

Tavolo di Lavoro «Verso Sud» con il Presidente della Regione Calabria

Lunedì 5 ottobre 2026, Museo Archeologico di Reggio Calabria (Piazza De Nava, 26) e videoconferenza

Focus

L'impatto delle politiche e degli investimenti in *Destination Marketing* sull'attrattività e competitività territoriale: il caso Calabria

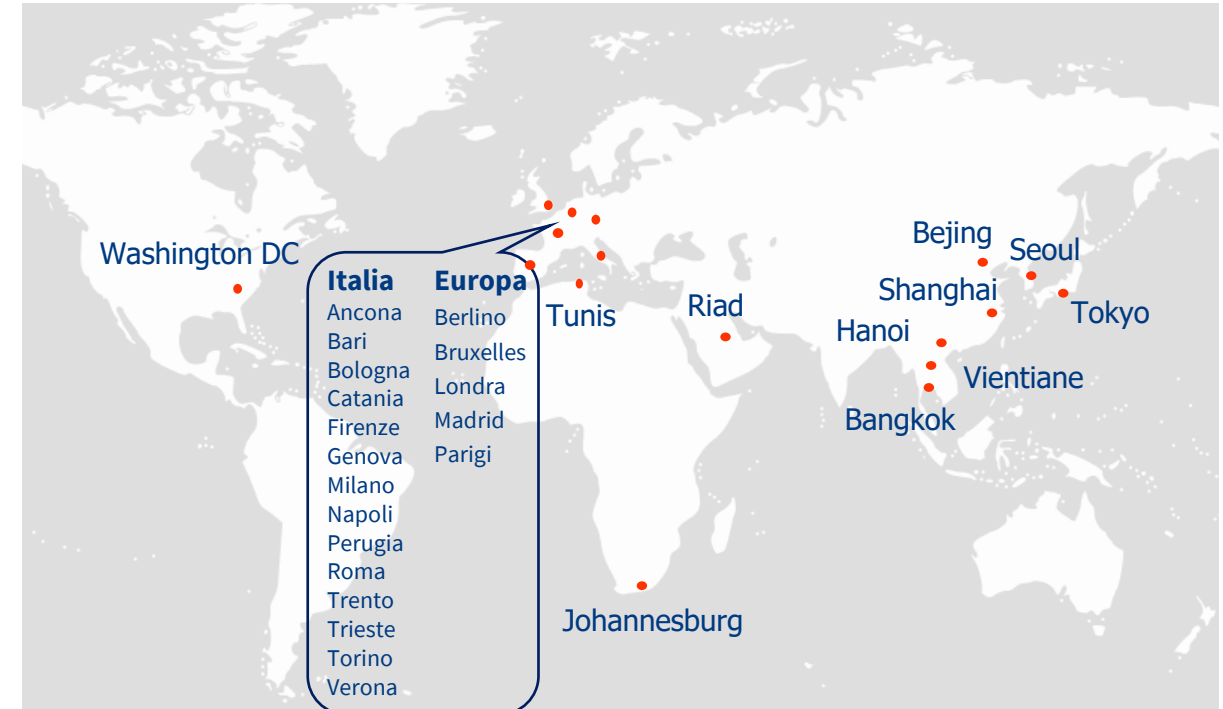
Valerio De Molli *(Managing Partner & CEO, The European House – Ambrosetti e TEHA Group)*



- **Premessa: l'iniziativa «Verso Sud» in sintesi**
- Alcune considerazioni sullo scenario socio-economico della Calabria
- Focus turismo: andamento del comparto e impatti stimati

TEHA Group è una società di consulenza italiana con una presenza e visione globale

- The European House - Ambrosetti e TEHA Group hanno sede a Milano, Italia. Sono attive in **4 continenti** con uffici e partner strategici in **16 Paesi**
- TEHA Group comprende tutte le **attività operative del Gruppo**, comprese le società partecipate (Ambrosetti Group Limited e le controllate, TEHA Middle East, TEHA Africa, TEHA China, Baishi, Ambrosetti Consultores, Cefriel, GDS Communication, Oltre Consulting, HBR Italia e CyBrain)
- Riconosciuta come **Top Employer 2026** in Italia per il **sesto anno consecutivo**
- Riconosciuta come **1° Think Tank in Italia** e **4° in Europa** dal 2013, secondo il “Global Go To Think Tanks Report”, un’indagine condotta dall’Università della Pennsylvania
- Celebrata con un francobollo ufficiale della Repubblica Italiana nella categoria “**Le Eccellenze del sapere della nazione**” in occasione del 50° Forum di Cernobbio



- Citata come esempio di **eccellenza nel Trattato del Quirinale** (Italia e Francia) e **dal Segretario Generale dell'ASEAN**
- **Partner** della Presidenza italiana e indonesiana del **G20** e della Presidenza italiana del **G7** per l'elaborazione di diversi documenti strategici

I nostri numeri, i nostri successi

**Oltre
900 Eventi**

Realizzati nel 2024,
di cui l'11% in digitale,
l'8% in fisico e l'81%
phygital

1
**Piattaforma proprietaria
phygital**

Know-how e tecnologia
proprietaria per
realizzare workshop,
seminari, eventi digitali
complessi

**3.500
Esperti**

Nazionali ed
internazionali coinvolti
nelle nostre diverse
piattaforme

**48.000
Imprenditori e
manager**

Nazionali ed
internazionali che hanno
partecipato ai nostri
eventi e incontri in Italia
e nel mondo

**Oltre
500
Studi e Scenari**

Sviluppati per Istituzioni
e aziende nazionali ed
internazionali

**1°
Think Tank**

Privato italiano, 4°
nell'Unione Europea,
tra i più rispettati e
indipendenti – dal 2013 –
su 11.175 a livello globale
(*)

**52
Anni**

del Forum di Cernobbio
nel 2026

**16
Paesi**

Italia, Francia, Belgio,
Spagna, Germania,
Regno Unito, Stati Uniti,
Sud Africa, Turchia,
Arabia Saudita,
Giappone, Cina, Corea
del Sud, Thailandia,
Vietnam, Laos

**TOP
EMPLOYER
2026**

Per il sesto anno
consecutivo, siamo stati
riconosciuti Top Employer.
Una delle 144 realtà
nominate nel 2025 in Italia,
sulla base dell'analisi
specificata di 6 aree di policy
HR e di oltre 400 best
practice monitorate

**337 Persone
di cui 55%
Donne**

Accomunate dalla
stessa passione e
voglia di fare

Il 46% dei ruoli di
vertice sono
ricoperti da donne

**15+
anni di
innovazione**

Da oltre 15 anni attore
chiave dell'ecosistema
italiano dell'innovazione
e leader di scenari Tech
e Open Innovation

**30+
anni di
sostenibilità**

L'esperienza del
nostro team di
sostenibilità in
progetti e soluzioni
su misura per
accelerare la
transizione delle
imprese verso un
futuro sostenibile

**20+
Community**

Tematiche o territoriali:
Meridiano Sanità, Cashless
Society, Valore Acqua, Retail
5.0, Life Sciences, Innotech,
Smart Building, Zero Carbon,
Food, Rigenerazione Urbana,
Longevity+, Valore Cultura,
Data Center e numerose
Community territoriali in Italia
e all'estero

**8
Think Tank
e Summit
Internazionali**

Riconosciuti come una best-
practice internazionale da
parte dell'ASEAN
Community. Menzionati
come caso d'eccellenza nel
Trattato del Quirinale - co-
firmato dal Presidente del
Consiglio dei Ministri
italiano e dal Presidente
della Repubblica Francese -
per la cooperazione
bilaterale rafforzata

**100
Famiglie**

Imprenditoriali
assistite, tramite
consulenza nei
Patti di Famiglia
e Sistemi di
Governance.
30% di quota di
mercato tra le
aziende dei
Cavalieri del
Lavoro

(*) Nell'ultima edizione del Global Go To Think Tanks Report della University of Pennsylvania

Nel 2022 TEHA ha fondato l'iniziativa «Verso Sud», la cui ambizione è quanto mai attuale



La strategia europea per una nuova stagione geopolitica, economica e socio-culturale del Mediterraneo

Piattaforma pubblico privata nazionale e internazionale

che unisce, in un unico Think Tank, le migliori imprese e Istituzioni e rappresentanti dell'accademia e della ricerca, per costruire, valorizzare e comunicare **un nuovo Sud**,
come **piattaforma mediterranea strategica** per l'Italia e l'Europa



Abbiamo **cambiato il paradigma di sviluppo strategico del Sud**: non una macro-area in conflitto con il Nord e «fanalino di coda» d'Europa, ma baricentro delle strategie di crescita, competitività e di cooperazione del Mediterraneo
(*da periferia, a centro*)

I risultati della 5ª edizione del Forum «Verso Sud»

12 Paesi rappresentati (Italia, Algeria, Macedonia, Francia, Albania, Regno Unito, Libano, Egitto, Giordania, Marocco, Stati Uniti d'America, Arabia Saudita)

2° posto per il Sud Italia tra i 45 Paesi mappati (+ 1 posizione vs. 2025) nel *Mediterranean Sustainable Development Index* (MSDI) di TEHA

5ª edizione, con **>300** partecipanti tra imprenditori, manager e investitori (in fisico e in digitale)

11 sessioni tematiche e **43 relatori** di cui **8 internazionali**

I messaggi chiave del Libro Bianco

Proposte in **4** ambiti di sviluppo per il Sud Italia
€373 mld di investimenti aggiuntivi dal 2021 al 2030 con ricadute occupazionali superiori a **1,4 milioni**
Crescita del PIL nel Sud (**+0,7%**) x6 volte Nord-est (2024 vs. 2023)
Crescita degli occupati nel Sud (**+2,2%**) x2 volte Nord-est e +30% rispetto al Nord-ovest (2024 vs. 2023)
Crescita degli investimenti nel Sud (**+13,4%**) x2 volte Nord-ovest (2023 vs. 2022)

Patrocinio della Presidenza del Consiglio dei Ministri

3 tavoli del Roadshow territoriale nel Sud Italia (in Campania, Puglia e Sicilia)

La visione per il Sud Italia:

«Essere **cerniera** tra Europa e Mediterraneo Allargato, contribuendo costantemente a disegnare, interpretare e realizzare il piano di un'Europa protagonista e **Partner credibile** dei grandi cambiamenti geopolitici, economici e sociali che influenzano la costruzione di una **società mediterranea** vasta più **forte, giusta e coesa**»

4ª Anteprima con i Giovani di Sorrento

2° release dell'**Osservatorio Piano Mattei** (>10 mld di investimenti in corso o pianificati dal Governo italiano) e dell'**Osservatorio ZES Unica** (**1.250 AU** nella ZES con un impatto economico di **55,1 mld**)

Grazie ai **Partner** (Gruppo FS, Coldiretti, Edison, MSC e MBDA (Gruppo Leonardo)) e agli **Ambassador** (GCERTI, Graded, TeaTek)

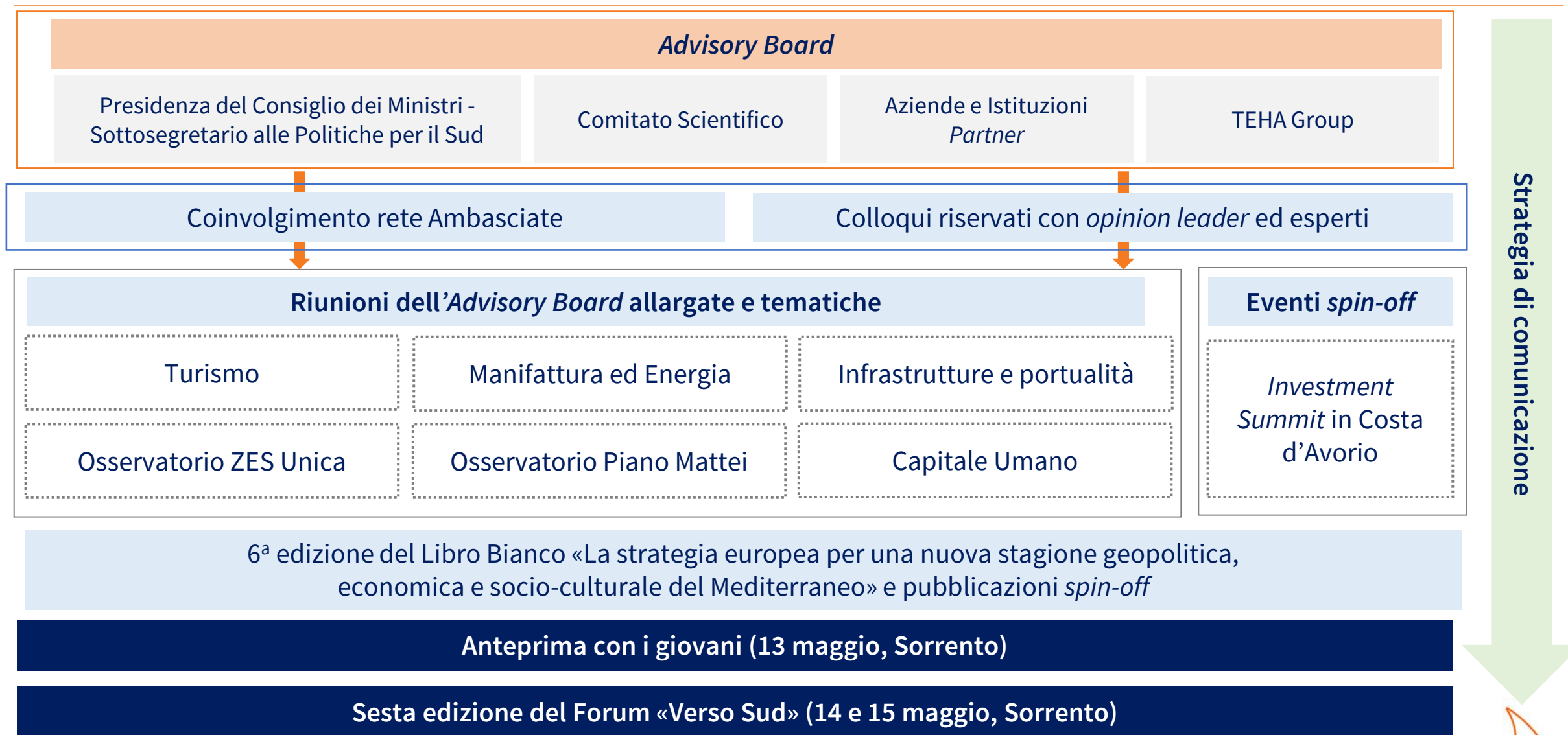
10 Istituzioni euro-mediterranee rappresentate

9 Esponenti del Governo italiano
3 Presidenti di Regione del Sud Italia

Il **1° Investment Summit** si svolgerà in **Costa d'Avorio il 15 ottobre** in collaborazione con la Struttura di Missione del Piano Mattei



La metodologia del percorso 2026-2027



I lineamenti della sesta edizione del Forum internazionale «Verso Sud»

- **Data: 14 e 15 maggio 2027**
 - Anteprima con i giovani di Sorrento il 13 maggio
- **Partecipanti:** in presenza circa **200 business Leader e Vertici delle rappresentanze e delle Istituzioni** di riferimento a livello locale, nazionale e internazionale (e altrettanti in digitale)
- **Sede:** Sorrento (**Grand Hotel Excelsior Vittoria**)



Obiettivo dell'incontro di oggi

Condividere alcune delle principali evidenze emerse dall'aggiornamento del contesto socio economico calabrese, con particolare riferimento al ruolo del **turismo e degli investimenti in *Destination Marketing* quale leva di sviluppo e attrattività del territorio,** e raccogliere proposte e suggerimenti dai **rappresentanti di imprese e associazioni**

Agenda

- Premessa: l'iniziativa «Verso Sud» in sintesi
- **Alcune considerazioni sullo scenario socio-economico della Calabria**
- Focus turismo: andamento del comparto e impatti stimati

Nonostante la presenza di criticità strutturali storiche che connotano lo sviluppo territoriale, in Calabria emergono **segnali incoraggianti** dall'andamento di diverse variabili di sviluppo e dal percorso di valorizzazione di alcune delle **risorse distintive del territorio**, a beneficio dell'attrattività complessiva della Regione

Premessa: la Calabria registra una crescita positiva nelle principali variabili di sviluppo

- **Economia** dati del 2024* (variazione vs 2019)
 - Valore Aggiunto: **€31,6 mld** (+3,8%; Italia: +6,6%; Sud: +8,5%)
 - ❖ Agricoltura: **€1,4 mld** (-0,2%; Italia: -5,0%; Sud: -0,9%)
 - ❖ Industria: **€2,2 mld** (+2,4%; Italia: +0,0%; Sud: +4,5%)
 - ❖ Costruzioni: **€2,1 mld** (+53,7%; Italia: +50,3%; Sud: +62,9%)
 - ❖ Servizi: **€25,9 mld** (+1,5%; Italia: +6,1%; Sud: +6,1%)
- **Lavoro** dati del 2025 (variazione vs 2020**)
 - Tasso di occupazione (15-64): **46,4%** (+5,6 p.p.; Italia: +5,1 p.p.; Sud: +6,2 p.p.)
 - ❖ di cui femminile: **34,9%** (+6,1 p.p.; Italia: +5,3 p.p.; Sud: +6,0 p.p.)
 - ❖ di cui giovanile (15-34): **30,3%** (+3,6 p.p.; Italia: +4,5 p.p.; Sud: +5,1 p.p.)
- **Demografia** dati del 2025 (variazione vs 2020)
 - Popolazione: **1,8 mln** (-0,6%; Italia: -1,2%; Sud: -2,3%)
 - Tasso di natalità per mille residenti: **6,5** (-13,0%; Italia: -11,8%; Sud: -12,5%)
 - Età media popolazione: **46,2 anni** (+2,9%; Italia: +2,6%; Sud: +3,4%)



Dal Libro Bianco «Verso Sud» di TEHA emergono €44 mld e 168mila nuovi occupati attivati tra il 2021 e il 2030 dagli investimenti nel territorio

~44 mld di Euro
investimenti con
orizzonte al 2030*

~168mila
occupati attivati con
orizzonte al 2030**

(*) Il valore complessivo include sia gli investimenti mappati dal Gruppo di Lavoro TEHA a partire da fonti pubbliche e dirette, sia quelli relativi alla Zona Economica Speciale (ZES) Unica.

(**) In alcuni casi i valori occupazionali sono in via di definizione e/o non sono resi pubblici. Il Gruppo di Lavoro TEHA ha condotto delle stime, a titolo esemplificativo, utilizzando le mediane di occupazione dei settori considerati a fronte di determinati valori e/o tipologie/ambiti degli investimenti. Laddove gli impatti occupazionali siano disponibili solo complessivamente su più di una Regione si è proceduto a effettuare delle stime, sempre a titolo esemplificativo, di suddivisione regionale.

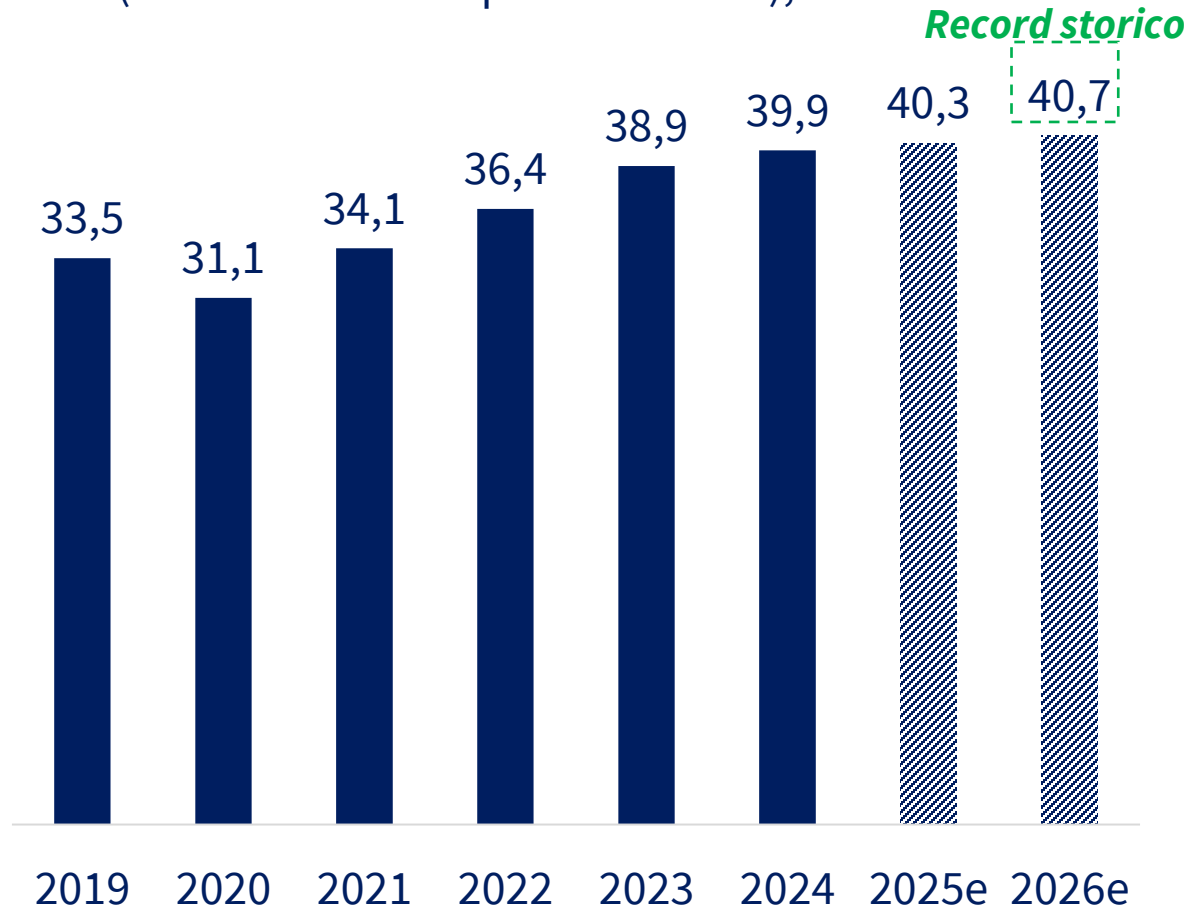
Per maggiori approfondimenti

[Forum Verso Sud 2026 | The European House - Ambrosetti](#)

La Regione sta riducendo gradualmente la distanza dalla media nazionale in alcune delle principali variabili socio-economiche

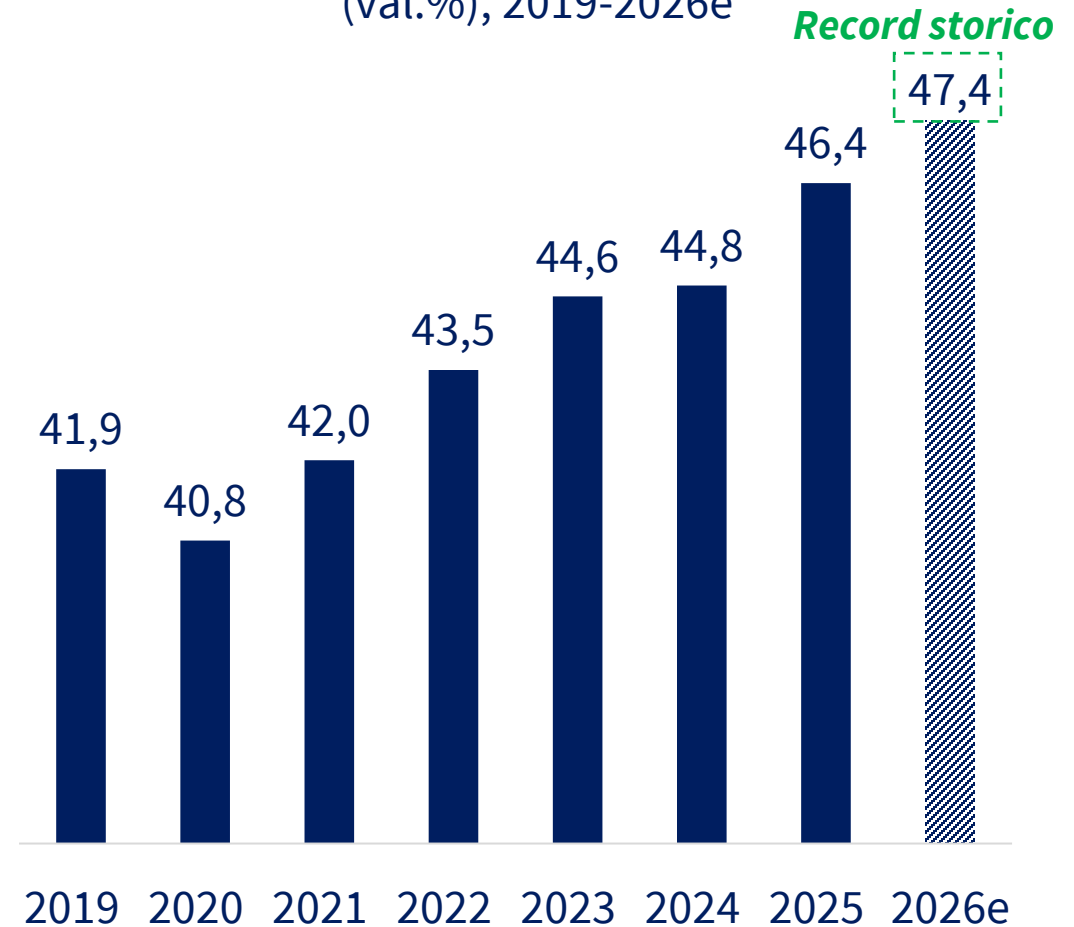
PIL in Calabria

(miliardi di Euro a prezzi correnti), 2019-2026e



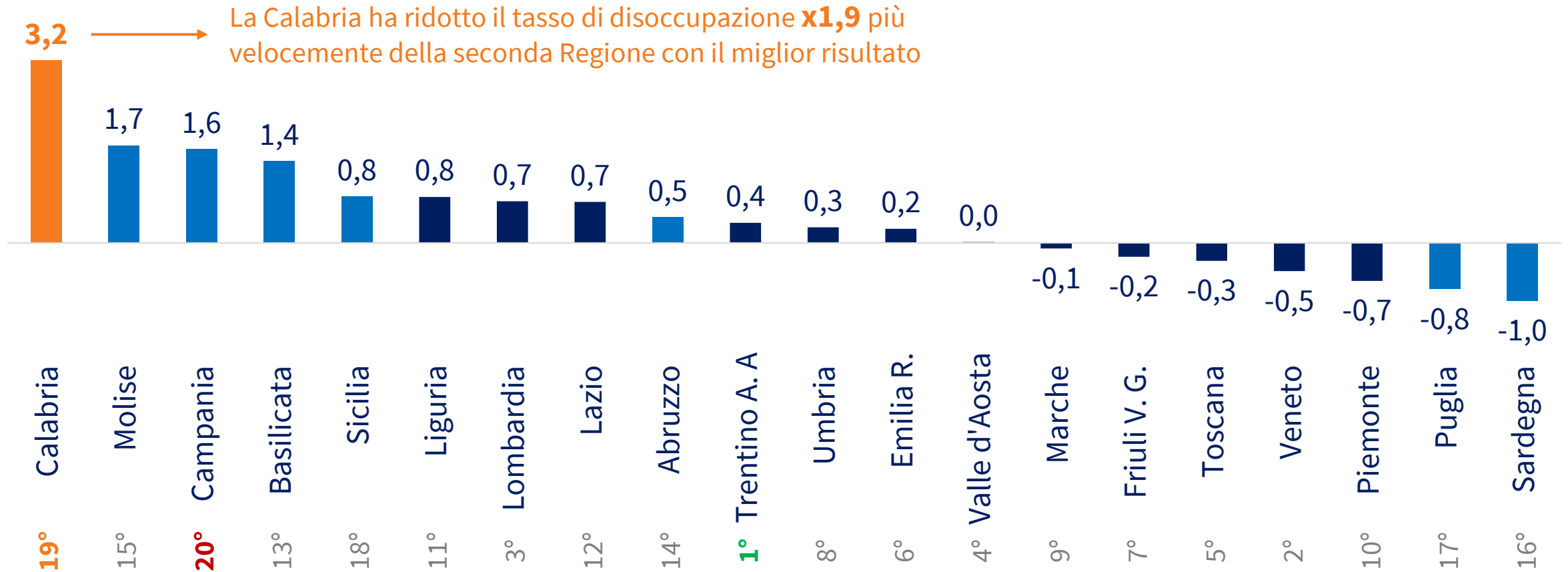
Tasso di occupazione in Calabria

(val.%), 2019-2026e



In particolare, nell'ultimo quinquennio, la Calabria si posiziona 1^a in Italia per velocità di riduzione del tasso di disoccupazione

Riduzione del tasso di disoccupazione (punti percentuali), 2019-2024

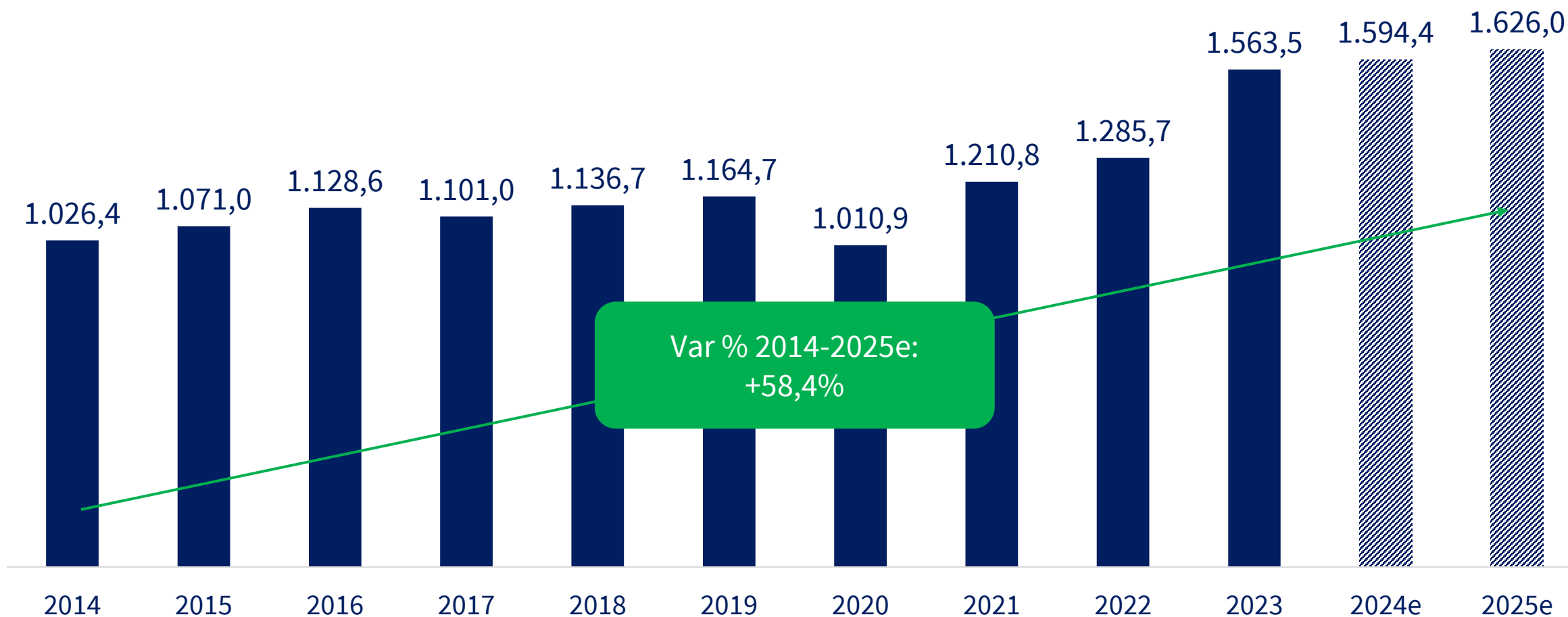


Posizionamento nazionale in Valore Assoluto (2024)

Legenda: in **azzurro** le altre
Regioni del Sud Italia

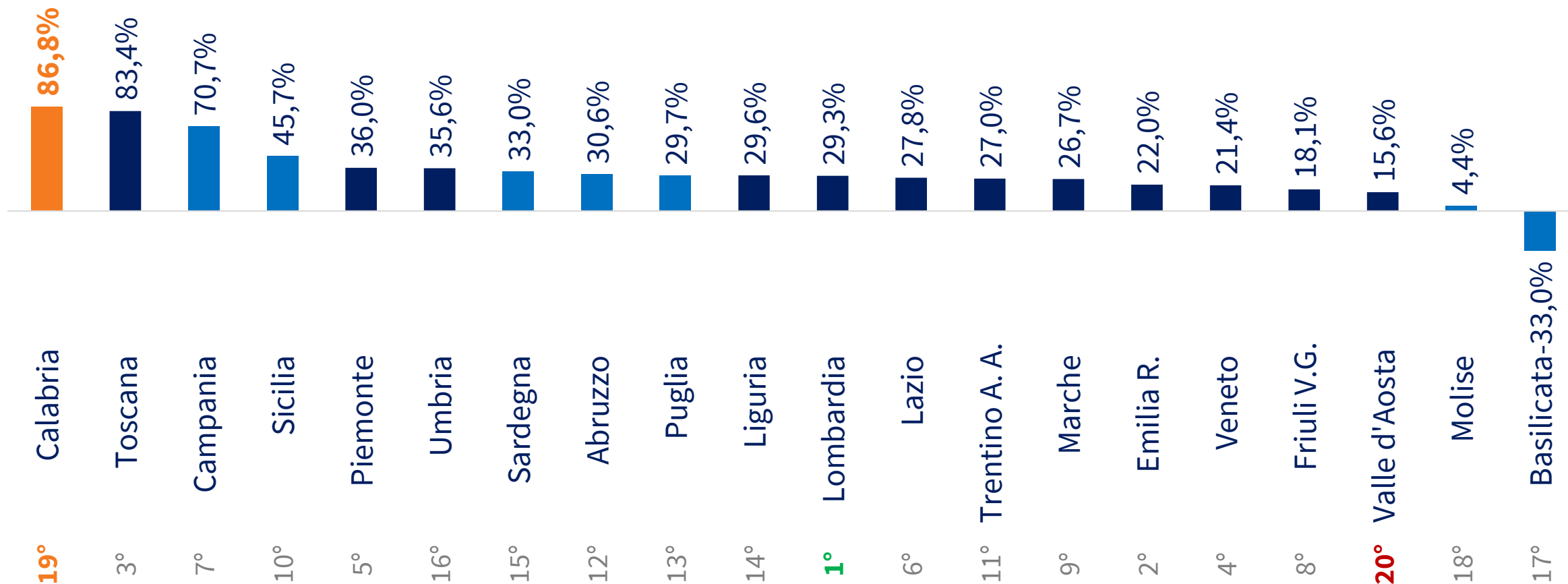
Tra i risultati più rilevanti si registra un nuovo record nel Valore Aggiunto manifatturiero

Valore Aggiunto dell'industria manifatturiera in Calabria
(Euro), 2014-2025e



Cresce inoltre sia l'export, variabile nella quale la Calabria si posiziona 1^a in Italia per variazione positiva...

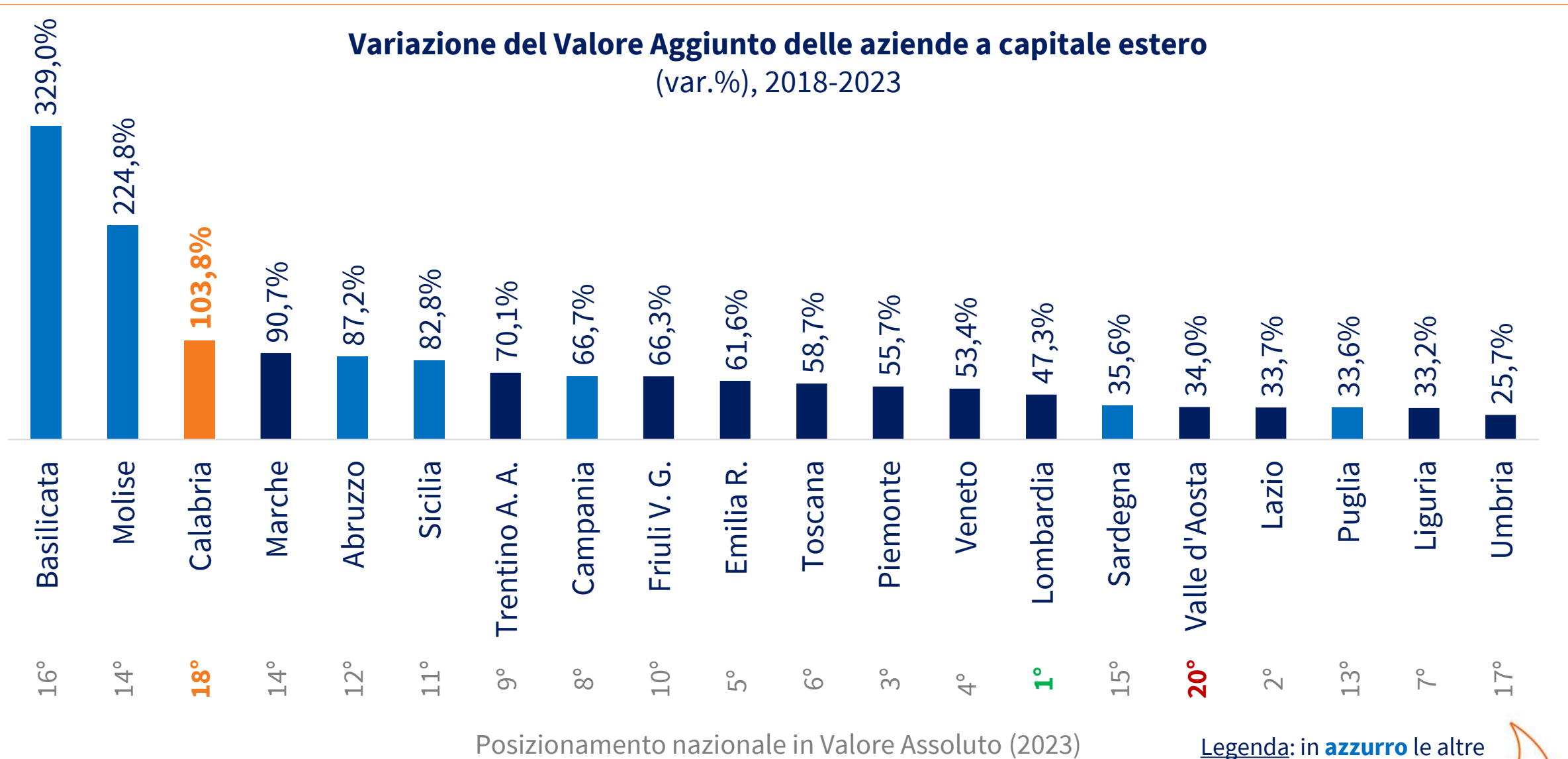
Variazione dell'export
(var.%), I sem 2021-I sem 2026



Posizionamento nazionale in Valore Assoluto (I sem 2026)

Legenda: in **azzurro** le altre
Regioni del Sud Italia

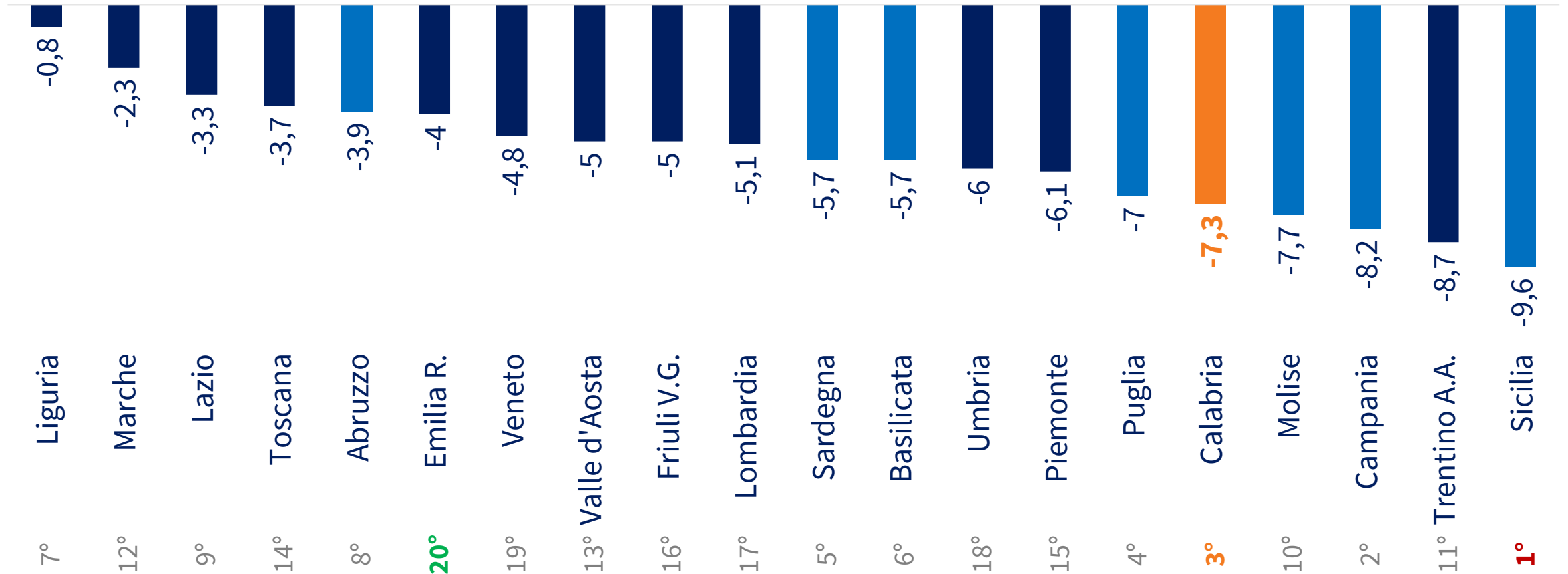
... sia il Valore Aggiunto delle aziende a capitale estero



Legenda: in **azzurro** le altre
Regioni del Sud Italia

Si riduce anche il numero di giovani che non studiano, non si formano e non lavorano...

Variazione del tasso di incidenza dei NEET sulla popolazione 15-29
(punti percentuali), 2022-2025



Posizionamento nazionale in Valore Assoluto (2025)

Legenda: in **azzurro** le altre
Regioni del Sud Italia

... con una buona performance del sistema accademico territoriale: il caso di Unical, al 1° posto in Italia in *Computer Science & Engineering*

Global Ranking of Academic Subjects 2026, ShanghaiRanking

Disciplina	Ranking nazionale	Ranking internazionale
Computer Science & Engineering		101-150
Water Resources	7°	201-300
Ingegneria delle Telecomunicazioni	8°	201-300
Ingegneria Meccanica	13°	201-300
Fisica	17°	301-400

- Il risultato conseguito dall'Università della Calabria in **Computer Science & Engineering** evidenzia un **significativo avanzamento rispetto al 2025**, quando l'Ateneo si collocava nella fascia 201–300 a livello mondiale
- Il miglioramento è stato sostenuto in particolare dalla forte crescita dell'indicatore relativo al **corpo docente**, il cui punteggio è passato da **18,4** nel 2025 a **44,9** nel 2026
- Il riconoscimento ottenuto in *Computer Science & Engineering* si inserisce in un **più ampio percorso di crescita** e consolidamento dell'Ateneo, testimoniato dalla presenza di **5 discipline tra le prime 400 a livello mondiale** e **tra le prime 20 a livello nazionale**
- In generale, UNICAL si conferma tra le **migliori Università statali del Paese**, classificandosi al **1°** posto tra i **grandi Atenei italiani** nella classifica Censis 2026/2027 per il terzo anno di fila

Agenda

- Premessa: l'iniziativa «Verso Sud» in sintesi
- Alcune considerazioni sullo scenario socio-economico della Calabria
- **Focus turismo: andamento del comparto e impatti stimati**

Nel PRSTS 2023-2025 della Regione Calabria il *Destination Marketing* è individuato come principale leva per l'attrattività turistica

Il **Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile** (PRSTS) definisce la visione e gli obiettivi su un orizzonte temporale di tre anni, mentre i **Piani esecutivi annuali** (PEA) si incaricano di tradurre gli indirizzi strategici in azioni operative, procedure amministrative e risorse finanziarie

Il *Destination Marketing* è

l'insieme delle strategie volte a promuovere una destinazione turistica e attrarre visitatori, puntando in primis sullo sviluppo della capacità infrastrutturale

La Regione Calabria destina il **60,6%** del totale delle risorse del PRSTS 2023-2025 al *Destination Marketing*, individuato come **leva centrale per il rafforzamento dell'attrattività del territorio**

Obiettivo: intercettare i viaggiatori nazionali e internazionali che utilizzano il vettore aereo e **incrementare di almeno il 10%** il traffico passeggeri negli scali regionali nell'arco di vita del progetto

Strumenti: una dotazione di **€47 milioni, 178 campagne di marketing e 4 lotti geografici*** lungo la durata del progetto

(*) Le risorse stanziare sono suddivise in «lotti geografici», in modo tale da prevedere campagne di marketing ad hoc sulla base dell'area di provenienza. In particolare, le risorse sono ripartite come segue: €20,0 mln destinati al mercato interno, €11,5 mln per l'Europa centrale, €10,5 mln per l'Europa occidentale, €5,0 mln per l'Europa orientale.

Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Regione Calabria, 2026

Il *Destination Marketing* non è una distintività della Calabria ma fa parte delle strategie di rilancio del turismo di molte Regioni italiane ed europee

Alcuni esempi

Friuli-Venezia Giulia: accordi commerciali per attivare nuovi collegamenti e azioni congiunte con PromoTurismoFVG per promuovere la destinazione nei mercati turistici target

Slovenia: contributi diretti ai vettori per ridurre i costi di avviamento e favorire l'apertura di nuovi collegamenti strategici

Marche: bandi rivolti alle compagnie aeree per sostenere nuove rotte e rafforzare la connettività dell'aeroporto di Ancona

Umbria: contributi per sviluppare il traffico aeroportuale, attrarre nuovi collegamenti e realizzare attività di co-marketing con le compagnie aeree

Abruzzo: investimenti in campagne di promozione della destinazione sui mercati collegati, sviluppate anche attraverso i canali delle compagnie aeree

Puglia: accordi di promozione (principalmente con i vettori low-cost) per stimolare i flussi turistici internazionali con orizzonte di 10-15 anni

Sicilia: incentivi regionali, veicolati attraverso il gestore aeroportuale, per l'attivazione e il consolidamento di nuove rotte nazionali e internazionali e per favorire il «rientro»

Piemonte: accordi tra Regione e gestori aeroportuali per sviluppare nuovi collegamenti, destagionalizzare le rotte e promuovere l'*incoming*

Spagna: strumenti diversificati, tra accordi di *marketing* turistico e fondi per creare nuove rotte, finalizzati ad ampliare la connettività e attrarre flussi internazionali

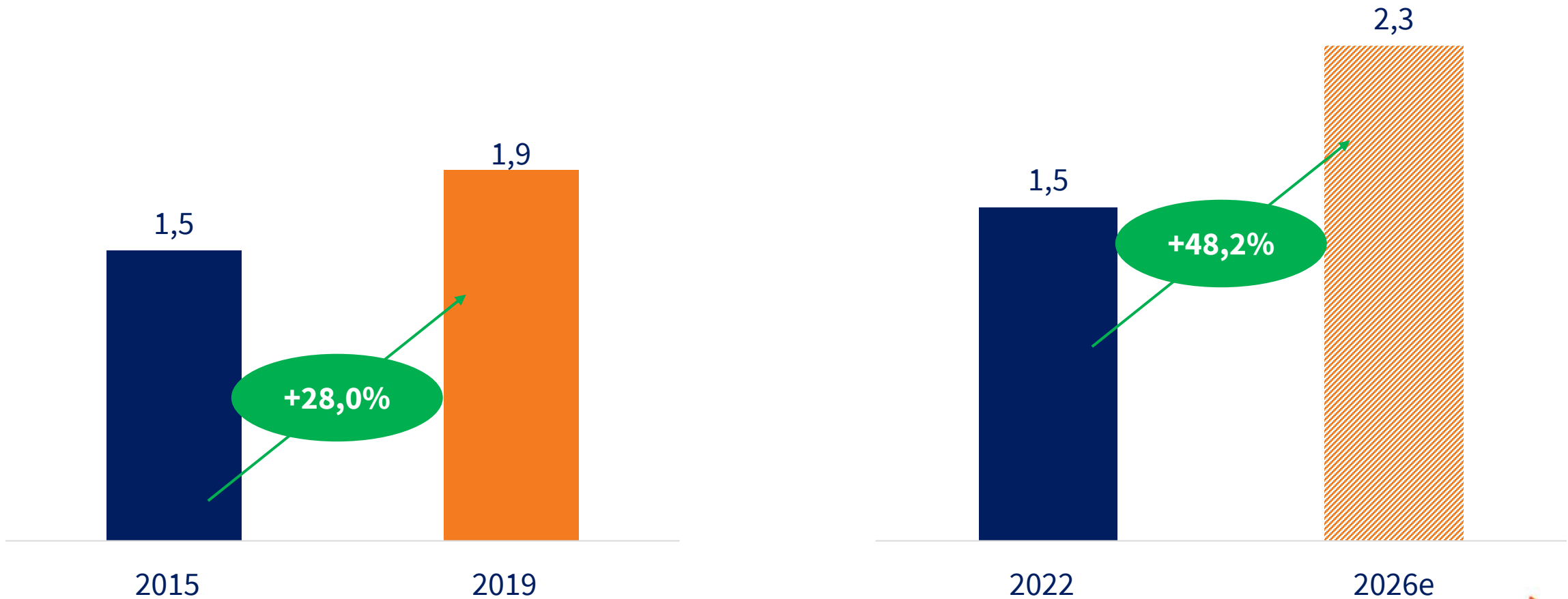
Sardegna: piani straordinari (es. il bando "Nuove Rotte") per finanziare l'apertura e la promozione di collegamenti internazionali e nazionali verso gli scali di Cagliari, Olbia e Alghero e destagionalizzare



Fonte: mappatura non esaustiva; elaborazione TEHA Group su fonti varie, 2026

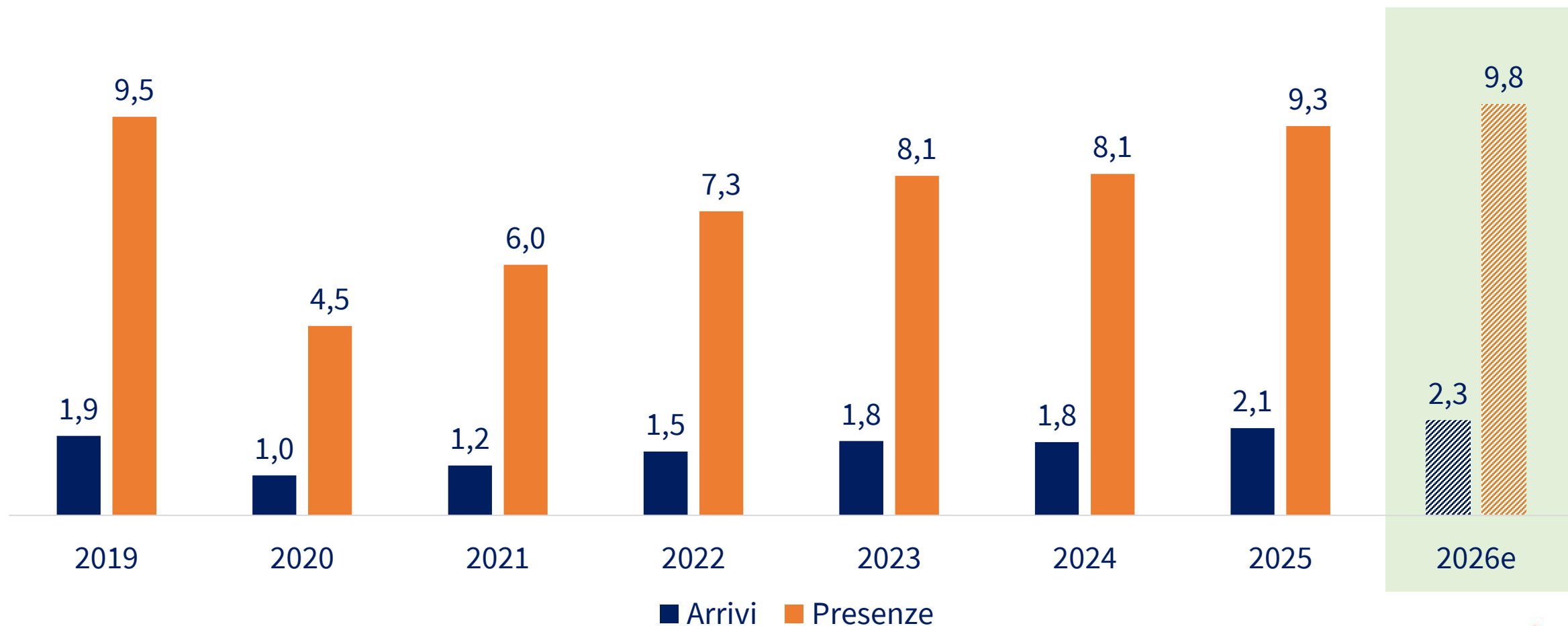
Gli arrivi turistici in Calabria sono stimati crescere ad un ritmo quasi due volte superiore rispetto al periodo 2015-2019...

Arrivi turistici negli esercizi ricettivi in Calabria
(milioni), 2015-2019 e 2022-2026e



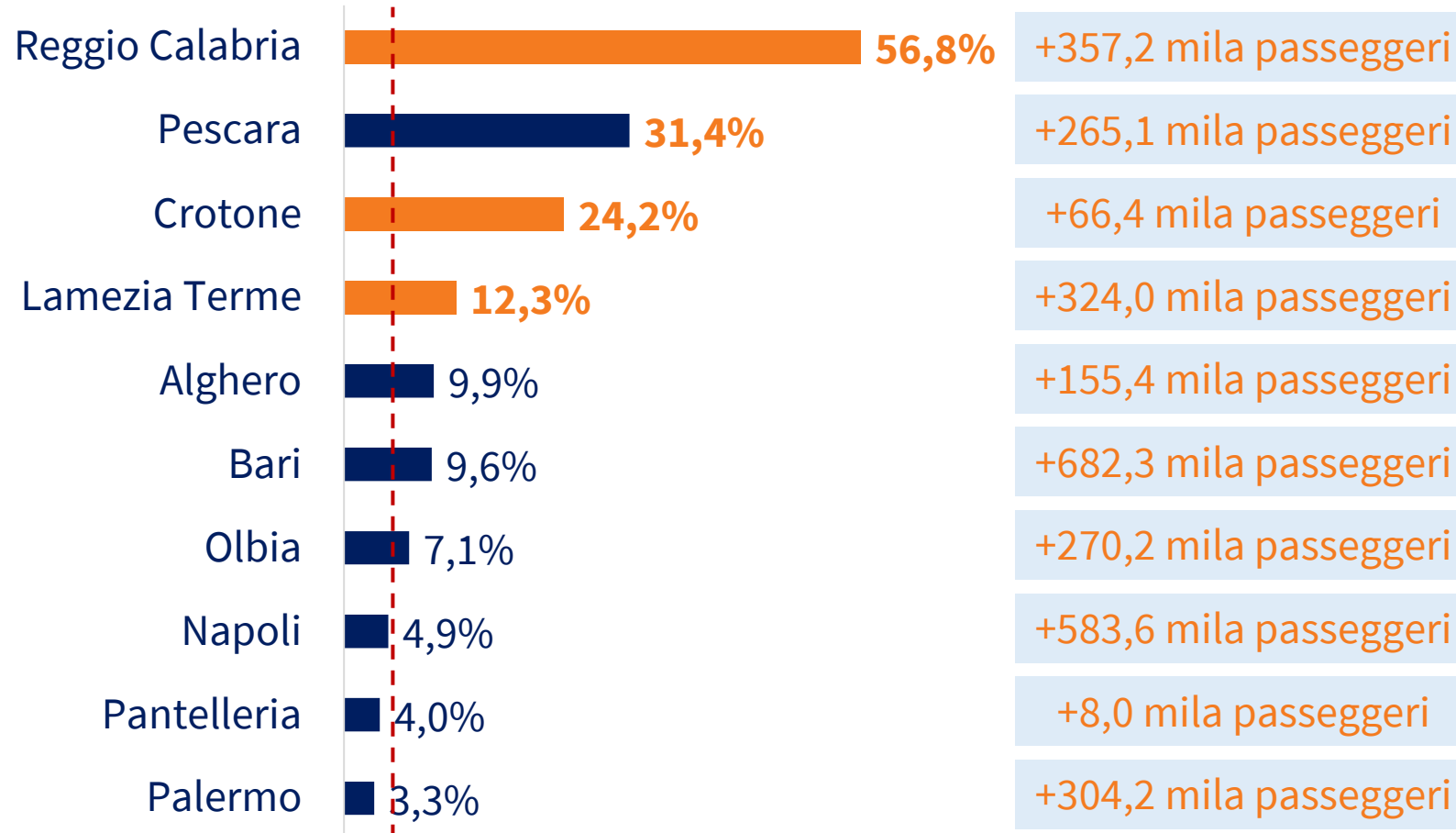
... grazie ad un record di arrivi registrato già nel 2025 e stimato in ulteriore crescita nel 2026, insieme alle presenze

Arrivi e presenze turistiche in Calabria
(milioni), 2019-2026e



Nel 2025 tutti e tre gli aeroporti calabresi crescono ben oltre la media nazionale (+5,0%), con Reggio Calabria 1^a al Sud

Top 10 aeroporti del Sud Italia per crescita dei passeggeri (var. %), 2024-2025

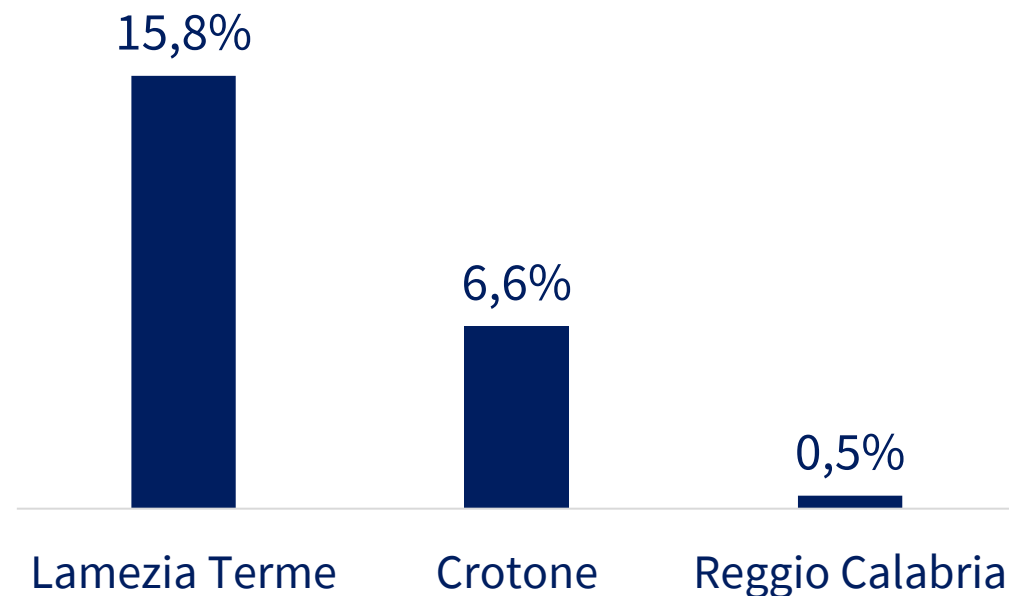
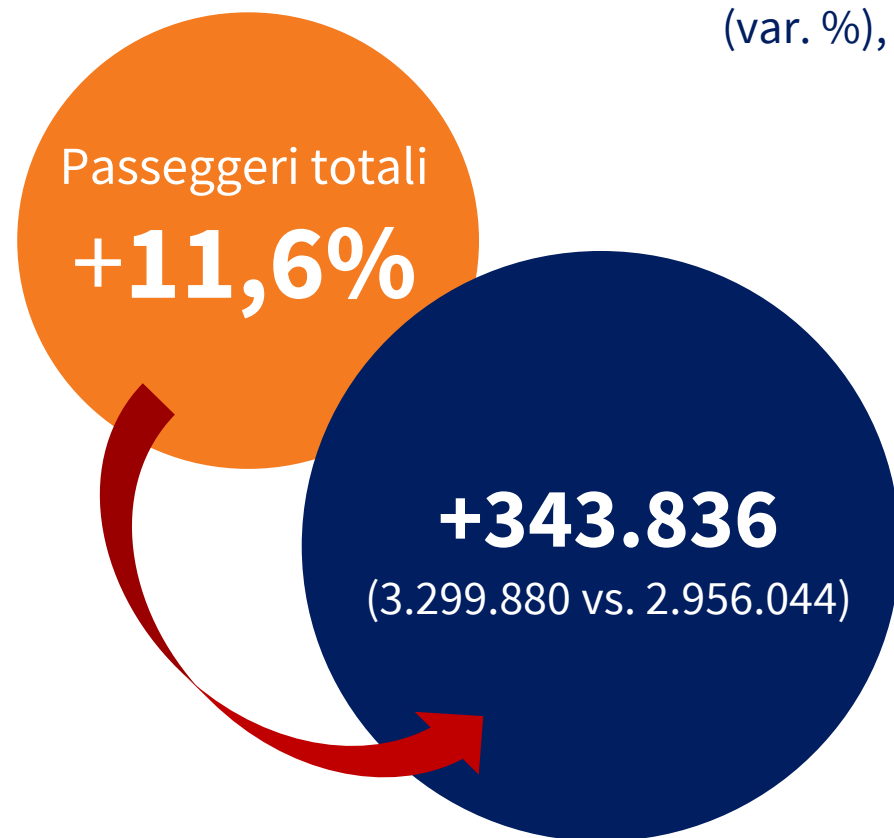


Media Sud Italia: +5,0%

- Con **3,1 milioni** di passeggeri, **Lamezia Terme** è il principale aeroporto calabrese per volumi di traffico e l'**8°** del **Sud Italia**. Nel 2025 ha registrato una crescita del **+12,3%**, collocandosi al **4° posto** per crescita dei passeggeri tra gli aeroporti del **Sud Italia**
- Nel **2025**, i flussi passeggeri degli aeroporti di **Reggio Calabria**, **Crotone** e **Lamezia Terme** hanno raggiunto livelli pari rispettivamente a **x6,9**, **x3,5** e **x1,8** volte quelli registrati nel 2021

Il traffico aeroportuale nel 2026 conferma il rafforzamento del «*brand Calabria*»: +11,6% di passeggeri

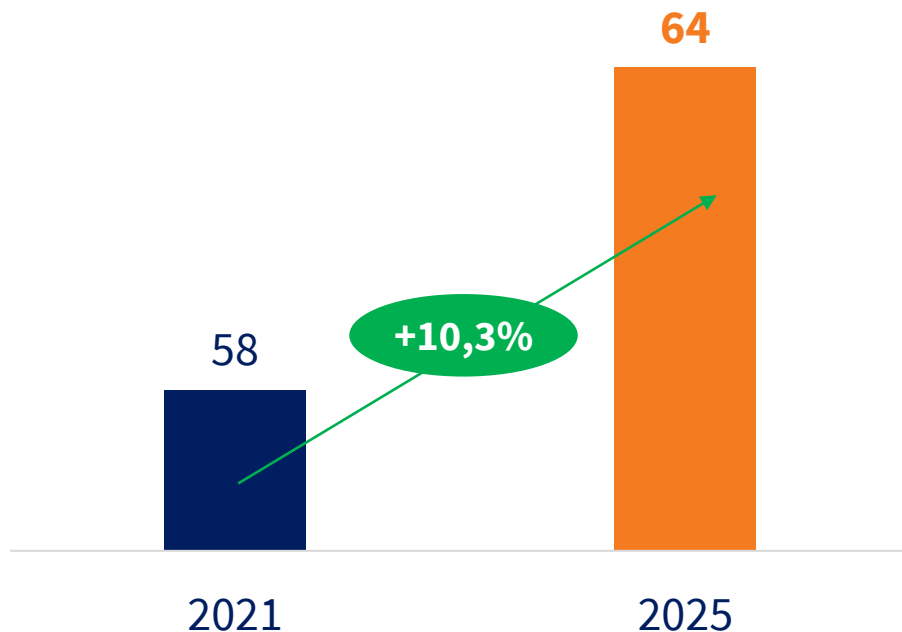
Crescita del traffico passeggeri negli aeroporti calabresi
(var. %), gen-ago 2026 vs gen-ago 2025



- **Agosto** registra il **miglior risultato di sempre**, con **564.624 passeggeri** (+19,0% vs agosto 2025)
- Il traffico internazionale rappresenta il **42,5%** del totale (+37,6% rispetto ad agosto 2025)

Il «brand Calabria» si rafforza anche *online*, tra crescita delle ricerche e forte popolarità...

Crescita dell'interesse di ricerca* su Google per il termine «Calabria» vs 2021, (var. %), 2021-2025



Già nei **primi 9 mesi del 2026**, l'interesse di ricerca su Google per il termine «Calabria» ha **superato il livello registrato nell'intero 2025**, raggiungendo un indice pari a **66**



73% dei turisti in Calabria lascia **recensioni online**, contribuendo alla popolarità della Regione. Si tratta di un posizionamento superiore alla **media italiana (52,4%)**



2^a Regione Italiana per **popolarità online** secondo il **Regional Tourism Reputation Index 2025**, con un indice pari a **112,8 punti**, dietro solo alla Toscana



94,2 punti nell'**Hotel Quality Index 2025** costruito sulla base delle recensioni di TripAdvisor, Booking e Google Travel

(*) L'interesse di ricerca indica la popolarità relativa del termine «Calabria» su Google nel periodo considerato. I valori sono espressi su una scala da 0 a 100, dove 100 rappresenta il momento di massimo interesse.

Fonte: elaborazione TEHA Group su dati GoogleTrends e Demoskopika, 2026

... mentre il portale «Calabria Straordinaria» è stimato raggiungere oltre 6 mln di visite, con una componente internazionale pari al 69%

Nei primi 8 mesi e mezzo del 2026 il portale «Calabria Straordinaria» ha già raggiunto **4,4 mln di visite** (×2,6 vs 2025) ed è stimato superare i **6 mln** entro la fine dell'anno. La crescita è trainata soprattutto dalla **componente estera**

2025 vs **2026e***

Top-10 Paesi per visite al portale (migliaia), 2025-2026

Visite totali
1,7 mln → 6,1 mln
4,4 mln di visite totali nel periodo 1 gennaio – 15 settembre 2026

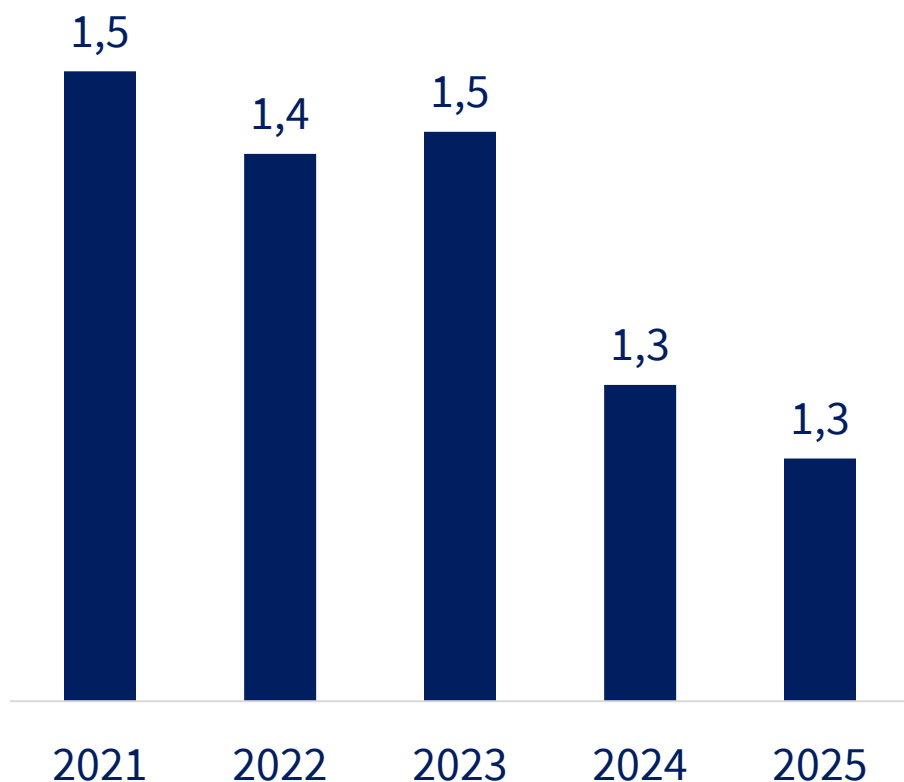
Quota di visite dall'estero
43% → 69% (4,2 mln)
3,0 mln di visite estere (×4,2) nel periodo 1 gennaio – 15 settembre 2026

Visite da ricerca organica
768 mila → 1,3 mln
926 mila nel periodo 1 gennaio – 15 settembre 2026, già superato l'intero 2025 (+21%)

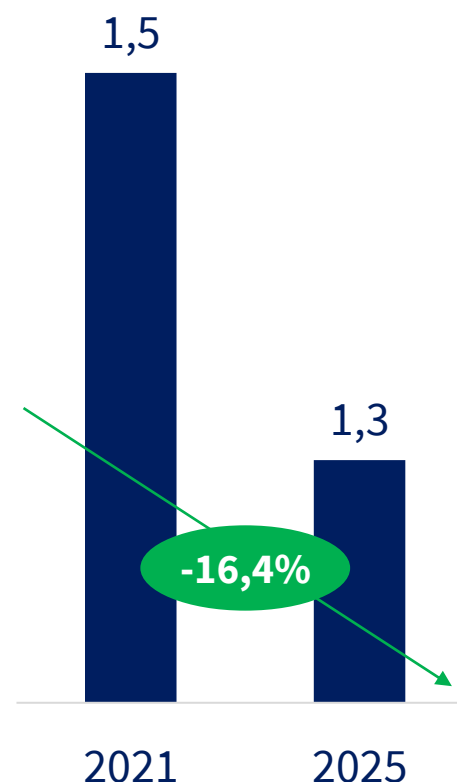
Paese	Visite 2026*	Visite 2025
Italia	1.877,5	953
Regno Unito	343,5	69,7
Germania	334,2	156,8
Francia	314,6	34,9
Stati Uniti	185,9	35,9
Polonia	180,8	40,9
Romania	172,4	33,0
Spagna	152,4	n.a.
Grecia	143,8	n.a.

Tra il 2024 e il 2025, la Calabria si colloca al 3° posto tra le Regioni italiane (1° posto al Sud) per velocità di riduzione della stagionalità turistica

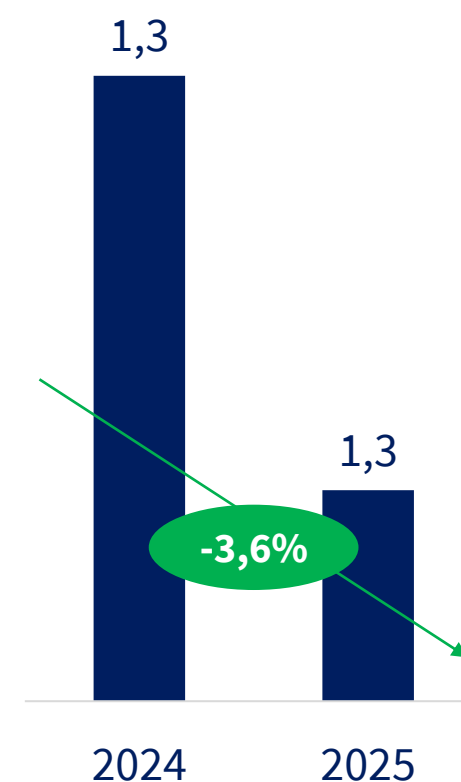
Indice di stagionalità in Calabria
(indice*), 2021-2025



Indice di stagionalità in Calabria
(indice*), 2021-2025



Indice di stagionalità in Calabria
(indice*), 2024-2025



(*) L'indicatore è calcolato come coefficiente di variazione, ossia come rapporto tra la deviazione standard e la media mensile delle presenze registrate nelle strutture ricettive. N.B. Le prime due Regioni per indice di stagionalità nel 2025 sono Calabria e Sardegna.
Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Istat, 2026

In sintesi: la fotografia della Calabria nello scenario turistico nazionale nel 2026



2.259.921 di arrivi turistici in Calabria nel 2026
vs. **1.524.410** nel 2022 (+48,2%)



€1.078,4 di spesa media dei turisti stranieri in Calabria nel 2026
Vs. **€796,9** nel 2022 (+40,0%)



9.811.674 di presenze turistiche in Calabria nel 2026
vs. **7.254.907** nel 2022 (+39,8%)



70,0% dell'audience di «Calabria Straordinaria» è tra i **25-44 anni**



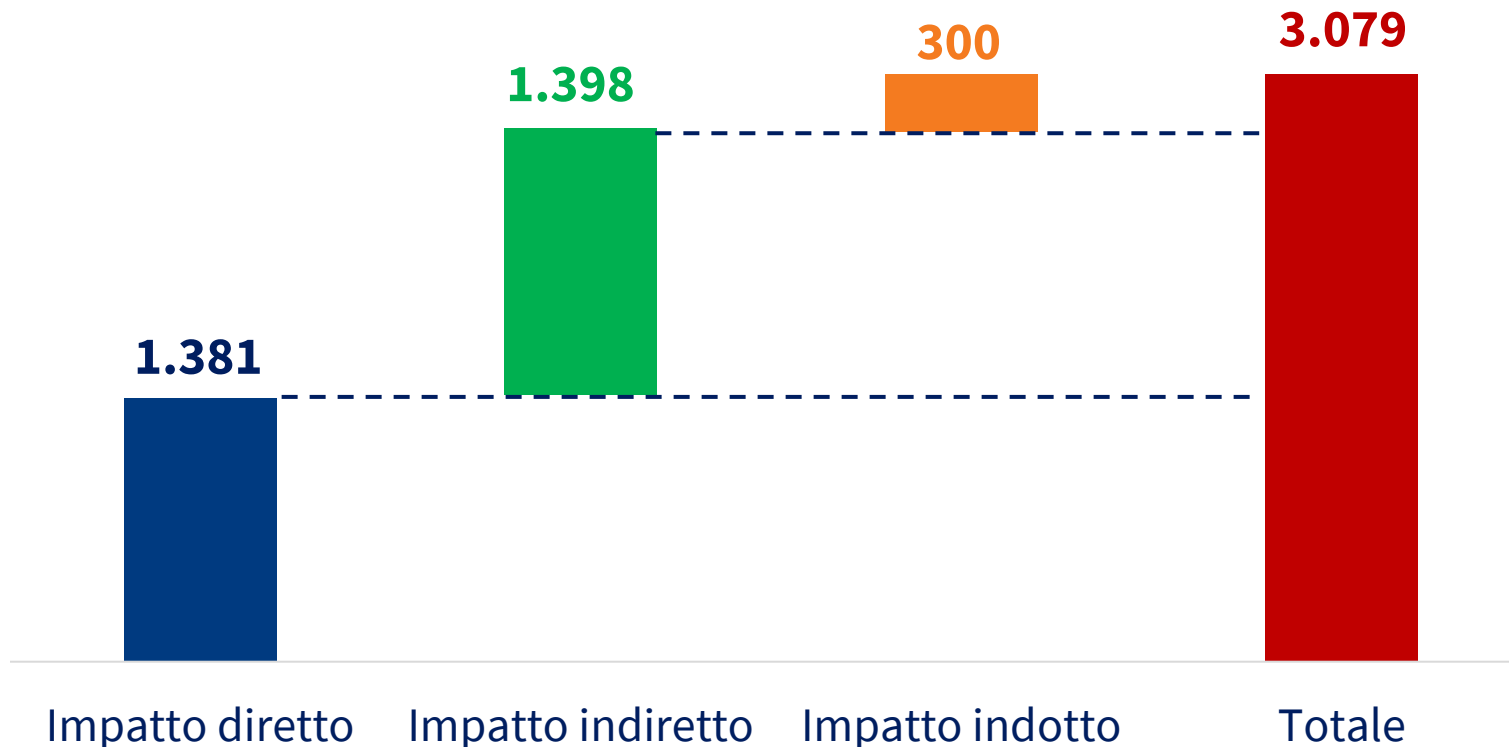
1,3 di indice di stagionalità in Calabria nel 2025
vs. **1,4** nel 2022 (-13,3%)



62,5% delle conversazioni sulla Calabria esprime un **sentiment positivo**

Compressivamente nel 2026 la spesa di turisti italiani e stranieri attiverà €3,1 miliardi di giro d'affari in Calabria...

Giro d'affari diretto, indiretto e indotto attivato dalla spesa dei turisti italiani e stranieri in Calabria (milioni di Euro), 2026e



Impatto economico
(giro d'affari)

€3,1 mld

Moltiplicatore economico

2,23

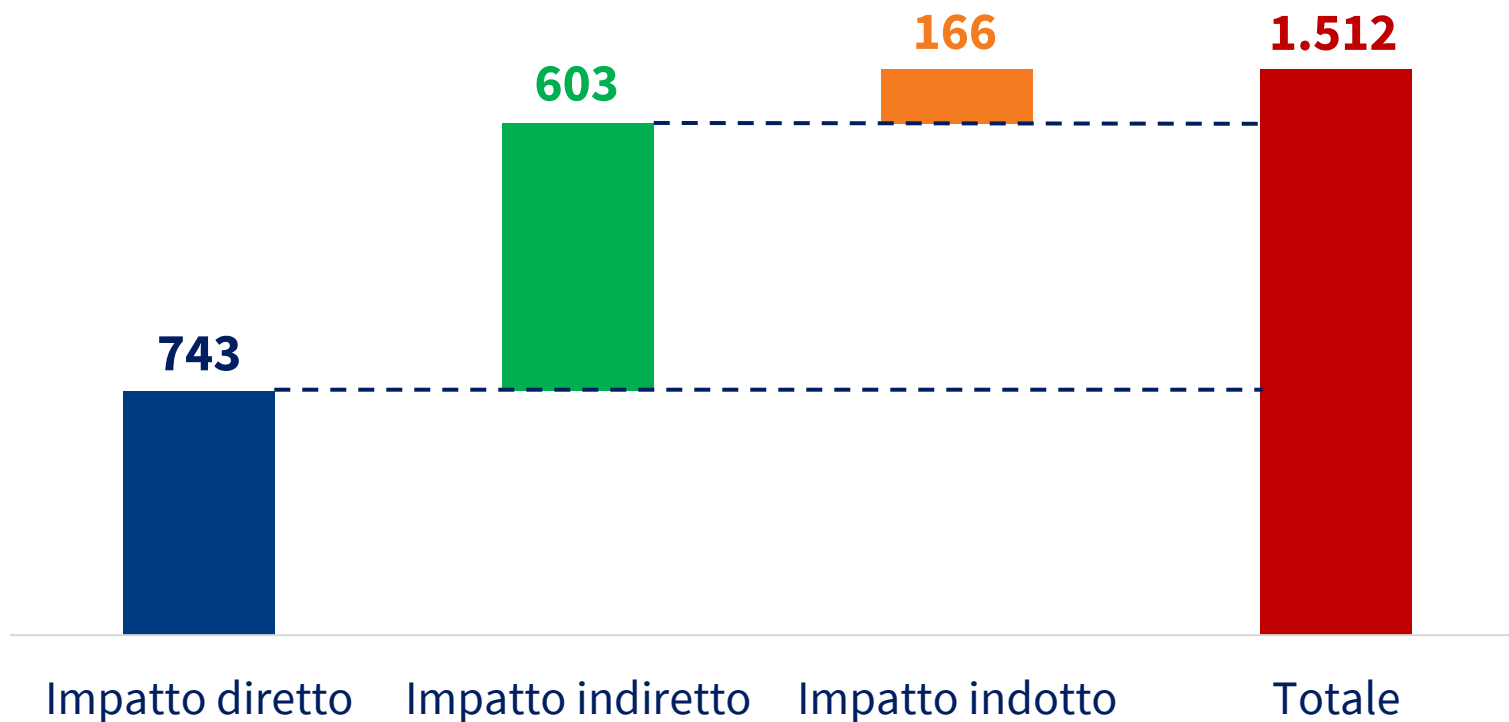
per ogni Euro speso, ne sono
attivati **1,23** addizionali
nell'economia della Calabria

N.B. Il **moltiplicatore economico** è calcolato sulla base della **metodologia delle interdipendenze settoriali**, la quale misura l'impatto di un'attività in uno specifico settore sull'intero sistema economico. La metodologia è stata applicata utilizzando tavole statistiche elaborate da Istat che descrivono in modo numerico le relazioni che intercorrono tra chi produce servizi o beni e chi li consuma (tavole *input/output*).

Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Banca d'Italia e Istat, 2026

... e €1,5 miliardi di Valore Aggiunto, pari al 3,7% del PIL calabrese

Valore Aggiunto diretto, indiretto e indotto attivato dalla spesa dei turisti italiani e stranieri in Calabria (milioni di Euro), 2026e



N.B. Il **moltiplicatore economico** è calcolato sulla base della **metodologia delle interdipendenze settoriali**, la quale misura l'impatto di un'attività in uno specifico settore sull'intero sistema economico. La metodologia è stata applicata utilizzando tavole statistiche elaborate da Istat che descrivono in modo numerico le relazioni che intercorrono tra chi produce servizi o beni e chi li consuma (tavole *input/output*).

Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Banca d'Italia e Istat, 2026

Gli investimenti in *Destination Marketing* hanno generato un impatto economico incrementale medio annuo di €468 milioni, x29,8 v. l'investimento

Investimento e impatto economico incrementale (diretto, indiretto e indotto) del programma di *Destination Marketing* (Euro), 2024-2026e

	2024	2025	2026e	
Investimento «Destination Marketing»	~ € 15,7 mln	~ € 15,7 mln	~ € 15,7 mln	Impatto economico medio annuo €222 mln €246 mln €468 mln
Impatto economico diretto	€59 mln	€250 mln	€357 mln	
+				
Impatto economico indiretto e indotto	€83 mln	€350 mln	€305 mln	
+				
Impatto economico (giro d'affari totale)	€142 mln	€600 mln	€662 mln	

N.B. L'impatto incrementale è calcolato come la differenza tra la spesa dei turisti nel territorio negli anni di attivazione delle politiche di *Destination Marketing* rispetto agli anni precedenti alla misura. Il **moltiplicatore economico** è calcolato sulla base della **metodologia delle interdipendenze settoriali**, la quale misura l'impatto di un'attività in uno specifico settore sull'intero sistema economico. La metodologia è stata applicata utilizzando tavole statistiche elaborate da Istat che descrivono in modo numerico le relazioni che intercorrono tra chi produce servizi o beni e chi li consuma (tavole *input/output*).

L'impatto economico complessivo del comparto turistico calabrese risulta pari a €7,3 miliardi nel periodo

Dotazione monetaria e impatto economico (diretto, indiretto e indotto) del programma

Destination Marketing (Euro), 2024-2026e

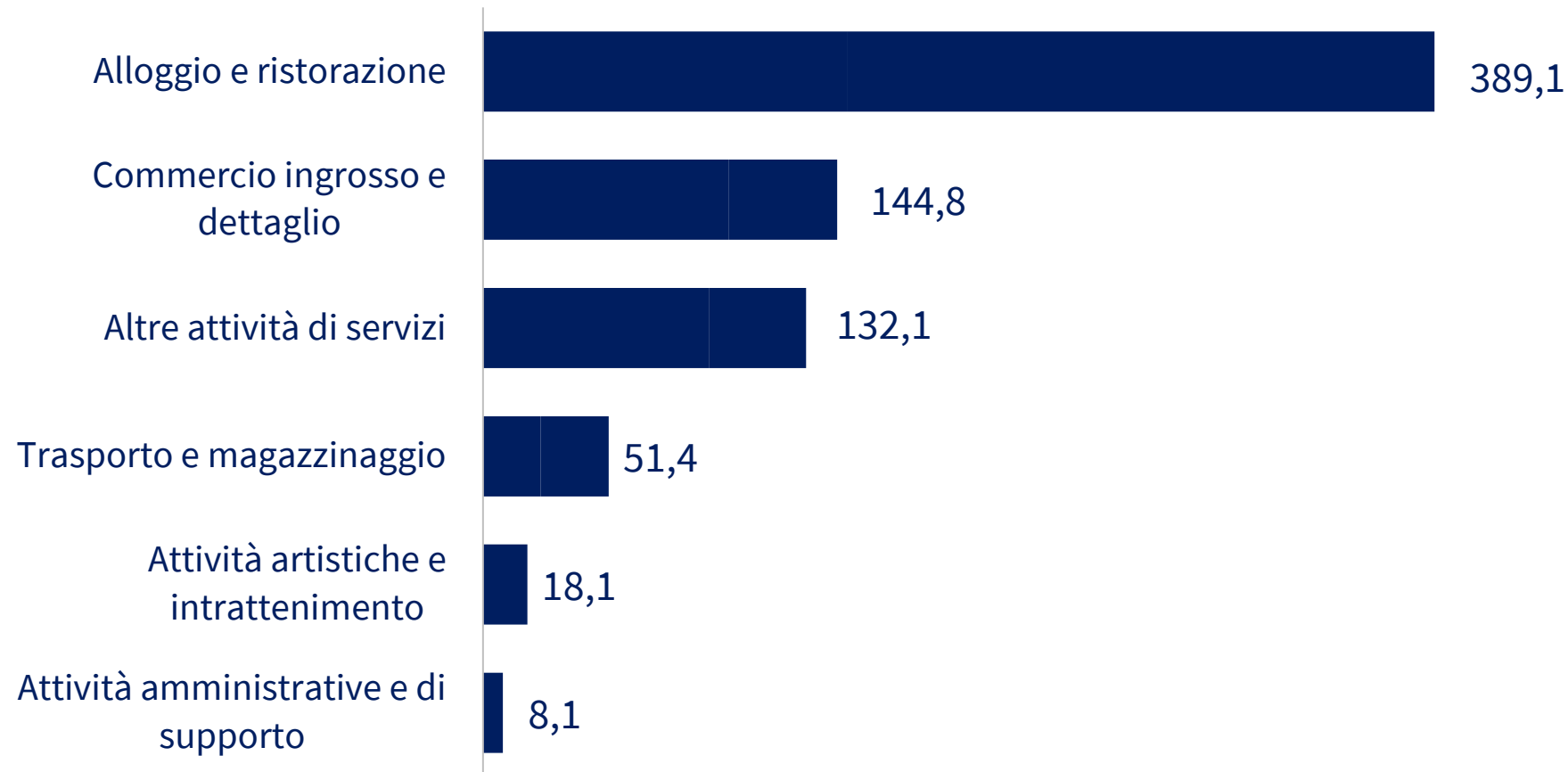
	2024	2025	2026e	Impatto economico complessivo nel triennio
Impatto economico diretto	€750 mln	€1,0 mld	€1,4 mld	€3,2 mld
	+	+	+	
Impatto economico indiretto e indotto	€1,1 mld	€1,4 mld	€1,7 mld	€4,1 mld
Impatto economico (giro d'affari totale)	€1,8 mld	€2,4 mld	€3,1 mld	€7,3 mld
	4,8% del PIL	6,0 % del PIL	7,6% del PIL	

N.B. Il **moltiplicatore economico** è calcolato sulla base della **metodologia delle interdipendenze settoriali**, la quale misura l'impatto di un'attività in uno specifico settore sull'intero sistema economico. La metodologia è stata applicata utilizzando tavole statistiche elaborate da Istat che descrivono in modo numerico le relazioni che intercorrono tra chi produce servizi o beni e chi li consuma (tavole *input/output*).

Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Banca d'Italia e Istat, 2026

Oltre il 52% del Valore Aggiunto diretto è generato e concentrato nei servizi di alloggio e ristorazione

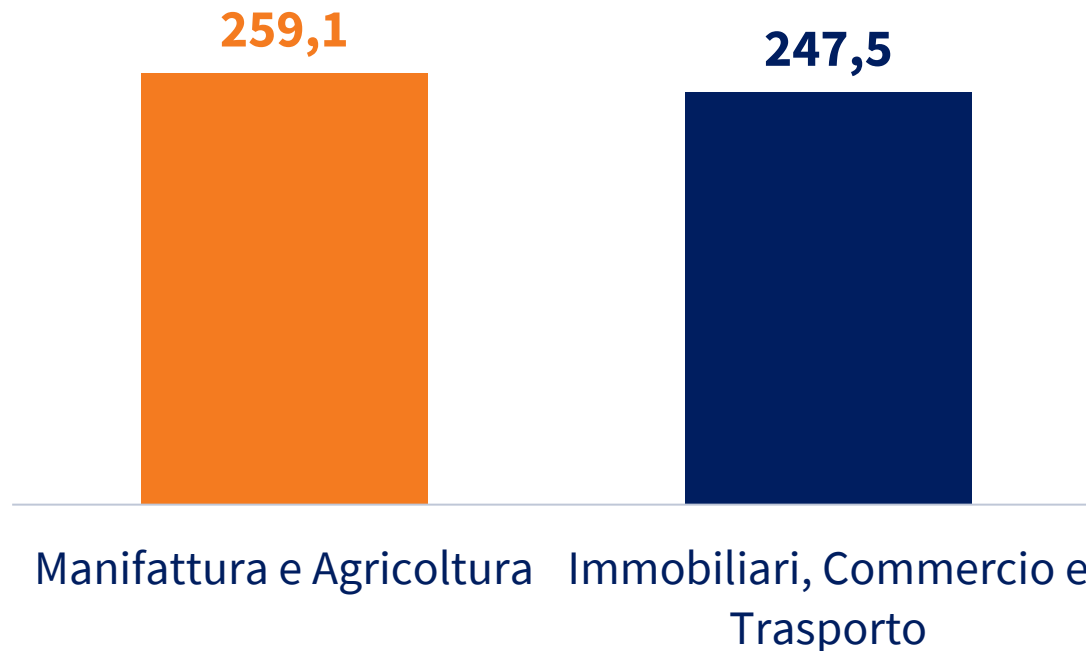
Valore Aggiunto diretto generato da turisti italiani e stranieri per macrosettori (milioni di Euro), 2026e



Il **52,6%** del Valore Aggiunto diretto è generato dai **turisti italiani** (€391,4 mln contro €352,0 mln dei turisti stranieri)

L'impatto indiretto e indotto invece si genera sull'intera economia, con una prevalenza nella manifattura

Valore Aggiunto indiretto e indotto generato dai turisti nei principali macro-settori del territorio
(milioni di Euro), 2026e



Dei **€769,1 mln** di Valore Aggiunto indiretto e indotto, il **65%** ricade su due macro-settori:

€259,1 mln (33%)

Manifattura e Agricoltura, silvicoltura e pesca

€247,5 mln (32%)

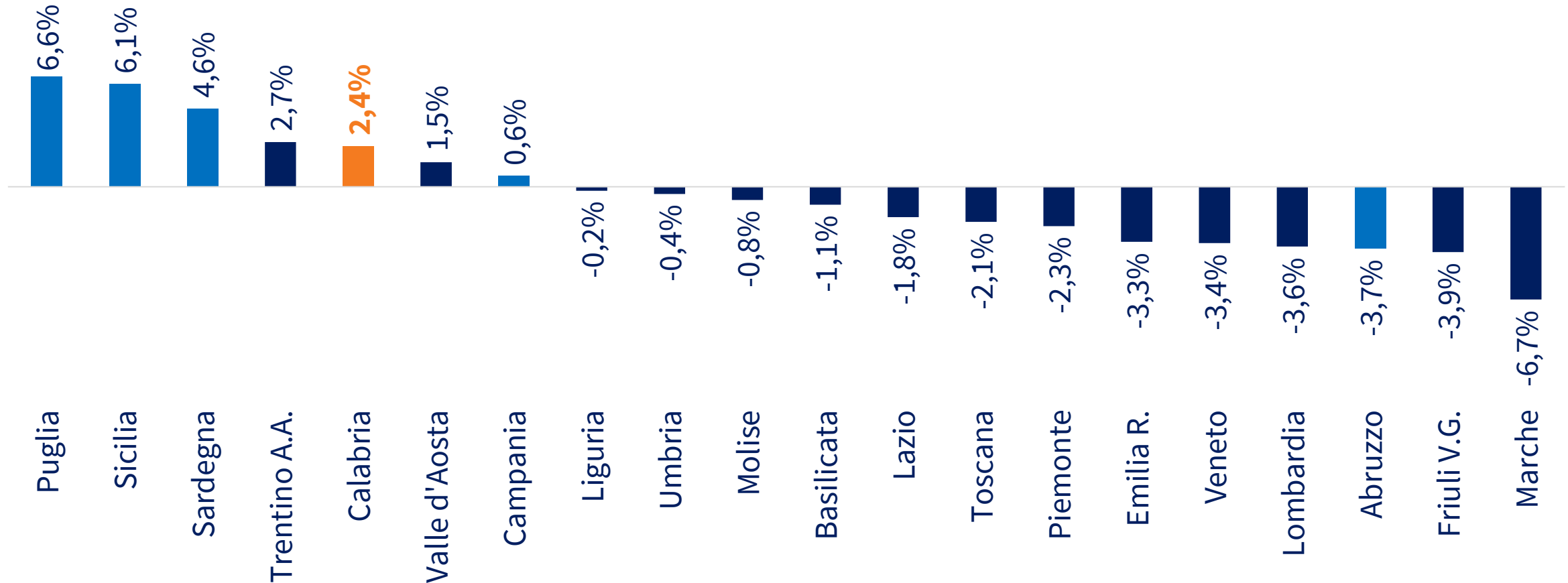
Servizi immobiliari, Commercio e Trasporto e magazzinaggio

Le politiche pubbliche implementate stanno producendo **risultati concreti e misurabili**, contribuendo a rafforzare la domanda per stimolare lo sviluppo del comparto turistico allargato in Calabria

Affinché questi progressi possano tradursi in un **cambiamento positivo strutturale e duraturo**, è necessario affiancare all'azione pubblica un **maggiore protagonismo del tessuto imprenditoriale**, chiamato ad investire, innovare e generare nuove opportunità di crescita e occupazione, soprattutto per i giovani

A fronte di un incremento degli arrivi turistici del 48,2%, le imprese attive nel comparto sono cresciute «solo» del 2,4%...

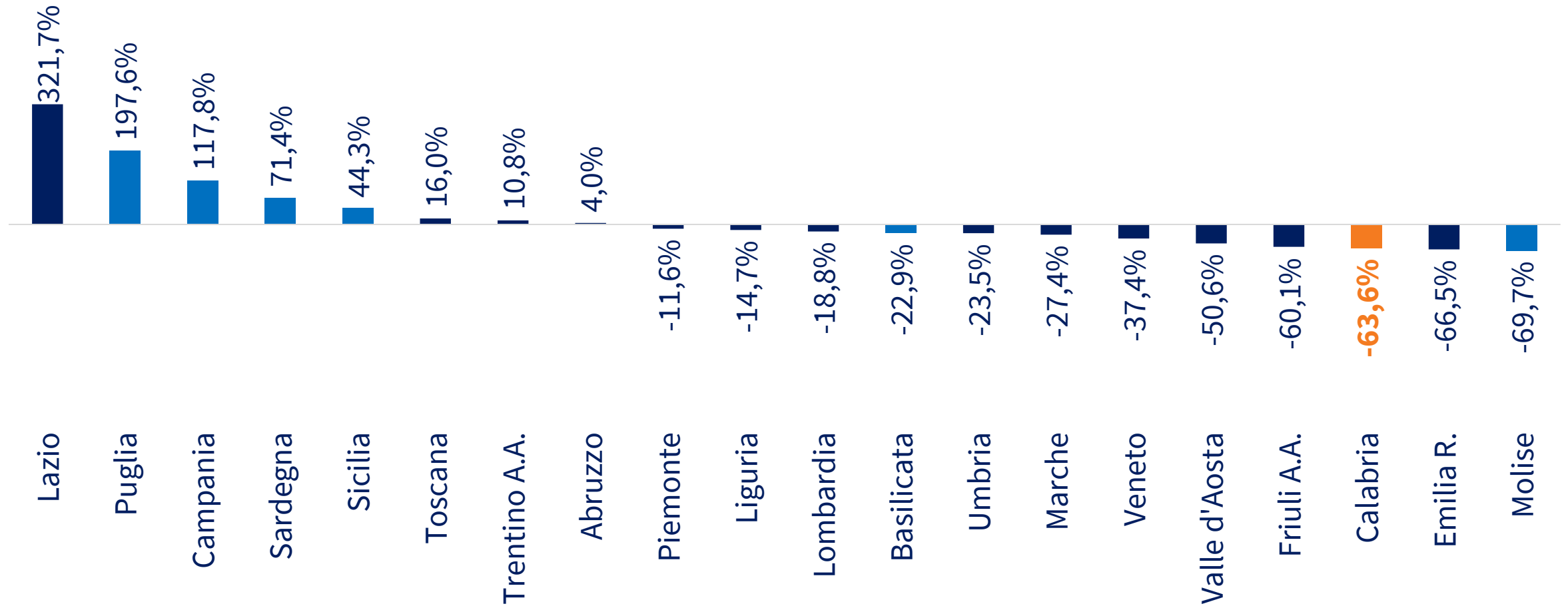
Variazione delle imprese attive nel comparto alloggio e ristorazione
(var.%), II trim 2022-II trim 2026



Legenda: in **azzurro** le altre
Regioni del Sud Italia

... mentre le agenzie di viaggio e i *tour operator* si registrano in diminuzione

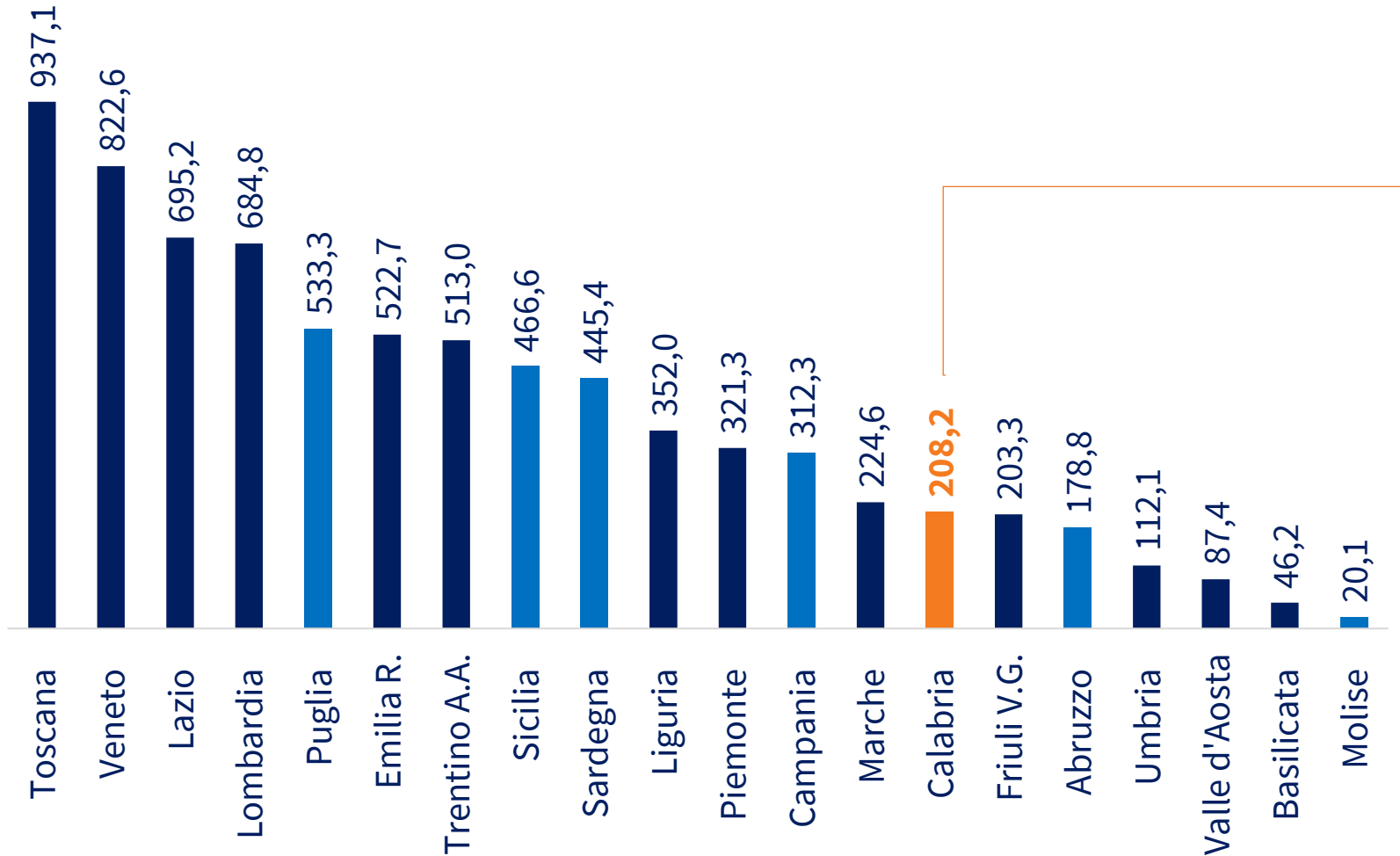
Variazione delle imprese attive nel comparto agenzie di viaggio e *tour operator* (var.%), II trim 2022-II trim 2026



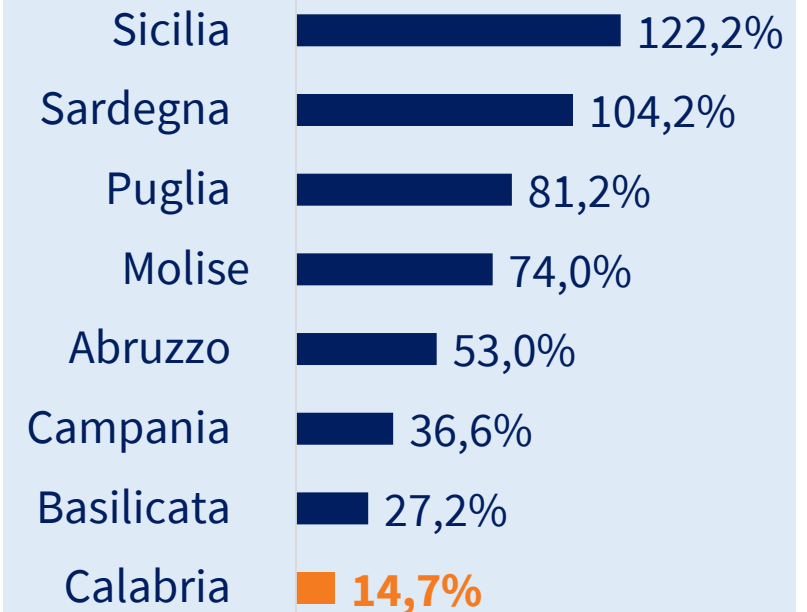
Legenda: in **azzurro** le altre
Regioni del Sud Italia

Contestualmente, l'offerta ricettiva calabrese mostra l'incremento più contenuto tra le Regioni del Sud...

Numero di posti letto nelle strutture ricettive per Regione italiana
(migliaia), 2025



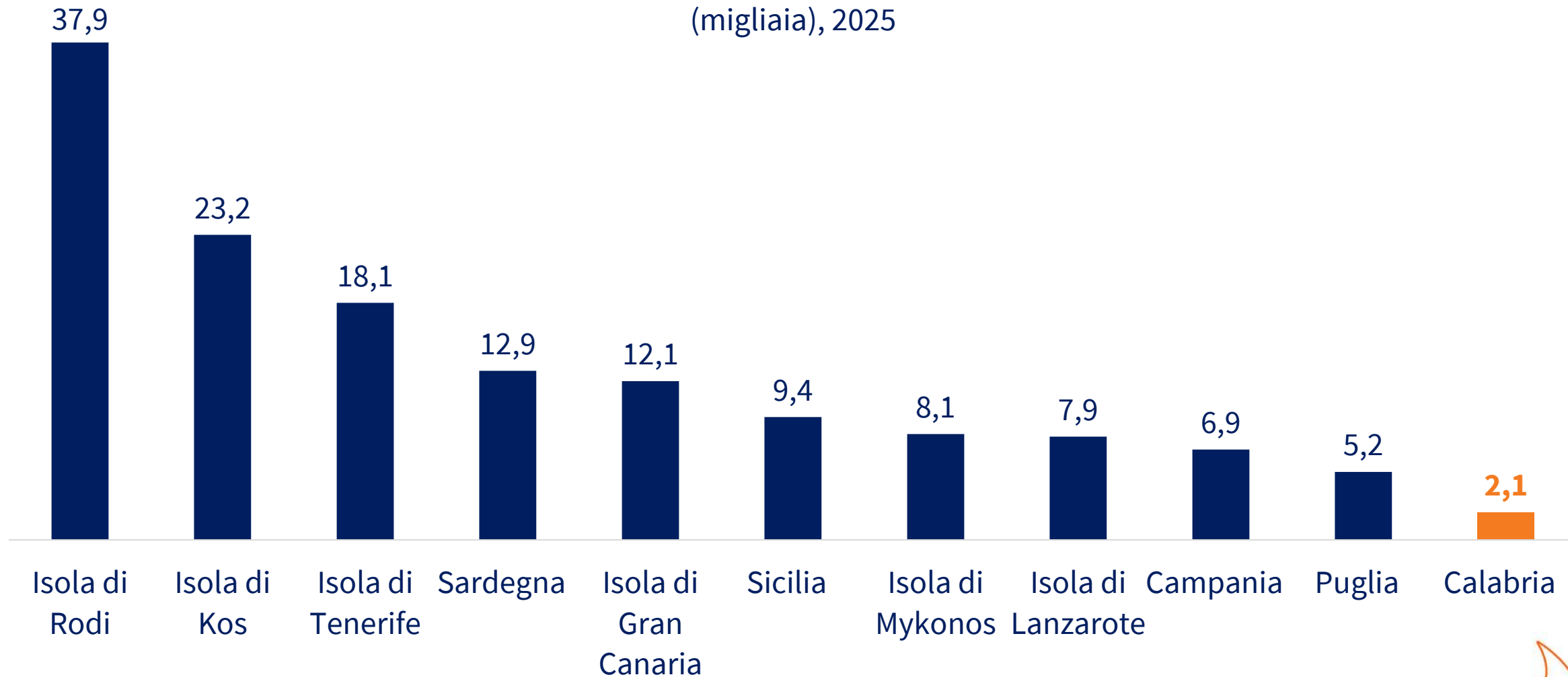
Crescita dei posti letto nelle strutture
ricettive delle Regioni del Sud
(var. %), 2021-2025



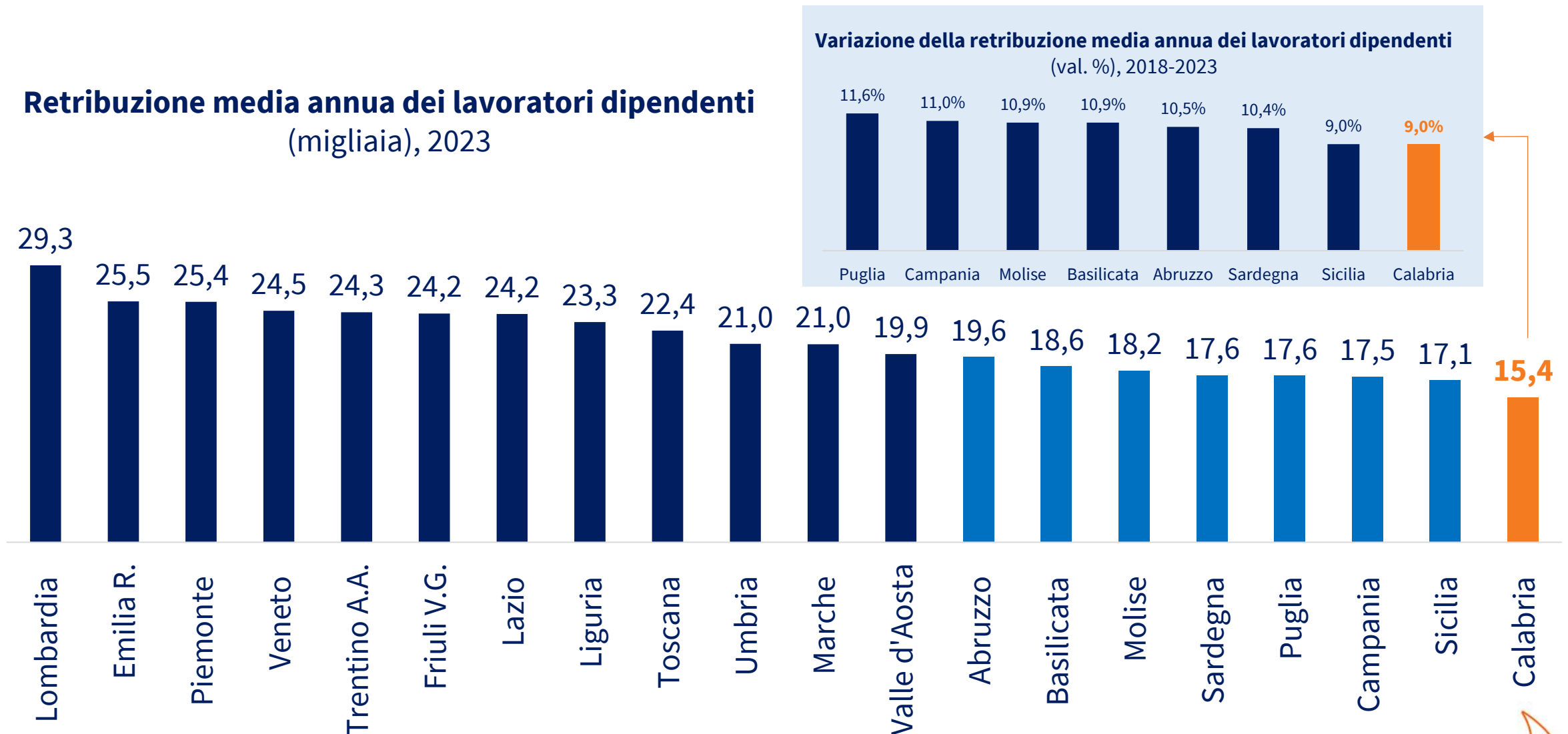
Legenda: in **azzurro** le altre
Regioni del Sud Italia

... e presenta ampi margini di miglioramento nel segmento premium, con forti scarti rispetto ai principali *benchmark* nazionali e internazionali

**Numero di posti letto negli alberghi a 5 stelle nelle principali Regioni
benchmark nazionali e internazionali**
(migliaia), 2025

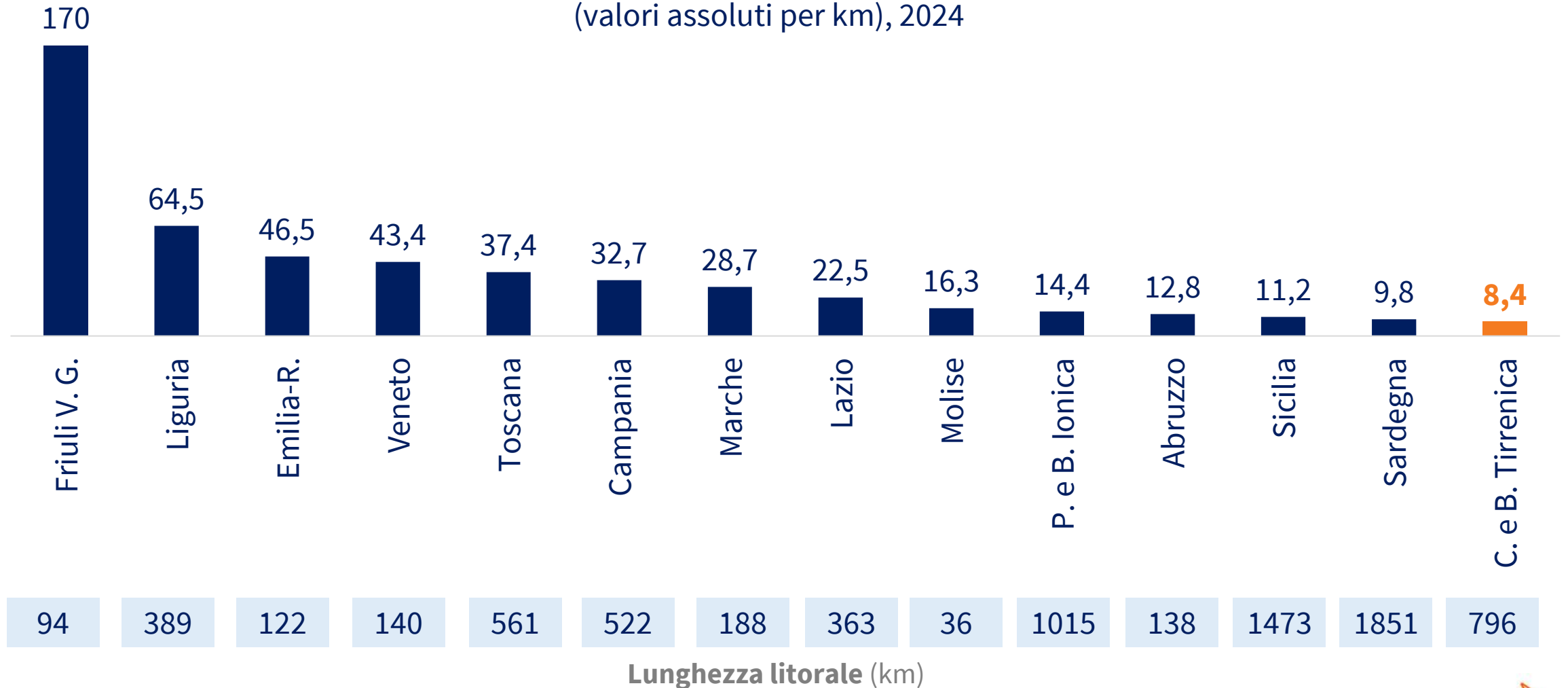


C'è anche un problema di qualità del lavoro: la Calabria è ultima per retribuzione media annua e registra la crescita più contenuta al Sud



Con riferimento allo sviluppo del comparto nautico, emerge un potenziale inespresso nel numero di posti barca ...

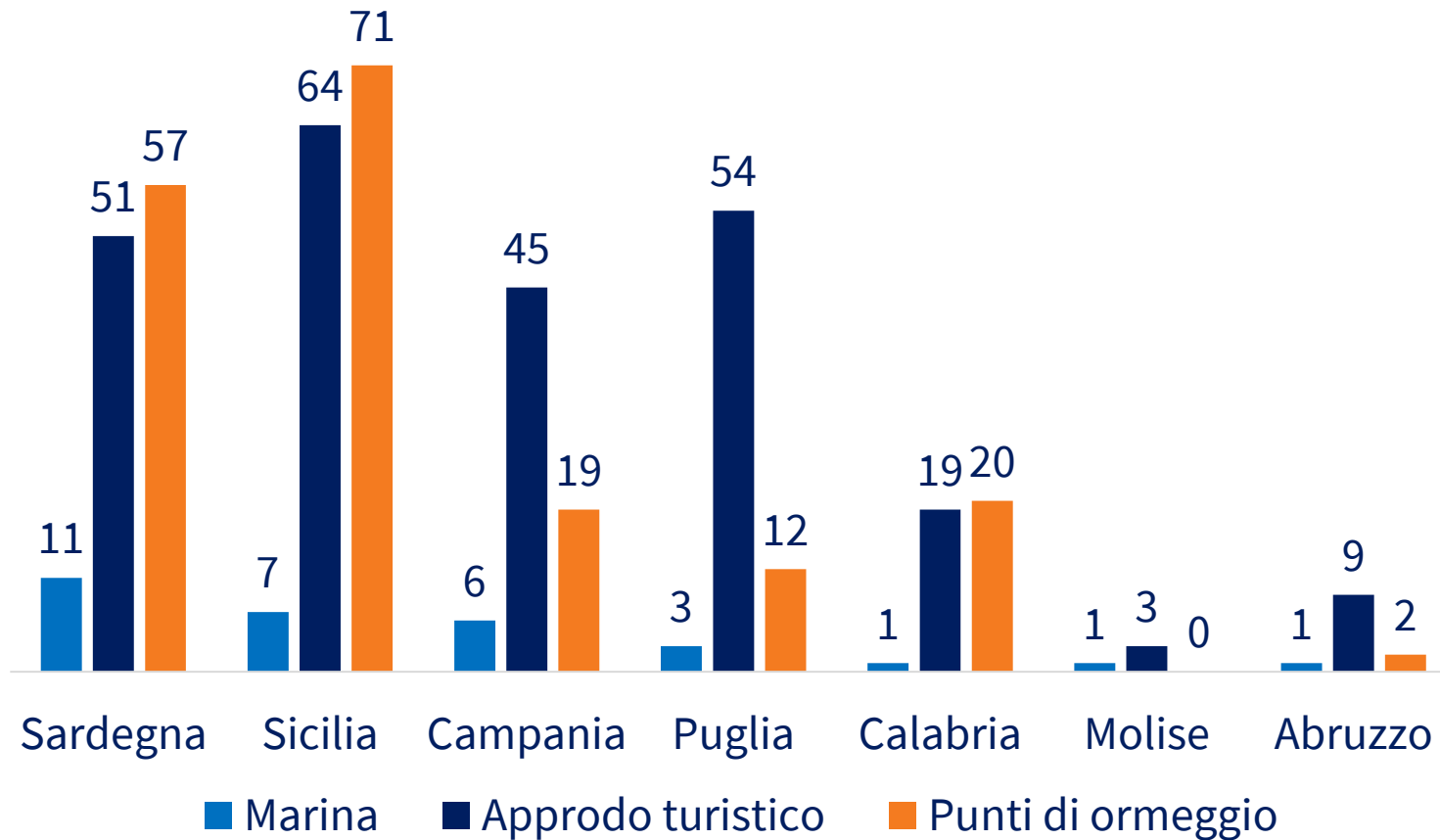
Posti barca per lunghezza della costa
(valori assoluti per km), 2024



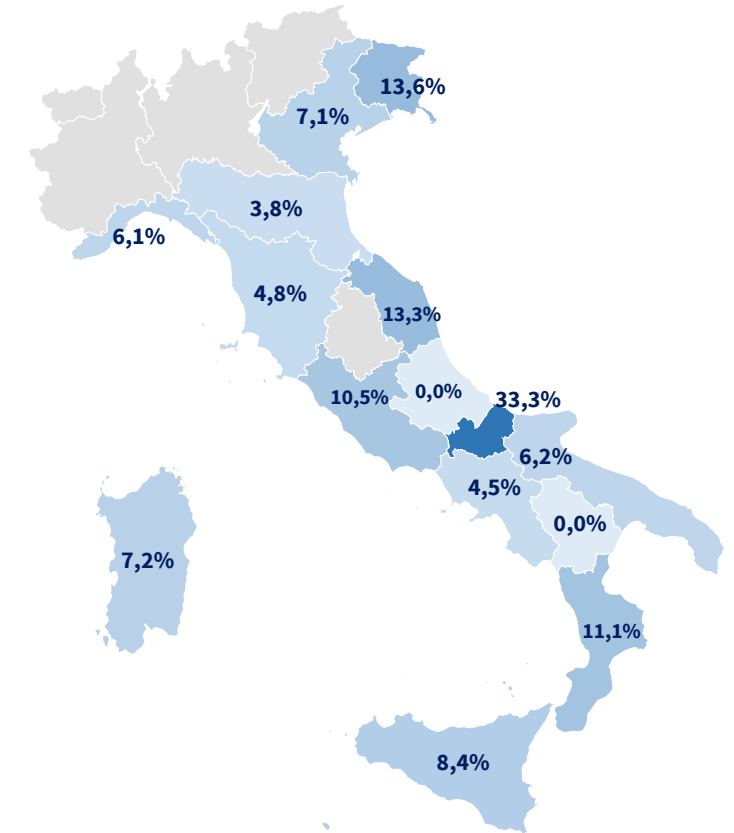
N.B.: P., C. e B. stanno per Puglia, Calabria e Basilicata, rispettivamente.
Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Confindustria Nautica, 2026

... e sono da rafforzare tutte le infrastrutture dedicate al comparto del diportismo, specialmente i marina

Numero e tipologia di infrastruttura portuale nelle Regioni del Sud Italia (valori assoluti), 2024



Marina, approdi turistici e punti di ormeggio in Italia (variazione %), 2014-2024



«Chi dice che è impossibile non dovrebbe disturbare chi ce la sta facendo»

- Albert Einstein



Domande indicative per la discussione

- Quali sono dal Vostro osservatorio le **priorità di intervento** per accompagnare gli imprenditori calabresi in un percorso di crescita e investimento duraturo e stabile?
- Con riferimento alla stesura del **Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile 2026-2028**, per il quale è al momento aperta una consultazione pubblica*, vedete delle indicazioni da condividere e suggerire in questa sede all'Amministrazione regionale?
- Quali sono i **settori complementari al turismo** dove è urgente investire di più per garantire maggiori impatti diffusi (energia, digitalizzazione, riqualificazione del patrimonio pubblico dismesso, formazione, ecc.)?
- Quali sono le strategie attraverso le quali imprese e Istituzioni insieme possono promuovere un **miglioramento dell'occupazione giovanile** sul territorio?

(*) Per partecipare al Sondaggio pubblico accedere a: [Calabriae · Sondaggio partecipativo PRSTS 2026-2028](#)

Grazie per l'attenzione

Valerio De Molli

Managing Partner & CEO

The European House – Ambrosetti e TEHA Group

mail: valerio.de.molli@ambrosetti.eu

Dal 2013 TEHA Group è stata nominata nella categoria «Best Private Think Tanks» - 1° Think Tank in Italia, 4° nell'Unione Europea e tra i più rispettati indipendenti al mondo su 11.175 a livello globale (fonte: "Global Go To Think Tanks Report" dell'Università della Pennsylvania). TEHA Group è stata riconosciuta da Top Employers Institute come una delle 151 realtà Top Employer in Italia

