

I TREND DEL TURISMO IN PUGLIA NEL 2023



PRESENTAZIONE PER LA

BIT - Borsa Internazionale del Turismo

Milano | 5 febbraio 2024

a cura dell'Ufficio Osservatorio di Pugliapromozione



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

I TREND DEL TURISMO IN PUGLIA NEL 2023

OVERVIEW

- **Il movimento turistico negli esercizi ricettivi:** analisi dell'andamento regionale su dati Istat
- **Altri dati sul turismo in Puglia**
- **Brand Awareness e Prodotto Cultura:** le indagini di Yoodata
- **Il Turismo delle Radici:** l'approfondimento di Uniba e Tecnopolis
- **Il Prodotto Balneare:** il bollettino a cura di Risposte Turismo
- **Il turismo e i grandi eventi:** a cura di Lybra/Zucchetti
- **Travel Experience:** il sentiment sugli attrattori della Puglia secondo Data Appeal
- **La nuova Data Platform:** l'innovazione dei sistemi di consultazione on line dei dati sul movimento turistico



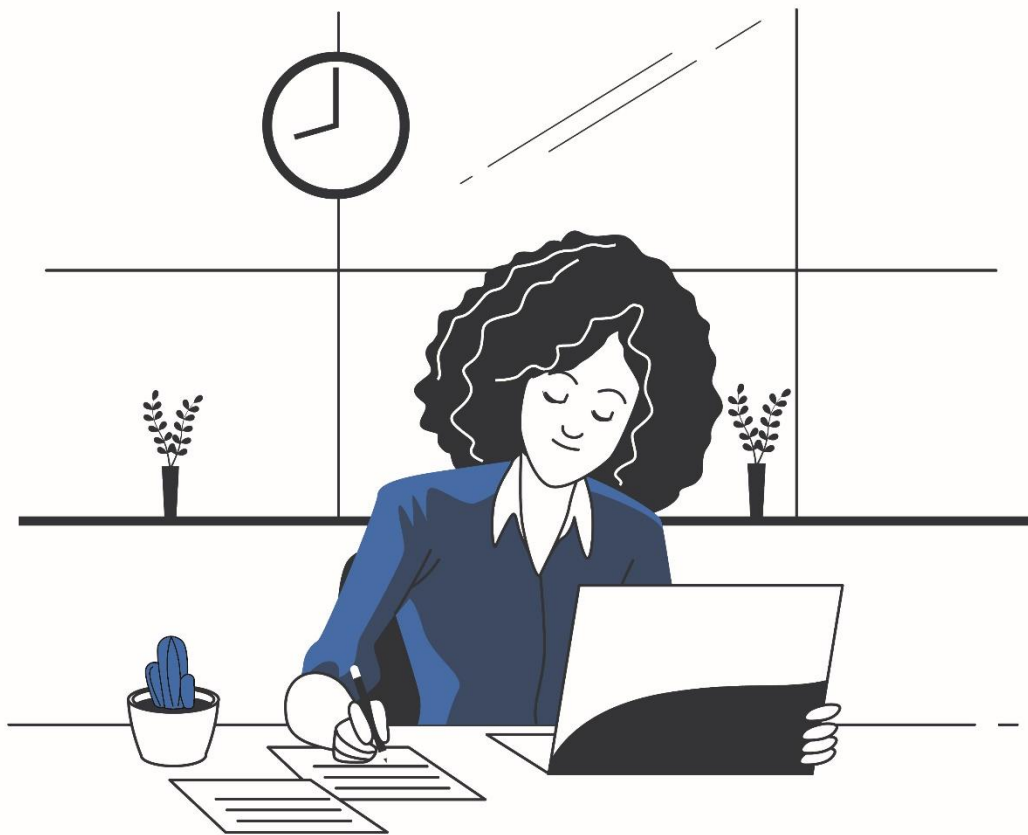
I TREND DEL TURISMO IN PUGLIA NEL 2023

IL MOVIMENTO TURISTICO

NEGLI ESERCIZI RICETTIVI:

analisi dell'andamento regionale
su dati Istat

FONTE: elaborazioni dell'Ufficio Osservatorio di Pugliapromozione su dati Istat/Spot (Sistema Puglia per l'Osservatorio Turistico). I dati del 2023 (al 29 gennaio 2024) sono da considerarsi provvisori e parziali e ricoprono l'87% dei posti letto regionali. Nei prossimi giorni del 2024 i dati continueranno ad aggiornarsi man mano che si completeranno le trasmissioni al sistema regionale da parte delle strutture ricettive ancora mancanti. Per omogeneità di analisi con gli anni precedenti sono stati considerati i dati provenienti dalle strutture ricettive del comparto alberghiero ed extralberghiero.



IL MOVIMENTO TURISTICO NEL 2023

I PRINCIPALI INDICATORI E LE VARIAZIONI % DEL 2023 RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE

Arrivi stranieri 1.565.000 (+22%)

Arrivi italiani 3.029.000 (+2%)

Arrivi totali 4.594.000 (+8%)

Presenze stranieri 4.988.000 (+16%)

Presenze italiani 11.400.000 (-1%)

Presenze totali 16.390.000 (+4%)

Permanenza media 3,5 NOTTI

Internazionalizzazione arrivi 34% IL TURISMO STRANIERO SUL TOTALE (+4 PUNTI IN UN ANNO)

Internazionalizzazione presenze 30% (+3 PUNTI RISPETTO AL 2022)

SUPERATI I 16,3MILIONI DI PRESENZE NEL 2023;

LA CRESCITA DEL TURISMO INTERNAZIONALE E' DEL +22% PER GLI ARRIVI E DEL +16% PER LE PRESENZE;

IL BILANCIO TURISTICO COMPLESSIVO DI FINE ANNO SI ATTESTA AL +8% DEGLI ARRIVI E IL +4% DELLE PRESENZE;

L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEGLI ARRIVI (LA QUOTA DI STRANIERI SUL TOTALE) PASSA DAL 29% AL 34% NELL'ARCO DI UN ANNO E NONOSTANTE L'ANDAMENTO DEL TURISMO NAZIONALE SIA RIMASTO PRESSOCHÉ STAZIONARIO (+2% GLI ARRIVI E -1% LE PRESENZE);

POSITIVO IL TREND ESTIVO: +3% GLI ARRIVI E +0,5% LE PRESENZE DA GIUGNO A SETTEMBRE 2023 RISPETTO AL 2022;

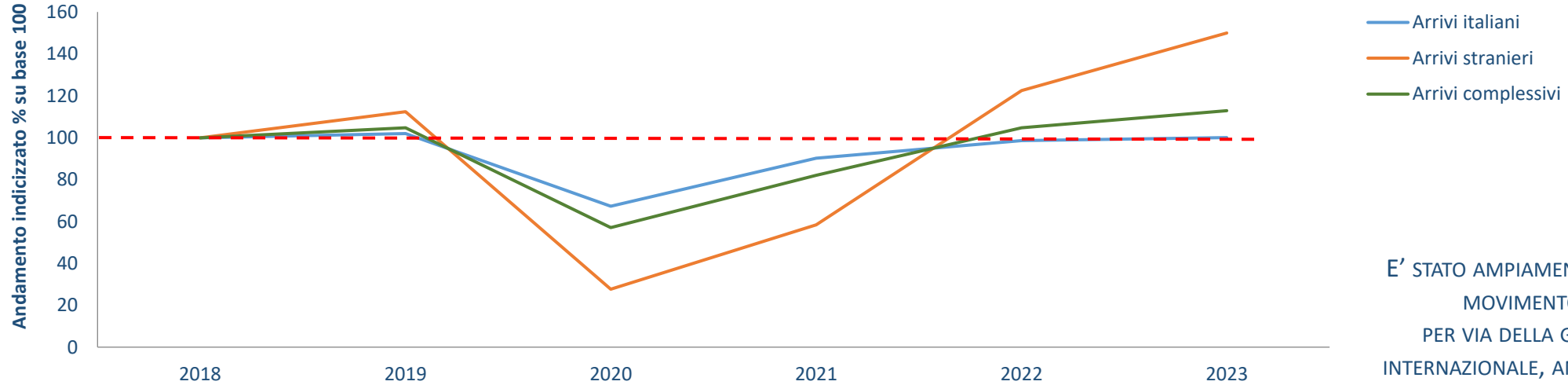
L'INCREMENTO DELL'INCOMING (ARRIVI) DA OTTOBRE A DICEMBRE E' DEL +10% E DEL +5% PER I PERNOTTAMENTI/PRESENZE.

Note: arrotondamenti alle centinaia.

IL TREND TURISTICO 2019 - 2023

Trend Arrivi

Numero indice 2018 = 100



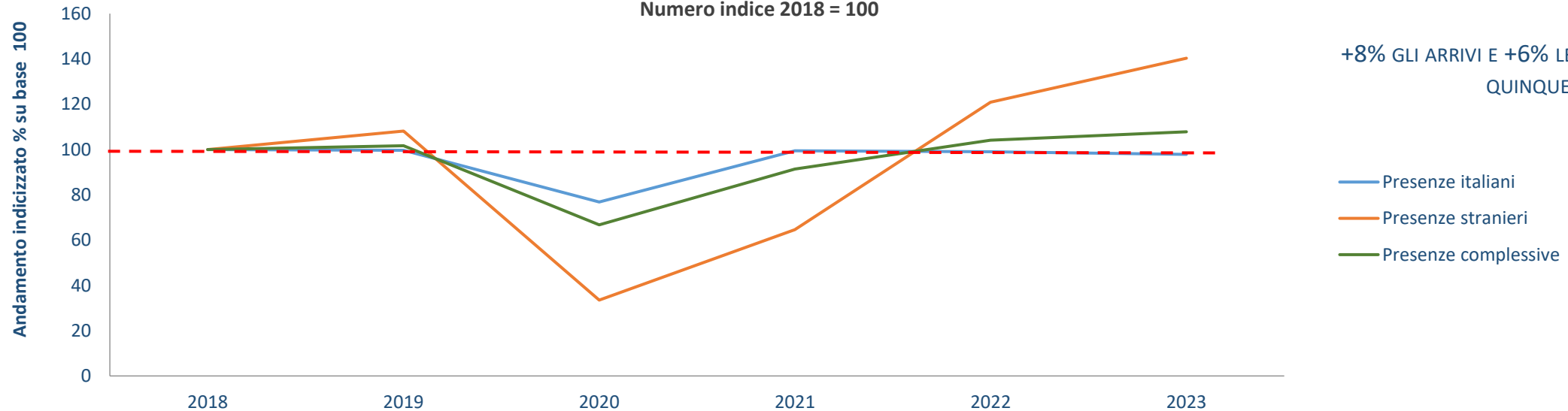
— Arrivi italiani
— Arrivi stranieri
— Arrivi complessivi

E' STATO AMPIAMENTE RECUPERATO E SUPERATO IL MOVIMENTO TURISTICO DEL 2019 PER VIA DELLA GRAN RIPRESA DEL TURISMO INTERNAZIONALE, ANCHE DI LUNGO RAGGIO: +34% GLI ARRIVI E +30% LE PRESENZE NEL 2023 RISPETTO AL 2019.

+8% GLI ARRIVI E +6% LE PRESENZE TOTALI NEL QUINQUENNIO.

Trend Presenze

Numero indice 2018 = 100

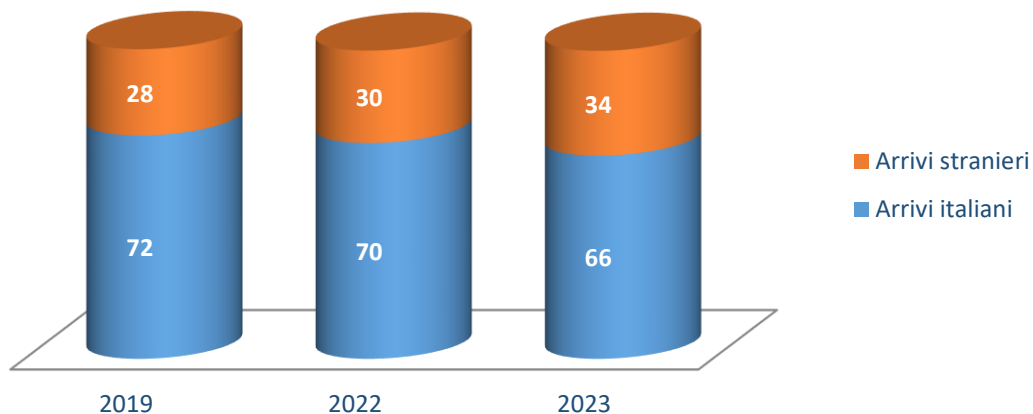


— Presenze italiani
— Presenze stranieri
— Presenze complessive

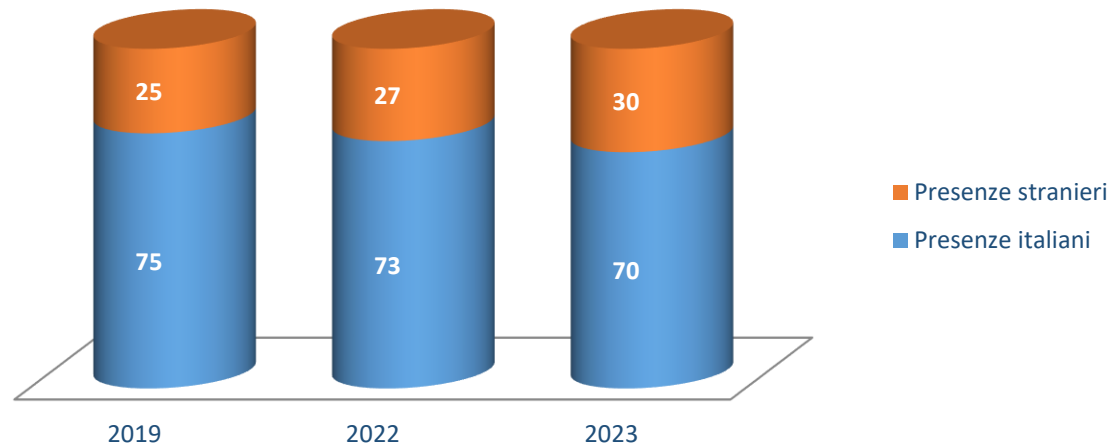


L'INTERNAZIONALIZZAZIONE E LA DESTAGIONALIZZAZIONE

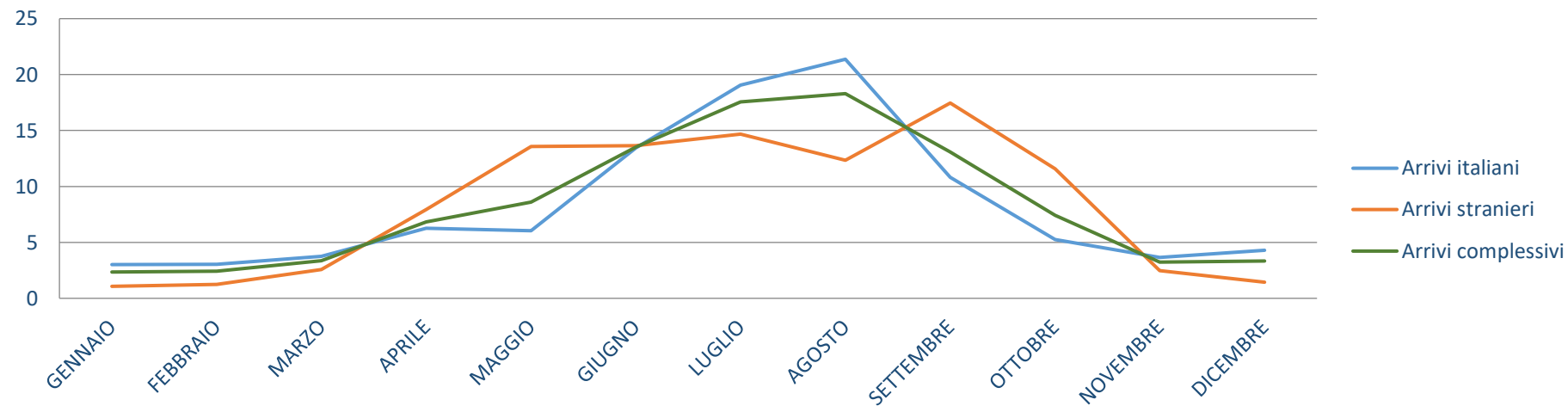
Quota % di italiani e stranieri sul totale arrivi



Quota % di italiani e stranieri sul totale presenze



Quota % mensile per provenienza (2023)

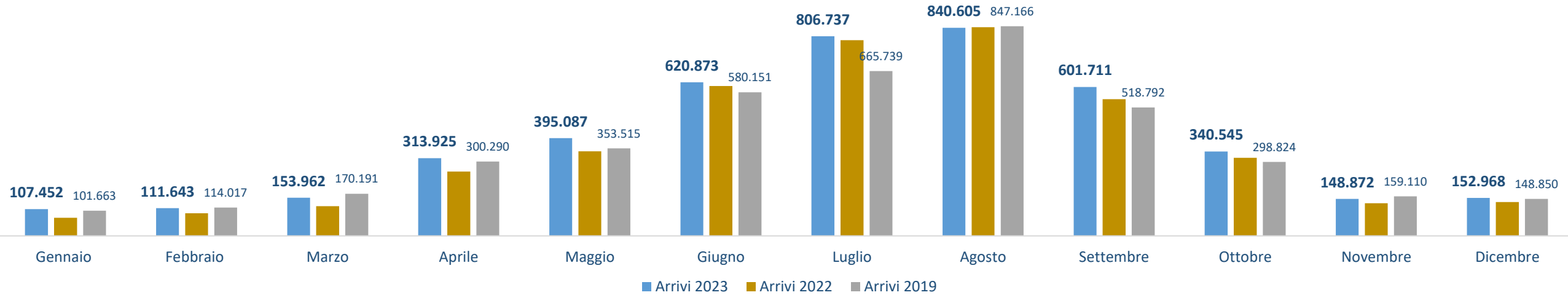


IL TASSO D'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELL'INCOMING RAGGIUNGE IL 34% DEL TOTALE FLUSSI NEL 2023 (IL 30% PER LE PRESENZE).

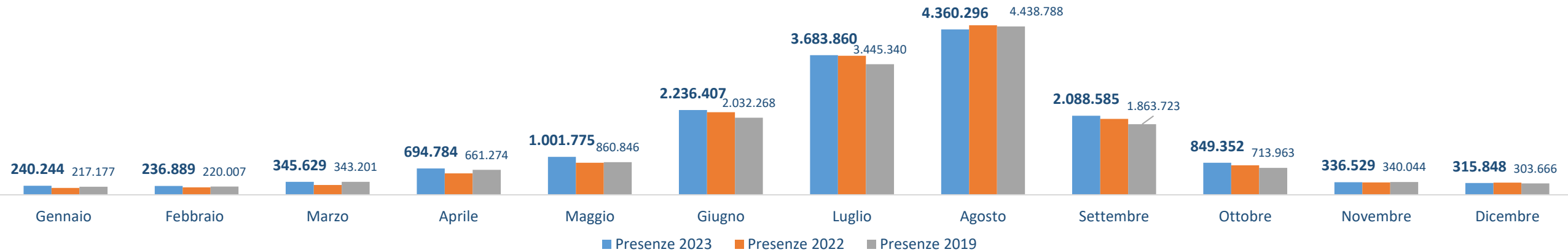
IL PICCO DEI VIAGGI INTERNAZIONALI SI REGISTRA NEL MESE DI LUGLIO E SETTEMBRE MA PROSEGUONO ANCHE PER TUTTO OTTOBRE MENTRE I TURISTI ITALIANI CONTINUANO A PREDILIGERE I SOGGIORNI NEI MESI DI AGOSTO E LUGLIO.

ANDAMENTO MENSILE

Arrivi 2019-2022-2023

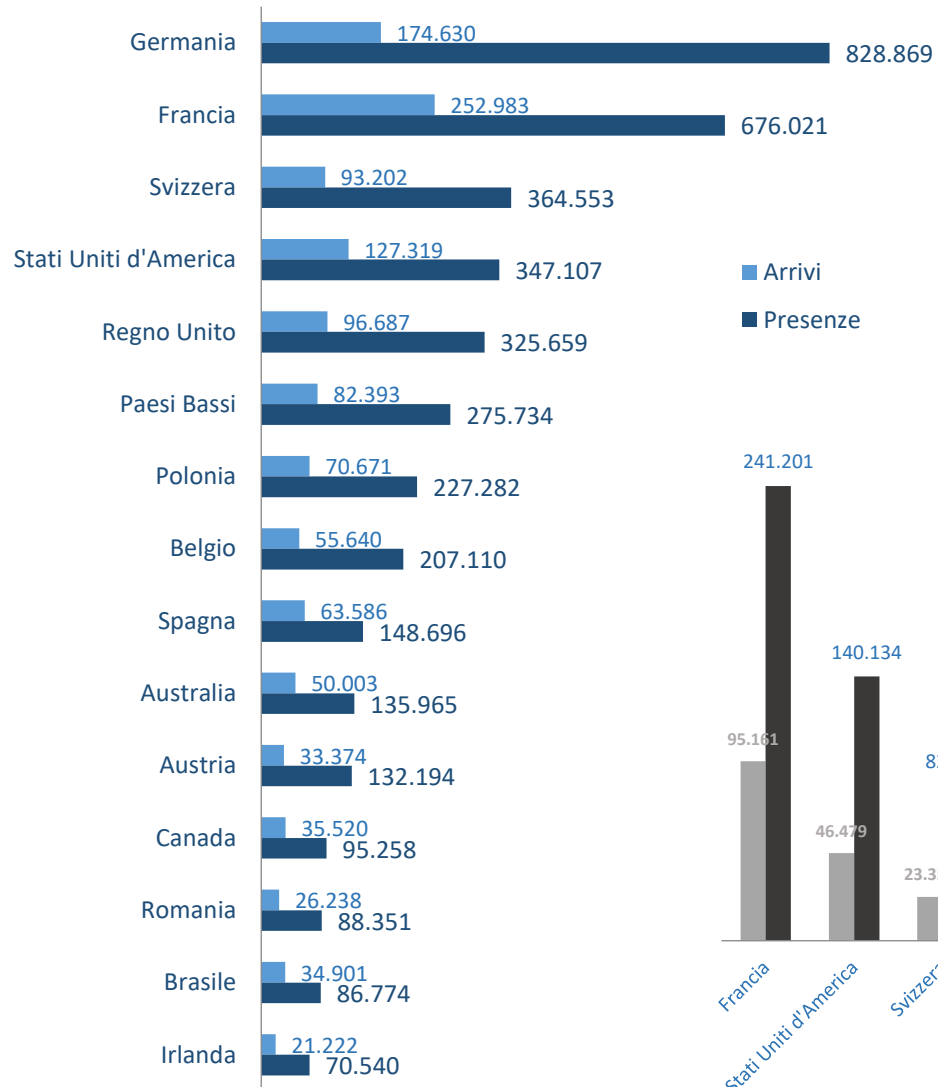


Presenze 2019-2022-2023



LA DOMANDA STRANIERA

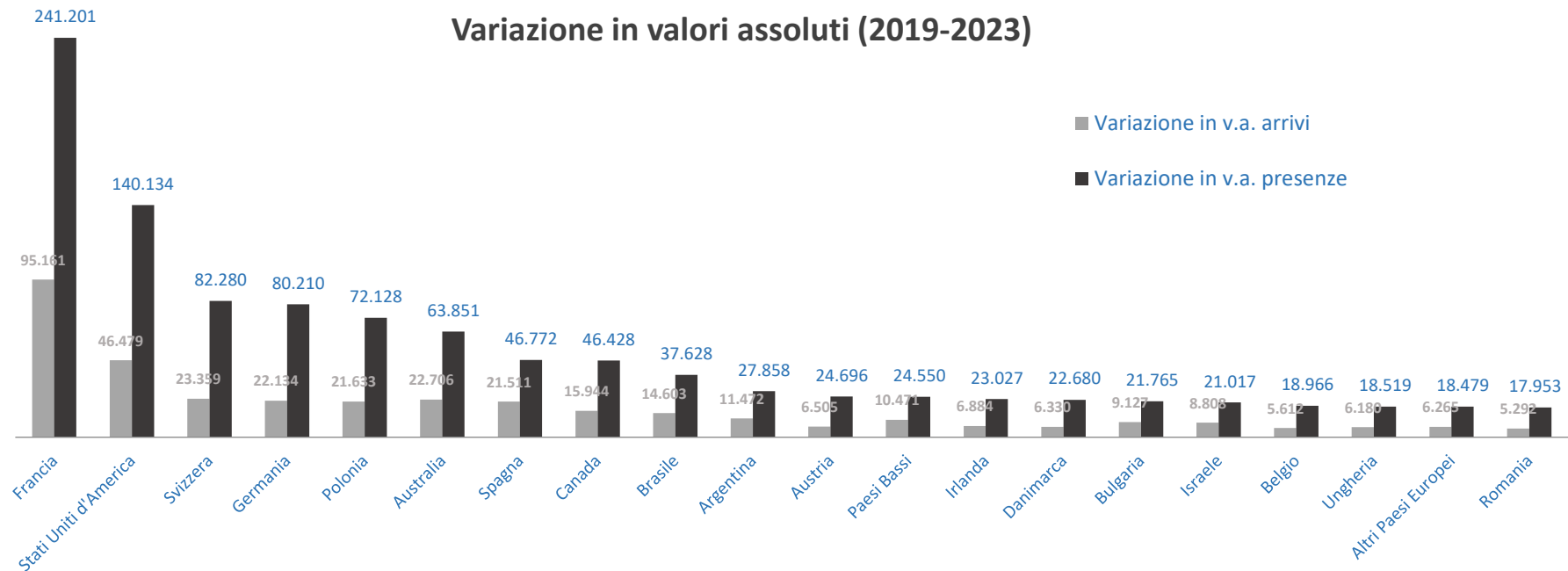
Top 15 per arrivi e presenze (2023)



GERMANIA, FRANCIA, SVIZZERA, STATI UNITI E REGNO UNITO SI CONFERMANO AI VERTICI DEL RANKING PER QUANTITA' DI NOTTE TRASCORSE IN PUGLIA E RAPPRESENTANO ASSIEME IL 50% DEL MOVIMENTO TURISTICO INTERNAZIONALE.

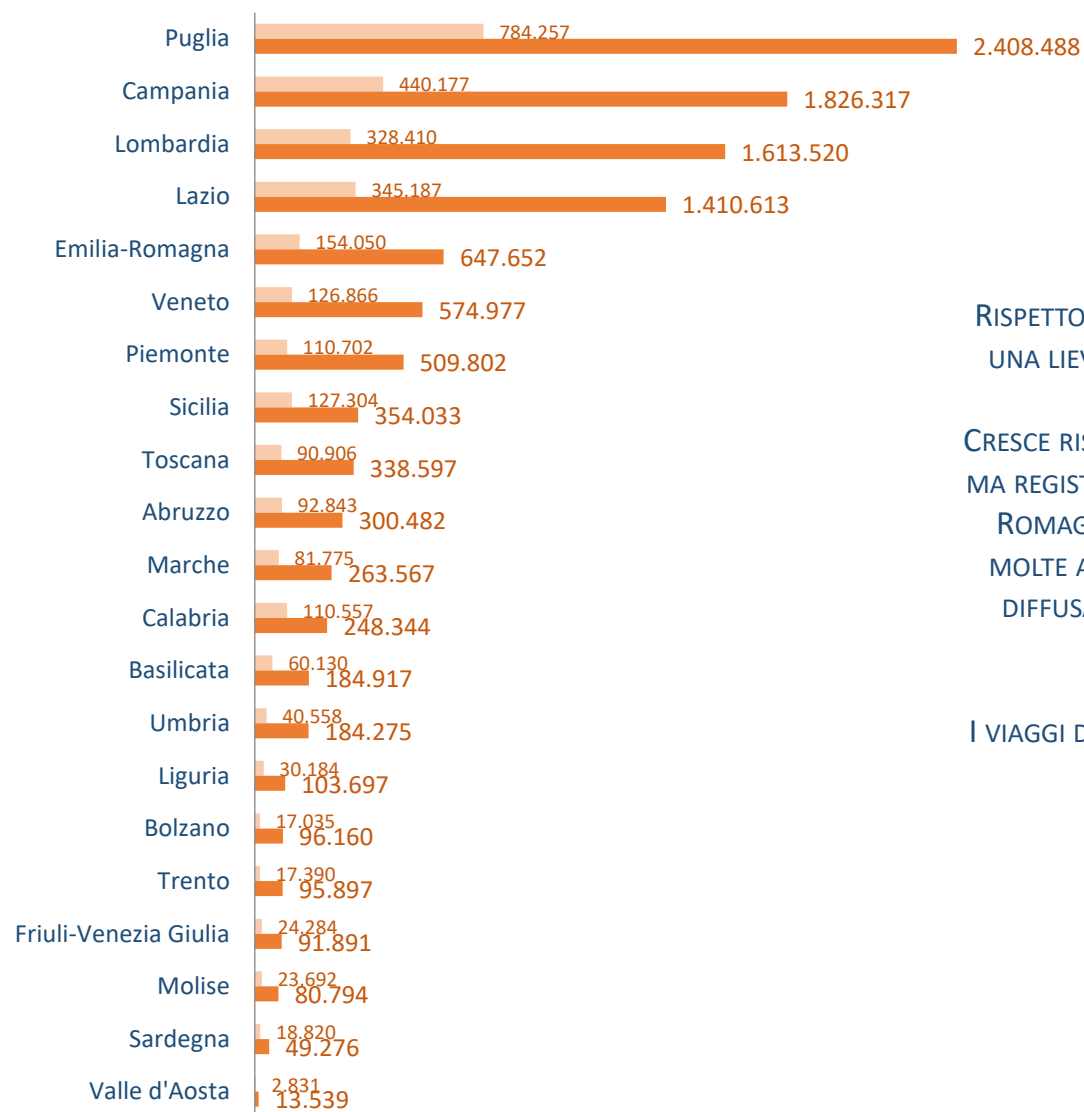
RISPETTO AL 2019 CRESCE CON PARTICOLARE INTENSITA' LA DOMANDA PROVENIENTE DA FRANCIA, STATI UNITI, SVIZZERA, GERMANIA E POLONIA MA ANCHE DA ALTRI IMPORTANTI MERCATI EXTRA EUROPEI: AUSTRALIA, CANADA, BRASILE E ARGENTINA.

Variazione in valori assoluti (2019-2023)



LA DOMANDA NAZIONALE

Classifica arrivi e presenze dall'Italia (2023)



RISPETTO AL 2022 LA DOMANDA NAZIONALE IN PUGLIA E' AUMENTATA DEL +2% PER GLI ARRIVI A FRONTE DI UNA LIEVE CONTRAZIONE DELLE PRESENZE DEL -1% MENTRE SUL 2019 LA RIDUZIONE E' DI CIRCA IL -1,5%.

CRESCE RISPETTO AL PERIODO PRE PANDEMICO IL MOVIMENTO TURISTICO PROVENIENTE DA PUGLIA E CAMPANIA MA REGISTRANO DECREMENTI TRA IL 5 E L'8% ALCUNE REGIONI DEL NORD: PIEMONTE, LOMBARDIA ED EMILIA ROMAGNA, ANCHE COME CONSEGUENZA DI UNA RIDUZIONE DELLA COMPONENTE BUSINESS PER VIA DELLE MOLTE ATTIVITA' LAVORATIVE DELEGATE ALLO SMART WORKING E ALLA MODALITA' D'INCONTRO DA REMOTO DIFFUSASI DURANTE LA PANDEMIA, OLTRE A UNA GENERALE CONTRAZIONE DEL POTERE D'ACQUISTO DEGLI ITALIANI LEGATA A INFLAZIONE E CARO-VITA.

I VIAGGI DEI PUGLIESI ALL'INTERNO DELLA REGIONE RAPPRESENTANO ANCHE NEL 2023 IL 25% DEL TOTALE DEL MOVIMENTO TURISTICO NAZIONALE.

L'ANDAMENTO PROVINCIALE

TREND POSITIVO PER TUTTE LE PROVINCE TRA IL 2022 E IL 2023

FOGGIA 2023

ARRIVI = 961.300
PRESENZE = 4.292.300

VARIAZIONE 2022/2023

ARRIVI = +3%
PRESENZE = +0,5%

VARIAZIONE 2019/2023

ARRIVI = -0,2%
PRESENZE = -1,5%

BAT 2023

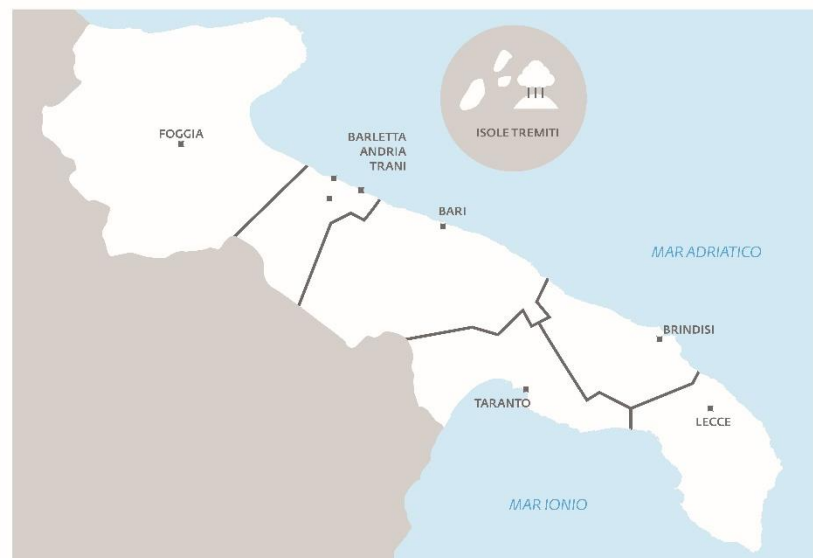
ARRIVI = 177.600
PRESENZE = 391.400

VARIAZIONE 2022/2023

ARRIVI = +3%
PRESENZE = +1%

VARIAZIONE 2019/2023

ARRIVI = +2,5%
PRESENZE = +1%



BARI 2023

ARRIVI = 1.313.400
PRESENZE = 3.123.700

VARIAZIONE 2022/2023

ARRIVI = +12%
PRESENZE = +6,5%

VARIAZIONE 2019/2023

ARRIVI = +10%
PRESENZE = +16%

TARANTO 2023

ARRIVI = 308.000
PRESENZE = 1.209.800

VARIAZIONE 2022/2023

ARRIVI = +4%
PRESENZE = +0,1%

VARIAZIONE 2019/2023

ARRIVI = -5%
PRESENZE = -3%

BRINDISI 2023

ARRIVI = 590.000
PRESENZE = 2.189.900

VARIAZIONE 2022/2023

ARRIVI = +9%
PRESENZE = +4,5%

VARIAZIONE 2019/2023

ARRIVI = +16,5%
PRESENZE = +10,5%

LECCE 2023

ARRIVI = 1.239.100
PRESENZE = 5.173.700

VARIAZIONE 2022/2023

ARRIVI = +8%
PRESENZE = +5%

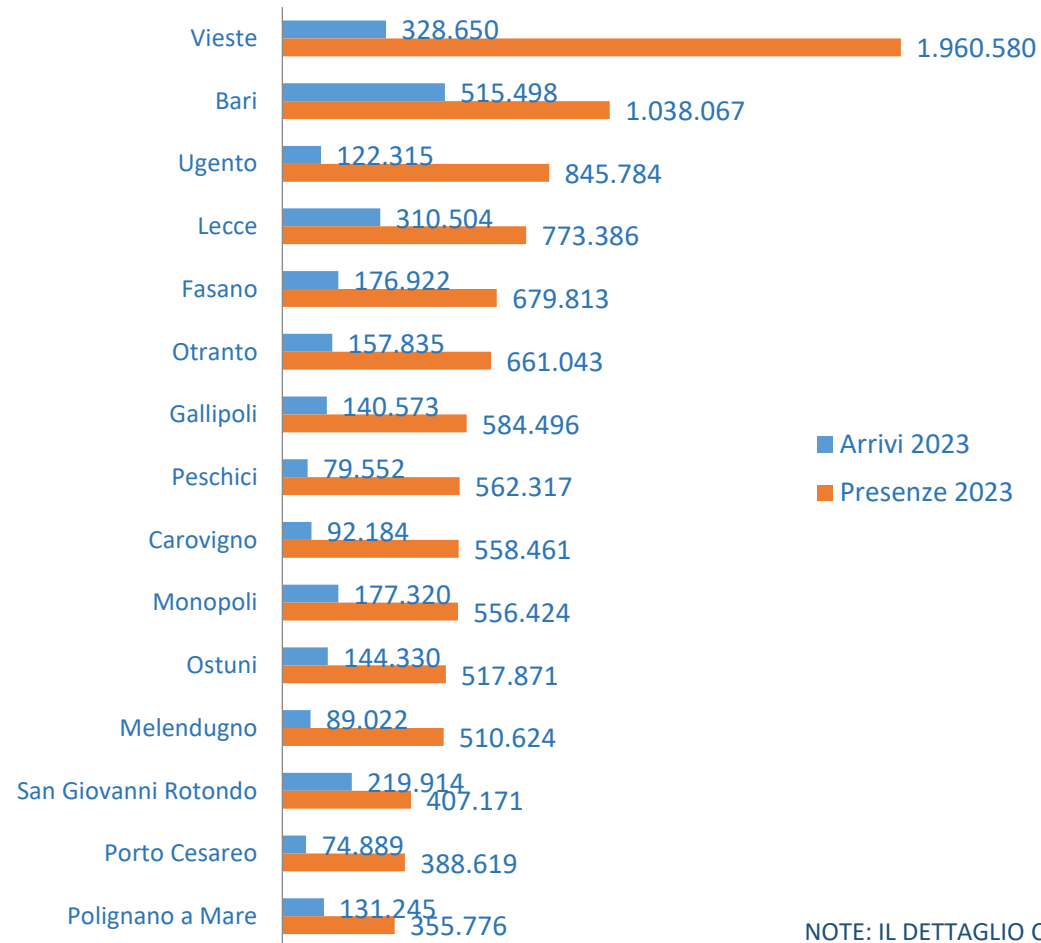
VARIAZIONE 2019/2023

ARRIVI = +15%
PRESENZE = +8,5%

Note: arrotondamenti alle centinaia.

LE PRINCIPALI DESTINAZIONI

Top 15: arrivi e presenze nei comuni pugliesi



L'ANDAMENTO COMUNALE RISPETTO AL 2022 E AL 2019 EVIDENZIA INCREMENTI SUPERIORI AL 15% PER ALCUNI COMUNI A FORTE VOCAZIONE BALNEARE, IN PARTICOLARE MONOPOLI E POLIGNANO, SEGUONO GALLIPOLI E PORTO CESAREO;

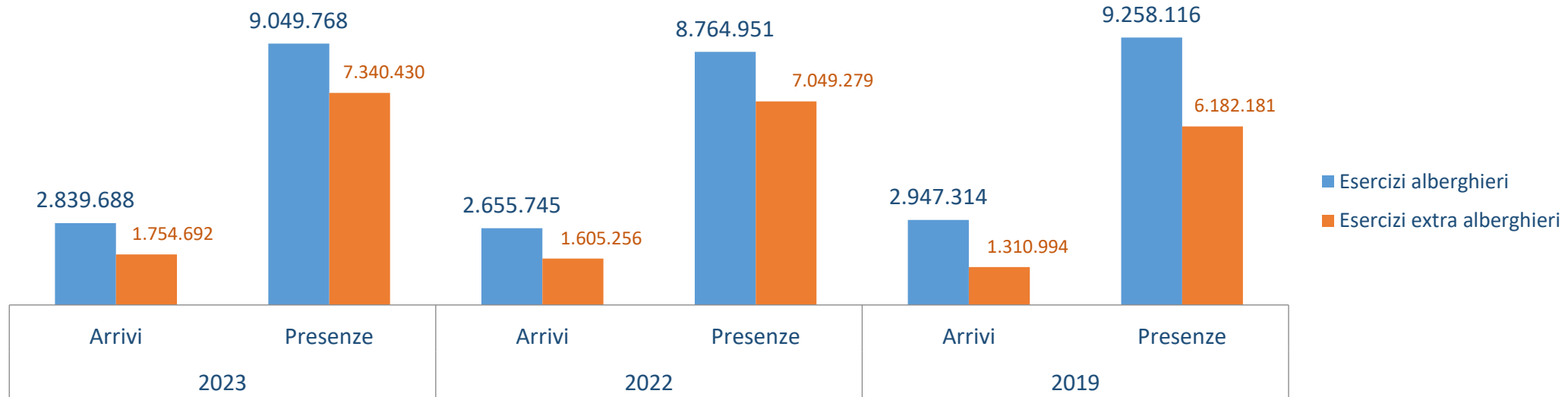
BUONI RISULTATI ANCHE PER LE CITTA' CHE REGISTRANO NEL CASO DI BARI IL +10% IN MEDIA DI ARRIVI E PRESENZE, LECCE (+11%) E SAN GIOVANNI ROTONDO (+15%).

NOTE: IL DETTAGLIO COMUNALE COMPLESSIVO VERRA' DIVULGATO AL TERMINE DELLA RACCOLTA DEI DATI E A SEGUITO DELLA CONVALIDA DA PARTE DELL'ISTAT.

IL MOVIMENTO TURISTICO PER COMPARTO

Arrivi e presenze per comparto

Anni (2019-2023)

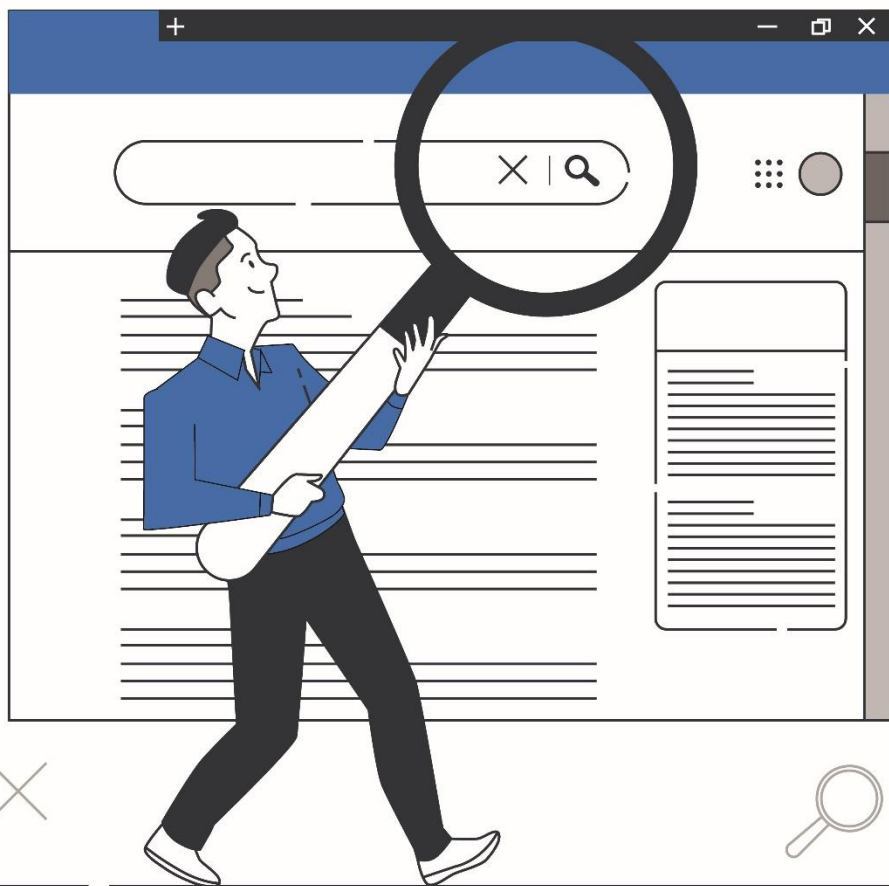


TRA IL 2022 E IL 2023 CRESCONO ENTRAMBI I COMPARTI:
+7% GLI ARRIVI NELL'ALBERGHIERO E +9% NELL'EXTRALBERGHIERO.
+3% LE PRESENZE NELL'ALBERGHIERO E +4% NELL'EXTRALBERGHIERO.

RISPETTO AL 2019 LA VARIAZIONE E' DEL -3% PER L'ALBERGHIERO CHE RISENTE MAGGIORMENTE DEGLI EFFETTI DELLA CONTRAZIONE DELLA DOMANDA NAZIONALE E DEL CALO REGISTRATO NELLE STRUTTURE DI CATEGORIA 3, 2 E 1 STELLA.

NEL COMPLESSO IL MOVIMENTO TURISTICO E' CRESCIUTO DEL +8% PER GLI ARRIVI E DEL +6% PER LE PRESENZE DAL 2023 AL 2019.

I TREND DEL TURISMO IN PUGLIA NEL 2023

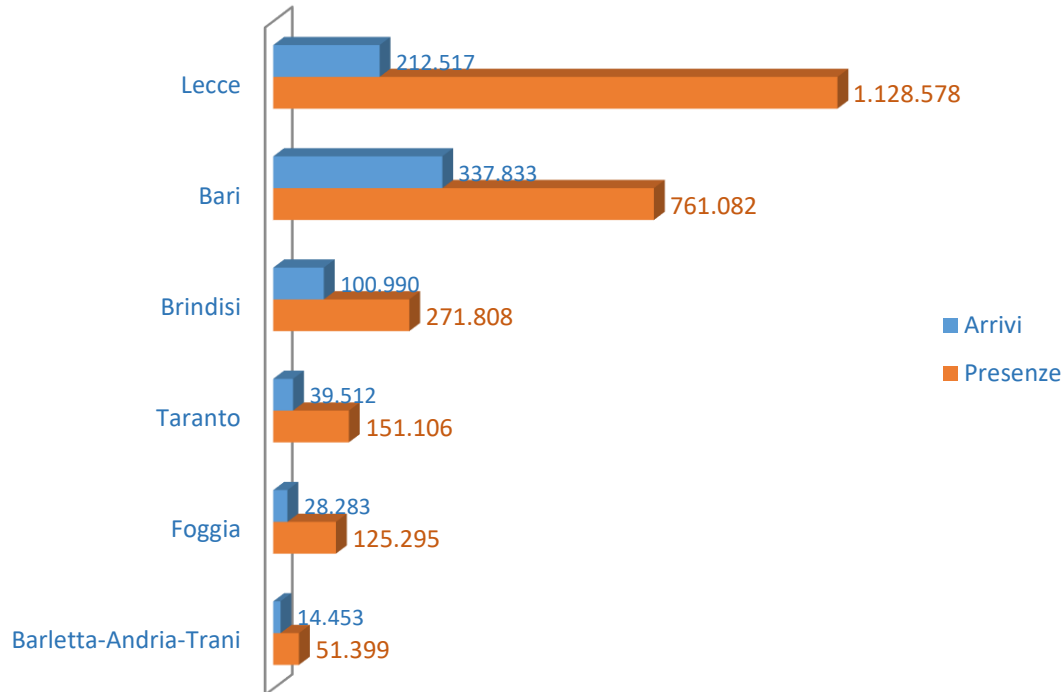


ALTRI DATI

SUL TURISMO IN PUGLIA

LE LOCAZIONI TURISTICHE

Arrivi e presenze nelle LT (Locazioni turistiche) 2023



DALL'INTRODUZIONE DEL CIS (CODICE IDENTIFICATIVO STRUTTURA) E A PARTIRE DAL 2021 LA REGIONE PUGLIA RACCOGLIE ANCHE I DATI SUL MOVIMENTO TURISTICO NELLE LOCAZIONI TURISTICHE (LT) DELLA REGIONE, PROMUOVENDO LA REGOLARIZZAZIONE E L'IDENTIFICAZIONE DEGLI APPARTAMENTI UTILIZZATI CON FINALITA' TURISTICHE.

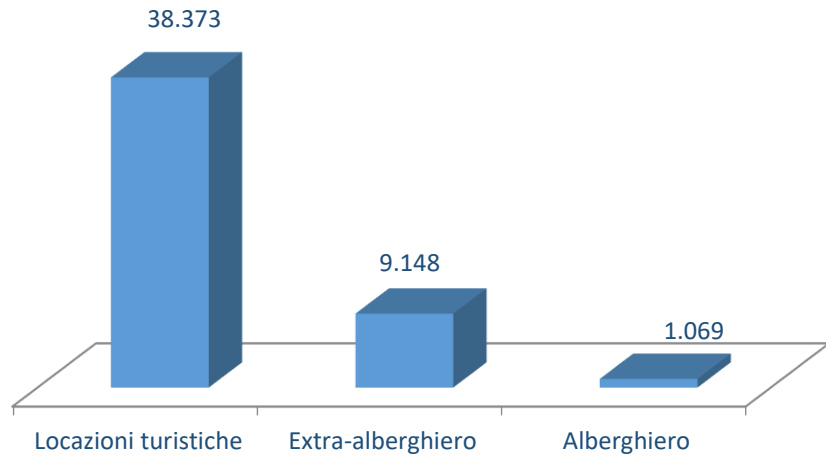
NEL 2023 SONO STATI REGISTRATI 733MILA ARRIVI E 2,5MILIONI DI PRESENZE, CON UNA DURATA MEDIA DEL SOGGIORNO DI TRE NOTTI.

LE LT VENGONO UTILIZZATE SOPRATTUTTO DAGLI STRANIERI: LA QUOTA E' DEL 40%, SEI PUNTI PIU' ELEVATA RISPETTO ALLA MEDIA REGIONALE RILEVATA NELL'ALBERGHIERO E NELL'EXTRALBERGHIERO (34%).

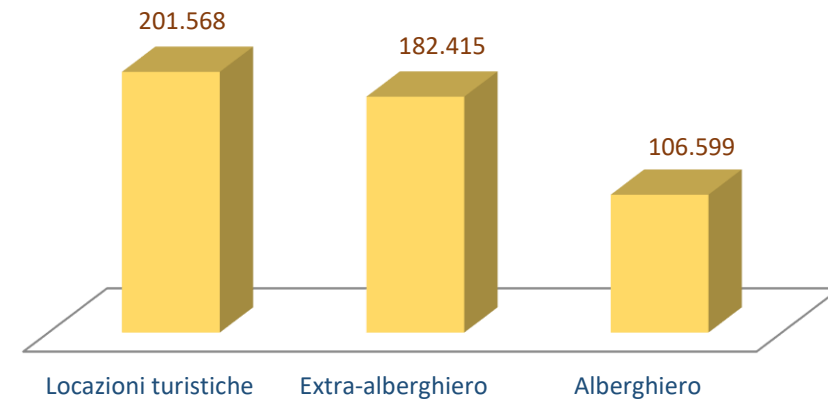
PER NUMEROSITA' DELLE PRESENZE, IN VETTA, VI SONO LE PROVINCE DI LECCE (1,1MILIONI) E BARI (761MILA) CHE SI CLASSIFICA INVECE AL PRIMO POSTO PER ARRIVI (337MILA).

NOTE: IL TASSO DI TRASMISSIONE DEI DATI PER LE LT E' DEL 68-70%.

Numero strutture



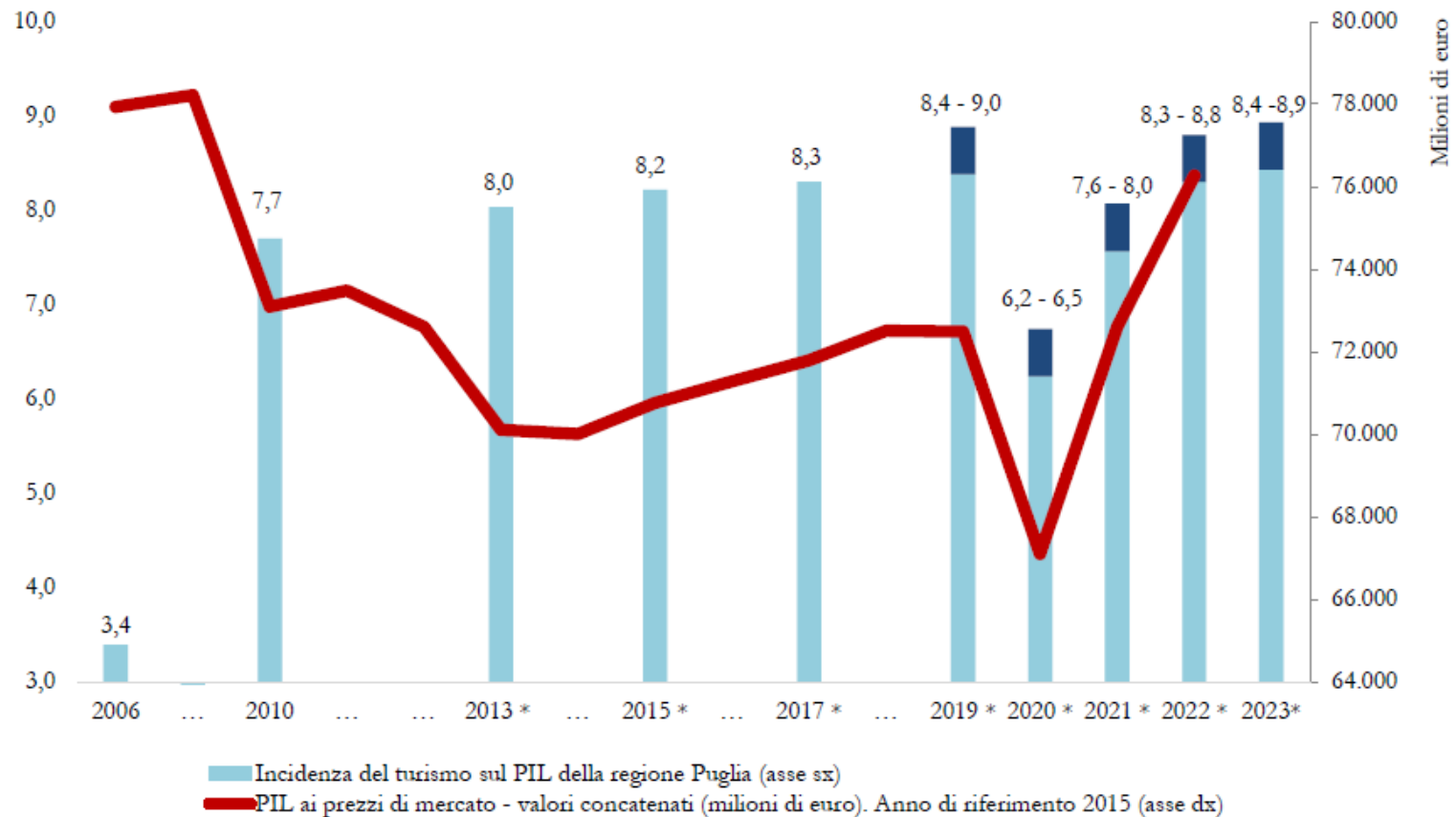
Posti letto



NEL 2023 L'OFFERTA RICETTIVA E' COMPOSTA DA PIU' DI 38MILA LOCAZIONI TURISTICHE PER UN TOTALE DI CIRCA 201MILA POSTI LETTO, DA 9MILA STRUTTURE RICETTIVE DELL'EXTRALBERGHIERO (B&B, CAMPEGGI, VILLAGGI, AFFITTACAMERE, ECC.) PER 182MILA POSTI LETTO E DA OLTRE MILLE STRUTTURE ALBERGHIERE PER PIU' DI 106MILA POSTI LETTO.

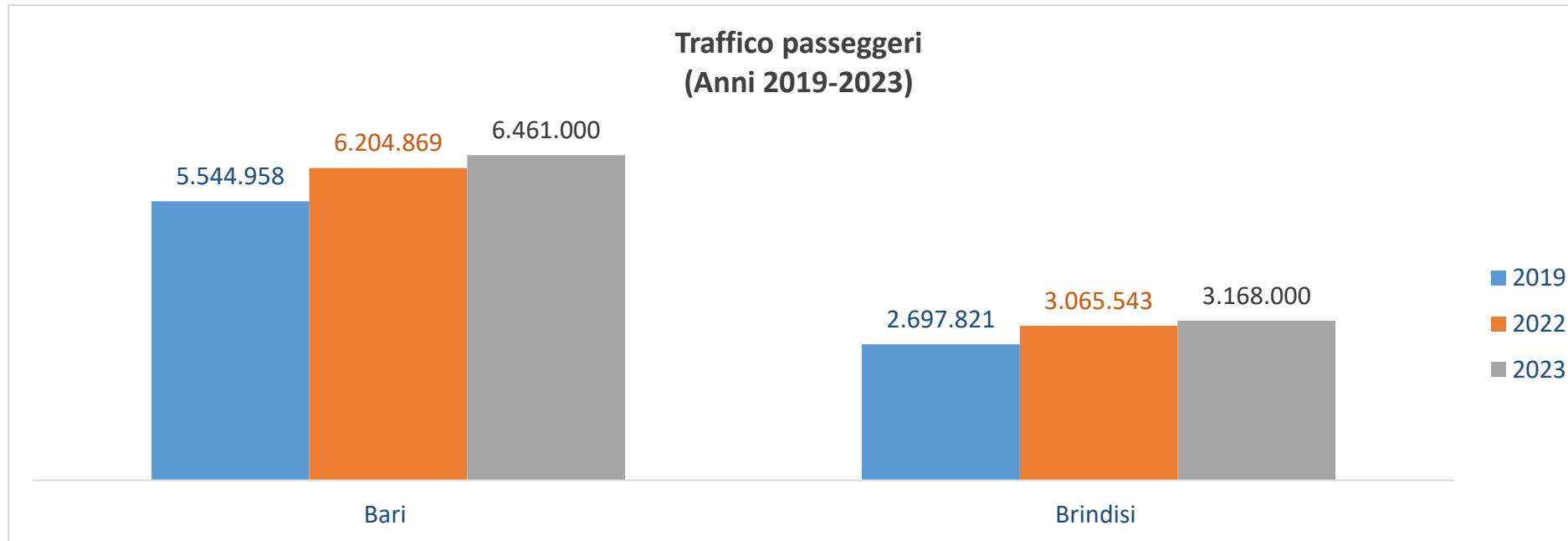
FONTE:DATI PROVENIENTI DAL DESTINATION MANAGEMENT SYSTEM (DMS) DI PUGLIAPROMOZIONE, STRUTTURE RICETTIVE REGistrate CON CIS (CODICE IDENTIFICATIVO STRUTTURA) AL DMS NEL 2023.

L'INCIDENZA DEL PIL TURISTICO



FONTE: ELABORAZIONI E STIME IPRES SU DATI ISTAT, PUGLIAPROMOZIONE AGENZIA REGIONALE DEL TURISMO.

I PASSEGGERI NEGLI SCALI PUGLIESI



FONTE: DATI ENAC/AEREOPORTI DI PUGLIA

NEL 2023 IL GINO LISA DI FOGGIA REGISTRA CIRCA 49MILA PASSEGGERI

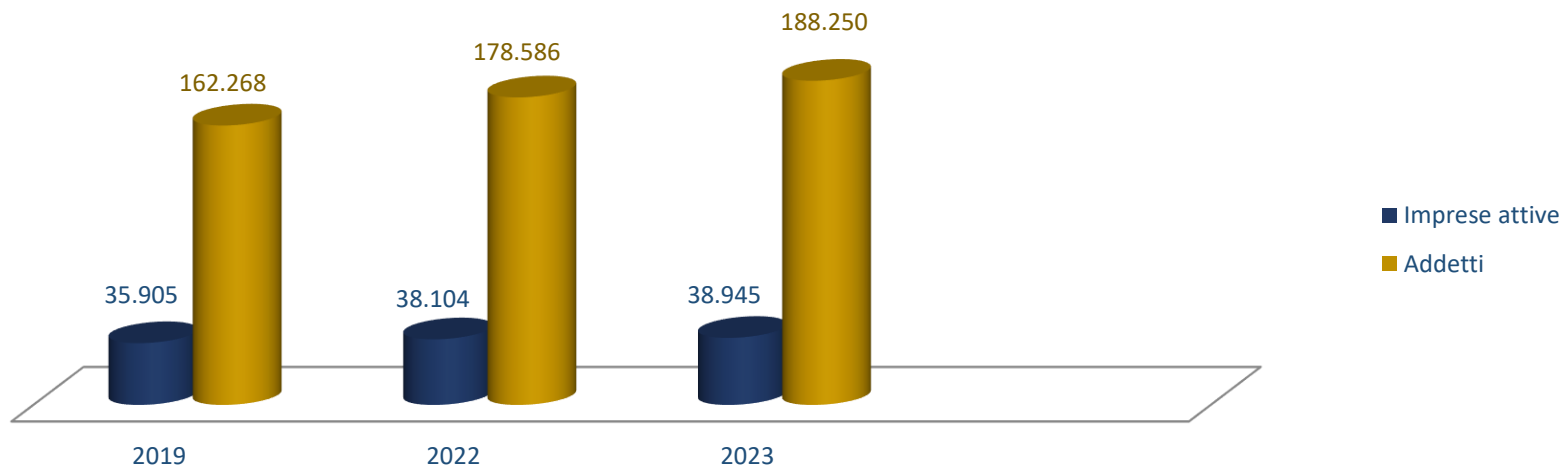
E' POSITIVO ANCHE IL TREND DEI PASSEGGERI NEGLI SCALI PUGLIESI

BARI 2023
6.461.000 PASSEGGERI
VARIAZIONE 2022/2023
+4%
VARIAZIONE 2019/2023
+16%

BRINDISI 2023
3.065.543 PASSEGGERI
VARIAZIONE 2022/2023
+3%
VARIAZIONE 2019/2023
+17%

IMPRESE E ADDETTI

Imprese attive e addetti del comparto turistico

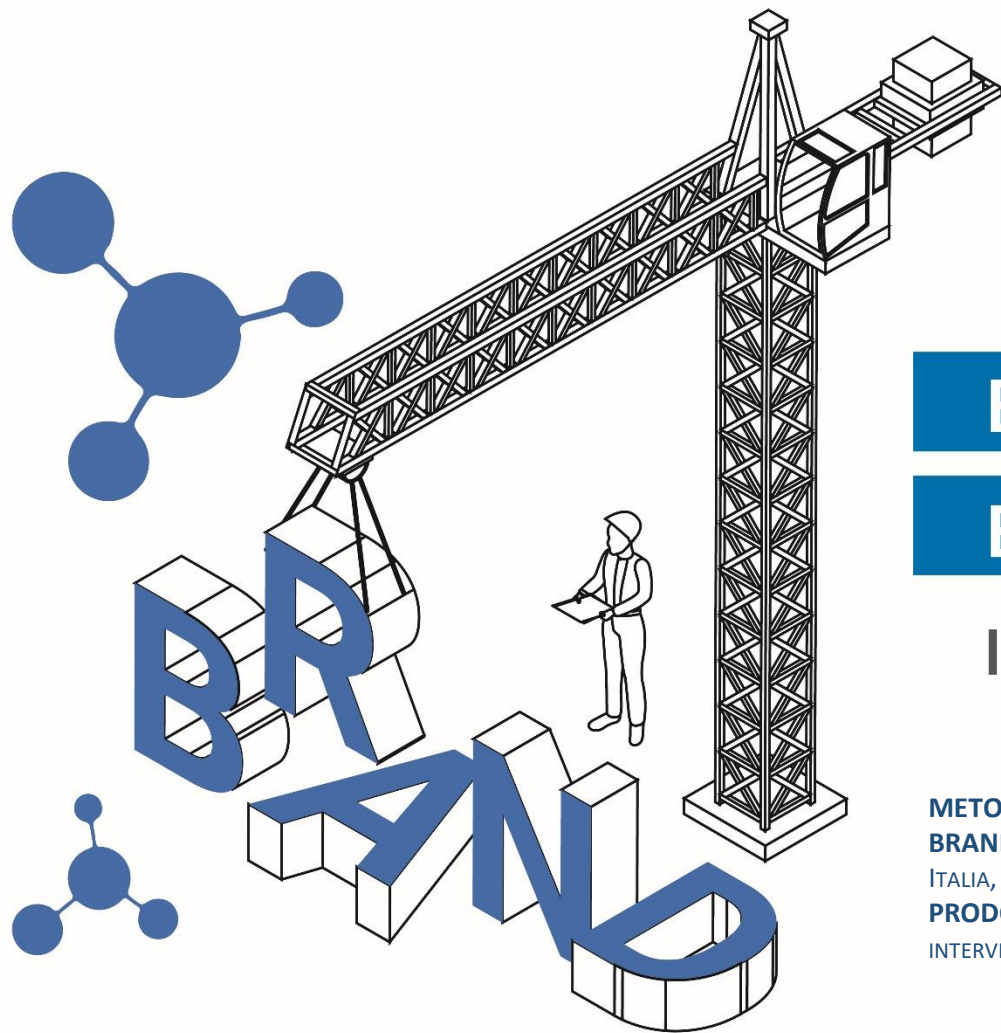


FONTE: DATI CAMERE DI COMMERCIO – (I) ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI ALLOGGIO E DI RISTORAZIONE) + (N) NOLEGGIO, AGENZIE DI VIAGGIO + (R) ATTIVITÀ ARTISTICHE, SPORTIVE, DI INTRATTENIMENTO E DIVERTIMENTO.

DAL 2022 AL 2023 LE IMPRESE ATTIVE SUL TERRITORIO SONO CRESCIUTE DEL +2% MENTRE IL NUMERO DEGLI ADDETTI E' AUMENTATO DEL +5%.

RISPETTO AL 2019 LE IMPRESE REGISTRANO IL +8% E GLI ADDETTI IL +16%.

I TREND DEL TURISMO IN PUGLIA NEL 2023



BRAND AWARENESS

E PRODOTTO CULTURA:

le indagini di Yoodata

METODOLOGIA DELL'ANALISI QUANTITATIVA:

BRAND - 4.049 INTERVISTE CAWI (COMPUTER ASSISTED WEB INTERVIEW). MERCATI: 500 INTERVISTE A TURISTI PROVENIENTI DA ITALIA, FRANCIA, REGNO UNITO E DAI MERCATI EMERGENTI CANADA, POLONIA E AUSTRALIA.

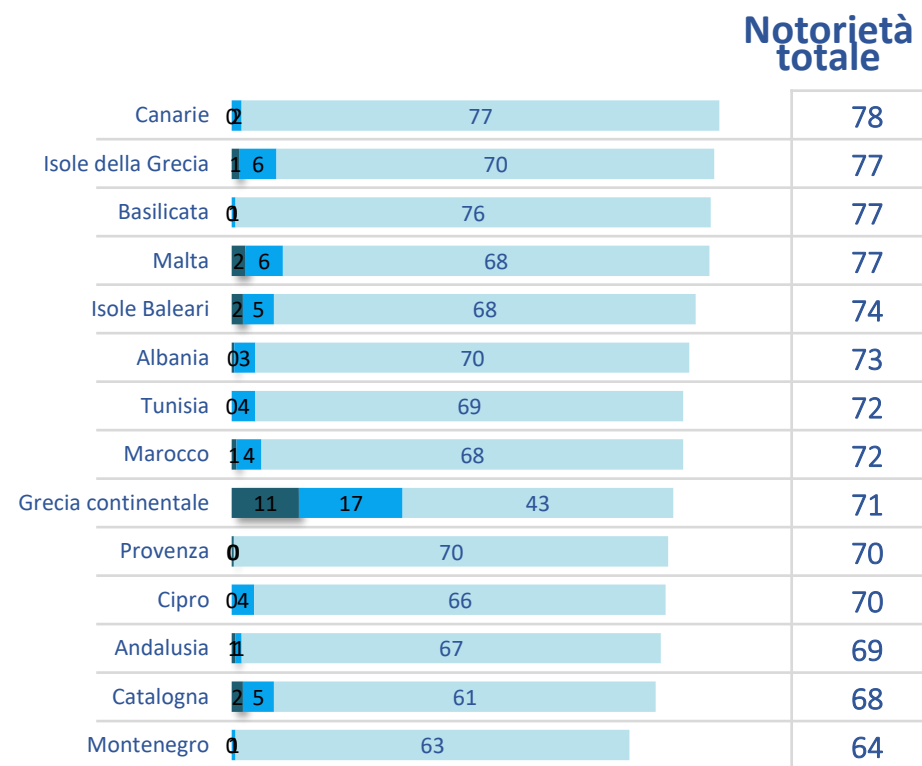
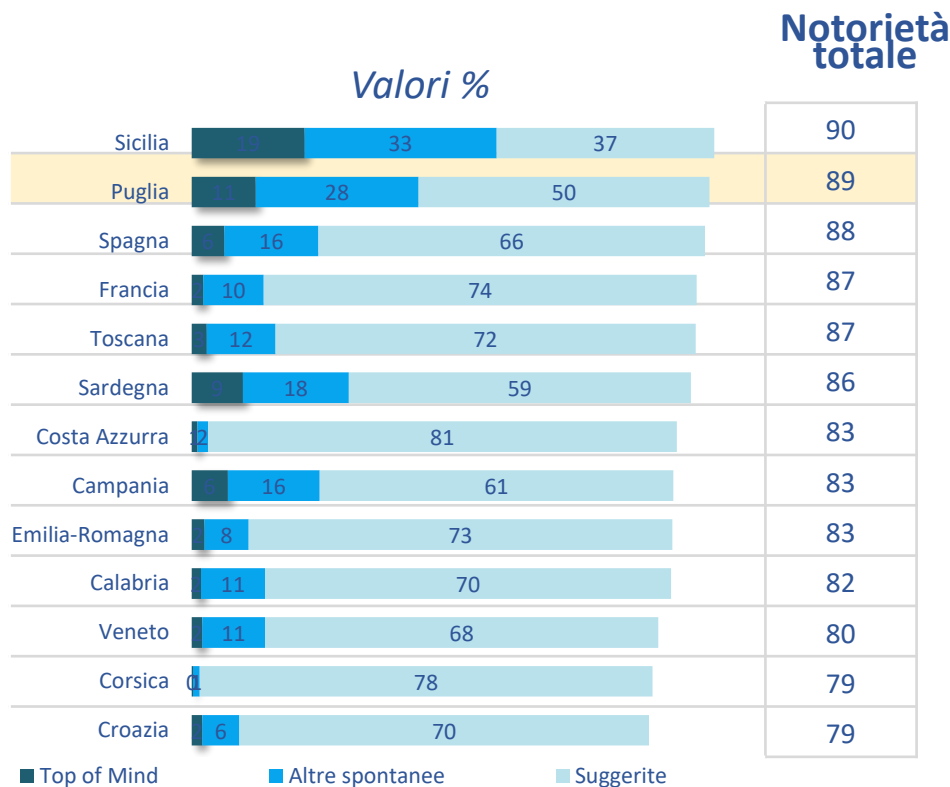
PRODOTTO CULTURA - 2.053 INTERVISTE CAWI A UN CAMPIONE RAPPRESENTATIVO DELLA POPOLAZIONE ITALIANA E 1.565 INTERVISTE A TURISTI PROVENIENTI DA FRANCIA, GERMANIA E REGNO UNITO.

NOTORIETÀ DELLE DESTINAZIONI DEL MEDITERRANEO

La Puglia è la seconda destinazione nella graduatoria di notorietà



ITALIA



TOP OF MIND - % di risposta alla domanda: Qual è la prima destinazione turistica del Mediterraneo, in Italia o all'estero, che ti viene in mente?

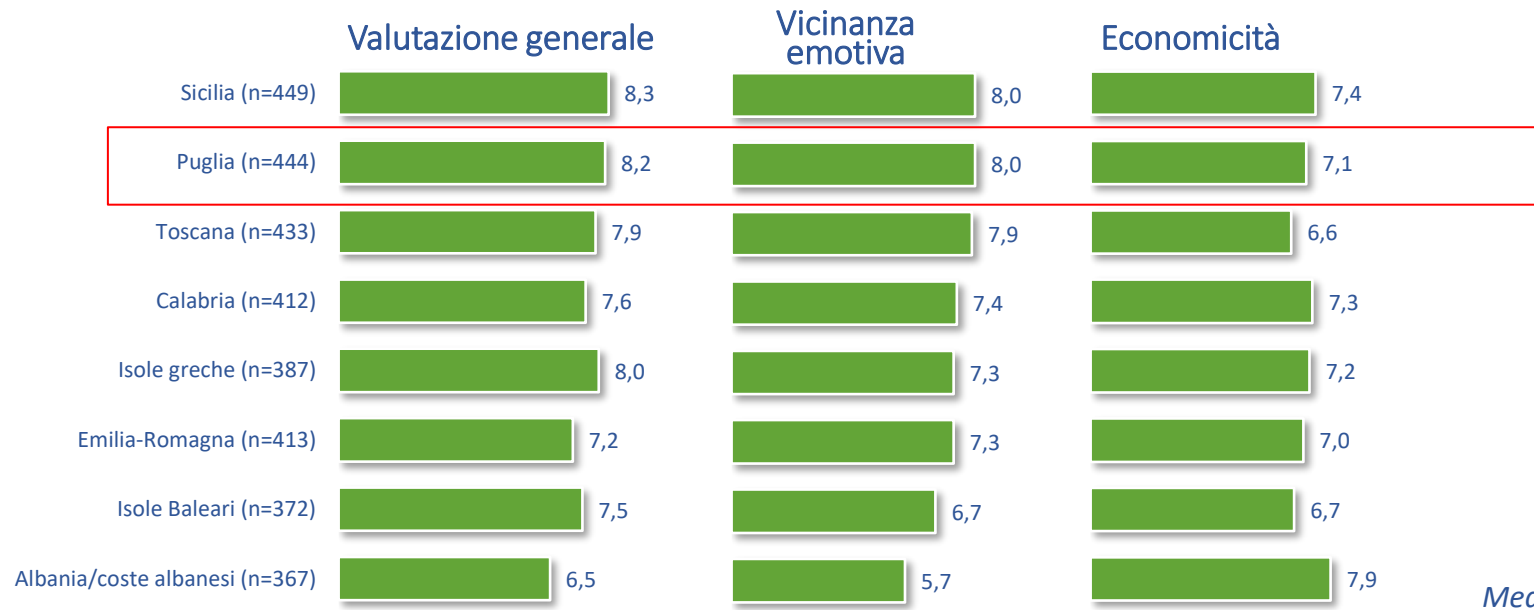
NOTORIETA' SPONTANEA - % di risposte alla domanda: Quali altre destinazioni ti vengono in mente?

NOTORIETA' SUGGERITA - % di risposte «Sì» per Puglia alla domanda: E quali tra queste destinazioni conosci, anche solo per averle sentite nominare?

BASE: totale campione (Italia: n=500)

VALUTAZIONI DI SINTESI SULLE DESTINAZIONI DEL MEDITERRANEO

Per gli italiani la Puglia è prima per Vicinanza emotiva assieme alla Sicilia



Medie su scala 1-10

Come valuti ciascuna delle seguenti destinazioni considerando le tue esigenze, quando decidi la destinazione di una vacanza? Per rispondere utilizza la solita scala di punteggi da 1 a 10, dove 1 significa che non potrebbe affatto soddisfare le tue esigenze, mentre 10 significa che potrebbe completamente soddisfare le tue esigenze; usando i punteggi intermedi potrai graduare la tua valutazione.

Quanto ti senti vicino/a emotivamente a ciascuna delle seguenti destinazioni turistiche?

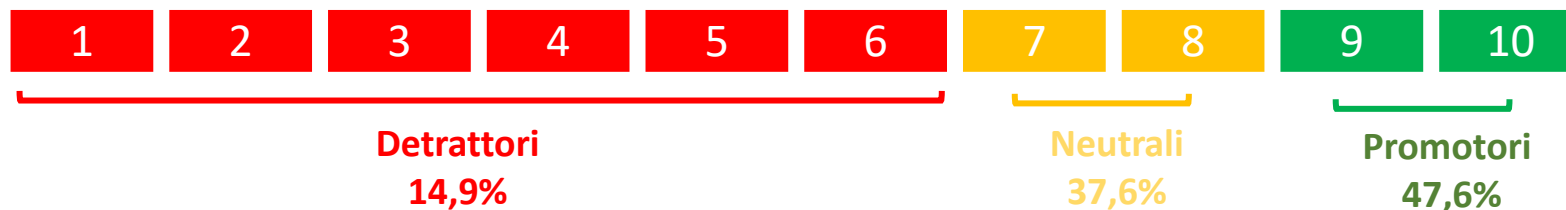
Quanto reputi conveniente e con un buon rapporto qualità-prezzo una vacanza in questa destinazione?

BASE: intervistati che conoscono ciascuna destinazione.

IL NET PROMOTER SCORE PUGLIA



ITALIA

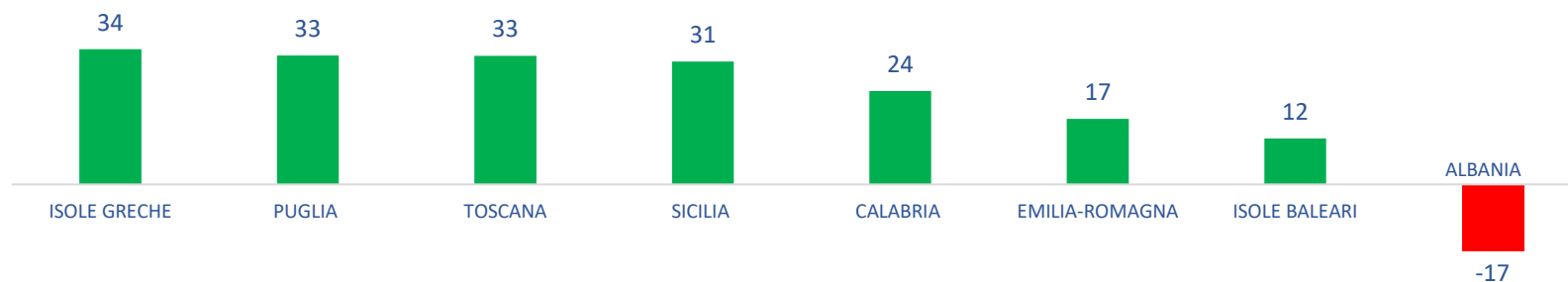


NPS: % Promotori - % Detrattori = +32,7%

IL NET PROMOTER SCORE È USATO PER MISURARE LA PERFORMANCE DI PRODOTTI E SERVIZI, E SINTETIZZA LA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE E LA SUA FEDELITÀ AL BRAND.

QUANTO PIÙ ALTO È L'INDICE NPS TANTO MAGGIORE È LA CAPACITÀ DEL BRAND DI ATTRARRE NUOVI CONSUMATORI ATTRAVERSO IL PASSAPAROLA POSITIVO DEI SUOI CLIENTI.

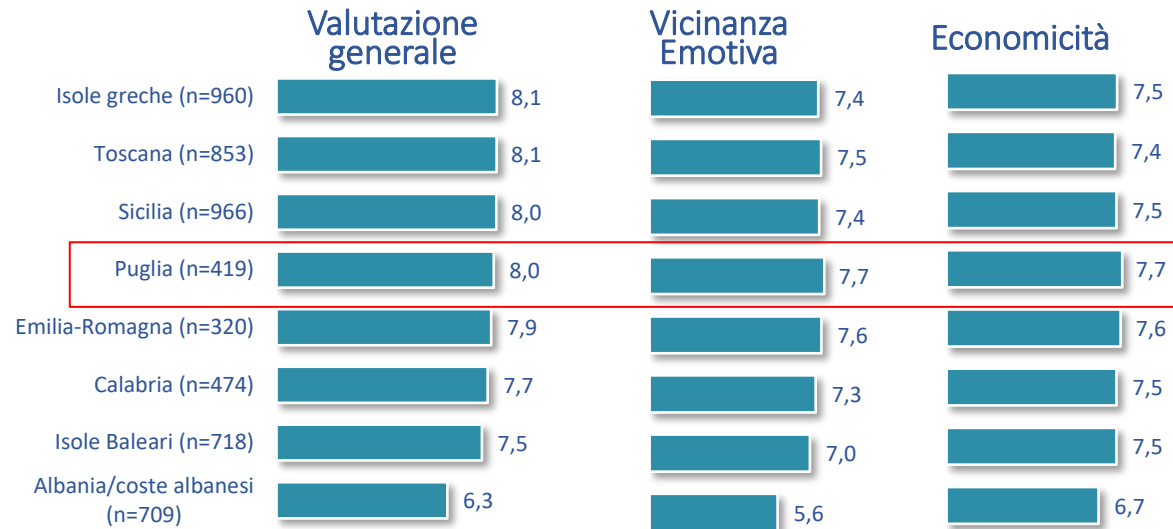
NPS (valori %)



Consigliaresti ad un parente/amico/collega di fare una vacanza in questa destinazione? Utilizza la solita scala da 1 a 10 dove 1 significa che non la consiglieresti affatto e 10 che la consiglieresti sicuramente. Utilizza i voti intermedi per graduare la tua valutazione.

VALUTAZIONI DI SINTESI SULLE DESTINAZIONI DEL MEDITERRANEO

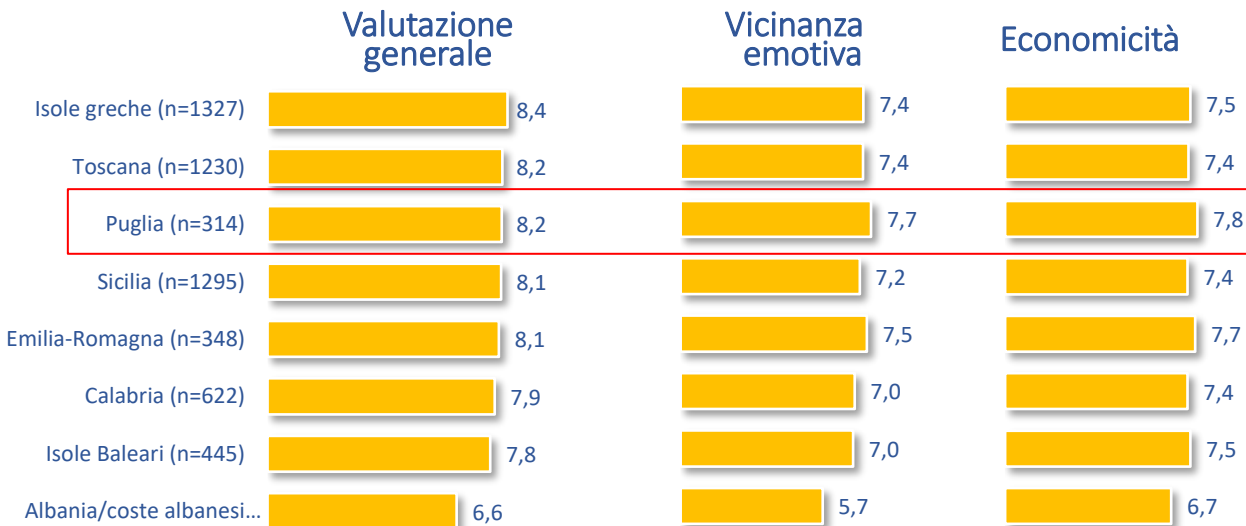
Tra i turisti dei Paesi consolidati la Puglia è prima per Vicinanza emotiva ed Economicità



PAESI ESTERI CONSOLIDATI



Come valuti ciascuna delle seguenti destinazioni considerando le tue esigenze, quando decidi la destinazione di una vacanza? Per rispondere utilizza la solita scala di punteggi da 1 a 10, dove 1 significa che non potrebbe affatto soddisfare le tue esigenze, mentre 10 significa che potrebbe completamente soddisfare le tue esigenze; usando i punteggi intermedi potrai graduare la tua valutazione.
 Quanto ti senti vicino/a emotivamente a ciascuna delle seguenti destinazioni turistiche?
 Quanto reputi conveniente e con un buon rapporto qualità-prezzo una vacanza in questa destinazione?



PAESI ESTERI EMERGENTI



Medie su scala 1-10

IL NET PROMOTER SCORE PUGLIA



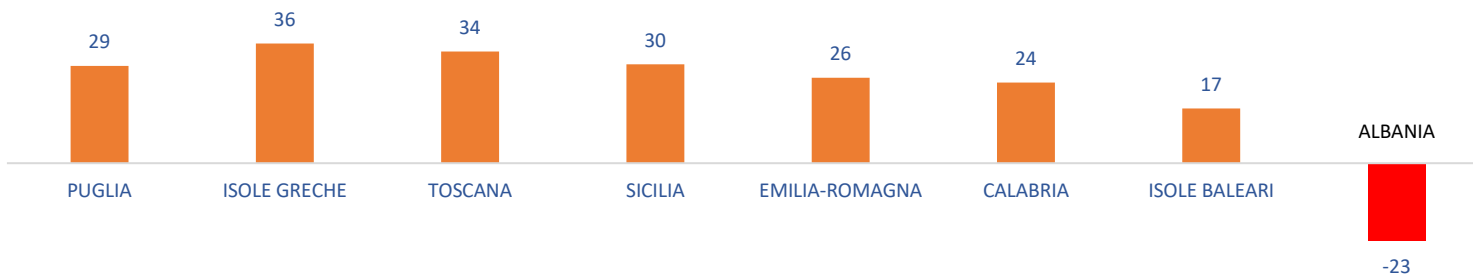
Detrattori
17,3%

Neutrali
36,1%

Promotori
46,6%

NPS: % Promotori - % Detrattori = +29,2%

NPS (valori %)



PAESI ESTERI
CONSOLIDATI



Consigliaresti ad un parente/amico/collega di fare una vacanza in questa destinazione? Utilizza la solita scala da 1 a 10 dove 1 significa che non la consiglieresti affatto e 10 che la consiglieresti sicuramente. Utilizza i voti intermedi per graduare la tua valutazione.



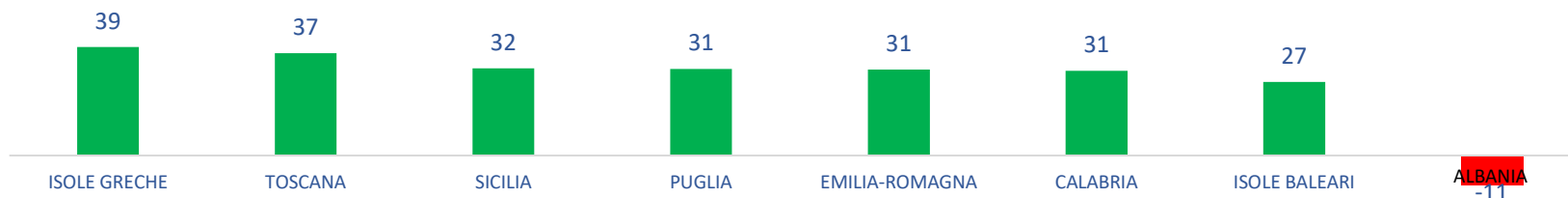
Detrattori
15,7%

Neutrali
37,3%

Promotori
47,0%

NPS: % Promotori - % Detrattori = +31,3%

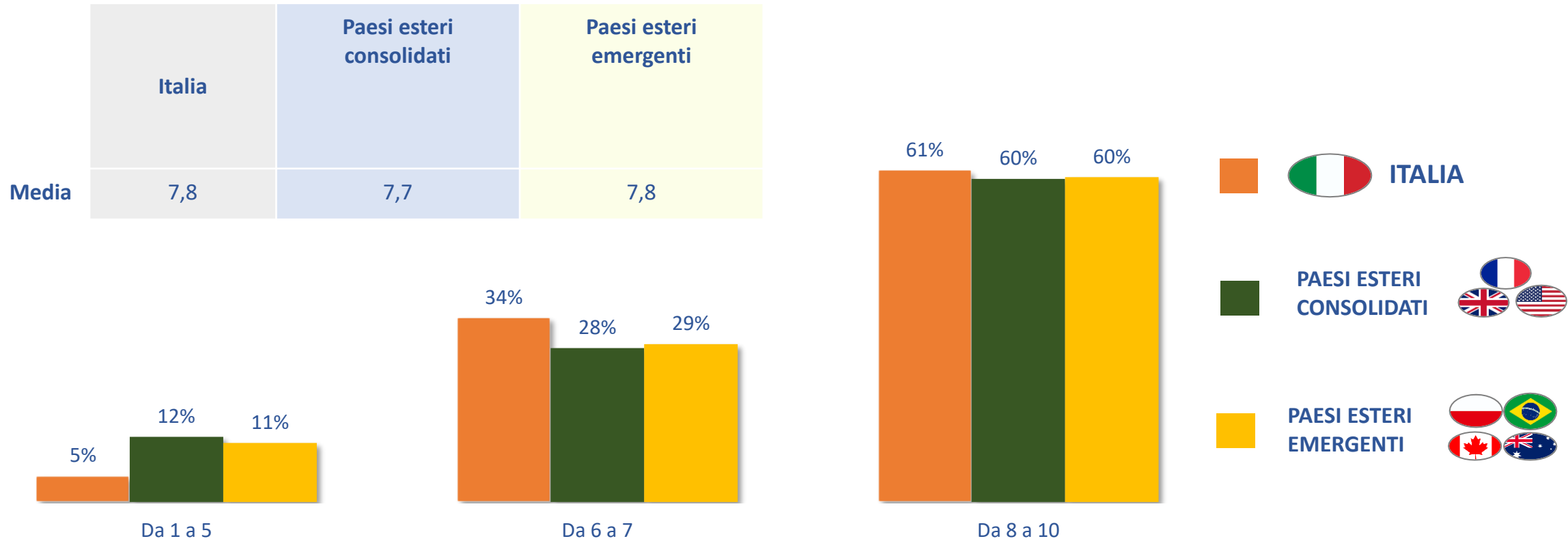
NPS (valori %)



PAESI ESTERI
EMERGENTI



GIUDIZIO COMPLESSIVO SULL'OFFERTA TURISTICA DELLA PUGLIA



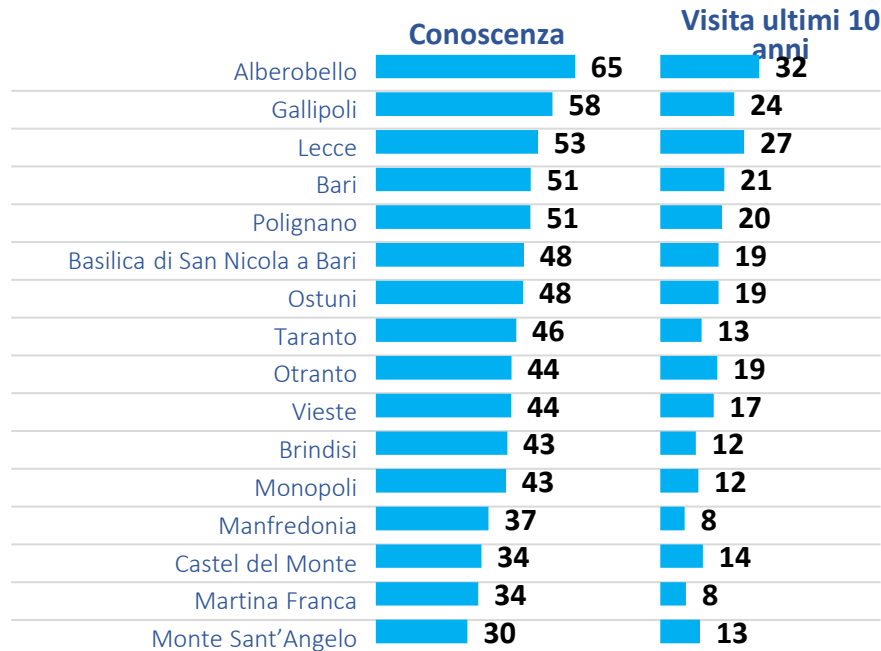
Pensandola nel suo complesso, utilizzando una scala di giudizio compresa tra 1 e 10, dove 1 = voto minimo e 10 = voto massimo, che voto daresti all'offerta turistica pugliese?

BASE: intervistati che conoscono la Puglia anche solo per sentito nominare o la riconoscono su cartina (Italia n=499; paesi consolidati: n=910; paesi emergenti: n=1.032)

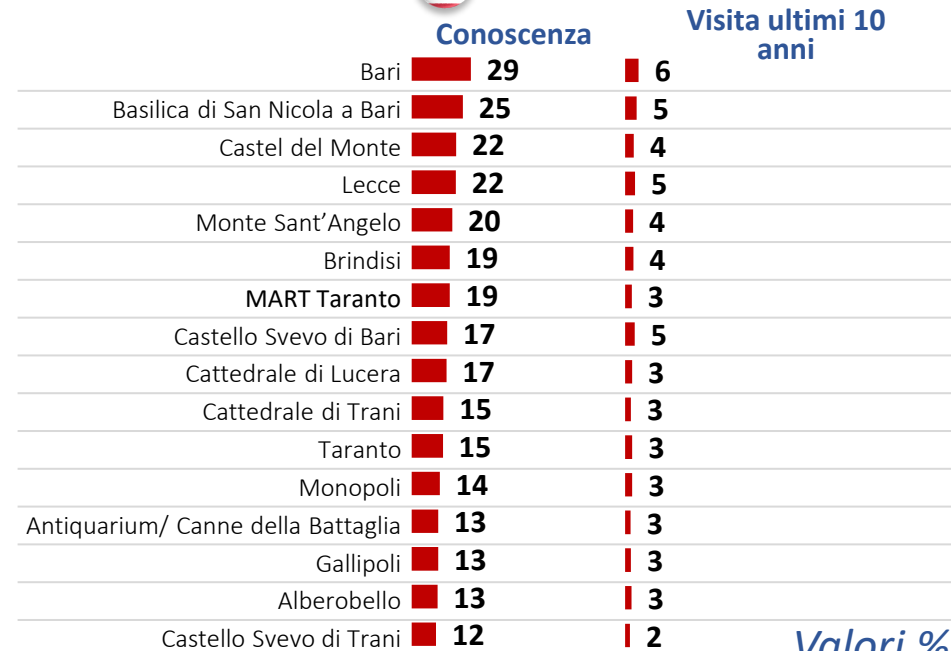
IL PRODOTTO CULTURA



ITALIA



ESTERO



Valori %

Quali monumenti, città d'arte, palazzi, castelli e borghi di interesse artistico della Puglia conosci anche solo per sentito nominare?

Quali monumenti, città d'arte e borghi di interesse artistico della Puglia hai visitato negli ultimi 10 anni?

BASE: abitanti Puglia o dichiarano di conoscerla anche dopo sollecitazione visiva (Italia n=2.036; Estero n=1.328)

CONSIDERAZIONI FINALI DELLE INDAGINI DI YOODATA

- ❖ LA PUGLIA EVIDENZIA UN PROFILO DI IMMAGINE DECISAMENTE POSITIVO E SODDISFACENTE SUI TURISTI ATTUALI E SU COLORO POTREBBERO SCEGLIERLA COME META DI VACANZA. L'ANALISI SVOLTA SULLA SCELTA DELLA PUGLIA COME DESTINAZIONE TURISTICA, MOSTRA I PUNTI DI FORZA DELLA REGIONE RISPETTO A QUELLI CHE SONO DEFINITI *DRIVER*, OSSIA ASPETTI DETERMINANTI NEL PROCESSO DI SCELTA DEL LUOGO DI VACANZA. **LA PUGLIA È VINCENTE PER LE BELLEZZE NATURALI E LE LOCALITÀ DI MARE, LA CUCINA, IL CLIMA, L'ACCOGLIENZA DELLA POPOLAZIONE, I PRODOTTI TIPICI DA SCOPRIRE, LA SICUREZZA.**
- ❖ PER ALTRI ASPETTI CHE POSSONO ESSERE DETERMINANTI NELLA SCELTA DELLA DESTINAZIONE DI VACANZA, LA PUGLIA EVIDENZIA INVECE ALCUNE DEBOLEZZE; IN ITALIA SUL TEMA DELL'**AFFOLLAMENTO**, ASPETTO CHE INFLUISCE SULLE SCELTE DI VACANZA IN MODO LATENTE, OSSIA MENO DIRETTO E CONSAPEVOLE, LA PUGLIA EVIDENZIA UNA PERFORMANCE MENO POSITIVA.
- ❖ NEI MERCATI TURISTICI ESTERI LA PUGLIA MOSTRA UNA NOTORIETÀ ANCORA IN VIA DI DEFINIZIONE, ANCHE RISPETTO A DESTINAZIONI MEDITERRANEE ITALIANE E STRANIERE PIÙ CONOSCIUTE E CONSOLIDATE; LADDOVE È NOTA TUTTAVIA, LA REGIONE MOSTRA L'ELEVATA CAPACITÀ DI SUSCITARE EMPATIA E VICINANZA, E GENERARE FEDELITÀ.
- ❖ IL **NET PROMOTER SCORE**, L'INDICATORE CHE MISURA LA CAPACITÀ DELLA DESTINAZIONE TURISTICA DI GENERARE UN PASSAPAROLA POSITIVO DEI TURISTI E DI QUANTI LA CONOSCONO, È MOLTO ALTO PER LA REGIONE PUGLIA.
- ❖ TRA QUANTI SONO GIÀ STATI IN PUGLIA, SIA IN ITALIA SIA ALL'ESTERO, SI OSSERVANO ELEVATI VALORI DI **CONVERSION RATE** NEL COSIDDETTO FUNNEL DI CONSUMO, IL PERCORSO CHE IL TURISTA INTRAPRENDE PER DIVENTARE CLIENTE FEDELE: DAL MOMENTO IN CUI IL TURISTA PROVA IL PRODOTTO PUGLIA, È ELEVATA LA QUOTA DI QUANTI CI RITORNANO E DIVENTANO CLIENTI FEDELI DELLA DESTINAZIONE.
- ❖ CON RIFERIMENTO ALLA VALUTAZIONE DEL **RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO**, LA PUGLIA È CONSIDERATA CONVENIENTE TRA I TURISTI ITALIANI ANCHE RISPETTO AD ALTRE DESTINAZIONI MEDITERRANEE; SU QUESTO ASPETTO È INVECE TRA LE PRIME PER ECONOMICITÀ NEL RANKING DI VALUTAZIONE DA PARTE DEI TURISTI STRANIERI, RISPETTO AD ALTRE REGIONI ITALIANE O DESTINAZIONI ESTERE.
- ❖ L'IMMAGINE DELLA PUGLIA È RICCA E ARTICOLATA TRA I TURISTI ITALIANI E I TURISTI DEI MERCATI TURISTICI CONSOLIDATI, È INVECE SFOCATA E ANCORA DA COSTRUIRE TRA I TURISTI DEI MERCATI EMERGENTI O IN VIA DI CONSOLIDAMENTO.
- ❖ OGGI IL *BRAND* PUGLIA MOSTRA LA SUA MAGGIORE FORZA IN FRANCIA E NEGLI USA, E FORTI POSSIBILITÀ DI CRESCITA IN TUTTI GLI ALTRI MERCATI ANALIZZATI, DOVE LA RICERCA EVIDENZIA L'OPPORTUNITÀ DI LAVORARE PER FARE CONOSCERE LA REGIONE E TRASMETTERE I SUOI VALORI CARATTERIZZANTI. PUGLIA VUOL DIRE AUTENTICITÀ DELL'ESPERIENZA, GIOIA E COINVOLGIMENTO, E RISPONDE AL BISOGNO DI **GREAT EXPECTATIONS**, IL DESIDERIO DI FARE ESPERIENZE GRATIFICANTI, CHE DELIZIANO, MEGA-TREND CHE SI È AFFERMATO E CONSOLIDATO A LIVELLO MONDIALE NELL'ULTIMO DECENNIO.
- ❖ SERVIRÀ ANCHE IN FUTURO PUNTARE SUL PATRIMONIO CULTURALE E SULLA PROMOZIONE DEL PATRIMONIO UNESCO NELLA COMUNICAZIONE ESTERA, DEFINENDO ITINERARI TEMATICI E SERVIZI COMPLEMENTARI (PER ESEMPIO LE CARD INTEGRATE PER L'ACCESSO A BENI E TRASPORTI).

I TREND DEL TURISMO IN PUGLIA NEL 2023



IL TURISMO DELLE RADICI:

l'approfondimento di Uniba e Tecnopolis

METODOLOGIA QUANTITATIVA: 300 questionari somministrati ad altrettante persone nate in Puglia o con antenati di origini pugliesi, di età compresa fra i 35 e i 55 anni.

LA PUGLIA COME DESTINAZIONE PER IL TURISMO DELLE RADICI

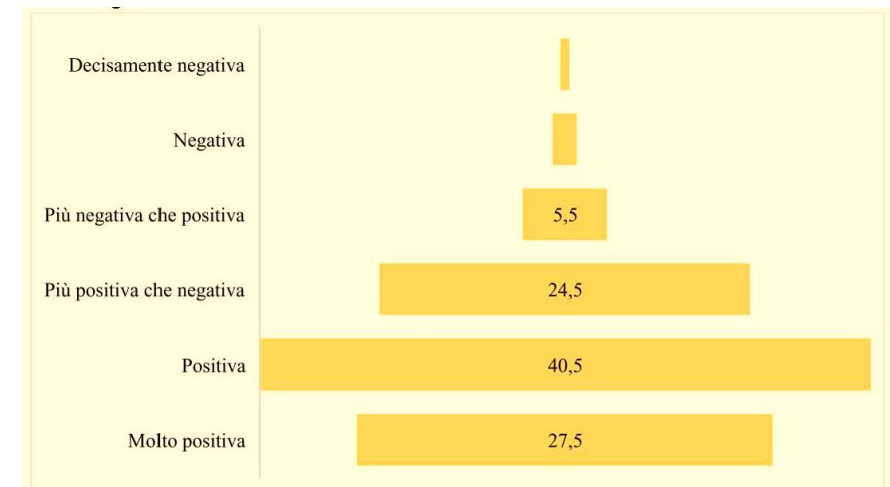
La Puglia può essere considerata una destinazione per il turismo delle radici	Area geografica			
	Italia	Resto d'Europa	Altri continenti	Totale
Poco	2,6	-	2,0	2,0
Più no che sì	1,7	5,7	2,0	2,5
Più sì che no	8,6	20,0	4,1	9,5
Molto	31,0	37,1	18,4	29,0
Moltissimo	56,0	37,1	73,5	57,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

LA RICERCA MIRA A CONOSCERE A FONDO UN TARGET DI POTENZIALI E ATTUALI TURISTI DEL TURISMO DELLE RADICI DI MAGGIORE INTERESSE PER LA PUGLIA. L'INDAGINE SI FOCALIZZA SULL'INTERESSE DI QUESTE PERSONE PER LA VACANZA NELLA REGIONE DI ORIGINE, SU PREFERENZE, GUSTI E COMPORTAMENTI DURANTE IL VIAGGIO, SUI PRINCIPALI BISOGNI, LE ATTESE E I LIVELLI DI SODDISFAZIONE CON RIFERIMENTO ALL'ESPERIENZA DI VACANZA IN PUGLIA.

PER IL 40,5% DEGLI INTERVISTATI L'IMMAGINE DELLA PUGLIA E' POSITIVA, MOLTO POSITIVA PER IL 27,5% DEGLI INTERVISTATI.

GLI INTERVISTATI PROVENIENTI DA PAESI EXTRA-EUROPEI MOSTRANO UNA PROPENSIONE PIU' ALTA PER EFFETTUARE UN VIAGGIO IN PUGLIA.

Distribuzione percentuale dei partecipanti secondo la loro immagine della Puglia come destinazione turistica



LA PUGLIA COME DESTINAZIONE PER IL TURISMO DELLE RADICI

Tornerà in Puglia nel quinquennio 2024/29	Area geografica			
	Italia	Resto d'Europa	Altri continenti	Totale
Assolutamente no	1,7	-	-	1,0
Probabilmente no	-	-	4,1	1,0
Più no che sì	0,9	2,9	4,1	2,0
Più sì che no	3,4	-	26,5	8,5
Probabilmente sì	7,8	8,6	32,7	14,0
Certamente sì	86,2	88,6	32,7	73,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

L'ATTACAMENTO ALLA REGIONE E LA DISTANZA DEL PROPRIO LUOGO ATTUALE DI RESIDENZA SI RIFLETTONO NEI RISULTATI RELATIVI AL DESIDERIO DI TORNARE IN PUGLIA NEL PROSSIMO QUINQUENNIO.

MENTRE UNA PERCENTUALE MOLTO ELEVATA DI CHI VIVE IN ITALIA E NEL RESTO D'EUROPA DICHIARA CHE CERTAMENTE TORNERÀ (RISPETTIVAMENTE L'86,2% E L'88,6%), QUELLI CHE CERTAMENTE TORNERANNO DA ALTRI CONTINENTI SONO UN NUMERO PIÙ RISTRETTO DI PERSONE (32,7%). COLORO CHE NON PENSANO DI TORNARE SONO POCHISSIMI, SEPPURE LA PERCENTUALE SIA MAGGIORE FRA I RESIDENTI AL DI FUORI DALL'EUROPA (ITALIA 1,7%, RESTO D'EUROPA 0, ALTRI 4,1).

I NUOVI EMIGRATI RAPPRESENTANO, DUNQUE, UN IMPORTANTE SEGMENTO TURISTICO, IN TERMINI POTENZIALI MA ANCHE REALI, SIA PERCHÉ PIUTTOSTO CONSISTENTE DAL PUNTO DI VISTA QUANTITATIVO, E SIA PERCHÉ DISPONIBILE A VIAGGIARE VERSO LA TERRA DELLE ORIGINI E INTERESSATO A FARLO.

I TREND DEL TURISMO IN PUGLIA NEL 2023

IL PRODOTTO BALNEARE:

il bollettino a cura di Risposte Turismo



LE PRINCIPALI COMPONENTI DI OFFERTA DEL PRODOTTO MARE IN PUGLIA

LE COMPONENTI ANALIZZATE

**NAUTICA
CROCIERISTICA
BALNEARE
SPORT ACQUATICI**

85 COMUNI COINVOLTI DAL TURISMO VIA MARE

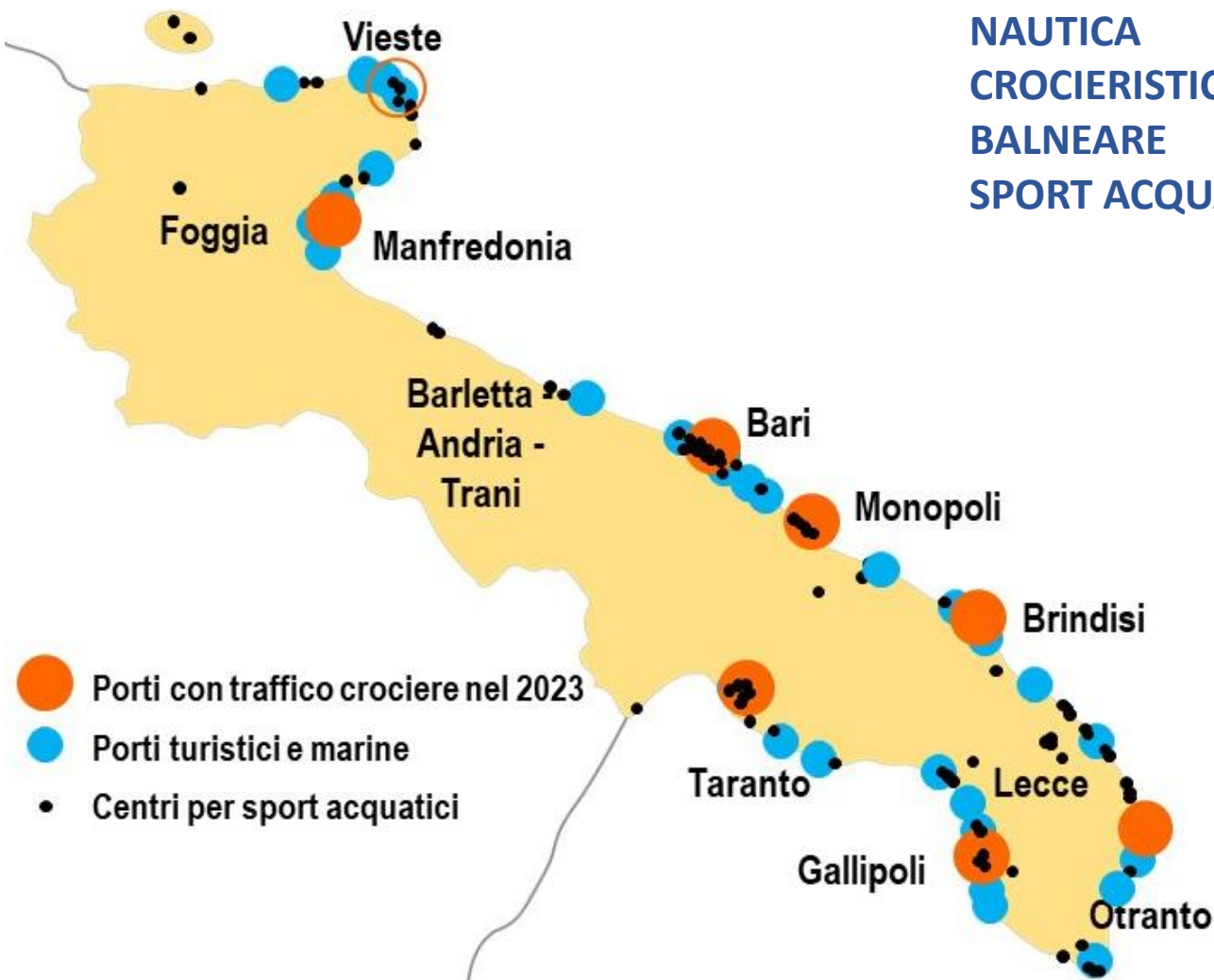
7 PORTI CON TRAFFICO CROCIERE NEL 2023

30 PORTI TURISTICI E MARINE*

500 STABILIMENTI BALNEARI

94 CENTRI E PUNTI PER SPORT ACQUATICI**

6.150 STRUTTURE ALBERGHIERE ED EXTRALBERGHIERE NEI
COMUNI DEL BALNEARE

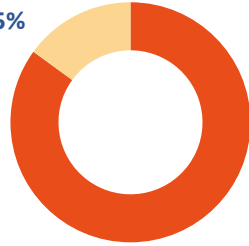


Fonte: elaborazione Risposte Turismo per ARET – PugliaPromozione (2023). Note: * il dato include marina e porti turistici che offrono ormeggi aperti ai diportisti nautici in transito; mentre non include darsene, circoli velici e centri nautici dotati di ormeggi riservati unicamente a soci o diportisti stanziali; ** il dato include circoli velici, centri nautici, scuole, a.s.d., società di noleggio, diving center, stabilimenti balneari, villaggi turistici che offrono servizio di noleggio per sport acquatici.

LA PUGLIA DESTINAZIONE NAUTICA

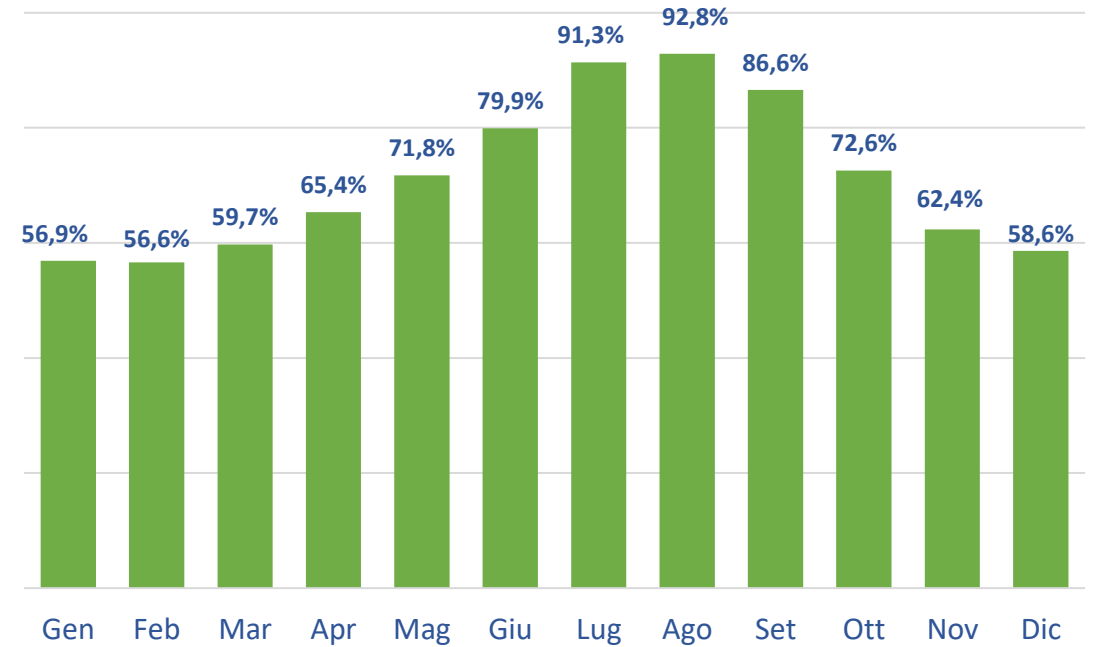
Italiani/Stranieri >

Stranieri 15%



Italiani
85%

Tasso medio di occupazione dei posti barca nei marina pugliesi (2023)



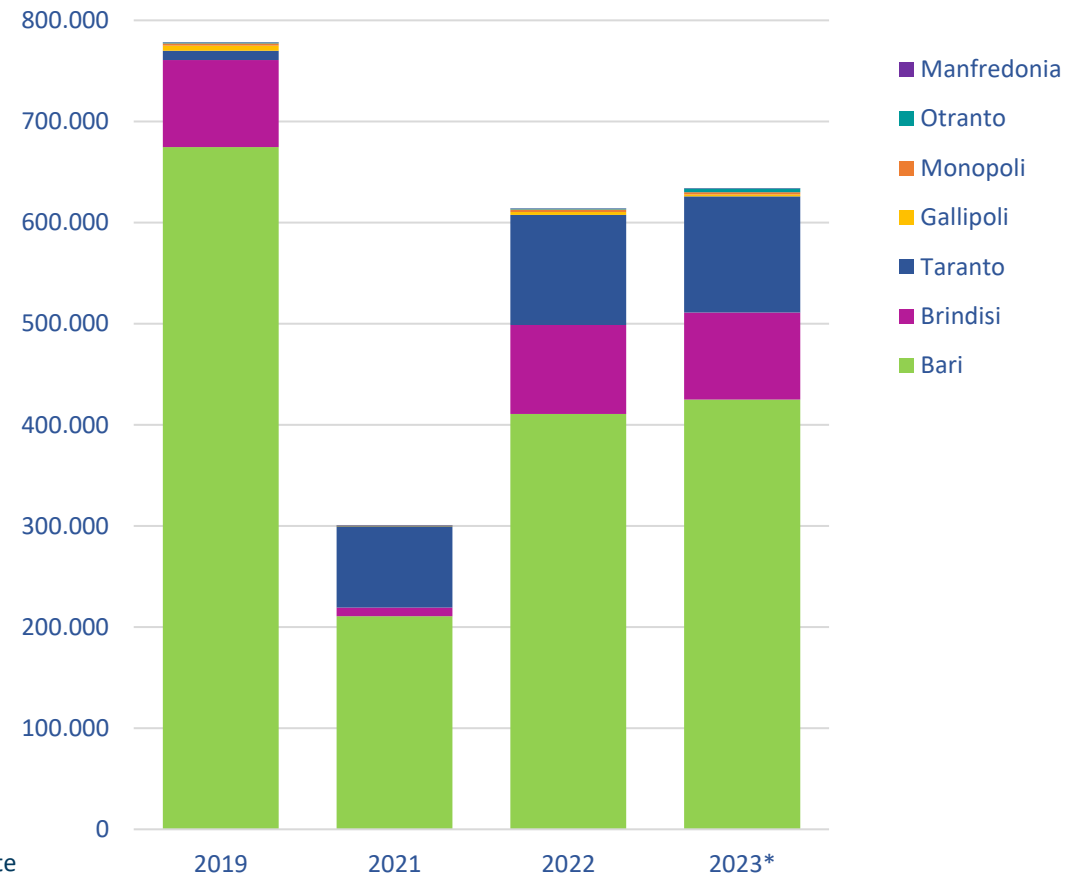
- ✓ IN CRESCITA IL TASSO MEDIO DI OCCUPAZIONE DEI POSTI BARCA NEI MARINA E PORTI TURISTICI
- ✓ 80% OCCUPAZIONE MEDIA NEI MESI DI APERTURA
- ✓ +5% TRANSITI GIORNALIERI NEL 2023 RISPETTO AL 2022
- ✓ 3/4 DEI TURISTI NAUTICI NOLEGGIANO L'IMBARCAZIONE CON LA PROPRIA FAMIGLIA

Fonte: elaborazione Risposte Turismo su dati forniti dalle AdSP e Capitanerie di Porto, 2023.

LA PUGLIA DESTINAZIONE CROKERISTICA

I passeggeri movimentati dai porti pugliesi nel 2019, 2021, 2022 e stime 2023*

- ✓ DIMINUISCE LA CONCENTRAZIONE SUL SOLO PORTO DI BARI: AUMENTA LA RILEVANZA DI TUTTI GLI ALTRI PORTI
- ✓ 3 PORTI NELLA TOP 25 DEL 2023
- ✓ +16% LUGLIO 2023 SU LUGLIO 2022
- ✓ 8 COMPAGNIE LUXURY NEI PORTI PUGLIESI (IN AUMENTO E NEL 2023 IL 30% SUL TOTALE)



Fonte: elaborazione Risposte Turismo su dati forniti dalle AdSP e Capitanerie di Porto, 2023. Nota (*): stime Risposte Turismo.

LA PUGLIA DESTINAZIONE BALNEARE

Italiani/Stranieri >



Nell'estate 2023 sulle coste della Puglia

+1,42% PRESENZE SUL 2019

+6,2% ARRIVI SUL 2019



PERMANENZA MEDIA 4,9 GIORNI GLI STRANIERI VS 5,2 GLI ITALIANI

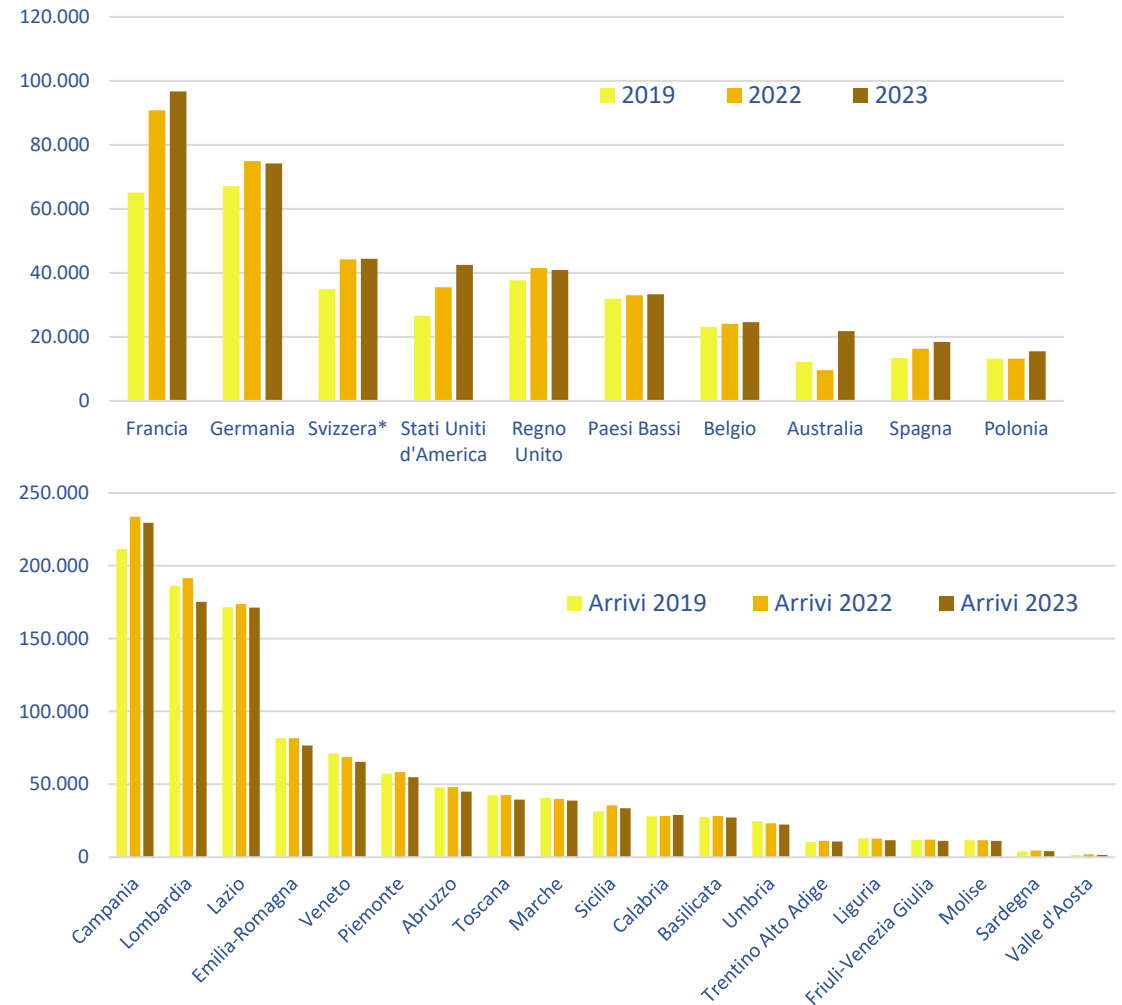


PRIMI 3 MERCATI STRANIERI DELL'ESTATE 2023:
FRANCIA 18%, GERMANIA 14% E SVIZZERA 8%



PRIMI 3 MERCATI ITALIANI DELL'ESTATE 2023:
CAMPANIA 16%, LOMBARDIA 12% E LAZIO 12%

Arrivi nelle aree balneari del «cluster mare» Estate 2023 (maggio-giugno-luglio-agosto)



Fonte: elaborazione Risposte Turismo su dati DMS-Pugliapromozione.

Note: Comuni cluster "mare" l'elaborazione non include i dati riferiti alle locazioni turistiche e alloggi privati;

LA PUGLIA DESTINAZIONE DI SPORT ACQUATICI

Italiani/Stranieri >

Stranieri
34%



Italiani
66%



36% DEI CENTRI SPORT ACQUATICI A LECCE

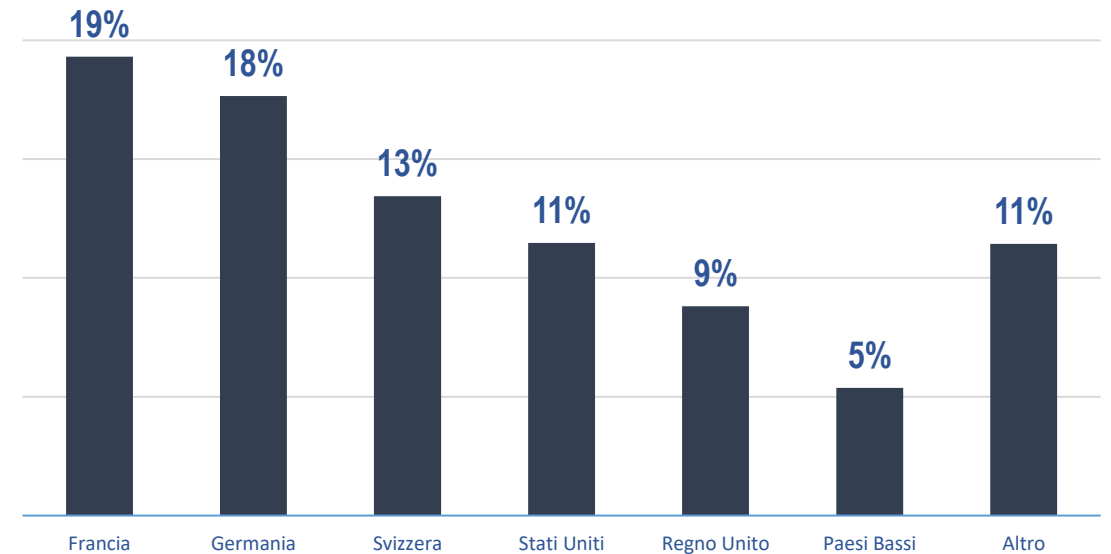


40 CENTRI DIVING ATTUALMENTE ATTIVI IN PUGLIA



60% DEI GESTORI DEI CENTRI SODDISFATTI DELLA STAGIONE 2023

Principali Paesi di provenienza degli stranieri nei centri sportivi acquatici in Puglia (2023)

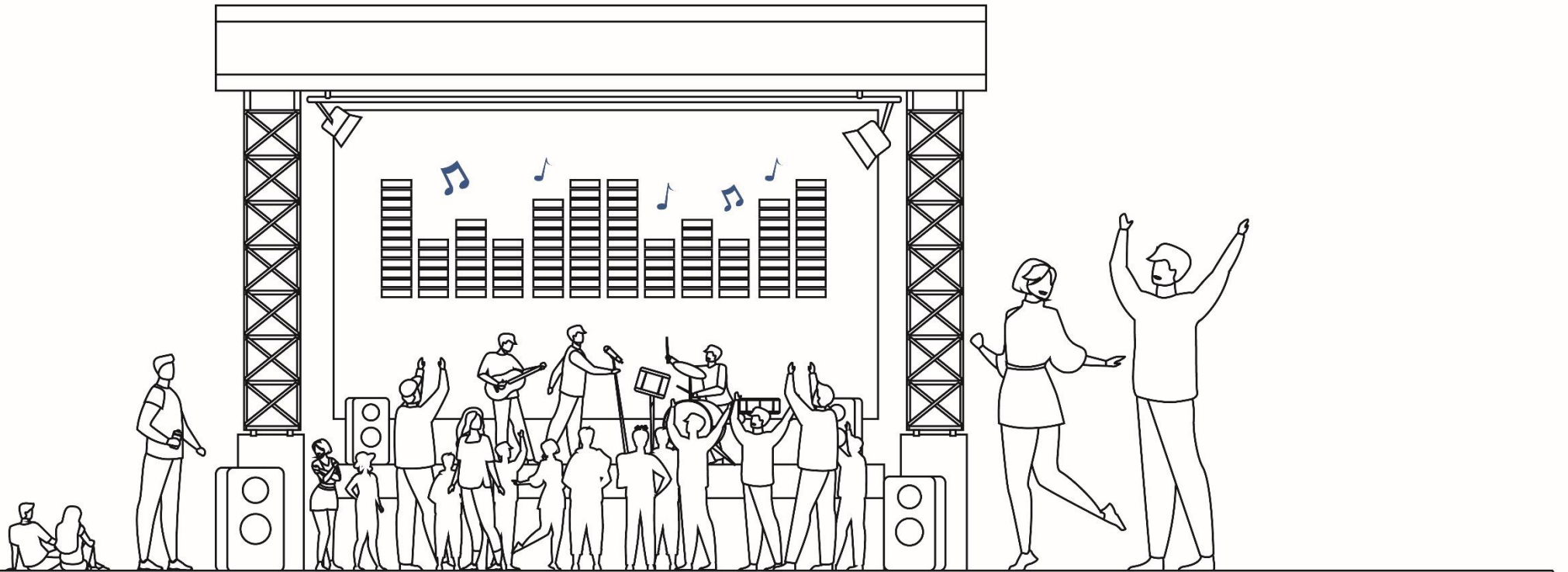


Fonte: elaborazioni panel Risposte Turismo.

I TREND DEL TURISMO IN PUGLIA NEL 2023

IL TURISMO E I GRANDI EVENTI:

a cura di Lybra/Zucchetti

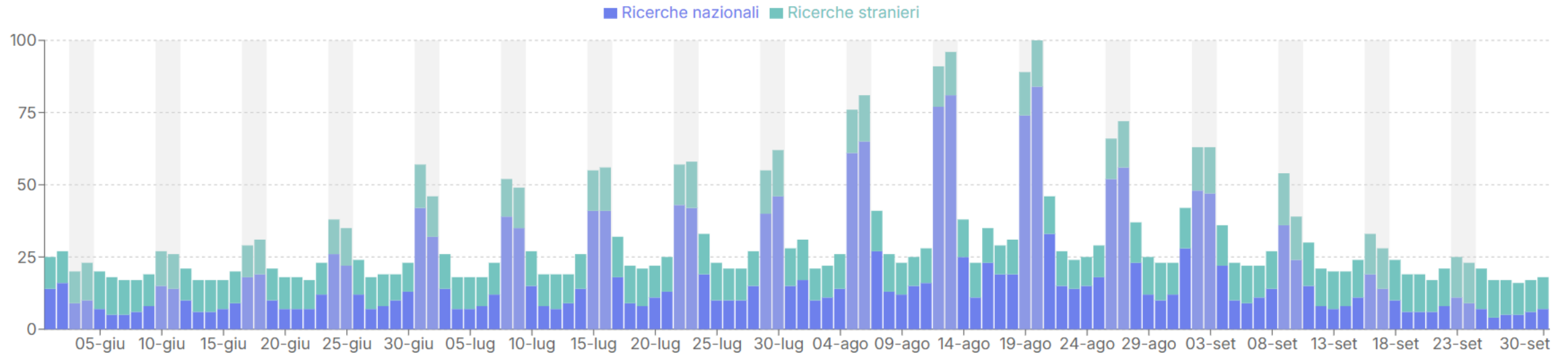


LA FASE DREAMING: LE RICERCHE DI VIAGGIO

TREND REGIONALE

Focus sulla **stagione estiva**: date di check-in **più selezionate** dai turisti **nazionali e stranieri** per i **soggiorni nei mesi estivi** (Giugno-Settembre)

Finestra di soggiorno



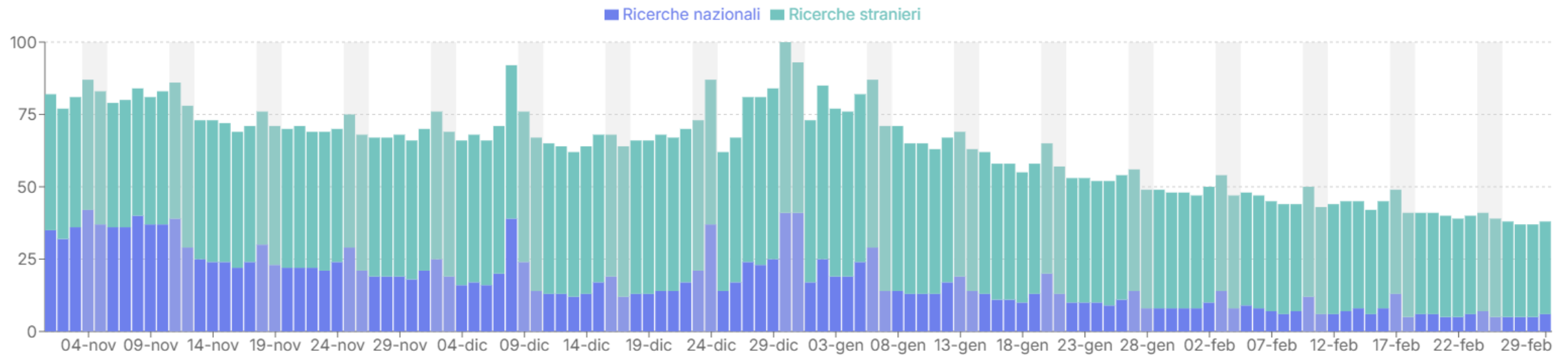
Finestra di soggiorno. Date di check-in più selezionate dai turisti nazionali e stranieri. Ricerche di pernottamento fatte nelle strutture ricettive della Regione Puglia dal 01/04/23 al 30/09/23 per i soggiorni dal 01/06/23 al 30/09/23.

LA FASE DREAMING: LE RICERCHE DI VIAGGIO

TREND REGIONALE

Focus sulla stagione invernale: **date di check-in** più selezionate da **nazionali e stranieri** nelle principali regioni del **Sud Italia per i soggiorni nei mesi invernali** (Novembre-Gennaio)

Finestra di soggiorno



Finestra di soggiorno. Date di check-in più selezionate dai turisti nazionali e stranieri. Ricerche di pernottamento fatte nelle strutture ricettive della Regione Puglia dal 01/08/2023 al 15/01/2024 per i soggiorni dal 01/11/2023 al 29/02/2024.

Red Bull Cliff Diving World Series - Polignano a Mare

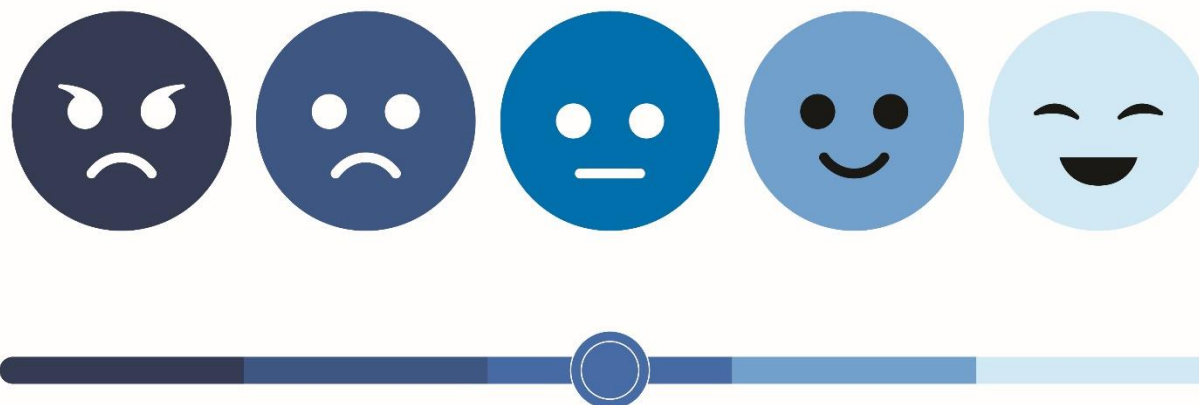
- **IMPATTO TERRITORIALE ESTESO:** L'INFLUENZA POSITIVA GENERATA DALL'EVENTO NON SI CIRCOSCRIVE UNICAMENTE A POLIGNANO A MARE MA SI PROPAGA ANCHE NEI COMUNI CIRCOSTANTI COME CONVERSANO, TURI, RUTIGLIANO E CASTELLANA GROTTA.
- **POTENTE INFLUENZA MEDIATICA:** LA SPINTA ALLA DOMANDA ESTERA NON È INnescata DALLE TAPPE PRECEDENTI DELL'EVENTO, BENSÌ DALLA SIGNIFICATIVA RISONANZA MEDIATICA DELLA STAMPA.
- **LIMITATA DIVERSIFICAZIONE DEI MERCATI:** NONOSTANTE L'EVENTO ABBAIA ATTRATTO L'ATTENZIONE DI TURISTI PROVENIENTI DA DIVERSE PARTI DEL MONDO, L'ANALISI RIVELA CHE L'89% DELLA DOMANDA DI PERNOTTAMENTO È CONCENTRATO PRINCIPALMENTE NEI MERCATI ITALIANO (48,0%) E FRANCESE (40,6%).

Nota metodologica: nel dettaglio del comune di Polignano a Mare, la percentuale di copertura statistica del comparto alberghiero è del 23,1%, mentre per le strutture extralberghiere è del 1,7%. Nell'area che comprende Conversano, Turi, Rutigliano e Castellana Grotte, la percentuale di copertura statistica del comparto alberghiero è del 18,8%, mentre per le strutture extralberghiere è dell'8,4%. Le informazioni qui raccolte offrono spunti sui trend in atto ma non sono da considerarsi in termini assoluti per via della numerosità del campione.

I TREND DEL TURISMO IN PUGLIA NEL 2023

TRAVEL EXPERIENCE:

il sentiment sugli attrattori
della Puglia secondo Data Appeal



Sentiment Index

L'INDICATORE ESPRIME IL GIUDIZIO COMPLESSIVO
BASATO SULL'ANALISI SEMANTICA DEI CONTENUTI ON
LINE PRESENTI SULLE PRINCIPALI PIATTAFORME OTA.

FOGGIA *provincia*

86,7/100

Sentiment dei visitatori

+0.7% sul 2022 / + 0.3 sul 2019

212,5k contenuti analizzati

BAT *provincia*

87,3/100

Sentiment dei visitatori

+0.7% sul 2022 / + 1 sul 2019

212,5k contenuti analizzati

BARI *provincia*

87,3/100

Sentiment dei visitatori

+0.6% sul 2022 / + 0.6 sul 2019

657,4k contenuti analizzati

BRINDISI *provincia*

88,2/100

Sentiment dei visitatori

+0.7% sul 2022 / + 0.7 sul 2019

194,2k contenuti analizzati

LECCE *provincia*

88,2/100

Sentiment dei visitatori

+0.6% sul 2022 / + 0.6 sul 2019

535,1k contenuti analizzati

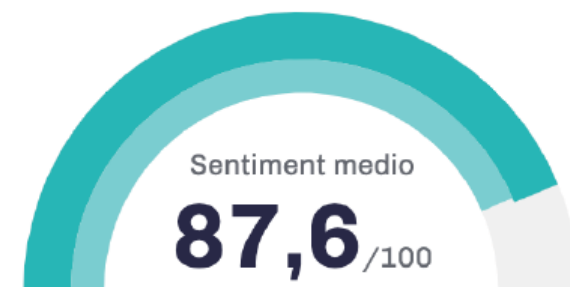
TARANTO *provincia*

87,4/100

Sentiment dei visitatori

+0.9% sul 2022 / + 1.3 sul 2019

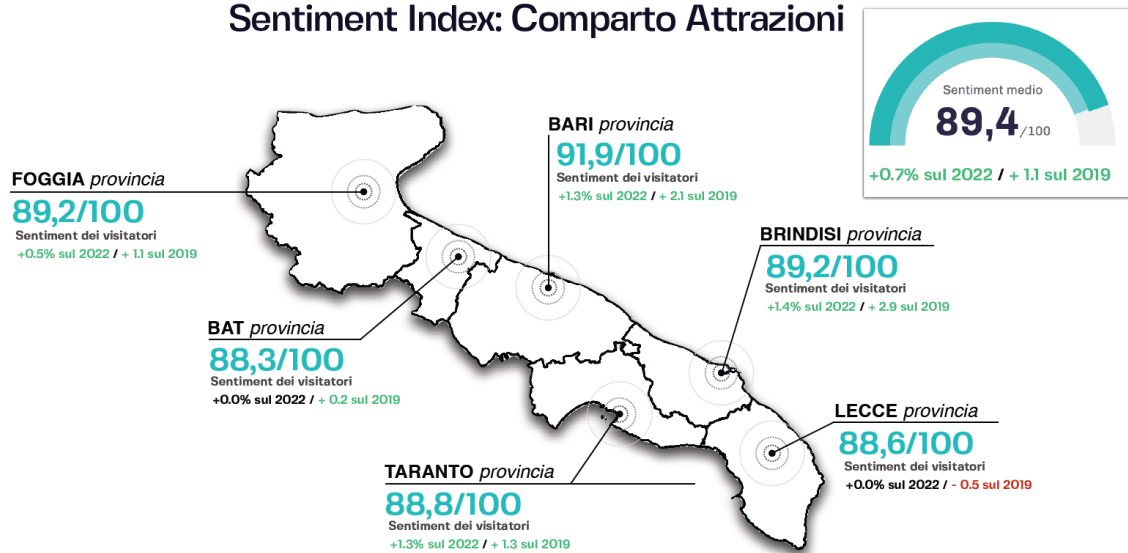
184,9k contenuti analizzati



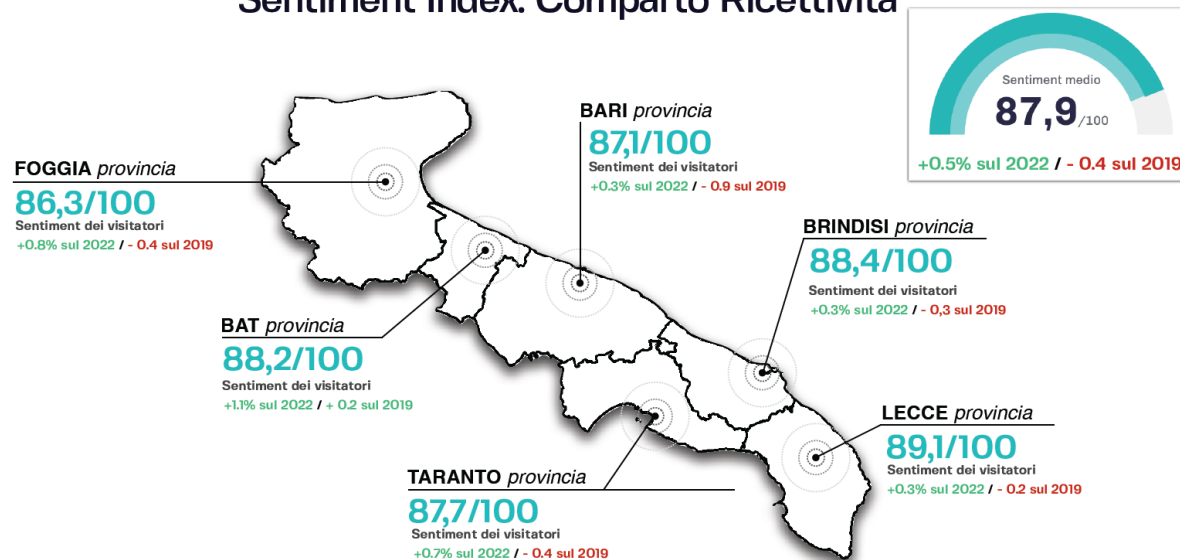
+0.7% sul 2022 / + 0.8 sul 2019

L'ANALISI DEI CONTENUTI ON LINE

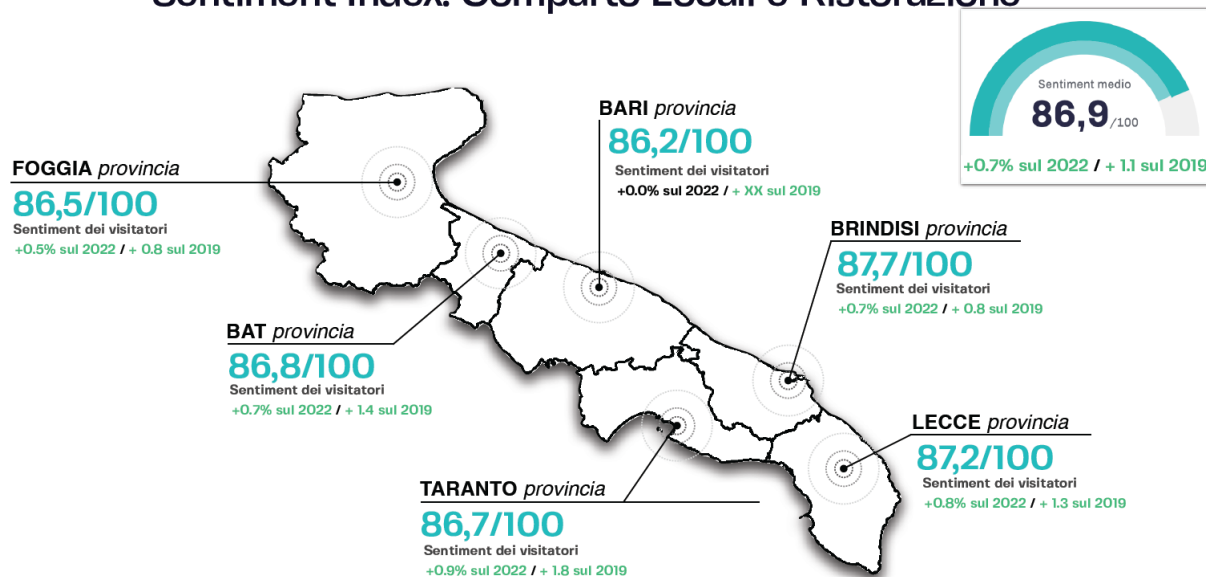
Sentiment Index: Comparto Attrazioni



Sentiment Index: Comparto Ricettività



Sentiment Index: Comparto Locali e Ristorazione



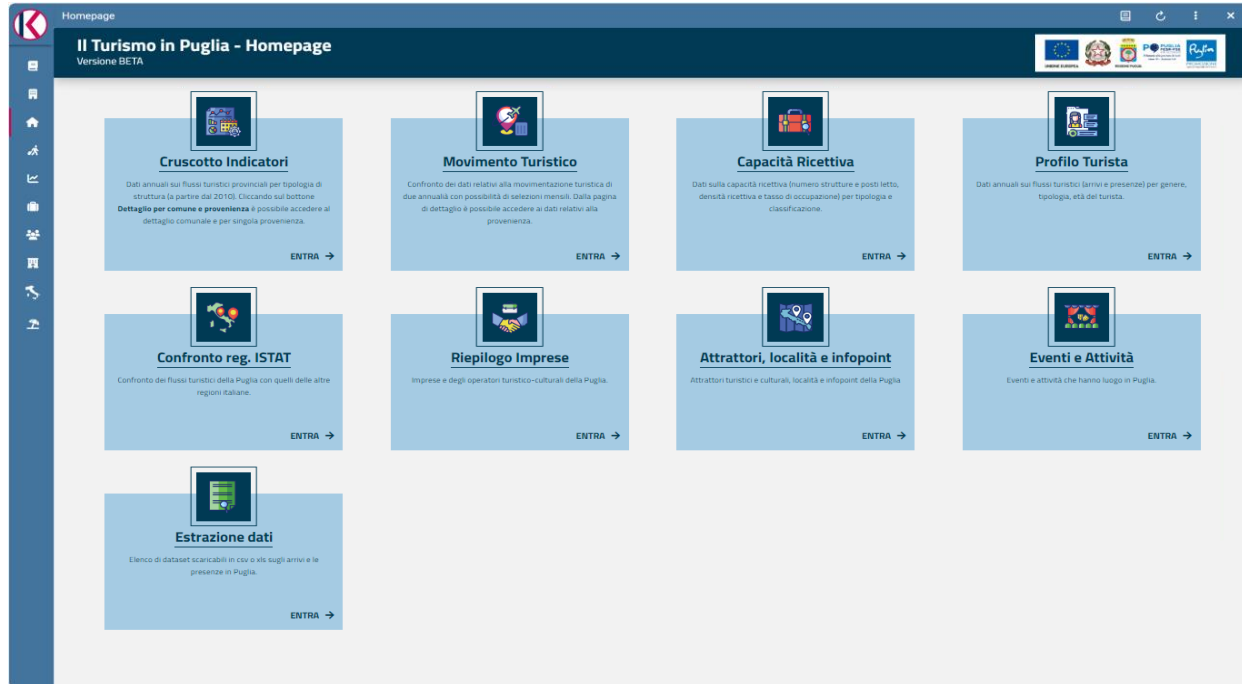
I TREND DEL TURISMO IN PUGLIA NEL 2023



LA NUOVA DATA PLATFORM:

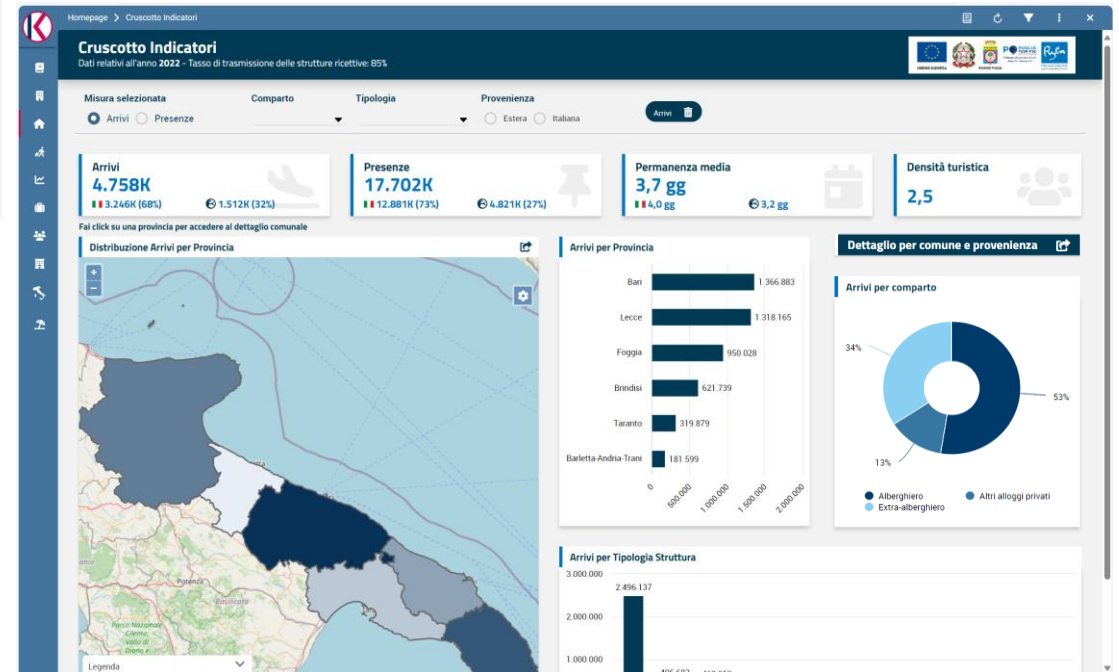
**l'innovazione dei sistemi
di consultazione on line
dei dati sul movimento turistico**

LA NUOVA DATA PLATFORM E LA CONSULTAZIONE ON LINE

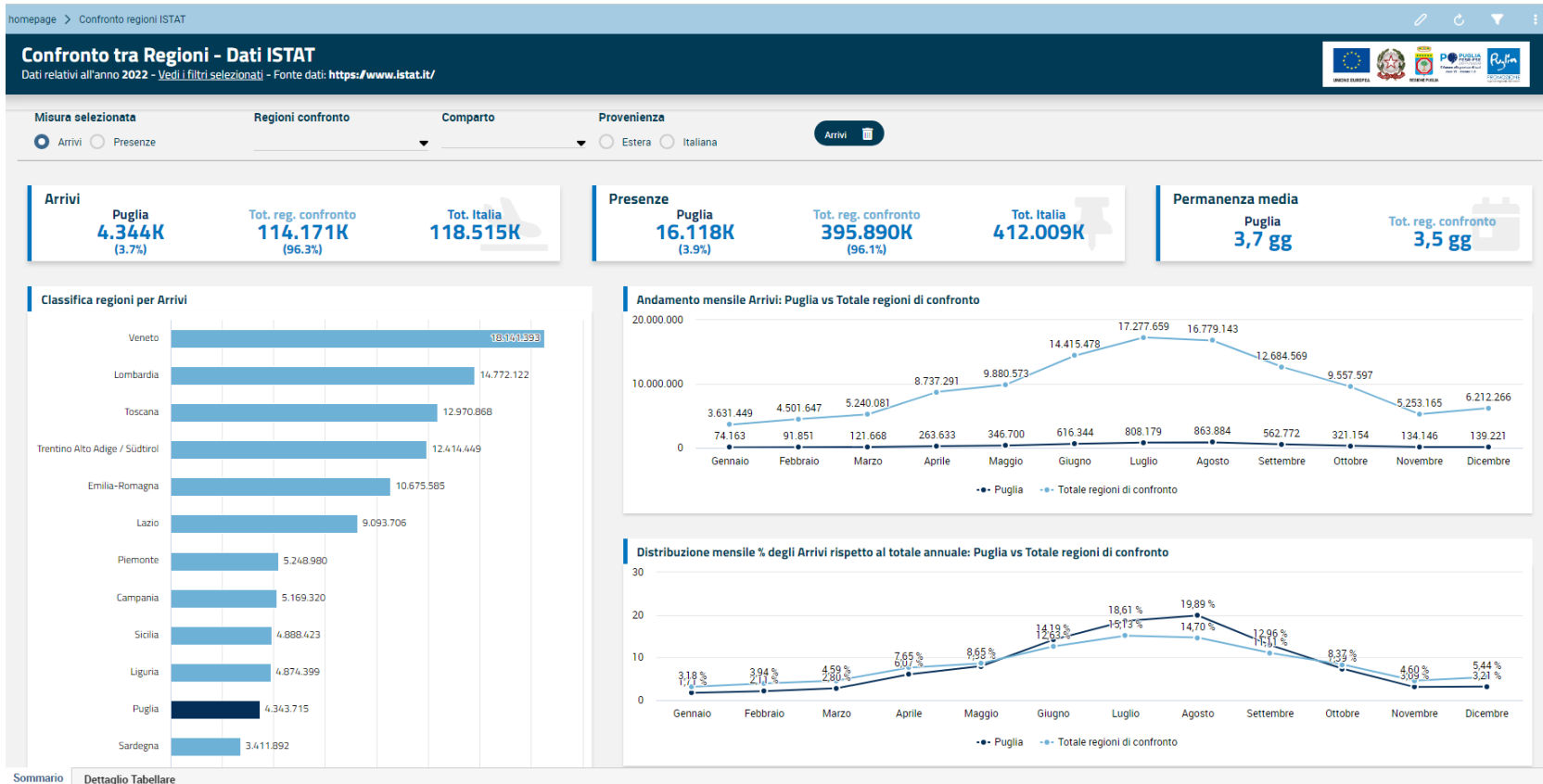


FINALMENTE ON LINE LA DATA PLATFORM DI PUGLIAPROMOZIONE, IL NUOVO SISTEMA INTEGRATO PER LA CONSULTAZIONE DEI DATI SUL MOVIMENTO TURISTICO E SULLA CAPACITÀ RICETTIVA DEL SISTEMA PUGLIESE.

UN SISTEMA CENTRALIZZATO A SERVIZIO DELL'INTERO ECOSISTEMA TURISTICO CAPACE DI OFFRIRE STRUMENTI DI ETL (EXTRACT, TRANSFORM, LOAD) PER L'ACQUISIZIONE DI DATI ETEROGENEI, DI REPORTISTICA E DI ANALISI AVANZATA.



LA NUOVA DATA PLATFORM E LA CONSULTAZIONE ON LINE



PER ACCEDERE AI DATI ON LINE BASTA CLICCARE IL LINK
[HTTPS://OSSERVATORIO.DMS.PUGLIA.IT/](https://osservatorio.dms.puglia.it/).

LA DATA PLATFORM MOVIMENTA 200 MILIONI DI DATI PER GLI ALLOGGIATI E 140 MILIONI PER IL MOVIMENTO GIORNALIERO.

UN'INTERA SEZIONE E' STATA DEDICATA AL CONFRONTO CON LE ALTRE REGIONI, SU DATI CONSOLIDATI ISTAT, NECESSARIA PER COMPRENDERE IL POSIZIONAMENTO TURISTICO DELLA PUGLIA RISPETTO ALLE ALTRE DESTINAZIONI ITALIANE.



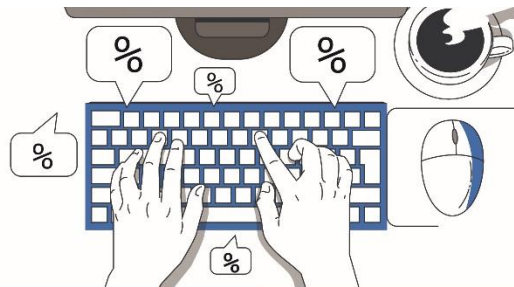
**Le indagini e le ricerche presenti in questo report sono disponibili
nella sezione Osservatorio del sito dell’Agenzia:**

<https://aret.regione.puglia.it/dati-e-ricerche/indagini-e-ricerche>

<https://aret.regione.puglia.it/dati-e-ricerche/rapporti-e-statistiche>

Link della nuova Data Platform di consultazione dei dati:

<https://osservatorio.dms.puglia.it/>





Grazie per l'attenzione!

Per ulteriori informazioni:

osservatorio@aret.regione.puglia.it
aret.regione.puglia.it - dms.puglia.it

