

IL PRODOTTO MARE IN PUGLIA

REPORT DI ANALISI E RICERCA 2023

RISPOSTE  TURISMO *per*



INDICE DEL LAVORO

1. DAL MARE PASSA IL FUTURO DEL TURISMO IN PUGLIA

2. TURISMO BALNEARE

- 2.1 L'offerta di turismo balneare
- 2.2 La domanda di turismo balneare
- 2.3 Obiettivi strategici

3. TURISMO CROCIERISTICO

- 3.1 Il traffico crocieristico
- 3.2 Porti e compagnie
- 3.3 Obiettivi strategici

4. TURISMO NAUTICO

- 4.1 L'offerta di turismo nautico
- 4.2 La domanda di turismo nautico
- 4.3 Obiettivi strategici

5. TURISMO DEGLI SPORT ACQUATICI

- 5.1 La definizione, l'offerta e la domanda degli sport acquatici
- 5.2 Gli eventi legati agli sport acquatici
- 5.3 Obiettivi strategici

NOTE METODOLOGICHE

1 DAL MARE PASSA IL FUTURO DEL TURISMO IN PUGLIA

molteplici prodotti e modelli di consumo turistico legati al mare

quattro componenti: balneare, crociere, nautica e sport acquatici

La Puglia con i suoi quasi 1.000 km di costa è la terza regione italiana per estensione del suo territorio costiero. La prima se si escludono le due regioni insulari. Basta ricordare questo aspetto per poter asserire che dal punto di vista turistico è il "prodotto mare" ad incidere maggiormente nei risultati dell'intera regione. E quando si pensa al mare in chiave turistica, non si deve certo limitare l'accezione al classico turismo balneare. Per meglio contemplare un così articolato fenomeno può essere utile ricordare che c'è una vacanza che può essere fruita a terra ma arrivando dal mare, una da fruire in mare arrivando da terra, ed una che ha nel mare l'unico spazio contemplato e fruito nel corso del soggiorno. Con questi paradigmi in testa, diventa più semplice riconoscere come "attorno al mare" possano svilupparsi molteplici modelli di consumo turistico, quindi prodotti da acquistare e fruire, quindi segmenti di domanda da attrarre e servire.

Nell'ambito del nuovo corso di programmazione strategica dell'Assessorato al Turismo della Regione Puglia, si è scelto di individuare cinque diversi prodotti cui dedicare attenzione, e dal punto di vista della conoscenza, e da quello dell'impegno e degli investimenti. Uno di essi è legato al mare e, anche per ragioni di praticità e concretezza, si è deciso di articolarlo in quattro componenti, relative al turismo balneare, al turismo crocieristico, a quello nautico ed a quello legato alla pratica di sport acquatici. Ben sapendo che ad essi altre, ancorché più limitate, ragioni e formule di vacanza – sempre con il mare protagonista – potrebbero aggiungersi.

Il contributo che Risposte Turismo è stato chiamato a fornire è legato innanzitutto alla conoscenza di tali prodotti, di tali comparti, di come si stiano sviluppando in Puglia, anche all'interno di uno scenario più ampio, nazionale o internazionale, e si estende anche ad una interpretazione strategica di tali status quo ed andamenti. Un contributo che parte quest'anno, il 2023, e che è destinato a trovare continuità nei prossimi anni dal momento che le decisioni da prendere dovranno essere sempre agganciate ad informazioni e valutazioni aggiornate.

Per questa prima edizione si è scelto di ricorrere a quante più fonti possibile, consapevoli – sin dall'inizio, ed ancor più in corso d'opera – come su certi fenomeni sia particolarmente complesso disporre di informazioni certe, oggettive ed esaustive, in particolare per quanto riguarda la domanda. Si è operato per arrivare a disegnare uno scenario innanzitutto aggiornato (avvicinare quanto più possibile il tempo di rilascio delle informazioni al momento in cui i fatti sono accaduti è essenziale), articolato per prodotti così come per elementi dell'offerta, con una lettura sia quantitativa che qualitativa, capace, a fianco di

volumi, variazioni, distribuzioni, di includere anche valutazioni, confronti, proiezioni.

L'output, dunque questo report, si presenta con un'articolazione corrispondente alle quattro citate componenti del prodotto mare, alle quali è dedicato un capitolo ciascuna, oltre a queste pagine introduttive che hanno anche l'obiettivo di anticipare alcune principali evidenze, ed una breve nota metodologica. Ciascun capitolo consta di un corredo informativo frutto delle elaborazioni dei dati, dei pareri e delle valutazioni acquisiti, per evidenti ragioni (a cominciare da quelle legate all'identità stessa dei comparti) diversi nel loro sviluppo e nel loro contenuto, pur mantenendo uniformità nello stile e negli obiettivi. Ciascun capitolo si conclude con una esposizione sintetica di raccomandazioni strategiche in forma di obiettivi ed una selezione di relativi strumenti.

Tra le considerazioni che stanno a monte di una più mirata analisi del prodotto mare e delle sue componenti, vi è quella, ormai non più nuova o emergente ma consolidata, dell'essere il turista sempre meno spinto nella scelta della propria vacanza da un'unica motivazione, cercando, viceversa, di contemplare all'interno dell'esperienza che vivrà più significati, più emozioni, più benefici. Ciò lo porta a scegliere una destinazione, o più destinazioni, anche sulla base della capacità di offrire numerose alternative, dunque opportunità da cogliere per arricchire la propria vacanza, sempre meno, appunto, all'insegna di un unico fil rouge. Non si sta affermando che le classiche vacanze balneari, o la settimana bianca, o il tour di città d'arte abbiano perso senso o spazio commerciale. Si vuole, invece, sottolineare come un territorio, per proporsi con efficacia, dovrebbe sempre più – pur se con una vocazione principale – poter vantare un'offerta articolata e diversificata, in grado di andare incontro alle esigenze un po' più evolute del turista di oggi rispetto a quello di ieri.

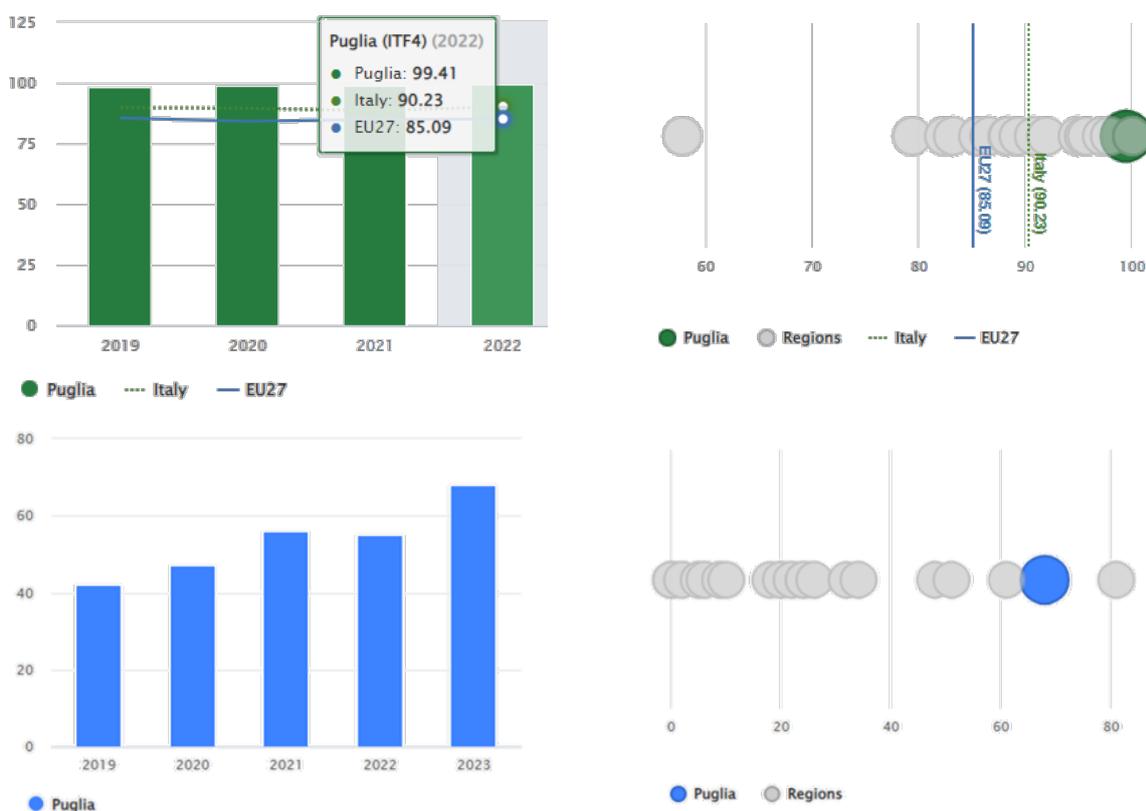
Ciò significa innanzitutto che già all'interno del "prodotto mare" il turista potrebbe spostarsi da una componente ad un'altra, vivendone più d'una del corso della propria vacanza. Se molto probabilmente ciò potrebbe non applicarsi alla vacanza in crociera (per quanto esista anche l'appendice pre o post crociera che talvolta i passeggeri decidono di vivere nella destinazione di imbarco-sbarco, assumendo in quel caso comportamenti diversi da quelli nel corso della crociera), è certamente più comprensibile pensando ad una combinazione di vacanza balneare o nautica con la pratica di sport acquatici, o anche, perché no, di vacanza balneare e di turismo nautico. Ma significa altresì che chi arriva in Puglia per una vacanza legata al mare potrà vestire, anche se per poche ore, i panni di un turista culturale, o enogastronomico, o termale, o sportivo, ed altro ancora. Il che porta, oltre che vantaggi, a suggerire una visione olistica dell'intero turismo per non perdere connessioni, significati ed opportunità che potrebbero sfuggire laddove lo si concepisse ancora come un macro contenitore a compartimenti stagni.

Se però al centro dell'analisi vi è il mare, pur con tutti i distinguo del caso, non v'è dubbio che la valorizzazione di quella risorsa è, e resterà, pur sempre un asset primario. Ed allora, prima di entrare nel merito di alcune evidenze complessive, si ritiene opportuno riportare i risultati legati a due tra gli indicatori utilizzati, e recentemente pubblicati, dalla Direzione Generale del Mercato interno, dell'industria, dell'imprenditoria e delle PMI (GROW) dell'Unione Europea: la pulizia delle acque (quota di siti marcati come "eccellenti" nel periodo maggio-settembre) e il numero di

**più che necessario un
approccio olistico al
turismo**

bandiere blu assegnate. Come si evince dalla prima coppia di grafici, la Puglia, che negli ultimi anni ha visto migliorare la valutazione, si colloca al di sopra della media nazionale e tra i primi posti a livello europeo. Dalla seconda coppia di grafici può essere facilmente notato come i riconoscimenti nel 2023 siano superiori di oltre il 50% di quelli acquisiti nel 2019, ed ancora una volta nella classifica regionale si occupa una delle posizioni di testa. Come si leggerà nelle pagine del report, sono molti i fattori che rendono desiderabile una destinazione e una vacanza nella stessa, ma certamente, ragionando di prodotto mare e turismo del mare, questi dati rappresentano una spinta fondamentale.

Graf 1.1-1.4 Pulizia delle acque e numero di bandiere blu, Puglia nel confronto regionale ed europeo



Fonte: EU Tourism Dashboard (2023) su dati State of Bathing Water, EEA - European Environment Agency (Pulizia acque) e Blue Flag, Foundation for Environmental Education (Bandiere Blu).

nel 2023 un numero di arrivi turistici superiore ai 3 milioni per il prodotto mare

Il turismo del mare ha garantito alla Puglia nel 2023 un numero di arrivi turistici superiore ai 3 milioni. Un'approssimazione per difetto, probabilmente, alla luce di altra domanda che potrebbe essere arrivata sempre "grazie al mare", ancorché non inclusa nelle quattro componenti qui analizzate, così come alla luce di porzioni di flussi turistici sempre difficili, per una ragione o per un'altra, da intercettare e contabilizzare. Certamente si tratta di turisti dai profili differenti, a volte anche molto distanti, e per variabili sociodemografiche e per quelle comportamentali. Già in termini di permanenza media ci si trova di fronte a numeri molto diversi, dalle ore, più che giorni, dei crocieristi, ai turisti balneari o nautici che spesso si trattengono per più di una settimana. Ma quel che certamente li accomuna, oltre all'aver scelto la Puglia come unica destinazione, o come una di quelle selezionate, per la propria vacanza, è l'essere un potenziale cliente per alcuni operatori ed aziende del territorio, generare ed attivare dunque un impatto economico locale, rappresentare involontariamente

(se soddisfatto) un canale di promozione per la destinazione, diventare (se già non lo fosse) un ospite ricorrente (quindi un cliente *repeater*) in regione, anche cambiando talvolta la modalità e l'interesse del trascorrere una vacanza in Puglia.

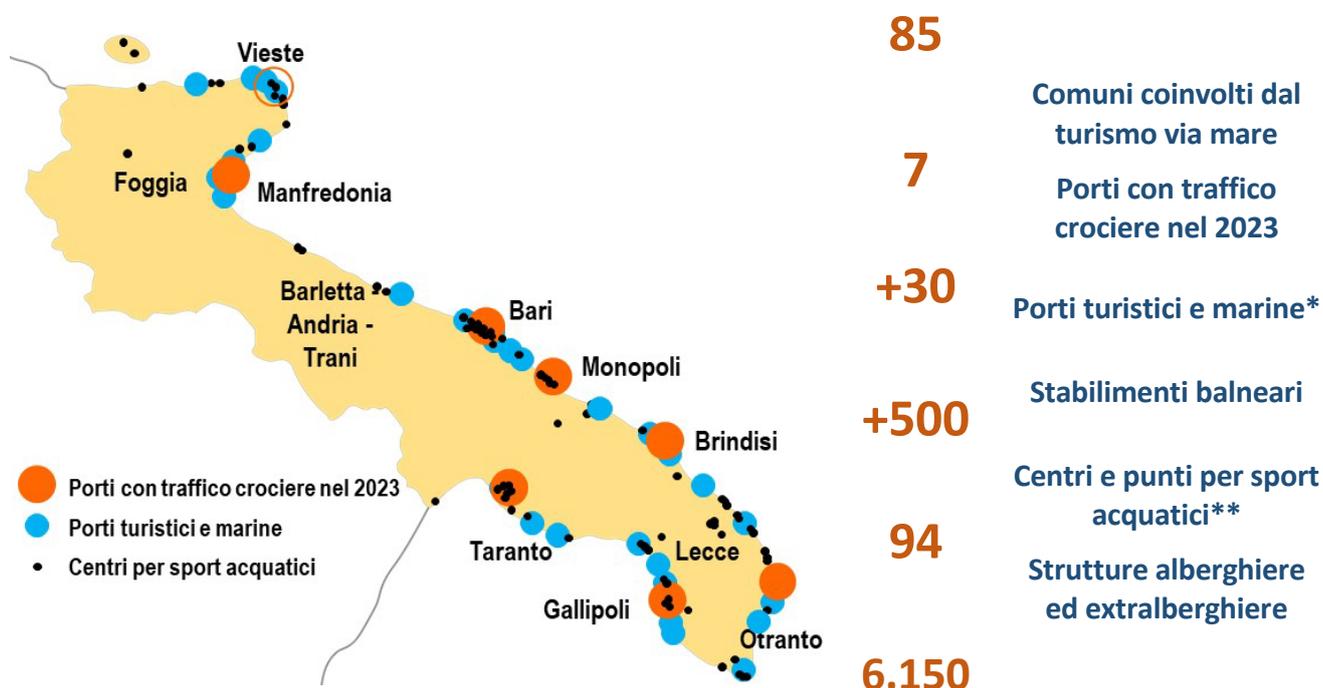
**l'importanza dei turisti
repeater per la
programmazione e per i
risultati di una
destinazione**

Proprio a proposito dei *repeater*, le informazioni raccolte ed elaborate consentono di affermare come una quota piuttosto consistente dei turisti (combinando la domanda relativa a tre delle quattro componenti del prodotto mare – per la crocieristica la valutazione è differente – la si può collocare in un range tra il 25% e il 40% del totale) possa essere considerata come abituale. Si tratta di un vero e proprio “tesoretto” da valorizzare e sfruttare al meglio. E questo non solo per il già citato valore potenziale di *ambasciatori* della destinazione Puglia, o per il poter contare – fattore questo preziosissimo in chiave imprenditoriale – su una base di domanda certa o quasi nelle performance prospettiche, ma anche perché sono proprio i *repeater* (probabilmente solo loro) i destinatari potenziali di due delle azioni – e relativi obiettivi – più evocate e perseguite dalle destinazioni: le cosiddette destagionalizzazione e delocalizzazione dei flussi. Anche per la Puglia tali obiettivi sono spesso collocati tra i traguardi più ambiti e desiderati in un'ottica di massimizzazione degli impatti e dei vantaggi per gli operatori e le comunità locali, ma anche per aumentare la soddisfazione degli ospiti. Purtroppo, però, sono auspici che si scontrano con abitudini consolidate e con processi mentali di selezione che seguono criteri piuttosto standard, e certamente ragionevoli. Il turista, cioè, tenderà a decidere quando andare in vacanza sulla base di una serie di vincoli così come di proprie preferenze, ed al tempo stesso deciderà dove andare (sia dove soggiornare che dove muoversi nel territorio) e difficilmente si farà convincere a cambiare itinerario. Queste resistenze, però, si mostrano meno strenue quando si ha a che fare con turisti abituali, ricorrenti, che già conoscono la destinazione, l'hanno scelta in determinati periodi dell'anno e ne hanno visitato le eccellenze più note e promosse, e possono recepire consigli, indicazioni, proposte che possono incidere, a livello di programmazione territoriale, tanto sulla distribuzione stagionale dei flussi che sulla loro “dispersione” geografica. Bene dunque investire per attirare nuova domanda, nuovi mercati, nuovi clienti, ma altrettanto impegno la Puglia (il fronte pubblico e quello privato) dovrebbe garantire nei confronti dei turisti *repeater*.

**investire per attirare
nuova domanda e
per fidelizzare i turisti
già ospitati**

Dal punto di vista dell'offerta e della sua densità/intensità, la Puglia può vantare uno scenario di buon, se non ottimo, livello. Come si evince dalla figura seguente, nei quasi 90 comuni coinvolti dal turismo del mare si distribuiscono oltre 620 strutture alberghiere, 5.530 strutture extralberghiere, circa 25.600 alloggi privati, più di 500 stabilimenti balneari, 94 centri per la pratica di sport acquatici, più di 30 marine e porti per la nautica da diporto, e 7 scali crocieristici. Pur senza presentare in questa occasione un confronto puntuale con altre regioni italiane, appare senz'altro lecito affermare come una simile quantità e densità di offerta sia raramente riscontrabile altrove in Italia. Senza entrare in dettagli più di tipo qualitativo, capaci di distinguere gli elementi dell'offerta per loro caratteristiche e standard (su questo aspetto è possibile trovare alcune informazioni all'interno dei vari capitoli), dal punto di vista quantitativo questo assetto assicura risposte differenziate e geograficamente distribuite ai turisti che intendono vivere una vacanza legata al mare, riconducibile ad almeno una delle quattro componenti al centro di questo lavoro. Che si voglia arrivare e muoversi in regione in barca,

Fig. 1.1 Le principali componenti di offerta del prodotto mare in Puglia



Fonte: Risposte Turismo per ARET – PugliaPromozione (2023)

Note: * il dato si riferisce alle principali strutture portuali turistiche che offrono ormeggi aperti ed orientati ai diportisti nautici in transito (parte degli oltre 120 tra darsene, circoli velici, centri nautici e altri punti di ormeggio con offerta prevalente ai soci, a diportisti stanziali o con attività sporadica verso i turisti); ** il dato include circoli velici, centri nautici, scuole, a.s.d., società di noleggio, diving center, stabilimenti balneari e villaggi turistici che offrono servizio di noleggio ai turisti.

le criticità nell'accessibilità e mobilità interna

che ci si voglia riposare su un lettino in uno stabilimento balneare, che si preferiscano attività più movimentate se non adrenaliniche, o se si vuole che l'itinerario della nave da crociera su cui ci si imbarca tocchi anche la Puglia, questa regione può offrire queste, ed altre, opportunità. E se andiamo su un aspetto fondamentale quando si ragiona di programmazione turistica, quello del tasso di occupazione delle strutture ricettive (non solo nel senso classico, ma anche marine, porti, stabilimenti balneari, centri noleggio e scuole sportive), quanto emerge in Puglia è la non ancora raggiunta saturazione dell'offerta, talvolta solo sfiorata nei mesi di picco. C'è dunque spazio per crescere anche in assenza di nuovi investimenti per aprire nuove strutture ed incrementare il numero di posti letto, o di posti barca, e così via.

Se però si cambia aspetto, e si va sul tema dell'accessibilità e della mobilità interna, ecco che una valutazione dello status quo non può presentarsi positiva. Se dal punto di vista dell'accessibilità via mare, come si è appena scritto, non si segnalano criticità, vi è la necessità in chiave prospettica di impostare un percorso di miglioramento sia sulla mobilità stradale che sulla possibilità di arrivare per via aerea. Relativamente a quest'ultimo punto, Aeroporti di Puglia ha senza dubbio colmato negli ultimi anni una serie di gap ed oggi i collegamenti disponibili da e per aeroporti come Bari e Brindisi sono senz'altro numerosi e frequenti, ma se si vuole puntare con decisione ad attrarre sempre di più il turista straniero, bisognerà continuare ad investire in tal senso. Quanto ai collegamenti stradali, per arrivare in regione e per muoversi al suo interno, servono interventi mirati, in grado di consentire innanzitutto una più efficiente intermodalità, e poi rendere effettivamente possibili quegli spostamenti (collegando costa ed entroterra) che danno la

possibilità al turista di vivere una vacanza mare-terra, scoprendo le altre vocazioni della regione pur essendo arrivati per trascorrere un soggiorno prevalentemente collegato al mare (anche non obbligando gli stessi turisti a dover necessariamente dotarsi di autovettura per raggiungere in particolare le mete più promosse).

**il prodotto mare
come strumento di
promozione del resto
dell'offerta turistica
regionale**

Proprio a tal proposito, un aspetto ed una linea programmatica da poter seguire fanno riferimento al ruolo che il prodotto mare in Puglia potrebbe avere nel promuovere e sostenere altri comparti turistici, quasi passando, in questa accezione, da fine a mezzo. Si tratta di inquadrare tale macrocategoria di offerta turistica, e relativa domanda, che tutta assieme contribuisce a generare quasi il 90% degli arrivi complessivi turistici in regione, anche come straordinaria opportunità di valorizzare e promuovere quanto altro di bello può offrire la Puglia. Tecnicamente si potrebbe parlare di domanda *captive*, una clientela potenziale, cioè, per gli altri prodotti turistici pugliesi che possono beneficiare di averla già "in casa". I turisti potrebbero nel corso della propria vacanza conoscere altri aspetti e vocazioni dell'offerta regionale, e valutare l'opportunità di tornare nella destinazione per scoprire altri luoghi ed altre ragioni di visita. Un obiettivo perseguibile nel momento in cui si attiva una direttrice promozionale che identifica come target il turista che è già in destinazione, ed il cui comportamento di consumo nel corso della vacanza può essere almeno parzialmente condizionato, indirizzato. E tutto questo porterebbe ad ottenere, come altro risultato collegato, un incremento del numero dei turisti *repeater*, di cui già si è scritto qualche riga fa in termini di preziosa componente della domanda complessiva.

**facilitare ed
incentivare iniziative
di collaborazione tra
operatori**

Incroci virtuosi e *cross marketing* tra prodotti, però, non si ottengono senza il dialogo e la collaborazione tra operatori. E questo appare oggi un limite da superare nel tessuto dell'offerta turistica pugliese. Anche solo limitatamente alle componenti qui analizzate del prodotto mare, è emerso come rarefatte siano le occasioni di incontro e le iniziative concertate capaci di portare a casa risultati di cui sono in più a beneficiare, dunque corali, non solo singole. Da quanto emerso negli scorsi mesi di lavoro sul campo non può al momento trarsi una valutazione positiva su questo fronte. E se non viene assicurata oggi collaborazione tra operatori impegnati in una delle componenti del prodotto mare, difficile che possa palesarsi tra chi ha il proprio business in componenti diverse, e pressoché impossibile tra elementi dell'offerta relativa al mare e quella relativa ad altri prodotti turistici regionali. Non si vogliono certo escludere alcune eccezioni già oggi esistenti, ma uno dei compiti della Regione potrebbe essere ravvisato nel trovare forme di facilitazione ed incentivo verso iniziative di collaborazione tra operatori – sul fronte della creazione di offerta così come della sua promozione – che vadano nella direzione di attivare quel circolo virtuoso per la più ampia macro industria turistica regionale.

Valorizzare i porti crocieristici per accogliere un diversificato insieme di domanda, per puntare, anche, ad un allungamento della stagione e ad attrarre una fascia alta della clientela che cerca esperienze a terra non convenzionali. Investire nella promozione del turismo nautico che può già contare su un buon livello di offerta ma deve puntare ad attrarre più domanda, anche beneficiando della posizione geografica. Rinfrescare, anche cercando un nuovo posizionamento, il prodotto balneare per non perdere posizioni nelle scelte della domanda italiana, ed interpretarlo in modo meno convenzionale per risultare credibili ed attrattivi anche verso l'utenza straniera, con l'allungamento della stagione come

obiettivo perseguibile, se cercato in modo corale. Puntare a diventare la regione leader in Italia per gli appassionati di sport acquatici, una nicchia in crescita che certamente non potrà assicurare volumi paragonabili a quelli delle altre componenti del prodotto mare ma potrebbe contribuire non poco in chiave di visibilità ed attrazione di nuovi target. Di questi obiettivi, e di altri, potenzialmente assegnabili alle quattro componenti, si scrive nei capitoli dedicati a ciascuna di esse, a conclusione di trattazioni ricche di informazioni, dati, elaborazioni ed interpretazioni, fondamentali per supportare i processi decisionali, tanto quelli strategici che operativi. Per questa ragione sarà essenziale ampliare e potenziare il monitoraggio di questi fenomeni, anche per avvicinare progressivamente il momento delle scelte a quello delle opportunità o necessità che le determinano, in uno scenario turistico (nazionale e internazionale) oggi molto più instabile e meno prevedibile di ieri.

2 TURISMO BALNEARE

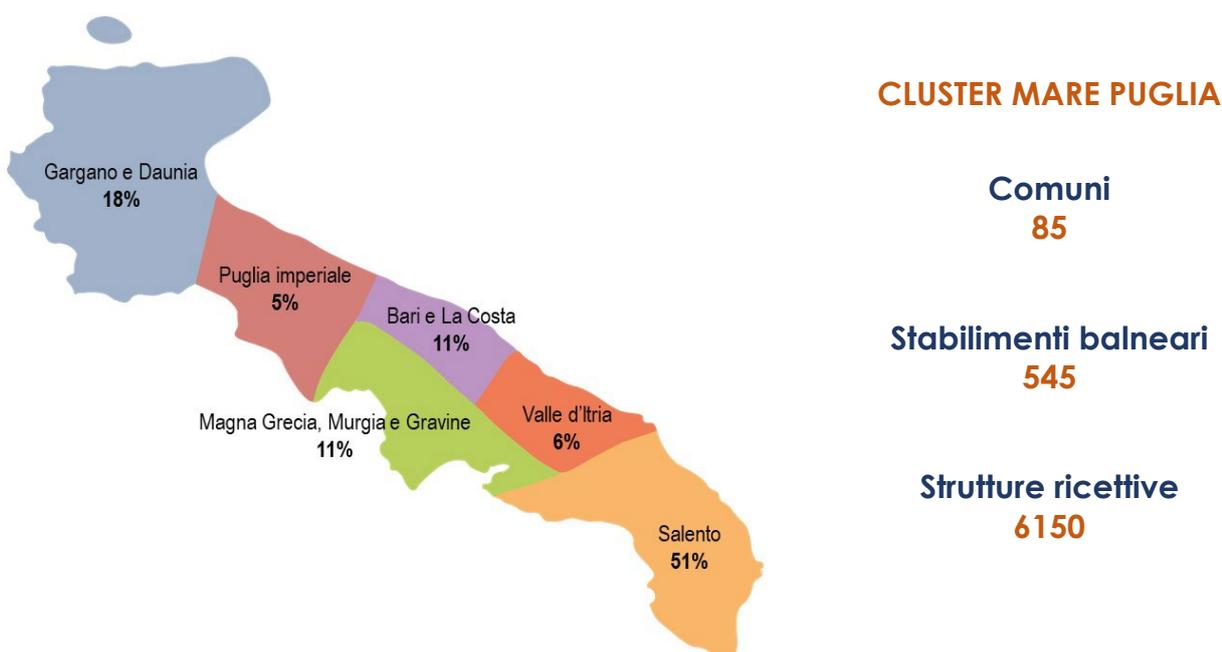
2.1 L'offerta di turismo balneare

Con oltre 7800km di coste balneabili e 15 regioni affacciate sul mare, il turismo balneare in Italia è una delle forze attrattive più importanti per il Paese. Una domanda che viene soddisfatta da un'ampia e articolata offerta: in Italia il sistema informativo del demanio ha censito nel 2022 26.313 concessioni, di cui quasi il 60% (15.414) risultano essere ad uso turistico-ricreativo per un totale di 53.869.412mq di superficie. Le imprese balneari sono solo una parte dei soggetti utilizzatori del demanio ad uso turistico-ricreativo. Contando anche realtà lacuali e fluviali, oltre che marittime, nel 2022 sono state censite 6.592 imprese balneari in Italia per un totale di 60mila addetti nei periodi di alta stagione (Indagine Nomisma, su dati Infocamere).

In Puglia 1204 concessioni (7,8% su tot. Italia), oltre 3,3 milioni di mq di superficie ad uso turistico-ricreativo (6,2% su tot. Italia) e 474 imprese, (7,2% sul tot. Italia).

La regione Puglia con oltre 950 km di costa vede nel turismo balneare la principale motivazione di viaggio di turisti italiani e stranieri (Swg-Ciset per Pugliapromozione, 2021). I litorali pugliesi sono caratterizzati da diverse aree

Fig 2.1 Distribuzione nelle ATIT dei comuni del cluster mare



Fonte: Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione.

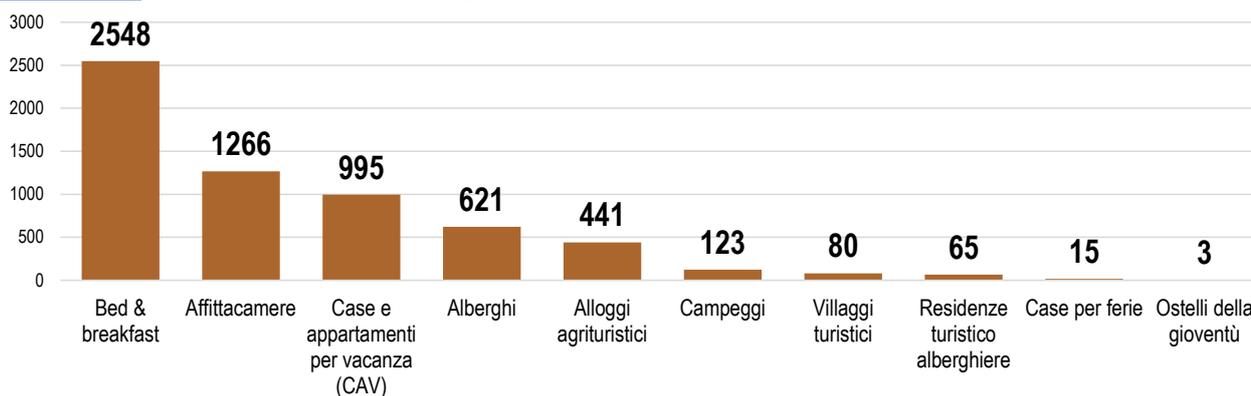
marine protette ed hanno una varietà eccezionale: dalle coste con ampie distese sabbiose a quelle alte e rocciose, dalle isole incontaminate alle frequentatissime località costiere, dalle spiagge deserte ai grandi lidi. In questo modo la fruizione della costa è molteplice (relax, svago, sport, avventura, contatto con la natura) e di conseguenza lo è la sua capacità attrattiva. I comuni interessati da questa tipologia di turismo in Puglia sono 85, con una concentrazione nel Salento rispetto alle altre 5 Aree territoriali di interesse turistico (ATIT). Questi comuni presentano un'ampia offerta di strutture ricettive e stabilimenti balneari, soggetti fulcro di questa tipologia di turismo. Negli 85 comuni del cluster mare si contano oltre 6.150 strutture ricettive e circa 545 stabilimenti balneari.

Nei territori degli 85 comuni del cluster mare, la regione Puglia conta oltre 6.150 strutture ricettive che includono circa 620 hotel e oltre 2500 B&b, a cui si aggiungono altre tipologie di strutture come villaggi, affittacamere, case vacanza, agriturismi con alloggio ed altre ancora. A queste tipologie classiche di strutture ricettive, dal 2021, e con risultati più attendibili a partire dal 2023, la Regione Puglia ha iniziato a mappare gli alloggi privati, ovvero soluzioni messe a disposizione da privati a privati o ad agenzie professionali, su base temporanea, come alloggio turistico, caratterizzate da una gestione non imprenditoriale e non disciplinata dalle normative riguardanti gli esercizi ricettivi collettivi (alberghieri e complementari). Si tratta di una novità per la regione, ma anche per l'intero sistema statistico in quanto ad oggi nemmeno ISTAT raccoglie questo dato.

Nei comuni del cluster mare sono presenti 25.600 alloggi privati, ovvero il 79% del totale Puglia per questa categoria.

In termini strategici il valore di questo dato è molto importante per comprendere una fascia di arrivi e presenze che altrimenti non verrebbe registrata.

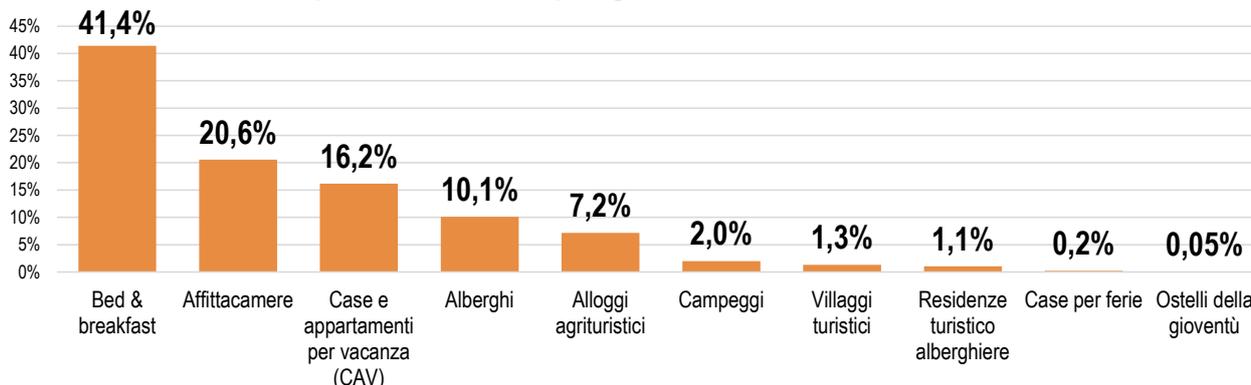
Graf. 2.1 Distribuzione delle tipologie di strutture ricettive del cluster mare, 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione.

Escludendo gli alloggi privati, da notare come ci sia una netta prevalenza delle strutture extra-alberghiere sugli alberghi che rappresentano solo il 10% dell'offerta del cluster mare pugliese, un dato in linea con l'offerta totale della regione e leggermente più basso del valore nazionale (14%).

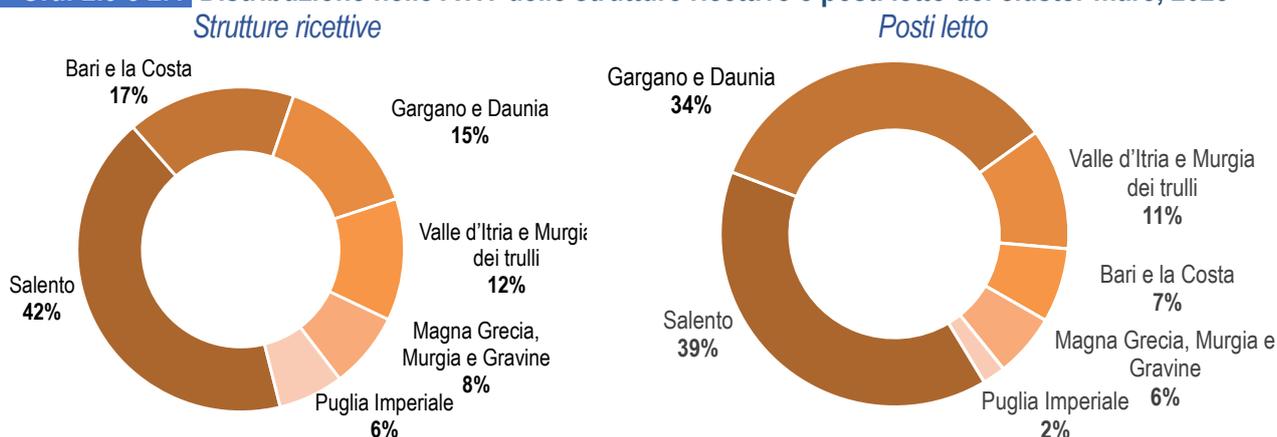
Graf. 2.2 Distribuzione percentuale delle tipologie di strutture ricettive del cluster mare, 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione.

Osservando la distribuzione delle varie tipologie di strutture ricettive nelle ATIT, il Salento presenta il maggior numero di strutture e di posti letto, con un valore attorno al 40% per entrambi. Grande scostamento tra numero di strutture e posti letto si ha invece in Gargano e Daunia: l'ATIT comprende il 15% delle strutture cluster mare ma rappresenta il 34% dei posti letto. Questo valore si può probabilmente ricondurre al fatto che Gargano e Daunia hanno il maggior numero di campeggi (68) e villaggi turistici (73) che presentano un numero molto più ampio di posti letto rispetto alle altre tipologie di strutture. Ad oggi i posti letto degli alloggi privati non vengono ancora conteggiati, ma se volessimo considerare una media di 4 posti letto per struttura si andrebbero ad aggiungere circa 100.000 posti ai 251.400 delle strutture ricettive classiche del cluster balneare. L'ATIT con il maggior numero di alloggi privati risulta essere il Salento (63%), seguito da Valle d'Itria e Murgia dei Trulli (15%) e Bari e la Costa (10%). In generale si segnala una distribuzione molto simile a quella delle strutture ricettive classiche.

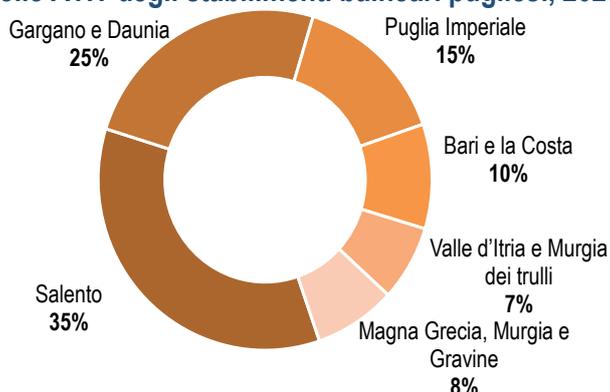
Graf. 2.3 e 2.4 Distribuzione nelle ATIT delle strutture ricettive e posti letto del cluster mare, 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Nota: il valore non include gli alloggi privati.

All'interno del segmento balneare, oltre alle strutture ricettive e agli alloggi privati siti in luoghi interessati dal prodotto mare, è stata analizzata anche la componente degli stabilimenti balneari. Ne sono stati mappati 545. Il 35% di essi si concentra nella zona del Salento, seguito da Gargano e Daunia (25%), Puglia Imperiale (15%), Bari e la Costa (10%), Magna Grecia, Murgia e Gravine (8%), per concludere con la Valle d'Itria e Murgia dei trulli (7%). L'ATIT con il maggior numero di stabilimenti risulta essere il Salento (35%), che è anche l'area con il maggior numero di arrivi nell'estate 2023 (41%).

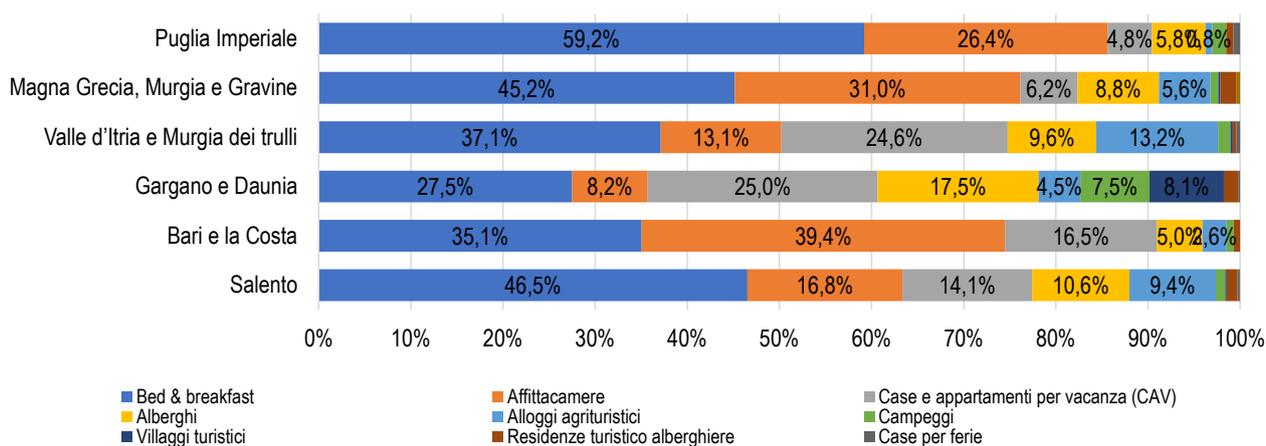
Graf 2.5 Distribuzione nelle ATIT degli stabilimenti balneari pugliesi, 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione.

Analizzando la distribuzione delle varie tipologie di strutture ricettive per singolo ATIT si nota come in tutte le aree quella prevalente siano i B&b, tranne per Bari e la Costa dove prevalgono (di solo 4 punti percentuali) gli affittacamere.

Graf. 2.6 Distribuzione delle tipologie di strutture ricettive del cluster mare nelle ATIT, 2023



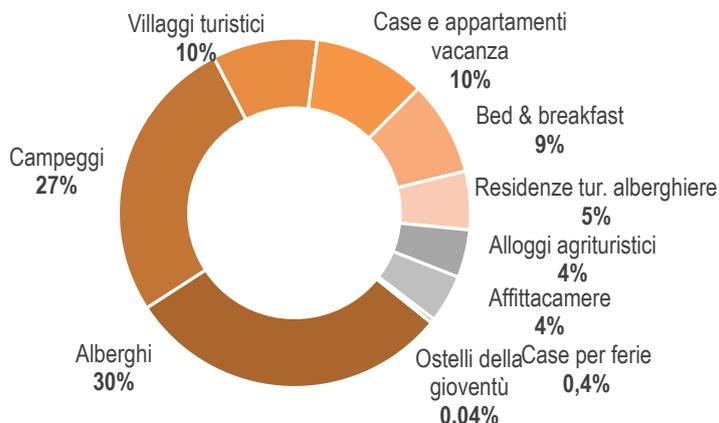
Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Nota: l'elaborazione non include gli alloggi privati.

I posti letto disponibili nelle strutture ricettive del cluster balneare in Puglia sono circa 251.400, di questi circa 68.000 (27% sul totale) sono offerti dalle varie tipologie di alberghi, di cui quasi 46.000 solo dalla fascia 4-5 stelle e 5 stelle lusso.

Sono oltre 300 le strutture alberghiere 4-5 stelle e 5 stelle lusso.

Nonostante i B&b siano la categoria dominante, la maggior parte dei posti letto (30%) rientra negli alberghi che a livello di numero di strutture pesano solo per il 10%. Questo conferma la struttura di entrambi: gli hotel tendono ad aver molte più camere rispetto ad un B&b che da normativa italiana non può aver più di tre camere, ciascuna dotata di un massimo di quattro posti letto.

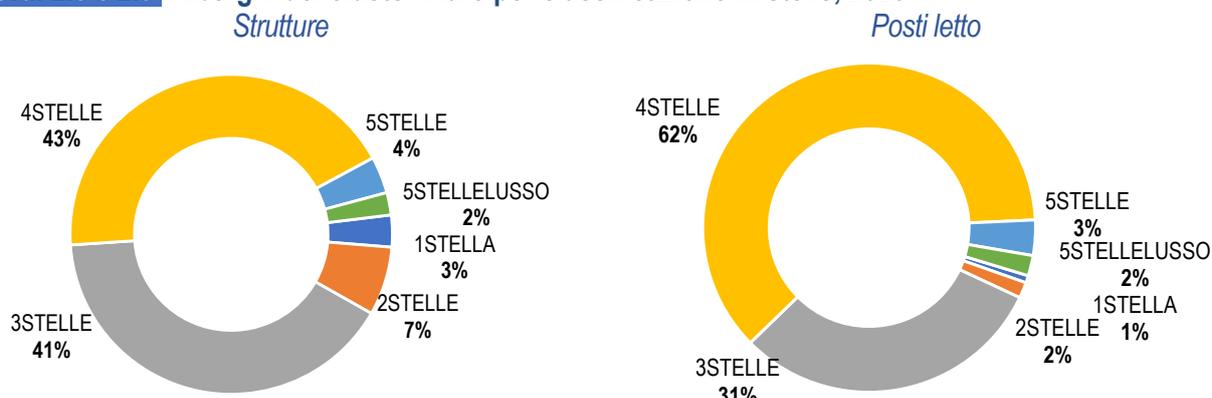
Graf 2.7 Posti letto del cluster mare per tipologia di struttura ricettiva, 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Nota: il valore non include gli alloggi privati.

In Puglia ci sono circa 620 alberghi. Sia in termini di strutture che di posti letto anche in questo caso il Salento concentra la quota maggiore (rispettivamente 44% e 42%), seguito da Gargano e Daunia (rispettivamente 25% e 22%). Rispetto al totale di tutte le tipologie scende di classifica, pertanto, Bari e la Costa: l'ATIT detiene il 17% del totale delle strutture (graf. 2.3.), ma solo l'8% del totale degli alberghi. Fra gli alberghi la tipologia più diffusa è il 3-4 stelle che rappresenta oltre l'80% del totale e la quota maggiore di alberghi in tutti gli ATIT. Da notare il differente peso dei 4 stelle in termini di strutture (43%) e di posti letto (62%) che starebbe ad indicare strutture più grandi con un maggior numero di posti letto rispetto alle altre tipologie.

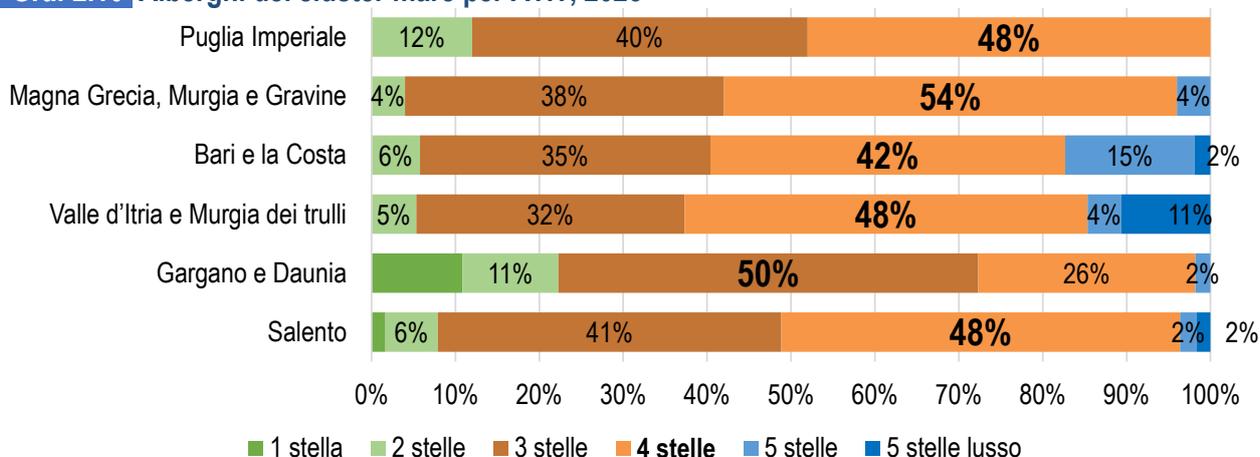
Graf 2.8 e 2.9 Alberghi del cluster mare per classificazione in stelle, 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione.

Come anticipato, la tipologia di struttura alberghiera prevalente nel cluster mare sono i 4 stelle per tutti gli ATIT, ad eccezione del Gargano e Daunia in cui prevalgono, con un peso del 50% sul totale, i 3 stelle

Graf 2.10 Alberghi del cluster mare per ATIT, 2023



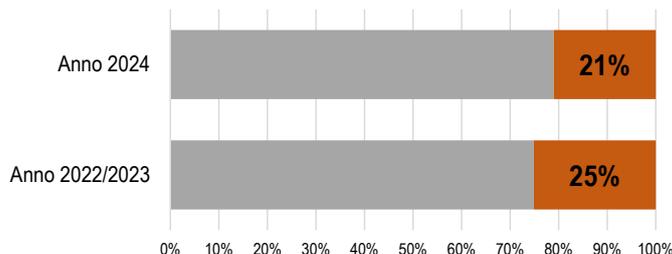
Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione

In questo contesto di ampia ed articolata offerta ricettiva della Puglia sono stati analizzati alcuni ulteriori aspetti. È stato infatti ascoltato un ampio panel di strutture ricettive extra-alberghiere attraverso un'indagine ad hoc con oltre 200 rispondenti e sono stati intervistati i titolari e manager di oltre 50 alberghi. A questi campioni si aggiunge l'ascolto di vari rappresentanti di categoria provinciali e regionali. Un elemento emerso dall'ascolto degli operatori è l'incremento dei prezzi rispetto alla stagione precedente dovuto come causa primaria all'aumento dei costi per le strutture per il più ampio ecosistema inflattivo in cui si è inserita la stagione balneare 2023. Un aumento molto simile, seppur leggermente più contenuto, si registra anche per gli stabilimenti balneari.

Aumentano i prezzi nel confronto 2023/2022: +11% per le strutture ricettive extra-alberghiere del cluster mare e +7% per gli stabilimenti balneari.

Questo ecosistema ha comportato come ulteriore conseguenza un arresto negli investimenti da parte delle strutture ricettive sia extra-alberghiere che alberghiere, che si ritrova anche per gli stabilimenti balneari, ma in questo caso più dovuto alla situazione di incertezza data dal futuro adeguamento dell'Italia alla Direttiva Bolkestein. I titolari degli stabilimenti si dicono, infatti, piuttosto restii a programmare investimenti nel prossimo futuro: poco più di un imprenditore su cinque ha effettuato investimenti tra il 2022 e il 2023, e qualcuno in meno ne sta programmando per il 2024.

Graf 2.11 Investimenti delle strutture ricettive extra-alberghiere del cluster mare, confronto 2022/2023 e 2024.

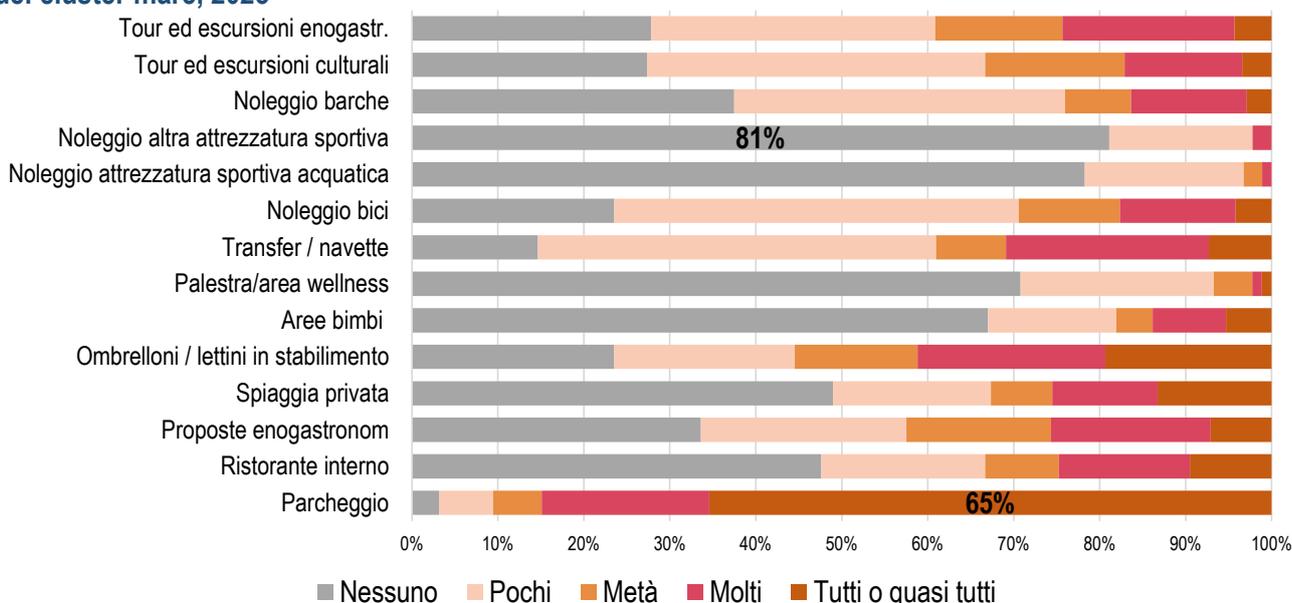


Fonte: Indagine Risposte Turismo (2023).

In merito ai servizi aggiuntivi offerti dalle strutture ricettive extra-alberghiere, tra i servizi meno offerti troviamo la palestra (51% non la offre), il noleggio di

attrezzatura sportiva (51%), l'area bimbi (48%) e la spiaggia privata (46%). Questi risultati non indicano una mancanza da parte delle strutture ricettive extra-alberghiere di servizi essenziali, ma piuttosto di servizi che vengono generalmente offerti da strutture alberghiere oppure da altri stakeholder come i centri di noleggio o gli stabilimenti balneari. In particolar modo per quanto riguarda il posto in spiaggia, la sua mancata offerta è dovuta per lo più al fatto che i B&b, e tutte le altre tipologie di strutture extra-alberghiere, non si trovano quasi mai fronte mare (dove invece trovano più spazio gli alberghi). Nonostante ciò, è emerso come i gestori stiano cercando sempre di più di stringere accordi con gli stabilimenti sotto forma di convenzioni b2b oppure di scontistica per il cliente della struttura. Il servizio più offerto risulta essere il parcheggio (87% lo offre), seguito da transfer/navette in loco (68%) e, a riconferma di quanto affermato prima, l'ombrellone/lettino in stabilimento (65%). Questi dati emersi sui servizi dell'offerta risultano essere in linea con la richiesta del mercato: i servizi più offerti sono anche quelli che vengono maggiormente richiesti.

Graf 2.12 Frequenza di utilizzo/richiesta di alcuni servizi nelle strutture ricettive extra-alberghiere del cluster mare, 2023

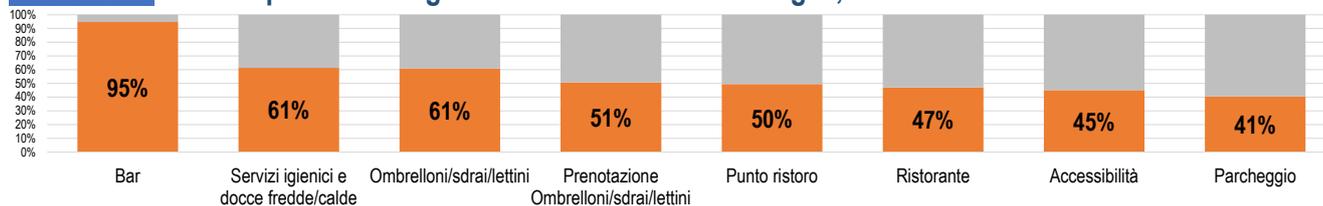


Fonte: Indagine Risposte Turismo (2023).

Riguardo i servizi degli stabilimenti si è confrontata l'offerta dell'estate 2023, con la precedente 2022. Tra i servizi più presenti, al primo posto c'è il chiosco/bar che secondo indagine su scala nazionale (Indagine Nomisma, 2022) risulta essere il servizio più offerto ai clienti degli stabilimenti (93%). L'offerta si arricchisce anche grazie alla presenza del ristorante (47%) e del punto ristoro (50%), spesso offerti in aggiunta o in sostituzione al bar/chiosco. Tra i servizi più offerti seguono ombrelloni/sdrai/lettini e servizi igienici/docce fredde. L'offerta di ombrelloni/sdrai/lettini senza prenotazione è al 61% nel 2022, con prenotazione al 51% e il 16% offre in concomitanza o in esclusiva ombrelloni e "sdrai VIP". In totale il 70% degli stabilimenti offre il posto in spiaggia in una delle tre modalità fra ombrelloni/sdrai/lettini classici, su prenotazione o VIP. I servizi igienici/docce fredde e calde venivano offerti dal 61% degli stabilimenti pugliesi nel 2022, dall'ascolto dei titolari nel 2023 è emerso che valutando solo servizi igienici/docce fredde (non calde) circa il 90% ne dispone, mentre è più basso il valore delle docce calde. Da segnalare nel confronto su scala nazionale, servizi come il parcheggio offerto dal 41% degli stabilimenti pugliesi nel 2022 e con

valore in crescita nel 2023, offerto a livello nazionale solo dal 24% degli stabilimenti italiani.

Graf 2.13 I servizi più offerti dagli stabilimenti balneari in Puglia, 2022



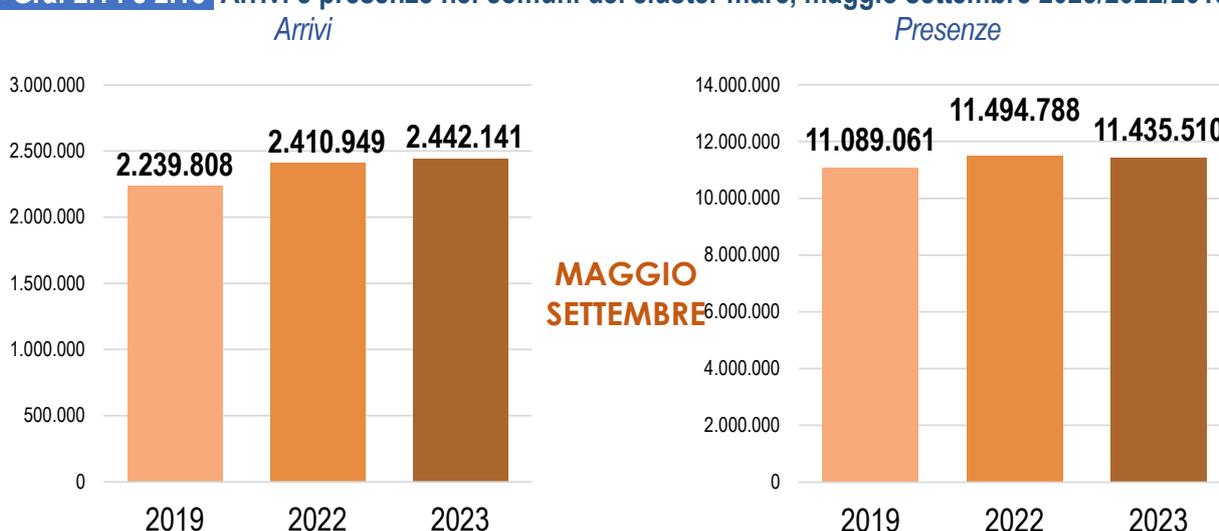
Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione.

Tra i servizi meno offerti emersi dalla mappatura 2023 figurano quelli non essenziali o generalmente offerti da altri operatori come i noleggi sia di attrezzatura sportiva acquatica che per sport di terra, edicola e tabacchi, mentre il solarium non è ancora diffuso ma risulta tra gli investimenti di una parte del campione ascoltato. Per quanto concerne, invece, l'accessibilità, il 50% offre "sedie job", il 38% parcheggi riservati e una minoranza altri servizi come passerelle, servizi igienici ed altri. Gli stabilimenti pugliesi hanno pertanto margine per lavorare sull'accessibilità rendendo gli stabilimenti più inclusivi, tenendo sempre a mente che la conformazione del territorio in alcuni punti rende più difficile l'adeguamento rispetto ad altre regioni.

2.2 La domanda di turismo balneare

Nell'estate 2023 (maggio-settembre) nelle coste della Puglia si è registrato un +3,12% in termini di presenze e un +9% in termini di arrivi sul 2019, anno record del turismo. Analizzando in dettaglio il confronto mensile, il bimestre luglio-agosto presenta un +7,52% sugli arrivi e un leggerissimo calo delle presenze (-0,34%) sul 2019. Il confronto con il 2022 segna una sostanziale tenuta sul periodo maggio settembre: +1,29% in termini di arrivi e -0,52% in termini di presenze, mentre sul bimestre luglio-agosto -0,55 % sugli arrivi e -2,26% sulle presenze. Da notare come nel bimestre luglio-agosto 2023 vi sia una flessione nelle presenze rispetto al 2019, flessione che non si evince sul totale estivo maggio-settembre.

Graf 2.14 e 2.15 Arrivi e presenze nei comuni del cluster mare, maggio settembre 2023/2022/2019



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%.

Nel confronto con il totale della Puglia nel periodo maggio-settembre la componente balneare pesa per l'87% in termini di arrivi e per il 76% in termini di presenze nel 2023.

Graf 2.16 e 2.17 Arrivi e presenze nei comuni del cluster mare, luglio agosto 2023/2022/2019



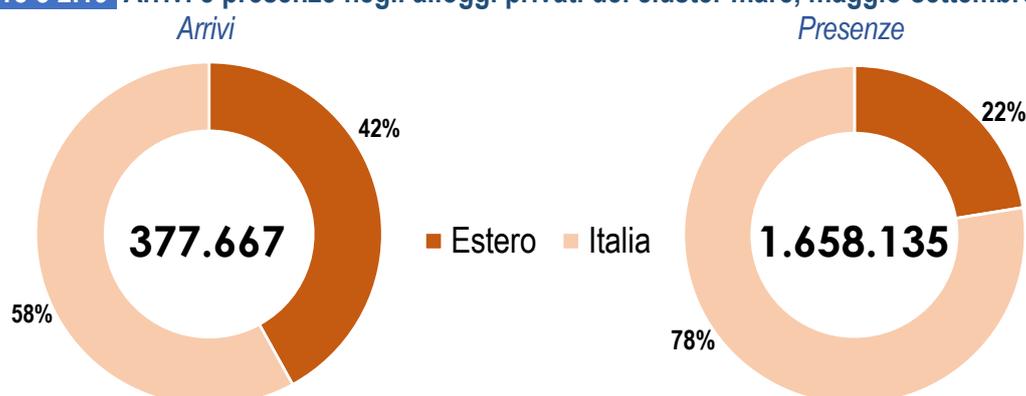
Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note: solo comuni cluster mare e periodo luglio-agosto.

Questo valore cresce se valutati solo i mesi centrali di luglio-agosto in cui gli arrivi del balneare pesano per l'80% e le presenze per il 90%. I valori di entrambi i periodi corrispondono rispetto al 2019 in termini di arrivi, mentre scende di un solo punto percentuale in termini di presenze (le presenze balneari maggio-settembre pesavano per l'88% e 91% nel periodo luglio-agosto). Agli arrivi e presenze 2023 nelle strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere si aggiungono i valori relativi agli alloggi privati. Questa tipologia di alloggi in Puglia conta nel maggio-settembre 2023 rispettivamente oltre 378 mila arrivi e quasi 1 milione e 700 mila presenze. Questi valori sommati a quelli emersi dall'elaborazione di strutture alberghiere ed extra-alberghiere portano l'estate pugliese 2023 (maggio settembre) ad un totale di 2.819.000 arrivi e più di 13 milioni di presenze.

In Puglia locazioni e alloggi privati aggiungono 377. 667 arrivi e 1.658.135 presenze ai valori di maggio-settembre 2023.

Rispetto ai dati relativi ad alberghiere ed extra-alberghiere, in queste strutture sia in termini di arrivi che di presenze c'è una netta maggioranza di italiani rispetto agli stranieri, rispettivamente del 58% e dell'78%. Da notare però come la permanenza degli stranieri risulti piuttosto bassa considerando che rappresentano il 42% degli arrivi e solo il 22% delle presenze.

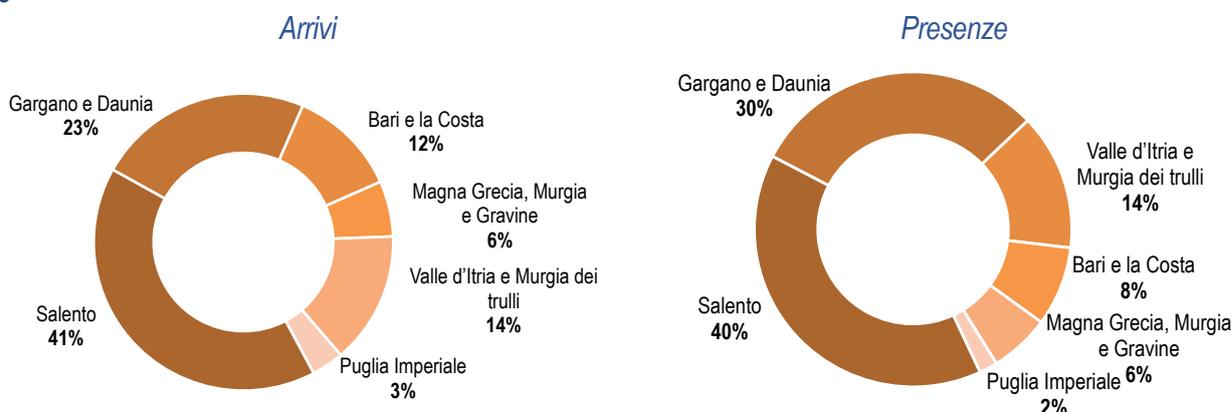
Graf 2.18 e 2.19 Arrivi e presenze negli alloggi privati del cluster mare, maggio-settembre 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%.

In termini di arrivi e presenze per ATIT il Salento prevale per entrambi con il 40%, seguito da Gargano e Daunia con il 23% di arrivi e il 30% di presenze, dove evidentemente si sono svolte vacanze più lunghe nel 2023. Altro stacco importante per Bari e la Costa (in cui si ricorda che per questo comparto, il balneare, non sono stati inclusi i valori relativi al comune di Bari) in cui gli arrivi pesano per il 12% mentre il peso delle presenze scende all'8%. Più equilibrati in termini di peso di arrivi e presenze gli altri ATIT.

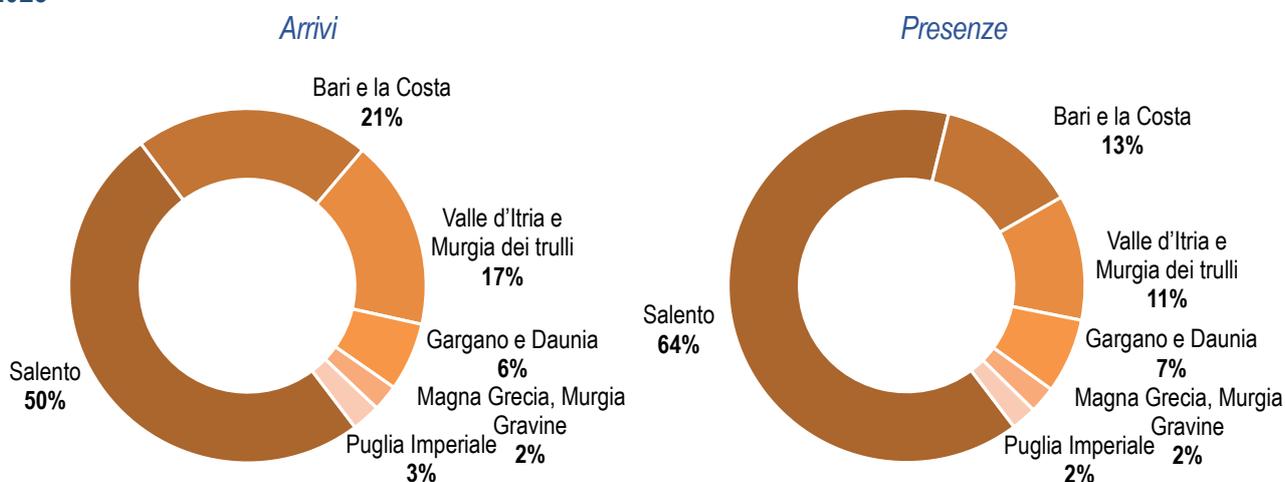
Graf 2.20 e 2.21 Arrivi e presenze nei comuni del cluster mare divisi per ATIT, maggio-settembre 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%.

Anche per la categoria degli alloggi privati il Salento risulta prima area, con un rapporto tra arrivi e presenze più sbilanciato sulle seconde, segno che i turisti degli alloggi privati in Salento svolgono vacanze più lunghe rispetto alle altre aree. Anche in questo caso Bari e la Costa raggiungono un peso più alto di arrivi (21%) rispetto alle presenze (13%)

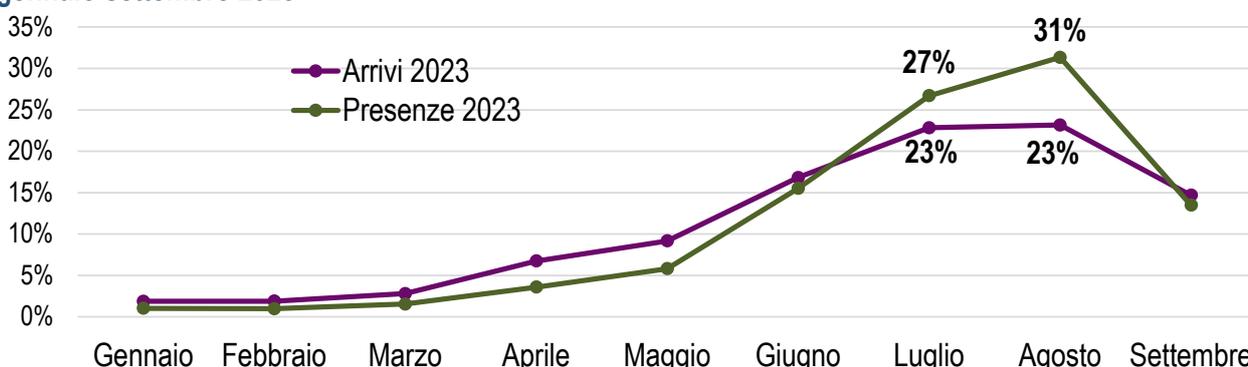
Graf 2.22 e 2.23 Arrivi e presenze negli alloggi privati del cluster mare per ATIT, maggio-settembre 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%.

La stagionalità dei comuni del cluster mare segna un evidente picco nei mesi di luglio e agosto che sul totale dei primi 9 mesi dell'anno, pesano entrambi per il 23% in termini di arrivi, e rispettivamente del 27% e del 31% in termini di presenze. Giugno e settembre presentano andamenti simili, con giugno che pesa di 2 punti percentuali in più di settembre sia in termini di arrivi che di presenze (giugno: arrivi 17%, presenze 16%; settembre: arrivi 15%, presenze 13%).

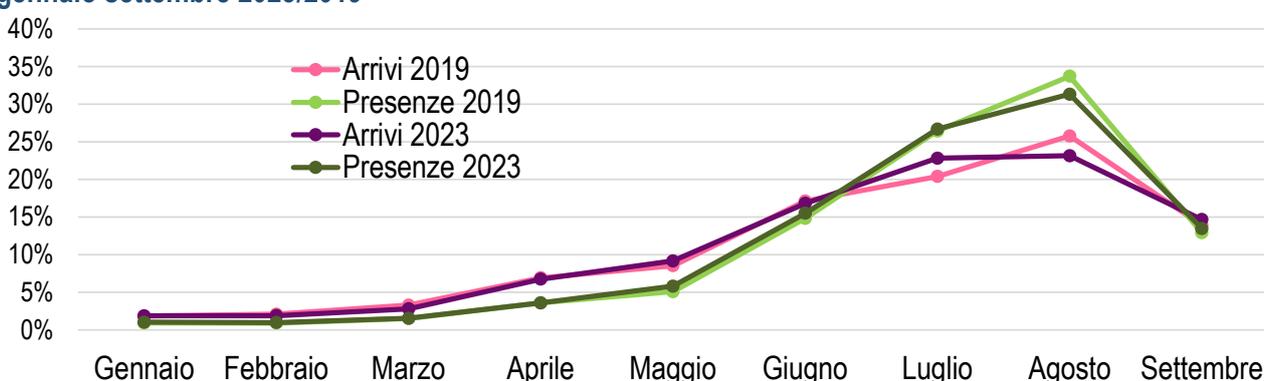
Graf 2.24 Andamento stagionale arrivi e presenze nei comuni del cluster mare, valori percentuali, gennaio settembre 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%.

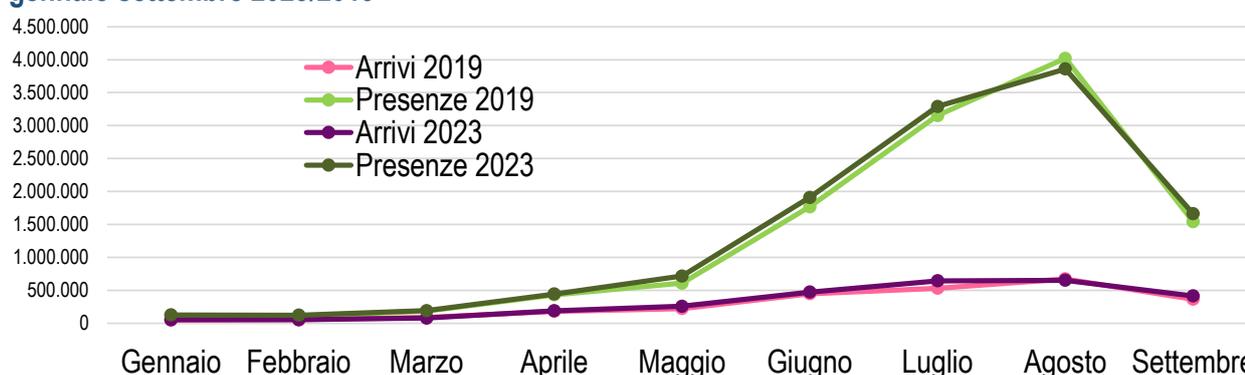
Valutando sempre la prima parte del 2023 in termini percentuali, il mese di agosto pesa meno sul totale dei primi 9 mesi rispetto al 2019, calando di 3 punti percentuali in termini di arrivi e di 2 di presenze. Aumentano invece di 2,4 punti percentuali gli arrivi del mese di luglio e di 1 punto arrivi e presenze del mese di maggio.

Graf 2.25 Andamento stagionale arrivi e presenze nei comuni del cluster mare, valori percentuali, gennaio settembre 2023/2019



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%.

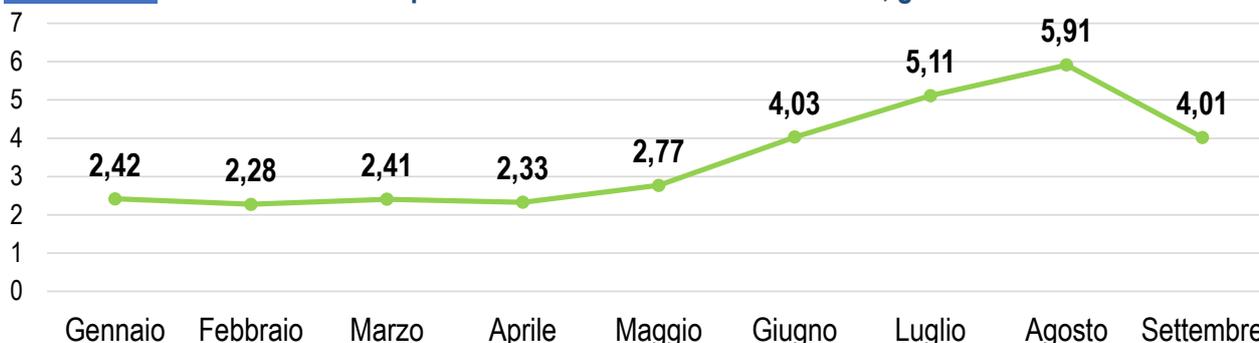
Graf 2.26 Andamento stagionale arrivi e presenze nei comuni del cluster mare, valori assoluti, gennaio settembre 2023/2019



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%.

Dall'analisi della permanenza media per mese nel 2023, agosto presenta la permanenza maggiore di quasi 6 giorni, che cala da luglio a maggio, per assestarsi nei primi 4 mesi dell'anno, quando evidentemente il segmento balneare non trova il suo spazio.

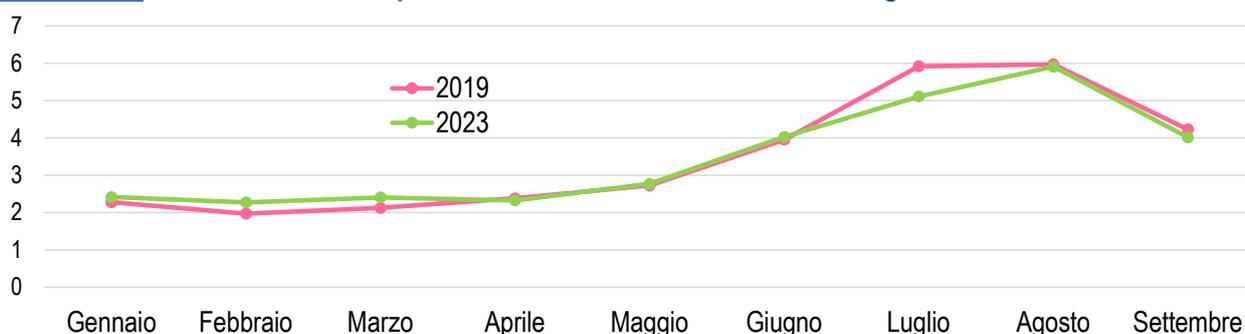
Graf 2.27 Permanenza media per mese nei comuni del cluster mare, gennaio settembre 2023/2019



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%.

Dall'analisi della permanenza media per mese nel confronto tra 2019 e 2023, si nota una generale diminuzione del periodo nel 2023, con un picco nel luglio 2019: si può dedurre che nel 2019 si svolgeva più frequentemente la tipica vacanza estiva balneare della durata di una settimana (6 giorni di permanenza media), mentre nel 2023 questo valore è più basso di circa un giorno. Questa generale diminuzione della durata della vacanza è un fenomeno che si conferma per il 2023 soprattutto in altissima stagione.

Graf 2.28 Permanenza media per mese nei comuni del cluster mare, gennaio settembre 2023/2019



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%.

Nella classifica dei primi 10 comuni balneari (il dato non include il valore relativo agli alloggi privati) per presenze estive si posizionano sul podio Vieste, Ugento e Otranto, con un sorpasso di Otranto su Peschici rispetto al 2022. 5 città delle prime 10 appartengono al Salento, per un totale di oltre 2,9 milioni di presenze (25% sul totale estivo). In termini di arrivi sul podio si confermano Vieste e Otranto, ma entra Lecce in seconda posizione con un +15% rispetto al 2019. In nessuna delle due classifiche rientrano città delle aree della Magna Grecia, Murgia e Gravine e della Puglia Imperiale.

Tab 2.1 e 2.2 **Classifica Estate (maggio-settembre) nei comuni del cluster mare per pernottamenti e arrivi nelle strutture ricettive, 2023 e confronto con 2019 e 2022**

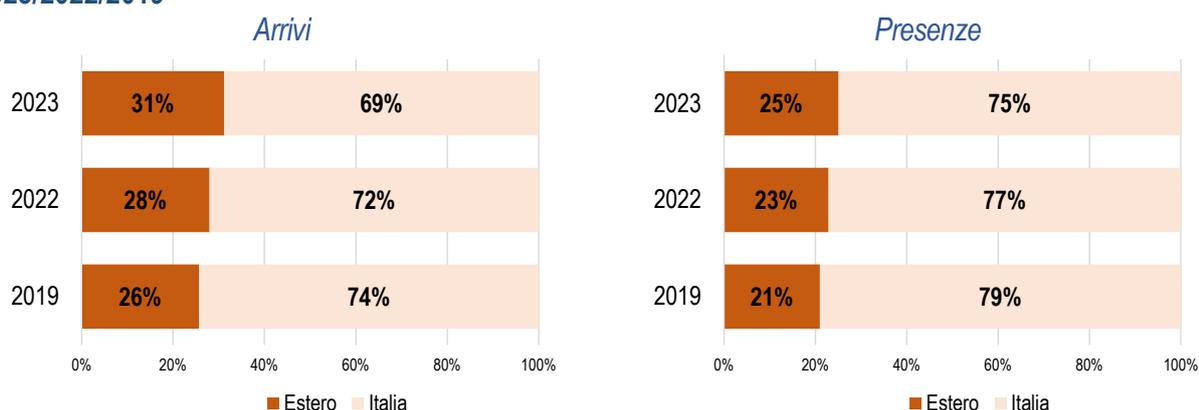
Pernottamenti per Comune	Presenze 2023	Presenze 2019	Presenze 2022	Var. 23/22	ATIT
1 VIESTE	1.915.786	1.882.039	1.958.099	-2%	Gargano e Daunia
2 UGENTO	808.970	747.537	878.629	-8%	Salento
3 OTRANTO	608.655	654.083	596.700	2%	Salento
4 PESCHICI	550.634	618.453	622.783	-12%	Gargano e Daunia
5 FASANO	529.032	522.993	542.232	-2%	Valle d'Itria e Murgia dei trulli
6 LECCE	514.967	474.139	479.818	7%	Salento
7 CAROVIGNO	507.404	477.590	500.298	1%	Valle d'Itria e Murgia dei trulli
8 MELENDUGNO	491.775	489.426	435.721	13%	Salento
9 GALLIPOLI	491.306	436.388	468.069	5%	Salento
10 OSTUNI	437.569	345.632	456.256	-4%	Valle d'Itria e Murgia dei trulli

Arrivi per Comune	Arrivi 2023	Arrivi 2019	Arrivi 2022	Var. 23/22	ATIT
1 VIESTE	309.183	283.648	312.686	-1%	Gargano e Daunia
2 LECCE	182.137	158.933	173.657	5%	Salento
3 OTRANTO	133.155	125.907	129.580	3%	Salento
4 MONOPOLI	121.162	95.624	115.200	5%	Bari e la Costa
5 FASANO	119.533	108.547	118.683	1%	Valle d'Itria e Murgia dei trulli
6 UGENTO	115.484	96.841	118.959	-3%	Salento
7 OSTUNI	112.337	80.890	109.550	3%	Valle d'Itria e Murgia dei trulli
8 GALLIPOLI	110.687	91.473	103.542	7%	Salento
9 POLIGNANO A MARE	87.696	70.004	83.226	5%	Bari e la Costa
10 MELENDUGNO	82.745	78.269	72.855	14%	Salento

Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%. Rif. Tab. 6; l'elaborazione non include i dati riferiti agli alloggi privati.

Continua il trend di crescita, visibile già nel 2022, degli arrivi degli stranieri, che nel periodo maggio-settembre 2023 hanno pesato lungo le coste per il 31% (erano il 26% nel 2019 e il 28% nel 2022).

Graf 2.29 e 2.30 **Arrivi e presenze italiani e stranieri nei comuni del cluster mare, maggio-settembre 2023/2022/2019**

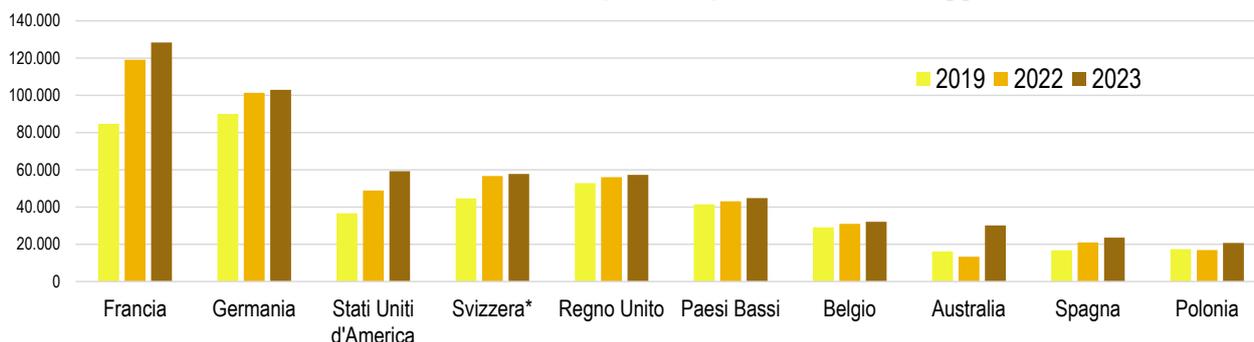


Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%.

Quanto a provenienza, i primi tre mercati 2023 (maggio-settembre) sono Francia (128.379 arrivi), Germania (102.907) e Stati Uniti (59.208). Questi tre mercati hanno segnato rispettivamente un +52%, +14% e +62% rispetto al 2019. Per gli Stati Uniti, mercato alto-spendente molto apprezzato in Puglia, il 2023 segna il grande ritorno dopo il periodo pandemico, un ritorno già avviato nel 2022 (forte crescita sul 2019).

+62% per gli Stati Uniti, rispetto al 2019: un importante ritorno dopo il periodo pandemico, già iniziato nel 2022 (+32%).

Graf 2.31 Arrivi nei comuni del cluster mare dai primi 10 paesi stranieri, maggio-settembre 2023



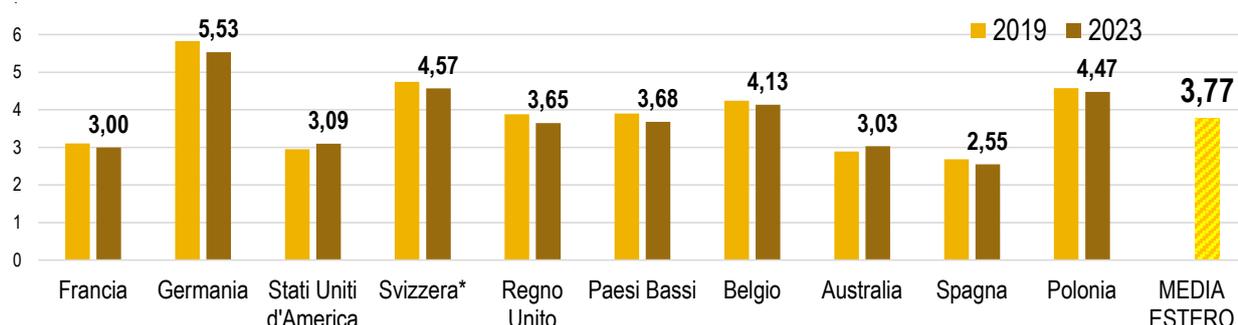
Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%. Rif. Tab. 6; l'elaborazione non include i dati riferiti alle locazioni turistiche e alloggi privati.

Le variazioni più positive in termini di arrivi sul 2019 (maggio-settembre) sono state registrate da mercati più piccoli come Malta (+177%), Croazia (+173%) e Messico (+158%). Notevole quanto a presenze la variazione sul 2019 di paesi extra-europei come Messico (+164%) e Israele (+139%). Segnano variazioni negative sul 2023 i paesi dell'Est-Europa ovvero Russia (-79%), Estonia (-20%), Lettonia (-58%) in quanto direttamente o indirettamente interessati dal conflitto russo-ucraino. Nonostante direttamente coinvolta dal conflitto, non cala invece l'Ucraina, che mantiene comunque valori molto piccoli con poco più di 3mila arrivi.

Crescita del 32% degli stranieri in Puglia rispetto al 2019 nel periodo maggio-settembre.

Per quanto riguarda la permanenza media, è complessivamente pari a 4,6 giorni, un leggero calo rispetto ai 5 del 2019. I turisti stranieri permangono 3,77 giorni, con alcuni picchi come per i turisti provenienti dall'Asia occidentale che mantengono il primato con quasi 7 giorni di permanenza media (+1 giorno rispetto al 2019), seguono Germania (5,5) e altri paesi dell'Africa (5,3).

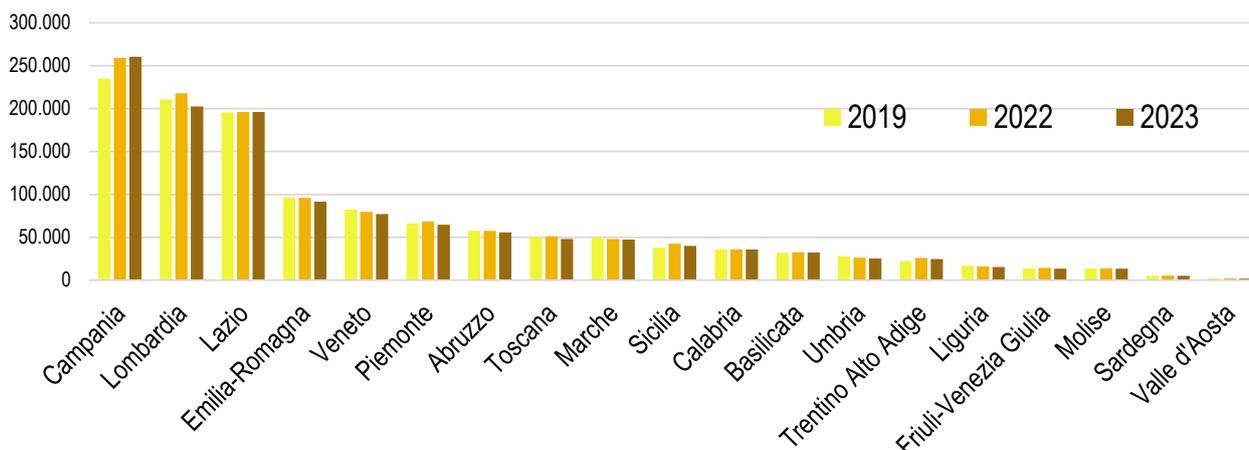
Graf 2.32 Permanenza media dei primi dieci paesi esteri per arrivi maggio-settembre 2023 nei comuni del cluster mare e confronto media estero 2023.



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note etichetta: altri paesi dell'Asia Occidentale. Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%.

Per quanto riguarda gli arrivi degli italiani nei comuni del cluster mare nel periodo estivo, regge il confronto con il 2019 chi proviene da Calabria, Sardegna, Basilicata e Lazio, crescono Trentino-Alto Adige (+11%), Campania (+11%) e Valle d'Aosta (+5%), mentre le altre regioni registrano un calo compreso tra -1% e -9%. Ne emerge che oltre la metà delle regioni italiane segnano una variazione negativa nel 2023 rispetto al 2019, portando ad una sostanziale tenuta complessiva sul 2019 dei turisti italiani in Puglia.

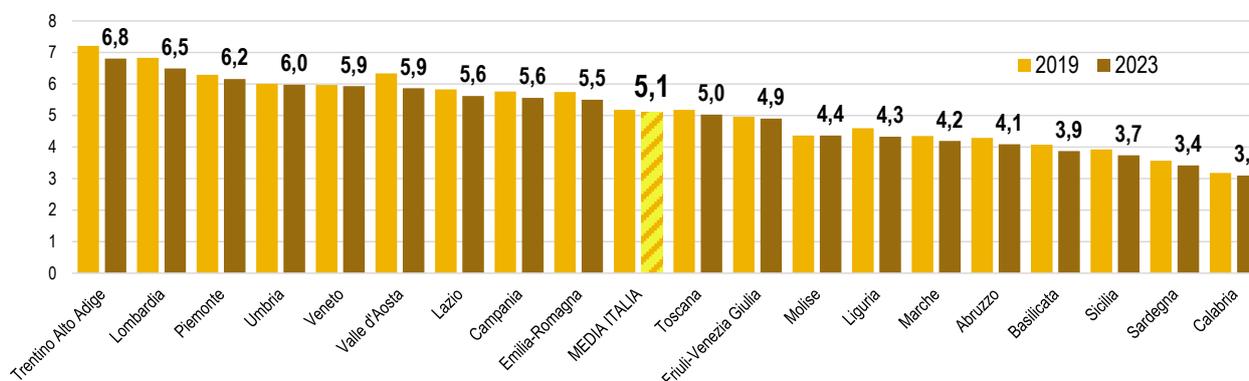
Graf 2.33 Arrivi dalle regioni italiane nei comuni del cluster mare, maggio-settembre 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%. Rif. Tab. 6; l'elaborazione non include i dati riferiti agli alloggi privati.

Gli italiani permangono in media 5,1 giorni, con il Trentino-Alto Adige, Lombardia e Piemonte con i valori più alti, rispettivamente 6,8, 6,5 e 6,2 giorni di permanenza media nell'estate 2023 (maggio-settembre). I turisti pugliesi segnano una permanenza media di 4,1 giorni nel 2023, valore rimasto invariato rispetto al 2019.

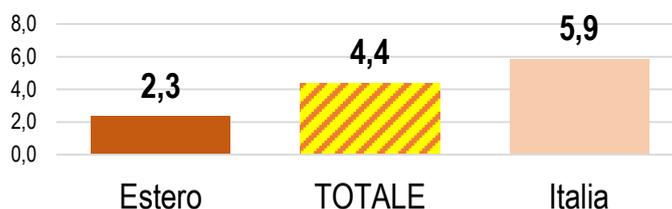
Graf 2.34 Permanenza media per regioni italiane nei comuni del cluster mare, maggio-settembre 2023 e confronto media Italia 2023.



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%.

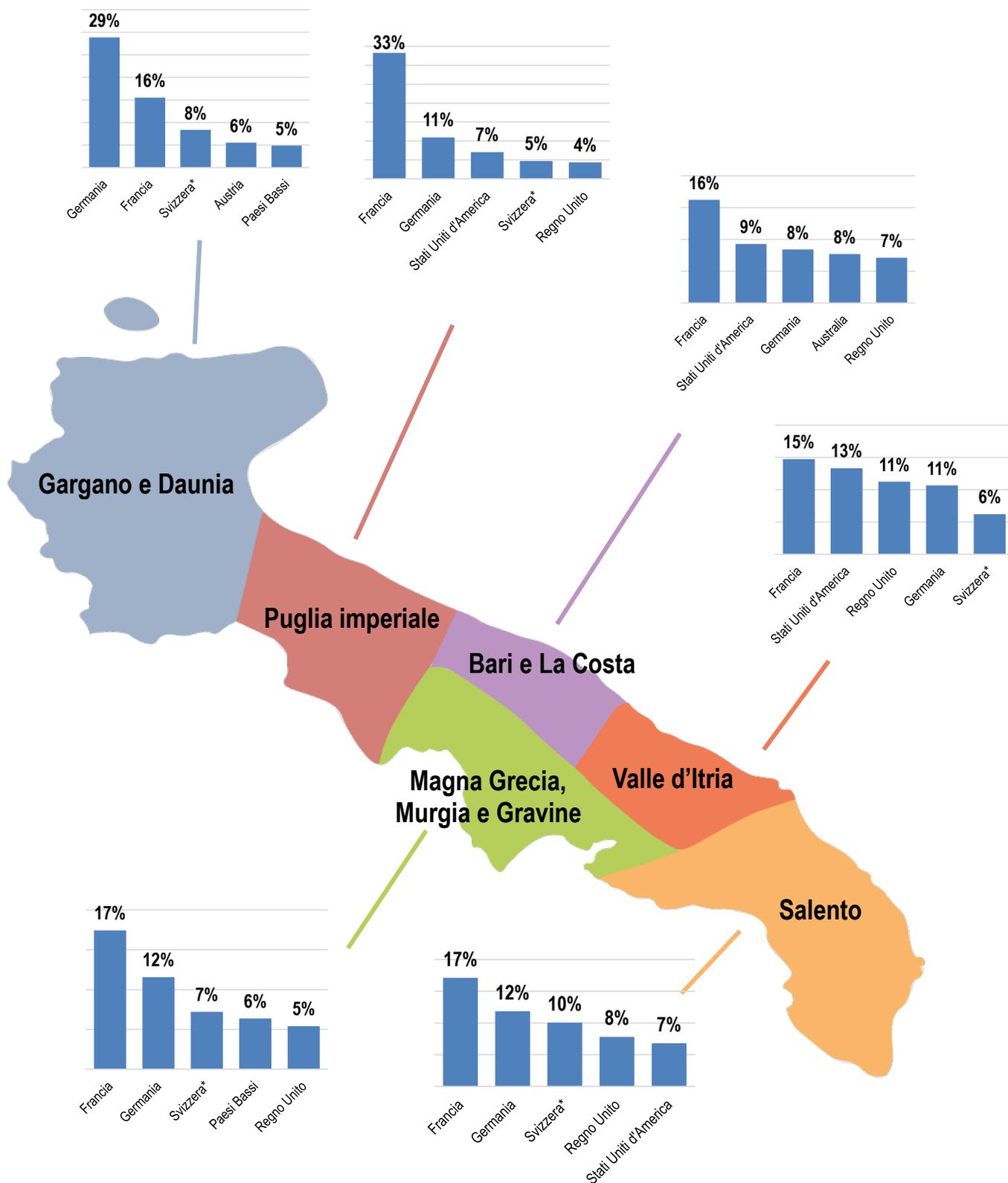
Come per i dati emersi sulle strutture ricettive, la permanenza media degli stranieri negli alloggi privati è inferiore rispetto a quella degli italiani. Da notare come però negli alloggi privati e locazioni questa si abbassi ulteriormente per gli stranieri a 2,3 giorni (rispetto ai 3,7 delle strutture ricettive), mentre si alzi ancor di più per gli italiani, a 5,9 giorni (rispetto ai 5,1 delle strutture ricettive).

Graf 2.35 Permanenza media negli alloggi privati e locazioni cluster mare, maggio-settembre 2023



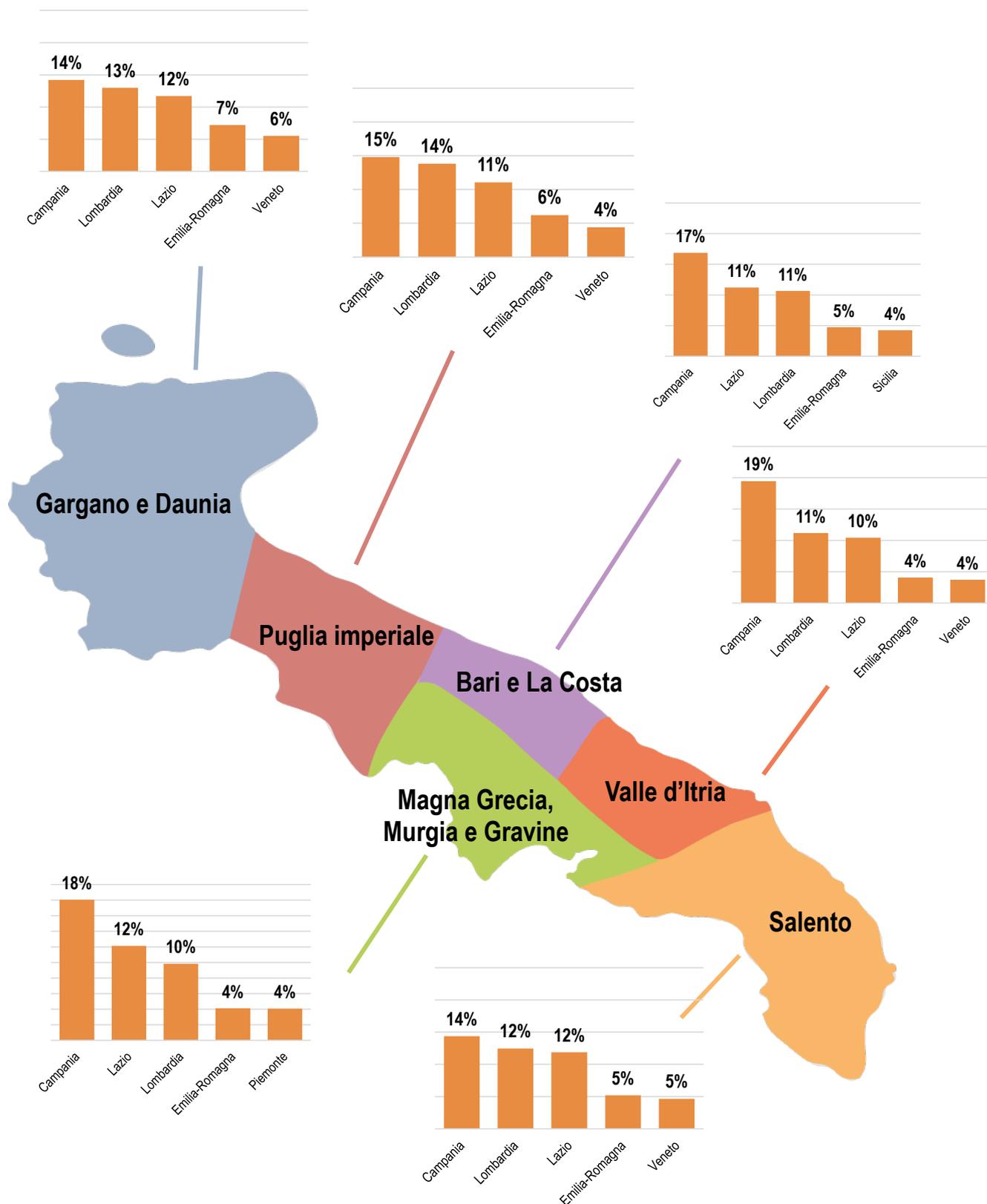
Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre.

Fig 2.2 Primi 5 mercati stranieri per numero di arrivi per ATIT, cluster mare, maggio-settembre 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%.

Fig 2.3 Prime 5 regioni italiane per numero di arrivi per ATIT, cluster mare, maggio-settembre 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati DMS-Pugliapromozione. Note: solo comuni cluster mare e periodo maggio-settembre; dato settembre 2023 con redemption all'80%.

Dai numeri relativi ai clienti delle strutture ricettive alberghiere ed a quelli delle extra-alberghiere, si evince nuovamente l'aumento di turisti stranieri nel 2023 rispetto al 2022. Questo aumento è visibile sia nel periodo gennaio-aprile (40% di stranieri nel 2023 contro il 35% del 2022) che nel clou della stagione balneare, tra maggio e agosto (38% di stranieri nel 2023 contro il 36% del 2022). Questo trend è stato confermato anche dagli stabilimenti, che pur continuano a contare in prevalenza su un'utenza di turisti prevalentemente italiani.

Gli stabilimenti pugliesi indicano un 80% di clienti italiani, mentre fra i clienti stranieri il 70% provengono per lo più da Germania, Francia e Svizzera.

Per quanto concerne la clientela straniera degli stabilimenti, si confermano due delle prime tre nazionalità già emerse dall'analisi delle strutture ricettive, quindi Germania e Francia, mentre al posto degli Stati Uniti entra la Svizzera, ma si segnala comunque anche un notevole ritorno di statunitensi e canadesi. La prevalenza di clienti italiani aumenta in considerazione del fatto che gli stabilimenti indicano un 68% di clientela non turistica, composta da residenti divisi fra abituali e occasionali. I turisti, invece, si dividono in maniera abbastanza equa tra abituali e occasionali.

La tipologia di clientela che decide di trascorrere le proprie vacanze al mare nelle strutture extra-alberghiere vede prevalere le coppie (49%) e in seconda battuta famiglie con bambini (30%). Questa suddivisione vale anche per gli alberghi, con una leggera maggioranza di turisti che alloggia da sola a dispetto delle famiglie con bambini che prediligono meno questa soluzione. Gli stabilimenti segnalano una clientela prevalente composta da famiglie con bambini che per motivi di comodità predilige trascorrere il tempo in spiaggia in maniera organizzata, mentre inferiore è la richiesta di coppie e gruppi.

I clienti dell'extralberghiero sono inoltre in netta maggioranza (75%) occasionali, perciò, non frequentano la stessa struttura abitualmente. Questo valore si aggira invece attorno al 65% per gli alberghi che presentano un maggior numero di clienti abituali/repeater.

Le strutture ricettive extra-alberghiere presentano un tasso di repeater (25%) più basso rispetto agli alberghi che possono contare su una clientela maggiormente fidelizzata.

Sebbene per entrambe le tipologie di strutture la fascia d'età prevalente sia quella tra i 36 e i 50 anni, nell'extra-alberghiero la clientela tende ad essere più giovane rispetto a quella dell'alberghiero, dove le fasce over 50 registrano valori più alti. Questo a riconferma della tipologia già analizzata: famiglie con bambini rientrano in fasce d'età giovani e preferiscono strutture extra-alberghiere. Per quanto concerne gli stabilimenti, a riconferma della tipologia di clientela prevalente (famiglie con bambini), l'età media di chi usufruisce degli stabilimenti in Puglia si attesta per lo più nella fascia 35-50 anni.

La clientela delle strutture ricettive extra-alberghiere e degli stabilimenti è più giovane di quella delle strutture alberghiere: quasi il 65% sono under 50.

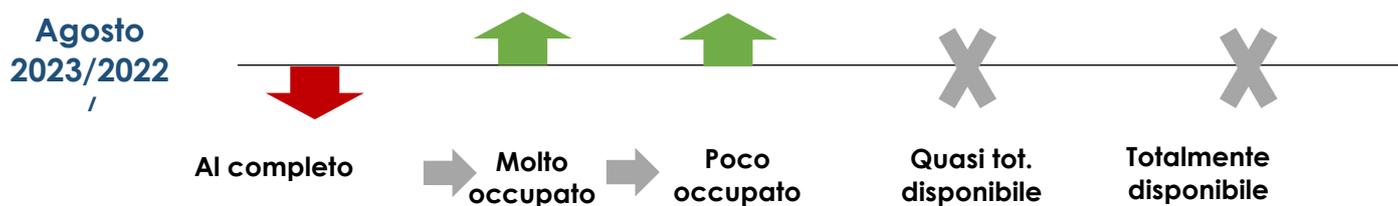
Come da trend ormai globalmente consolidati, anche per la Puglia il canale di prenotazione prevalente di tutte le strutture ricettive in località balneari sono le OTA, seguito dalla prenotazione diretta alla struttura che però segna un calo per tutte le tipologie di strutture tra il 2022 e il 2023. Per quanto concerne l'alberghiero è leggermente più alto il valore delle agenzie fisiche, probabile conseguenza degli accordi e convenzioni siglati

così come dell'entrare in pacchetti di viaggio, con 1 albergatore su 5 che indica le agenzie fisiche come tipologia di prenotazione prevalente.

La motivazione della vacanza è prevalentemente balneare nei comuni pugliesi del cluster mare sia nelle strutture ricettive extra-alberghiere che alberghiere e, in entrambi i casi, cresce man mano che ci si avvicina all'alta stagione per arrivare ad un picco dell'81% ad agosto per le strutture ricettive extra-alberghiere.

Il tasso medio di occupazione delle strutture ricettive sia alberghiere che extra-alberghiere si attesta attorno all'80% nel picco di agosto, mentre maggio e giugno si comportano simili a settembre e ottobre con un'occupazione attorno al 40% per le strutture extra-alberghiere e di oltre il 50% per le alberghiere. Le alte temperature e il bel tempo dell'ultimo quadrimestre dell'anno fanno dedurre che vi sarà un aumento del numero di turisti e di conseguenza dell'occupazione delle strutture sia extra-alberghiere che alberghiere. In merito all'occupazione degli stabilimenti, è emerso che c'è stata una diminuzione della clientela, che ha comportato nel mese di agosto un calo del numero di giorni in cui le strutture erano *al completo*, con contestuale aumento di giorni *molto occupati*. Non è comunque mai accaduto, come d'altronde nel 2022, che vi fosse la *quasi o totale disponibilità dei posti*. Una flessione si è registrata anche nel mese di luglio, che ha visto una prevalenza di stabilimenti *poco occupati* rispetto ai *molto occupati*, come avveniva nel 2022. La motivazione per cui la flessione della clientela è stata segnalata maggiormente dagli stabilimenti è probabilmente da ricondursi alla più generale flessione dei turisti italiani rispetto agli stranieri, fattore che ha riguardato più in generale l'Italia e non solo la Puglia.

Graf 2.4 Occupazione negli stabilimenti balneari, confronto 2023/2022



Fonte: Indagine Risposte Turismo (2023).

La clientela delle strutture ricettive extra-alberghiere in Puglia ha a disposizione un gran numero di servizi aggiuntivi, tra cui i più utilizzati sono gli ombrelloni e lettini in stabilimento e il più classico parcheggio. Il servizio meno utilizzato risulta invece essere il noleggio di attrezzature sportive per praticare sport acquatici. Per gli stabilimenti i servizi che hanno visto una richiesta maggiore nel 2023 rispetto al 2022 sono nell'ordine la rete wi-fi, l'intrattenimento per adulti serale e diurno e l'area cani. In diminuzione la richiesta di servizi come cassaforte, solarium, presenza di edicola/tabacchi e transfer/navette. A prescindere dalle variazioni 2023/2022, alcuni servizi, rimangono sempre con una richiesta molto alta e sono tra i canonici che ci si aspetta di trovare in uno stabilimento, come servizi igienici e docce fredde, docce calde, ma anche servizi dedicati alla disabilità come sedie job e simili e la presenza di personale dedicato per clienti con disabilità motorie.

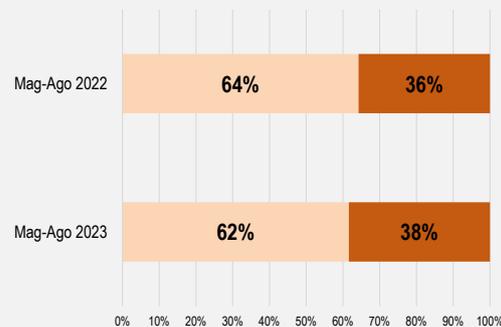
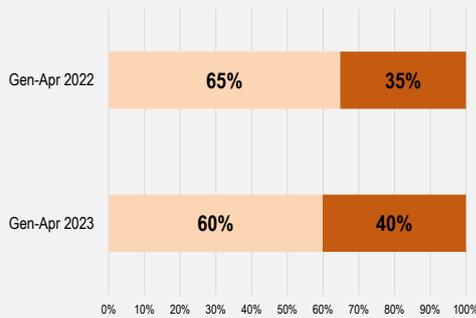
FOCUS STRUTTURE RICETTIVE EXTRA-ALBERGHIERE

I grafici seguenti mostrano le elaborazioni delle risposte fornite da oltre 200 strutture ricettive extra-alberghiere del cluster mare ad un questionario ad esse indirizzato, e di quelle raccolte durante le 50 interviste con i responsabili di oltre 50 stabilimenti balneari e rappresentanti di categoria regionali e nazionali. Alcune delle evidenze contenute nei grafici sono già state richiamate e commentate nelle pagine precedenti.

Clientela italiani e stranieri nelle strutture ricettive extra-alberghiere del cluster mare, confronto 2023/2022

Gennaio- Aprile

Maggio-Agosto

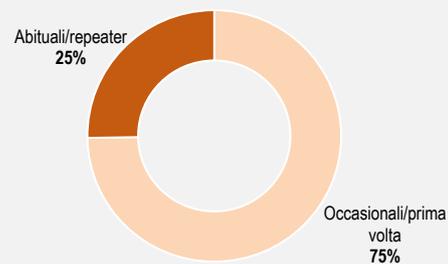
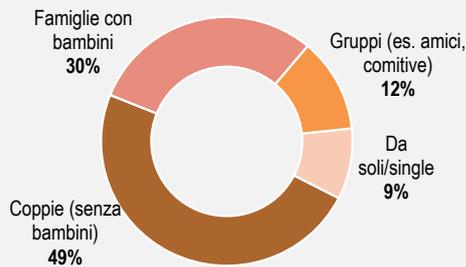


Fonte: Indagine Risposte Turismo (2023).

Clientela nelle strutture ricettive extra-alberghiere del cluster mare, 2023

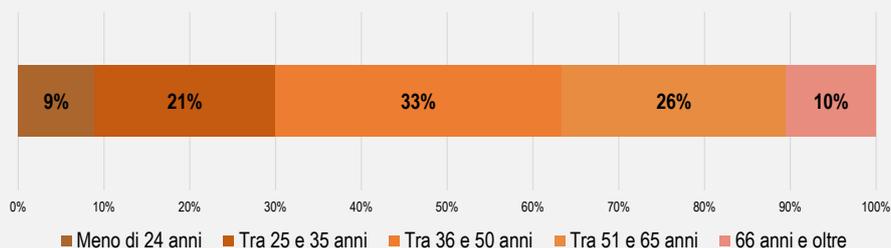
Tipologia

Repeating



Fonte: Indagine Risposte Turismo (2023).

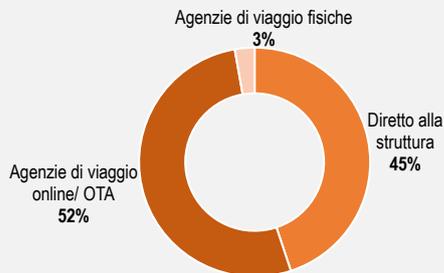
Fasce d'età della clientela nelle strutture ricettive extra-alberghiere del cluster mare



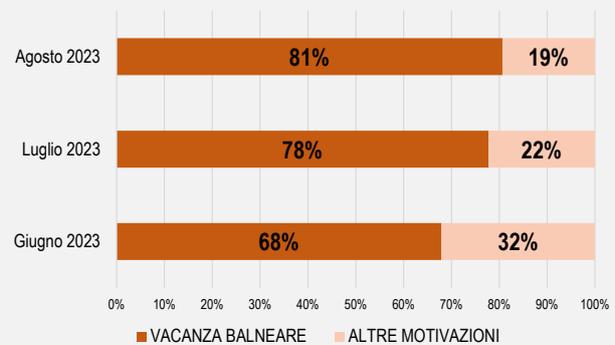
Fonte: Indagine Risposte Turismo (2023).

FOCUS STRUTTURE RICETTIVE EXTRA-ALBERGHIERE

Canali di prenotazione nelle strutture ricettive extra-alberghiere del cluster mare

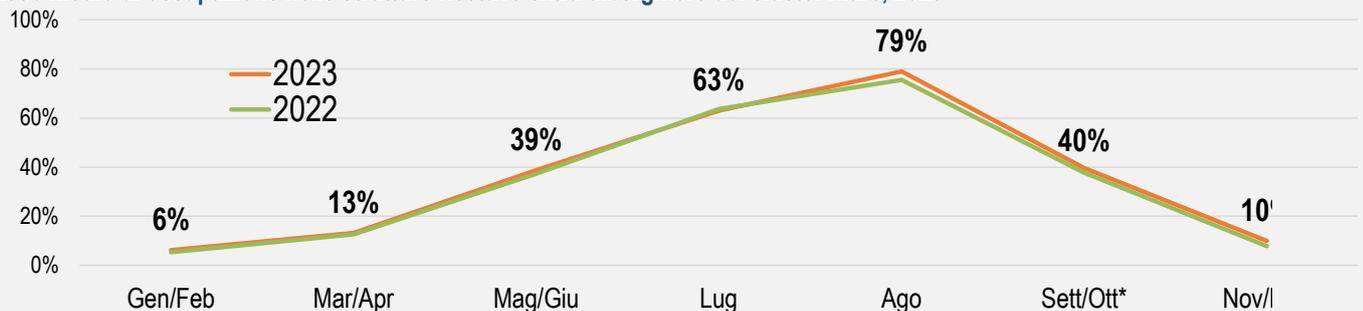


Motivazione della vacanza nelle strutture ricettive extra-alberghiere del cluster mare, confronto tra mesi



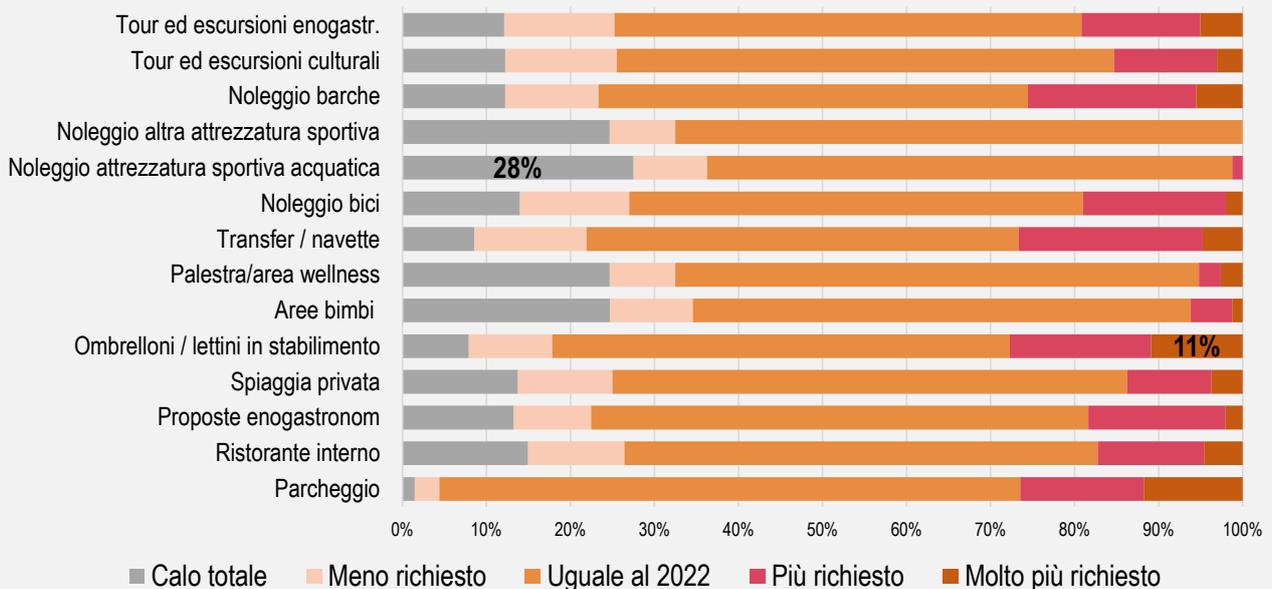
Fonte: Indagine Risposte Turismo (2023).

Tasso medio di occupazione nelle strutture ricettive extra-alberghiere del cluster mare, 2023



Fonte: Indagine Risposte Turismo (2023). I mesi da settembre a dicembre indicano una stima del rispondente.

Frequenza di utilizzo/richiesta di alcuni servizi nelle strutture ricettive extra-alberghiere cluster mare, confronto 2023/2022



Fonte: Indagine Risposte Turismo (2023).

2.3 Obiettivi strategici

A conclusione dell'analisi del corredo informativo sul prodotto balneare, si identificano per lo specifico caso della Puglia quattro diversi obiettivi da perseguire:

1. Rafforzamento dell'offerta balneare nei mesi spalla (allungamento stagione)
2. Valorizzazione e trasparenza degli stabilimenti balneari
3. Riposizionare il prodotto balneare nel mercato domestico
4. Consolidare e rafforzare l'internazionalizzazione in corso

Sono obiettivi ambiziosi, che richiederanno un'adeguata programmazione nel medio-lungo periodo, oltre alla ricerca di collaborazione tra attori locali e alla messa in campo di necessari investimenti. Di seguito vengono elencati alcuni esempi di azioni propedeutiche al raggiungimento di ciascun obiettivo.

1. Rafforzamento dell'offerta balneare nei mesi spalla (allungamento stagione)

- Alla luce del cambiamento nelle temperature e nel meteo, rendere possibile un'apertura prolungata di stabilimenti balneari e strutture ricettive extra-alberghiere, decidendo e rispettando tutti assieme una scelta compiuta anche alla luce di dati ed informazioni che dimostrino le opportunità di tale scelta.
- Osservare e studiare le azioni intraprese da altri territori e/o regioni considerabili come "competitor" e che sono riusciti ad allungare la propria stagione balneare.
- Realizzare in concomitanza un'adeguata promozione verso mercati italiani ed esteri focalizzata sulla possibilità di vivere la Puglia balneare anche oltre i mesi di alta stagione.

2. Valorizzazione e trasparenza degli stabilimenti balneari

- Al fine di valorizzare gli stabilimenti che investono e si migliorano e realizzano una proposta di qualità, uno strumento utile potrebbe essere la classificazione degli stessi, da realizzare a seguito di mappatura più approfondita dello status del singolo stabilimento e dei servizi offerti.
- Per favorire una maggiore trasparenza la classificazione dovrebbe prevedere anche la definizione di un range di prezzi in base alla categoria assegnata.
- Queste azioni dovrebbero consentire poi una successiva azione di promozione del comparto dando evidenza a quanto sopra.

3. Riposizionare il prodotto balneare nel mercato domestico

- Realizzare un'adeguata promozione verso gli italiani riposizionando il prodotto balneare, rendendone più attuale l'immagine e di conseguenza la promozione.
- Favorire una piena adozione dell'APP WeareinPuglia di prossima uscita, che possa fornire informazioni mirate al turista balneare già presente in regione sia in termini di attrazioni fruibili che di spunti utili su spostamenti e collegamenti (anche con indicazioni sugli stabilimenti balneari).

4. Consolidare e rafforzare l'internazionalizzazione in corso

- Continuare le azioni di promozione già messe in atto verso i mercati internazionali.
- Individuazione dei mercati strategici per il comparto balneare, attraverso un'indagine ad hoc che studi la clientela delle strutture ricettive e la loro capacità di spesa.
- Creare/consolidare degli strumenti di promozione ad hoc per quei mercati considerati strategici da parte dell'offerta balneare.

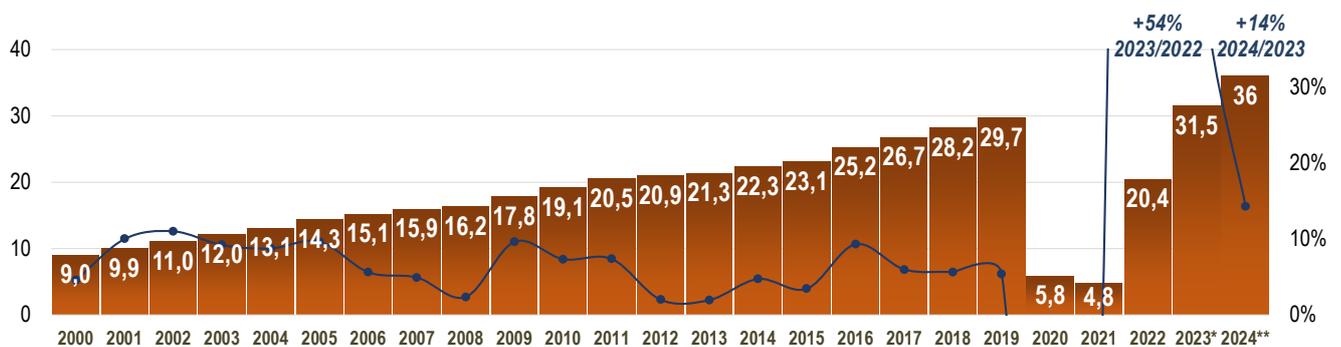
3 TURISMO CROCIERISTICO

3.1 Il traffico crocieristico

Nel corso del 2022 si è assistito a livello mondiale a un nuovo inizio nella crocieristica, con la ripresa delle attività internazionali di viaggio via mare e il ristabilimento delle connessioni tra porti ubicati in varie nazioni. Rispetto ai precedenti due anni, si sono raggiunti risultati positivi in tutte le aree del mondo: secondo i dati di CLIA, l'associazione internazionale delle compagnie di crociera, il numero di turisti che ha optato per una vacanza in crociera nel 2022 è stato pari a 20,4 milioni, segnando un notevole incremento rispetto all'anno precedente (+325%), pur ancora al di sotto del record registrato nel 2019 (29,7 milioni, -31%).

Il gap dovrebbe essere colmato nel 2023, quando il numero di crocieristi in tutto il mondo raggiungerà quota 31,5 milioni (+54% rispetto al 2022), stabilendo quindi un nuovo record.

Graf. 3.1 Evoluzione della domanda crocieristica nel mondo, numero di passeggeri trasportati e variazione su anno precedente nel periodo 2000-2022 e previsioni 2023-2024*



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo su dati CLIA Europe (2023) 2023 State of the Cruise Industry Outlook ed edizioni precedenti. Nota: i valori in milioni. Il dato si riferisce ai passeggeri delle compagnie appartenenti a CLIA. (*,**) I dati del 2023-2024 sono stime.

La crescita non è testimoniata solo dall'incremento dei volumi di passeggeri movimentati ma anche dalla volontà del settore di migliorarsi adottando nuove tecnologie o assecondando trend del prossimo futuro. La priorità rimane la sostenibilità ambientale, con l'utilizzo di nuovi carburanti ecologici come il gas naturale liquefatto (LNG) o l'approvvigionamento elettrico da terra (*cold ironing*). Inoltre, vi è l'impegno a rispettare gli obiettivi del 2030, che includono l'eliminazione della plastica monouso, il contenimento del turismo di massa e il rispetto delle comunità locali e delle tradizioni.

Un'altra soluzione presentata con maggior frequenza è la progettazione di itinerari, preferibilmente lineari anziché circolari, che includano scali in

porti sempre diversi e al di fuori delle mete turistiche affollate, non ripetendo lo stesso percorso ogni settimana. Ciò riflette l'obiettivo di promuovere la qualità dell'esperienza crocieristica rispetto alla quantità di passeggeri. Per questo, si punta alla costruzione di navi di lusso più piccole, capaci di ospitare meno passeggeri. Infine, c'è un interesse crescente sul miglioramento dell'esperienza a bordo, che diventa sempre più interattiva, digitalizzata e personalizzata sulla base del singolo ospite.

Questo ammodernamento del settore non coinvolge solamente le compagnie di crociera, ma si estende anche alle Autorità Portuali e alle società terminaliste, le quali mirano a sviluppare nuovi terminal all'avanguardia dal punto di vista energetico, che siano anche polivalenti e accessibili alla comunità locale. Come verrà evidenziato nelle pagine seguenti, il nuovo terminal di Bari rappresenta un esempio tangibile di questa nuova prospettiva.

Tra le aree crocieristiche con più elevato potenziale attrattivo vi è il Mar Mediterraneo, caratterizzato da itinerari internazionali e intercontinentali (si pensi agli scali nelle regioni settentrionali dell'Africa).

Il numero di passeggeri accolti nei porti dell'area mediterranea nel 2022 ha sfiorato la soglia dei 26 milioni, rappresentando un incremento di quasi 20 milioni rispetto al 2021. Benché questo recupero non possa ancora competere con l'apice raggiunto nel 2019 (quando si toccarono oltre 33 milioni di movimenti passeggeri), segna comunque un record per il numero di attracchi registrati, pari a 16.965. La ripresa della crescita nel traffico crocieristico si evidenzia anche attraverso un aumento del rapporto passeggeri per attracco, suggerendo che le navi sono nuovamente in viaggio con una maggiore percentuale di occupazione rispetto al biennio 2020-2021. In particolare, questa proporzione cresce nel contesto del Mediterraneo passando da 1.176 a 1.490.

Tab. 3.1 Il traffico crocieristico in Mediterraneo, Italia e Puglia ed il relativo peso, 2022

	Passeggeri movimentati	Toccate nave	Passeggeri per accosto
Mediterraneo	25.282.975	16.965	1.490
Italia	9.270.157	4.888	1.897
Puglia	613.886	353	1.739
Peso Italia/Med	36,7%	28,8%	
Peso Puglia/Med	2,4%	2,1%	

Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023), su dati forniti dalle singole realtà portuali, MedCruise ed istituti nazionali di statistica.

Nell'area mediterranea emerge chiaramente la centralità dell'Italia come paese chiave negli itinerari, pesando rispettivamente per il 36,7% e il 28,8% sul totale di passeggeri movimentati e toccate nel 2022, mostrando un rapporto passeggeri-accosto superiore alla media mediterranea dovuto all'approdo di navi con una capienza media più elevata.

L'evidente crucialità dell'Italia è dimostrata anche dagli importanti risultati raggiunti dai propri porti, con 9 di questi a risultare nel 2022 tra i primi 20 nel Mediterraneo per numero di passeggeri accolti: Civitavecchia è il secondo porto del Mediterraneo con 2,1 milioni di crocieristi e 783 toccate, preceduto dal porto di Barcellona. Nella classifica si posiziona anche Bari al 19° posto con 410.800 passeggeri e 185 accosti. Volendo considerare solo l'area adriatica, Bari nel 2022 è stato il 4° porto per passeggeri, seguendo Corfu, Trieste e Kotor.

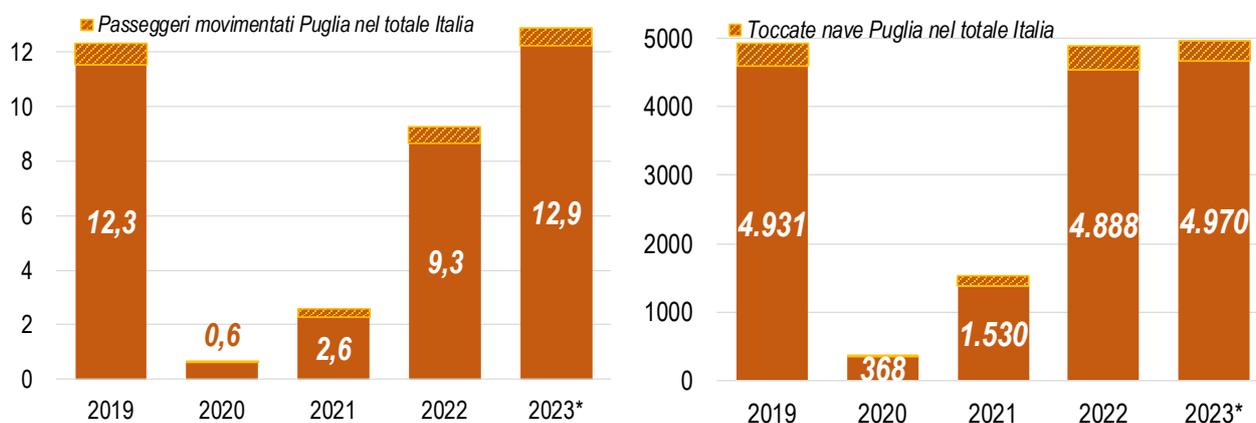
Nel complesso, la performance di Bari, assieme all'apporto di Brindisi e negli ultimi 3 anni a quello di Taranto, permette alla regione Puglia di pesare circa

il 2,4% sul totale dei passeggeri movimentati e il 2,1% sugli scali approdati nell'intera area Mediterranea (considerando quindi anche gli scali delle coste africane e turche).

Nel 2022 il traffico crocieristico in Italia ha sfiorato i 9,3 milioni di passeggeri accolti con 4.888 toccate nave. Volendo considerare il 2019 come anno di riferimento, si nota quindi una pressoché totale ripresa del numero di accosti registrati, anche grazie al ritorno in attività di porti secondari che erano stati particolarmente penalizzati dallo stop dei due anni precedenti, segnando tutti delle variazioni in positivo rispetto al 2021. La crescita del comparto crocieristico in Italia continua anche nel 2023.

L'Italia dovrebbe superare i 12,9 milioni di passeggeri accolti (+39,6% 2023/2022) con quasi 5.000 toccate (+1,7%), raggiungendo un nuovo record di crocieristi movimentati.

Graf. 3.2 e 3.3 Passeggeri movimentati e toccate nave in Italia e concentrazione Puglia, 2019-2022 e stime 2023*

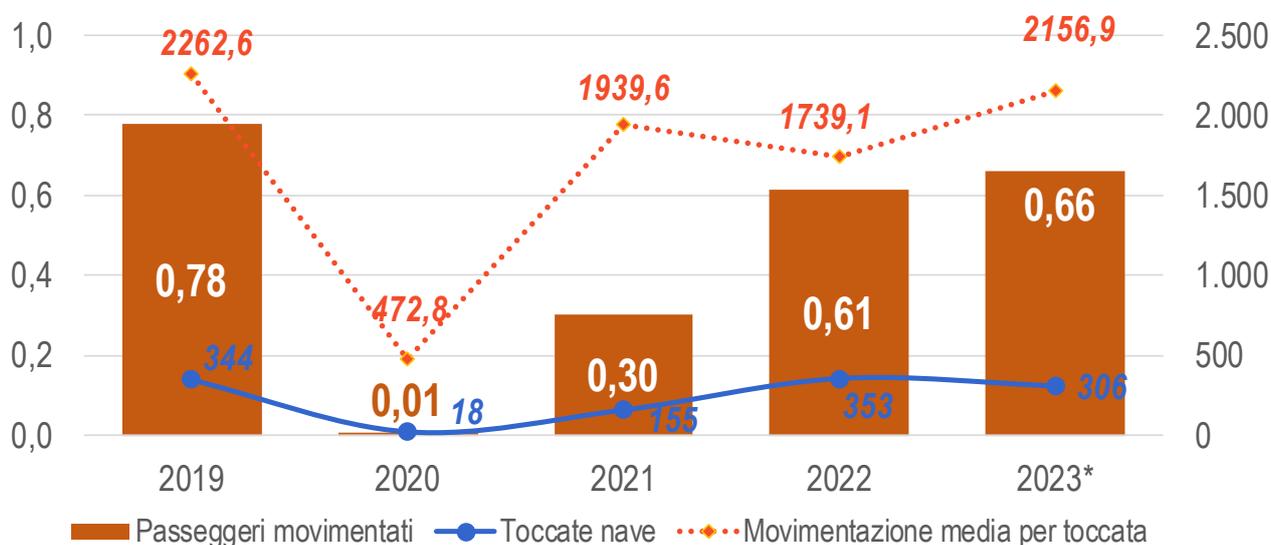


Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023). Nota: (*) Il dato 2023 è una stima di Risposte Turismo.

Nel 2023 la Puglia dovrebbe accogliere circa 660.000 crocieristi con 306 accosti, rispettivamente il 5,1% e il 6,3% del traffico totale nazionale.

Nonostante l'incremento di traffico nei porti pugliesi rispetto allo scorso anno, il 2023 non rappresenta un anno record, con il 2019 a rimanere l'anno migliore per passeggeri movimentati e il 2022 per numero di navi accolte. In termini di movimentazione media per accosti, il valore sale significativamente, e con 2.157 passeggeri per accosto si riavvicina ai valori del 2019: ad approdare sulle coste pugliesi (soprattutto nel porto di Taranto) sono navi più grandi e con occupazione elevata.

Gli oltre 660.000 crocieristi attesi si distinguono in quasi 400.000 passeggeri in transito, circa 133.000 in imbarco e altrettanti in sbarco. Volendo considerare solo la prospettiva turistica del passeggero, dovrebbero essere presi in considerazione solo i transiti, ovvero i crocieristi che scalano in un porto e rimangono a terra per un periodo limitato (in media 8-12 ore) durante il quale visita le attrazioni del luogo, mangia nei ristoranti, fa acquisti, contribuisce all'economia locale. In questo senso si può includere anche una parte marginale di chi si imbarca e sbarca nei porti pugliesi, ovvero chi non proviene né dalla Puglia o regioni limitrofe e svolge attività in loco pre o post imbarco.

Graf. 3.4 Passeggeri movimentati, toccate nave e movimentazioni medie per toccata in Puglia, 2019-2022 e stime 2023

Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale e dalle Capitanerie di Porto. Note: (*) il dato 2023 è una stima di Risposte Turismo.

È doveroso ricordare che, rispetto al 2019, la geografia crocieristica italiana è andata evolvendosi per andare incontro ai nuovi bisogni e tendenze analizzati in precedenza: nuovi porti si stanno affacciando sempre di più nello scenario nazionale grazie a nuovi itinerari proposti dalle compagnie e agli investimenti realizzati dalle società terminaliste, come è il caso di Taranto, Siracusa o (seppur con volumi diversi) Crotona, proposto come nuovo scalo luxury sulla costa jonica.

Un ulteriore importante cambiamento nella geografia crocieristica italiana si è registrato nell'area adriatica, quando a partire dal 2020 Venezia ha perso il suo ruolo di scalo principale in quello specchio d'acqua nonché di secondo porto dell'Italia. Le prime restrizioni erano già state imposte a seguito dell'incidente della Costa Concordia presso l'Isola del Giglio (Decreto Clini Passera), vietando il passaggio per il Canale della Giudecca di navi con tonnellaggio superiore a 40.000 tonnellate. Dal 2019, le limitazioni al passaggio interessano anche le navi che superano le 25.000 GRT. Da ricordare, inoltre, quanto accaduto anche sull'altro versante dell'Adriatico, a Dubrovnik, che ha invece imposto dei limiti al numero di accosti giornalieri simultanei. Questo delicato scenario ha però permesso ad altri porti di consolidare la loro presenza, come Trieste e Ravenna, ma anche di distinguersi come alternativa nel panorama crocieristico, come Monfalcone e Chioggia.

Emerge quindi un'immagine dell'Adriatico come area soggetta a rilevanti cambiamenti in corso nonché ad una forte ambivalenza, con scali dal fragile equilibrio e altri, più piccoli, entusiasti di poter attrarre un maggior numero di crocieristi.

Fatta eccezione per Basilicata e Molise, tutte le regioni italiane con sbocchi sul mare accolgono traffico crocieristico, pur con volumi differenti. La Liguria e il Lazio si contendono il primato come prima regione d'Italia con oltre 2 milioni di passeggeri accolti.

La Puglia ha aumentato negli ultimi anni la concentrazione di traffico sul totale Italia, arrivando ad accogliere nel 2023 il 5,1% dei passeggeri e il 6,3% delle toccate.

Tab 3.2 Il traffico crocieristico per regione nel 2023, valori assoluti, quote percentuali e variazioni sul 2022

Posizione per pax			2023			Distribuzione % sul totale		Variazione % sul 2022	
2023	2022	Regione	Porti crocieristici	Passeggeri movimentati	Tocate nave	Passeggeri movimentati	Tocate nave	Passeggeri movimentati	Tocate nave
1	1	LIGURIA	8	3.103.000	846	24,0%	17,3%	42,3%	7%
2	2	LAZIO	3	2.993.900	862	23,1%	17,7%	37,4%	3%
3	3	SICILIA	11	1.909.800	862	14,8%	17,7%	55,0%	-6,2%
4	4	CAMPANIA	6	1.743.000	713	13,5%	14,6%	39,8%	1%
5	5	PUGLIA	7	660.025	306	5,1%	6,3%	7,5%	-14%
6	7	TOSCANA	7	619.800	472	4,8%	9,7%	24,2%	16%
7	8	VENETO	2	550.000	253	4,3%	5,2%	112,9%	-5%
8	6	FRIULI V.G.	2	520.500	169	4,0%	3,5%	0,1%	-20%
9	9	SARDEGNA	8	429.130	196	3,3%	4,0%	69,9%	-3%
10	10	EMILIA ROMAGNA	1	300.000	97	2,3%	2,0%	55,0%	-8%
11	11	MARCHE	2	78.500	60	0,6%	1,2%	6,4%	5%
12	12	CALABRIA	2	31.500	34	0,2%	0,7%	54,5%	36%
13	13	ABRUZZO	1	500	10	0,0%	0,2%	-4,6%	-17%
ITALIA			60*	12.938.155	4.970	100%	100%	39,6%	1,7%

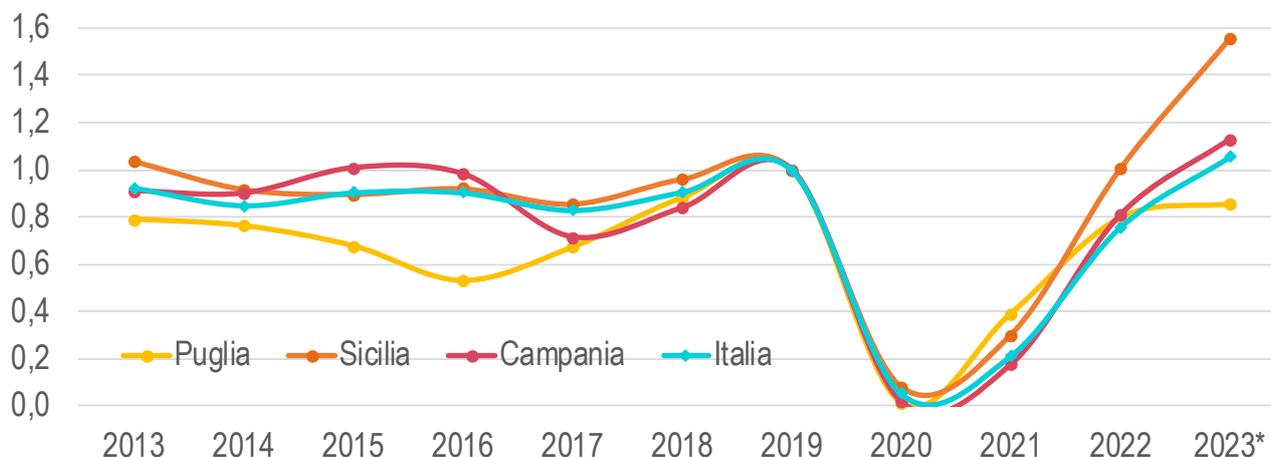
Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023). Nota: (*) Il dato 2023 è una stima di Risposte Turismo; (**) il numero indica i porti che hanno registrato traffico nel 2022.

Nella pagina seguente si propongono alcuni confronti tra la Puglia e due regioni potenzialmente concorrenti nell'attrarre traffico crocieristico, ovvero la Sicilia e la Campania: rispetto ad altre regioni confinanti con la Puglia, entrambe presentano un'affermata vocazione turistica con un'offerta anche orientata al mondo balneare, oltre ad una variegata geografia crocieristica con porti principali e secondari. Come in Puglia, anche in Sicilia e Campania si stanno affermando nuovi scali volti ad accogliere navi di diverse dimensioni, come Salerno e Siracusa, mentre altri sono dedicati ad attrarre unità più piccole, come Porto Empedocle o Amalfi.

I due grafici seguenti mostrano le performance degli ultimi 10 anni delle tre regioni e dell'Italia, attribuendo valore uguale a 1 alla performance del 2019, anno record per il comparto a livello nazionale. Le serie permettono così di evidenziare le variazioni più accentuate, facendo emergere incrementi e flessioni.

Confrontando i volumi raggiunti nel 2019, la Sicilia supera ampiamente il record di quell'anno, sfiorando i 2 milioni di passeggeri movimentati nei propri porti. La Campania dovrebbe chiudere l'anno con performance simili alla media italiana, superiori ai volumi del 2019. La Puglia registra un più contenuto recupero del numero di passeggeri, interrompendo un trend di crescita pre-pandemia (periodo 2016-2019) nonostante le difficoltà per l'intero Adriatico conseguenti alle ben note problematiche di Venezia.

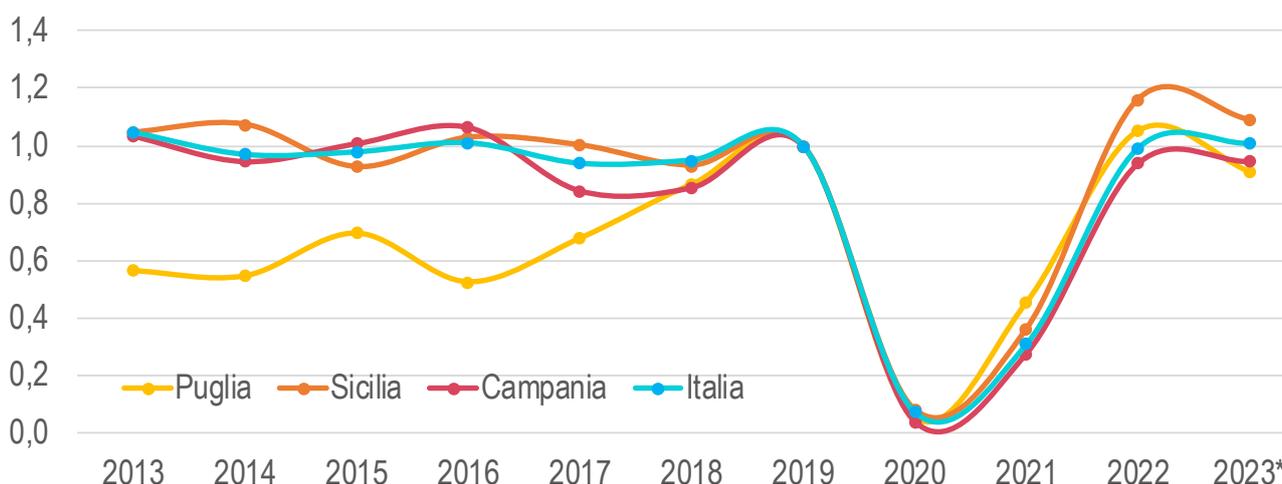
Graf. 3.5 Serie indicizzata dei passeggeri movimentati in Puglia, altre due regioni e Italia (anno 2019=1), 2013-2022 e stime 2023*



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale e dalle Capitanerie di Porto. Note: (*) il dato 2023 è una stima di Risposte Turismo.

Per quanto riguarda gli accosti, a livello nazionale ci si aspetta una leggera crescita nel volume rispetto all'anno di riferimento (2019): se la Sicilia chiude in aumento, per Puglia e Campania si stima una performance leggermente inferiore a quella registrata nel 2019. Interessante evidenziare la crescita della Puglia nel corso degli ultimi 10 anni, con un recupero parziale già a partire dal 2018 (sia in termini di passeggeri che toccate nave), mostrando un incremento superiore a Sicilia e Campania nel 2021.

Graf. 3.6 Serie indicizzata delle toccate nave in Puglia, altre due regioni e Italia (anno 2019=1), 2013-2022 e stime 2023*



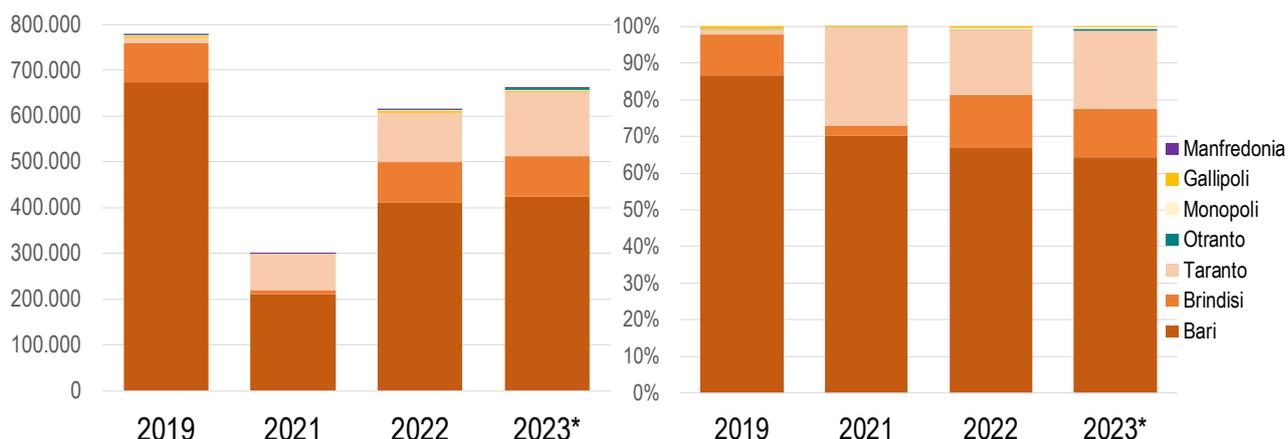
Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale e dalle Capitanerie di Porto. Note: (*) il dato 2023 è una stima di Risposte Turismo.

Considerando la classifica di singoli porti, nel 2023 i tre principali scali pugliesi figurano tra i primi 20 del Paese: Bari al 10° posto, Taranto al 15° e Brindisi al 20°.

A livello regionale, Bari muove il 64% dei crocieristi, contro il 21% di Taranto e l'13% di Brindisi, con quote piuttosto marginali per quanto riguarda i restanti 4 porti.

Negli anni presi in considerazione si nota una riduzione dei passeggeri accolti da Bari, a fronte però di un aumento dei volumi di Brindisi e Taranto (che nel 2019 aveva accolto meno di 10.000 crocieristi).

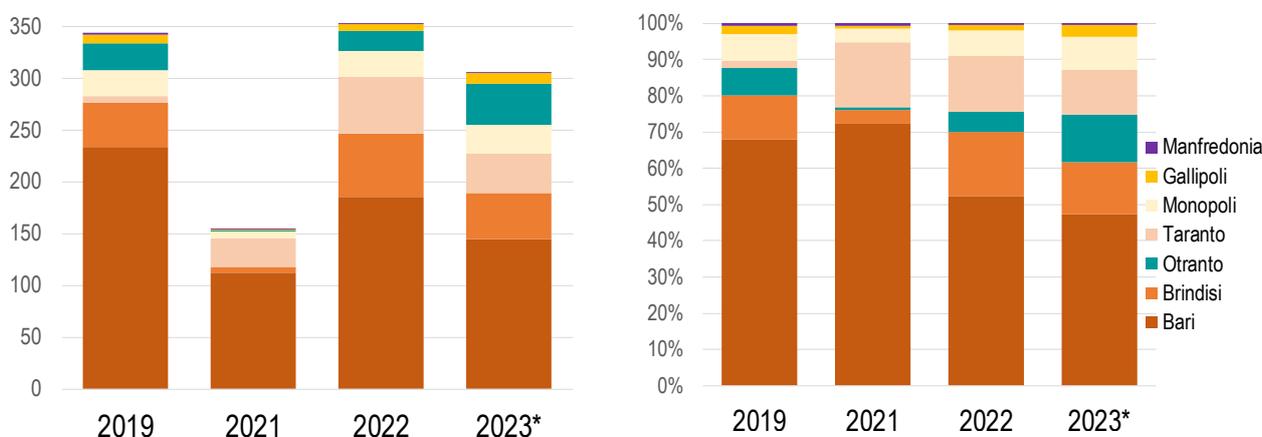
Graf. 3.7 e 3.8 Distribuzione dei passeggeri movimentati nei porti pugliesi, 2019, 2021-2022 e stime 2023, valori assoluti e percentuali



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale e dalle Capitanerie di Porto. Note: (*) il dato 2023 è una stima di Risposte Turismo.

Più eterogenea appare la distribuzione delle toccate nave a livello regionale: Bari, Brindisi e Taranto accolgono oltre il 74% degli accosti, ma numerose sono le navi che approdano in particolare a Otranto e Monopoli, pur movimentando un numero limitato di passeggeri.

Graf. 3.9 e 3.10 Distribuzione delle toccate nave nei porti pugliesi, 2019, 2021-2022 e stime 2023, valori assoluti e percentuali



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale e dalle Capitanerie di Porto. Note: (*) il dato 2023 è una stima di Risposte Turismo.

Tra gli elementi da considerare nell'analisi dell'industria crocieristica vi è il rapporto tra passeggeri che transitano in un porto e quelli che qui si imbarcano e sbarcano. L'Italia presenta numerosi porti che effettuano

operazioni di home in/out (31 nel 2022, di cui 6 ad aver registrato un maggior numero di passeggeri in/out rispetto a quelli in transito): in termini assoluti, con la forte riduzione di traffico a Venezia, Civitavecchia e Genova negli ultimi anni si sono confermati i due principali homeport d' Italia. Gli scali con elevata concentrazione di imbarchi-sbarchi sul totale in Italia si trovano in prevalenza nell'area adriatica, bilanciando il versante non italiano i cui porti svolgono limitate operazioni di imbarco-sbarco. In Italia nel suo complesso circa 3 crocieristi su 10 iniziano o finiscono il loro itinerario, mentre limitatamente ai porti pugliesi il valore sale leggermente, sfiorando i 4 passeggeri su 10.

Con Taranto tra gli homeport pugliesi del 2023, la regione torna a sfiorare i volumi record di passeggeri imbarcati/sbarcati nel 2019, superando i 265.000 crocieristi in/out.

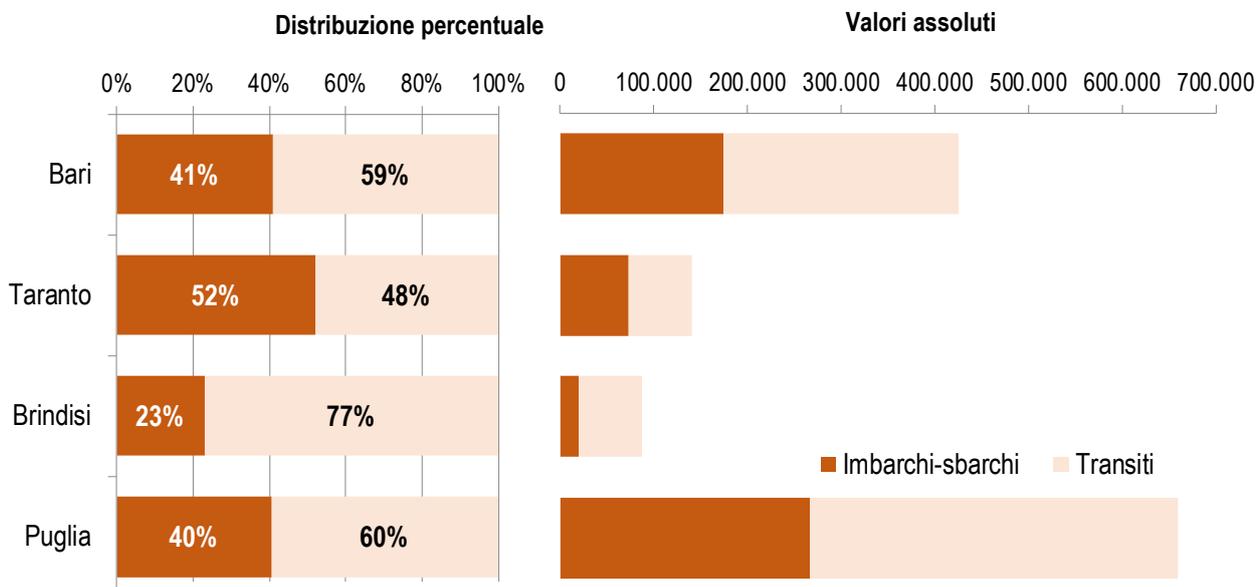
Circa 175.000 passeggeri (41%) hanno Bari come porto di imbarco o sbarco, per quanto si assista ad una riduzione della concentrazione di imbarchi-sbarchi sul totale dei passeggeri movimentati dallo scalo, così come il valore percentuale di home in/out a Bari sul totale Puglia. Al contrario, crescono di molto gli imbarchi-sbarchi di Taranto, pari a circa il 50% dei passeggeri nel porto e il 27% di quelle operazioni effettuate in Puglia. Brindisi, terzo porto per volumi di passeggeri imbarcati e sbarcati, rappresenta circa il 7% della performance regionale, leggermente in riduzione rispetto all'anno precedente.

Per quanto riguarda i crocieristi imbarcati e sbarcati tra Bari, Taranto e Brindisi (circa 135.000, la metà dei 270.000 ricordando come essi vengano contati due volte, sia all'imbarco che allo sbarco), la quota più consistente proviene dalla stessa Puglia o da regioni limitrofe (in particolare Campania, Abruzzo e Basilicata).

È interessante rilevare un sempre più consistente flusso di crocieristi fly&cruise che raggiungono gli aeroporti pugliesi.

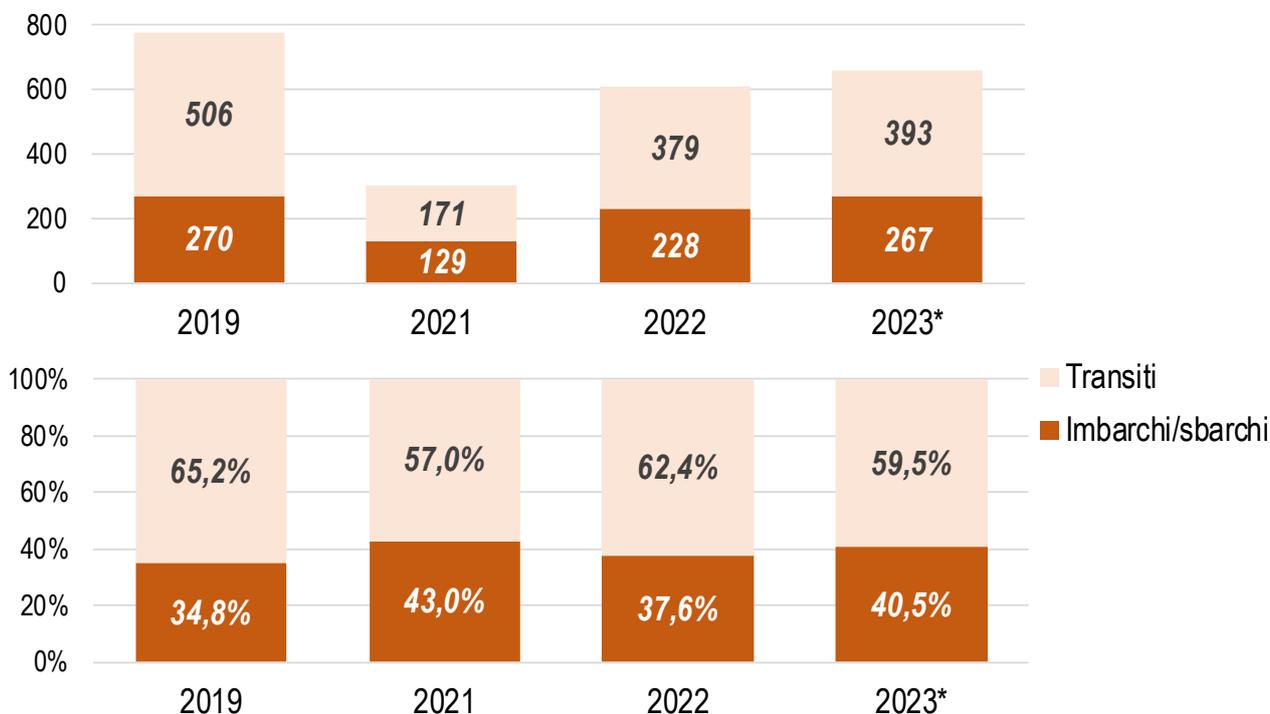
Soprattutto su Bari si rilevano operazioni con charter dedicato (ad esempio da mercati come la Spagna e più in generale mercati europei). Ciononostante, non sembrano ancora essersi presentate, per il territorio, opportunità legate al pre e post cruise, scelte che di solito compiono per lo più crocieristi extra-UE e magari in occasione di crociere dalla durata più lunga della settimana.

Graf. 3.11 e 3.12 Distribuzione percentuale del traffico tra imbarchi/sbarchi e transiti e valori assoluti, 2023*



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo. 2023. Nota: (*) Il dato 2023 è una stima di Risposte Turismo.

Graf. 3.13 e 3.14 Distribuzione dei passeggeri in imbarco-sbarco e in transito nei porti pugliesi, 2019, 2021, 2022 e stime 2023*, valori assoluti** e percentuali



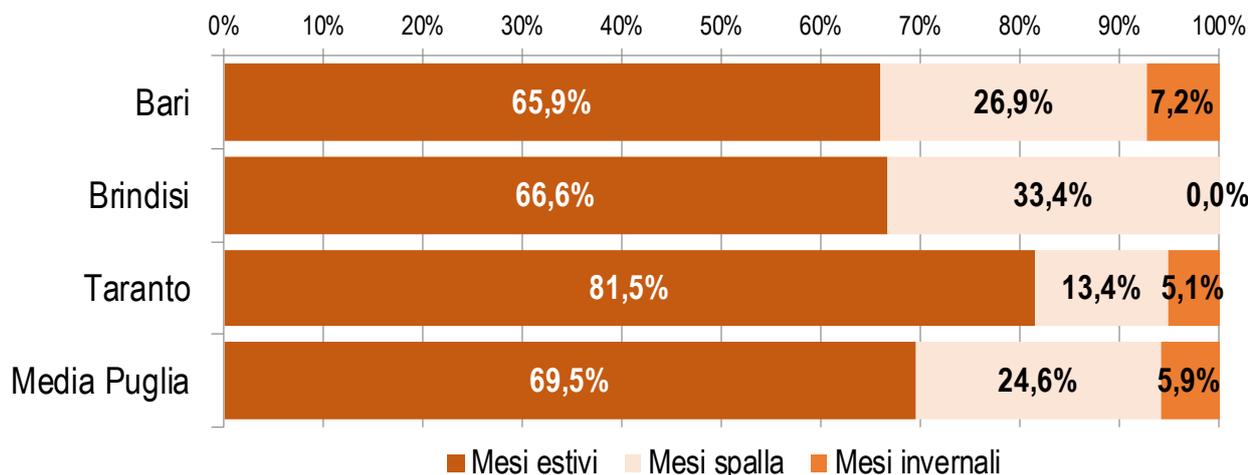
Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale e dalle Capitanerie di Porto. Note: (*) il dato 2023 è una stima di Risposte Turismo; (**) i valori assoluti sono da intendersi in migliaia.

Un altro aspetto da considerare nell'analisi del comparto crocieristico è la stagionalità. L'Italia accoglie traffico tutto l'anno, pur con volumi diversi in base al porto e alla stagione: il traffico crocieristico italiano è naturalmente soggetto ad una forte stagionalità nei mesi estivi (oltre la metà dei passeggeri movimentati), pur presentando un'importante concentrazione nei mesi spalla (da marzo a maggio, oltre al mese di ottobre). Il grafico di seguito mostra la stagionalità 2023 dei crocieristi movimentati dai porti pugliesi.

La Puglia registra una stagione crocieristica fortemente schiacciata nei mesi estivi con il picco registrato nel mese di luglio (20%), mentre il 6% dei passeggeri è stato accolto nei mesi invernali.

Questa tendenza è registrata sia nei porti pugliesi principali che in quelli secondari, con una stagione che in linea di massima comincia a maggio e si conclude ad ottobre.

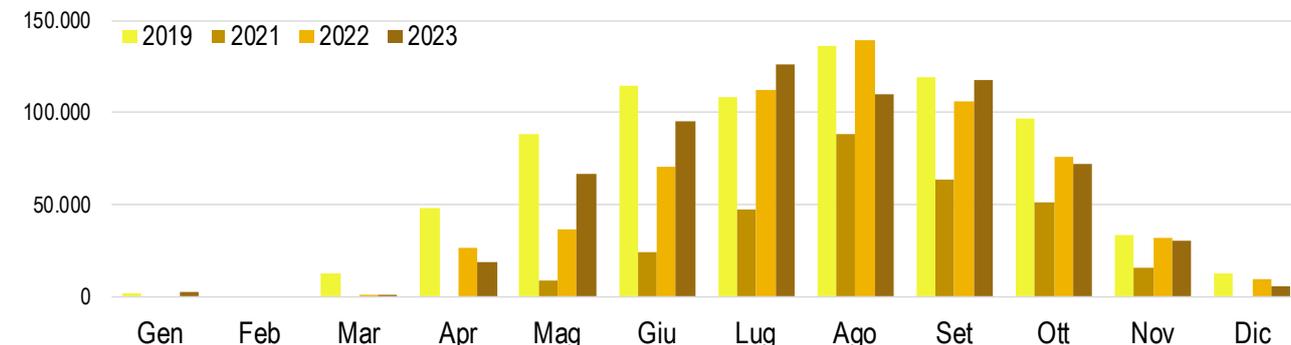
Graf. 3.15 Distribuzione stagionale dei passeggeri movimentati nel 2023, valori percentuali



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo. 2023. Nota: (*) Il dato 2023 è una stima di Risposte Turismo.

Confrontando la distribuzione dei passeggeri nel 2023 e anni precedenti, appare evidente il consolidato trend della stagione crocieristica pugliese, un classico per l'area mediterranea, che tende a crescere alla fine della primavera e a diminuire in tardo autunno. Rispetto al 2019 si nota come nel 2023 vi sia stata una riduzione di traffico in particolare nei mesi di marzo e aprile, pur evidenziando un leggero aumento a gennaio. Al tempo stesso, si nota un incremento del numero di passeggeri accolti nel mese di luglio rispetto a quelli accolti ad agosto. Si tratta in questo caso di alcuni cambi negli itinerari avvenuti nel corso della stagione e che hanno condizionato i passeggeri, non incidendo invece in maniera strutturale sull'andamento stagionale.

Graf. 3.16 Distribuzione mensile dei passeggeri movimentati in Puglia, 2019, 2021, 2022 e 2023*, valori assoluti



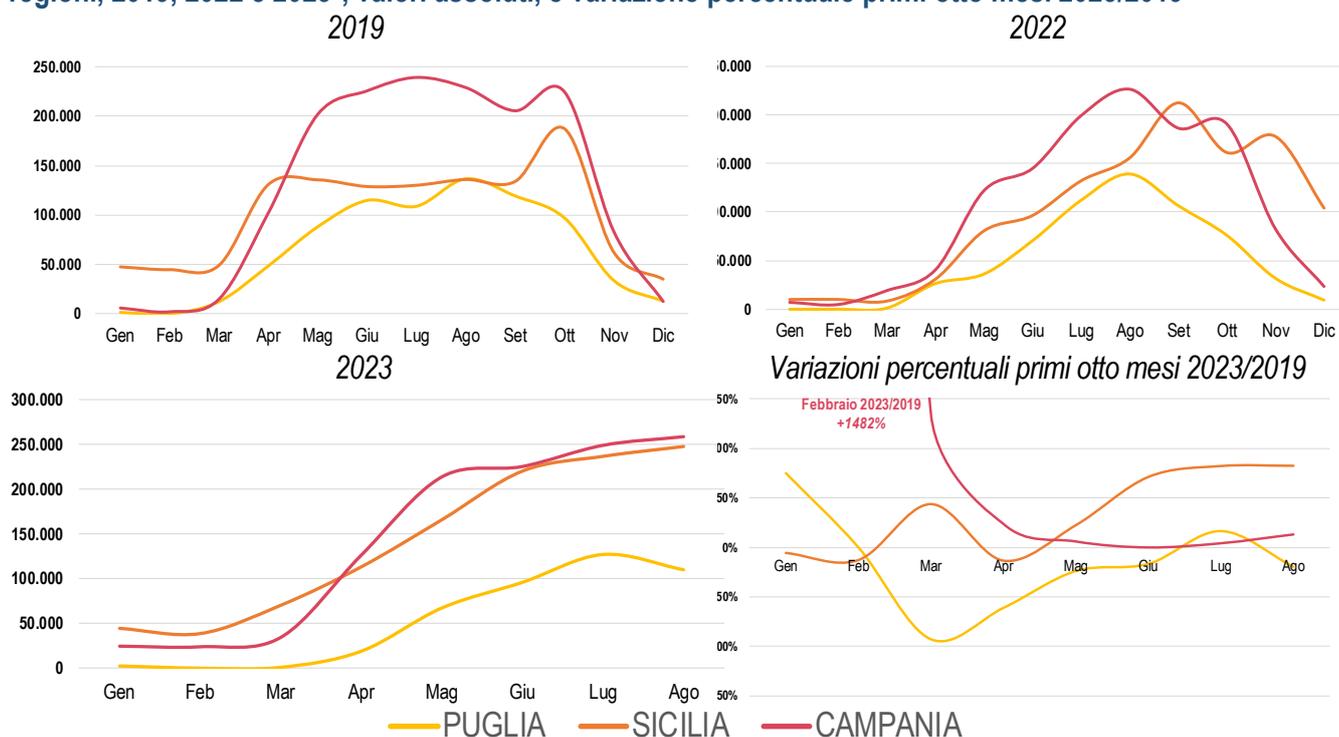
Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale e dalle Capitanerie di Porto. Note: (*) il dato 2023 è una stima di Risposte Turismo.

Si torna a proporre di seguito un confronto tra Puglia, Sicilia e Campania. I grafici mostrano la differente stagionalità di traffico nelle tre aree, considerando anche le variazioni avvenute tra 2019, 2022 e primi otto mesi 2023. Le tre regioni mostrano per i primi 3 mesi dell'anno dei volumi costanti e ridotti di passeggeri accolti: se nel 2019 i volumi crescevano tra marzo e aprile avviando un'intensa e prolungata stagione crocieristica fino a ottobre, nel 2022 il trend è stato più oscillante, con alcuni picchi di traffico a partire luglio.

Considerando i primi 8 mesi dell'anno in corso, la crescita di traffico è riscontrabile da marzo, con la Sicilia a mostrare un picco a maggio e ad agosto, picchi che per Puglia e Campania si sono registrati a luglio.

Confrontando 2023 e 2019, si nota come Puglia e Campania abbiano incrementato i propri volumi di passeggeri nei primi due mesi dell'anno: la prima ha segnato +75% a gennaio, mentre la seconda +1482% a febbraio.

Graf. 3.17, 3.18, 3.19, 3.20 Distribuzione mensile dei passeggeri movimentati in Puglia e altre due regioni, 2019, 2022 e 2023*, valori assoluti, e variazione percentuale primi otto mesi 2023/2019



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale e dalle Capitanerie di Porto. Nota: (*) il valore dei mesi da settembre a dicembre è una stima di Risposte Turismo basata sui trend degli anni precedenti e il calendario accosti fornito dalle singole realtà.

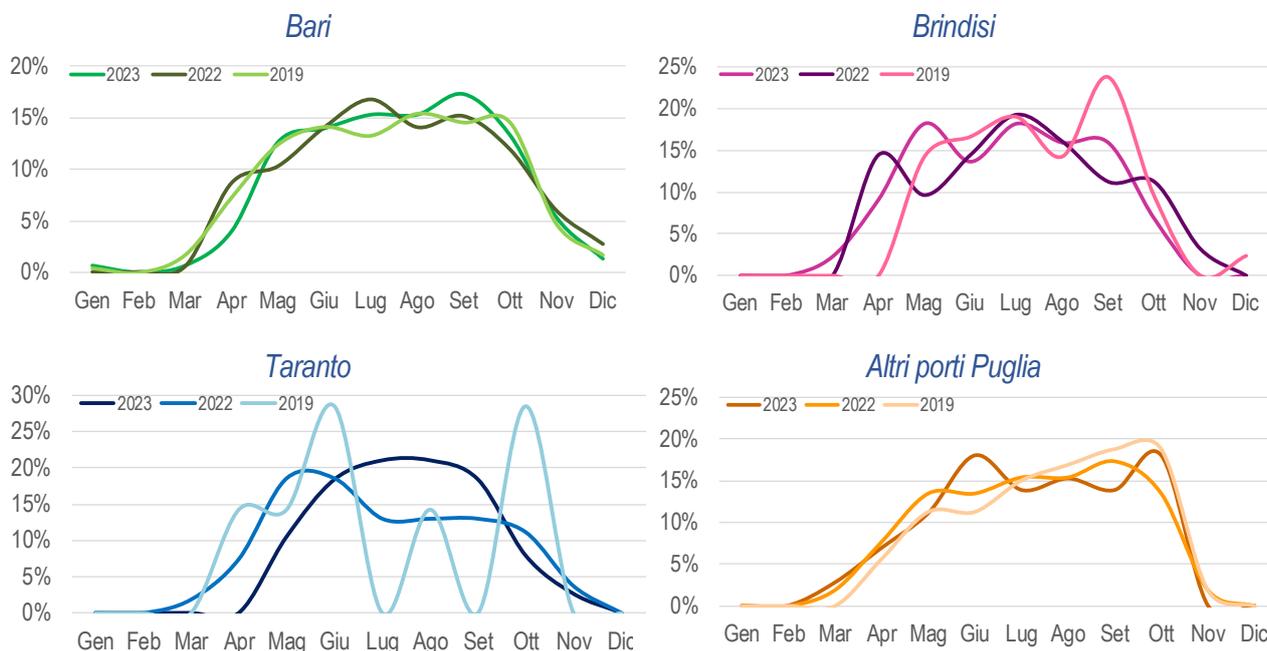
I quattro grafici di seguito propongono la distribuzione mensile degli accosti nei porti pugliesi, mostrando un confronto tra 2023, 2022 e 2019. Nel caso di Bari si nota per il 2023 una stagione crocieristica più allungata e costante rispetto agli altri due porti principali della regione, con un picco nel mese di settembre per il 2023, spostato rispetto al 2022, quando il maggior numero di accosti era stato registrato a luglio (che a sua volta per il 2019 mostra una riduzione di traffico rispetto al mese prima e dopo).

Rispetto a quella di Bari, la stagionalità di Brindisi risulta modificarsi maggiormente, pur senza venire stravolta, negli anni presi in considerazione: nel 2023 si notano tre picchi a maggio, luglio e settembre, in una stagione crocieristica più breve rispetto al 2022 (quando si notano dei picchi a marzo e ottobre) e anche rispetto al 2019, quando si erano registrate delle toccate anche a dicembre.

Taranto mostra invece un cambiamento nella sua stagione crocieristica rispetto al 2019, quando in diversi mesi (anche centrali come luglio e settembre) non sono approdate navi in porto. Già dal 2022 il porto ha mostrato una stabilizzazione degli accosti, garantendo un traffico costante da maggio a ottobre.

I restanti porti pugliesi, pur essendo più piccoli e secondari, nei tre anni presi in considerazione mostrano comunque una stagione lunga e costante nei 6 mesi centrali per il comparto, che però si interrompe a ottobre.

Graf. 3.21, 3.22, 3.23, 3.24 Distribuzione mensile degli accosti crocieristici nei porti pugliesi, 2019, 2022 e 2023, valori percentuali



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale e dalle Capitanerie di Porto. Nota: (*) il valore dei mesi da settembre a dicembre è una stima di Risposte Turismo basata sui trend degli anni precedenti e il calendario accosti fornito dalle singole realtà.

3.2 Porti e compagnie

L'offerta crocieristica della Puglia può contare, nel 2023, su 7 scali attivi, pur con modalità e volumi diversi.

Nella regione operano due diverse Autorità di Sistema Portuale: l'Autorità di Sistema Portuale del Mare Adriatico Meridionale gestisce i porti di Bari, Brindisi, Monopoli, Manfredonia, Barletta e Termoli. Attualmente i primi quattro accolgono traffico crocieristico, con Termoli, facente parte dell'AdSP dal 2022, ad essere uno scalo cruciale per la movimentazione passeggeri verso le Isole Tremiti.

Sul versante jonico è attiva l'Autorità di Sistema Portuale del Mar Ionio, che comprende solo il porto di Taranto. I porti di Gallipoli e Otranto non sono attualmente gestiti da AdSP ma da Capitanerie di Porto.

Fino a circa 5 anni fa si poteva annoverare anche Vieste tra i piccoli porti pugliesi che accoglievano traffico crocieristico, pur non presentando le caratteristiche adatte (banchine, strutture, fondali) per l'accosto regolare di unità di questo tipo. Dai prossimi anni si prevede comunque un ritorno all'operatività dello scalo.

Se Bari, Brindisi, Manfredonia e Monopoli sono gestiti interamente dall'Autorità di Sistema Portuale del Mar Adriatico Meridionale, dal 2021 le attività crocieristiche di Taranto sono in mano alla Taranto Cruise Port, di proprietà per il 50% di Port Operation Holding e per il restante 50% di Global Ports Melita. La nuova società gestirà il traffico crocieristico nel porto di Taranto per 20 anni, fino a ottobre 2040. Anche la nuova stazione marittima di Bari (prevista nel 2025) verrà operata in concessione attivando nuovi investimenti e dando presumibilmente impulso a una significativa crescita di traffico.

→ **Tab. 3.3** Caratteristiche tecniche e strutturali dei porti crocieristici pugliesi, 2023

	Max. dimens. nave	Banchine esclusive per navi da crociera		
	Lunghezza	Numero esclusive (numero potenziali)	Lunghezza totale (mt.)	Pescaggio (mt.)
Bari	330	3 (2)	1.300	13
Brindisi	330	2 (1)	1.600	12
Gallipoli	200	1 (1)	443	12
Manfredonia	160	1 (1)	160	9,3
Monopoli	160	1 (1)	160	6,5
Otranto	145	2 (2)	220	6,5
Taranto	362	5 (5)	1.349	10

Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale.

I 7 porti presi in considerazione presentano caratteristiche tecniche e strutturali differenti, comportando quindi un diverso approccio all'industria crocieristica. Monopoli e Otranto, ad esempio, hanno dei fondali poco profondi (6,5 metri), rendendo di fatto impossibile l'attracco in banchina di navi dal pescaggio (e di conseguenza dalla stazza) elevata, confermandosi quindi approdi per crociere più piccole e con un minor numero di passeggeri a bordo. Normalmente il pescaggio di una nave da crociera si aggira intorno ai 7 metri, ma è da tenere presente come diverse unità già varate o previste in consegna richiedano un pescaggio pari o superiore ai 9 metri.

Tra i porti elencati, Taranto presenta il maggior numero di banchine (5) utilizzabili esclusivamente per l'attracco di navi da crociera, seguito da Bari (3). La riconversione delle banchine nel porto tarantino è avvenuta in periodi recenti,

in quanto due o tre anni fa Taranto non ne possedeva nessuna ad utilizzo esclusivo per le unità crocieristiche.

Sono numerosi gli investimenti da parte di AdSP e terminalisti per il miglioramento del comparto nei porti di loro competenza.

Per l'estate 2025 è prevista l'inaugurazione della seconda stazione marittima del porto di Bari, in realizzazione presso il Molo di Ponente (banchina 20) con una superficie di circa 3.000 m². La nuova struttura ha richiesto un investimento di 8 milioni di euro, una cifra non indifferente per la costruzione di questo tipo di struttura. L'obiettivo è quello di realizzare uno spazio polivalente e polifunzionale, fruibile non solo dal crocierista ma anche dal cittadino grazie alla presenza di eventi, esposizioni, attività commerciali e ristorative in spazi sia interni che esterni. Il nuovo terminal, costruito nel rispetto dei canoni dell'architettura bioclimatica, sarà uniformato inoltre a tutti gli standard di efficienza energetica e sostenibilità ambientale.

Già nel 2021 l'AdSP del Mare Adriatico Meridionale aveva inaugurato tre stazioni marittime presso i porti di Barletta, Manfredonia e Monopoli. L'investimento, pari a circa 700.000 euro, è stato possibile grazie al finanziamento dell'Unione Europa per il progetto THEMIS Interreg Greece-Italy, volto allo sviluppo del traffico crocieristico nei porti secondari e meno visitati di Italia e Grecia.

A maggio 2023 a Bari è stato inoltre presentato un progetto di riqualificazione dei silos nell'area portuale, sui quali verrà realizzato un murales fotorealistico, come da accordi presi tra l'Autorità di Sistema Portuale e l'Agenzia Regionale per il Turismo Pugliapromozione. L'obiettivo è quello di valorizzare e promuovere il patrimonio territoriale tramite opere artistiche a supporto della rigenerazione urbana.

Nei porti dell'AdSP del Mare Adriatico Meridionale è stato inoltre confermato il progetto GAIA, il port community system multi-porto in grado di controllare in tempo reale i passeggeri e i mezzi in entrata/uscita dai porti, nonché immagazzinare i dati di traffico forniti dalle agenzie marittime.

Prossimamente, inoltre, sarà possibile tornare ad accogliere traffico crocieristico nella parte storica del porto di Brindisi.

Nel 2023, con circa 3 mesi di lavoro, a Taranto è stato completato l'ampliamento del terminal preesistente, consistente in una struttura mobile. La richiesta era stata effettuata dalla compagnia Costa Crociere per poter gestire in maniera più efficiente il maggior numero di passeggeri previsti in arrivo nel porto e soprattutto a supporto delle aumentate operazioni di imbarco e sbarco. Entro fine 2024 dovrebbe entrare in funzione anche il nuovo Falanto Port Service Center al Molo S. Cataldo, la nuova stazione marittima realizzata a fronte di un investimento di 6,6 milioni di euro.

Per migliorare l'accoglienza dei crocieristi, sia l'Autorità di Sistema Portuale del Mar Ionio che quella del Mare Adriatico Meridionale hanno stretto un accordo con l'Agenzia Regionale per il Turismo Pugliapromozione per la predisposizione di punti di accoglienza e informazioni a supporto del passeggero che sbarca.

→ Tab. 3.4 Terminal realizzati in Puglia negli ultimi 3 anni o di prossima inaugurazione

Città	Completamento	Dimensioni	Edifici	Piani	Max. pax	Max. navi	Investimento (in milioni di euro)
Barletta	2021	195 m ²	1	1	50	1	0,7 (in totale per i tre porti)
Manfredonia	2021	195 m ²	1	1	50	1	
Monopoli	2021	195 m ²	1	1	50	1	
Taranto	2024	3,500 m ²	2	2+2	n.a.	3	6,6
Bari	2025	3,000 m ²	1	2	500	1	8

Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale.

Gli investimenti in programma non riguardano solo strettamente il porto ma anche l'area urbana circostante, sempre con la prospettiva che sia cittadini che visitatori possano beneficiare dei miglioramenti realizzati in città.

L'AdSP del Mare Adriatico Meridionale e il Comune di Bari hanno intenzione di rivalorizzare il waterfront cittadino, eliminando le barriere che separano la città vecchia dal mare, oltre a riqualificare il Castello Svevo. L'intervento, che permetterà alla città di valorizzare ulteriormente il suo patrimonio storico e architettonico, ha un valore stimato di 28,5 milioni di euro.

Similmente, anche a Taranto si ha intenzione di investire 32 milioni di euro per la riqualificazione del waterfront (progetto Waterfront Mar Grande): attraverso l'arretramento del varco doganale, si realizzerà un camminamento pedonale panoramico che colleghi il Molo di S. Cataldo al Castello Aragonese, facilitando così anche il percorso a piedi dei crocieristi che scalano in città e si dirigono verso il Centro o la Città Vecchia.

Da ricordare infine gli investimenti realizzati dai porti per ridurre il proprio impatto ambientale e agire in maniera più sostenibile.

L'AdSP del Mare Adriatico Meridionale ha in progetto l'elettificazione delle banchine a Bari e a Brindisi: nel primo porto si tratterà di due ormeggi presso la Darsena di Ponente (potenza 16 MW, con investimento di 13 milioni di euro), nel secondo saranno sempre due attracchi presso la Punta delle Terrare (6,5 MW, 7 milioni di euro). Per entrambi gli scali è inoltre prevista la realizzazione di impianti fotovoltaici che andranno a supportare l'elettificazione delle banchine.

A Taranto, grazie ad un investimento finanziato dal PNRR di 55 milioni di euro (di cui 35 per approdi pubblici), verranno realizzati 3 impianti, di cui uno previsto presso la Banchina del S. Cataldo per l'attracco delle navi da crociera.

Sempre a Taranto, lo scorso aprile è stato inaugurato il primo parco eolico offshore italiano (Beleolico): composto da 10 pale eoliche e costato 80 milioni di euro, potrà fornire energia a tutto il porto tarantino (30 MW di capacità complessiva, oltre 58.000 MWh di produzione, 730.000 tonnellate di anidride carbonica tagliata in 25 anni).

Analizzando le criticità emerse dall'ascolto di operatori locali sono emersi diversi aspetti da mettere in evidenza: ad esempio, per il porto di Taranto si segnala la necessità di snellire il piano di security per l'accesso all'area portuale da parte dei bus turistici. La procedura viene reputata molto più lunga rispetto ad altri scali (per quanto questo potrebbe essere concepito come un punto di forza dal crocierista, perché si sente più sicuro), oltre ad imporre delle deadline molto rigide per la consegna dei documenti.

A livello regionale viene inoltre segnalato un problema a livello infrastrutturale, da risolvere per facilitare gli spostamenti non solo all'interno delle città grazie a migliorie nei mezzi pubblici (molti prediligono il taxi privato) ma anche tra il porto di scalo e la destinazione. Nei tour organizzati per i crocieristi che scalano bisogna considerare non oltre 60 minuti di spostamento verso il luogo dell'escursione, e una viabilità non efficiente preclude quindi la possibilità di raggiungere alcune destinazioni da determinati porti. Nell'ottica di collaborazioni fra Autorità di Sistema Portuale, regione e/o altri enti per migliorare l'accoglienza dei crocieristi è bene inoltre considerare, in questa direzione, la possibilità di rendere disponibili tour a bordo di mezzi alternativi come segway o biciclette (come d'altronde già si è iniziato a fare con il trenino o l'apecar), anche con la prospettiva di riaccogliere il passeggero come altro tipo di turista nel futuro.

Solo il 5-10% dei crocieristi che scalano in Puglia ha già visitato la regione.

Nel 2023 i 7 porti crocieristici pugliesi accoglieranno 27 diverse compagnie crocieristiche (erano 24 nel 2019).

Considerando le 55 compagnie che scaleranno in Puglia, Bari è il porto che ne accoglierà il maggior numero, pari al 20% del totale nazionale.

Tab. 3.5 Varietà del portafoglio clienti nei porti pugliesi rispetto al totale delle compagnie presenti in Italia, 2023

Quota di compagnie nei porti pugliesi sul totale presenti in Italia	
20%	Bari
18,2%	Brindisi
12,7%	Taranto, Monopoli
10,9%	Otranto, Gallipoli
1,8%	Manfredonia

Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale e dalle Capitanerie di Porto.

I porti pugliesi, soprattutto i più piccoli, si sono affermati negli anni come scali occasionali per compagnie con flotta di stazza medio-piccola e, di conseguenza, per crociere di lusso. Tra gli scali, Otranto è il porto che nel 2023 accoglie il maggior numero di compagnie luxury (4), mentre Taranto quest'anno non ne accoglierà. Tra le compagnie in scalo, si evidenzia l'approdo di *Evrima*, la prima unità della flotta di Ritz Carlton Yacht Collection.

Tab. 3.6 Compagnie che scaleranno nel 2023 nei porti pugliesi, con evidenza (in grassetto) sul segmento luxury

Bari	Costa Crociere, Holland America Line, MSC, Norwegian Cruise Line, Oceania, Ponant , Royal Caribbean, Sea Cloud , Silversea , Thomson Cruises/TUI/Marella, Viking Cruises
Brindisi	Club Med, Emerald Cruises , Fred Olsen, MSC, Noble Caledonia, Phoenix Reisen, Ritz Carlton Yacht Collection , Seabourn , Thomson Cruises/TUI/Marella, Vantage Travel
Gallipoli	Emerald Cruises , Scenic Cruises
Manfredonia	Emerald Cruises
Monopoli	Azamara, Emerald Cruises , Grand Circle Cruise Line, Mystic Cruises, Noble Caledonia, Oceania, Sea Cloud
Otranto	Emerald Cruises , Grand Circle Cruise Line, Noble Caledonia, Ponant , Sea Cloud , Sea Dream
Taranto	Celebrity Cruises, Costa Crociere, Lindblad Expeditions, Noble Caledonia, Norwegian Cruise Line, P&O, Thomson Cruises/TUI/Marella

Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale e dalle Capitanerie di Porto.

MSC e Costa Crociere sono le compagnie che nel 2023 registreranno il maggior numero di accosti in Puglia, a Bari, Brindisi e Taranto, con una movimentazione media rispettivamente di 2.995 e 3.195 passeggeri. Si registrano in particolare delle toccate di navi con capienza media superiore, ovvero quelle appartenenti a Norwegian Cruise Line (3.250) e Royal Caribbean (4.290) entrambe in scalo a Bari, ma con un numero limitato di accosti. Sono diverse le compagnie che nel 2023 registreranno meno di 5 accosti in Puglia, di cui 7 ad effettuarne solo uno: il motivo – in particolare per quanto riguarda le piccole unità del segmento luxury – è da ricondursi alla preferenza verso itinerari lineari e non circolari, quindi non caratterizzati da una cadenza settimanale.

Tab. 3.7 Distinzione delle compagnie crocieristiche che scalano in Puglia nel 2023 per numero di accosti e movimentazione media passeggeri

	<500 pax	501-1000	1001-3000	>3000 pax
≥50 accosti	MSC, Costa Crociere			
20-49	Grand Circle Cruise Line			
6-19	NobleCaledonia, EmeraldCruises, SeaCloud	Viking, Ponant, Silversea, Seabourn	Thomson/ TUI/ Marella, AIDA	
≤5 accosti	Scenic Cruises, Club Med, Vantage Travel, Ritz Carlton Yacht Collection, Atlas Ocean, Azamara	Sea Dream, Oceania, Fred. Olsen, Phoenix Reisen	Celebrity Cruises, Holland America Lin	Norwegian Cruise Line, P&O, Royal Caribbean

Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale e dalle Capitanerie di Porto.

Oltre 3 accosti su 10 in Puglia nel 2023 saranno effettuati da una nave MSC, tutti a Bari o Brindisi.

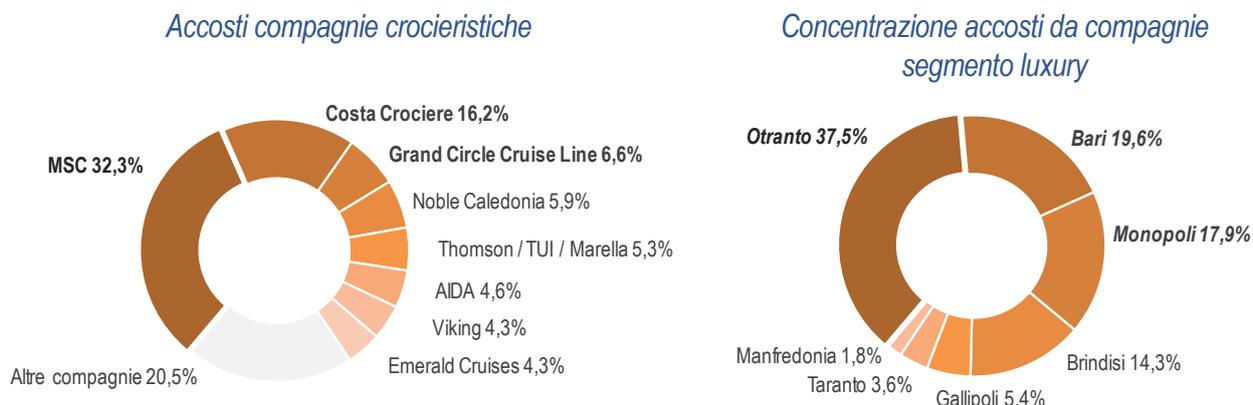
Costa è la seconda compagnia più presente, con toccate a Bari e Taranto. Tra le compagnie con maggior numero di accosti figura solo Emerald Cruises come rappresentante del segmento luxury. A questa si aggiungono Grand Circle Cruise Line, Noble Caledonia e Viking se invece si vogliono prendere in considerazione le unità di stazza piccola o medio-piccola (<1000 passeggeri).

Otranto è lo scalo pugliese con la concentrazione più alta di compagnie luxury (55% degli accosti effettuati da questo tipo di unità).

Le compagnie luxury che scalano i porti pugliesi hanno a bordo crocieristi stranieri, principalmente americani, australiani, francesi (soprattutto su compagnie nazionali come Ponant) e tedeschi (su Sea Cloud), la cui età media supera i 50 anni (in alcuni casi come Ponant si alza fino ai 70 anni). Si tratta di compagnie che scalano principalmente nei porti più piccoli della regione: circa il 95% dei passeggeri scende a terra per visitare la città o parte per escursioni organizzate (rispetto a valori medi dell'85-90%).

L'alta percentuale è favorita dal fatto che coloro che viaggiano con piccole compagnie effettuano poi delle escursioni diverse e particolari (non solo visite culturali ma anche ad esempio degustazioni di olio o vino nelle masserie), pur rispettando i limiti fisici degli escursionisti per via dell'età. Da segnalare inoltre che compagnie come Grand Circle Cruise Line (navi con capienza di circa 50 passeggeri) hanno le guide già a bordo lungo tutto l'itinerario.

Graf 3.25 e 3.26 Percentuale di accosti effettuati dalle compagnie crocieristiche nei porti pugliesi e concentrazione di questi dei singoli scali di compagnie del segmento luxury, 2023



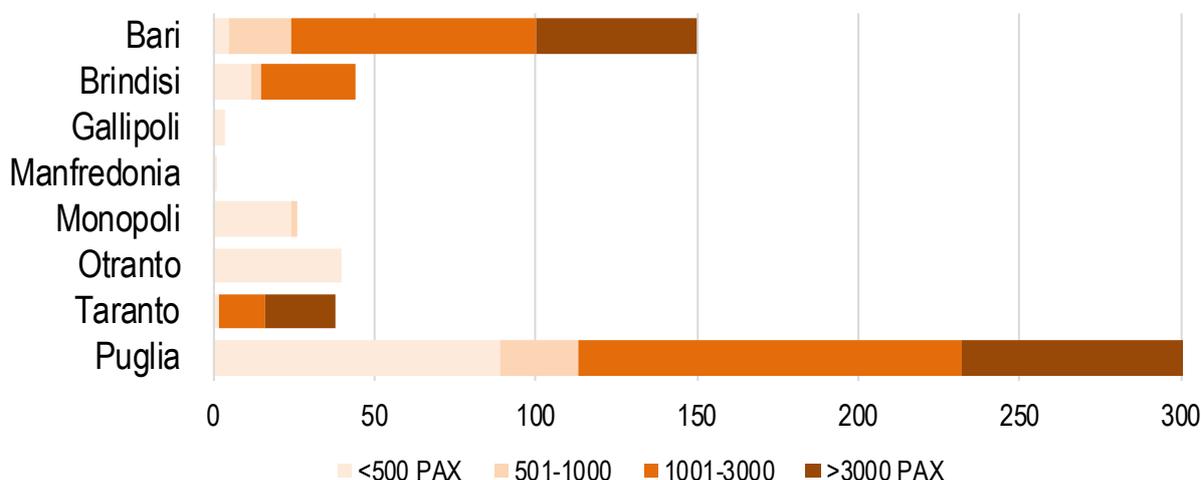
Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale e dalle Capitanerie di Porto.

Nel porto di Taranto oltre il 50% dei passeggeri è di nazionalità italo-francese, il 25% è anglo-americano, il 18% tedesco.

Se nel caso di queste unità l'età media scende anche a 40 anni, si riduce al tempo stesso anche la percentuale dei crocieristi che vanno in escursione (ad esempio per Costa Crociere il valore è pari al 30%).

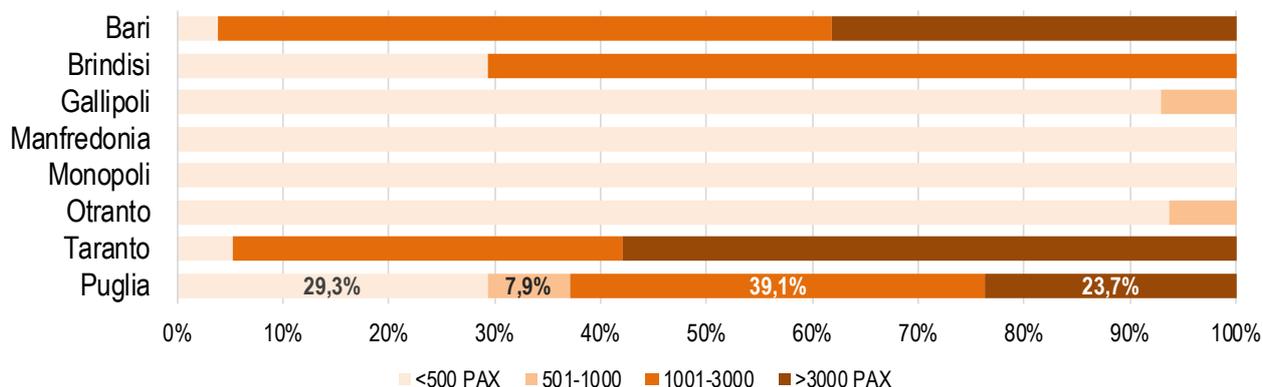
Distribuendo gli accosti in base alla capienza media, con distinzione tra navi di stazza piccola (>500 passeggeri), medio-piccola (501-1000), media (1001-3000) e grande (>3000), si evidenzia come generalmente la Puglia ospiti soprattutto navi sotto i 3.000 passeggeri, pur con distinzioni in base ai porti: Otranto, Monopoli e Gallipoli, anche per via delle caratteristiche strutturali del porto, accolgono solo piccole unità, mentre a Taranto nel 2023 approderanno in prevalenza unità di tonnellaggio elevato (si pensi agli scali settimanali di *Costa Pacifica*). A Bari e Brindisi transitano invece unità con a bordo tra i 1.000 e i 3.000 crocieristi. È comunque importante la percentuale di navi con capienza inferiore ai 500 passeggeri che arrivano nei porti pugliesi, nel 2023 pari al 29,3%.

Graf. 3.27 Distinzione toccate nave per capacità passeggeri delle unità, valori assoluti, 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale e dalle Capitanerie di Porto.

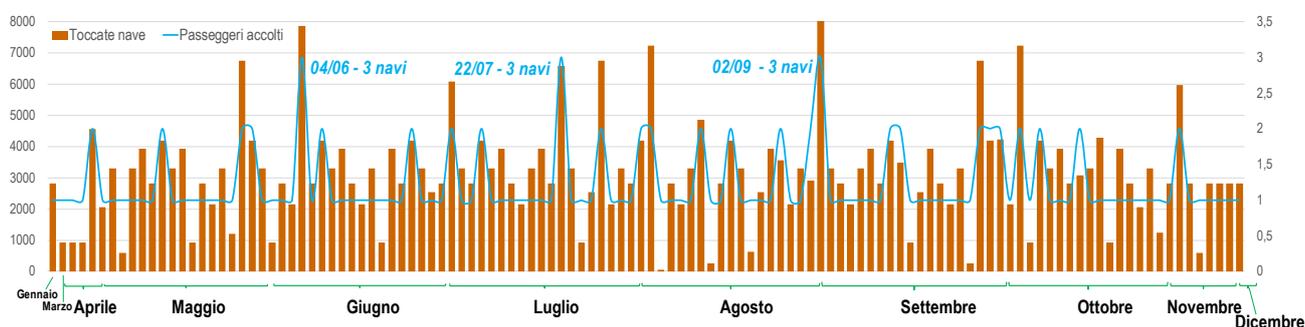
Graf. 3.28 Distinzione toccate nave per capacità passeggeri delle unità, valori percentuali, 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle Autorità di Sistema Portuale e dalle Capitanerie di Porto.

Si propone di seguito un'analisi del calendario accosti 2023 del porto di Bari, il primo scalo pugliese per numero di passeggeri movimentati e navi accolte. Nel 2023, il capoluogo di regione accoglie crociere in 120 giorni dell'anno: di questi, in 16 giorni approda una singola nave con meno di 1.000 passeggeri. Si registrano invece 27 giorni in cui approda più di una nave contemporaneamente: tra questi, in 3 diversi giorni si hanno 3 navi nel porto. Il 2 settembre 3 navi di capienza media ed elevata hanno portato oltre 8.000 passeggeri in porto.

Graf. 3.29 Distribuzione settimanale degli accosti crocieristici nel porto di Bari, 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo su dati calendario accosti dell'AdSP del Mar Adriatico Meridionale (2023).

Come affermato in precedenza, è importante considerare il tempo di percorrenza tra il porto in cui si scala e la destinazione da raggiungere per l'escursione. Per questioni logistiche di partenza e rientro in tempi utili alla nave solitamente i bus non superano l'ora di viaggio tra una destinazione e l'altra: ciò comporta che, ad esempio, coloro che scalano a Manfredonia avranno la possibilità di fare escursioni nelle vicinanze, come Castel Del Monte (o Andria), ma non potranno raggiungere Lecce. Allo stesso modo, i crocieristi che scalano a Otranto hanno a disposizione una serie di escursioni in Salento (Lecce, Galatina) ma non verso Matera.

Escursioni preferite: Alberobello, Lecce, Polignano a Mare, Matera, le Grotte di Castellana, Valle d'Itria (Ostuni, Locorotondo, Cisternino, Fasano, Martina Franca).

Oltre alle visite culturali dei borghi, tra le attività maggiormente apprezzate (in particolare dai crocieristi di età avanzata) vi sono le degustazioni di cibo, vino e olio nelle masserie, così come le cooking class. Si evidenzia come, in generale, circa la metà di coloro che scalano scelgano di rimanere nella città in cui arrivano, muovendosi soprattutto in

maniera indipendente. In altri casi, soprattutto in destinazioni come Otranto, coloro che scelgono delle escursioni brevi solo in mattinata o al pomeriggio, visitano la città del porto di scalo nella restante parte della giornata.

Fig. 3.1 Distribuzione delle escursioni preferite dai crocieristi per porto di scalo, 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo su informazioni fornite da agenti marittimi e shorex attivi sul territorio pugliese (2023).

3.3 Obiettivi strategici

A conclusione dell'analisi del corredo informativo sul segmento crociere, si propongono tre obiettivi da perseguire nel medio termine:

1. Prepararsi meglio all'accoglienza del crocierista
2. Crescere nel segmento luxury
3. Allungare la stagione crocieristica.

Sono obiettivi ambiziosi, che richiederanno un'adeguata programmazione nel medio-lungo periodo, oltre alla ricerca di collaborazione tra attori locali e alla messa in campo di necessari investimenti. Di seguito vengono elencate alcune azioni suggerite per ciascun obiettivo.

1. Prepararsi meglio all'accoglienza del crocierista

- Le guide e gli accompagnatori turistici sono determinanti per il successo della visita e, in vista dell'incremento futuro dei numeri, è necessario agire da un punto di vista legislativo tramite la pubblicazione di nuovi bandi per l'abilitazione di essi.
- La collaborazione tra gli attori locali è fondamentale per un migliore coordinamento e superamento di alcune criticità oggi percepite dal crocierista, dai tempi di percorrenza per raggiungere il porto o la città o le altre mete di escursione, all'abbattimento delle barriere architettoniche, alle procedure di security ai varchi di accesso.
- Accertarsi che gli attori coinvolti rispettino i giusti standard di accoglienza (es. accoglienza di grandi gruppi e bus, cuffie per la traduzione, assistenza agli anziani).
- Identificare una figura sul prodotto cruise che rappresenti il volto della Regione-ARET e funga da punto di riferimento per il comparto nel dialogo sia con interlocutori/attori interni alla regione che esterni.
- Studiare specifiche operazioni che facilitino il *fly & cruise* (es. predisponendo il servizio di trasporto bagaglio dall'aereo in cabina), sia su Bari che su Brindisi, favorendo una permanenza più comoda nelle ore che precedono l'imbarco e spingendo quindi alla visita della città-porto di partenza.

2. Crescere nel segmento luxury

- Organizzare *educational* e *site inspection* con gli *itinerary planner* delle compagnie.
- Avviare un dialogo costante con le compagnie crocieristiche di lusso, attivando nei loro confronti una serie di incentivi e/o facilitazioni.
- Presidiare gli ambiti di formazione del personale per fornire un servizio di qualità che, oltre a generare maggiore soddisfazione, incentivi il passeggero a tornare in visita in altri periodi o zone della regione.

3. Allungare la stagione crocieristica

- Osservare e studiare le azioni intraprese da altri territori e/o regioni considerabili come "competitor" e che sono riusciti ad allungare la propria stagione crocieristica.
- Supportare con uscite stampa la promozione della Puglia come regione adatta ad accogliere flussi turistici in tutte le stagioni.
- Contribuire alla produzione di un catalogo che presenti le escursioni realizzabili anche in una stagione diversa da quella estiva o in destinazioni *off the beaten track*.
- Intavolare trattative con una o più compagnie di crociera presentando ad esse la volontà di perseguire questo risultato.

4 TURISMO NAUTICO

4.1 L'offerta di turismo nautico

In un panorama internazionale segnato – negli ultimi anni – da elevati tassi di inflazione, l'economia mondiale ha registrato un rallentamento dopo il rimbalzo post-covid. La nautica è andata in controtendenza e l'Italia, confermandosi seconda industria mondiale nella cantieristica (si veda lo studio *The State of the Art of the Global Yachting Market*, elaborato da Deloitte per Confindustria Nautica) ha fatto registrare valori particolarmente consistenti in un quadro che vede aumentare la concentrazione dell'offerta (si rilevano oltre 300 *Mergers & Acquisitions* tra il 2021 e il 2022, con la metà incentrate a valle della filiera nautica e il 20% relative alla cantieristica di produzione di imbarcazioni).

Secondo le stime riportate da Confindustria Nautica, anche per l'Italia la cantieristica nautica è un settore resiliente: il fatturato globale del settore segna infatti – in termini percentuali di crescita – un nuovo primato, passando da 6,11 miliardi nel 2021 a 7,33 miliardi nel 2022, registrando quindi una crescita del 20%. Un fatturato, in termini assoluti, che supera anche il picco che si era registrato nel 2008 di 6,18 miliardi. Lo specifico comparto dei grandi yacht (secondo *Superyacht Times*, in *The State of Yachting 2023*) vede nel 2022 il numero di superyacht oltre i 30 metri a livello mondiale superare la soglia dei 5.500, raggiungendo all'inizio del 2023 quota 5.555. Secondo i dati riportati dal *Global Order Book 2023*, sono 1.203 i superyacht in costruzione o ordinati per quest'anno a livello mondiale, della cui produzione l'Italia pesa per un 47,6%, contando così 593 progetti previsti. Il dato mondiale è in crescita rispetto al 2022, segnando anche per questo aspetto un record storico.

Focalizzando l'attenzione sulla specifica offerta ricettiva nautica in Italia, sempre *The State of the Art of the Global Yachting Market*, con l'aiuto dell'elaborazione di dati di Pagine Azzurre, identifica in totale 786 strutture portuali, di cui 91 porti turistici (o marine, strutture interamente dedicate al diportismo), 458 porti polifunzionali (strutture di proprietà o a gestione pubblica, dove una porzione è utilizzata esclusivamente per la nautica da diporto) e 237 punti di ormeggio, costituiti dalle strutture a carattere stagionale non dotate di banchine "fisse" ma di strutture rimovibili nella stagione invernale. In termini di posti barca, ne vengono identificati complessivamente 166.612 lungo tutte le coste italiane, di cui il 60% si concentrano nei porti polifunzionali e il 28% nei porti turistici.

La Puglia, con i suoi quasi 1.000 km di costa, si colloca in una posizione geografica strategica, ponte tra l'Europa occidentale e quella balcanica, che l'ha resa ideale per lo sviluppo della nautica da diporto.

Innanzitutto, essendo localizzata all'imbocco dell'Adriatico, costituisce una meta di passaggio per tutti coloro che desiderano spingersi verso le destinazioni nautiche italiane adriatiche più a nord, ma anche per chi – arrivando dall'ovest Mediterraneo – si presta a raggiungere le mete croate, montenegrine e greche. Se è vero che queste ultime destinazioni, tradizionalmente più vocate per il

diportismo nautico, continuano ad essere molto gettonate, al tempo stesso sta emergendo in modo sempre più netto la ricerca di nuove destinazioni, meno celebri, più tranquille e vivibili, come lo sono quelle pugliesi.

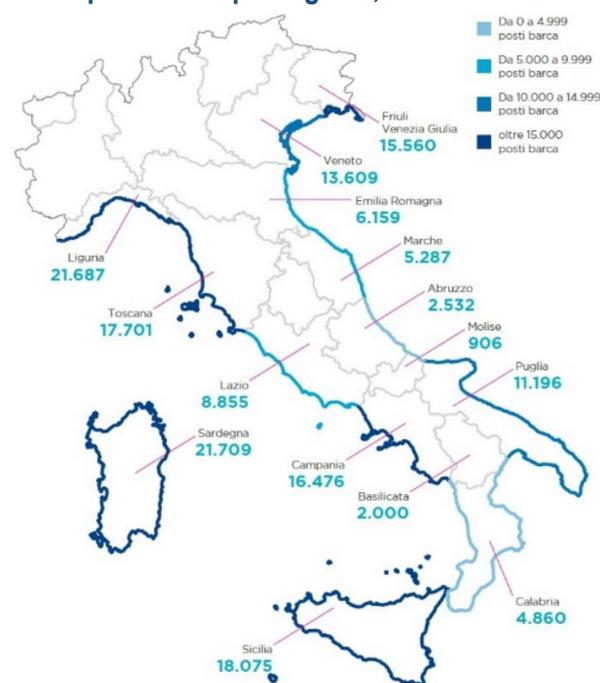
Dal punto di vista turistico, la regione è fortemente attrattiva: vanta un ricchissimo patrimonio sia storico-culturale che naturalistico di forte pregio e identità, tradizioni e usanze ancora vive e sentite. In particolare, il prodotto mare – di indiscutibile bellezza – e quello enogastronomico – di qualità ineccepibile – sono particolarmente apprezzati, anche al di fuori dell'Italia. Oltre a ciò, la posizione dei porti turistici a ridosso dei centri storici e dei caratteristici borghi locali favorisce il turismo, e quindi le visite e le spese nel territorio circostante.

Da non dimenticare le caratteristiche climatiche e meteorologiche alquanto favorevoli, che negli ultimi anni hanno consentito di allungare la stagione turistica non solo nei mesi estivi.

Tuttavia, è doveroso segnalare come, in termini geografici, ad eccezione delle isole Tremiti e di alcune aree (come quella di Vieste nel Gargano oppure quella di Polignano a Mare) ricche di baie, grotte, golfi e coste frastagliate, la maggior parte del territorio pugliese si caratterizza per una conformazione della costa prevalentemente lineare e sabbiosa, come quasi tutto l'Adriatico sponda italiana. Decisamente diversa rispetto a quella presente nella sponda orientale dell'Adriatico, più ricca di isole, insenature e promontori, che – tendenzialmente – attira maggiormente l'attenzione dei turisti nautici. Inoltre, l'Adriatico e la sua conformazione morfologica "chiusa" e senza sbocchi riducono le opportunità quale luogo "di passaggio" rispetto ad altre coste e zone tirreniche. Secondo Confindustria Nautica, La Puglia, con 69 infrastrutture e 11.196 posti barca, si colloca al quarto porto per numero di infrastrutture e all'ottavo per numero di posti barca. Nel quadro generale si rileva una carenza di strutture in grado di accogliere superyacht di dimensioni elevate, sia a causa dei fondali spesso troppo bassi (che quindi necessiterebbero di essere dragati), sia per la tipologia di servizi offerti, non sempre all'altezza delle particolari necessità ed esigenze di questa categoria di clienti "speciali" (in primis sicurezza e privacy).

Tab 4.1 e fig. 4.1 Distribuzione delle infrastrutture portuali italiane e dei posti barca per regione, 2021

Regione	Numero di infrastrutture	Numero di posti barca
Liguria	70	21.687
Toscana	64	17.701
Lazio	42	8.855
Campania	69	16.476
Basilicata	3	2.000
Calabria	40	4.860
Sicilia	142	18.075
Sardegna	118	21.709
Puglia	69	11.196
Molise	4	906
Abruzzo	12	2.532
Marche	17	5.287
Em.-Romagna	27	6.159
Veneto	59	13.609
Friuli-V. Giulia	50	15.560
Totale	786	166.612



Fonte: La Nautica in Cifre, analisi del mercato per l'anno 2022, Confindustria Nautica e Fondazione Edison

Cambiando la fonte, il *Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti* assegna alla Puglia 13.300 posti barca totali, suddivisi tra 2.794 posti barca nei porti turistici, 4.001 negli approdi turistici e 6.505 nei punti di ormeggio¹. Considerando solamente porti e approdi turistici, i posti barca risultano essere 6.795.

Tab 4.2 Distribuzione dei posti barca in Puglia, suddivisi per provincia, 2022

Provincia	Porti turistici	Approdi turistici	Punti di ormeggio	Totale
Bari	1.140	-	910	2.050
BAT	-	400	935	1.335
Brindisi	-	978	610	1.588
Lecce	1.344	1.032	2.624	5.000
Foggia	310	1.151	805	2.266
Taranto	-	440	621	1.061
Totale	2.794	4.001	6.505	13.300

Fonte: Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, 2022

La Puglia conta più di 30 marine e porti turistici con un forte orientamento all'accoglienza di turisti nautici in transito.

Ad essi si aggiungono quasi 50 tra circoli nautici e centri velici, che offrono posti barca riservati spesso in esclusiva ai soli soci, dunque non ai turisti, e per questa ragione non presi in considerazione nello sviluppo di questo approfondimento. Agli oltre 11.000 o 13.000 (a seconda della fonte) posti barca rivolti ai diportisti nautici attualmente esistenti, si aggiungeranno ulteriori punti di ormeggio grazie ai lavori di ampliamento di alcune marine esistenti e ai progetti di nuovi porti turistici che dovrebbero essere realizzati nei prossimi anni. Tra le strutture che hanno in programma lavori di potenziamento ci citano Marco Carani Nautica, Marina di Brindisi, Marina di Rodi Garganico, Molo Sant'Eligio, Porto Gaio e Porto di Villanova.

Entro il 2027 esse si doteranno complessivamente di 628 nuovi posti barca, a fronte di un investimento pari a quasi 23 milioni di euro.

Oltre alle riqualificazioni, è in programma anche la costruzione di nuove strutture. Tra le novità più attese, si cita il nuovo porto turistico di Bari, che sorgerà al Molo San Cataldo. L'infrastruttura, del valore di 36 milioni di euro e prevista in completamento entro il 2025, sarà dotata di oltre 250 posti barca e permetterà di ospitare anche mega yacht fino a 100 metri di lunghezza. Verrà, inoltre, realizzato un edificio che fungerà da yacht club con sale di accoglienza, bar, ristorazione e servizi igienici. Menzione anche per il porto turistico di Otranto, la cui costruzione dovrebbe iniziare a breve e che, a fronte di un investimento di 14,2 milioni di euro, sarà in grado di ospitare fino a 400 yacht, diventando così uno snodo cruciale al centro delle rotte turistiche tra Grecia, Albania, Montenegro e Croazia. Si segnala, inoltre, come anche a Barletta vi sia in progetto un nuovo waterfront dotato di circa 500 posti barca, così come a

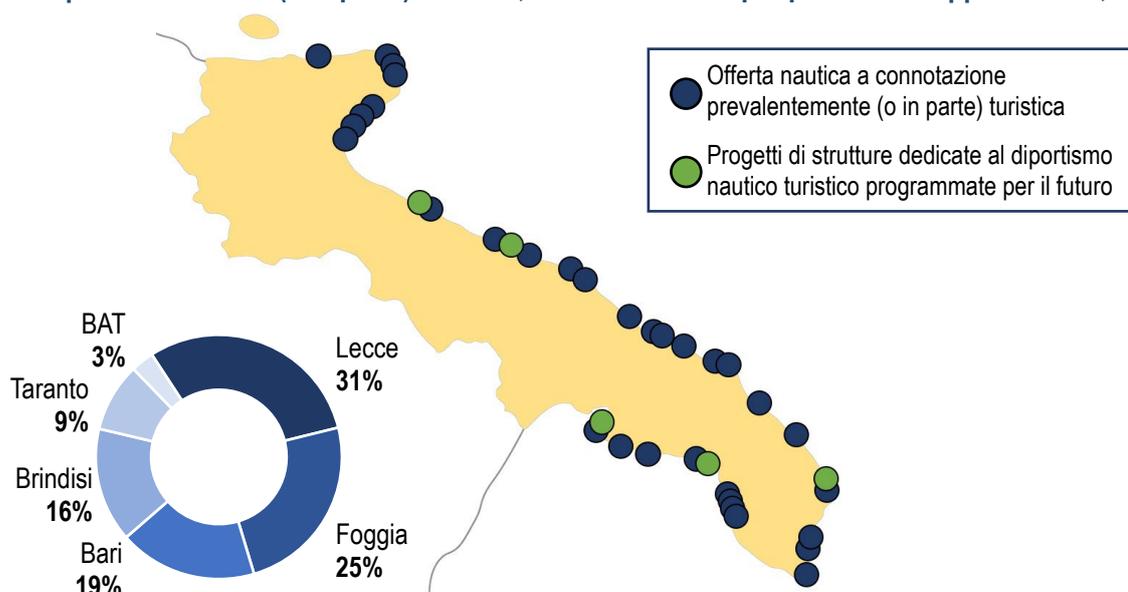
¹ Con riferimento alle disposizioni normative del DPR n. 509/1997 (cosiddetto Decreto Burlando), le strutture dedicate alla nautica da diporto sono articolate in tre tipologie: a) il «porto turistico», ovvero il complesso di strutture amovibili ed inamovibili realizzate con opere a terra e a mare allo scopo di servire unicamente o precipuamente la nautica da diporto ed il diportista nautico, anche mediante l'apprestamento di servizi complementari; b) l'«approdo turistico», ovvero la porzione dei porti polifunzionali aventi le funzioni di cui all'articolo 4, comma 3, della legge 28 gennaio 1994, n. 84, destinata a servire la nautica da diporto ed il diportista nautico, anche mediante l'apprestamento di servizi complementari; c) i «punti d'ormeggio», ovvero le aree demaniali marittime e gli specchi acquei dotati di strutture che non importino impianti di difficile rimozione, destinati all'ormeggio, alaggio, varo e rimessaggio di piccole imbarcazioni e natanti da diporto.

Nardò il progetto di Marina Sarparea a Sant'Isidoro per altrettanti 500 posti barca, ed infine a Taranto il progetto del nuovo waterfront lato mare della città vecchia per circa 300 posti barca.

Le nuove strutture dedicate al diportismo nautico in Puglia andranno ad aggiungere quasi 2.000 posti barca all'offerta regionale, portando nei prossimi anni la disponibilità totale ad oltre 10.000.

Si segnala, infine, come alcuni progetti, in difficoltà di avviamento negli scorsi anni, siano riusciti a risolvere le criticità e ad avviarsi positivamente. Uno scenario – quello appena descritto – che dimostra come, in Puglia, quello nautico sia un comparto sul quale sia il privato che il pubblico abbiano deciso di investire, al fine di renderlo più competitivo e, quindi, in grado di soddisfare in modo migliore i bisogni e le esigenze dei diportisti. La figura 4.2 mostra la collocazione spazio-geografica delle marine, darsene e porti turistici a connotazione prevalentemente (o in parte) turistica attualmente esistenti in Puglia (pallini blu) e di quelle che dovrebbero essere realizzate, secondo i progetti, nei prossimi anni (pallini verdi).

Graf. 4.1 e fig. 4.2 Distribuzione spazio-geografica di marine, darsene e porti turistici pugliesi a connotazione prevalentemente (o in parte) turistica, suddivise anche per province di appartenenza, 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023).

Le marine, darsene e i porti turistici pugliesi a connotazione prevalentemente (o in parte) turistica si distribuiscono relativamente omogeneamente lungo la costa: più della metà sono localizzati tra le province di Lecce (31%) e Foggia (25%). In quelle di Bari e Brindisi si trovano rispettivamente il 19% e il 16% delle strutture. Mentre a Taranto il 9% e soltanto il 3% a Barletta-Andria-Trani. Quattro su cinque sono aperti tutto l'anno e, in media, ogni struttura impiega più di otto persone stabilmente, oltre a cinque addetti stagionali. Con l'obiettivo di ampliare e meglio qualificare la ricognizione, sono stati individuati tramite ricerca desk anche gli operatori di charter nautico che consentono di noleggiare imbarcazioni da diporto per coloro che non ne possiedono di proprietà. Tali operatori in Puglia, distribuiti anch'essi abbastanza omogeneamente tra tutte le province, possiedono in media due barche a vela e cinque barche a motore, impiegano un lavoratore a

tempo pieno e sei stagionali, e tre su quattro hanno un'apertura stagionale, che nella gran parte dei casi si estende da aprile/maggio ad ottobre.

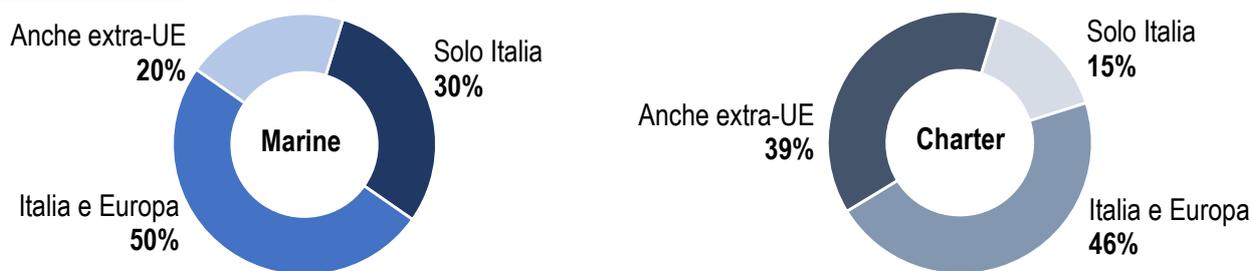
Il costo medio giornaliero nel 2023 per l'ormeggio di un'imbarcazione nelle marine pugliesi si attesta a circa 75 euro a maggio (+15% sul 2022) e circa 100 euro ad agosto (+12% sul 2022).

Sul fronte charter, il costo medio del noleggio di una barca a motore a maggio è di quasi 1.100 euro mentre ad agosto è di circa 1.450 euro; per un'imbarcazione a vela, invece, sono necessari quasi 1.300 euro a maggio e più di 2.100 euro ad agosto. La maggior parte degli operatori non hanno modificato le proprie tariffe quest'anno, mentre uno su cinque ha rivisto i propri prezzi in aumento. Uno scenario che mostra come anche il settore della nautica sia stato interessato da un generale aumento dei prezzi che ha reso mediamente più caro sia l'ormeggio che il noleggio di imbarcazioni.

Il 47% delle marine pugliesi non investono budget sull'attività promozionale e non si promuovono né in Italia né all'estero.

Tra le marine che, invece, investono nella promozione, sono poco più di una su tre quelle che vi dedicano un budget specifico (35%). Tra coloro che svolgono attività promozionale, la metà si rivolge al mercato italiano ed europeo, mentre uno su cinque si spinge anche verso quello extra europeo. Quote simili per gli operatori charter, sebbene salga la percentuale di coloro che si promuovono verso paesi extra europei (39%). Complessivamente, la promozione non sembra essere un fronte indispensabile per buona parte delle marine pugliesi, anche perché – in alcuni casi – i clienti sono prevalentemente stanziali e quindi non si rende necessaria un'attività di promozione costante nei loro confronti.

Graf 4.2 e 4.3 Mercati target dell'attività promozionale di marine e operatori di charter nautico, 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati.

Osservando la disponibilità di servizi turistici presso le marine pugliesi, è la rete Wi-Fi gratuita ad essere garantita dal maggior numero di strutture (75%), seguita dalla stipulazione di convenzioni con aziende e attività turistiche nel territorio circostante (53%), utili per spronare i clienti a visitare le varie località.

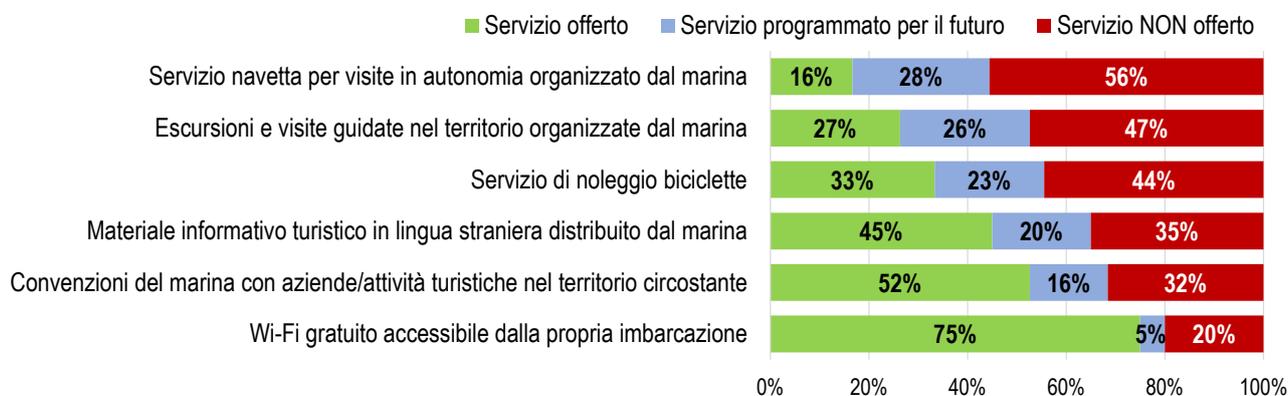
Disponibilità di rete Wi-Fi gratuita e convenzioni con aziende ed attività turistiche nel territorio circostante sono i servizi offerti con più frequenza nelle marine pugliesi.

Tra quelli meno offerti, il servizio navetta per visite in autonomia – disponibile soltanto nel 16% delle strutture – così come la possibilità di effettuare escursioni e visite guidate nell'area circostante, offerta dal 27% delle marine.

Solo il 45% delle marine sono dotate di materiale informativo in lingua straniera, così come solo il 33% dispone del servizio di noleggio bike.

Appare chiaro che, per soddisfare le esigenze di un'utenza straniera ed essere più accoglienti – e quindi attraenti – nei loro confronti, le marine pugliesi dovrebbero investire maggiormente sulla predisposizione di materiale almeno in lingua inglese. Parallelamente, dato che le attività di trekking su sentieri escursionistici e di bike tra i borghi – come mostrerà successivamente il grafico 4.2 – risultano essere tra quelle meno sviluppate ma che i diportisti nautici in Puglia vorrebbero realizzare maggiormente, quest'analisi invita a riflettere sulla necessità di destinare maggiori investimenti sulla dotazione di un servizio di noleggio biciclette all'interno delle strutture, affinché i servizi offerti possano rispecchiare i desideri manifestati dai clienti.

Graf 4.4 Disponibilità di servizi turistici nelle marine in Puglia, 2023

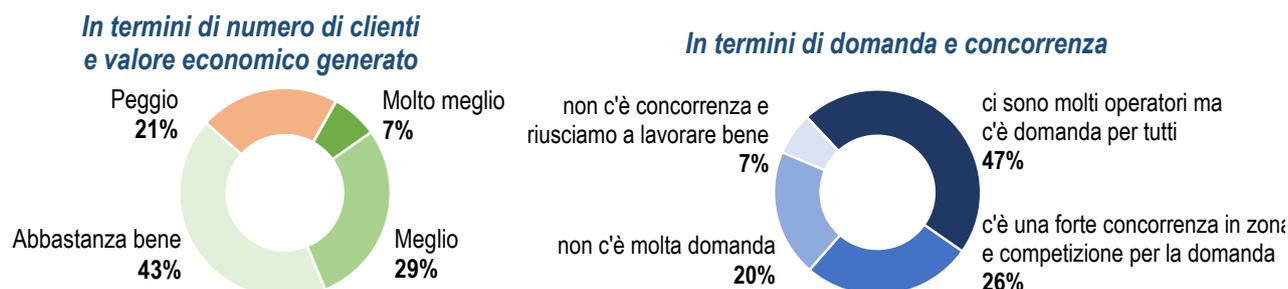


Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati.

Il 79% degli operatori di charter nautico pugliesi hanno valutato positivamente l'andamento della stagione 2023 in base al numero di clienti registrato e del valore economico generato dall'azienda.

Tra questi, poco meno di uno su dieci (7%) l'ha definita "molto meglio" di quella 2022. In termini di domanda e concorrenza, quasi la metà (47%) afferma che esistono molti operatori ma che, nonostante ciò, vi sia domanda per tutti. Solo uno su cinque sostiene che non ci sia molta domanda. Complessivamente, dunque, i charter nautici pugliesi ritengono che – nonostante la concorrenza piuttosto elevata – la stagione 2023 abbia registrato un segno positivo, con un numero di clienti e guadagni superiori rispetto alla precedente.

Graf 4.5 e 4.6 Andamento stagione 2023 secondo gli operatori di charter nautico in Puglia



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati.

4.2 La domanda di turismo nautico

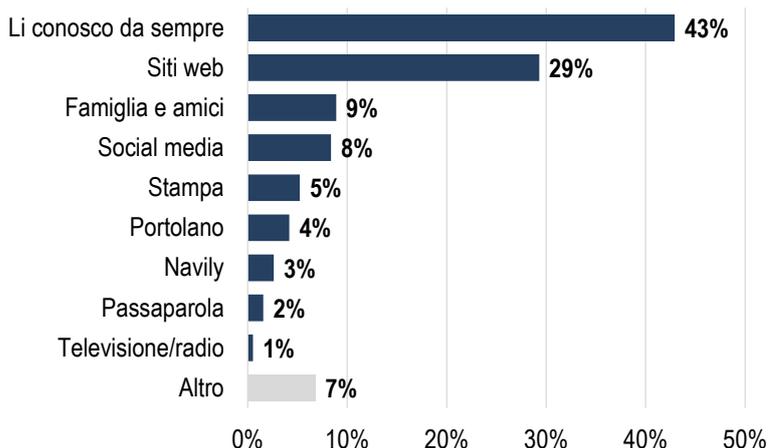
Spostando l'analisi verso la domanda, i diportisti nautici che quest'anno hanno realizzato una vacanza in barca in Puglia ed hanno ormeggiato in una o più marine, darsene e porti turistici nella regione hanno trascorso in media 9 giorni in Puglia e ormeggiato in media in 3 diversi porti turistici.

I diportisti nautici nel 2023 hanno trascorso in media 9 giorni in Puglia e hanno ormeggiato in media in 3 diversi porti turistici, permanendo in media quasi 3 giorni in ciascuna struttura.

In merito alle modalità con cui sono venuti a conoscenza dei servizi destinati al turismo nautico offerti in regione, la maggior parte dei diportisti nautici sostengono di esserne sempre stati a conoscenza, a dimostrazione del fatto che molti diportisti sono *repeater* e conoscono già l'offerta del territorio. In molti hanno utilizzato il web (in particolare siti web e, a seguire, i social media), mentre in pochi si sono documentati tramite radio, televisione e stampa.

Graf 4.7 Fonti di conoscenza dei servizi di turismo nautico in Puglia, 2023

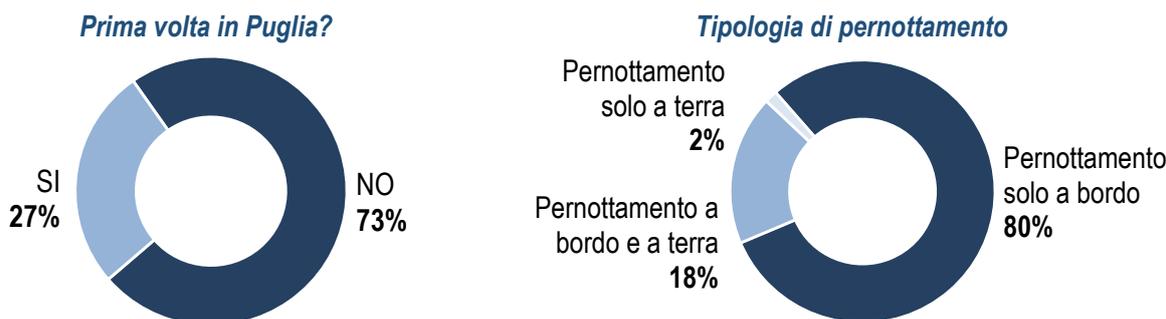
Il 43% dei clienti delle marine conoscono già i servizi di turismo nautico offerti in Puglia



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati. Nota: più risposte erano possibili.

Gran parte dei diportisti che hanno raggiunto la Puglia quest'anno ci erano già stati in precedenza (73%). Quattro su cinque pernottano solo a bordo, poco meno di uno su cinque (18%) pernotta anche a terra.

Graf 4.8 e 4.9 Il soggiorno dei turisti nautici in Puglia, 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati.

Nel 2023 nelle marine pugliesi il tasso medio di occupazione dei posti barca ha sfiorato il 78%, registrando una crescita sia rispetto alla stagione precedente (+1,6%) che rispetto al 2019 (+7,9%).

Viceversa, il tasso di prenotazione delle imbarcazioni presso gli operatori charter ha registrato, nella stagione in corso, una diminuzione del 3% rispetto al 2022, passando dal 67,8% al 64,8%. Valore che, comunque, è superiore di 2,5 punti percentuali rispetto a quello del 2019 (62,3%).

Osservando il tasso di occupazione dei posti barca nelle marine pugliesi dettagliato per mesi, si può notare – come era prevedibile – come il picco si raggiunga nei mesi estivi, in particolare tra luglio e agosto, quando sfiora il 95%. Tassi superiori all'85% anche nei mesi di giugno (84%) e settembre (87%).

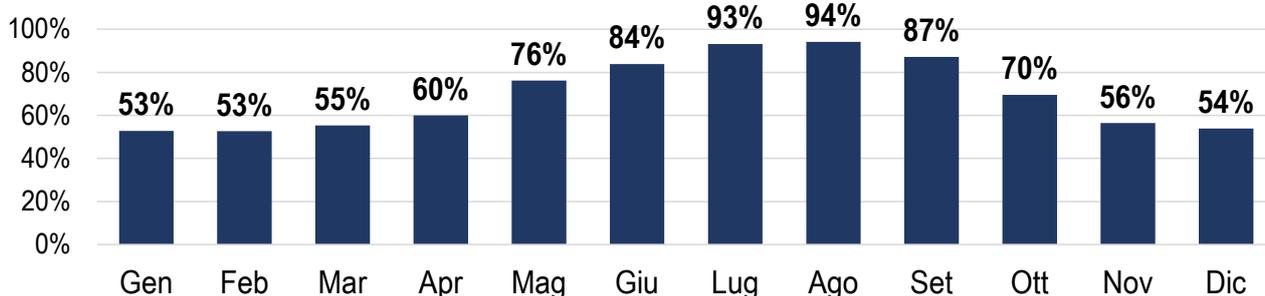
Tra luglio e agosto il tasso di occupazione dei posti barca nelle marine pugliesi sfiora il 95%.

Tra novembre e marzo, invece, l'occupazione non supera il 60%; al tempo stesso, però, si segnala come in nessun mese dell'anno il tasso scenda al di sotto del 50%, a dimostrazione che esiste una forte componente stanziale che frequenta le strutture in maniera stabile.

Stagionalità decisamente più marcata nelle prenotazioni delle imbarcazioni dei charter nautici, che vedono un tasso medio del 55% nel mese di agosto, del 49% a luglio e del 30% a giugno. Nei restanti mesi si osservano tassi inferiori al 30%, i quali si riducono al di sotto del 2% tra dicembre e febbraio. Si segnala, a tal proposito, come circa tre quarti (77%) degli operatori di charter nautico sia aperto solo stagionalmente, tra aprile-maggio e ottobre.

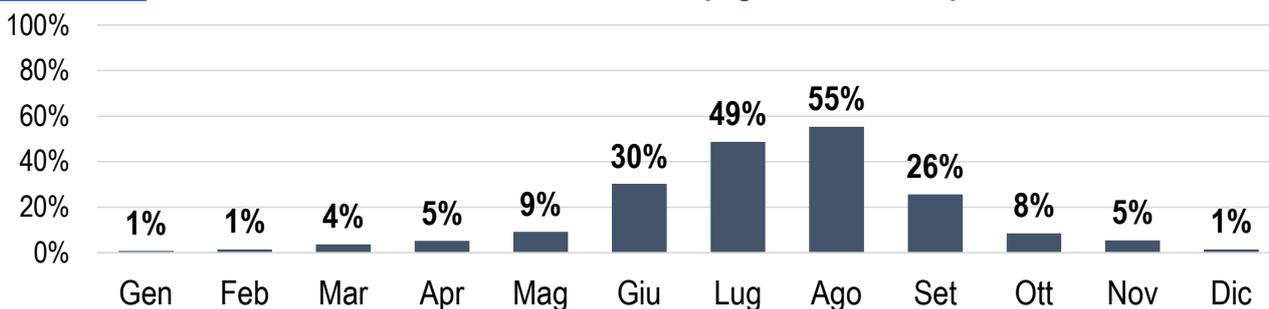
Destagionalizzare il turismo nautico risulta fondamentale per supportare il comparto e distribuire i benefici ad esso collegati in un arco di tempo più esteso. Le condizioni metereologiche, soprattutto nel sud Italia, stanno agevolando questo processo negli ultimi anni. Altrettanto cruciale risulta lo sviluppo e la promozione di attività ed iniziative che si prestano ad essere fruite anche nelle stagioni spalla, così da incentivare gli arrivi in tutti i mesi dell'anno.

Graf 4.10 Occupazione dei posti barca nelle marine pugliesi, suddiviso per mesi, 2023*



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati. Nota: (*) i valori di settembre, ottobre, novembre e dicembre sono previsioni fornite dai rispondenti.

Graf 4.11 Prenotazione delle imbarcazioni nei charter pugliesi, suddiviso per mesi, 2023*



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati. Nota: (*) i valori di settembre, ottobre, novembre e dicembre sono previsioni fornite dai rispondenti.

Come già precisato, durante la loro vacanza in Puglia, i diportisti nautici permangono in media quasi tre giorni in ciascuna marina, frequentano in media tre marine, per un totale di circa nove giorni di vacanza in Puglia. Sul fronte degli operatori di charter nautico, la durata media delle prenotazioni di barche a motore si assesta intorno agli 8 giorni (+1,2% sul 2022 e +2,4% sul 2019). Valore che diminuisce fino a 4 giorni per le prenotazioni di barche a vela, sebbene sempre in crescita del +0,2% sul 2022 e del +0,4% sul 2019.

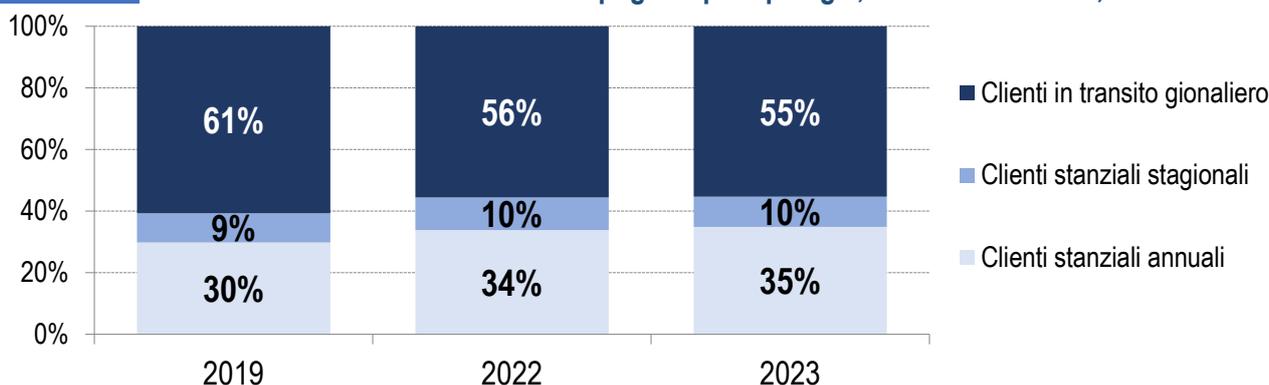
8 giorni la durata media delle prenotazioni per le barche a motore (+1,2 sul 2022), 4 giorni per le barche a vela (+0,2% sul 2022).

In merito alla tipologia di clientela che frequenta le marine pugliesi, quest'anno più della metà è un diportista in transito giornaliero. Tuttavia, anche nelle marine a maggior vocazione turistica, la componente stanziale risulta molto significativa (35% annuali e 10% stagionali). Il 55% dei clienti delle marine pugliesi sono diportisti in transito giornaliero.

Analizzando queste quote rispetto agli anni precedenti, complessivamente emerge un leggero aumento dei clienti stanziali (+5% sul 2019) e, parallelamente, un'altrettanta diminuzione (-6% sul 2019) dei clienti in transito. Trattasi, in ogni caso, di leggere variazioni che non cambiano lo scenario delineato complessivamente.

Appare chiaro come, nel business dei porti turistici pugliesi, la componente stanziale sia di fondamentale importanza e non si ritiene utile sacrificarla a favore della componente giornaliera. Tuttavia, si ritiene altrettanto necessario prestare particolare attenzione alle esigenze dei clienti in transito, affinché possano risultare sempre più soddisfatti della loro permanenza e aumentare in termini di quantitativi.

Graf 4.12 Suddivisione dei clienti delle marine pugliesi per tipologia, confronto tra 2019, 2022 e 2023



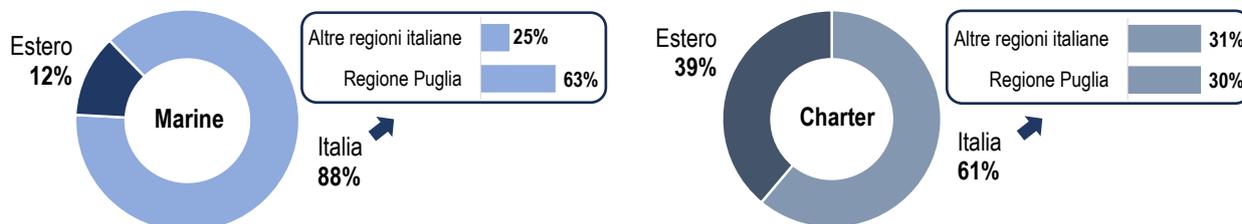
Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati.

Sia le marine che i charter pugliesi registrano una prevalenza di turisti italiani; tuttavia, nelle marine essi risultano essere 9 su 10, mentre nei charter 6 su 10. Entrando più nel dettaglio della clientela delle marine, gli italiani provengono principalmente dalla Puglia (63% del totale) e soltanto il 25% dalle altre regioni; il restante 12% è composto da stranieri. Tra questi, prevalgono i tedeschi, i francesi e gli inglesi (rispettivamente il 27%, il 24% e il 15% del totale degli stranieri). Per quanto concerne la clientela dei charter, il 30% circa proviene dalla Puglia, altrettanti arrivano da altre regioni italiane, mentre quasi il 40% è di provenienza straniera. Le nazionalità di questi ultimi sono più eterogenee: non soltanto inglesi, francesi e tedeschi (che assieme rappresentano il 48% del totale degli stranieri), ma anche di origine extra-europea.

I clienti delle marine e dei charter pugliesi sono prevalentemente italiani. Tra gli stranieri prevalgono i tedeschi, i francesi e gli inglesi.

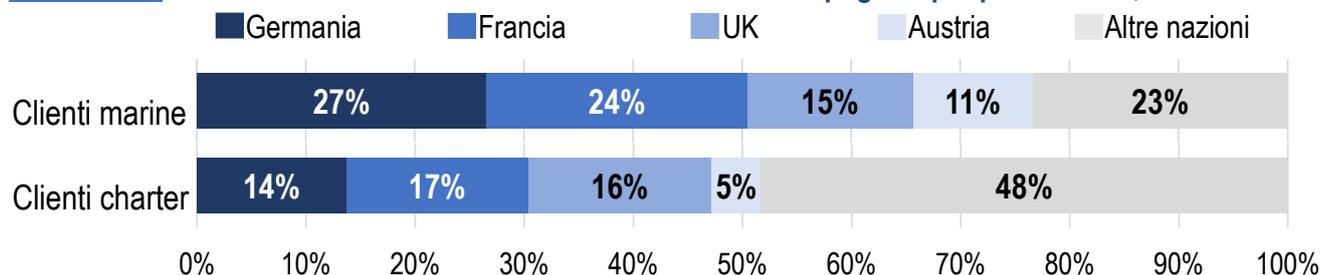
Come era lecito attendersi, i clienti italiani sono prevalentemente stanziali (70%) mentre gli stranieri effettuano soprattutto transiti occasionali (71%). Nel complesso, sebbene questa situazione appaia più accentuata nelle marine, emerge in entrambi i casi una netta prevalenza di clientela domestica. Una riflessione si apre, in questo senso, sulla possibilità di attrarre un maggior numero di diportisti stranieri, i quali possiedono tendenzialmente una disponibilità a pagare più elevata rispetto agli italiani e quindi una capacità di incidere di più non solo sugli impatti economici della marina presso cui ormeggiano, ma anche di tutto il territorio circostante.

Graf 4.13 e 4.14 Suddivisione della clientela di marine e charter pugliesi per provenienza, 2023



Fonte: Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati.

Graf 4.15 Suddivisione dei clienti stranieri di marine e charter pugliesi per provenienza, 2023



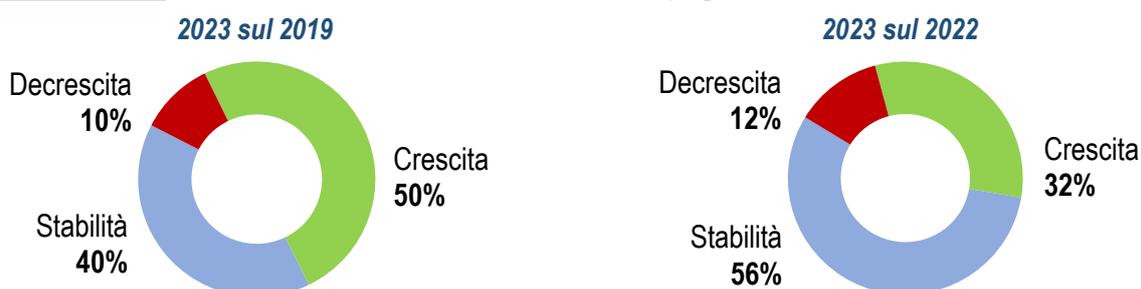
Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati.

L'andamento della clientela è complessivamente in crescita rispetto agli anni precedenti ed in pochi, tra marine e charter, hanno subito una contrazione. Sintomo, questo, di un comparto in crescita, che vede il numero di clienti aumentare di anno in anno, favorendo così l'imprenditorialità e gli investimenti per aumentare sia la quantità di posti barca disponibili, sia la qualità dei servizi offerti.

Nel 2023 il 50% delle marine pugliesi ha registrato un aumento della clientela rispetto al 2019. Rispetto al 2022 il 56% delle strutture ha ravvisato una situazione di stabilità.

Solo una marina su dieci sostiene di aver visto i propri clienti diminuire rispetto agli anni precedenti. Distinguendo tra italiani-stranieri e tra tipologie di transito, lo scenario rimane sostanzialmente il medesimo, anche tra le due componenti si rileva una maggiore crescita dei clienti stanziali italiani nel 2023 rispetto al 2019.

Graf 4.16 e 4.17 Andamento della clientela nelle marine pugliesi, 2023 sul 2019 e 2023 sul 2022

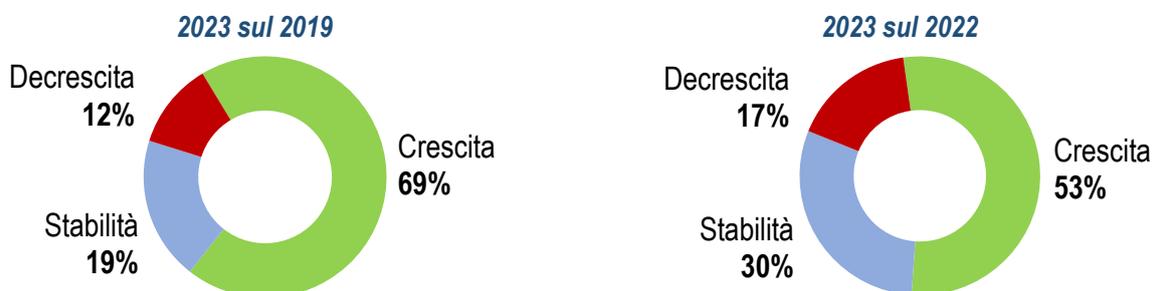


Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati.

Nel 2023 quasi il 70% degli operatori charter pugliesi ha visto la propria clientela crescere rispetto al 2019, e poco più del 50% ha registrato un incremento anche rispetto allo scorso anno.

Ancora più positivo lo scenario per gli operatori charter. Ad essere cresciuti sono stati soprattutto i clienti stranieri (sia nel caso di noleggio di barche a motore che a vela). Il numero di clienti italiani è, invece, rimasto piuttosto stabile, sebbene si renda necessario segnalare come – in alcune circostanze – sia stata ravvisata una contrazione, in particolare per quanto riguarda la clientela italiana che ha noleggiato barche a vela. Complessivamente, quest'anno soltanto il 12% degli operatori charter ha visto diminuire i propri clienti rispetto al 2019, quota che sale al 17% nel confronto con lo scorso anno.

Graf 4.18 e 4.19 Andamento della clientela nei charter pugliesi, 2023 sul 2019 e 2023 sul 2022

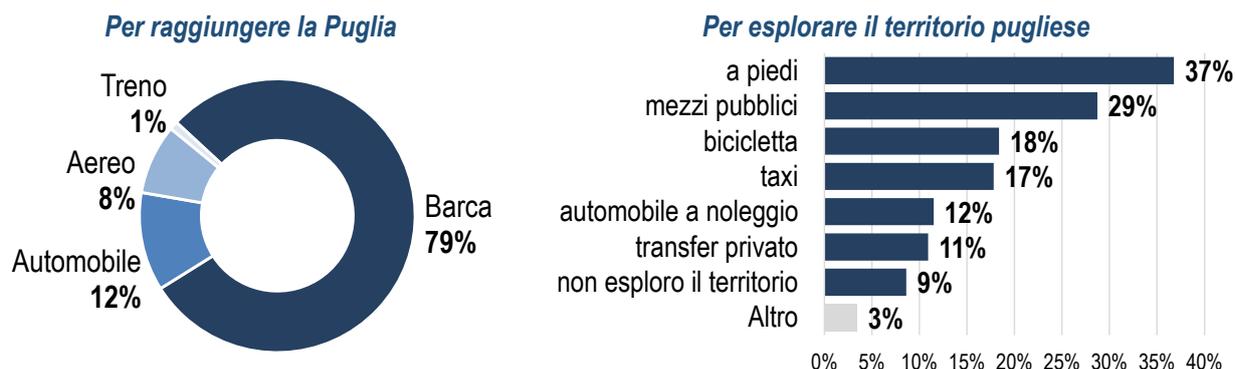


Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati.

Quasi l'80% dei diportisti nautici raggiunge la Puglia via mare con la propria imbarcazione (di proprietà o noleggiata).

Tra gli altri mezzi utilizzati, si ravvisano l'automobile (12%), l'aereo (8%) e il treno. Per esplorare il territorio pugliese, invece, i diportisti prediligono quando possibile spostarsi a piedi (37%), ma utilizzano anche i mezzi pubblici, la bicicletta e il taxi. Tra le azioni più importanti per favorire il diportismo nautico – e non solo – nella regione vi è il potenziamento dell'accessibilità e della mobilità interna, agendo anche sui collegamenti autostradali ed aeroportuali, favorendo così anche la componente turistica straniera.

Graf 4.20 e 4.21 Mezzi di trasporto utilizzati dai turisti nautici in Puglia, 2023



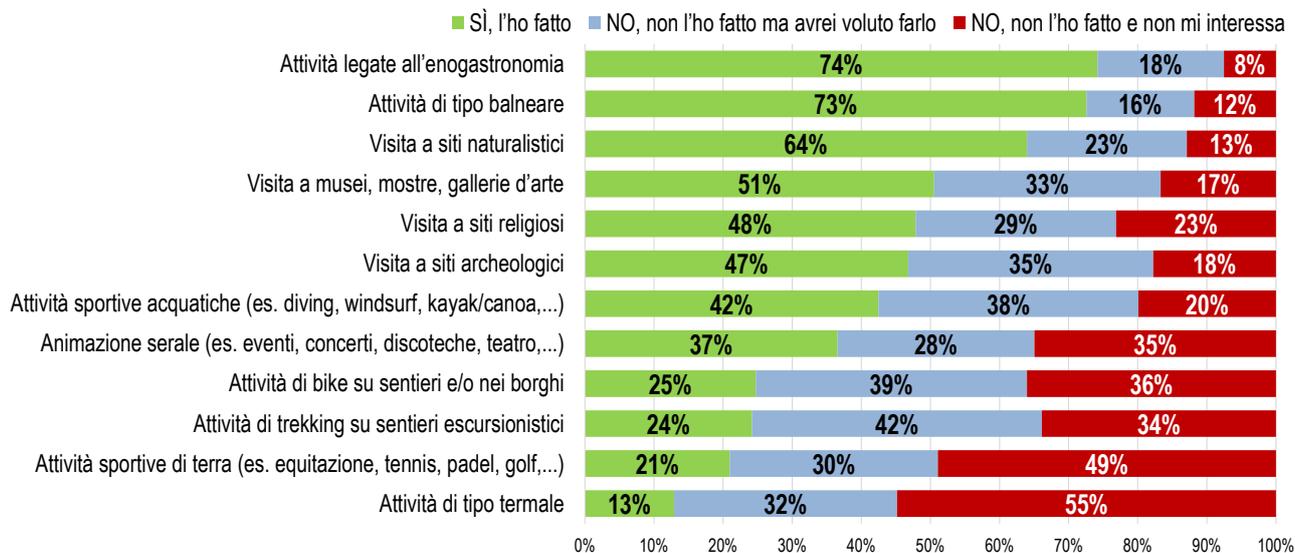
Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati. Nota: alla domanda relativa al mezzo di trasporto utilizzato per esplorare il territorio pugliese, erano possibili più risposte.

Durante la loro vacanza in Puglia, i turisti nautici spendono soprattutto per la cambusa e altri rifornimenti (84%), per i servizi nautici interni ed esterni alle marine (75%) e per lo svolgimento di attività turistiche nel territorio circostante (66%).

I diportisti nautici in Puglia preferiscono svolgere attività turistiche legate all'enogastronomia, di tipo balneare e visite ai siti naturalistici.

Grazie alla vicinanza dei porti turistici ai centri storici, anche le visite a musei, mostre e gallerie d'arte, a siti religiosi ed archeologici sono particolarmente apprezzate. Al contrario, le attività di tipo termale, così come le attività sportive "di terra" – quali ad esempio il golf, il tennis, l'equitazione – non suscitano particolare interesse. Tra le attività che vengono realizzate ancora poco ma che i diportisti nautici vorrebbero provare nel corso della loro vacanza, si ravvisano in modo particolare quelle di *trekking* su sentieri escursionistici e di *bike* su sentieri e/o nei borghi.

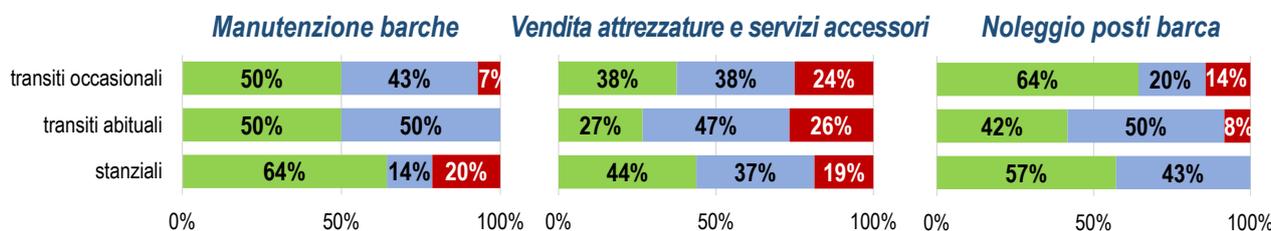
Graf 4.22 Attività turistiche svolte dai turisti nautici durante la vacanza in Puglia, 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati.

Relativamente all'andamento della richiesta di servizi nautici da parte dei diportisti nelle marine pugliesi rispetto allo scorso anno – dividendo tra transiti occasionali, transiti abituali e diportisti stanziali – emerge nel complesso una situazione tra la stabilità e la crescita. In aumento la richiesta di manutenzione delle imbarcazioni e la vendita di attrezzature e servizi accessori soprattutto tra i clienti stanziali, mentre appare leggermente più stabile tra i turisti in transito.

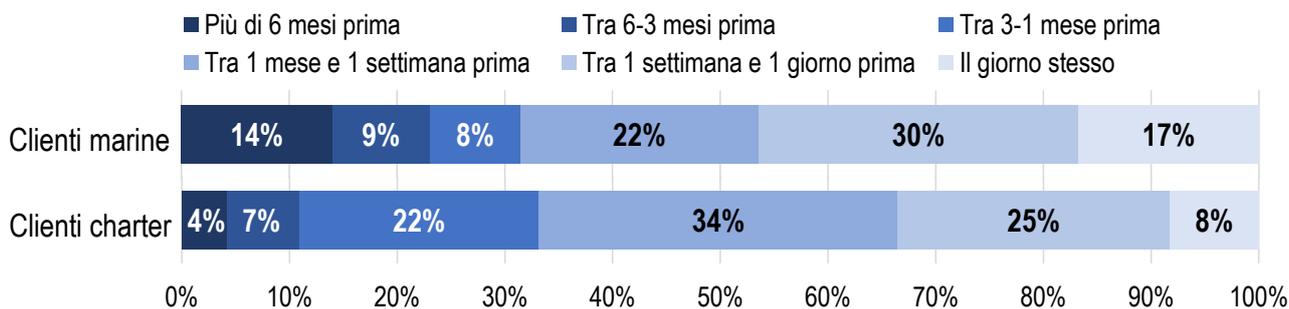
Graf 4.23 Andamento della richiesta di servizi nautici nelle marine pugliesi nel 2023 rispetto al 2022



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati.

Il 52% dei diportisti nautici in Puglia prenota i posti barca nelle marine tra un mese e il giorno prima.

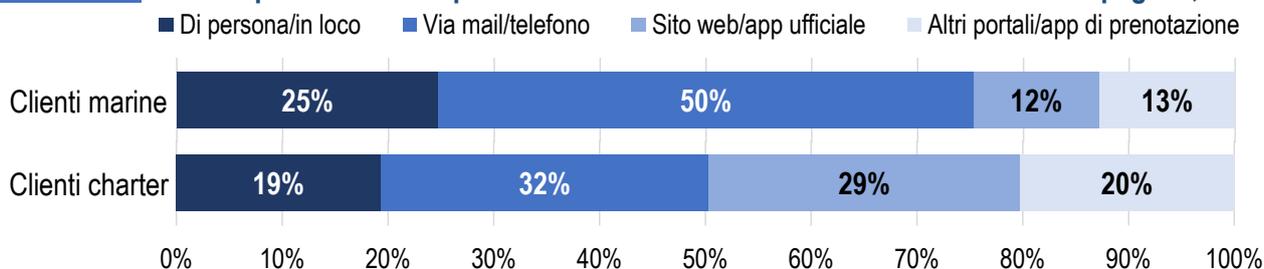
Più nel dettaglio, circa uno su cinque prenota i posti barca tra un mese e una settimana prima, mentre poco meno di un terzo lo fa tra una settimana e un giorno prima. Invece, chi necessita di prenotare un'imbarcazione per praticare diportismo nautico tende a prendersi più in anticipo: in particolare, circa uno su cinque prenota fra tre mesi e un mese prima, circa un terzo tra un mese e una settimana prima, mentre uno su quattro tra una settimana e un giorno prima.

Graf 4.24 Tempi di prenotazione dei posti barca nelle marine e delle imbarcazioni nei charter pugliesi, 2023

Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati.

La maggior parte dei diportisti nautici inviano un'e-mail e/o telefonano per prenotare i posti barca nelle marine e le imbarcazioni nei charter.

Tuttavia, la prenotazione dei posti barca nelle marine e porti turistici viene effettuata anche *in loco* (25%), mentre per la prenotazione delle imbarcazioni presso i charter nautici vengono utilizzati con frequenza anche il sito web e/o l'app ufficiale dell'operatore (29%) oppure altri portali di prenotazione (20%). Sebbene gli strumenti più classici, quali telefonate ed e-mail, rimangano ancora i preferiti dai diportisti, si può notare come la prenotazione sul web (sia tramite i portali/app ufficiali che di terzi) stia acquisendo un'importanza sempre maggiore e che tutte le marine e le società di charter dovrebbero sviluppare e mettere a disposizione dei propri clienti, anche per ampliare il proprio bacino di utenza (in particolar modo quello straniero).

Graf 4.25 Canali di prenotazione dei posti barca nelle marine e delle imbarcazioni nei charter pugliesi, 2023

Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati.

I diportisti nautici che quest'anno hanno visitato la Puglia hanno giudicato alquanto positivamente (il 16% lo ha definito "eccellente") il rapporto tra la qualità del servizio nelle marine e i relativi costi sostenuti. Giudizio molto positivo anche per la qualità dei servizi di informazione e accoglienza turistica offerti sul territorio e per la qualità delle attività di tipo turistico svolte nell'area circostante ("eccellente" rispettivamente nel 14% e nel 10% dei casi). Giudicata mediamente in negativo (per il 5% "pessima") la qualità dei servizi in termini di trasporti intermodali offerti sul territorio.

Rispettivamente il 55% e il 50% dei diportisti nautici ha giudicato molto positivamente il rapporto tra qualità del servizio e relativi costi nei marine e la qualità dei servizi di informazione e accoglienza turistica offerti sul territorio.

Emerge, pertanto, la necessità di investire sullo sviluppo e sul miglioramento dei trasporti e dei collegamenti nell'entroterra, anche in considerazione del fatto che i mezzi pubblici sono tra quelli più utilizzati dai diportisti nautici per esplorare la destinazione. Un sistema efficiente in questo senso risulta di fondamentale importanza per incentivare i movimenti a terra, e quindi la spesa, di questa categoria di turisti che, ricordiamo, muovendosi via mare è, nella gran parte dei casi, sprovvisto di mezzo di trasporto via terra.

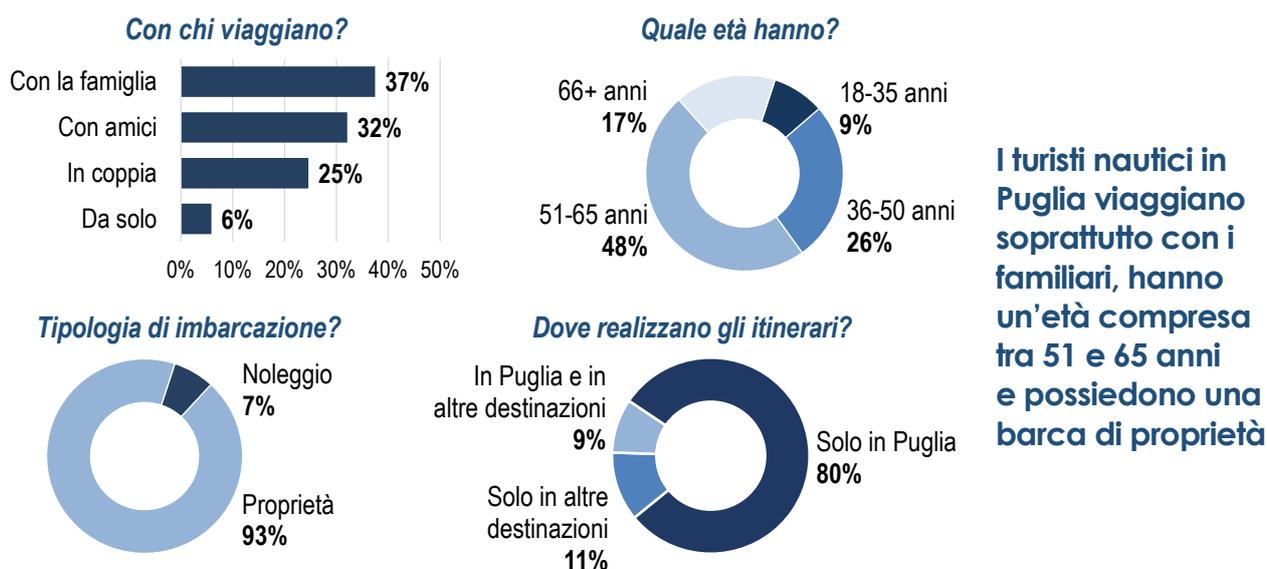
Graf 4.26 Giudizio dei turisti nautici in vacanza in Puglia nel 2023 su alcuni fronti



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati.

In conclusione, vengono fornite alcune informazioni socio-demografiche sui diportisti nautici che quest'anno hanno svolto una vacanza in Puglia. Essi viaggiano prevalentemente con la famiglia (37%), ma anche con gli amici (32%) e in coppia (25%); la loro età è compresa principalmente tra 51 e 65 anni; la media a bordo è di circa 4 passeggeri; e nella quasi totalità dei casi (93%) possiedono un'imbarcazione di proprietà. Infine, realizzano itinerari prevalentemente all'interno del territorio pugliese (80%); soltanto uno su cinque noleggia l'imbarcazione in Puglia per poi svolgere parte dell'itinerario (9%), o addirittura tutto (11%), al di fuori dei confini regionali.

Graf 4.27, 4.28, 4.29, 4.30 Profilo dei turisti nautici in vacanza in Puglia, 2023



Fonte: Elaborazione Risposte Turismo (2023) su dati forniti dalle marine, porti turistici e operatori di charter nautico pugliesi intervistati. Nota: alla domanda "con chi viaggiano?" erano possibili più risposte.

4.3 Obiettivi strategici

A conclusione dell'analisi del corredo informativo sul prodotto nautica, si identificano quattro diversi obiettivi da perseguire:

1. Aumentare la notorietà della Puglia come destinazione nautica
2. Sostenere un allungamento della stagione
3. Internazionalizzare l'offerta di turismo nautico
4. Monitorare con continuità i turisti nautici in transito

Sono obiettivi ambiziosi, che richiederanno un'adeguata programmazione nel medio-lungo periodo, oltre alla ricerca di collaborazione tra attori locali e alla messa in campo di necessari investimenti. Per perseguirli sarà necessario mettere in campo una serie di azioni, alcune delle quali vengono elencate di seguito.

1. Aumentare la notorietà della Puglia come destinazione di turismo nautico

- Impostare un'azione promo-comunicativa *ad hoc* in occasione di fiere, eventi, saloni nautici e *boat show* rivolti specificatamente al comparto nautico (e meno di carattere generico inclusi appuntamenti internazionali in Adriatico-Ionio) che vada a valorizzare – da un lato – l'elevata qualità dei servizi alla persona e alla barca offerti nella regione e – dall'altro – la forte identità territoriale e il patrimonio di grande pregio esistente. Si tratta di favorire iniziative corali di promozione della Puglia come destinazione di turismo nautico.
- Consolidare il posizionamento della Puglia come "tappa di passaggio da non perdere" per chi arriva dal Mediterraneo e vuole raggiungere altre destinazioni nell'Adriatico (sia in Italia più a nord, sia nella sponda orientale come in Croazia, Montenegro, Grecia e Albania).

2. Sostenere un allungamento della stagione

- Favorire un'offerta turistica che possa essere fruita dai turisti nautici anche nelle stagioni primaverile ed autunnale potendo contare su condizioni meteomarine più favorevoli rispetto ad altre aree del Mediterraneo, oltre che su un'offerta che spazia dall'enogastronomia, alla storia, dalla cultura alla natura.
- Sostenere l'organizzazione di iniziative ed eventi in Puglia legati al comparto nautico nel corso di tutto l'anno, come – a titolo d'esempio – campionati e competizioni sportive (in primis regate veliche) oltre al Salone nautico regionale.
- Valorizzare maggiormente la presenza in Puglia di servizi di assistenza tecnica alla barca, cantieristica e manutenzione, fattori che potrebbero attrarre barche ed equipaggi anche in periodi dell'anno meno favorevoli alla fruizione della nautica da diporto.

3. Internazionalizzare l'offerta di turismo nautico

- Promuovere l'offerta pugliese nei mercati stranieri, valorizzando le proposte che incontrano maggiormente le richieste ed esigenze dei turisti stranieri che arrivano dal mare (dalle esperienze *bike* nei borghi all'enogastronomia tipica locale) anche tramite il supporto a reti e network già esistenti (Marine di Puglia).

- Migliorare la qualità dell'accoglienza verso i diportisti provenienti da paesi esteri attraverso la predisposizione di materiale informativo in lingua straniera (*dépliant, brochure, etc*) e un'adeguata formazione del personale (conoscenza delle lingue straniere, delle buone pratiche, etc.).
- Aprire uno specifico cantiere dedicato ai grandi yacht tramite iniziative dedicate (sia in contesti già presidiati da ARET-Pugliapromozione quali ILTM Cannes che in contesti "nautici") sostenendo gli operatori impegnati nel segmento così come anticipando le opportunità derivanti dai nuovi progetti (in particolare l'area del Molo San Cataldo a Bari), attivando linee di intervento dedicate alla formazione del personale.

4. Monitorare con continuità i turisti nautici in transito

- Si tratta in questo caso di proseguire e strutturare quanto avviato nel 2023 rafforzando – possibilmente sin dall'inizio dell'anno - la collaborazione tra ARET-Pugliapromozione e le principali marine e porti turistici regionali arrivando a predisporre strumenti comuni e condivisi che, periodicamente, vadano a monitorare gli aspetti quantitativi e qualitativi del fenomeno, idealmente facendo confluire queste informazioni e rilevazioni all'interno del DMS regionale.

5 TURISMO SPORT ACQUATICI

5.1 La definizione, l'offerta e la domanda degli sport acquatici

La stagione estiva 2023 in Italia si è affermata per essere la stagione del turismo *outdoor*: già secondo le stime primaverili di *Human Company*, nell'Osservatorio del Turismo *Outdoor* per l'Italia, i mesi di giugno, luglio, agosto e settembre avrebbero visto un leggero aumento rispetto al 2022 di coloro che preferiscono le vacanze all'aria aperta. Uno dei prodotti del turismo *outdoor* è il turismo sportivo.

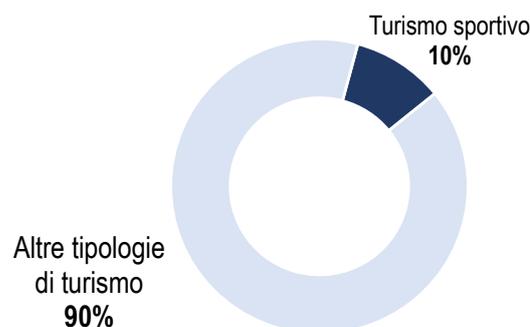
Secondo il *World Sport Tourism Show*, il turista sportivo è colui che, appassionato ad una o più pratiche sportive, è disposto anche a lunghi spostamenti pur di praticarne l'attività.

Come si può già evincere da questo primo tentativo di definizione, il confine del turismo sportivo non è netto come per altre forme: infatti il turista sportivo, il più delle volte, non viaggia in funzione della sola pratica, ma, nella destinazione che raggiunge, vive diverse esperienze, rientrando così anche in altre categorie.

Di seguito un prospetto sul peso del turismo sportivo, così come sul valore generato, secondo dati stimati dall'*European Travel Commission* e dal *World Sport Tourism Show*.

Il turismo sportivo genera dai 12 ai 15 milioni di arrivi internazionali all'anno, generando un fatturato di 800 miliardi di dollari.

Graf. 5.1 Percentuale del peso del turismo sportivo sul totale del comparto turistico

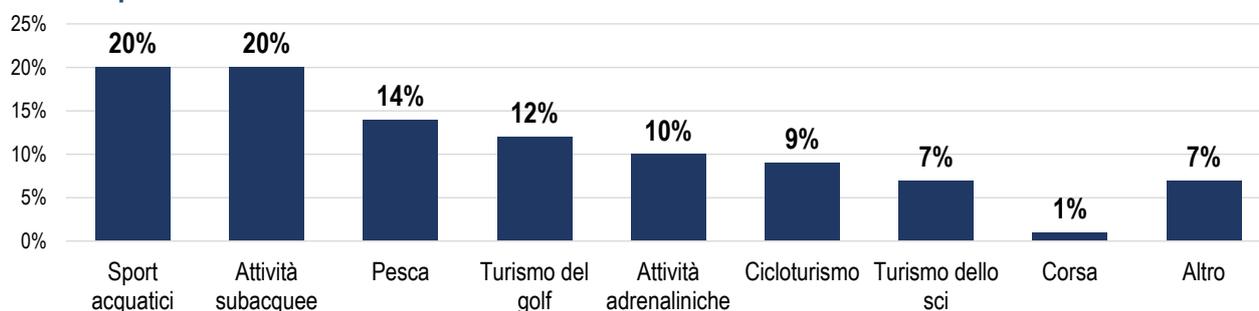


Fonte: European Travel Commission.

1,5 miliardi di euro è la spesa dedicata in Italia agli sport acquatici come vela, canoa, diving ecc.

Il turismo sportivo si caratterizza per inglobare, al suo interno, diverse nicchie, ciascuna appartenente ad uno sport diverso. Secondo una ricerca del 2021 dell'*European Tourism Futures Institute* (ETFI), realizzata per il *Centre for the Promotion of Imports from developing countries* (CBI) del Ministero dell'Olanda, il 20% dei tour operator europei offriva viaggi inerenti agli sport acquatici, seguiti dal comparto della subacquea e dal turismo della pesca (Graf. 5.2). Il turismo delle attività subacquee, secondo il CBI, fa riferimento a tutte le attività legate alle immersioni alla scoperta di relitti, in grotta e alle immersioni libere.

Graf. 5.2 Percentuale di tour operator europei che operano in ciascuno dei mercati di nicchia del turismo sportivo



Fonte: *Centre for the Promotion of Imports from developing countries* (CBI), Ministero dell'Olanda, in collaborazione con Molgo e ETFI

L'importanza del turismo sportivo è tale non solo perché rispecchia le tendenze odierne del settore turistico, includendo attività esperienziali e adrenaliniche, ma anche perché il fatturato generato proviene sia in modo diretto da chi effettivamente pratica l'attività sportiva, quindi il turista sportivo a tutti gli effetti, sia indirettamente da chi ha il solo ruolo di accompagnatore (pratica passiva).

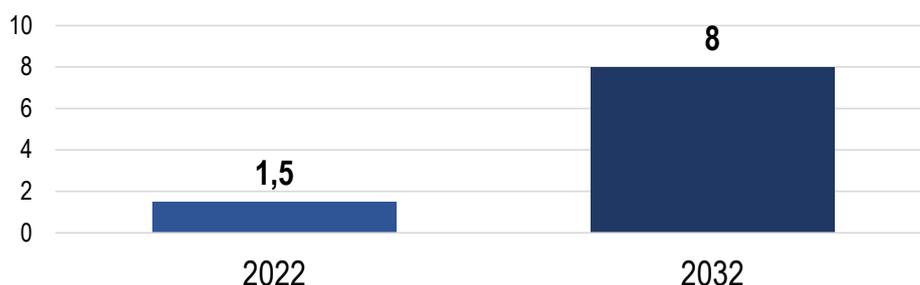
Secondo le stime di ENIT, la maggior parte dei turisti sportivi in Italia viaggia accompagnata: il 43% dei turisti sportivi viaggia con amici, mentre il 25% con famiglia.

Ciò, implica che la destinazione deve saper creare e organizzare un'offerta che sia destinata a tutti, in grado di coinvolgere tanto il turista sportivo, intercettandone anche i diversi livelli di abilità, quanto chi semplicemente accompagna.

Tra le diverse attività del turismo *outdoor* e d'avventura, un importante rilievo nella stagione appena trascorsa lo hanno avuto gli sport acquatici. Non sono pochi i centri e le attività disseminati lungo le spiagge italiane, e non solo, che offrono corsi e lezioni di *stand up paddle* (SUP), *windsurf*, *kitesurf*, introducendo talvolta anche novità come *wing foil*, *wakeboard* e *flyboard*. Una caratteristica peculiare di questo settore è la possibilità di combinare più tipologie diverse di sport, creando così nuove discipline, mantenendone alta l'attrattiva e il carattere innovativo.

Secondo le previsioni di *Future Market Insights*, il settore degli sport acquatici è in costante crescita: di seguito i dati riportati in forma grafica.

2022 – 2032: + 16,9% è il tasso di crescita stimato per il mercato degli sport acquatici

Graf. 5.3 Crescita del valore di mercato degli sport acquatici 2022-2032

Fonte: *Future Market Insights*. Nota: i dati inseriti sono in milioni di euro.

Nel turismo sportivo, inoltre, un ruolo chiave, anche dal punto di vista della promozione territoriale, è rivestito dagli eventi: questi, infatti, richiamano un gran numero di appassionati, diventando per alcuni la primaria motivazione di viaggio contribuendo ad attirare, a seconda dell'evento, più facilmente un *target* di turisti stranieri.

Secondo Banca IFIS, sulla base dei dati inseriti nell'Osservatorio sullo Sport System Italiano (2022), sono 32 milioni le presenze in Italia agli eventi sportivi nel 2019 per una spesa complessiva di 7,6 miliardi di euro con principali voci di spesa l'alloggio

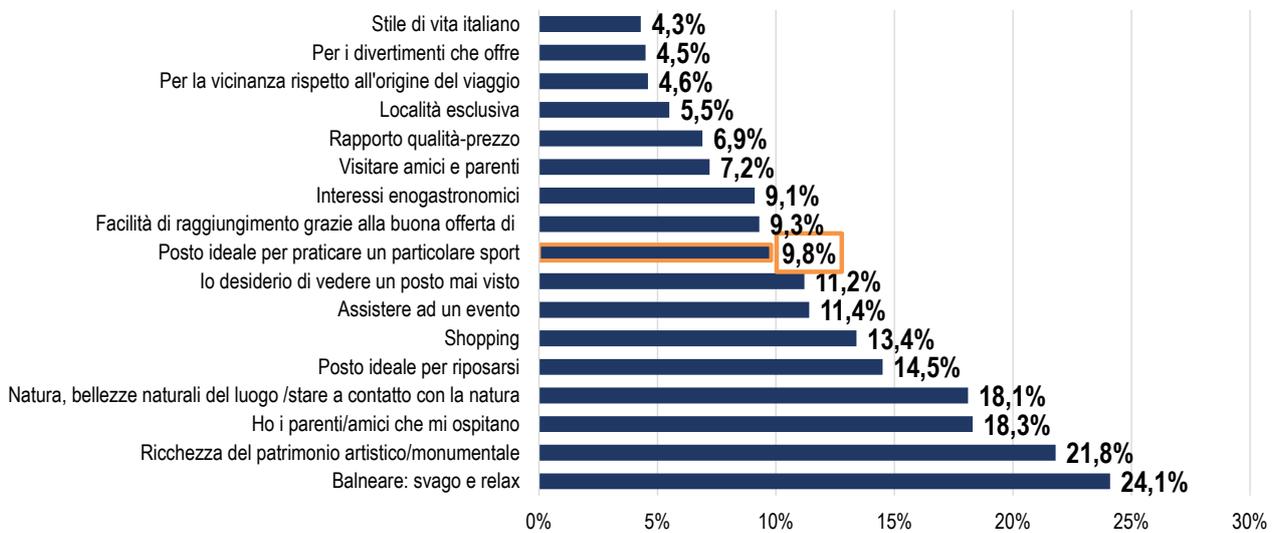
Il visitatore che si reca in una destinazione per assistere a un evento genera un reddito che ben si distribuisce all'interno della destinazione, coinvolgendo settori strettamente legati a quello turistico ma non solo, dagli alloggi ai ristoranti, fino ai negozi di souvenir: se da una parte alcuni decidono di raggiungere la meta in giornata, generando quindi un fatturato limitato, dall'altra c'è chi decide di alloggiare in loco, coinvolgendo così anche il settore delle strutture ricettive.

Su questo, la regione Puglia è diventata un eccellente *hub* per ospitare eventi sportivi, sia di fama nazionale, ma anche e soprattutto internazionale. Questo aspetto verrà analizzato più approfonditamente all'interno del paragrafo 5.2, in cui verranno portati all'attenzione anche alcuni casi.

Come già affermato, il territorio pugliese ben si presta alla pratica degli sport acquatici, trattandosi, in generale, di uno spazio piuttosto ventoso, soprattutto nelle zone di Vieste, del Gargano, del Golfo di Taranto e in corrispondenza di Alimini.

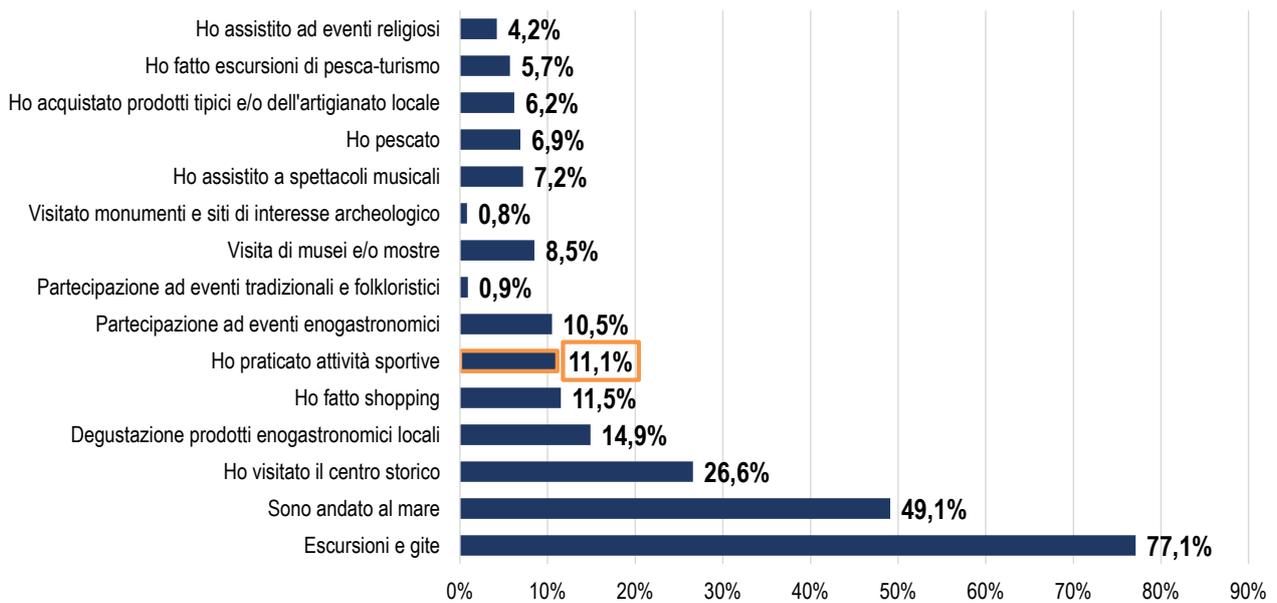
I seguenti grafici, realizzati utilizzando i dati riportati in uno studio del 2022 di Unioncamere Puglia in collaborazione con ISNART e l'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, dimostrano come l'attività sportiva rivesta un ruolo importante nelle motivazioni di scelta dei turisti che raggiungono la Puglia.

Graf. 5.4 Motivazione principale del soggiorno*, calcolata sul totale turisti, Puglia 2021



Fonte: Unioncamere Puglia e ISNART. Nota: (*) più risposte erano possibili.

Graf. 5.5 Attività svolte*, calcolate sul totale turisti, Puglia 2021

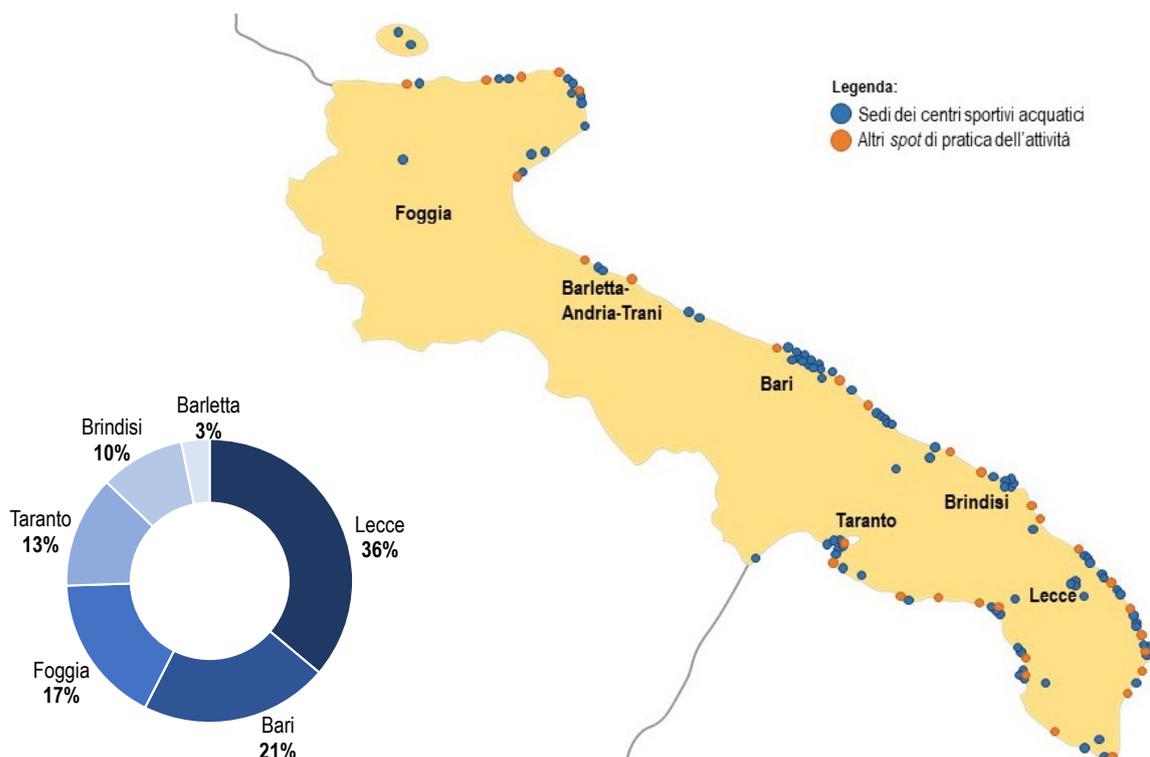


Fonte: Unioncamere Puglia e ISNART. Nota: (*) più risposte erano possibili.

L'analisi del turismo degli sport acquatici in Puglia ha visto una iniziale mappatura delle diverse scuole e centri presenti sul territorio regionale, che ha portato ad individuare 94 strutture, tra centri, circoli e scuole per la pratica degli sport acquatici, *diving center*, associazioni sportive per le attività subacquee e strutture afferenti al comparto della motonautica. In particolare, sono 48 le strutture che offrono servizi legati agli sport acquatici, 38 quelle che si dedicano ad attività subacquee e 8 al comparto della motonautica.

La mappa sottostante raffigura la distribuzione spazio-geografica dei 94 centri su tutto il territorio pugliese. Alcuni centri, tuttavia, non praticano l'attività in un unico luogo ma propongono all'utente diversi *spot*, che vengono scelti soprattutto in base alle condizioni metereologiche, in particolare alla ventosità della zona e al moto ondoso. Infatti, se per alcune pratiche, come lo sci nautico e il *wakeboard*, l'acqua deve essere piatta, così non è per il *kitesurf* o il *surf*, dove una buona ventosità e un mare mosso aiutano lo sportivo a compiere salti ed evoluzioni.

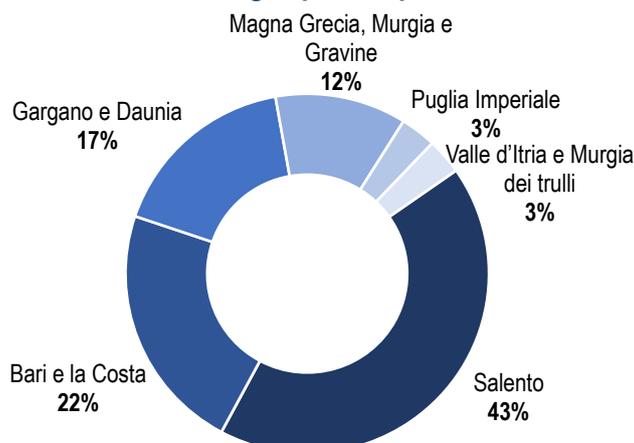
Fig. 5.1 e Graf. 5.6 Distribuzione provinciale delle 94 strutture degli sport acquatici e altri *spot* di pratica delle attività



Fonte: Elaborazione panel Risposte Turismo (2023).

Dal punto di vista della rappresentatività provinciale, sul totale delle strutture mappate, Lecce è al primo posto con il 36% dei centri, seguita da Bari, con il 21%, e da Foggia con il 17%; seguono Taranto con il 13%, Brindisi con il 10% e Barletta-Andria-Trani con il 3%.

La distribuzione dei centri può essere anche messa in relazione all'Area Territoriale di Interesse Turistico (ATIT) di riferimento: in questo caso, le prime tre ATIT più rappresentate sono "Bari e la Costa", con il 21% dei centri, "Gargano e Daunia" con il 17%, e "Magna Grecia, Murgia e Gravine" con il 12%.

Graf. 5.7 Distribuzione delle 94 strutture degli sport acquatici in relazione all'ATIT di appartenenza

Fonte: Elaborazione panel Risposte Turismo (2023).

Relativamente all'offerta dei centri sportivi acquatici, ciascuna realtà offre la possibilità di praticare più tipologie di attività, non concentrandosi esclusivamente sull'offerta di una singola: su 48 strutture acquatiche, escludendo quindi i comparti della subacquea e della motonautica, le principali attività proposte sono il *kitesurf*, offerto dal 48% delle strutture, il *windsurf*, promosso dal 46%, e il *SUP* dal 42%; queste attività vengono seguite dalla vela, con il 35%, dal surf, con il 29%, e dal *flyboard* e *wing foil*, con il 21%. Fanalini di coda risultano lo sci nautico (6%) e il *kayak* (4%). Tra le attività, si segnalano alcune novità, in particolare il *wakeboard* e il *paddle surf*.

Sulla base della mappatura realizzata, la ricerca è passata ad una seconda fase, con l'obiettivo di ricevere, da parte di alcune delle strutture individuate, una serie di informazioni che consentissero un'analisi più approfondita. Dei 94 centri contattati, un terzo ha scelto di collaborare, fornendo al lavoro un'ottima base campionaria: il 61% di essi è un centro per gli sport acquatici, quindi con attività e servizi per sport come la vela, il *windsurf*, il *kitesurf*, il *SUP* o il *kayak*, il 36% è un centro *diving* o un'associazione sportiva che promuove la pratica di attività subacquee, mentre il restante 3% afferisce al comparto della motonautica.

Anche in questo caso, la distribuzione provinciale dei rispondenti rispecchia quella del totale dei centri mappati.

Dall'analisi è emerso che il 55% dei centri è aperto da più di dieci anni, a significare che più della metà delle strutture in Puglia si contraddistingue per esperienza e professionalità, oltre che essere sintomo di una solida struttura

Il 24%, invece, ha aperto da meno di tre anni: questo è il segnale del sempre più crescente interesse rivolto agli sport acquatici negli ultimi anni, soprattutto dopo la pandemia, quando il desiderio di vacanze all'aria aperta e dinamiche, coniugato a quello delle esperienze, è aumentato.

Per quanto riguarda la tipologia dei rispondenti, è importante sottolineare come una realtà si possa identificare in più tipologie: infatti il 67% si qualifica come un'attività con istruttore e il 48% come una scuola, offrendo dunque ai propri clienti lezioni e/o corsi sulle diverse attività sportive proposte; secondo i dati raccolti, inoltre, il 48% dichiara di essere un'associazione e il 18% un circolo. Interessante è la percentuale di strutture che si identificano anche come punto di noleggio attrezzatura: il 30% delle strutture, infatti, offre questo servizio che però può essere inteso in diversi modi. Il noleggio

dell'attrezzatura, infatti, può essere compreso nell'acquisto di lezioni e corsi, non rappresentando quindi un vero e proprio servizio aggiuntivo per il cliente, oppure essere una voce di spesa ben precisa e separata per il turista sportivo. Secondo l'analisi, si rivela un servizio molto utile per tutti coloro che, pur disponendo degli strumenti, non vogliono o possono portarli con sé.

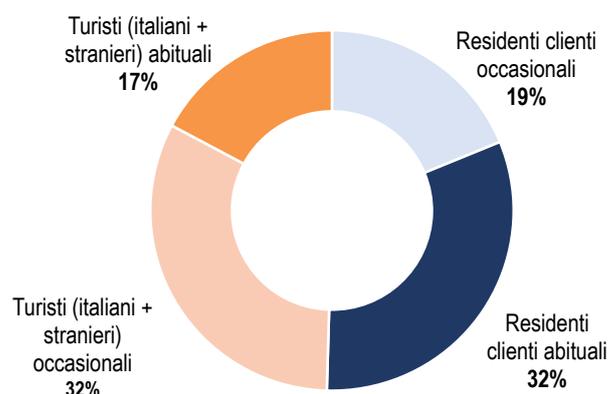
→ **Tab. 5.1** Tipologia dei centri sportivi acquatici

Tipologia dei centri sportivi	Percentuale*
Attività con istruttore	67%
Associazione	48%
Scuola	48%
Noleggio	30%
Circolo	18%
Altro	18%

Fonte: Elaborazione panel Risposte Turismo (2023). Nota: (*) più risposte erano possibili.

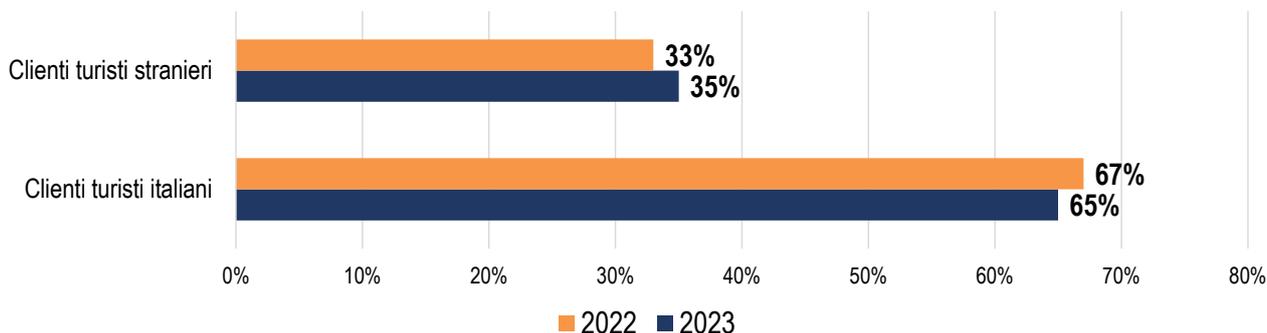
Per quanto riguarda il tasso di frequentazione dei centri sportivi acquatici, lo studio ha distinto la clientela tra residenziale e turistica, e le categorie abituale e occasionale: il 2022 e il 2023 non hanno registrato significative differenze, vale a dire che le percentuali di ciascun gruppo, confrontando il biennio di riferimento, non sono cambiate. In particolare, è emerso che nel 2023 il 49% dei clienti sportivi, residenti e turisti, fa ritorno alla stessa struttura più volte, diventando quindi un cliente abituale, dato che ha registrato un aumento del +5% rispetto alla stagione precedente. Di questo 49%, il 17% è rappresentato da turisti e il 32% da residenti. La clientela dei centri si ripartisce a metà tra residenti, quindi non pernottanti, e turisti. È da segnalare una variazione positiva del 6% dei turisti che hanno frequentato i centri sportivi acquatici tra il 2022 e il 2023.

→ **Graf. 5.8** Tipologia dei clienti dei centri sportivi acquatici, 2023



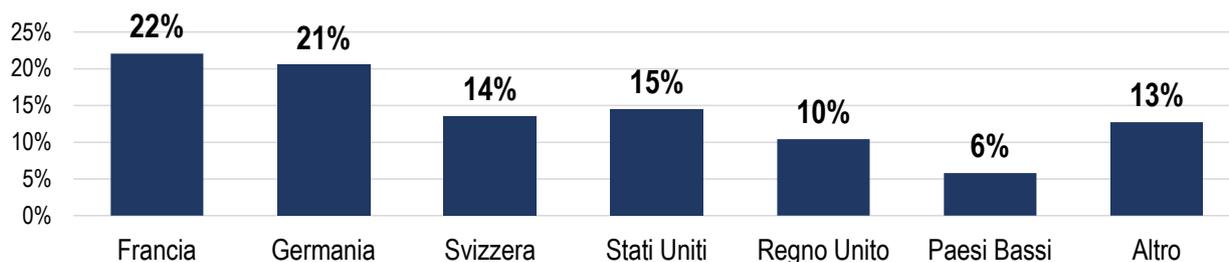
Fonte: Elaborazione panel Risposte Turismo (2023).

La clientela straniera dei centri sportivi acquatici nel 2023 ha registrato una crescita positiva rispetto all'anno precedente (+2%), arrivando a rappresentare il 35% del totale, con pochissimi centri che non hanno accolto turisti stranieri.

Graf. 5.9 Percentuale clientela tra italiani e stranieri, 2022 e 2023

Fonte: Elaborazione panel Risposte Turismo (2023).

Per quanto riguarda le nazionalità dei clienti turisti stranieri, il 22% proviene dalla Francia, il 21% dalla Germania e il 15% dagli Stati Uniti. Altre nazionalità di spicco sono quella svizzera, inglese e olandese. Nel gruppo dei restanti Paesi, spiccano in particolar modo la Spagna e quelli dell'Est Europa, principalmente Polonia, Repubblica Ceca e Lituania.

Graf. 5.10 Quote dei principali Paesi di provenienza straniera nei centri sportivi acquatici (valori medi, 2023)

Fonte: Elaborazione panel Risposte Turismo (2023).

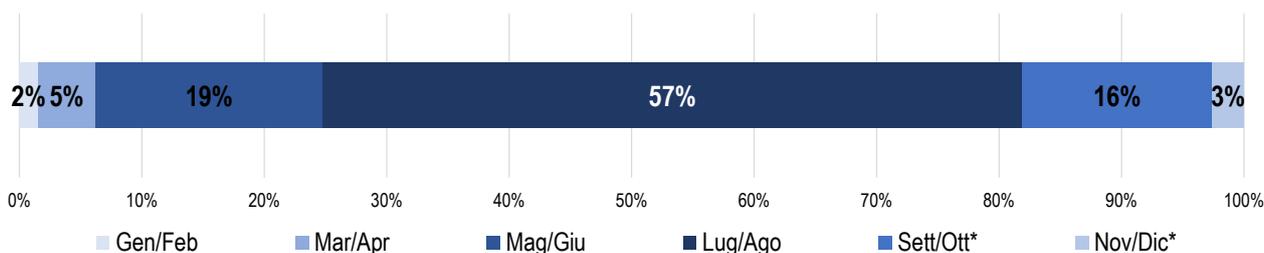
L'offerta pugliese del turismo degli sport acquatici è adatta a tutti: il 59% dei centri offre corsi e lezioni adatti anche a principianti/neofiti, il 17% si rivolge anche ad esperti. L'offerta per tutti risulta utile anche per attirare i turisti nautici, che dallo studio realizzato emerge come siano interessati alla pratica di attività sportive acquatiche, seppur non le abbiano mai praticate. Inoltre, il rivolgersi anche a professionisti evidenzia come i centri sportivi acquatici pugliesi si caratterizzino per la qualità e la professionalità dell'offerta che, unita alla particolare conformazione e posizione geografica, rendono la Puglia una meta ideale per questi sport, capace di attirare nel territorio anche i più esperti. In questo modo, la Puglia si posiziona tra le mete principali dove poter praticare sport acquatici, concorrendo così con destinazioni sia nazionali, come il Lago di Santa Croce, il Lago di Garda, la Liguria e la Sardegna, che internazionali, europee e non, come il Portogallo, la Spagna, le Isole Canarie e gli Stati Uniti.

Da un punto di vista sociodemografico, il 40% dei clienti dei centri sportivi pratica l'attività da solo, mentre il 27% è in coppia, il 23% sono famiglie con bambini e il restante 10% è rappresentato da gruppi di amici e comitive. Questo dato è importante perché l'indotto economico generato dagli sport acquatici sulla destinazione non si misura solo attraverso la spesa che il cliente affronta per praticare lo sport, ma, seppur indirettamente, anche dalle spese sostenute dagli accompagnatori del turista sportivo.

Dai risultati ottenuti, il turista sportivo dei centri acquatici pugliesi è giovane (il 54% dei clienti delle strutture ha un'età inferiore ai 30 anni) e fa uso del servizio di prenotazione (il 70%).

Secondo la variabile dell'andamento stagionale, sia per il 2023 che per il 2022, il picco della clientela turistica si è raggiunto tra i mesi di luglio e agosto; i mesi di maggio/giugno e di settembre/ottobre, che per il 2023 rappresentano una stima, registrano una sensibile diminuzione della clientela ma con un andamento che accomuna il biennio preso in considerazione.

Graf. 5.11 Distribuzione della clientela nei centri sportivi acquatici per l'anno 2023



Fonte: elaborazione panel Risposte Turismo (2023).

Valutando l'andamento stagionale rispetto a variabili come il numero di turisti e il valore economico generato, è emersa una corrispondenza: per entrambi, il 64% delle strutture si dichiara soddisfatto della stagione in corso rispetto alla precedente, contro un 36% che invece non lo è.

Relativamente al tasso di occupazione registrato nel trimestre giugno-agosto, il 12,5% dei centri sportivi acquatici ha registrato nel mese di giugno almeno 10 giorni di tutto esaurito; questo dato aumenta sensibilmente per i mesi di luglio e agosto, raggiungendo rispettivamente il 28% e il 30% delle strutture. A maggio l'84% delle strutture afferma di aver registrato tra 0 e 3 giorni di tutto esaurito.

Per quanto riguarda gli investimenti affrontati dai centri sportivi acquatici, il 71% circa dei centri non ha investito per gli anni 2022/2023, percentuale che aumenta anche in previsione del prossimo anno, il 2024.

Il 29% delle strutture, invece, ha avuto o ha intenzione di aggiungere servizi ulteriori: in generale, sia tra quelli già inseriti, che tra quelli previsti, la maggioranza fa riferimento ad un ampliamento dell'offerta degli sport proposti, in particolare sport come il *wing foil*, il catamarano e l'integrazione tra sport e attrezzatura elettrica; si aggiungono quei servizi a miglioria dell'esperienza del turista sportivo, come l'informatizzazione delle prenotazioni e la possibilità di noleggio dell'attrezzatura in loco.

Un'ultima valutazione si lega allo *status* del mercato locale degli sport acquatici: secondo la metà circa degli operatori, ad oggi non c'è particolare concorrenza in regione, e tutti i centri riescono a lavorare bene, ma 1 su 4 di essi denuncia una ancora bassa consistenza della domanda, scommettendo, ad ogni modo, sulla sua crescita futura.

5.2 Gli eventi legati agli sport acquatici

Come già anticipato, la Puglia ospita diversi eventi legati al settore degli sport acquatici, sia di fama nazionale che internazionale. Al fine di comprendere meglio il fenomeno degli eventi sportivi - in particolare quegli acquatici - in Puglia, si è scelto di approfondire, con i rispettivi organizzatori, alcune dinamiche e caratteristiche di una selezione di essi.

Il tutto con l'obiettivo di arricchire ulteriormente la più generale analisi sugli sport acquatici in regione.

Dall'ascolto effettuato, è emerso come tra i diversi eventi presi in esame vi sia una significativa differenziazione da un punto di vista strutturale, dovuta molto probabilmente anche alla dimensione dell'evento.

Infatti, se da una parte emerge una gran voglia di condividere e far conoscere la manifestazione da parte degli interlocutori, dall'altra, soprattutto in alcuni casi, manca la disponibilità di dati registrati, basando così alcune affermazioni su proprie supposizioni.

Di seguito, una tabella riepilogativa di ciascun evento approfondito.

→ **Tab. 5.2** Eventi sportivi approfonditi

Nome evento	Referente e associazione organizzatrice	Sport o pratica di riferimento	Giorni in cui si svolge*
Red Bull Cliff Diving	Marco Buonfiglio e Tommaso Muscojona, Sport Event Manager	Tuffi	1 e 2 luglio
MotoSurf World Cup	Salvatore di Matteo, founder di OneEventi, e Cristian Stefania, Presidente A.S.D. Surf Boom	Motosurf	16 – 18 giugno
VELA Cup Brindisi	Claudio Gorelli, Presidente del Marina di Brindisi	Vela	3 e 4 giugno
Regata Internazionale Brindisi-Corfù	Gaetano Caso, Presidente del Circolo della Vela Brindisi	Vela	11 – 13 giugno

Nota: le date inserite fanno riferimento all'edizione 2023.

La Red Bull Cliff Diving

Red Bull Cliff Diving è una *world serie* che coinvolge la città di Polignano a Mare da dieci edizioni, proclamandola la città italiana dei tuffi. L'evento, che si sviluppa su 7 tappe in giro per il mondo, vede la partecipazione di 24 atleti, tra permanenti e *Wildcard*, cioè tuffatori presenti solo in determinate tappe a rappresentare il proprio Paese. La tappa pugliese si identifica per essere quella di maggior successo: non solo per la sua particolare conformazione geografica, che rende Polignano un luogo che ben si presta alla pratica dei tuffi, ma anche per la spettacolarità scenografica e l'immediata associazione con la penisola italiana.

Red Bull si prefigge un obiettivo preciso: non tanto la promozione della disciplina dei tuffi, che hanno trovato il loro spazio nei giochi olimpici quando già la *world serie* era stata ideata, ma più la diffusione dei valori di Red Bull stessa e la promozione del territorio della tappa. Il mantra è quello di lasciare la *location* in modo qualitativamente migliore di come è stata trovata: ciò ha portato Red Bull ad appoggiarsi a realtà di diverse dimensioni e contesti, per realizzare un evento da cui tutti ne potessero beneficiare, la destinazione per prima.

È per questo che, nei giorni che precedono la gara, prendono avvio una serie di iniziative collaterali che vedono l'impegno e la partecipazione di realtà locali, anche piccole botteghe artigiane, concerti in piazza, *workshop* e, nei giorni pre-evento, anche momenti di tuffi con allenatori e atleti professionisti. Da menzionare, il progetto "Volare", realizzato nel 2022: un vero e proprio omaggio non solo al tuffo e al volo, ma anche a Domenico Modugno e alla sua opera "Nel blu dipinto di blu".

L'evento influisce positivamente sulla città di Polignano a Mare, aumentandone notevolmente la visibilità a livello mondiale: nella settimana della gara, secondo alcune stime dei referenti dell'ente organizzatore, Polignano registra il tutto esaurito nelle strutture ricettive, tenuto conto che solo lo staff si aggira attorno alle 700-800 persone e che nelle ultime edizioni, nella sola giornata di gara, il pubblico ha raggiunto quota 70mila persone.

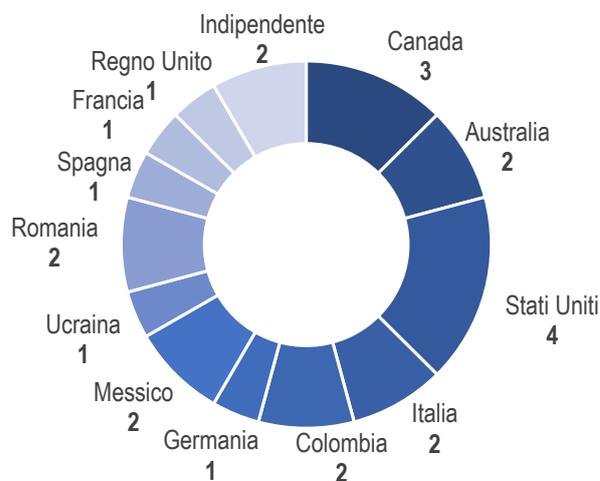
Per la già grande notorietà della manifestazione, per mantenere alto l'*hype*, Red Bull concentra le forze in una comunicazione *post-evento*, più che nella fase *pre-evento*, utilizzando sia i canali *social* che le principali testate giornalistiche, di settore e non.



Per la tappa di Polignano del 2023: negli account social di Red Bull superate le 220 milioni di reach, con un totale di 79 contenuti generati

+ 63 mila media impressions per la tappa a Polignano, con un +13% rispetto al 2022

Graf. 5.12 Stati rappresentati dai diver, edizione 2023 a Polignano a Mare



Fonte: elaborazione dati da sito ufficiale *Red Bull Cliff Diving*. Nota: i due "Indipendente" sono *diver* che non rappresentano nessuno Stato.

MotoSurf World Cup

Una tra le più interessanti novità che il territorio pugliese accoglie è il *MotoSurf World Cup*, un evento di portata internazionale che già da due anni, come unica tappa italiana, si svolge in Puglia nella provincia di Foggia.

La disciplina che viene promossa è quella del motosurf, una pratica sportiva "giovane" poiché riconosciuta dall'Unione Internazionale Motonautica nel 2019 e dalla Federazione Italiana Motonautica nel 2021. Dell'organizzazione se ne occupa l'associazione *Surf Boom A.S.D.*, che viene direttamente incaricata dalla *MotoSurf World Championship (MSWC)* stessa, l'ente organizzatore mondiale.

Durante la tre giorni, vengono organizzati momenti di condivisione e di festa, come tour guidati, cene ed eventi culturali e di intrattenimento, che mirano alla promozione territoriale.

Di estrema importanza e rilevanza risultano le *partnership* che vengono strette dall'associazione organizzatrice, che mirano a favorire la partecipazione di sportivi anche di altre regioni d'Italia, come quella stretta con Ferrovie del Gargano.

L'ottima organizzazione da parte dell'associazione pugliese per l'edizione 2022 ha fatto sì che la tappa italiana sia stata quella che ha ottenuto più successo tra tutte, tanto che in occasione dei festeggiamenti dei 100 anni della Union Internationale Motonautique (UIM) tenutisi a Fujairah nell'ottobre 2022, è stato presentato il video dell'edizione realizzata in Puglia, aumentandone così il successo mediatico.

Il carattere giovane della disciplina rispecchia anche il *target* di riferimento dell'evento, che coinvolge principalmente utenti di età compresa tra i 20 e i 40 anni. Questo influenza anche la modalità di comunicazione che, dovendo essere coinvolgente e attraente, rappresenta una sfida per l'ente stesso.

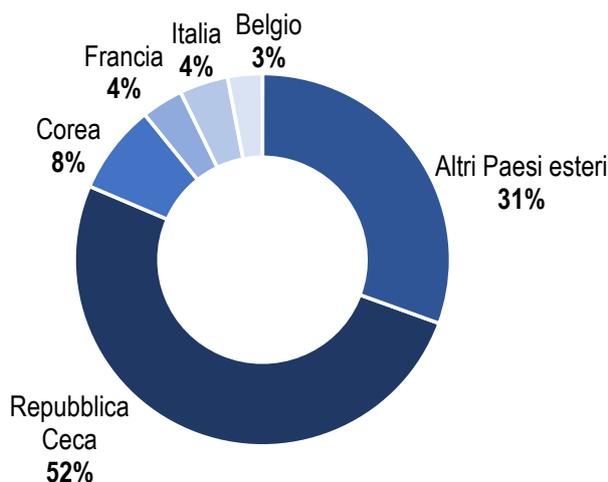


Graf. 5.13 Principali Paesi di origine degli iscritti, anno 2023

+20 Paesi, rappresentanti tutti e cinque i continenti

Per un totale di più di 160 partecipanti

a cui, secondo le stime degli organizzatori, si può aggiungere un circa 25% in più di accompagnatori



Fonte: dati forniti da A.S.D. SurfBom. Nota: il 31% di "Altri Paesi esteri" raggruppa 19 nazionalità, che ottengono ciascuna una percentuale inferiore al 3%.

La VELA Cup a Brindisi

La VELA Cup è una serie di veleggiate che coinvolge in sei tappe l'intero territorio italiano a cavallo tra due stagioni, quella estiva e quella autunnale: Brindisi, che per il 2023 ha rappresentato la seconda e unica tappa pugliese, ha visto impegnate nell'organizzazione il Giornale della Vela e, per la tappa pugliese, il Marina di Brindisi, in collaborazione con il Circolo della Vela di Brindisi e la Lega Navale Italiana Sezione di Brindisi.

L'evento si è dimostrato funzionale allo sviluppo del territorio pugliese, promuovendo l'integrazione del prodotto mare con quello terra, ottenendo così ricadute economiche maggiori: i risultati ottenuti derivano anche dall'organizzazione di eventi collaterali, che richiamano visitatori non solo nel centro città, ma anche nella zona periferica. Per l'edizione 2023, è stato organizzato un mercatino che ha visto la partecipazione di 12 piccoli commercianti.

Secondo il Presidente Gorelli del Marina di Brindisi, la VELA Cup Brindisi è un fattore di promozione dalla duplice valenza: anche attraverso il ruolo del Giornale della Vela, l'evento aiuta sia ad avvicinare i diportisti locali, accompagnati talvolta anche da persone non propriamente del luogo, avendo così anche un effetto positivo sulla pratica della vela, appassionando anche i più inesperti, che a far conoscere, anche internazionalmente, il territorio, spingendo anche turisti che non sono mai stati a Brindisi a raggiungerla con la propria imbarcazione.

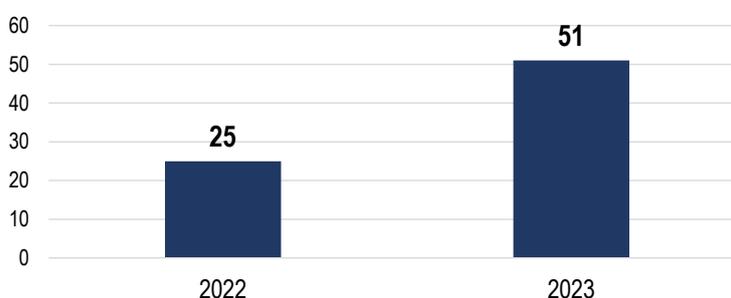
La notorietà dell'evento è visibile anche dalla crescita più che raddoppiata del numero di imbarcazioni iscritte alla veleggiata tra il 2022 e il 2023.

Al fine di favorire l'economia locale, lo stesso ente organizzatore dell'evento stringe delle *partnership* con le strutture ricettive della zona, che fissano dei prezzi agevolati sia per il soggiorno che per le eventuali attività extra che il visitatore vuole vivere. Il Marina di Brindisi, inoltre, offre, e non solo in occasione della VELA Cup ma anche per altri eventi come la Regata Internazionale Brindisi-Corfù, la disponibilità di ormeggio gratuito ai partecipanti.

La VELA Cup di Brindisi è la "Regata per tutti": nell'edizione 2023 si è iscritta anche una barca in legno, dell'associazione Comunità di Capodarco di Nardò Padre Gigi Movia, realizzata in un cantiere turco nel 1985 e che oggi, oltre ad essere un bene confiscato alle mafie, fa parte di un progetto di inclusione sociale e didattica.



Graf. 5.14 Numero delle imbarcazioni iscritte alla VELA Cup, anni 2022 e 2023



L'evento collaterale organizzato nell'edizione 2023 prevedeva 12 mercatini di piccoli commercianti

Fonte: dati forniti da VELA Cup Brindisi.

La Regata Internazionale Brindisi - Corfù

Nata nel 1986, la Regata Internazionale Brindisi-Corfù è una delle regate d'altura più importanti del Mediterraneo. Questa tre giorni coinvolge la città e l'intera comunità di Brindisi per un'intera settimana, grazie alla presenza di eventi collaterali, tra cui l'organizzazione del "Villaggio della Regata", un grande mercato di artigianato locale e stand sul food, mostre fotografiche, regate sociali e incontri, eventi che generano un indotto diretto e indiretto significativo.

Curioso è l'utilizzo della Regata da parte dei partecipanti iscritti stranieri: secondo quanto riportato dal Presidente Caso del Circolo della Vela, la maggior parte di loro si trova in vacanza e vede nella regata una "crociera di trasferimento" che permette di trasferirsi dal territorio pugliese a quello greco, unendo così la visita ai due territori coinvolti.

Ogni anno, inoltre, la Regata si pone anche un obiettivo sociale: in particolare, assieme all'associazione di promozione sociale GV3 – A Gonfie Vele Verso la Vita, che a sua volta aggrega diverse associazioni di volontariato sui temi del disagio sociale, organizza una veleggiata della solidarietà.

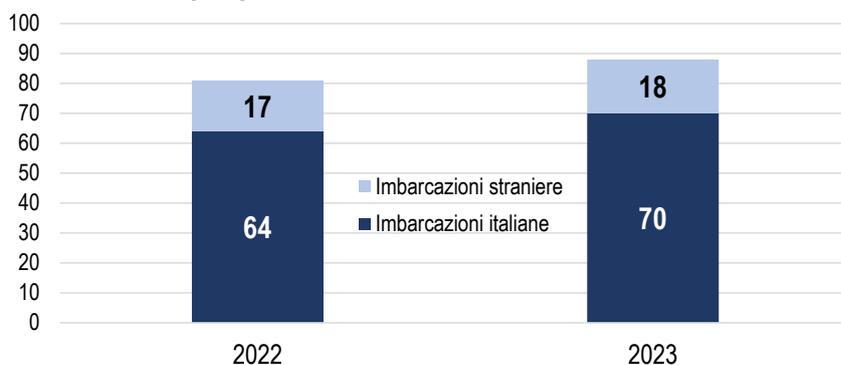
L'evento, che richiama l'attenzione dei media della stampa sia nazionale che internazionale, coinvolge un *target* eterogeneo, coprendo un'ampia fascia d'età che va dai 30 ai 60 anni.



I numeri della Regata Internazionale Brindisi – Corfù 2023:

- 900 membri dell'equipaggio
- 70 imbarcazioni italiane iscritte e 18 da Paesi stranieri
- 40 000 presenze giornaliere lungo il lungomare brindisino nella settimana dell'evento

Graf. 5.15 Numero di imbarcazioni iscritte alla Regata anni 2022 – 2023 suddivise per provenienza



Fonte: dati forniti da Regata Internazionale Brindisi-Corfù

Dati social per l'anno 2023 (periodo considerato 19 aprile – 17 luglio):

- Copertura Facebook: più di 70 000 account raggiunti
- Copertura Instagram: più di 13 000 account raggiunti

5.3 Obiettivi strategici

A conclusione dell'analisi condotta nelle precedenti pagine, si identificano quattro diversi obiettivi che si suggerisce di perseguire:

1. Favorire una più funzionale pratica degli sport acquatici
2. Assicurare più informazione alla domanda
3. Crescere significativamente nell'*incoming*
4. Monitorare la domanda

Allo scopo di raggiungere questi obiettivi, di seguito vengono proposte alcune azioni da poter intraprendere.

1. Favorire una più funzionale pratica degli sport acquatici

- Incrementare le strutture e *facility* disponibili sul territorio pugliese, in particolare il numero di corridoi di lancio disseminati lungo le coste, così come i bacini d'acqua chiusi, utili non solo agli sport che necessitano di acqua calma ma anche ad altri per attività di allenamento.
- Garantire maggiore sicurezza e certezza normativa, anche in riferimento alla direttiva Bolkestein: la tendenza dei centri degli sport acquatici ad appoggiarsi a stabilimenti balneari, che offrono loro uno spazio della loro concessione balneare, può limitare lo sviluppo delle stesse attività.
- Creare forme di incentivo in modo da aiutare i diversi centri nell'acquisto delle attrezzature sportive acquatiche, specie le più costose, in vista di una possibile, ma non certa, crescita della domanda.
- Sulla base delle richieste dei turisti degli sport acquatici, incrementare i servizi offerti come docce, spogliatoi, armadietti, noleggio e riparazione.

2. Assicurare più informazione alla domanda

- Fornire una mappatura aggiornata della collocazione lungo le coste pugliesi dei diversi corridoi di lancio installati. Al momento, infatti, è difficile reperire informazioni sulla loro posizione.
- Fornire altresì informazioni sulle possibili attività e servizi offerti nei dintorni, anche per favorire l'arrivo di chi accompagna gli atleti ed ha più tempo per vivere la destinazione (anche tramite una sezione dedicata della nuova app di Pugliapromozione)
- Le realtà che offrono attività legate agli sport acquatici dovrebbero dotarsi di una propria vetrina online (sito o pagina social media o altro), con indicazione chiara dei servizi offerti e dei prezzi proposti.

3. Crescere significativamente nell'*incoming*

- Incentivare gli eventi sportivi, rafforzandone la promozione; questi, infatti, possono spingere la pratica degli sport acquatici.
- Sempre in relazione agli eventi, raccogliere contenuti audio-visivi da poter utilizzare nelle azioni di promozione e comunicazione della destinazione Puglia.
- I territori del Gargano e del Salento sono, per morfologia territoriale e per il vento, più cercati e frequentati rispetto ad altri. Altre zone, come quelle di Barletta, Bari e Brindisi nord, possono proporsi sul mercato per diventare *hub* della pratica di sport che non necessitano di un vento sostenuto.

- Organizzare attività di animazione per la pratica degli sport acquatici, rivolte anche a turisti, facendo loro provare, anche gratuitamente, una disciplina.

4. Monitorare la domanda e l'offerta

- Avviare un monitoraggio periodico costante con la collaborazione dei singoli interlocutori degli sport acquatici, in modo da approfondire il profilo del turista (es. nazionalità, fascia d'età, modalità di prenotazione), oltre a registrare il numero dei clienti accolti;
- Il monitoraggio deve estendersi non solo al turista sportivo, ma anche agli accompagnatori: in questo modo, si potranno capire le esigenze di un segmento importante che genera un impatto economico significativo, avendo chiaro su quali prodotti, o combinazione di essi, puntare.
- Creare un database regionale in cui si elencano tutte le realtà del settore degli sport acquatici, non solo chi offre corsi e lezioni, ma anche chi vende attrezzatura e svolge servizi di riparazione.

NOTE METODOLOGICHE

2. TURISMO BALNEARE

- 2.1 Secondo il Piano Regionale delle Coste della Puglia (P.R.C.) la costa pugliese si estende per 940 km ed è costituita per il 33% da spiagge sabbiose, per il 33% da coste rocciose basse, per il 21% da alte falesie, e per il 5% da tratti antropizzati. Le isole Tremiti contano per altri 20km di varia morfologia portando il valore a superare i 950 km.
- 2.2 Cluster Mare (si veda tabella a pagina successiva): i dati relativi al turismo balneare includono Comuni appartenenti alle seguenti categorie ISTAT: tutti i Comuni con vocazione marittima; tutti i Comuni a vocazione marittima e con vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica; tutti i Comuni turistici con due o più vocazioni; Selezione di Comuni turistici non appartenenti ad una categoria specifica che si trovino totalmente sulla costa e/o con parte del territorio comunale di competenza (si veda tabella di dettaglio in appendice).
- 2.3 Elaborazione sulla base di dati estratti da DMS Pugliapromozione riguardanti strutture ricettive, stabilimenti balneari e movimenti turistici nei comuni selezionati. Per uniformità con le rilevazioni anteriori al 2023 le elaborazioni non includono i dati riferiti alle locazioni turistiche e alloggi privati.
- 2.4 L'elaborazione dei dati è integrata con l'ascolto di stakeholder del comparto come direttori e presidenti di associazioni di categoria, direttori e titolari di strutture ricettive e stabilimenti balneari.
- 2.5 È stato realizzato un panel ad hoc di ascolto di strutture ricettive extra-alberghiere:
 - 2.5.1 Identificazione e selezione panel: utilizzo del DMS Regione Puglia prima per l'identificazione delle strutture ricettive extra-alberghiere site negli 85 comuni cluster balneare e successivamente per i contatti diretti.
 - 2.5.2 Tempistica distribuzione e raccolta schede: agosto e settembre.
 - 2.5.3 Tipologia rispondenti: titolari e/o manager di strutture ricettive extra-alberghiere.
 - 2.5.4 Numerosità rispondenti 195 su 5.530 strutture ricettive extra-alberghiere (4% per numero strutture).

3. TURISMO CROCIERISTICO

- 3.1 Dati sugli accosti e movimentazione passeggeri richiesti nel corso dell'anno, e raccolti da Risposte Turismo, direttamente alle singole Autorità di Sistema Portuale, società terminaliste, agenti marittimi e Capitanerie di Porto.
- 3.2 Stime sulla chiusura dell'anno in corso calcolate da Risposte Turismo sulla base di serie storiche, andamento dei mesi precedenti, calendario accosti ed interlocuzioni dirette *one-to-one* con agenti marittimi, compagnie ed altri soggetti.
- 3.3 La raccolta di dati statistici è integrata con l'ascolto dei principali stakeholder del comparto come referenti di compagnie di crociera, terminalisti, agenti marittimi, tour operator e shorex.
- 3.4 Si escludono dalle analisi "crociere" giornaliere senza pernottamento a bordo e navi da crociera inferiori a 50 passeggeri.
- 3.5 La movimentazione passeggeri crocieristica, laddove non diversamente specificato, include la somma di crocieristi in transito (tappa durante l'itinerario), imbarco e sbarco (inizio e/o fine crociera).

4. TURISMO NAUTICO

- 4.1 La mappatura dell'offerta è stata realizzata incrociando il database Risposte Turismo con una ricerca mirata su realtà che si rivolgono o si relazionano prevalentemente con l'utenza turistica (desk & field).
- 4.2 È stato realizzato un panel ad hoc di ascolto delle strutture portuali turistiche in Puglia (marine, porti turistici e approdi):
- 4.2.1 Identificazione e selezione panel: ricerca desk e contatto successivo (volto a escludere circoli velici e i centri nautici dotati solo di ormeggi riservati ai soci o diportisti stanziali).
 - 4.2.2 Tempistica distribuzione e raccolta schede: agosto e settembre.
 - 4.2.3 Tipologia rispondenti: titolari e/o rappresentanti dei porti turistici pugliesi.
 - 4.2.4 Numerosità rispondenti 22 su 33 strutture (67% per numero strutture e 73% per posti barca sul totale strutture "orientate ai turisti").
- 4.3 È stato realizzato un panel ad hoc di ascolto di operatori charter attivi in Puglia:
- 4.3.1 Identificazione e selezione panel: ricerca desk e contatto successivo (per escludere charter nazionali e internazionali non operativi - con basi proprie o in collaborazione - in Puglia).
 - 4.3.2 Tempistica distribuzione e raccolta schede: agosto e settembre.
 - 4.3.3 Tipologia rispondenti: titolari delle società di charter nautico.
 - 4.3.4 Numerosità rispondenti: 15 su 38 società charter identificate (40%).
- 4.4 È stata realizzata un'indagine campionaria per ascoltare i diportisti nautici in vacanza in Puglia:
- 4.4.1 La costruzione del campione è stata possibile anche grazie alla collaborazione con 11 marine pugliesi (in ordine alfabetico: Bisceglie Approdi Porto Turistico, Cala Ponte Marina, Marco Carani Nautica Yachting Service, Marina Bleu Salento, Marina del Gargano, Marina di Brindisi, Marina di Vieste, Marina Nautica Ranieri Bari, Porto Turistico di Rodi Garganico, Porto Turistico di San Foca e Porto Turistico Marina di Leuca) che hanno sottoposto il survey ai loro clienti all'atto del check-out (con possibilità di compilarlo in digitale anche tramite QR-code e link ad hoc), alla collaborazione di 4 testate del comparto nautico (in ordine alfabetico: *Barche Magazine*, *Bolina*, *Il Gommone* e *La Nautica Per Tutti*, e *Nautica*) che hanno diffuso nei loro siti web, newsletter e social media il questionario, ed infine tramite la diffusione del survey in 20 selezionati gruppi Facebook di diportisti nautici.
 - 4.4.2 Tempistica distribuzione e raccolta schede: agosto e settembre.
 - 4.4.3 Tipologia rispondenti: diportisti nautici che nel 2023 hanno realizzato una vacanza in barca in Puglia e hanno ormeggiato in una o più marine e porti turistici nel territorio regionale.
 - 4.4.4 Numerosità rispondenti: 250 diportisti nautici.
- 4.5 La raccolta di dati statistici e lo sviluppo di riflessioni ed evidenze strategiche sono state integrate con l'ascolto dei principali stakeholder del comparto come referenti di associazioni di categoria, marine e porti turistici pugliesi, operatori charter attivi in Puglia ed esperti di settore.

5. TURISMO E SPORT ACQUATICI

- 5.1 La mappatura dell'offerta è stata realizzata da Risposte Turismo incrociando ricerche online un approfondimento mirato volto ad escludere realtà che non si rivolgono o si relazionano con l'utenza turistica.
- 5.2 Nell'ambito degli sport acquatici il report include: vela, sci nautico, windsurf e kitesurf, surf, sup, kayak, flyboard e wing foil
- 5.3 È stato realizzato un panel ad-hoc di ascolto ed interlocuzione con i centri sportivi acquatici
- 5.3.1 Identificazione e selezione panel: ricerca desk e contatto successivo (volto ad escludere centri le cui attività non si rivolgono o si relazionano con l'utenza turistica).
 - 5.3.2 Tempistica distribuzione e raccolta schede: settembre.
 - 5.3.3 Tipologia rispondenti: titolari/responsabili delle scuole, associazioni, aziende, circoli di sport acquatici.
 - 5.3.4 Numerosità rispondenti: 33 risposte su 94 strutture (35%).

I COMUNI INCLUSI NEL “CLUSTER MARE”

PROVINCIA	COMUNE	CATEGORIE ISTAT	AREE TERRITORIALI DI INTERESSE TURISTICO
LECCE	Alessano	P	Salento
LECCE	Alliste	C	Salento
LECCE	Andrano	P	Salento
TARANTO	Avetrana	C	Salento
BARLETTA-ANDRIA-TRANI	Barletta	P	Puglia Imperiale
BARLETTA-ANDRIA-TRANI	Bisceglie	C	Puglia Imperiale
BRINDISI	Brindisi	G	Salento
FOGGIA	Cagnano Varano	L	Gargano e Daunia
LECCE	Cannole	C	Salento
BRINDISI	Carovigno	C	Valle d'Itria e Murgia dei trulli
LECCE	Carpignano Salentino	C	Salento
TARANTO	Castellaneta	C	Magna Grecia, Murgia e Gravine
LECCE	Castrignano del Capo	C	Salento
LECCE	Castro	C	Salento
FOGGIA	Chieuti	C	Gargano e Daunia
BRINDISI	Cisternino	G	Valle d'Itria e Murgia dei trulli
BARI	Conversano	C	Bari e la Costa
LECCE	Corsano	P	Salento
LECCE	Diso	C	Salento
BRINDISI	Fasano	G	Valle d'Itria e Murgia dei trulli
LECCE	Gagliano del Capo	C	Salento
LECCE	Galatone	P	Salento
LECCE	Gallipoli	G	Salento
TARANTO	Ginosa	C	Magna Grecia, Murgia e Gravine
BARI	Giovinazzo	C	Bari e la Costa
LECCE	Giuggianello	C	Salento
LECCE	Giurdignano	C	Salento
FOGGIA	Ischitella	L	Gargano e Daunia
FOGGIA	Isole Tremiti	G	Gargano e Daunia
LECCE	Lecce	G	Salento
TARANTO	Leporano	C	Magna Grecia, Murgia e Gravine
FOGGIA	Lesina	L	Gargano e Daunia
TARANTO	Lizzano	P	Magna Grecia, Murgia e Gravine
TARANTO	Manduria	C	Salento
FOGGIA	Manfredonia	G	Gargano e Daunia
BARLETTA-ANDRIA-TRANI	Margherita di Savoia	L	Puglia Imperiale
TARANTO	Martina Franca	C	Valle d'Itria e Murgia dei trulli
TARANTO	Maruggio	G	Salento
TARANTO	Massafra	P	Magna Grecia, Murgia e Gravine
FOGGIA	Mattinata	G	Gargano e Daunia
LECCE	Melendugno	C	Salento
LECCE	Minervino di Lecce	C	Salento
BARI	Modugno	C	Bari e la Costa
BARI	Mola di Bari	P	Mola di Bari
BARI	Molfetta	P	Mola di Bari
BARI	Monopoli	C	Bari e la Costa
FOGGIA	Monte Sant'Angelo	L	Gargano e Daunia

PROVINCIA	COMUNE	CATEGORIE ISTAT	AREE TERRITORIALI DI INTERESSE TURISTICO
LECCE	Morciano di Leuca	C	Salento
LECCE	Nardò	C	Salento
BARI	Noicattaro	C	Bari e la Costa
LECCE	Ortelle	C	Salento
BRINDISI	Ostuni	C	Valle d'Itria e Murgia dei trulli
LECCE	Otranto	G	Salento
TARANTO	Palagiano	P	Magna Grecia, Murgia e Gravine
LECCE	Palmariggi	C	Salento
LECCE	Patù	C	Salento
FOGGIA	Peschici	G	Gargano e Daunia
LECCE	Poggiardo	C	Salento
BARI	Polignano a Mare	G	Bari e la Costa
LECCE	Porto Cesareo	C	Salento
LECCE	Presicce	G	Salento
TARANTO	Pulsano	C	Magna Grecia, Murgia e Gravine
LECCE	Racale	P	Salento
FOGGIA	Rodi Garganico	L	Gargano e Daunia
LECCE	Salve	C	Salento
BRINDISI	San Pietro Vernotico	P	Salento
BARI	Sannicandro di Bari	P	Gargano e Daunia
LECCE	Sannicola	C	Salento
LECCE	Santa Cesarea Terme	L	Salento
FOGGIA	Serracapriola	P	Gargano e Daunia
TARANTO	Taranto	G	Magna Grecia, Murgia e Gravine
LECCE	Taviano	C	Salento
LECCE	Tiggiano	P	Salento
BRINDISI	Torchiarolo	P	Salento
TARANTO	Torricella	C	Magna Grecia, Murgia e Gravine
BARLETTA-ANDRIA-TRANI	Trani	G	Puglia Imperiale
LECCE	Tricase	C	Salento
LECCE	Tuglie	C	Salento
LECCE	Ugento	C	Salento
LECCE	Uggiano la Chiesa	C	Salento
BARI	Valenzano	C	Bari e la Costa
LECCE	Vernole	C	Salento
FOGGIA	Vico del Gargano	G	Gargano e Daunia
FOGGIA	Vieste	G	Gargano e Daunia
FOGGIA	Zapponeta	C	Gargano e Daunia

Legenda codici categoria ISTAT

C = Comuni con vocazione marittima

P = Comuni turistici non appartenenti ad una categoria specifica

G = Comuni a vocazione marittima e con vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica

L = Altri comuni turistici con due o più vocazioni