

FONDO DI PEREQUAZIONE 2021-2022

Sostegno del Turismo

Novembre 2023

A cura di



FDP 2021-2022

Rilevazione estate 2023

L'approccio al turismo nella regione sempre più attivo: Internet influenza le scelte di 4 turisti su 10.

Molto alta (38%) la quota di turisti italiani “repeater”, cioè che tornano una o più volte in Puglia.

Anche in Puglia, come a livello nazionale, aumentano le spese per l'alloggio rispetto all'estate 2022, diminuendo la spesa media giornaliera.

Fonte dati: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio
Unioncamere Puglia

Dall'indagine di livello nazionale, svolta a metà settembre 2023 da Isnart per conto di Unioncamere ed Enit e rivolta alle imprese ricettive italiane, emerge un bilancio in positivo per la filiera turistica del nostro Paese: occupato in media il 75,3% delle camere disponibili nel mese di luglio e l'85% ad agosto, un dato al di sopra del venduto 2019 (circa 1 camera in più su 10), ultimo anno pre-pandemico.

Vendite consistenti nelle località balneari (89,4%) ma anche nelle città d'arte (83,3%) e nelle destinazioni di montagna (82,7%).

Gli operatori segnalano qualche flessione della clientela italiana, soprattutto quella di prossimità (dato atteso vista la fine delle restrizioni ai viaggi all'estero), ben compensata da una tendenziale ripresa del turismo internazionale (segnalata da oltre il 30% degli operatori), in particolare proveniente da Germania, Francia, Belgio e Olanda.

** ** *

L'indagine svolta da ISNART per conto di Unioncamere e di Unioncamere Puglia, nell'ambito dell'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, ha interessato un campione di **1.452 visitatori italiani e stranieri**, intervistati nel corso del loro soggiorno nella regione al fine di rilevarne i comportamenti turistici e di consumo.

La Puglia con i suoi approdi, le bandiere blu e le prestigiose bandiere 5 vele è tra le destinazioni che vanta spiagge e mari tra i più belli d'Italia: non sorprende, quindi, che la prima motivazione di scelta indicata sia quella balneare, tra svago e relax, per il 37,3%. Si ritrovano, tra le altre principali motivazioni, il patrimonio artistico-monumentale (30%; 34% gli stranieri) e quello naturalistico (29% ; 32% gli stranieri). Tra i canali di comunicazione che veicolano la scelta, a giocare un ruolo-chiave nella ricerca d'informazioni utili sulla vacanza è internet e i suoi canali social (40% ; 52% gli stranieri); un comportamento che riflette lo scenario nazionale, mentre, nel 32,4% dei casi si tratta di repeater, che tornano abitualmente nella regione, quota che sale al 38% se si guarda ai flussi italiani.

Sebbene le gite nelle località di mare rappresentino la prima attività svolta a destinazione (67,2% ; +33,8% sul 2022); interessante anche il "peso" sia della cultura, in particolare le visite ai Centri Storici (46% ; +19,4% sul 2022 e, in proporzione, +10,6% sulla media Italia), che dello shopping (19% ; +10,7% sul 2022 e +2,3% sulla media nazionale).

Passando ai comportamenti di consumo, si registra una spesa superiore per l'alloggio (70,17 euro al giorno; +30,2 euro sul 2022) che di contro, "frena" la spesa media giornaliera pro capite effettuata sul territorio (53,4 euro); uno scenario economico che riflette quello nazionale.

** ** *

Il sovra-campionamento realizzato per conto dell'Unioncamere Puglia ha permesso di restituire un **profilo più dettagliato del turista -tipo di ciascuna provincia.**

Bari:destinazione balneare ma che abbraccia un turismo trasversale

La situazione del turismo nella provincia rispecchia quella della regione: Bari attrae i turisti principalmente per il suo litorale (39%) ma anche per il patrimonio artistico-monumentale(26,3%) e naturalistico (19,2%).

Il 44,1% dei vacanzieri è influenzato da Internet nella scelta del soggiorno; i repeater si attestano a quota 18%.

A destinazione, si rafforza l'interesse naturalistico: il 69,3% fa escursioni e gite, il 56% anche al mare. Al di là delle attività tipicamente culturali, è interessante il dato relativo ai turisti che fanno degustazioni di prodotti enogastronomici locali (11%) altro prodotto della regione che va sempre più consolidandosi.

Parlando di consumi, merita evidenziare come Bari registri, dopo Brindisi, la spesa per l'alloggio più alta (74,2 euro al giorno) e di contro, la spesa media giornaliera più bassa (52,2 euro).

Brindisi: relax immersi nella natura e nelle acque del litorale

Brindisi è percepita dai turisti come la provincia ideale dove fare una vacanza di relax (27%); alcuni (11,3%) la ritengono facile da raggiungere grazie alla sua buona offerta di collegamenti (importante il ruolo giocato dal locale aeroporto), che contribuisce a ridurre lo "stress da viaggio". Parlando di turismi, spiccano quelli culturale (24%), naturalistico (16%) e balneare (15%); da notare anche la quota di turisti che, a destinazione, dichiara di essere ospite di amici e parenti (14%).

Internet influenza la scelta di quasi 4 turisti su 10 (36%), la quota di *repeaters* si attesta al 30%.

A destinazione, ci si dedica al relax facendo escursioni e gite a contatto con la natura (65%) o direttamente sulle spiagge del litorale(53,1%); in alternativa, si passeggia per i Centri Storici (29%).

Anche Brindisi registra una minore spesa media giornaliera (54,4 euro) a fronte di una spesa per l'alloggio (78,3 euro) che, nel confronto provinciale, è la più alta.

Foggia: tanti turismi diversi che spingono fortemente a tornare nella provincia

La provincia di Foggia viene preferita per la bellezza del mare (51%) e i paesaggi naturali (47%) ma anche per l'offerta legata a cultura (34%) e divertimento (33,1%); si conferma l'interesse dei turisti per la ricerca di prodotti enogastronomici tipici (25%) ed un 21% attratto dalla ristorazione d'eccellenza.

Da notare un 22,3% che è cliente abituale di una struttura ricettiva del posto; ne deriva una quota di turismo "attivo e fedele" che si contrappone ad un turismo in parte passivo, tra chi sceglie la destinazione sulla base della vicinanza geografica (20,1%) e chi è ospite di amici e parenti (13%).

Il 55% è **repeater**, quota provinciale più alta; riguardo i canali di comunicazione, il 32% è influenzato da Internet nella scelta del soggiorno.

Tra le principali attività svolte, spiccano gite al mare (84%) e visite ai Centri Storici (80%), seguite da escursioni e gite (58%) e shopping (40%).

Tra le province pugliesi, Foggia è quella in cui si spende meno per l'alloggio (65,4 euro), fenomeno influenzato, come detto, dal fatto che una forte componente della clientela è di tipo "familiare e/o di ritorno"; non stupisce, in questo senso, che la spesa media giornaliera sia la più bassa dell'intera regione (53,7 euro).

Lecce: un turismo trasversale per scoprire il territorio a 360°

"Cultura" (31,4%), "mare" (31%) e "natura" (27,3%) sono i prodotti della provincia di Lecce che attraggono maggiormente il turista.

Lecce registra, nel confronto provinciale, l'influenza maggiore di Internet sulla scelta del soggiorno turistico (46,4%); i *repeater* sono quasi 3 su 10 (25,2%).

A destinazione, però, l'interesse culturale scende al terzo posto: il 75,1% fa escursioni e gite, il 67% va al mare, il 40% visita i Centri Storici. Interessante l'11% emer-

gente che pratica attività sportive, rendendo ancora più trasversale la domanda turistica provinciale.

Parlando di consumi, Lecce è la provincia in cui si spende meno per l'alloggio, insieme a Foggia (67,9 euro); più bassa la spesa media giornaliera (52,4 euro) seppur in linea con il dato regionale.

Taranto: meta turistica balneare dove natura e cultura abbracciano lo sport

La provincia di Taranto viene prettamente associata dai vacanzieri al prodotto "mare" (48%), in alternativa alla "cultura" (27%); emergono poi interessi turistici trasversali quali eventi (17,3%; quota provinciale più alta), enogastronomia (16%), natura (15%) e sport (10,3%; quota provinciale più alta).

Il 42% dei turisti è influenzato da Internet, il 22,2% torna nella provincia per rivivere l'esperienza di vacanza.

A destinazione, la natura "batte" la cultura: si parla di un 65,2% che fa escursioni e gite contro un 20% che visita i Centri Storici; cresce anche, rispetto allo scenario motivazionale, l'interesse sportivo con attività dedicate svolte sul posto (16%).

Taranto si posiziona esattamente a metà del *ranking* provinciale, parlando della spesa per l'alloggio (71,6 euro); ne deriva un decremento della spesa media giornaliera per l'acquisto di beni e servizi (58,3 euro) sebbene questa sia più elevata della media regionale.

** ** *

ISNART ha recentemente avviato la sperimentazione di analisi di "Location Intelligence", un nuovo strumento per l'osservazione e la mappatura dei fenomeni turistici, che geolocalizza i dati mobile per identificare le differenti tipologie del turista sul territorio sulla base di interessi e preferenze (culturale, enogastronomico, naturalistico, sportivo o spirituale). L'analisi svolta nell'estate 2023 ha prodotto alcuni interessanti risultati per la Puglia che risulta:

- la **prima regione d'Italia per incidenza di turisti under 25** (pari al 10%) sul totale dei rilevati;
- la prima regione del Mezzogiorno (quindi isole incluse) per numero complessivo di turisti rilevati;
- la seconda regione del Sud (isole escluse) per incidenza di turisti stranieri, oltre il 25% sul totale dei rilevati.

Non sorprendenti evidenze emergono anche nel posizionamento di alcuni comuni pugliesi a particolare vocazione turistica, ed in particolare:

- il comune di San Giovanni Rotondo (FG) che ospita il Santuario di San Pio di Pietrelcina, risulta primo nella Top 10 nazionale del cluster turismo spirituale;
- Altamura, capitale del pane pugliese, al 35° posto nella graduatoria di tutti i comuni italiani per il cluster del turismo enogastronomico;
- Bari città è, invece, al 6° posto tra i comuni del Sud nel cluster turismo business;
- Polignano A Mare risulta il 7° comune del Sud nel cluster cicloturismo;
- Alberobello, sempre tra i comuni del Sud, è 15° nel cluster turismo culturale.