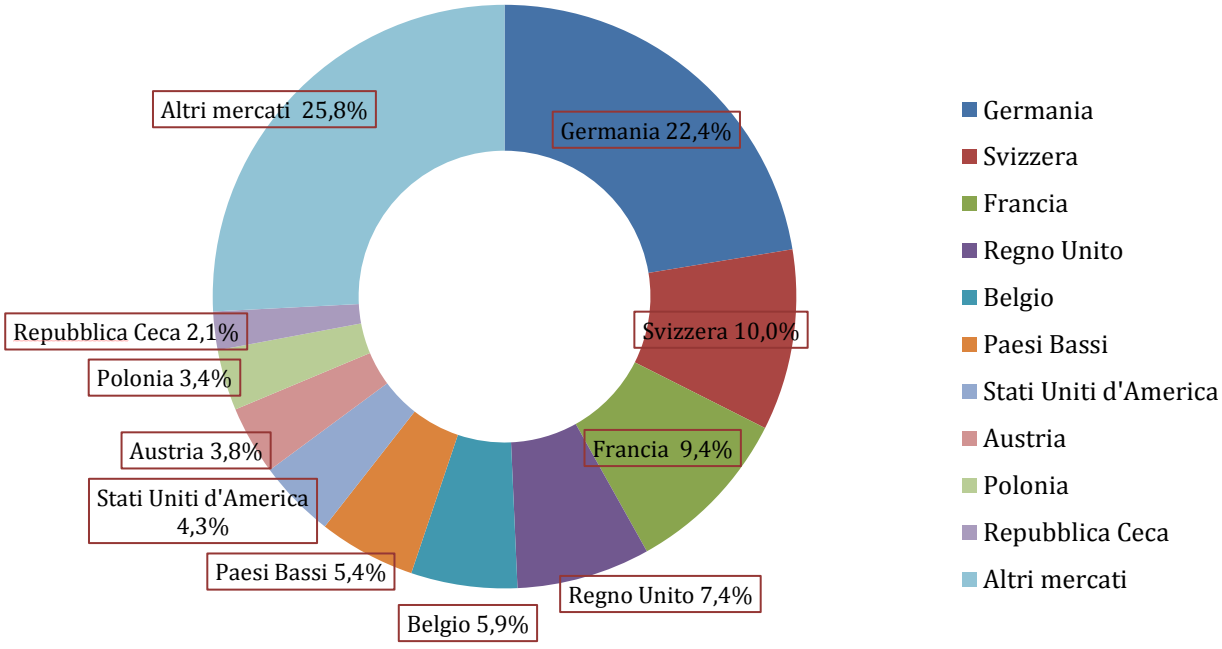
## BUY PUGLIA – MEETING AND TRAVEL EXPERIENCE

### IL TURISMO INTERNAZIONALE IN PUGLIA: +5% GLI ARRIVI E +9% I PERNOTTAMENTI NEI PRIMI SETTE MESI DEL 2017

La Puglia turistica si presenta alla quinta edizione del più importante evento nel Sud Italia di business del settore con un'ennesima crescita del turismo internazionale: nei primi sette mesi del 2017 gli arrivi registrano il +5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e i pernottamenti il +9%.
Nel complesso, i dati segnano un ulteriore incremento degli arrivi del +2% (italiani più stranieri) e del +5% dei pernottamenti. L'offerta ricettiva è aumentata del +7% rispetto ai sette mesi del 2016, con circa 450 nuovi esercizi ricettivi su tutto il territorio regionale.
I dati, ancora parziali e provvisori, fanno riferimento alle trasmissioni realizzate attraverso Spot (Sistema Puglia per l'Osservatorio Turistico) dal 75% delle strutture ricettive regolarmente registrate nel database regionale.

### QUOTA % PER MERCATO ESTERO IN PUGLIA (PERNOTTAMENTI DA GENNAIO A LUGLIO 2017) – TOP 10




Fonte: elaborazione Osservatorio Pugliapromozione su dati provvisori SPOT (Sistema Puglia per l'Osservatorio Turistico).

La Germania resta ai vertici della classifica per numerosità di arrivi e pernottamenti in Puglia con una quota del 22,4% sul totale estero nel 2017. Negli anni, altri mercati del Nord Europa hanno acquisito un crescente rilievo, soprattutto Francia, Paesi Bassi, Regno Unito, Belgio, Austria e Polonia.

I dati provvisori relativi ai primi sette mesi del 2017 consentono già d'individuare trend favorevoli per Germania, Paesi Bassi, Svizzera, Stati Uniti d'America, Belgio, Lituania, Giappone, Polonia, Australia, Russia, Canada e Danimarca. Si affermano alcuni Paesi del Sud America con crescite a doppia cifra dal Brasile (+55% arrivi e +73% pernottamenti) e dall'Argentina (+17 e +22%).

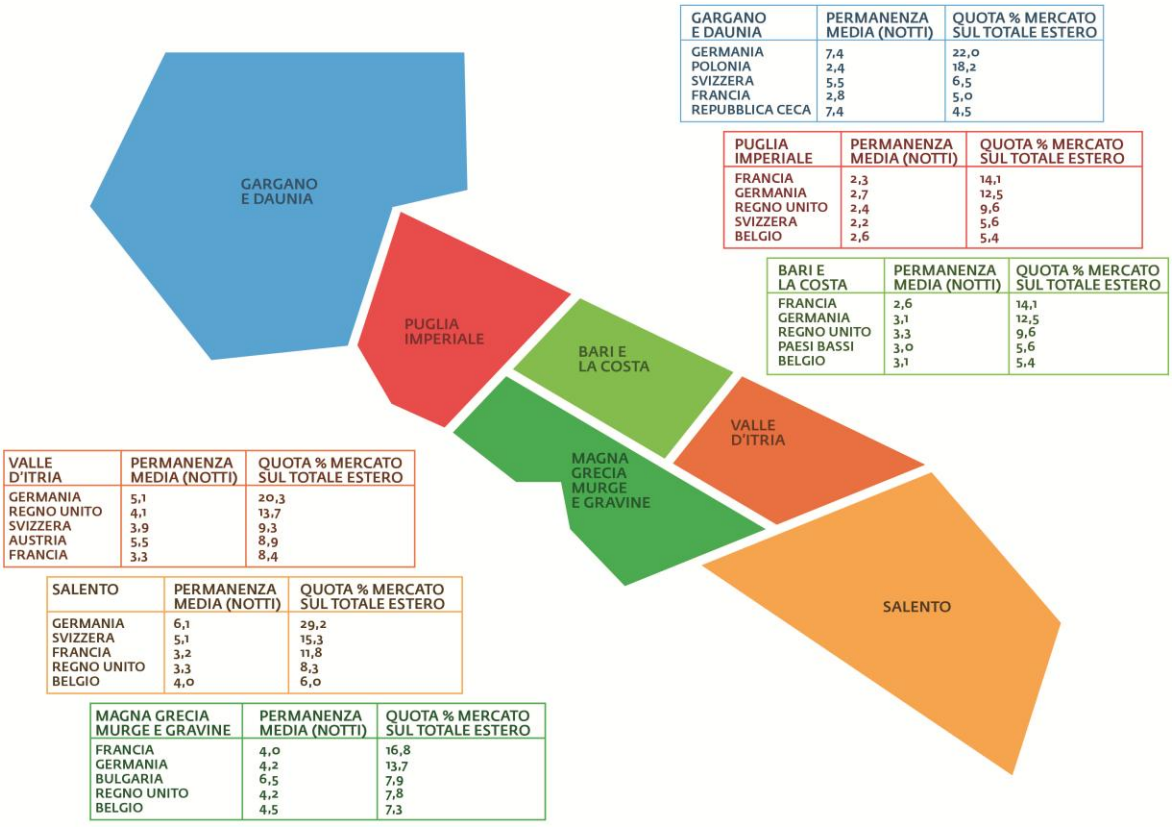
### VARIAZIONE % (DA GENNAIO A LUGLIO 2017/2016)

| | Germania | Svizzera | Francia | Regno Unito | Belgio | Paesi Bassi | Stati Uniti d'America | Austria | Polonia | Repubblica Ceca | Spagna | Russia | Giappone | Romania | Australia |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Variazione % arrivi | +5,5 | +4,1 | -3,2 | -5,9 | -1,3 | +17,7 | +6,1 | -12,7 | +3,5 | -2,7 | +4,1 | +13,1 | +16,1 | +6,2 | +32,4 |
| Variazione % pernottamenti | +11,1 | +8,9 | +1,4 | -3,5 | +12,5 | +18,8 | +19,5 | -14,6 | +15,6 | +6,2 | -1,1 | +12,8 | +44,4 | +4,6 | +46 |

Fonte: elaborazione Osservatorio Pugliapromozione su dati provvisori SPOT (Sistema Puglia per l'Osservatorio Turistico).

Il settore turistico continua a evolversi con ritmo incessante e la Puglia è diventata in questi anni una delle mete europee più ambite dai turisti di tutto il mondo anche per via dell'intensificarsi delle relazioni commerciali tra gli operatori pugliesi e i buyer internazionali favorite dagli eventi b2b, dagli educational tour e dalle altre novità attuate da Pugliapromozione e dalla Regione Puglia nell'ambito del FESR 2014-2020. Il turismo è oggi uno dei fenomeni economici e sociali più rilevanti a livello globale, indubbio driver strategico per differenti sistemi produttivi. Gli studi di settore sullo scenario mondiale del turismo descrivono il 2017 come un anno molto favorevole per l'Europa e per l'Italia che hanno registrato, secondo le prime stime dell'Eurostat da gennaio a luglio, una variazione dei pernottamenti rispettivamente del +5% e del +9%.

## STRANIERI IN PUGLIA PER AREA TERRITORIALE (TOP5 2017)




| GARGANO E DAUNIA | PERMANENZA MEDIA (NOTTI) | QUOTA % MERCATO SUL TOTALE ESTERO |
|---|---|---|
| GERMANIA | 7,4 | 22,0 |
| POLONIA | 2,4 | 18,2 |
| SVIZZERA | 5,5 | 6,5 |
| FRANCIA | 2,8 | 5,0 |
| REPUBBLICA CECA | 7,4 | 4,5 |

| PUGLIA IMPERIALE | PERMANENZA MEDIA (NOTTI) | QUOTA % MERCATO SUL TOTALE ESTERO |
|---|---|---|
| FRANCIA | 2,3 | 14,1 |
| GERMANIA | 2,7 | 12,5 |
| REGNO UNITO | 2,4 | 9,6 |
| SVIZZERA | 2,2 | 5,6 |
| BELGIO | 2,6 | 5,4 |

| BARI E LA COSTA | PERMANENZA MEDIA (NOTTI) | QUOTA % MERCATO SUL TOTALE ESTERO |
|---|---|---|
| FRANCIA | 2,6 | 14,1 |
| GERMANIA | 3,1 | 12,5 |
| REGNO UNITO | 3,3 | 9,6 |
| PAESI BASSI | 3,0 | 5,6 |
| BELGIO | 3,1 | 5,4 |

| VALLE D'ITRIA | PERMANENZA MEDIA (NOTTI) | QUOTA % MERCATO SUL TOTALE ESTERO |
|---|---|---|
| GERMANIA | 5,1 | 20,3 |
| REGNO UNITO | 4,1 | 13,7 |
| SVIZZERA | 3,9 | 9,3 |
| AUSTRIA | 5,5 | 8,9 |
| FRANCIA | 3,3 | 8,4 |

| SALENTO | PERMANENZA MEDIA (NOTTI) | QUOTA % MERCATO SUL TOTALE ESTERO |
|---|---|---|
| GERMANIA | 6,1 | 29,2 |
| SVIZZERA | 5,1 | 15,3 |
| FRANCIA | 3,2 | 11,8 |
| REGNO UNITO | 3,3 | 8,3 |
| BELGIO | 4,0 | 6,0 |

| MAGNA GRECIA MURGE E GRAVINE | PERMANENZA MEDIA (NOTTI) | QUOTA % MERCATO SUL TOTALE ESTERO |
|---|---|---|
| FRANCIA | 4,0 | 16,8 |
| GERMANIA | 4,2 | 13,7 |
| BULGARIA | 6,5 | 7,9 |
| REGNO UNITO | 4,2 | 7,8 |
| BELGIO | 4,5 | 7,3 |

Fonte: elaborazione Osservatorio Pugliapromozione su dati provvisori SPOT (Sistema Puglia per l'Osservatorio Turistico).

Il Buy Puglia, ideato per creare un canale di comunicazione diretto e stringere partnership strategiche tra i seller pugliesi e i grandi operatori internazionali, ospita per questa quinta edizione buyer provenienti da più di venticinque Paesi del globo. Ampia presenza dal Nord America con venti operatori dal Canada e dagli Stati Uniti; alta la partecipazione da parte dei grandi Tour operator del Nord Europa, in particolare da Germania, Regno Unito, Austria, Repubblica Ceca e Francia. Dai mercati *long-haul* l'evento ospiterà buyer provenienti dall'India, dalla Cina, dalla Corea del Sud, dal Brasile, dall'Argentina, dalla Russia e da altri mercati potenzialmente strategici per la Puglia: Sud Africa, Israele e Thailandia. La crescita internazionale della Puglia come destinazione turistica presenta ancora grandi margini di sviluppo. La sfida riguarda la possibilità di erodere ad altre mete quote sempre più rilevanti della mole di viaggiatori che cresce di anno in anno sia in termini di arrivi che di introiti.

In quindici anni, dal 2000 al 2015, il turismo è profondamente cambiato: sono sostanzialmente raddoppiati gli arrivi internazionali (da 674 milioni a circa 1,2 miliardi) e quasi triplicati i ricavi (476 miliardi di $ a 1.260), con una profonda riforma anche dei principali mercati per spesa turistica all'estero. Cina, top spender per il turismo outgoing nel 2016 con 292 miliardi di dollari, USA e Germania si confermano i Paesi che hanno speso di più negli ultimi due anni. La competizione globale tra le destinazioni turistiche, più rapida e agguerrita che mai, si gioca oggi sulla capacità di suscitare desiderio ed emozione e si basa su poche parole chiave: reputazione,

organizzazione, differenziazione, promozione. In questa direzione, la Puglia ha avviato un percorso efficace e convincente con una progressiva affermazione del brand Puglia nell'immaginario collettivo italiano e straniero attraverso l'utilizzo di molteplici canali: il cinema, la musica, gli eventi, gli spettacoli, i roadshow e soprattutto la presenza sui canali social.

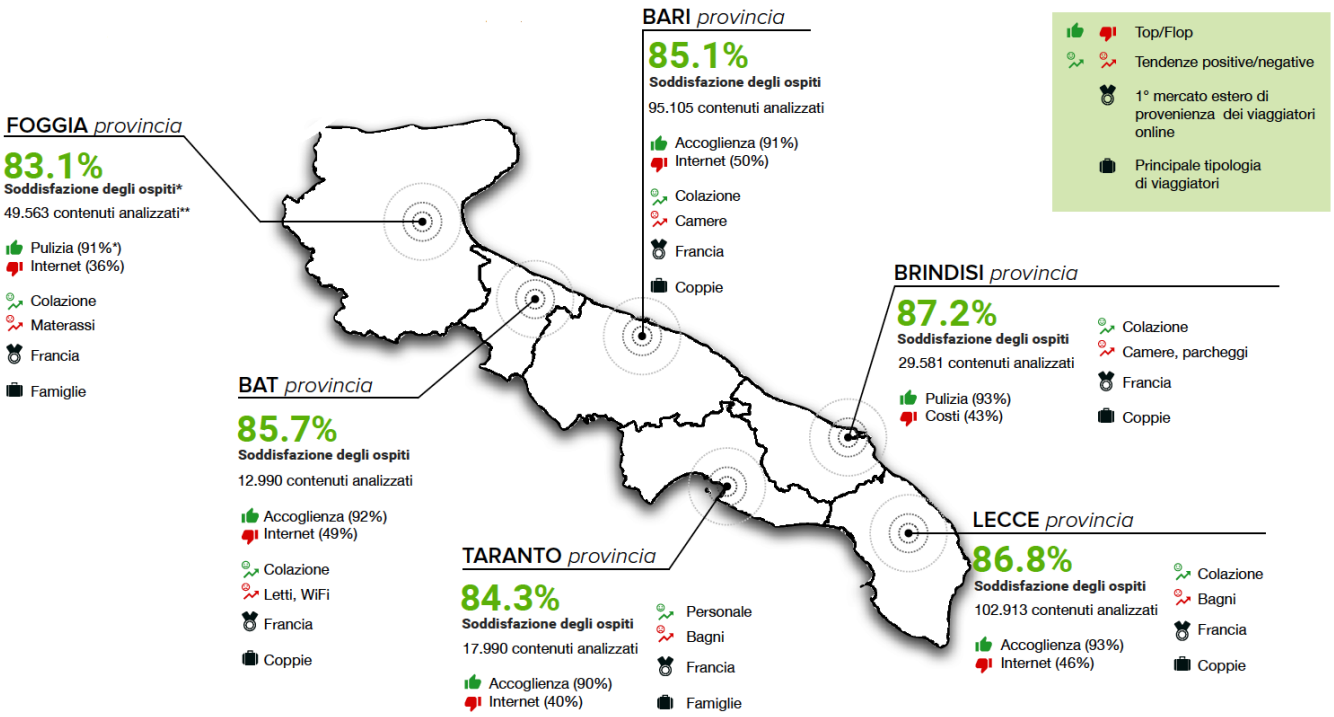
## LA REPUTAZIONE DELLE STRUTTURE RICETTIVE DELLA PUGLIA: I DATI DI TRAVEL APPEAL

Analizzare la reputazione e l'ecosistema digitale di tutte le strutture pugliesi attraverso il Travel Appeal Index (TAI) Score, un punteggio ottenuto analizzando i contenuti, l'ottimizzazione, la gestione e le performance di tutti i canali web sui quali le strutture del territorio sono presenti. Questi gli obiettivi dello studio condotto da Travel Appeal per conto di Pugliapromozione. Dal primo monitoraggio sulla soddisfazione generale degli ospiti, che nel periodo dal primo settembre 2016 al 31 agosto 2017 hanno recensito le strutture ricettive pugliesi, si registra un Sentiment positivo dell'85,5% rispetto all'83,9 dell'Italia (nel 2016 era 83,3% per la Puglia e 82,4% per l'Italia). Il dato proviene dall'analisi realizzata da Travel Appeal su un campione di 5.358 strutture con flusso turistico incidente, ovvero che impattano maggiormente sull'immagine della destinazione per quantità di contenuti online. A livello territoriale, la provincia che lascia più soddisfatti i suoi ospiti è Brindisi con un Sentiment positivo pari all'87,2%, seguita da Lecce (86,8% Sentiment), Barletta-Andria-Trani (85,7%), Bari (85,1%), Taranto (84,3%) e Foggia (83,1%).

Gli ospiti più soddisfatti, sono chi viaggia in coppia con un Sentiment positivo pari all'87,4%, seguiti dagli ospiti che hanno viaggiato da soli (86,4% Sentiment), in famiglia (85,3% Sentiment), con amici o in gruppo (85,1% Sentiment) e per affari (83,1% Sentiment).
Nella Top10 dei mercati che contribuiscono in maniera rilevante alla definizione della reputazione, della Puglia per quantità di recensioni, troviamo l'Italia, la Francia, la Germania, l'Inghilterra, la Svizzera, l'Olanda, il Belgio, la Polonia, la Spagna e gli Stati Uniti. Tra questi, gli ospiti più soddisfatti sono i francesi (87,7% Sentiment) cui seguono per grado di soddisfazione i turisti belgi (86,9%), gli americani (86,8%), gli olandesi (86,5%) e gli svizzeri (86%).

Secondo la ricerca, gli argomenti più discussi dagli ospiti all'interno delle recensioni pubblicate online riguardano le camere (26%), l'accoglienza (21%), la ristorazione (19%), la posizione (15%) e i servizi (9%), tutti elementi con maggior incidenza sulla percezione dell'esperienza di soggiorno vissuta. Il Sentiment positivo di questi cinque macro-cluster è rispettivamente del 66,9% per le camere; del 91,8% per l'accoglienza, del 79,5% per la ristorazione; dell'89,8% per la posizione e del 71% per i servizi. L'accoglienza risulta eccellente e al primo posto in termini di soddisfazione degli ospiti per la provincia di Lecce, di Barletta-Andria-Trani, di Bari e di Taranto.

## SODDISFAZIONE DEGLI OSPITI PER PROVINCIA, 2017



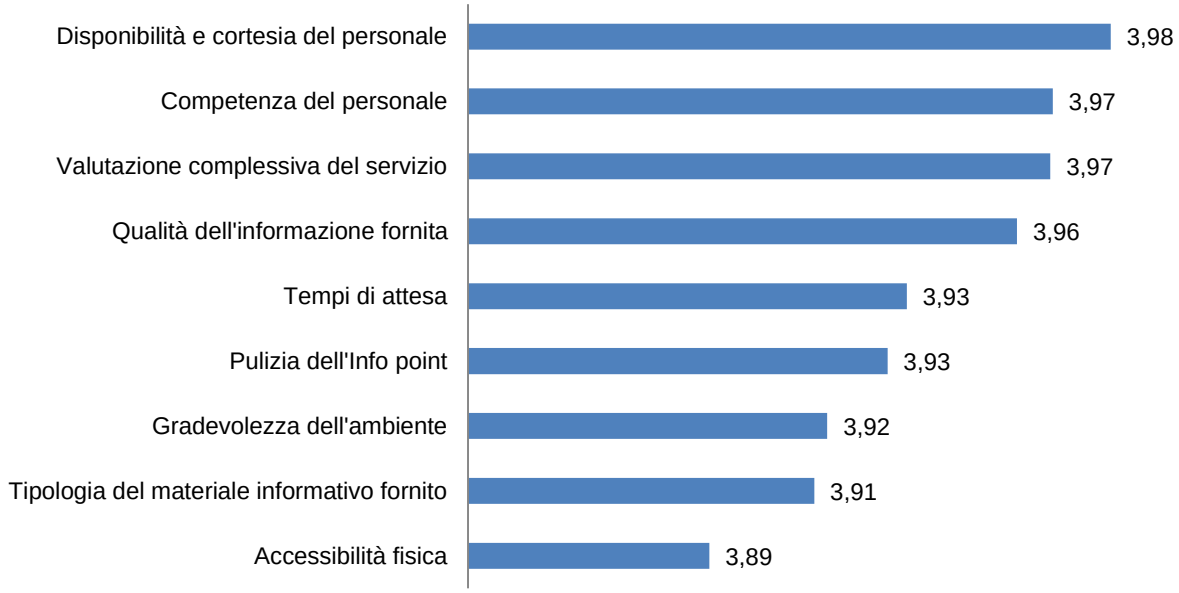

Fonte: Travel Appeal.
*Sentiment al 31 agosto 2017.
**Basato sulle strutture ricettive con flusso turistico incidente.

## L'ACCOGLIENZA NEGLI INFOPOINT DELLA REGIONE

Orari prolungati, adozione di un'immagine coordinata, organizzazione di attività di animazione on-site, comunicazione sui social e monitoraggio della soddisfazione degli utenti. Sono queste le attività volte a qualificare e potenziare il servizio di accoglienza degli info-point turistici dei Comuni che aderiscono alla rete regionale, finanziata dalla Regione Puglia attraverso l'avviso pubblico di Pugliapromozione.

I turisti hanno apprezzato l'organizzazione e la qualità dell'accoglienza negli infopoint. La conferma giunge dai risultati dei questionari di customer satisfaction somministrati a più di 5mila visitatori nei 54 Infopoint che hanno realizzato attività dal primo agosto al 30 settembre 2017. Decisamente alto il grado di soddisfazione complessiva (3,97 su 4), sulla disponibilità e cortesia del personale (3,98) e sulla sua competenza (3,97).

## CUSTOMER SATISFACTION, INFOPOINT 2017




Fonte: elaborazione Osservatorio Pugliapromozione su dati Infopoint.

## ALTRI DATI SULL'ECONOMIA IN PUGLIA

### BANCA D'ITALIA

I dati della Banca d'Italia sulla spesa turistica dall'estero in Puglia, 298milioni di euro da gennaio a luglio 2017, certificano un buon incremento del +4,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, in linea con il valore nazionale (21miliardi di euro nei sette mesi del 2017).
A livello provinciale Brindisi riscuote un lusinghiero +34%, seguita da Lecce con il +25% di spesa dall'estero e, infine, la BAT (+8%).

L'ultimo rapporto della Banca d'Italia sull'economia in Puglia evidenzia come, nel 2016, il numero d'imprese attive in regione sia rimasto sostanzialmente stabile (+0,3% rispetto al 2015). Nel terziario spicca la dinamica positiva dei servizi connessi al turismo, con il segmento "alloggi e ristorazione" aumentato del +3%.

### AEROPORTI DI PUGLIA

A riprova del buon andamento del turismo dall'estero giungono anche i dati di Aeroporti di Puglia che per il periodo da gennaio ad agosto 2017 segnano un incremento dei passeggeri internazionali del +15% circa, valore trainato dalla performance dello scalo di Bari (+18%). Nel complesso, nei primi otto mesi del 2017, gli aeroporti pugliesi hanno registrato il +5% di traffico.

L'anno precedente, gli scali di Bari e Brindisi hanno superato la quota complessiva di 6,5 milioni di passeggeri (+6,9% rispetto al 2015) con il record del Wojtyła di Bari che per la prima volta

ha oltrepassato i quattro milioni di passeggeri. Buoni risultati anche per Brindisi con oltre 2,3 milioni di passeggeri (+3,2%).

### L'INCIDENZA DEL PIL TURISTICO SECONDO L'IPRES (ISTITUTO PUGLIESE DI RICERCHE ECONOMICHE E SOCIALI)

Per il 2016 l'Ipres stima, su dati Istat, nell'8,6-9,1% l'incidenza del Pil turistico rispetto al Pil regionale. Un dato in costante crescita a partire dal 2005. Per la stima si è tenuto conto del PIL ai prezzi di mercato - valori concatenati (milioni di euro).

### IL MONITORAGGIO DEL PORTAFOGLIO PRODOTTI TURISTICI DELLA PUGLIA SECONDO IL CISET (CENTRO INTERNAZIONALE DI STUDI SULL'ECONOMIA TURISTICA DELL'UNIVERSITÀ CA' FOSCARI DI VENEZIA)

Il segmento balneare rappresenta il principale prodotto turistico della Puglia, con il 54% degli arrivi regionali, seguito dal business (18%), dall'arte e la cultura (13%), dal turismo religioso (5%), dalla natura e dal benessere (2% ciascuno). L'identikit del turista balneare in Puglia si profila attraverso tratti ben definiti: soggiorna prevalentemente sulla costa salentina e garganica (70%), è italiano, residente soprattutto al Nord. Se straniero arriva da Francia, Germania e UK, concentra il soggiorno nei mesi estivi e sosta in media sei notti; viaggia in coppia oppure in famiglia con bambini piccoli e spende tra 52 (italiani) e 70 € (stranieri) al giorno. Il turista business risponde, invece, alle seguenti caratteristiche: soggiorna soprattutto in provincia di Bari (30%), Taranto (21%) e Lecce (19%); è soprattutto italiano, residente al Nord o al Sud, se straniero proviene da Germania, Francia, USA e UK; viaggia da solo, in autunno e inverno, si ferma al massimo due notti, spende tra 68 (italiani) e 95€ (stranieri). I turisti dei segmenti arte e spiritualità o natura e benessere tendono a viaggiare in coppia o piccoli gruppi, prediligono l'hub tra Alberobello, Lecce e Matera e i borghi di Puglia; negli itinerari uniscono visite culturali e naturali ad aspetti enogastronomici. La spesa media giornaliera oscilla tra 65€ (italiani) e 95€ (stranieri).