CALABRIA IN VETRINA

Piano Fieristico 2025-2026

Opportunità da cogliere, insieme.

CALABRIA
STRAORDINARIA

REGIONE CALABRIA

24/06/2025

Dipartimento Turismo, Marketing Territoriale,
Trasporto Pubblico Locale e Mobilità Sostenibile

CITTADELLA REGIONALE
Località Germaneto Viale Europa 88100 Catanzaro, CZ Italia

IL PERCORSO DELL'INCONTRO

Cinque obiettivi per una visione condivisa

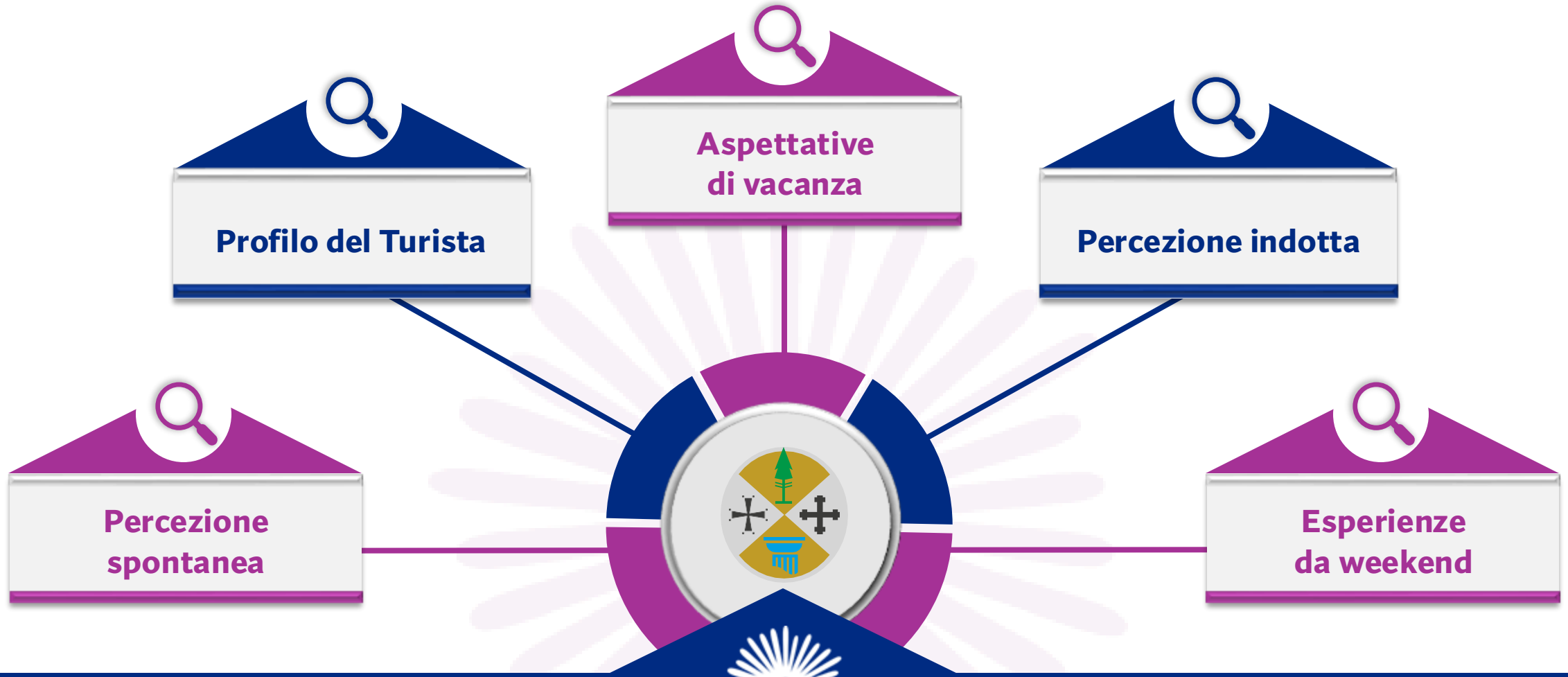
1. **STRATEGIA REGIONALE**
2. **SCENARI E TENDENZE**
3. **PIANO FIERISTICO 25-26**
4. **GOVERNANCE**
5. **VANTAGGI E BENEFICI**

PIANO ESECUTIVO ANNUALE 2025: AZIONE PRIORITARIA 4

1. Presidiare i mercati target della destinazione turistica attraverso azioni di promozione e valorizzazione dell'immagine e degli attrattori identitari;
2. Supportare la partecipazione a fiere, eventi di business matching e scouting di investimenti in ambito turistico;
3. Sostenere l'organizzazione di manifestazioni pubbliche ed eventi di grande interesse turistico in grado di generare particolare afflusso di turisti.

"Rafforzare la presenza della Calabria nei mercati turistici chiave"

IDENTIKIT DELLA DESTINAZIONE CALABRIA



Fonte dati: Report “La percezione della Calabria da parte della popolazione italiana. La Calabria, il suo potenziale e le sue criticità”, SWG, 23 dicembre 2024.

INDIVIDUAZIONE DEI MERCATI BERSAGLIO

L'Indice di Attrattività Turistica (IAT) è una misura sintetica utilizzata per valutare l'attrattività turistica di alcuni paesi verso la destinazione Italia. Un valore alto dell'Indice di Attrattività Turistica (IAT) indica che un paese ha una forte attrattività turistica verso la destinazione di riferimento, in questo caso l'Italia. Questo significa che il paese in questione mostra performance elevate su più indicatori chiave di attrattività turistica Media

Media periodo 2022–2024, numero indice
(base 100=valore max)

Fonte dati: Elaborazione dati ISTAT e BANCA D'ITALIA

PRIORITARI	DA SVILUPPARE
STRATEGICI	EMERGENTI

PAESE	PUNTEGGIO IAT
Germania	100,0
Regno Unito	88,2
Svizzera	87,9
Repubblica Ceca	86,2
Polonia	86,1
Finlandia	86,1
Russia	86,0
Danimarca	85,9
Belgio	85,3
Lussemburgo	85,0
Stati Uniti d'America	83,6
Austria	83,2
Canada	83,0
Giappone	82,9
Francia	82,6
Ucraina	82,6
Slovacchia	82,5
Venezuela	82,2
Estonia	82,0
Egitto	81,8
Turchia	81,8
India	81,7
Australia	81,6
Norvegia	81,4
Paesi Bassi	81,4

PAESE	PUNTEGGIO IAT
Cina	81,1
Lituania	81,0
Moldavia	80,9
Sud Africa	80,6
Corea del Sud	80,6
Svezia	80,6
Bielorussia	80,5
Irlanda	80,2
Brasile	79,6
Lettonia	79,6
Cipro	79,2
Portogallo	79,1
Islanda	78,8
Ungheria	78,7
Argentina	78,7
Nuova Zelanda	78,4
Romania	78,3
Messico	77,9
Bulgaria	77,6
Israele	77,5
Spagna	77,3
Malta	75,8
Grecia	73,8
Croazia	72,8
Slovenia	72,6

INDICATORE DELLA PERMANENZA MEDIA

La permanenza media rappresenta la durata media del soggiorno dei turisti, calcolata come il rapporto tra il numero totale di presenze (notti trascorse) e il numero totale di arrivi. Un valore più alto indica che i turisti tendono a rimanere più a lungo, suggerendo una maggiore attrattività della destinazione e una potenziale maggiore spesa per turista

Media periodo 2022–2024, valori assoluti, numero indice
(base 100=valore max)

Fonte dati: Elaborazione dati ISTAT

PROVENIENZA	VALORE PERMANENZA MEDIA	NUMERO INDICE
Slovacchia	6.78	100.00
Repubblica Ceca	6.63	97.71
Germania	6.48	95.62
Lussemburgo	6.08	89.60
Austria	6.06	89.30
Finlandia	6.05	89.20
Lituania	5.97	88.07
Regno Unito	5.86	86.45
Polonia	5.65	83.36
Danimarca	5.55	81.86
Ucraina	5.47	80.61
Bielorussia	5.15	75.89
Belgio	5.06	74.63
Svizzera (incluso Liechtenstein)	4.97	73.23
Moldavia	4.95	73.01
Russia	4.76	70.16
Estonia	4.56	67.28
Slovenia	4.13	60.96
Romania	4.07	60.02
Ungheria	4.06	59.93
Portogallo	4.01	59.20
Lettonia	3.85	56.82
Egitto	3.83	56.52
Irlanda	3.83	56.49
Turchia	3.78	55.75

PROVENIENZA	VALORE PERMANENZA MEDIA	NUMERO INDICE
Canada	3.71	54.79
Bulgaria	3.62	53.40
Francia	3.56	52.47
Paesi Bassi	3.53	52.07
Venezuela	3.43	50.51
Islanda	3.42	50.42
Svezia	3.41	50.28
India	3.38	49.83
Croazia	3.33	49.14
Norvegia	3.14	46.29
Cipro	3.11	45.88
Spagna	3.00	44.21
Australia	2.98	43.95
Stati Uniti d'America	2.90	42.76
Brasile	2.70	39.78
Giappone	2.64	38.92
Sud Africa	2.63	38.72
Malta	2.51	37.00
Argentina	2.51	36.99
Israele	2.34	34.49
Nuova Zelanda	2.17	32.06
Cina	2.14	31.56
Messico	2.12	31.24
Corea del Sud	1.99	29.31
Grecia	1.69	24.98

INDICATORE DELLA QUOTA DI MERCATO

La quota di mercato è la percentuale di arrivi da un determinato paese rispetto al totale degli arrivi internazionali. Questo indicatore mostra l'importanza relativa di ciascun paese di origine nel contesto del turismo internazionale verso la Calabria. Un'alta quota di mercato indica una forte presenza turistica da quel paese

Media periodo 2022–2024, valori assoluti, numero indice
(base 100=valore max)

Fonte dati: Elaborazione dati ISTAT

PROVENIENZA	QUOTA DI MERCATO	NUMERO INDICE
Germania	26,20	100,00
Svizzera (incluso Liechtenstein)	7,07	26,97
Stati Uniti d'America	6,80	25,94
Polonia	5,74	21,92
Francia	5,55	21,19
Regno Unito	5,48	20,92
Repubblica Ceca	5,41	20,64
Austria	4,87	18,59
Canada	3,50	13,35
Paesi Bassi	2,49	9,52
Australia	2,49	9,51
Belgio	2,32	8,87
Argentina	2,13	8,14
Spagna	1,88	7,19
Brasile	1,68	6,42
Slovacchia	1,54	5,87
Romania	1,33	5,09
Grecia	1,13	4,31
Ucraina	1,13	4,29
Lituania	1,11	4,24
Malta	1,06	4,04
Finlandia	1,02	3,91
Danimarca	0,92	3,50
Svezia	0,73	2,77
Slovenia	0,63	2,41

PROVENIENZA	QUOTA DI MERCATO	NUMERO INDICE
Russia	0,58	2,19
Ungheria	0,54	2,05
Cina	0,48	1,82
Irlanda	0,43	1,65
Portogallo	0,38	1,45
Norvegia	0,34	1,31
Lussemburgo	0,31	1,18
Israele	0,28	1,08
Croazia	0,26	1,01
Turchia	0,26	1,00
Bulgaria	0,25	0,97
Messico	0,22	0,84
Giappone	0,17	0,65
Lettonia	0,16	0,61
Estonia	0,15	0,58
Nuova Zelanda	0,14	0,54
Moldavia	0,13	0,49
Egitto	0,13	0,48
Bielorussia	0,12	0,46
India	0,12	0,44
Venezuela	0,10	0,37
Corea del Sud	0,07	0,26
Cipro	0,06	0,23
Sud Africa	0,06	0,22
Islanda	0,05	0,18

INDICATORE DELLA SPESA TURISTICA PRO CAPITE

La spesa turistica pro capite rappresenta la spesa media per turista, calcolata come il totale delle spese turistiche diviso per il numero di arrivi. Un valore elevato indica che i turisti di quel paese tendono a spendere di più, il che può tradursi in maggiori entrate economiche per la destinazione

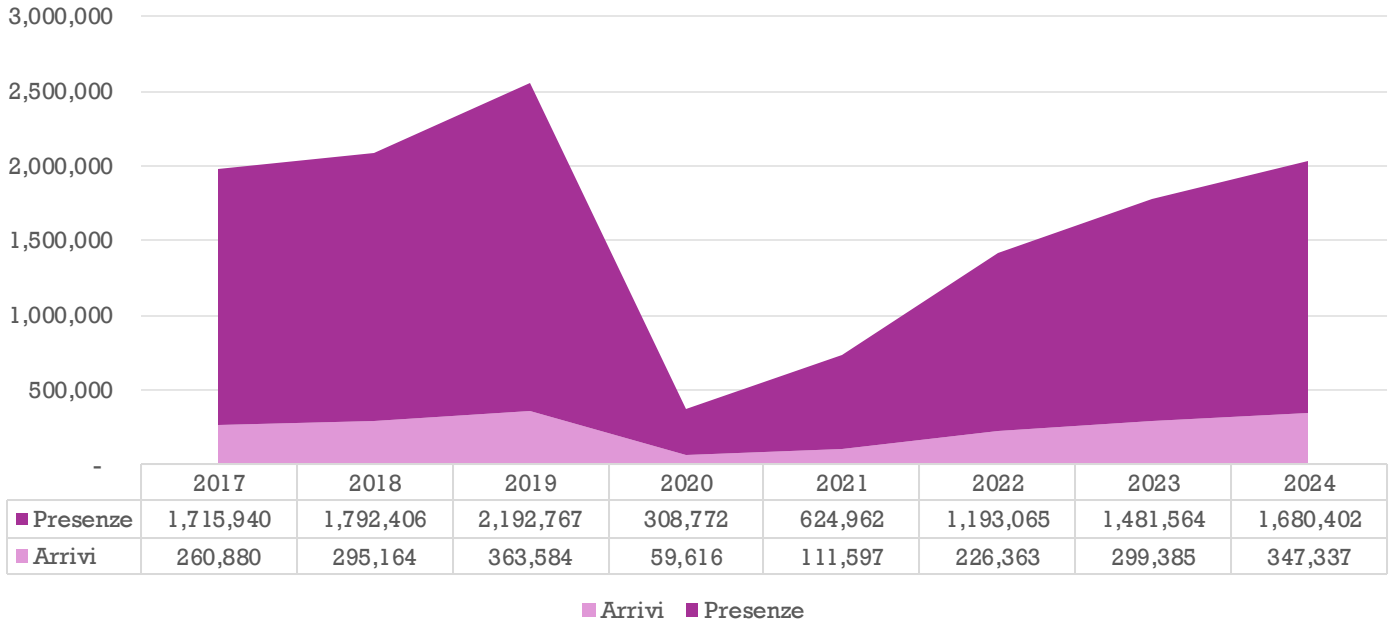
Media periodo 2022–2024, valori assoluti, numero indice
(base 100=valore max)

Fonte dati: Elaborazione dati BANCA D'ITALIA

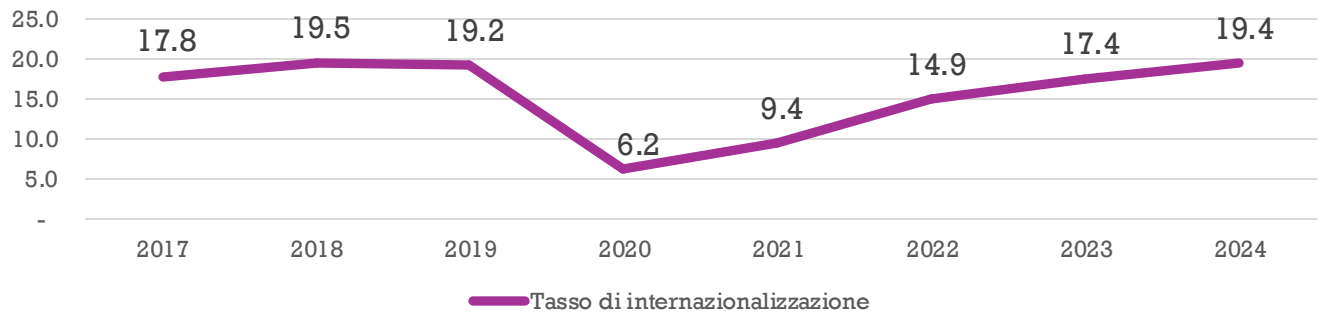
PROVENIENZA	SPESA PRO-CAPITE	NUMERO INDICE
Giappone	971,51	100
Cina Rep.pop.	912,89	93,97
Corea del Sud	910,60	93,73
Russia, Fed.	792,41	81,56
Stati uniti d'America	770,54	79,31
Sudafricana Rep.	758,40	78,06
Venezuela	735,97	75,76
Norvegia	719,50	74,06
Australia	702,47	72,31
India	702,34	72,29
Nuova Zelanda	665,20	68,47
Danimarca	655,99	67,52
Egitto	641,86	66,07
Canada	641,68	66,05
Turchia	639,60	65,84
Messico	630,80	64,93
Belgio	624,91	64,32
Brasile	620,57	63,88
Finlandia	603,47	62,12
Svezia	597,80	61,53
Paesi Bassi	584,61	60,18
Argentina	578,05	59,50
Regno Unito	572,16	58,89
Lussemburgo	565,12	58,17
Cipro	562,53	57,90

PROVENIENZA	SPESA PRO-CAPITE	NUMERO INDICE
Germania	560,34	57,68
Estonia	555,14	57,14
Israele	554,57	57,08
Irlanda	519,21	53,44
Islanda	490,51	50,49
Lettonia	481,12	49,52
Ucraina	450,45	46,37
Moldavia	439,82	45,27
Portogallo	423,15	43,56
Spagna	407,04	41,90
Bielorussia	400,12	41,19
Malta	397,94	40,96
Grecia	395,62	40,72
Ungheria	392,69	40,42
Bulgaria	385,67	39,70
Polonia	370,00	38,08
Ceca, Rep.	369,08	37,99
Romania	347,28	35,75
Francia	329,35	33,90
Lituania	316,99	32,63
Slovacca, Rep.	314,93	32,42
Austria	299,63	30,84
Svizzera (incluso Liechtenstein)	279,99	28,82
Croazia	143,92	14,81
Slovenia	58,55	6,03

TREND FLUSSI TURISTICI – MERCATO ESTERO



	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Presenze	1,715,940	1,792,406	2,192,767	308,772	624,962	1,193,065	1,481,564	1,680,402
Arrivi	260,880	295,164	363,584	59,616	111,597	226,363	299,385	347,337



Incoming al rialzo

Nel 2024 gli arrivi internazionali in Calabria sono aumentati del 16% e le presenze del 13,4% rispetto al 2023. Il tasso di internazionalizzazione si attesta al 19,4%, il secondo valore più alto dell'intera serie storica, segnalando un rafforzamento costante dell'attrattività della destinazione presso i mercati esteri.

E nel 2025?

Nei primi quattro mesi del 2025, la Calabria registra il miglior dato di presenze turistiche degli ultimi cinque anni, raggiungendo quota 464.240 dei pernottamenti (+10,1%) rispetto allo stesso periodo del 2024. Rialzo più che significativo anche per gli arrivi: oltre 224 mila turisti con una crescita pari al 10,4%.

A trainare il risultato prioritariamente la componente estera. In particolare, il turismo internazionale mostra una crescita rilevante: gli arrivi dei non residenti aumentano del 45,8% e le presenze del 50,1%, con una permanenza media stabile a 3,0 giorni. Il tasso di internazionalizzazione è pari al 16,9% (+4,09 punti percentuali), con una punta del 25,9% ad aprile. In altri termini, per ogni 100 turisti che hanno scelto di trascorrere una vacanza in una località calabrese, 17 provengono dal mercato estero.

Fonti dati: Osservatorio turistico Regione Calabria

FEEDBACK DEGLI OPERATORI

NOTA METODOLOGICA

Eventi analizzati
10 fiere di settore

Periodo di rilevazione
Ottobre – Dicembre 2024

Tecnica utilizzata
PAPI (Paper and Pen Interview)

Partecipanti
110 operatori turistici coinvolti

Fonte
Dipartimento Turismo

FEEDBACK DEGLI OPERATORI

ESITO QUESTIONARI SOMMINISTRATI AGLI OPERATORI – FIERE 2024

N. DOMANDA	DOMANDA	PUNTEGGIO TOTALE	NR RISPOSTE OTTENUTE	MEDIA GENERALE
1	**Qual è stato il livello di organizzazione dello spazio istituzionale Calabria Straordinaria?**	**955**	**109**	**8.8**
2	**I desk assegnati agli operatori sono stati collocati adeguatamente?**	**873**	**103**	**8.5**
3	**I desk assegnati agli operatori sono di spazio sufficiente?**	**832**	**103**	**8.1**
4	**Come valuta la pubblicità e il materiale promozionale realizzato dall'ente organizzatore?**	**908**	**107**	**8.5**
5	**Come valuta la qualità del servizio fornito dal personale a supporto?**	**967**	**110**	**8.8**
6	**La qualità dei Buyer e dei potenziali clienti è stata adeguata alla proposta?**	**847**	**109**	**7.8**
7	**Le opportunità di networking fornite sono state all'altezza delle sue aspettative?**	**864**	**108**	**8.0**
8	**Nel complesso, quanto è rimasto soddisfatto dell'evento?**	**918**	**110**	**8.3**
9	**Come valuta la promozione del territorio calabrese durante l'evento fieristico?**	**936**	**109**	**8.6**
	MEDIA	**8100**	**968**	**8.4**
10	**Quante informazioni che le erano necessarie ha ottenuto prima dell'evento?**			
10 a	Tutte le info			**68**
10 b	La maggior parte			**31**
10 c	Alcune			**10**
11	**Pensa di partecipare nuovamente il prossimo anno?**			
11 a	Si			**86**
11 b	No			**2**
11 c	Forse			**22**

PIANO FIERISTICO NAZIONALE 2025 - 2026

Il salone del Camper	13-21 Settembre, Parma (PR)-B2B & B2C
TTG – Travel Experience	08-10 Ottobre, Rimini (RN) - B2B
Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico	30 Ottobre – 02 Novembre, Paestum (SA) – B2B & B2C
ROOTS in	18–19 Novembre, Matera (MT)- B2B
Borsa Italiana Turismo Esperienziale	25-26 Novembre, Venezia (VE) - B2B

PIANO FIERISTICO NAZIONALE 2025 - 2026

Borsa Internazionale del Turismo	08-10 Febbraio, Milano (MI) – B2B & B2C
Borsa Mediterranea del Turismo	12-14 Marzo, Napoli (NA) – B2B
Fa' la cosa giusta !	26 Marzo, Milano (MI) – B2B
Fiera dei territori	4-6 Aprile, Bergamo (BG) – B2B
Fiera del cicloturismo	4-6 Aprile, Bologna (BO) – B2B & B2C

PIANO FIERISTICO INTERNAZIONALE 2025 - 2026

IFTM	23–25 Settembre, Parigi (FR)
Tour Salon	03–05 Ottobre, Poznan (PL)
TT Warsaw	10–12 Ottobre, Varsavia (PL)
Targul de Turism	01 Novembre, Bucarest (RO)
WTM	04-06 Novembre , Londra (UK)
Salon International Tourisme Voyages	07–09 Novembre, Montréal (CA)

PIANO FIERISTICO INTERNAZIONALE 2025 - 2026

Belgium Travel Expo	17-18 Novembre, Nivilles-Gent (BE)
IBTM	18–20 Novembre, Barcellona (SP)
ILTM	01–04 Dicembre, Cannes (FR)
VAKANTIEBEURS	08-11 Gennaio, Utrecht (NL)
Ferien-Messe Wien	15–18 Gennaio, Vienna (AU)

PIANO FIERISTICO INTERNAZIONALE 2025 - 2026

Matka Nordic Travel Fair	15-18 Gennaio, Helsinki (CES)
CMT	17-25 Gennaio, Stuttgart (DE)
FESPO	29 Gen -01 Feb, Zurigo (CH)
FITUR	21-25 Gennaio, Madrid (ES)

PIANO FIERISTICO INTERNAZIONALE 2025 - 2026

Travel New York (USA)	24-25 Gennaio, New York (USA)
F.re.e	18-22 Febbraio, Monaco (DE)
ITB	03-05 Marzo, Berlino (DE)
Holiday Word	14-16 Marzo, Praga (CZ)

IL SISTEMA DI GOVERNANCE DEL PIANO FIERISTICO

Le **Linee Guida** sono uno strumento pensato per **facilitare la partecipazione degli operatori** alle fiere ed eventi del settore, in Italia e all'estero, promossi dalla Regione Calabria.

Aiutano a **valorizzare il territorio** e a rendere operative le **azioni previste dal Piano Esecutivo Annuale**, in linea con la strategia turistica regionale.

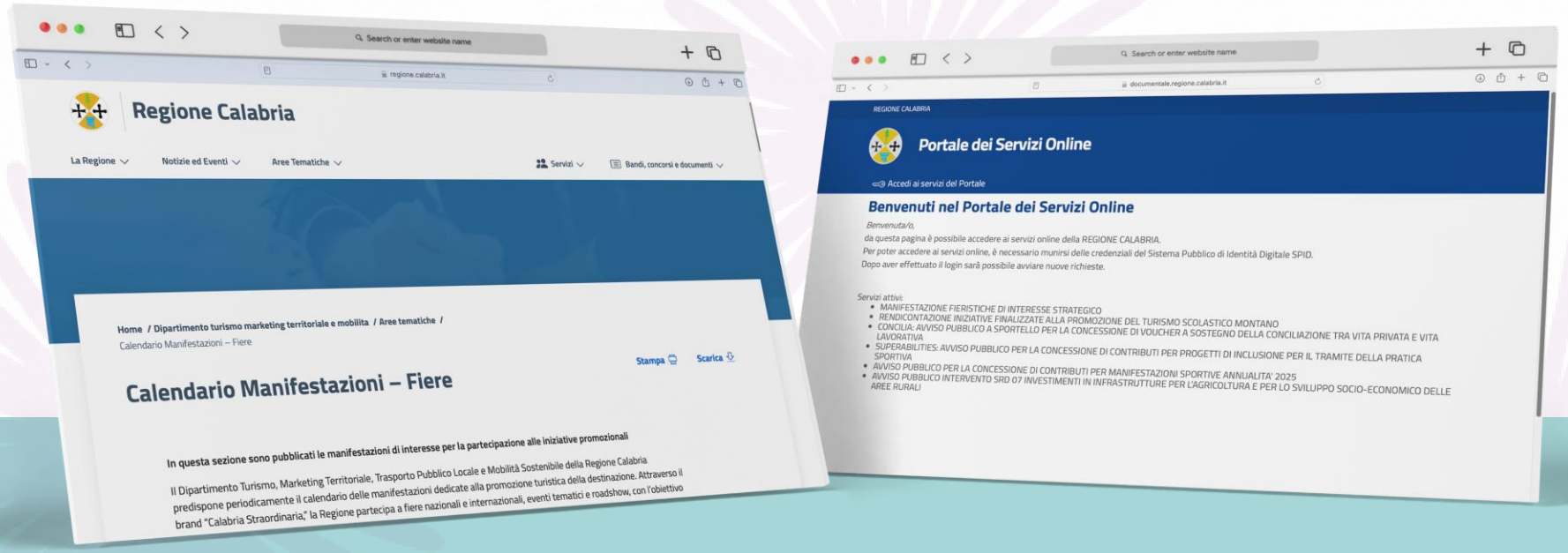
- **Soggetti ammessi**
- **Modalità di partecipazione**
- **Quota di partecipazione**
- **Istruttoria delle richieste**
- **Ammissione e assegnazione**

http://www.regione.calabria.it/wp-content/uploads/2024/06/linee-guida.pdf

IL SISTEMA DI GOVERNANCE: CALENDARIO E PIATTAFORMA

Calendario delle fiere

Piattaforma regionale



https://www.regione.calabria.it/dipartimento-turismo-marketing-territoriale-e-mobilita/aree-tematiche/calendario-manifestazioni-fiere/

https://documentale.regione.calabria.it/portale/

VANTAGGI E BENEFICI PER GLI OPERATORI DEL SETTORE

- ***Accesso ai mercati e opportunità di business***
- ***Aumento di visibilità e reputazione***
- ***Supporto logistico e promozionale***
- ***Allineamento con le strategie regionali***
- ***Bilanciamento dell'offerta turistica alla domanda***
- ***Acquisizione di dati e trend di mercato***

NUOVA NEWSLETTER

La nostra Newsletter è pensata proprio per Voi!
Uno strumento semplice e utile per:

- **Tenervi sempre aggiornati** su bandi, novità e opportunità che arrivano dalla Regione.
- **Condividere contenuti mirati**, pensati per rafforzare il legame con il nostro territorio.
- **Promuovere eventi, fiere e iniziative** che raccontano il meglio della Calabria turistica.
- **Invitarvi a partecipare** attivamente ai progetti regionali, perché il turismo lo costruiamo insieme.
- **Migliorare la comunicazione** con il Dipartimento, con informazioni chiare, pratiche e di valore.

FORM DI ISCRIZIONE
disponibile sul sito ufficiale del Dipartimento e nell'area operatori del sito **calabriastraordinaria.it**

Notizie dal Dipartimento

Agenda Istituzionale

Fiere e Progetti internazionali

Bandi e avvisi

Report e osservatori

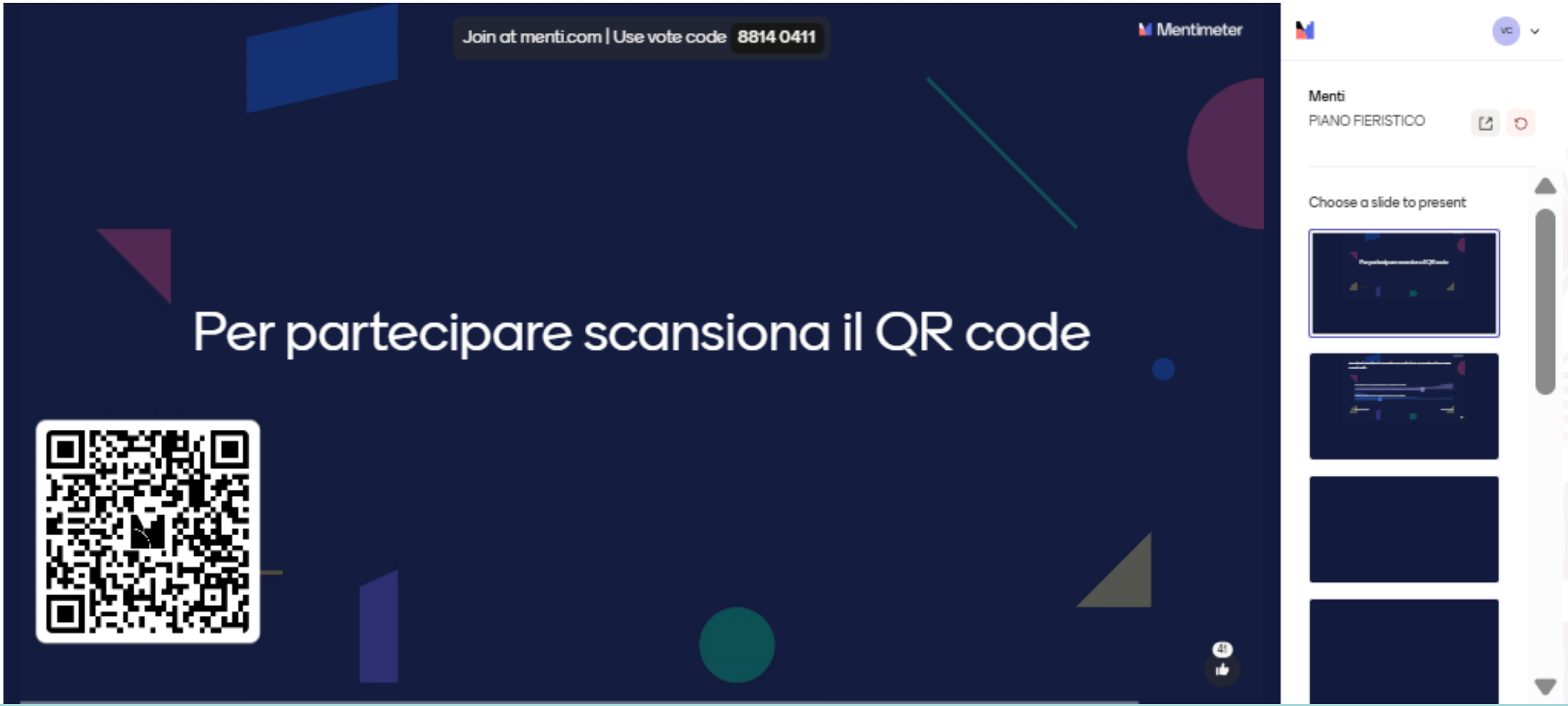
ISCRIVITI ALLA NOSTRA

NEWSLETTER

Resta aggiornato sulle novità del Dipartimento

SCANSIONA

CALABRIA
STRAORDINARIA


Join at menti.com | Use vote code 8814 0411
Mentimeter
Per partecipare scansiona il QR code
Menti
PIANO FIERISTICO
Choose a slide to present

CALABRIA
STRAORDINARIA

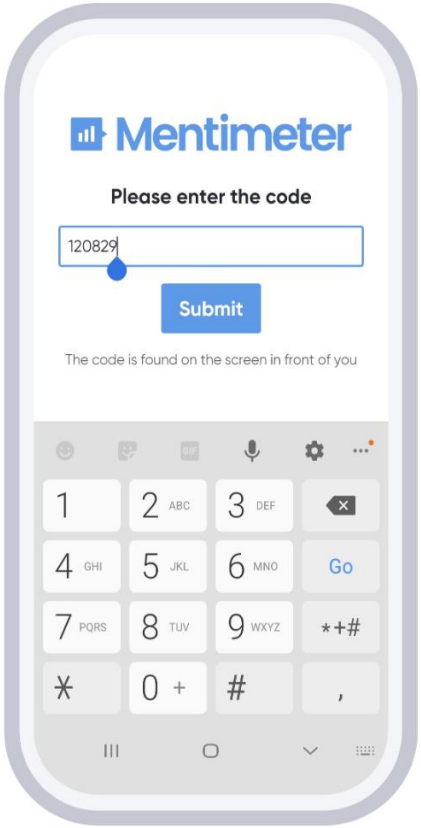
REGIONE CALABRIA

Dipartimento Turismo, Marketing Territoriale,
Trasporto Pubblico Locale e Mobilità Sostenibile

CITTADELLA REGIONALE
Località Germaneto Viale Europa 88100 Catanzaro, CZ Italia

dipartimento.turismob@regione.calabria.it

CONFRONTIAMOCI: SPAZIO Q&A



Domande, suggerimenti, proposte

“Il coinvolgimento degli operatori è essenziale, il Dipartimento è al vostro fianco”

CONFRONTIAMOCI: SPAZIO Q&A

1 Meno ma meglio, o tanto ma così così?

Se potessi scegliere tra queste due opzioni per le prossime fiere, quale preferiresti?

- Meno fiere, ma con più preparazione e qualità dei contatti
- Più fiere, anche con meno organizzazione ma più visibilità

2 Vuoi partecipare? Allora dicci cosa ti serve.

Cosa ti serve davvero per decidere di partecipare a una fiera con la Regione?

- Informazioni dettagliate e operative almeno 30 giorni prima
- Sapere chi ci sarà (buyer, altri operatori, ecc.)
- Un supporto economico o logistico ben definito

3 Il materiale che ti rappresenta: utile o inutile?

Come dovrebbe cambiare il materiale promozionale per essere davvero utile al tuo lavoro?

- Deve essere co-progettato con chi lavora sul campo
- Serve un catalogo prodotti/territori semplice e traducibile
- Non mi serve: il contatto diretto è quello che conta

4 Incontri in fiera: meglio pochi ma buoni o liberi tutti?

Che tipo di incontri dovremmo garantirti in fiera?

- Buyer preselezionati e coerenti con il mio target
- Spazi liberi per costruire relazioni con altri operatori
- Occasioni pubbliche (es. conferenze, talk, show-cooking)

CONFRONTIAMOCI: SPAZIO Q&A

5 Vuoi contare nelle scelte? Adesso puoi.

Se dovessimo coinvolgerti nella scelta delle prossime fiere, come preferiresti partecipare?

- Votando tra proposte già selezionate dalla Regione
- Proponendo io stesso eventi o mercati interessanti
- Non ho interesse a decidere, basta che funzioni

6 Una Fiera Tutta calabrese: idee ed opportunità.

Pensi che promuovere una fiera nazionale esclusiva in Calabria possa far crescere il sistema turistico?

- Sì, aiuterebbe la mia azienda a crescere
- Sì, potrebbe aiutare alla promozione del territorio
- No, non credo porterebbe reali benefici alla mia attività.
- No, rappresenta solo uno spreco di risorse

7 Destinazione Fiera: scegli i tuoi appuntamenti nazionali !

Tra le Fiere nazionali del Piano Fieristico 2025, a quali saresti più interessato?

- Domanda a risposta multipla (presenti nel sondaggio su Mentimeter le 10 fiere nazionali del Piano)

8 Destinazione Fiera: scegli i tuoi appuntamenti internazionali!

Tra le Fiere internazionali nazionali del Piano Fieristico 2025, a quali saresti più interessato?

- Domanda a risposta multipla (presenti nel sondaggio su Mentimeter le 18 fiere internazionali del Piano)

9 C’è una fiera, non ricompresa nel Piano Fieristico 2025, che secondo te meriterebbe di essere inclusa? Segnalacela!

- Domanda a risposta aperta