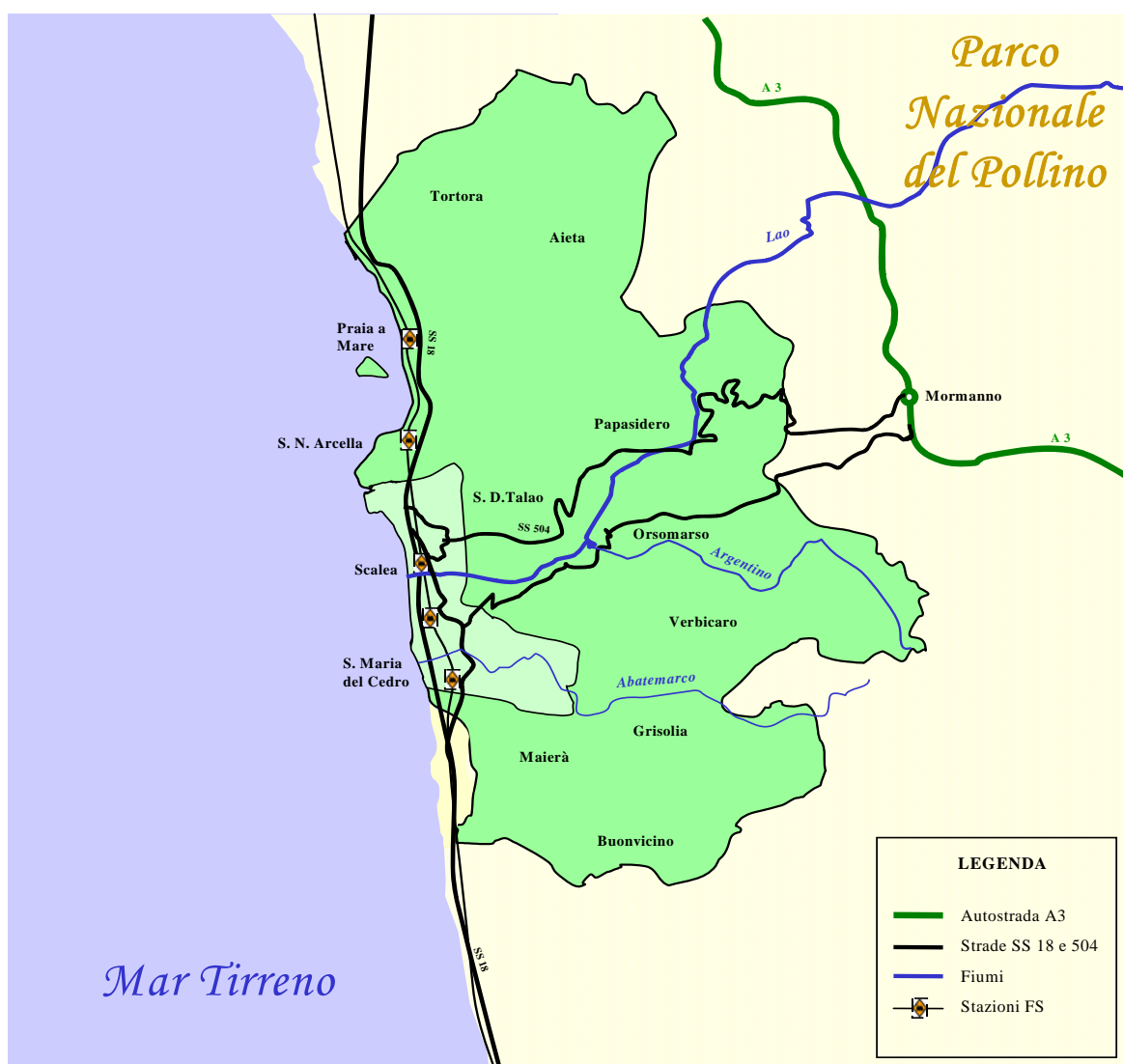
3.4 Indagine sulle strutture ricettive 29

3.5 Il livello dei prezzi 36

4. CONCLUSIONI 40

1. LE RISORSE TURISTICHE

Il territorio in esame comprende i comuni della Comunità Montana dell'Alto Tirreno (Aieta, Buonvicino, Grisolia, Maierà, Orsomarso, Papisidero, Praia a Mare, San Nicola Arcella, Santa Domenica Talao, Tortora e Verbicaro) e quelli di Scalea e Santa Maria del Cedro, per un'estensione totale di oltre 500 Km² (pari al 3,35% del territorio regionale). L'area si estende sul mar Tirreno per circa 30 Km di costa nella parte nord-occidentale della provincia di Cosenza confinando a nord con la regione Basilicata.



L'orografia del territorio è caratterizzata dai rilievi dell'Appennino meridionale inseriti nel Parco Nazionale del Pollino che ingloba tutti i comuni dell'entroterra e si affaccia al mare attraverso una successione irregolare di terrazze lungo tutta la costa con le uniche aree pianeggianti in prossimità delle foci dei fiumi Lao e Abatemarco. La costa rappresenta la risorsa dalla quale ha preso vita lo sviluppo turistico ed è confermata in lunghe spiagge

lineari interrotte in alcuni punti (S.Nicola Arcella e Scalea) da massicci rocciosi che formano baie e grotte.

Il territorio si presenta con forti dislivelli altimetrici: verso l'entroterra si estende la fascia collinare preappenninica con un sistema di valli parallele scavate dai fiumi fino alle vette della catena montuosa. Le principali vallate, che condizionano anche il sistema viario, sono quelle del fiume Lao e del fiume Argentino.

I monti detti dell'Orsomarso (o Massiccio del Pellegrino) sono la rappresentazione più tipica del territorio montano che nella località "La Mula" raggiungono la vetta più alta con circa 2.000 metri s.l.m.

L'entroterra nonostante le bellezze naturali è quasi del tutto privo di capacità ricettiva; e svolge perlopiù un ruolo di meta escursionistica del turismo della costa.

Data la sua posizione strategica, tra il mare e il Parco, questo territorio ben si presterebbe a forme di turismo più moderne come l'agriturismo, il turismo rurale e l'ecoturismo a carattere sportivo, enogastronomico e culturale.

1.1 ACCESSIBILITÀ E COLLEGAMENTI INTERNI

L'accessibilità è sicuramente tra i principali fattori che condizionano lo sviluppo turistico dell'area e che rappresenta uno dei più importanti punti di debolezza per lo sviluppo dei flussi turistici provenienti dai bacini distanti. In particolare, l'assenza di un aeroporto vicino e di porti turistici, limitano l'accessibilità alle sole forme su gomma (auto e bus) e su rotaia.

Collegamenti stradali/autostradali:

L'*autostrada* A3 Salerno-Reggio Calabria rappresenta la principale via di accesso all'area anche se il suo tracciato corre nell'entroterra e le possibilità di raccordo con questa non sono sempre agevoli. Gli svincoli su questo tratto sono: Lagonegro nord – Maratea (per chi proviene da Nord) che attraverso la SS 585 raggiunge le località di Tortora e Praia a Mare percorrendo la valle del Noce; Mormanno – Scalea che collega l'autostrada alla SS 18 e lungo la quale si possono scorgere suggestivi paesaggi anche se la tortuosità esclude la possibilità di considerarla un'alternativa valida; più a sud lo svincolo di Spezzano Terme da dove si dirama la SS 283 che collega Sibari alla SS 18 all'altezza di Guardia Piemontese (circa 30 Km a sud dell'area); un'altra alternativa è rappresentata dallo svincolo di Cosenza Nord che raggiunge la SS 18 tramite la SS 107 a Paola che rappresenta anche il nodo ferroviario più importante di riferimento della costa tirrenica cosentina.

Lungo il tratto costiero corre la *SS. 18* che attraversa alcuni centri abitati (Santa Maria del Cedro e Scalea) e dalla quale si diramano le vie per raggiungere le località interne. Per motivi di viabilità questa via di comunicazione nei periodi invernali è preferita dagli autotrasportatori al tracciato autostradale, al quale si ricongiunge nello svincolo di Lagonegro.

Nel periodo estivo la strada presenta una transitabilità estremamente difficoltosa a causa del traffico intenso e della consistente presenza turistica, vista la sua destinazione a principale via di lungomare, utilizzata per l'accesso alle spiagge e allo shopping. In definitiva il sovraccarico estivo rende problematico il ricorso alla *SS 18* e penalizza gli spostamenti lungo la costa, inclusi i transfer da e verso il principale aeroporto calabrese (Lamezia Terme).

Per quanto riguarda i collegamenti via bus esistono diverse linee private che collegano l'area con le principali città del centro e nord Italia, ma sono prevalentemente utilizzate da studenti universitari e lavoratori.

Collegamenti ferroviari:

L'area è servita dalla linea ferroviaria principale Roma-Reggio Calabria che attraversa l'intero territorio costiero. Le stazioni su questa linea sono cinque: Praia-Aieta-Tortora, S. Nicola Arcella, Scalea, Marcellina-Verbicaro e Grisolia-S. Maria del Cedro.

Nel periodo estivo sono istituiti treni straordinari a lunga percorrenza che includono la fermata nella stazione di Scalea. Per il resto dell'anno i nodi ferroviari più importanti per raggiungere l'area sono quelli di Sapri a nord e Paola a sud, fermate previste in quasi tutti i

treni a lunga percorrenza provenienti dal nord e dal sud. La relativa vicinanza di queste stazioni alle principali località marittime permette di considerare il treno un importante mezzo di accessibilità all'area, in presenza di un efficiente servizio di transfer.

Nelle tabelle successive l'analisi ha considerato i principali treni che collegano il territorio nazionale a Scalea. Nella prima sono indicati i treni diretti provenienti dal nord Italia, mentre nella seconda le principali località che comportano almeno un cambio di treno. La stazione ferroviaria di Roma non è stata inclusa perché tutti i treni ordinari che partono dalla capitale fermano nelle stazioni di Sapri e Paola, ma nessuno prevede una sosta nel comune di Scalea.

I tempi di percorrenza vanno da una media di 10-12 ore per i treni diretti provenienti dal nord a poco più di 4 ore per quelli provenienti dal centro Italia. I collegamenti con il sud appaiono ancora più difficili se si considera che da città relativamente vicine (Bari, Taranto, Catania, ecc.) è necessario fare almeno un cambio treno con una durata complessiva del viaggio di 4-5 ore.

Solo il bacino campano (Napoli, Salerno) presenta tempi di percorrenza (media di circa 3 ore) e numero di collegamenti accettabile.

Collegamenti diretti con la stazione FS di Scalea			
Località/Treni	Partenza	Orario di arrivo Scalea	Tempo di percorrenza
Milano			
813 Exp.	19.55	8.20	12.25
549 IC	9.05	19.35	10.30
Torino			
811 Exp.	19.50	8.20	12.20
1559 Exp.	20.55	9.29	12.34
519 IC	9.00	20.26	11.26
527 IC	10.55	22.29	11.34
Napoli			
2425 IR	7.20	10.23	3.03
3451 Dir.	5.10	8.45	3.35
2427 IR	9.20	12.23	3.03
2429 IR	11.20	14.23	3.03
2431 IR	13.20	16.23	3.03
3461 Dir.	14.20	17.55	3.35
2433 IR	15.20	18.23	3.03
2435 IR	16.50	19.16	2.26
2437 IR	17.30	20.38	3.08
3467 Dir.	18.25	21.55	3.30
2439 IR	19.20	22.23	3.03

Collegamenti con altre destinazioni che comportano almeno un cambio treno			
Località	Partenza	Orario di arrivo Scalea	Tempo di percorrenza
Bolzano	9.33	20.26	11.53
Venezia	12.30	22.29	9.59
Bologna	11.20	19.35	8.15
Ancona	11.25	19.35	8.10
Bari	12.00	17.35	5.35
Taranto	13.20	17.35	4.15
Palermo	13.33	20.52	7.47
Catania	15.05	20.52	5.47

Collegamenti aerei:

Nell'area non esistono aeroporti e ciò comporta un'indebolita competitività per una destinazione che opera nel mercato balneare. I due più vicini sono quello di Napoli-

Capodichino e quello di Lamezia Terme, entrambi raggiungibili con trasferimenti che superano le 2 ore. E' in progetto, con i fondi del Patto Territoriale Alto tirreno, la costruzione di un aeroporto turistico di 3° livello nel comune di Scalea, con tempi di realizzazione di medio termine (entro 5 anni) e che quindi influisce sulle strategie considerate all'interno del presente Piano.

Collegamenti marittimi:

Non esistono strutture portuali nell'area che non è quindi raggiungibile via mare. Anche l'attività di diportismo nautico è al momento preclusa data l'assenza di darsene e marine. Il porto calabrese più vicino è quello di Cetraro, a circa 30 Km, con circa 300 posti barca e dal quale partono giornalmente escursioni con aliscafi verso le isole Eolie.

Durante il periodo estivo viene organizzata e proposta dagli operatori locali un'attività escursionistica con imbarcazioni in partenza dalle spiagge, verso le numerose grotte, insenature e baie presenti lungo la costa altrimenti non raggiungibili.

Le condizioni non ottimali di raggiungibilità influenzano evidentemente le dimensioni del bacino di gravitazione e l'appetibilità della destinazione sui mercati distanti. I principali mercati di riferimento sono i bacini di prossimità ed in particolare le regioni centro-meridionali (Campania e Lazio) che rappresentano al momento la principale clientela dell'area, con una forte concentrazione sul turista campano (vedi analisi domanda 1999).

Viabilità interna e trasporti pubblici:

Il sistema viario verso l'interno risulta molto carente. Le due strade principali verso l'entroterra sono la SS 504 che parte da Scalea e attraversa i comuni di S. Domenica Talao e Papasidero; la seconda, poco più a sud, parte da Marcellina e passa per il territorio di Orsomarso ed attraversa il sistema montuoso del Massiccio del Pellegrino. Dalla litoranea si diparte inoltre un sistema viario secondario che collega la costa con i comuni dell'entroterra. Queste vie di comunicazione possono rappresentare interessanti itinerari naturalistici ma la loro tortuosità e la scarsa manutenzione delle strade amplifica i tempi di percorrenza e limita lo sviluppo delle escursioni verso l'interno.

Per quei turisti che non ricorrono all'auto propria non esiste attualmente una **rete di trasporti pubblici o privati** di linea finalizzati a soddisfare la domanda turistica. Le linee di autobus esistenti che collegano tra di loro i centri costieri e quelle tra costa ed entroterra sono finalizzate al trasporto di lavoratori e studenti e non hanno orari compatibili con la fruizione turistica.

I limiti evidenziati sul trasporto pubblico vengono solo parzialmente risolti grazie alle opportunità di escursioni organizzate da agenzie ed operatori locali verso i siti più famosi e interessanti del territorio.

È indubbio che una simile situazione non agevola la mobilità del turista nel territorio, rende difficoltosa la messa a sistema delle diverse risorse presenti. Ciò non soddisfa l'esigenza di scoperta e conoscenza del turista moderno e rappresenta un punto di debolezza per lo sviluppo turistico locale.

1.2 LE RISORSE AMBIENTALI

L'area può contare su risorse turistiche (ambiente naturale, risorse storico-culturali) distribuite in maniera abbastanza omogenea nelle diverse zone e che rappresentano i fattori di base del modello di fruizione turistica.

Risorse naturali

L'area è estremamente ricca di risorse naturali sia costiere (attualmente le principali risorse dell'area), che montane.

La **costa** si caratterizza per la limpidezza delle acque e la particolare suggestione dei paesaggi generati dalla tipica morfologia del territorio.

E' frastagliata e le lunghe spiagge pianeggianti sono interrotte da scogliere o veri e propri strapiombi sul mare che ne interrompono la linearità. Si formano così piccole cale, baie e grotte raggiungibili a volte solo via mare. Tra le località più interessanti vi é Capo Scalea che comprende una serie di piccole spiagge e cale racchiuse tra alte scogliere con una vegetazione tipicamente mediterranea che a tratti si estende fino a pochi metri dall'acqua. Altra attrattiva di particolare bellezza è l'isola di Dino che per la ricchezza e la bellezza dell'ambiente subacqueo sta per diventare riserva marina.

L'**entroterra** è fortemente influenzato dalla presenza del Parco Nazionale del Pollino di cui fa parte, dove l'integrità e la bellezza del contesto favoriscono l'escursionismo, lo sport naturalistico, l'immersione nella natura e la didattica ambientale. La varietà dei paesaggi (boschi, cavità carsiche, creste rocciose, ecc.) caratterizza tutto il territorio: tra le località più belle ricordiamo le montagne della Mula, del Cozzo del Pellegrino, del Palanuda e del monte Ciagola.

Nel territorio montano vivono numerosissime specie animali tra cui: caprioli, volpi, tassi, faine nonché lupi e lontre lungo l'alveo del fiume Argentino, aquile reali, falchi pellegrini, sparvieri e altri che hanno trovato il loro habitat naturale all'interno del Parco. Per quanto attiene alla flora, oltre alle numerose specie tipiche della fascia mediterranea che ricoprono le montagne verso il mare (ginepro, olivastro, ecc.) sopravvivono autentici endemismi (il pino loricato e il pino nero) tutti esemplari unici che consolidano le caratteristiche ecologiche dell'area.

L'area è molto adatta anche alla pratica di diverse attività di montagna primi fra tutti il trekking sull'intero territorio, la pesca nei fiumi Abatemarco e Argentino (trote e anguille) e canoa e rafting sul fiume Lao.

Esiste anche una fitta rete di sentieri, alcuni ben organizzati altri meno, in grado di consentire all'ospite la scelta di anelli escursionistici modulati per meta e difficoltà di raggiungimento. Tra i più interessanti quelli che costeggiano i corsi dei fiumi (Lao, Argentino e Abatemarco) e l'itinerario di Papaleo che unisce Praia ad Aieta fino al monte Ciagola.

La frequentazione di questi luoghi è comunque limitata a causa della bassa notorietà e "visibilità" sul mercato: i soli flussi escursionistici, peraltro limitati, sono quelli provenienti dalla costa.

L'esistenza del Parco per i comuni dell'entroterra fa sì che intervenga una politica di conservazione e valorizzazione delle risorse naturali di pregio e aumenta l'attrattiva nei confronti di tutto il mercato. Tuttavia i punti deboli, rappresentati dalla limitatezza del sistema infrastrutturale e complementare di servizio, pregiudicano sensibilmente l'attuale offerta di guida, escursionismo, didattica e di pratica di attività all'aria aperta. L'area si trova quindi ad uno stadio iniziale di sviluppo e non ha ancora prodotto un'organizzazione turistica in grado di sfruttare appieno le potenzialità e di generare un indotto economico di rilievo sul settore turistico e sui settori collegati.

In definitiva, l'intero patrimonio naturalistico/ambientale dall'area (sia in chiave passiva di "osservazione e relax" che in chiave dinamica di "attività ed esperienze") è sicuramente ricco e rappresenta, di fatto, la risorsa di base per lo sviluppo della capacità attrattiva dell'area, il motivo principale di visita di potenziali turisti.

Allo stato attuale, però, lo stadio di sviluppo (valorizzazione e utilizzo a fini turistici) è arretrato. Non sono sfruttate al meglio le opportunità di organizzazione, commercializzazione e vendita in termini sistemici. L'offerta è spesso spontanea e lasciata alla libera iniziativa del privato che non riesce da solo ad organizzare adeguatamente le diverse opportunità offerte dal territorio. Nel complesso le risorse se messe a sistema, rese visibili e organizzate in rete, possono attrarre autonomamente flussi turistici.

Risorse artistiche, culturali e religiose

Nell'area vi sono numerose tracce delle culture passate che la hanno colonizzata. Sono ben visibili alcuni resti archeologici che vanno dall'era paleolitica fino alla colonizzazione greca (Ioni e Dori); a questi bisogna aggiungere la presenza di castelli, torri, chiese, monasteri e palazzi nobiliari che attribuiscono all'area una certa valenza culturale, creando anche una buona potenzialità per questi prodotti turistici.

Negli ultimi anni, grazie all'intervento degli Enti locali, molti di questi siti sono stati ristrutturati e aperti al pubblico permettendo così una certa diversificazione dell'offerta turistica.

Risorse archeologiche:

La caratteristica principale dell'area sta nella sua straordinaria varietà di reperti storici che testimoniano la presenza dell'uomo fin dall'Era Paleolitica. Famosa al riguardo, la grotta del Romito con l'incisione su di un grosso masso di un bovide risalente a circa 12.000 anni fa; oltre a questa le grotte di Tortora, Praia e Grisolia nelle quali sono stati rinvenuti scheletri umani, vasellame, arredi funerari e altro ancora per un patrimonio storico-archeologico tra i più importanti nell'intera regione calabrese.

La colonizzazione greca iniziò a partire dall'VIII secolo a.C. ad opera di Ioni e Dori che fondarono numerose città: Laos (situata alla foce del fiume Lao, è il più importante ritrovamento dell'area per materiali estratti e lo stato di conservazione; attualmente esposta nel museo di Reggio Calabria una tomba a camera); Blanda (rinvenuta nel territorio di Tortora).

Cattedrali, chiese, monasteri:

In tutto il territorio della Comunità Montana vi sono edifici religiosi e luoghi di culto: di particolare rilevanza sono il Santuario della Madonna della Grotta e il Santuario della Madonna di Costantinopoli. Il primo situato all'interno di una cavità carsica del monte Vinciolo, il secondo su una parete rocciosa del Massiccio del Pellegrino attirano ogni anno migliaia di visitatori.

Tra le altre chiese e monasteri sparsi su tutto il territorio risultano di grande interesse storico-religioso alcune chiese risalenti all'età medievale (chiesa di San Nicola in Plateis e chiesa di Santa Maria d'Episcopio entrambe a Scalea). Di alcuni conventi restano purtroppo solo pochi ruderi murari.

Il problema non è tanto relativo alla varietà e alla ricchezza del patrimonio artistico e religioso, quanto alla completa assenza di un'organizzazione che ne permetta la fruizione in chiave turistica, al di là dell'approccio spontaneo. In questo caso, il collegamento delle risorse religiose e la creazione di itinerari che includano anche gli altri luoghi di venerazione e culto vicini all'area (Paola, ecc.) é la premessa per coinvolgere e far conoscere a pellegrini e turisti una più vasta porzione di territorio, oltre a divenire anche occasione per coinvolgere le risorse "esterne" alla Comunità Montana nel processo di offerta turistica.

Castelli e torri:

A seguito delle varie invasioni subite nei secoli scorsi, l'intero tratto costiero è un susseguirsi di torri edificate a guardia delle città (Torre Talao, Torre Cimalonga, ecc.); numerosi anche i castelli normanni ed i palazzi signorili presenti su tutto il territorio.

Il buono stato di conservazione (alcuni castelli sono ancora adibiti ad abitazione privata) e la bellezza del contesto ambientale in cui queste strutture si inseriscono ne fanno potenzialmente una risorsa spendibile ai fini turistici, anche se la mancanza di un'offerta organizzata non ha ancora permesso un adeguato sfruttamento.

I musei:

Sono presenti diversi musei su tutto il territorio della Comunità Montana, con diversi livelli di qualità scientifica ed espositiva ma, nonostante le grandi risorse storiche e archeologiche rinvenute, e la loro rilevanza è confinata ad una domanda molto circoscritta. Alcuni musei hanno caratteristiche polifunzionali essendo composti da sale espositive e sale adibite a laboratori di studio e sperimentazione artistica. Numerosi i convegni o le manifestazioni organizzate in alcuni di essi.; tra i più interessanti ricordiamo il Museo Civico di Praia a Mare, l'Antiquarium di Tortora e quello di Torre Cimalonga. Gli oggetti esposti sono perlopiù rappresentati dai resti archeologici provenienti dalla città di Laos, dalle grotte e da altri siti dell'area.

Da segnalare che è in atto la costituzione di altri musei come "Il museo naturalistico del capriolo" e il "Centro visita del Parco del Pollino" a Orsomarso; un Parco Geologico a Santa Domenica Talao a seguito del ritrovamento di una delle zone fossilifere più importanti del Quaternario.

Tradizioni e artigianato:

Si tengono eventi legati a tradizioni folcloristiche e religiose: a Verbicaro nel mese di agosto si svolge il Festival Internazionale del folclore; la collettiva d'arte "Tra chiese e borghi" ad Orsomarso (prima edizione realizzata nel dicembre 1999, comprende varie mostre e intrattenimenti serali con musica e spettacoli); la festa della Madonna della Grotta, la festa del Lauro (durante la quale i marinai rievocano lo sbarco di Santa Maria del Lauro a Scalea) che avviene in concomitanza con la Fiera delle Cretaglie (istituita da Ferdinando II nel 1823 per la commercializzazione dei manufatti di terracotta).

I prodotti dell'artigianato artistico locale sono attualmente limitati anche se in passato era fiorente la lavorazione della pietra, del legno nonché l'arte della tessitura (uncinetto, ecc.) ad Aieta, la produzione di strumenti musicali tradizionali (fisarmonica), della ceramica a Praia, del ferro a S. Nicola Arcella e S. D. Talao, le produzioni di giunco ed i lavori di intreccio e intaglio del legno nell'entroterra.

Le opportunità di scoperta e visita delle risorse della tradizione e dell'artigianato da parte del turista non sono però numerose, anche a causa della scarsa informazione sugli eventi e della bassa consapevolezza che queste risorse possono essere giocate in chiave turistica.

Risorse eno-gastronomiche:

Esiste, come in tutta la Calabria, una grande tradizione culinaria che poggia su diversi prodotti tipicamente mediterranei: il peperoncino che diventa la base di quasi tutti i piatti tipici (a Diamante è presente la sede nazionale dell'Accademia Italiana del Peperoncino che nel dicembre '98 ha svolto il 2° congresso nazionale del peperoncino a Praia a Mare); il pesce e la carne cucinati ancora secondo le antiche ricette; i formaggi (tra cui la ricotta di latte di pecora) e i salumi (la "vrina" un tipo di pancetta da gustare con pane integrale e fave crude); una produzione vinicola che negli ultimi anni si è qualificata (vino Verbicaro, prodotto già ai tempi dei Romani, e Zibibbo); anche l'olio, i fichi secchi, le olive e l'uva passita fanno parte a pieno titolo delle specialità locali a cui si affianca il cedro che ha trovato in questi luoghi l'habitat naturale più adatto alla sua coltivazione; per qualità e dimensione è ritenuto il migliore nel mondo al punto che ogni anno rabbini provenienti da tutta Europa visitano personalmente le piantagioni per scegliere i frutti migliori che saranno usati per la festa dei Tabernacoli (sukkot).

Il "mix" potenziale dunque esiste ma anche in questo caso occorre passare dallo stato di "esistenza" a quello di risorsa spendibile a fini turistici: nche qui integrare e far interagire i diversi elementi al fine di facilitare la fruibilità di questo prodotto attraverso circuiti e percorsi a tema ("le vie del cedro", la crescita dell'agriturismo) manifestazioni ed eventi.

Nel complesso le risorse culturali, sia quelle "artistiche", che quelle legate alla tradizione, possono rappresentare un valido potenziale. Singolarmente però l'offerta culturale della Comunità Montana non ha la forza per essere fattore attrattivo primario (dall'esterno); opera invece bene da supporto e complemento a turisti che già trascorrono vacanze in montagna o al mare ed è da inserire con sistematicità nelle escursioni in partenza dalle località di vacanza principale. Potrebbe essere in grado di diventare risorsa attrattiva autonoma di flussi turistici se "messa a sistema", resa visibile e organizzata in rete (trasporti ma anche supporti informativi, convenzioni per il turista) in modo da raggiungere sufficiente "massa critica". Va resa fruibile attraverso la proposta di itinerari, escursioni combinate, creazione di "card", la creazione di punti informativi al fine di offrire in maniera unitaria l'intero patrimonio culturale dell'area.

Sistema complementare

L'unico settore adeguatamente sviluppato è quello della ristorazione dove i numerosi ristoranti e trattorie dell'area offrono i prodotti tipici locali preparati e offerti in modo diverso nelle varie località.

I servizi di spiaggia sono autonomi dalle strutture ricettive (alberghi, resort, campeggi); le spiagge sono perlopiù organizzate in stabilimenti balneari; la presenza di servizi negli stabilimenti è molto variabile e non esistono standard minimi né di dotazione né di qualità. La maggior parte offre servizi di ristorazione ma solo alcuni includono il noleggio di imbarcazioni (windsurf, derive, mosconi, ecc.), l'animazione o aree attrezzate per i giochi. Per il divertimento dei più giovani vi è un parco acquatico a Praia a Mare.

La disponibilità di locali e ritrovi di intrattenimento (pub, disco, shopping, ecc.) è concentrata tra Scalea e Praia che divengono i principali poli di attrazione serale e notturna.

Con riferimento alle attività sportive si segnala la presenza di alcune società locali, a cui se ne aggiungono altre di località vicine, che offrono la possibilità di praticare attività sportive nell'entroterra (rafting, canoa, trekking, parapendio, speleologia, escursioni a cavallo, ecc.). Per la pratica delle attività subacquee esistono alcuni centri di immersione con istruttori e ricarica bombole che aiutano l'introduzione e l'orientamento al mondo marino (concentrato attorno all'isola di Dino).

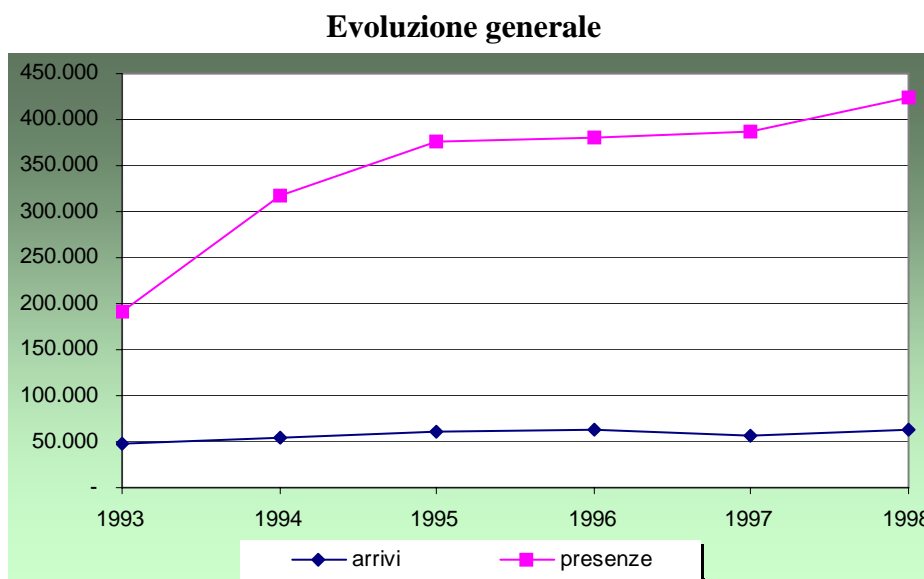
In definitiva il reale problema non appare tanto l'esistenza di soggetti che permettono lo svolgimento delle attività, ma piuttosto la disomogeneità e la fruibilità limitata di questi servizi: moltissimi sono aperti solo in agosto, altri presentano orari ridotti di attività (a volte anche i ristoranti).

L'informazione sulle diverse opportunità dell'area non è né sistematico né esaustivo e risulta assolutamente carente: la loro divulgazione è lasciata alla "buona volontà" degli operatori.

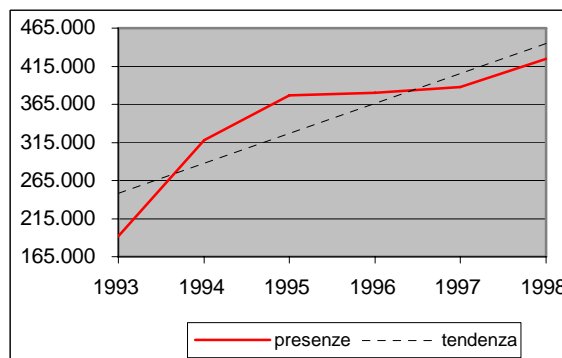
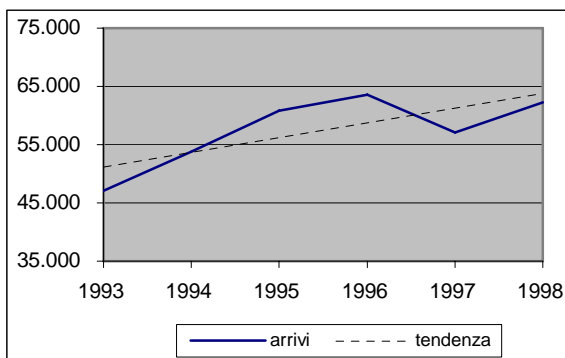
2. LA DOMANDA¹

2.1 L'EVOLUZIONE DEI FLUSSI DI DOMANDA

L'analisi sull'evoluzione generale dei flussi della domanda turistica dell'area è stata svolta considerando i dati ufficiali forniti dall'APT provinciale di Cosenza, oltre a quelli sul turismo nazionale di fonte ISTAT. Il periodo preso in esame è il quinquennio 1993-1998.



L'evoluzione complessiva si caratterizza per una forte crescita in concomitanza del biennio 1994-'95. Nel 1997 si assiste ad una flessione che riduce di circa il 10% gli arrivi turistici, senza però comportare una diminuzione delle presenze, peraltro già stazionarie dall'anno precedente.



¹ Per un quadro completo sulle caratteristiche della domanda turistica della Comunità Montana dell'Alto Tirreno si rimanda alla Fase 2 del presente Piano Strategico di Marketing: "Analisi della Domanda Turistica Attuale" - 1999

I dati mostrano come la minore dinamica del 1996 sia dovuta alla componente straniera (circa il 20% in meno degli arrivi e -27% delle presenze) ma che non produce effetti rilevanti visto il basso peso che hanno nella domanda dell'area (7% circa), a fronte di una stazionarietà di quella italiana; nel 1997 il calo degli arrivi è dovuto invece alla diminuzione della componente italiana (-13%) al quale corrisponde però un aumento della permanenza media che consente di "tenere". Dal 1998 inizia una ripresa più modesta rispetto a quella registrata all'inizio del periodo preso in esame.

La tendenza complessiva è certamente positiva con un incremento nel quinquennio del 32% degli arrivi e del 121% delle presenze totali (+17% medio annuo per il quinquennio!). Questo trend, che è perfino più elevato nel comparto alberghiero, pare però decisamente sovrastimato, sia in relazione alle oggettive possibilità competitive dell'area che al "clima" evidenziato dagli operatori. La situazione risulta meno "straordinaria" se si prende come base il 1994: da questo anno al 1998 gli arrivi aumentano del 16% e le presenze del 33%.

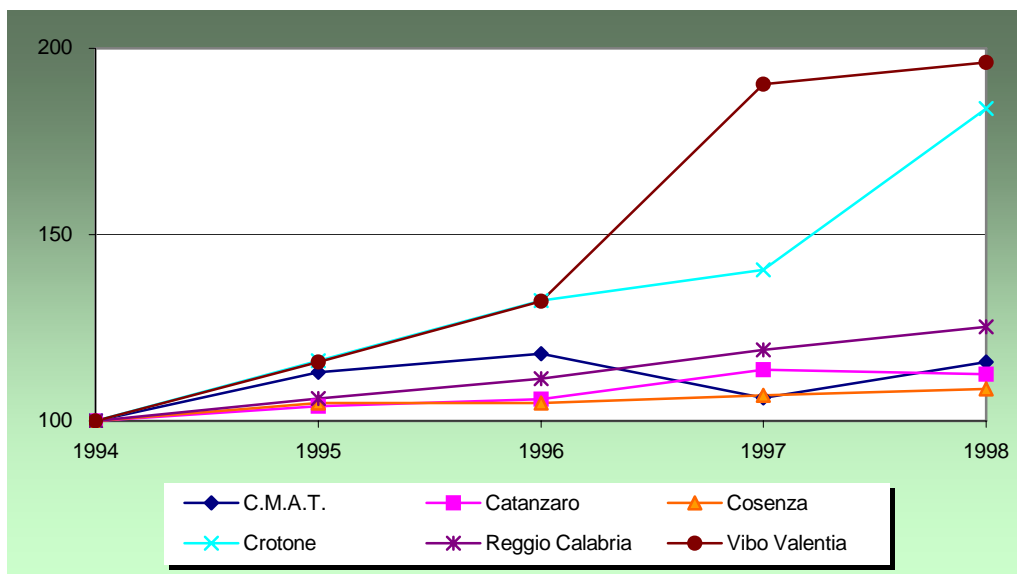
Il dato relativo alla permanenza rivela inoltre come sia in atto un prolungamento della vacanza, certamente in controtendenza rispetto all'evoluzione del mercato, che segnala una progressiva contrazione della durata. Questi rilievi fanno ipotizzare o una bassa affidabilità dei dati statistici ovvero sono rappresentativi di un'area che si sta progressivamente concentrando su una clientela abituale, di ritorno e con caratteristiche di consumo singolari (alta permanenza, minima disponibilità di spesa) ma non coerente con le tendenze in atto nel mercato; quest'ultimo aspetto, se confermato, evidenzia anche un'offerta adagiata in un mercato "protetto" (anche se di basso livello) ma che così facendo perde competitività sul mercato globale.

2.2 CONFRONTI CON LA REGIONE CALABRIA

Per meglio comprendere la dinamica dei flussi turistici dell'area in esame, questa è stata comparata con quella fatta registrare nel periodo '94-98 da altre province della Calabria.

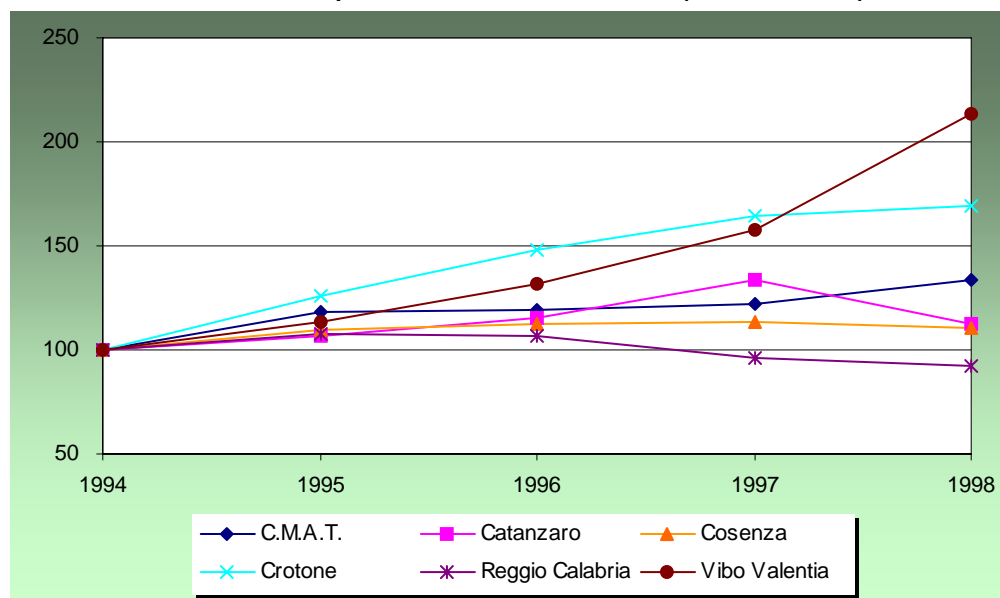
I risultati relativi agli arrivi segnalano una dinamica simile a quella di altre province, fatta eccezione per quelle di Crotone e Vibo Valentia che evidenziano performance "stratosferiche".

Arrivi nelle province calabresi. 1994-1998 (base 1994=100)



Se consideriamo le presenze la crescita totale é del 33% (6% medio annuo), che colloca la dinamica dell'area ad un buon livello rispetto alle aree di confronto.

Presenze nelle province calabresi. 1994-1998 (base 1994=100)



La durata media del soggiorno nel periodo considerato passa da 6 a 7 notti contro i quasi 5 della provincia di Cosenza e una media regionale pari a circa 5,5 notti. La provincia con la permanenza maggiore è Vibo Valentia con 9,3 notti nel 1998. L'Alto Tirreno è la sola area, assieme alla provincia di Vibo Valentia, che segnala un aumento della permanenza dei turisti che è invece in contrazione in tutte le altre aree della Calabria.

In definitiva, la situazione generale rispetto ai cinque distretti provinciali della regione Calabria può essere così riassunta:

- il distretto rappresenta il 25% della domanda turistica della provincia di Cosenza e l'8% circa di quella regionale;

- la dinamica delle presenze è buona anche se non sistematica: alterna infatti “strappi” (è il caso del biennio '94-'95 e del '98) a periodi di crescita zero ('96 e '97).
- una progressiva crescita del mercato estero (il tasso di crescita di questa componente si colloca al secondo posto a livello regionale, ma si tratta quasi esclusivamente di domanda proveniente dai paesi dell'est Europa). In termini di peso, la quota della domanda estera risulta comunque ancora molto bassa (7% in termini di presenze), ben lontana dal dato della provincia di Vibo Valentia (17%);
- una crescita della permanenza media nell'area in controtendenza rispetto al dato regionale e alle caratteristiche generali del mercato.

ARRIVI

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Variazione 93 - 98	var. media annua	composizione italiani - stranieri		composizione alberghi - extralb.	
									93	98	93	98
Alberghiero												
Stranieri	794	2.453	4.047	3.250	4.247	5.619	608%	48%	2%	11%	66%	89%
<i>variazione annuale</i>		209%	65%	-20%	31%	32%						
Italiani	36.206	35.847	45.158	49.240	40.735	43.722	21%	4%	98%	89%	79%	78%
<i>variazione annuale</i>		-1%	26%	9%	-17%	7%						
Totale	37.000	38.300	49.205	52.490	44.982	49.341	33%	6%	100%	100%	79%	79%
<i>variazione annuale</i>		4%	28%	7%	-14%	10%						
Extralberghiero												
Stranieri	415	681	557	463	796	676	63%	10%	4%	5%	34%	11%
<i>variazione annuale</i>		64%	-18%	-17%	72%	-15%						
Italiani	9.682	14.814	11.013	10.590	11.359	12.241	26%	5%	96%	95%	21%	22%
<i>variazione annuale</i>		53%	-26%	-4%	7%	8%						
Totale	10.097	15.495	11.570	11.053	12.155	12.917	28%	5%	100%	100%	21%	21%
<i>variazione annuale</i>		53%	-25%	-4%	10%	6%						
TOTALE												
Stranieri	1.209	3.134	4.604	3.713	5.043	6.295	421%	39%	3%	10%		
<i>variazione annuale</i>		159%	47%	-19%	36%	25%						
Italiani	45.888	50.661	56.171	59.830	52.094	55.963	22%	4%	97%	90%		
<i>variazione annuale</i>		10%	11%	7%	-13%	7%						
Totale	47.097	53.795	60.775	63.543	57.137	62.258	32%	6%	127%	126%		
<i>variazione annuale</i>		14%	13%	5%	-10%	9%						

PRESENZE

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Variazione	var. media annua	composizione		composizione	
							93 - 98		italiani - stranieri	alberghi - extralb.		
									93	98	93	98
Alberghiero												
Stranieri	2.804	6.271	12.624	9.200	23.768	27.216	871%	58%	3%	10%	63%	91%
<i>variazione annuale</i>		124%	101%	-27%	158%	15%						
Italiani	100.186	181.750	241.412	256.482	232.226	256.086	156%	21%	97%	90%	53%	65%
<i>variazione annuale</i>		81%	33%	6%	-9%	10%						
Totale	102.990	188.021	254.036	265.682	255.994	283.302	175%	22%	100%	100%	54%	67%
<i>variazione annuale</i>		83%	35%	5%	-4%	11%						
Extralberghiero												
Stranieri	1.624	2.257	2.255	1.726	2.837	2.792	72%	11%	2%	2%	37%	9%
<i>variazione annuale</i>		39%	0%	-23%	64%	-2%						
Italiani	87.132	128.017	120.223	113.045	128.964	138.406	59%	10%	98%	98%	47%	35%
<i>variazione annuale</i>		47%	-6%	-6%	14%	7%						
Totale	88.756	130.274	122.478	114.771	131.801	141.198	59%	10%	100%	100%	46%	33%
<i>variazione annuale</i>		47%	-6%	-6%	15%	7%						
TOTALE												
Stranieri	4.428	8.528	14.879	10.926	26.605	30.008	578%	47%	2%	7%		
<i>variazione annuale</i>		93%	74%	-27%	144%	13%						
Italiani	187.318	309.767	361.635	369.527	361.190	394.492	111%	16%	98%	93%		
<i>variazione annuale</i>		65%	17%	2%	-2%	9%						
Totale	191.746	318.295	376.514	380.453	387.795	424.500	121%	17%	100%	100%		
<i>variazione annuale</i>		66%	18%	1%	2%	9%						

ARRIVI

	1994	1995	1996	1997	1998	variazione 94 - 98	var. annua	mercato taliano		incidenza da alberghiera	
								94	98	94	98
C.M. Alto Tirreno	53.795	60.775	63.543	57.137	62.258	16%	3%	97%	90%	71%	79%
<i>variazione annuale</i>		13%	5%	-10%	9%						
Catanzaro	163.395	169.843	172.908	185.923	183.947	13%	2%	97%	95%	92%	85%
<i>variazione annuale</i>		4%	2%	8%	-1%						
Cosenza	324.693	340.431	340.395	346.839	352.842	9%	2%	94%	91%	84%	86%
<i>variazione annuale</i>		5%	0%	2%	2%						
Crotone	66.400	77.091	87.802	93.348	122.047	84%	13%	95%	95%	87%	88%
<i>variazione annuale</i>		16%	14%	6%	31%						
Reggio Calabria	134.411	142.477	149.636	159.988	168.455	25%	5%	93%	90%	91%	95%
<i>variazione annuale</i>		6%	5%	7%	5%						
Vibo Valentia	83.588	96.788	110.382	159.101	164.067	96%	14%	90%	82%	68%	67%
<i>variazione annuale</i>		16%	14%	44%	3%						
Regione Calabria	772.487	826.600	861.389	942.084	991.736	28%	5%	94%	91%	85%	84%
<i>variazione annuale</i>		7%	4%	9%	5%						
Italia	64.474.000	67.169.000	69.411.000	70.104.000	72.749.000	13%	2%	62%	57%	77%	85%
<i>variazione annuale</i>		4%	3%	1%	4%						

PRESENZE

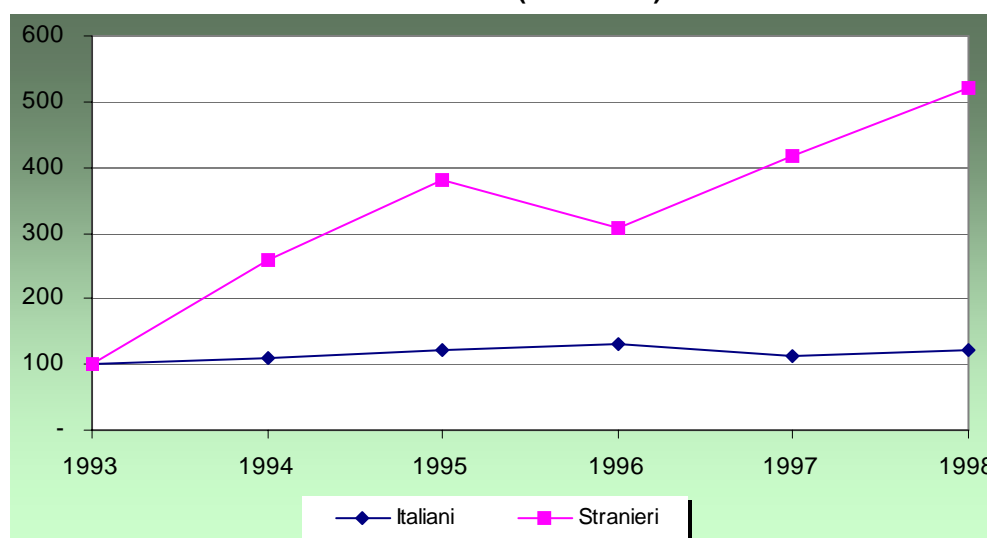
	1994	1995	1996	1997	1998	variazione 94 - 98	var. media annua	mercato italiano		incidenza domanda alberghiera	
								94	98	94	98
C.M.A.T.	318.295	376.514	380.453	387.795	424.500	33%	6%	97%	93%	59%	67%
<i>variazione annuale</i>		18%	1%	2%	9%						
Catanzaro	906.927	964.112	1.048.038	1.211.899	1.019.290	12%	2%	97%	95%	82%	70%
<i>variazione annuale</i>		6%	9%	16%	-16%						
Cosenza	1.526.975	1.679.064	1.713.660	1.727.642	1.686.131	10%	2%	96%	93%	62%	66%
<i>variazione annuale</i>		10%	2%	1%	-2%						
Crotone	435.877	547.512	644.263	717.241	739.148	70%	11%	95%	95%	75%	73%
<i>variazione annuale</i>		26%	18%	11%	3%						
Reggio Calabria	649.350	701.976	694.461	624.455	598.475	-8%	-2%	97%	91%	62%	81%
<i>variazione annuale</i>		8%	-1%	-10%	-4%						
Vibo Valentia	719.334	817.850	945.879	1.132.382	1.532.695	113%	16%	86%	83%	56%	65%
<i>variazione annuale</i>		14%	16%	20%	35%						
Regione Calabria	4.211.663	4.710.514	5.046.373	5.413.619	5.575.739	32%	6%	94%	89%	67%	69%
<i>variazione annuale</i>		12%	7%	7%	3%						
Italia	274.753.000	286.495.000	291.370.000	290.760.000	299.613.000	9%	2%	63%	60%	73%	71%
<i>variazione annuale</i>		4%	2%	0%	3%						

2.3 PROVENIENZA

Nel periodo considerato la componente estera presenta un ottimo tasso di crescita anche rispetto a quella italiana e sale progressivamente fino ad una quota del 10% in termini di arrivi e del 7% in termini di presenze, ma resta comunque marginale rispetto all'intera domanda.

La crescita degli esteri è sostenuta soprattutto dall'intervento diretto degli operatori dell'intermediazione (TO e agenzie incoming), mentre il canale organizzato è pressoché assente sulla domanda italiana.

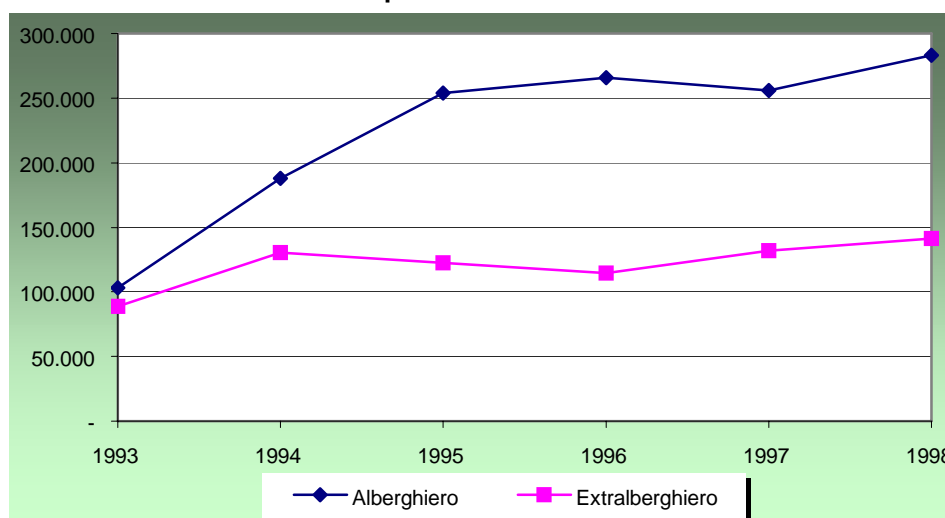
Arrivi Italiani-Stranieri (1993-1998). 1993=100



2.4 SISTEMAZIONE RICETTIVA

L'espansione della domanda alberghiera appare notevolmente più sostenuta di quella extralberghiera. Quest'ultima risulta pressoché stabile nel periodo, ma va detto che il dato comprende solamente la ricettività extralberghiera tradizionale (camping, villaggi) e gli alloggi iscritti al R.E.C. senza considerare il "mare magnum" degli alloggi non iscritti.

Presenze per sistemazione ricettiva

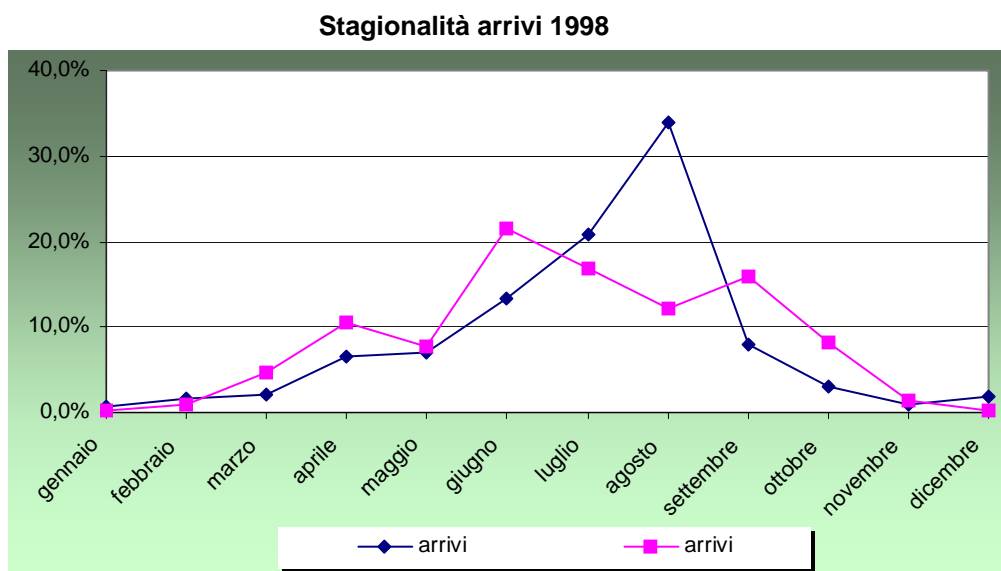


2.5 STAGIONALITÀ

La domanda è fortemente concentrata nei soli mesi estivi (luglio e agosto) che da soli rappresentano oltre il 50% degli arrivi e oltre il 70% delle presenze totali. In questi mesi la domanda è soprattutto quella italiana. Nella media stagione (giugno e settembre) i flussi della componente italiana diventano relativamente bassi mentre sono questi i mesi di massima presenza degli stranieri.

In definitiva la distribuzione mensile è tipicamente quella di una tradizionale destinazione balneare che presenta però un duplice aspetto negativo nei confronti delle località concorrenti:

- un'eccessiva concentrazione della domanda nel solo mese di agosto e in particolare in circa 20 giorni (dall'1 al 22 agosto), tipico mese di vacanza degli italiani;
- una distribuzione tradizionale della domanda estera nei mesi di "spalla" (giugno e settembre) ma che non risultano decisivi per sostenere la domanda totale in quanto limitati in valore assoluto a meno del 10% del totale.



L'analisi rivela dunque la necessità di agire su entrambe le componenti (italiana e straniera) per allungare la stagione: sul fronte italiano per incrementare le presenze nei mesi non centrali, sul fronte della domanda estera per aumentare "tout court" la domanda, che risulta già distribuita annualmente in periodi favorevoli alla destagionalizzazione.

3. L'OFFERTA RICETTIVA

La ricettività dell'area si concentra quasi esclusivamente lungo la costa e può contare su circa 5.430 posti letto in strutture alberghiere e 8.520 in quelle extralberghiere se consideriamo la ricettività ufficiale².

ANNO 1998					
(dati ufficiali)					
	N° strutture	Camere	Posti letto	Bagni	Piazzole / posti tenda
Alberghiero					
Alberghi 4-5 st.	4	545	1.086	545	-
Alberghi 3 st.	21	1.240	2.649	1.128	
Alberghi 1-2 st.	25	473	900	426	-
Residenze Turistico Alb.	5	318	794	219	
Totale Alberghiero	55	2.576	5.429	2.318	-
Extralberghiero					
Villaggi/Campeggi	11	-	7.485	-	
Alloggi (iscritti al REC)	32	-	909	-	
Agriturismo	16	-	122	-	25
Totale Extralberghiero	59	-	8.516	-	25
TOTALE	114	2.576	13.945	2.318	25

Il dato di capacità ricettiva sale fino a circa 226.000 posti letto considerando anche quella non ufficiale composta quasi esclusivamente dalle seconde case. Il dato ufficiale relativo agli alloggi iscritti al REC è indubbiamente irrealistico e segnala l'elevata percentuale di sommerso che caratterizza questa tipologia di sistemazione.

L'analisi dimostra quindi un eccessivo sbilanciamento della ricettività verso la forma "in alloggio" che non può rappresentare un punto di forza di una moderna destinazione turistica e che in questo caso tende a comprimere anche "qualità" e capacità di spesa della domanda attratta. Il comparto è caratterizzato infatti dall'assenza di parametri e controlli di qualità che rende queste strutture, a parte alcune eccezioni, poco o per nulla utilizzabili ai fini di una penetrazione di fasce medio-alte del mercato.

Inoltre questa forma di turismo produce un indotto economico notevolmente inferiore rispetto ad altre, non favorisce la crescita dell'imprenditoria turistica, comporta benefici soprattutto al settore edile e ad un'espansione del comparto commerciale-alimentare, peraltro attivo solo nei periodi di massima affluenza.

² L'analisi si riferisce al solo anno 1998 non essendo disponibile, presso gli uffici competenti, la serie storica.

3.1 RICETTIVITÀ EXTRALBERGHIERA

Come già detto in precedenza, la ricettività extralberghiera è praticamente dominata dagli appartamenti che rappresentano il 96% dell'intera offerta complementare. Villaggi, campeggi e strutture agrituristiche sono rappresentati complessivamente da solo 27 strutture che però si caratterizzano per una elevata dimensione media: il dato relativo ai villaggi e campeggi rileva una capacità ricettiva di circa 680 posti letto rispetto ad una media regionale di appena 400 e una media della provincia di Cosenza di 418 posti per struttura.

*Capacità ricettiva delle strutture extralberghiere
(villaggi/campeggi) nella regione Calabria*

Province	esercizi	posti letto	Ricettività media (n° letti)
Regione Calabria	304	121.735	400
Italia	2.374	1.318.169	555
Catanzaro	68	20.424	300
Cosenza	99	41.393	418
Crotone	44	11.121	253
Reggio Calabria	39	21.079	540
Vibo Valentia	54	27.718	513
C. M. Alto Tirreno	11	7.485	680

La tabella mostra la graduatoria delle località meridionali per sviluppo dell'offerta di seconde case. Come si vede la classifica dei "top ten" è dominata da località dell'area oggetto di indagine.

Graduatoria dell'offerta di seconde case

Posizione	Comune	Offerta di seconde case (dati proporzionati a 100)
1	Porto Cesario	100,0
2	Castel Volturno	84,5
3	San Nicola Arcella	82,8
4	Scalea	80,7
5	Rivisondoli	76,1
6	San Teodoro	63,1
7	Stintino	59,4
8	Roccaraso	58,5
9	Campo di Giove	55,8
10	Santa Maria del Cedro	48,7
18	Diamante	31,4

Fonte: Politiche Economiche e Sociali FS, 1996

L'analisi, che tiene conto di vari parametri di valutazione (numero abitazioni, estensione del territorio, ecc.), vede il comune di San Nicola Arcella al primo posto della regione Calabria e al terzo posto tra i comuni del sud Italia. Segue subito dopo Scalea e quindi il comune di Santa Maria del Cedro. A testimonianza della particolare predisposizione di questa zona all'offerta di alloggi in appartamento è da segnalare la diciottesima posizione del comune di Diamante.

Un'analisi più approfondita del comparto alloggi nell'area si può avere considerando i dati Istat del censimento 1991.

Comune	Abitazioni secondarie per tipo di utilizzo				TOTALE
	vacanza	lavoro /studio	altri motivi	non utilizzata	
Aieta	74	106	4	123	307
Buonvicino	94	7	6	37	144
Grisolia	570	27	15	501	1.113
Maierà	204	8	11	275	498
Orsomarso	50	34	1	283	368
Papasidero	108	6	5	184	303
Praia a mare	3.297	85	105	592	4.079
S. Nicola Arcella	3.498	96	33	443	4.070
S. Domenica Talao	104	47	6	154	311
S. Maria del Cedro	5.676	78	99	846	6.699
Scalea	13.912	169	160	1.131	15.372
Tortora	3.209	102	69	600	3.980
Verbicaro	141	61	34	763	999
TOTALE	30.937	826	548	5.932	38.243

Come si vede dalla tabella, le abitazioni dell'area classificate come seconde case ammontavano nel '91 ad oltre 38.000. Se a queste vengono sottratte le case utilizzate per lavoro/studio e per altri motivi, quelle che possono essere considerate come utilizzabili a fini turistici ammontavano a circa 37.000 per una capacità ricettiva complessiva di circa 212.000 posti letto.

Abitazioni per tipologia d'uso	Stanze	Posti letto
Uso vacanza	88.662	177.324
Lavoro/studio	2.512	5.024
Altri motivi	1.782	3.564
Non utilizzata	17.507	35.014
TOTALE	110.463	220.926

È questo un valore solo ipotetico che comunque appare sottodimensionato rispetto alla reale capacità ricettiva degli appartamenti. Negli ultimi 10 anni infatti l'area ha conosciuto una fortissima crescita di nuove abitazioni che fanno presupporre una capacità stimata ben più elevata.

Naturalmente, la costruzione di nuove unità abitative ha determinato un innalzamento del livello qualitativo precedentemente offerto, ma il problema principale è rappresentato dal fatto che gran parte di queste strutture sono appartamenti di proprietà di turisti residenti in altre città italiane (in particolare Napoli), utilizzate solo per il periodo estivo. Il fenomeno è causa di un duplice effetto negativo verso l'area:

- un mercato turistico molto ristretto;
- un bassissimo "ricambio"

Ad una capacità ricettiva molto elevata si contrappone quindi un "mercato turistico" relativamente limitato a causa della bassa commercializzazione che avviene sulle seconde case di proprietà. Queste vengono utilizzate (talvolta sovra-utilizzate come intensità di turisti per camera) dai proprietari per il periodo della vacanza, qui ancora relativamente lungo (3-4 settimane), ma risultano nella maggior parte chiuse e non operative al di fuori del periodo d'uso d'alta stagione.

Nonostante l'enorme dimensione di capacità ricettiva, la situazione attuale è quindi caratterizzata da una bassa capacità "effettiva" (cioè effettivamente disponibile al mercato turistico), perlopiù limitata alle strutture alberghiere, campeggi e villaggi nonché agli appartamenti disponibili per l'affitto.

Questa situazione, frutto di una politica locale che ha privilegiato l'espansione quantitativa degli alloggi, pone un serio vincolo alle prospettive di sviluppo competitivo dell'area in chiave turistica. La politica di ricerca della rendita, più che del profitto ottenuto attraverso la gestione delle attività, ha finito infatti sia per inibire la crescita imprenditoriale del settore ricettivo e complementare e ha comportato allo stesso tempo un posizionamento del "prodotto turistico Alto Tirreno" sui livelli medio-bassi e bassi del mercato, su una domanda poco esigente e poco propensa alla spesa.

3.2 RICETTIVITÀ ALBERGHIERA

La capacità ricettiva alberghiera è molto limitata e può contare solo su 55 strutture e circa 5.500 posti letto. La situazione non è certamente confortante se si considera che nel 1999 la ricettività alberghiera ha segnalato un ulteriore regresso con la conversione di alcune residenze turistico alberghiere in appartamenti da affittare o vendere.

ALBERGHIERO 1998						
Categoria	N° strutture	%	Camere	%	Posti letto	%
Alberghi 4-5 st.	4	7,3%	545	21%	1.086	20%
Alberghi 3 st.	21	38,2%	1.240	48%	2.649	49%
Alberghi 1-2 st.	25	45,5%	473	18%	900	17%
Residence Turistico Alberghiero	5	9,1%	318	12%	794	15%
TOTALE	55	100%	2.576	100%	5.429	100%

L'area si caratterizza per un livello medio-basso delle strutture ricettive con quasi il 93% degli alberghi compresi nella fascia da 1 a 3 stelle. Non esiste nessuna struttura di categoria 5 stelle.

Le maggiori concentrazioni si hanno nei comuni di Scalea e Praia a mare, dove si trovano complessivamente il 61% di tutte le strutture alberghiere dell'area. Scalea rappresenta anche il comune con la più elevata qualità alberghiera grazie alla presenza di 3 strutture di categoria superiore (4 stelle).

Se si considerano le caratteristiche strutturali, si nota una dimensione media di 47 camere ma il dato non rispecchia la reale distribuzione: 5 alberghi concentrano infatti oltre 1100 camere e i restanti hanno una dimensione media di sole 29 camere per struttura.

INDICI DI RICETTIVITA'
Comunità Montana dell'Alto Tirreno

Alberghi	dimensione media ⁽¹⁾	ricettività media ⁽²⁾	indice di comodità ⁽³⁾
Alberghi 4-5 stelle	136	272	100%
Alberghi 3 stelle	59	126	91%
Alberghi 1-2 stelle	19	36	90%
Res. Turistico Alb.	64	159	69%
Media C.M.A.T.	47	99	90%

(1) numero stanze per esercizio

(2) numero letti per esercizio

(3) presenza bagni rispetto alle camere

La dimensione media è allineata alla media regionale (44 camere) ma risulta inferiore alle principali province turistiche calabresi; il rilievo risulta ancora più significativo se si considera l'alta quota di "micro" strutture. È evidente che una dimensione così modesta influenza sensibilmente le strategie di commercializzazione dell'area verso i T.O. e il canale organizzato. La ridotta dimensione rappresenta un limite che dovrebbe condurre a processi di cooperazione e integrazione tra gli operatori "piccoli" al fine di ampliare le potenzialità di commercializzazione verso il mercato.

INDICI DI RICETTIVITA'

	dimensione media	ricettività media	indice di comodità
Italia	28	52	96%
Calabria	44	89	88%
Cosenza	56	78	
Catanzaro	46	95	
Crotone	56	131	
Reggio Calabria	33	63	
Vibo Valentia	59	112	
Alto Tirreno	47	99	90%

I comuni con la maggiore capacità sono Scalea (con il 33% dei posti letto totali) e Praia a Mare (23%), che da soli concentrano quasi il 60% della ricettività totale dell'area. S. Maria del Cedro detiene il 18% (circa 1000 posti letto) e S.Nicola Arcella e Tortora si equivalgono su una quota del 13%.

3.4 INDAGINE SULLE STRUTTURE RICETTIVE

Per meglio comprendere le caratteristiche generali e gli standard di servizio offerti dagli operatori turistici è stata condotta un'indagine su circa 30 strutture ricettive dell'area con sopralluoghi e interviste dirette ai proprietari o alla direzione.

L'indagine si è svolta nei mesi di luglio, agosto e settembre 1999 al fine di poter valutare le strutture in un periodo di piena operatività.

Sono stati esaminati non solo gli aspetti legati agli standard qualitativi e di servizio di ogni singola struttura, ma anche l'organizzazione (proprietà, personale), l'anno di costituzione, il periodo di apertura e il tasso di occupazione media, il mercato di riferimento (segmentazione e target) e le attività di promo-commercializzazione realizzate dagli operatori negli ultimi anni. Infine sono stati chiesti i punti di forza e di debolezza dell'area dal punto di vista turistico e gli interventi migliorativi da apportare nel breve e medio periodo.

Da notare, infine, che l'indagine essendo stata condotta su un campione rappresentativo, è utile per definire il quadro significativo della situazione.

Natura giuridica, costruzione e manutenzione delle strutture

L'indagine rileva una netta prevalenza di strutture a conduzione familiare dove il proprietario ed il gestore si identificano nella stessa persona. Negli ultimi anni, però, si sta assistendo ad un progressivo cambiamento della natura giuridica di molte società di gestione che da società di persone o ditte individuali si stanno trasformando in società di capitale (Srl).

Con riferimento all'anno di costruzione si può notare come la maggior parte delle strutture sono state realizzate negli anni '60-'70 e quasi la totalità ha avviato processi di ristrutturazione negli ultimi 3 anni, nonostante alcuni siano vincolati dalla localizzazione su terreno di proprietà demaniale (situazione rilevata in particolare a Praia) per l'adeguamento a norme sulla sicurezza. Gli interventi hanno interessato singole parti della struttura (reception, camere, ecc.) oppure l'intero complesso turistico.

Qualità delle strutture

E' forte la disomogeneità: a parità di categoria è facile trovare strutture che offrono standard qualitativi e di servizio molto dissimili, con alcuni molto al di sotto dei minimi accettabili.

L'analisi ha rivelato alcune lacune diffuse in quasi tutte le strutture considerate. A parte alcune eccezioni si nota una certa "trascuratezza" generale, che interessa in particolare le rifiniture, gli accessori e la professionalità degli addetti. Gli standard qualitativi di servizio non sembrano essersi adeguati agli interventi strutturali realizzati: in altre parole alla

manutenzione non ha fatto seguito un corrispondente intervento sull'organizzazione e la qualità del servizio.

Le principali lacune emerse sono state:

Reception

I principali punti di debolezza riguardano in particolare il personale di contatto: non sempre è vestito correttamente, a volte poco professionale e ha solo una conoscenza minima di una lingua straniera.

Altre lacune sono relative agli elementi estetici (spesso non in sintonia con le caratteristiche dell'albergo) e la scarsa presenza di locandine e brochure che reclamizzano eventi e opportunità offerte nel territorio. In tal senso, l'informazione spesso è lasciata alla libera iniziativa del turista o al consiglio da parte della reception.

Camere

Le camere non sempre si presentano in linea con gli standard qualitativi di categoria. Molte non dispongono dell'impianto di riscaldamento/climatizzazione (e quindi non sono adatte per il fuori stagione); è frequente la presenza di odori sgradevoli provenienti dall'esterno (circa l'80% degli alberghi visitati); le finestre non offrono un'insonorizzazione adeguata (50%) e per l'80% dei casi non è facile "comandare" la camera dal letto (luce, ecc.). In alcune strutture l'arredamento è composto da arredi risalenti a circa 20-25 anni fa.

Bagno

Le lacune rilevate riguardano una scarsa maneggevolezza della pistola della doccia (spesso direttamente fissata alla parete); la frequente mancanza del box doccia per impedire la fuoriuscita di acqua (in alcuni casi si utilizza una tenda, in altri invece lo scarico delle acque è direttamente al centro della stanza da bagno); la presenza di sistemi di miscelazione a manopola e uno specchio non sempre adeguato alle sue funzioni.

Aree comuni

In generale le aree comuni si ripresentano in buono stato e adeguatamente pulite. Unico elemento da segnalare è il fatto che non sempre è disponibile un telefono pubblico all'interno della struttura visitata.

Servizi offerti

L'indagine ha rilevato una scarsa differenziazione dei servizi offerti verso segmenti specifici.

La situazione appare buona per la dotazione di quei servizi di base offerti in una classica destinazione balneare (servizi in spiaggia, parcheggio, sala TV, escursioni organizzate). La quota di coloro che offrono questi servizi supera il 90%.

Maggiori difficoltà, invece si segnalano per quei servizi atti a rendere più gradevole, comoda e rilassante la vacanza. In media la percentuale di coloro che garantiscono un servizio navetta (da e verso le destinazioni di arrivo e partenza, spiaggia, ecc.), uno staff di animatori e il servizio di baby sitting si attesta intorno al 65%.

Del tutto scarsa invece la dotazione di tutti quei servizi rivolti a mercati di nicchia (centro fitness, corsi/didattica) o altri servizi che contribuiscono a intrattenere il turista (infrastrutture sportive, piscina, noleggio mezzi, istruttori sportivi).

In definitiva, si rileva una certa passività degli operatori che sembra si siano concentrati solo su quei servizi richiesti dalla clientela attuale senza attivare o potenziare tutti quegli altri che hanno lo scopo di aumentare il valore percepito e quindi la soddisfazione complessiva nei confronti del turista. Sono invece quest'ultimi che contribuiscono a rendere più competitiva e particolare una destinazione rispetto alle altre.

Con riferimento al servizio ristorante, la quasi totalità delle strutture ha un ristorante interno, ma non in tutte è aperto al pubblico.

Il personale ai tavoli appare quasi sempre adeguatamente vestito, gentile e disponibile e i tempi di attesa rientrano nella norma. Da segnalare anche una buona presenza di cucina tipica locale nell'offerta giornaliera e una buona possibilità di scelta e di variazione dal menù. Le condizioni igieniche generali (sala pranzo e bagno) sono anch'esse buone.

Gli unici elementi negativi sono da ricondurre all'emissione di odori dalla cucina (che interessa oltre il 40% delle strutture visitate) e la brochure del menù che spesso non viene eccessivamente curata, non dà alcuna informazione aggiuntiva su cibi e bevande e non presenta in modo chiaro i prezzi e il costo del servizio. Molto spesso non è tradotta in nessuna lingua.

Risorse umane

L'analisi delle risorse umane di supporto al sistema di offerta turistica dell'area evidenzia una situazione contrastante dove a qualche eccellenza si contrappone una moltitudine di limiti. La maggior parte delle attività turistiche è caratterizzata da una conduzione di tipo familiare e le persone che vi operano non hanno quasi mai una professionalità specifica. Ci si avvale di personale precario la cui professionalità, in generale, non è elevata. Questo provoca un sensibile abbassamento degli standard qualitativi di servizio e un orientamento al cliente carente, con una situazione che tende a peggiorare con il passare degli anni.

Una larga parte degli operatori proviene da altri settori, riconvertendosi in quello ricettivo; spesso questo aspetto di "improvvisazione" e di mancanza di una professionalità specifica emerge anche nei dettagli più banali.

Nonostante la presenza dell'Istituto Professionale per il Turismo a Praia, pochi diplomati trovano sistemazione nelle strutture dell'area a causa della bassa capacità di queste ad impiegare addetti professionalmente preparati per periodi adeguati. La situazione attuale é caratterizzata inoltre da una quasi totale assenza di nascita di nuova imprenditorialità di supporto e complemento al sistema turistico ricettivo.

Stagionalità³

³ I dati sono stati ricavati da un'indagine condotta su 22 strutture alberghiere e sulla base delle brochure informative fornite dalle direzioni alberghiere. Le medie sono state calcolate considerando tutte le strutture, anche quelle chiuse nel fuori stagione.

L'indagine condotta presso gli operatori ha permesso di determinare in modo orientativo le fasce stagionali che caratterizzano l'area ma, per l'analisi relativa al tasso di occupazione delle strutture, luglio e agosto sono stati considerati come mesi di alta/altissima stagione; maggio, giugno e settembre mesi di media stagione; i restanti mesi quelli di bassa stagione. Lo scopo perseguito è stato quello di poter confrontare i valori medi ottenuti con quelli di altre località.

<i>Periodo</i>	<i>Tasso di occupazione rilevato (camere)</i>	<i>Fasce stagionali orientative</i>
Alta	68%	dal 1/8 al al 30/8 (include anche l' <i>altissima stagione</i> che va dal 7/8 al 22/8)
Media	22%	dal 1/7 al 31/7
Bassa	5%	dal 1/9 al 30/6

L'analisi dei risultati fa emergere:

- una brevissima durata della stagione estiva che in molti casi si limita ai soli mesi di luglio e agosto. La causa principale è da ricondurre alla ridotta operatività del sistema di offerta ricettivo e complementare, e contemporaneamente alla assenza di politiche commerciali tese ad allungare la stagione. Il periodo di altissima stagione si concentra nelle due settimane a cavallo di Ferragosto, mentre in molti casi il mese di luglio è considerato media o medio-bassa stagione.
- una scarsa utilizzazione delle camere: questa dai dati rilevati si attesta attorno al 70% in agosto (raggiunge l'81% nelle due settimane centrali), ma scende sul 40% medio nei 3 mesi del periodo estivo (metà giugno-metà settembre). Gli alberghi aperti annualmente dichiarano un'occupazione media del 5% nei restanti 9 mesi. Tassi di occupazione così limitati, anche se corretti verso l'alto con la "fisiologica" quota di sommerso denotano una situazione di bassa redditività, probabilmente insufficiente a garantire investimenti in adeguamenti qualitativi e innovazione, anche se in questo caso il problema sembra più legato a mentalità piuttosto che a mancanza di risorse finanziarie: dopo la prima settimana di settembre la maggior parte degli alberghi è già chiusa!.

Segmentazione del mercato

Il *mercato di riferimento* è tipicamente quello balneare, composto in netta maggioranza da famiglie e quindi anziani e le giovani coppie senza figli. Molto scarse le quote relative ai mercati di nicchia (giovani, eventi, sportivi, ecc.) che invece sono diventate il target obiettivo di molte destinazioni anche dirette concorrenti di quest'area.

Le strutture non hanno sviluppato particolari specializzazioni, ad eccezione dello sviluppo di servizi dedicati al segmento familiare. Alcune strutture, negli ultimi anni, stanno cercando di aprirsi ai mercati incentive e congressuale.

La composizione del gruppo di viaggio è fortemente orientata verso la componente individuale, che per alcune strutture rappresenta l'unica clientela trattata. Negli ultimi anni si sta assistendo ad un certo orientamento verso il segmento gruppi, soprattutto nel comune di Praia a mare.

Con riferimento all'organizzazione del viaggio, la quota veicolata da TO e AdV risulta estremamente bassa. Sono ancora molte le strutture che si affidano ad una commercializzazione spontanea (passaparola e clienti fedeli), anche se le strutture più organizzate si stanno sempre più orientando verso il canale dell'intermediazione. Il 50% degli operatori dichiara di avere rapporti collaborativi con T.O. e AdV ma risulta estremamente bassa (spesso non supera il 10%), la quota di camere concessa in *allotment*.

È interessante notare come negli ultimi anni i canali di intermediazione si sono specializzati verso il mercato dell'est Europa caratterizzato da una clientela poco esigente e con modeste capacità di spesa.

In riferimento alla provenienza, il dato fatto emergere dagli operatori conferma quanto risultato dall'indagine condotta nell'estate '99: la quota della clientela estera non raggiunge il 10% e molti operatori preferiscono rivolgersi alla clientela italiana. Il dato riflette sia la scarsa appetibilità dell'area su segmenti più "interessanti" sia la bassa disponibilità/capacità degli operatori a trattare con il canale organizzato. I principali bacini italiani di domanda si confermano la Campania e il Lazio.

Attività promozionali

La conduzione familiare della gran parte delle strutture ricettive condiziona sensibilmente le iniziative promozionali realizzate: in definitiva l'attività promozionale si affida ai canali tradizionali (passaparola, partecipazione a fiere, P.R. e mailing) con un certo dinamismo degli operatori soprattutto nelle attività di contatto diretto (mail o telefonico) e, da parte di alcuni, relazioni pubbliche dirette nei mercati di riferimento.

Si notano anche alcune iniziative verso forme più moderne e capillari di promozione del tipo internet e radio-televisione.

Idee e suggerimenti degli operatori

Agli operatori è stato chiesto quali interventi attivare per meglio commercializzare l'area e per attuare una politica locale orientata al turismo.

Attività di commercializzazione

La principale attività suggerita è rappresentata dalla creazione di specifici itinerari, percorsi o pacchetti turistici che coinvolgano gli operatori e il territorio (cultura, natura, gastronomia, ecc.) al fine di poter offrire valide alternative alla vacanza balneare. Viene così posto l'accento sulla necessità di collaborazione e cooperazione tra tutti gli operatori e gli Enti locali per meglio gestire e organizzare l'offerta turistica locale.

Altra attività ritenuta di particolare importanza è la maggior partecipazione a fiere nazionali e internazionali per diffondere la conoscenza e l'interesse dell'area sia verso il cliente finale che verso gli intermediari dell'offerta (T.O., AdV, associazioni, ecc.).

Infine, per alcuni diventa importante potenziare l'attività di mailing, passaparola, pubblicità e relazioni pubbliche anche attraverso il supporto delle Amministrazioni Pubbliche.

Miglioramenti gestionali

I suggerimenti relativi alla gestione si concentrano essenzialmente nell'attività formativa e nel ricorso al credito.

Con riferimento all'attività formativa, l'operatore esprime la difficoltà a reperire personale qualificato, serio e che parli almeno una lingua straniera. In questo caso è richiesta una maggiore attività formativa a tutti i livelli al fine di creare una mentalità turistica che invece attualmente manca.

La seconda necessità a livello gestionale riguarda l'accessibilità al credito. L'operatore dichiara le difficoltà di reperire capitali sia a livello pubblico (finanziamenti, ecc.) sia a livello privato (banche). In questo caso è richiesto un maggior intervento delle Amm.ni pubbliche sia per velocizzare le procedure per la richiesta e l'ottenimento dei finanziamenti, sia per attivare convenzioni che permettano un più facile accesso al credito bancario.

Interventi sulle strutture

In questo caso i suggerimenti si orientano verso una generale ristrutturazione delle attuali strutture ricettive, ritenute spesso trascurate e non adatte ad aumentare il livello qualitativo della domanda turistica. L'accento è posto con particolare insistenza su: dotazioni di riscaldamento/condizionamento, standard qualitativi generali, adeguamento alla legge 626 e HACCP. In altri casi è considerato opportuno incrementare il numero di camere singole o quelle dotazioni che danno un valore aggiunto alle strutture ricettive (piscina, aree verdi, parcheggi, ecc.), la capacità ricettiva dei ristoranti e le infrastrutture turistiche in generale.

Interventi ritenuti prioritari per migliorare l'area dal punto di vista turistico

Il primo intervento richiesto da quasi tutti gli operatori turistici intervistati è la risoluzione dei problemi legati all'accessibilità e alla viabilità interna dell'area. La mancanza di un aeroporto limita fortemente lo sviluppo del turismo verso mercati lontani, così gli operatori suggeriscono di attivare transfer gratuiti dai più vicini aeroporti. In alternativa ritengono indispensabile aumentare l'accessibilità via treno attraverso un maggior numero di treni a lunga percorrenza che sostano nell'area e infine potenziare e rendere più agevole l'attuale sistema stradale che collega l'autostrada con la costa e l'entroterra.

Il secondo intervento ritenuto prioritario dagli intervistati è la maggiore pulizia di centri abitati e ambiente circostante che spesso appare poco curato e pieno di rifiuti di ogni genere. Anche la definitiva risoluzione dei continui problemi legati al sistema fognario viene considerata di particolare importanza per lo sviluppo turistico e sociale dell'area.

Gli altri interventi proposti riguardano la formazione professionale degli addetti e varie iniziative di promo-commercializzazione tendenti a creare, gestire e offrire sul mercato veri e propri pacchetti turistici "all inclusive". Da segnalare però che questi ultimi sono considerati di secondaria importanza rispetto a quelli legati alla viabilità e alla pulizia.

Punti di forza e debolezza dell'area

I principali punti di forza e di debolezza segnalati dagli operatori turistici dell'area sono sintetizzati nella tabella seguente. I punti di forza segnalati si limitano alle sole risorse

naturali e culturali. Il mare, il clima e le bellezze naturali dell'area sono indubbiamente elementi di pregio su cui, a parere degli operatori, varrebbe la pena investire per offrire un prodotto turistico competitivo sul mercato.

Con riferimento agli aspetti negativi, gli operatori confermano quanto precedentemente segnalato. Il fattore di maggiore importanza che traspare dalle segnalazioni è la scarsa fiducia nel successo di qualsiasi iniziativa di cooperazione e collaborazione tra gli operatori e tra questi e le Amm.ni locali nonostante una dichiarata consapevolezza dell'importanza di simili processi per lo sviluppo turistico.

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none">▪ Mare▪ Bellezze naturali▪ Paesaggio in generale (costa e montagna)▪ Ospitalità e tranquillità▪ Località caratteristiche (Isola di Dino, grotte, ecc.)▪ Presenza del parco Nazionale del Pollino▪ Cultura, storia e gastronomia	<ul style="list-style-type: none">▪ Scarsa propensione alla collaborazione tra gli operatori e tra questi e le Amm.ni pubbliche▪ Scarsa accessibilità e viabilità interna▪ Scarsa politica turistica attivata dalle Amm.ni locali▪ Scarsa professionalità degli operatori e del personale in generale▪ Mancanza di strutture e infrastrutture turistiche (porti, aeroporti, aree verdi, ecc.)▪ Inquinamento marino e scarsa pulizia in generale▪ Trascuratezza e scarsa qualità delle strutture ricettive

3.5 IL LIVELLO DEI PREZZI

L'indagine è stata condotta telefonicamente su di un campione di 69 alberghi situati nella zona della Calabria nord-Tirrenica e in altre località balneari del mezzogiorno.

Il periodo preso in considerazione è l'ultima settimana di luglio 1999 (dal 25 al 31). I prezzi considerati fanno riferimento a strutture 3 stelle con trattamento di mezza pensione in camera doppia per clienti individuali non abituali in assenza di anticipo della prenotazione (le telefonate sono state effettuate una settimana prima dell'ipotetico periodo di soggiorno).

Oltre al prezzo sono stati valutati i servizi accessori offerti e il grado di occupazione delle strutture.

Le località scelte offrono un prodotto *sun & beach* tradizionale e sono quindi dirette concorrenti sia per il prodotto offerto che per la localizzazione

Analisi dei prezzi

Dalla tabella emerge (col. 3) che nel complesso l'area di Praia a Mare si colloca su un livello medio di prezzo attorno alle 91.000 lire per notte. La variabilità delle varie località all'interno dell'area attorno a questo prezzo medio non è elevatissima (colonna 4): si va da un 11% in più a Scalea (circa 102.000 lire medio a notte) a un 9% in meno (circa 84.000 lire medio) a Tortora.

I prezzi dei concorrenti regionali risultano mediamente inferiori (anche se le differenze sono contenute) a quelli del distretto: -4% la media dell'area e -5% la differenza rispetto alla Calabria ionica (con punte di 120.000 - ma è solo un albergo - a Isola Capo Rizzuto). Esiste quindi una sostanziale omogeneità tra i prezzi delle località balneari calabresi, pur in presenza di situazioni e condizioni (ambientali, organizzative, ecc.) talvolta molto diverse.

In confronto con le altre località extraregionali prese in considerazione evidenzia l'elevata competitività nei prezzi della costa dell'Alto Tirreno. I prezzi sono superiori da un minimo dell'8% a Giardini Naxos, ad un massimo del 26% a Maratea e Taormina ma con tutte le altre località pugliesi, siciliane e sarde che hanno prezzi superiori del 20% ed oltre rispetto alla media dell'area.

Le colonne 5 e 6 evidenziano rispettivamente il prezzo pubblicato nell'Annuario 1999 degli alberghi d'Italia e i relativi scostamenti riscontrati tra prezzo praticato e prezzo pubblicato. Le differenze registrate, come si vede, sono abbastanza significative e per il complesso del campione i prezzi praticati sono inferiori di circa il 20% rispetto al "rack rate" stagionale pubblicato.

Nell'area solo gli alberghi di Tortora mantengono un prezzo che si allinea a quello pubblicato mentre gli alberghi di Praia e Scalea praticano prezzi inferiori dell'8% e del 2% rispetto al "rack rate", infine a S.Maria del Cedro i prezzi applicati sono inferiori del 9% rispetto a quelli pubblicati.

<i>Località</i>	<i>n. strutture intervistate</i>	<i>Prezzo indagine telefonica</i>	<i>Differenza % rispetto a C. M. (media)</i>	<i>Prezzo annuario</i>	<i>Differenza % tel-annuario</i>	<i>Servizio spiaggia incluso</i>	<i>Tessera club aggiuntiva (obbligatoria)</i>	<i>Disponibilità</i>
Tortora	2	84.000	-9%	85.000	-1%	1 su 2	-	2 su 2
Praia	6	90.833	0%	98.286	-8%	1 su 6	1 su 6	5 su 6
Scalea	2	102.000	11%	103.898	-2%	-	2 su 2	2 su 2
S. Maria del Cedro	2	88.500	-3%	81.333	9%	-	1 su 2	1 su 2
Media C. M.	12	91.167		94.181	-3%	2 su 12 (17%)	4 su 12 (33%)	10 su 12 (83%)
Pizzo Calabro	1	85.000	-7%	112.500	-24%	-	-	1 su 1
Vibo Valentia	1	85.000	-7%	105.000	-19%	1 su 1	-	1 su 1
Briatico	2	80.000	-14%	95.000	-16%	2 su 2	-	2 su 2
Parghelia	2	94.500	4%	94.500	0%	2 su 2	-	2 su 2
Tropea	4	99.750	9%	116.667	-15%	1 su 4	1 su 4	3 su 4
Ricadi	5	79.250	-15%	102.400	-23%	4 su 5	-	3 su 5
Nicotera	1	90.000	-1%	89.000	1%	1 su 1	-	1 su 1
Vibo Valentia	16	87.766	-4%	104.010	-16%	11 su 16 (69%)	1 su 16 (6%)	13 su 16 (81%)
Isola Capo Rizzuto	1	120.000	24%	112.500	7%	-	-	1 su 1
Soverato	4	99.000	8%	113.333	-13%	3 su 4	-	4 su 4
Siderno	5	70.600	-29%	92.600	-24%	1 su 5	1 su 5	5 su 5
Calabria Ionica	10	86.900	-5%	102.883	-16%	4 su 10 (40%)	1 su 10 (10%)	10 su 10 (100%)
Maratea	3	123.333	26%	155.000	-20%	-	-	3 su 3
Vieste	5	117.000	22%	169.600	-31%	3 su 5	2 su 5	5 su 5
Puglia-Basilicata	8	119.375	24%	164.125	-27%	3 su 8 (38%)	2 su 8 (25%)	8 su 8 (100%)
Giardini Naxos	5	99.200	8%	115.800	-14%	3 su 5	-	3 su 5
Taormina	5	122.600	26%	140.000	-12%	1 su 5	-	2 su 5
Sciaccia	3	112.240	19%	283.200	-60%	1 su 3	1 su 3	2 su 3
Sicilia	13	111.209	18%	163.738	-32%	5 su 13 (38%)	1 su 13 (8%)	7 su 13 (54%)
S. Teresa di Gallura	5	120.000	24%	122.000	-2%	-	-	4 su 5
Alghero	5	116.400	22%	129.000	-10%	-	-	5 su 5
Sardegna	10	118.200	23%	125.500	-6%	-	-	9 su 10 (90%)
TOTALE CAMPIONE	69	102.436	11%	125.740	-19%	25 su 69 (36%)	9 su 69 (13%)	57 su 69 (83%)

Nelle altre destinazioni lo scostamento non si allontana molto dal 20% medio con l'eccezione degli alberghi di Sciacca Terme e di Vieste, quest'ultima verosimilmente influenzata dalla particolare situazione del basso Adriatico (effetti della crisi balcanica).

Le differenze riscontrate possono risentire sia della politica dei prezzi attuata dagli imprenditori (in funzione ad esempio di servizi offerti) sia del tasso di occupazione nel periodo: è naturale che ad una minore occupazione corrisponda, in generale, una politica di riduzione dei prezzi tesa a favorire l'acquisto. Cosa che avrebbe meno fondamento nel caso di piena occupazione.

Disponibilità

In questo caso l'analisi della disponibilità conferma l'esistenza di camere invendute anche una settimana prima della partenza (col. 9).

Nel complesso ben l'83% dei 69 alberghi interpellati dichiara disponibilità di camere. La percentuale è pienamente confermata dagli alberghi della costa in esame (83%), ma il dato è ancora superiore negli alberghi della costa ionica, a Maratea, a Vieste e nelle due località sarde dove praticamente vi è disponibilità di camere in tutte le strutture interpellate. Solo in Sicilia l'occupazione è superiore (disponibilità in circa la metà delle strutture).

Nel complesso quindi i prezzi relativamente inferiori non sembrano essere atti a contrastare una bassa occupazione delle strutture.

Servizi inclusi

L'analisi dei servizi offerti (col. 7) fa perdere qualche punto di vantaggio all'area. Qui soltanto il 17% delle strutture interpellate offre il servizio di spiaggia incluso nel prezzo. Questa percentuale è tra le più basse registrate in tutto il campione: solo la Sardegna, dove nessun albergo offre il servizio di spiaggia, si colloca in una posizione inferiore. Le altre località del campione si attestano intorno al 40%. Elevato anche il divario rispetto alle zone interne alla regione: nell'area vibonese il 69% delle strutture offre il servizio spiaggia e nella Calabria ionica il 40%.

Per un prodotto *sun&beach* la spiaggia è il principale servizio accessorio (per non dire di base) di cui i clienti usufruiscono e l'inclusione del suo costo nel prezzo dell'albergo tende a creare ulteriori margini di competitività.

La valutazione è confermata anche dall'analisi dei costi accessori (col. 8) dove l'indagine fa emergere che ben il 33% degli alberghi della costa fa pagare la tessera club obbligatoria (30-40.000 lire) contro una media del 13%. Considerando che nessuno degli hotel interpellati è un villaggio (con una cospicua dotazione di servizi accessori) si evidenzia una situazione di svantaggio comparato sui prezzi: infatti i servizi aggiuntivi a cui dà diritto la tessera (piscina, piccola animazione) dovrebbero essere già incorporati nel prezzo dell'hotel; dall'altro non sono necessariamente richiesti da chi si rivolge ad una struttura alberghiera

Il confronto con alcune località estere

Paese	Località	Costo di un soggiorno di 2 settimane (volo incluso)	Differenza su media C. M. (solo albergo)	Costo seconda settimana (solo albergo)	Differenza su media C. M. (solo albergo)
Tunisia	Mahdia	1.715.000	34%	658.000	3%
Tunisia	Port el kantaoui	1.932.000	51%	770.000	21%
Tunisia	Jerba	1.654.000	30%	624.000	-2%
Spagna	Maiorca	2.046.333	60%	761.444	19%
Spagna	Formentera	2.138.667	68%	723.333	13%
Spagna	Minorca	2.231.667	75%	816.667	28%
Spagna	Costa del Sol	1.992.429	56%	631.000	-1%
Grecia	Paros	2.347.333	84%	725.667	14%
Grecia	Skianthos	2.316.000	81%	752.500	18%
Grecia	Corfù	2.296.750	80%	785.750	23%

Nella tabella sono riportati i prezzi medi per un soggiorno con trattamento di mezza pensione in camera doppia in hotel 3 stelle in alcune località balneari del mediterraneo. I dati sono stati ricavati dai cataloghi di alcuni tra i principali tour operator italiani (Alpitour, Going, Francorosso, Comitours) e sono relativi a pacchetti all inclusive.

Il prezzo è stato calcolato sia su base bisettimanale, volo incluso (col. 3 e 4), sia con riferimento alla seconda settimana, sulla quale non incidono i costi di volo (col. 5 e 6).

Una vacanza di 14 giorni nell'area costa in media 1.276.000 lire (7 giorni 638.000 lire) a persona per la parte relativa ai servizi di ospitalità (mezza pensione); come si è visto questo prezzo non include in gran parte dei casi i servizi di spiaggia ed esclude anche il costo del viaggio.

La stessa vacanza nelle località estere considerate costa in più dalle 378.000 (Jerba) a circa 1.070.000 (Paros) per persona ma include il costo del viaggio fino all'albergo (volo+transfer), i servizi di spiaggia, la garanzia (assicurativa e commerciale) dell'agenzia di viaggio e qualche servizio di assistenza sul luogo. Nel caso di un ipotetico turista residente nel nord Italia si vede bene che se questo considera di raggiungere la nostra costa con auto propria, la differenza praticamente si annulla; diventa svantaggioso se invece utilizza un volo di linea. Potrebbe restare vantaggioso in termini di costo/tempo solo se trovasse una tariffa budget o un volo charter con destinazione Lamezia.

Considerando i prezzi della seconda settimana, che sono riferiti ai solo costi alberghieri e risultano quindi più direttamente comparabili, si può vedere come non vi siano differenze di rilievo tra i prezzi degli alberghi di alcune località e quelli dell'area: i prezzi di Mahdia e Jerba (Tunisia) e Costa del Sol (Spagna) sono sostanzialmente simili a quelli medi della nostra costa; le altre località hanno prezzi superiori di circa il 20% ma anche nel caso peggiore (Minorca) la differenza massima è del 28%, corrispondente a circa 178.000 lire a settimana, meno dunque di quanto non si spenda in hotel 3 stelle di località balneari meridionali. A questo va però aggiunto il maggior numero di servizi mediamente offerti dai resort esteri.

4. CONCLUSIONI

In definitiva l'analisi conferma la elevata competitività di prezzo della costa rispetto ai concorrenti italiani. Invece rispetto alle destinazioni mediterranee il vantaggio scompare o è più risicato e tenderà a risultare sempre meno favorevole.

Se oltre al prezzo *tout court* si considerano gli aspetti qualitativi la situazione verosimilmente si capovolge: gli standard ricettivi delle località estere considerate sono infatti più moderni ed elevati. Per quanto riguarda il confronto con le località balneari italiane vale invece un rilievo indiretto: poiché al rilevante vantaggio di prezzo non corrisponde un'occupazione decisamente superiore a quella delle altre località significa che la qualità percepita/offerta è inferiore a quella dei concorrenti. Per qualità non si intende solo quella delle strutture ricettive ma il complesso dei servizi e la qualità di area.

Dunque la qualità è il fattore critico del sistema turistico locale, l'elemento che tende a ri-posizionare il rapporto qualità/prezzo su valori tra loro coerenti (prezzo e qualità complessiva entrambi medio-bassi ovvero il prezzo basso praticato come semplice adeguamento degli operatori alla bassa qualità del sistema), ma che rischia di far lavorare e rendere interessante l'area soprattutto alle fasce meno esigenti del mercato. Ciò contrasta con il suo grande pregio naturalistico e paesaggistico e, a nostro avviso, impone l'esigenza strategica di ri-posizionare tutta l'area sulla fascia medio-alta di clientela.

L'aumento delle capacità competitive dell'area sul mercato balneare passa, evidentemente, anche attraverso l'ampliamento di una ricettività alberghiera e self-catering diretta alle fasce medio-alte ed alte del mercato. Questo auspicato ampliamento di ricettività di qualità parrebbe non giustificato dai tassi di occupazione attuali ma si tratta di un processo di adeguamento dell'offerta necessario a rilanciare l'area e a consentire la penetrazione del prodotto su segmenti più interessanti del mercato individuale e soprattutto organizzato.

A questo aspetto e alle altre linee portanti della strategia sarà dedicato il prossimo rapporto previsto dal Piano Strategico del Turismo promosso dalla Comunità Montana dell'Alto Tirreno.

* * *