



Focus mercati esteri

Puglia 2017



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Agencia Operativa del Sud

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it

I mercati analizzati nel focus

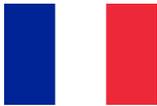
Germania



Svizzera



Francia



Regno Unito



Belgio



Paesi Bassi



Austria



Polonia



Repubblica Ceca



Stati Uniti e
Canada



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Agenzia Operativa del Turismo

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it

HIGHLIGHTS PUGLIA 2017

Variazione % da gennaio a luglio 2017_2016



Arrivi: +2%

Permanenza
media:
3,7 notti



Pernottamenti: +5%

Arrivi dall'estero: +5%

**Pernottamenti
dall'estero: +9%**

Arrivi dall'Italia: +1%

**Pernottamenti
dall'Italia: +2,5%**

Tasso d'internazionalizzazione

quota % arrivi dall'estero
23,5% (22,8% nello stesso
periodo dell'anno
precedente)



**Offerta
ricettiva: +7%**
le strutture
attive in Puglia

Fonte: dati provvisori SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

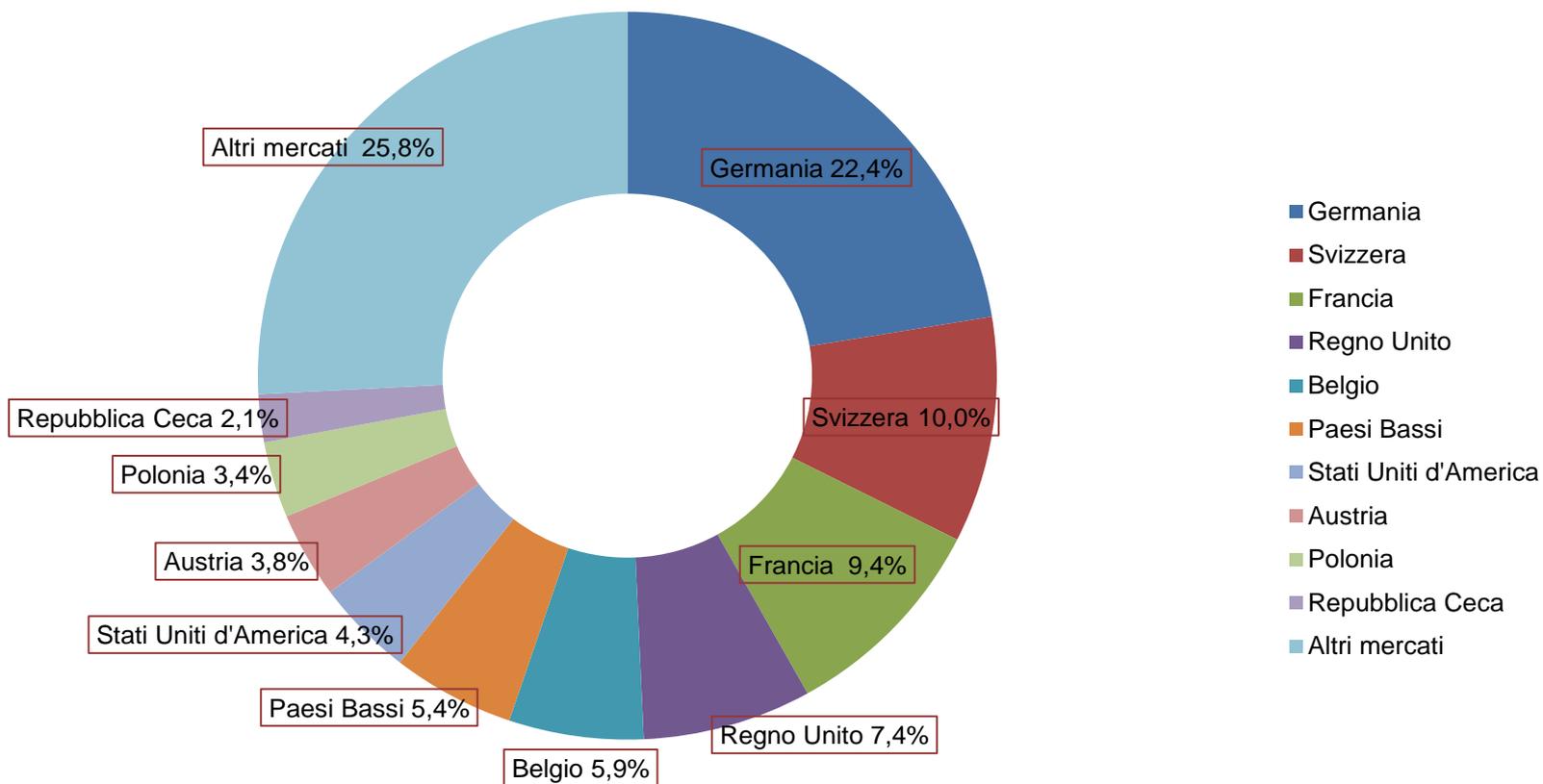


PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

I principali mercati turistici esteri in Puglia

Quota % per mercato estero in Puglia (pernottamenti da gennaio a luglio 2017) – Top 10



Fonte: dati provvisori SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione – Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 – Linea 4



Germania



Il turismo tedesco in Puglia_2017



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Puglia 365

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it

L'andamento del mercato tedesco in Puglia

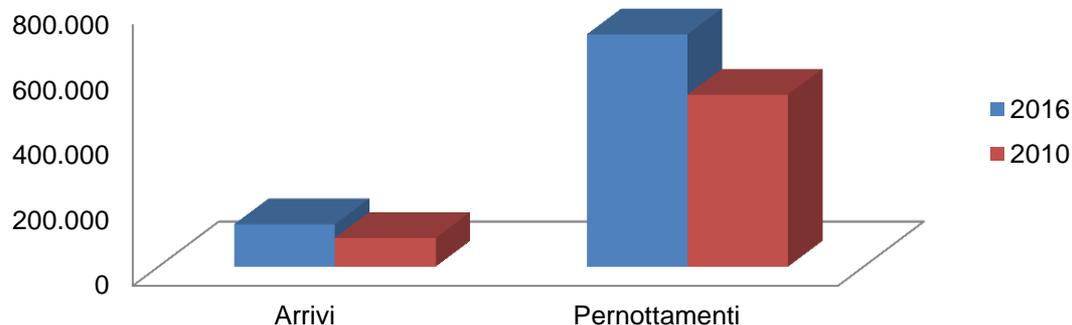
Arrivi 2016: 129.860
+47% rispetto al 2010

Permanenza
media:
5,4 notti

Pernottamenti 2016: 712.402
+35% rispetto al 2010

La Germania è il primo mercato turistico estero della Puglia con più di 129mila arrivi e 712mila pernottamenti nel 2016. L'incremento provvisorio stimato per il 2017 è del +5% per gli arrivi e del +11% dei pernottamenti.

Arrivi e pernottamenti dalla Germania in Puglia (2010-2016)



Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione



UNIONE EUROPEA



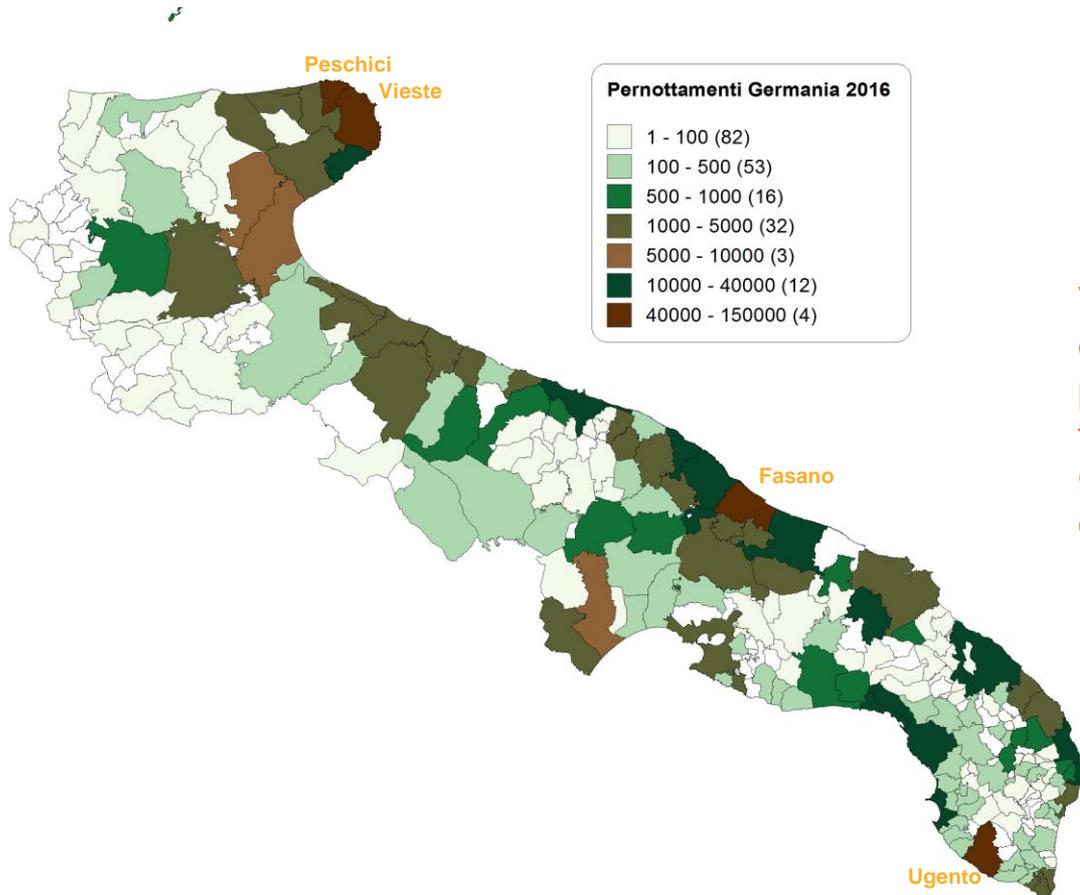
REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

I pernottamenti dalla Germania nei comuni pugliesi



Vieste, Ugento, Peschici e Fasano sono i comuni dalla maggior concentrazione di pernottamenti dalla Germania (50% del totale). Seguono Bari, Porto Cesareo, Gallipoli, Nardò, Otranto, Ostuni, Monopoli e Lecce.

Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione. Tra parentesi, nella legenda della mappa, è indicato il numero dei comuni per ciascuna classe.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

Germania: principali indicatori

Segmento socio-economico di appartenenza	I turisti tedeschi che visitano l'Italia sono principalmente liberi professionisti, funzionari e pensionati, nonché giovani (single o in coppia), con disponibilità di spesa medio-alta. Il 63% svolge un'occupazione e il 29% guadagna più della media.
Fascia di età	Il 26% sono famiglie, il 47% è di età compresa tra i 34 e i 54 anni, il 30% è over 50.
Propensione al viaggio	Elevata - Frequenza 1,3 viaggi per turista Il 36% dei tedeschi fa più di una vacanza (una principale e una o più short breaks).
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Mare/spiaggia, natura, vacanza attiva, vacanza famiglia, sightseeing e viaggi a tappe; perdono importanza (trend stabile o negativo) le visite ad amici e parenti e il relax.
Mezzi di trasporto preferiti	Da diversi anni il mezzo di trasporto preferito del turista tedesco è l'automobile (ca. 50%), seguita dall'aereo (ca. 34%), dal treno (8%) e infine dal bus (5%).
Prodotti turistici preferiti ed emergenti	Combinare il soggiorno con esperienze culturali e del gusto, a contatto con la natura, i cammini spirituali e religiosi. Continuano ad essere richieste l'arte, la montagna, i laghi e il mare. Continua il boom delle crociere e del lungo raggio. Aumenta l'importanza del turismo "sostenibile" e la quota di +60
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni	Il consumatore tedesco è attento a: rapporto qualità-prezzo, efficienza dei servizi, stato e offerta delle infrastrutture, professionalità del personale, conoscenza delle lingue e assistenza in loco (soprattutto in caso di emergenza).
Tipo di alloggio preferito	Più o meno invariata negli anni la scelta dell'alloggio: 48% circa in albergo/pensione, 24% in appartamento/case vacanza e 6% circa in caravan/campeggi.
Mesi preferiti per i viaggi	Da marzo a luglio e da settembre a metà ottobre, in concomitanza con la chiusura delle scuole, scaglionata e differenziata per regione.
Fonti di informazione privilegiate	Agenzie di viaggio, internet, servizi giornalistici stampa, reportage televisivi e radiofonici, guide turistiche e riviste specializzate in viaggi. Internet ed i canali social rappresentano ormai il principale strumento per la ricerca e l'acquisizione di informazioni sulla vacanza: circa il 74% della popolazione tedesca utilizza i forum su Internet per raccogliere informazioni e conoscere i trend.
Canali d'acquisto utilizzati	Canali di prenotazione hanno visto negli anni uno spostamento a favore di Internet con il 36% online booking nel 2015 (2005: 11%), ma la classica agenzia di viaggi mantiene una buona quota pari al 42% (2005: 57%). In crescita anche l'acquisto dell'offerta direttamente dalle strutture ricettive (2015: 31% vs. 2005: 27%). Fonte: RA 2016 – FUR.

Fonte: Enit



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



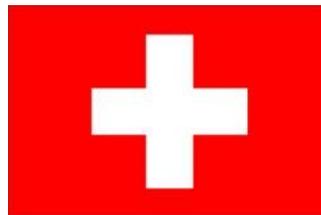
PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it



Svizzera



Il turismo svizzero in Puglia_2017



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Puglia 365

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it

L'andamento del mercato svizzero in Puglia

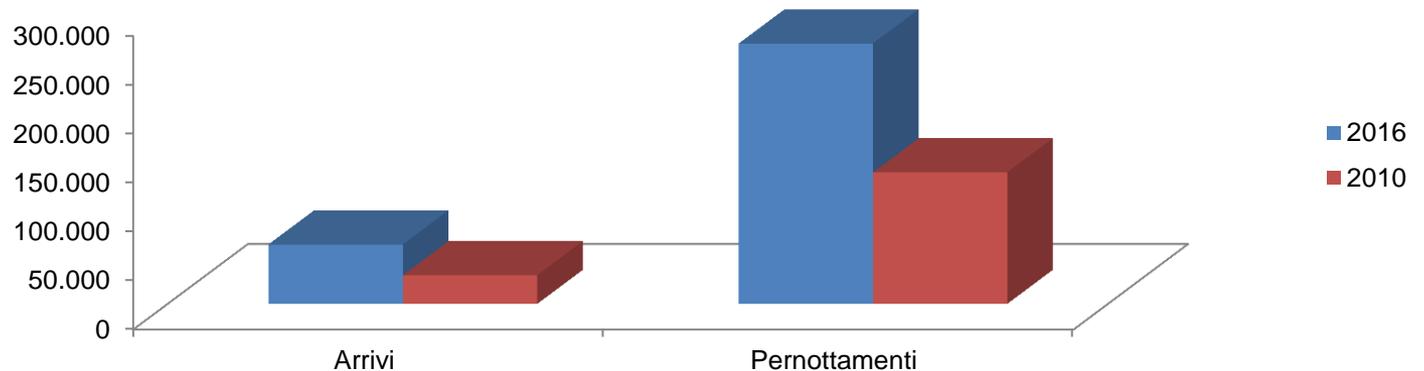
Arrivi 2016: 60.874
+107% rispetto al 2010

Permanenza
media:
4,3 notti

Pernottamenti 2016: 266.367
+98% rispetto al 2010

La Svizzera è, dopo la Germania, il secondo mercato più consistente per pernottamenti dall'estero (10,1% del totale). Dal 2010 al 2016 arrivi e pernottamenti sono più che raddoppiati e la permanenza media di soggiorno (4,3 notti) è più elevata rispetto alla media regionale (3,8) e alla maggior parte degli altri paesi esteri in virtù di una forte vocazione alla vacanza balneare.

Arrivi e pernottamenti dalla Svizzera in Puglia (2010-2016)



Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione



UNIONE EUROPEA



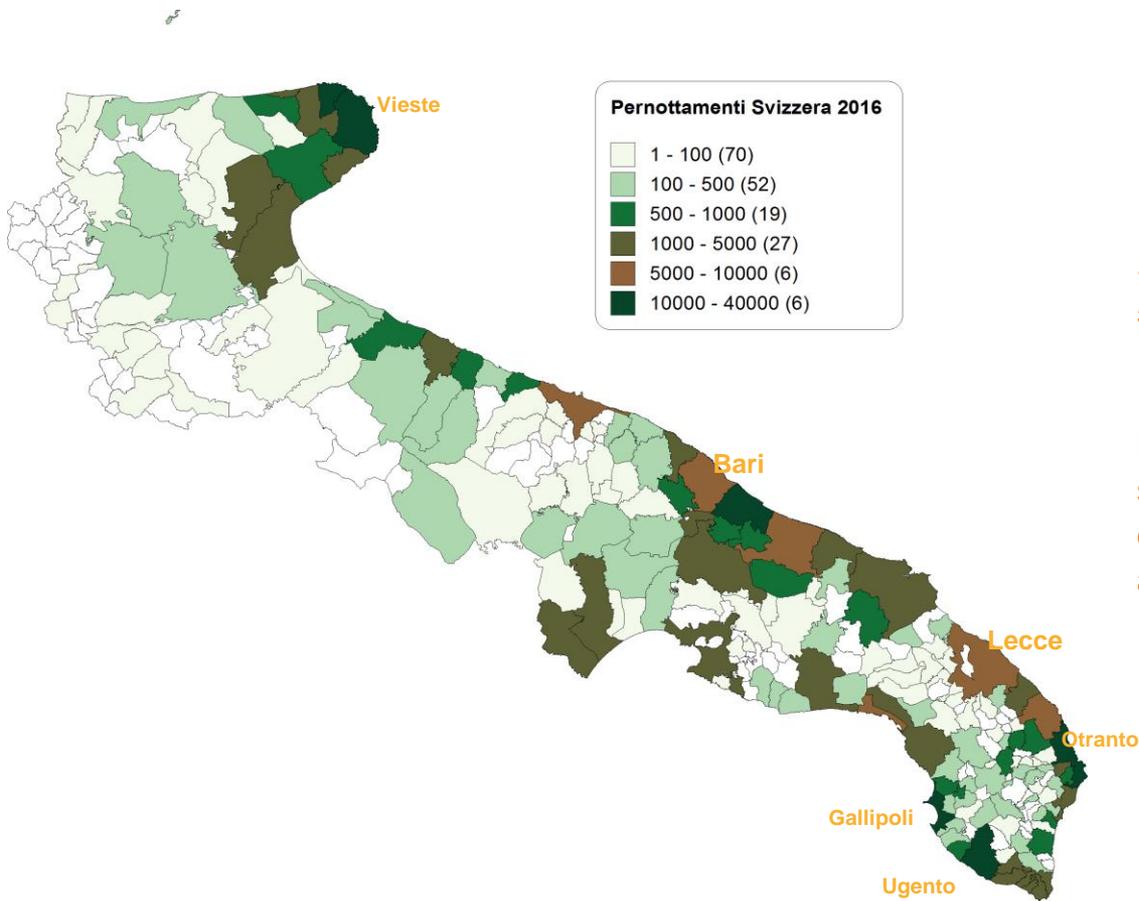
REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

I pernottamenti dalla Svizzera nei comuni pugliesi



Sei destinazioni turistiche accolgono più del 54% dei pernottamenti dalla Svizzera in Puglia e sono, nell'ordine: Ugento, Vieste, Fasano, Gallipoli, Otranto e Peschici. Il modello di distribuzione dei flussi dalla Svizzera in Puglia risulta nel complesso diffuso su tutto il territorio regionale, con un addensamento nei comuni costieri.

Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione. Tra parentesi, nella legenda della mappa, è indicato il numero dei comuni per ciascuna classe.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

Svizzera: principali indicatori

Segmento socio-economico di appartenenza	Il turista svizzero appartiene in prevalenza ad una categoria socio-economica medio/alta, con un buon livello di istruzione (diploma e università) e buone disponibilità economiche.
Livello culturale	Scuola dell'obbligo, diplomati, laureati.
Fasce di età	Sono gli adulti compresi nella fascia di età tra i 25 ed i 44 anni quelli che viaggiano di più con una media di n. 3,2 viaggi all'anno, contro il 2,2 delle persone che hanno più di 65 anni. La frequenza dei viaggi differisce anche sensibilmente secondo la zona linguistica: gli Svizzeri in Ticino viaggiano meno (2,2 viaggi pro capite) rispetto ai residenti della Svizzera francese e tedesca (ca 2,9 viaggi).
Propensione al viaggio	Elevata: la maggioranza della popolazione (87,5%) viaggia e intraprende più di un viaggio all'anno (2,9 viaggi l'anno in media).
Principali motivazioni di vacanza all'estero	La domanda turistica svizzera in Italia si rivolge prevalentemente al turismo balneare e culturale al quale si aggiungono fra gli interessi principali: shopping, wellness e sport. Particolare apprezzamento viene espresso per il prodotto natura e la visita dei parchi nazionali, correlati a enogastronomia e visite culturali.
Mezzi di trasporto preferiti	Per i viaggi all'estero l'automobile è il mezzo di trasporto più utilizzato con una quota del 44%, seguita dall'aereo con il 41%.
Prodotti turistici preferiti ed emergenti	Oltre il 70% degli Svizzeri cita la natura ed il paesaggio come motivazione di viaggio, con la tendenza a ricercare soluzioni personalizzate (vacanze in fattoria, rifugi etc.). I prodotti preferiti rimangono il balneare, il culturale ed il desiderio di sole e condizioni climatiche più miti Trend "individualità": il 65% sceglie viaggi tailor made.
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni	Il consumatore svizzero è attento a: scarso rapporto qualità-prezzo, efficienza dei servizi, stato e offerta delle infrastrutture, professionalità del personale, conoscenza delle lingue e assistenza in loco.
Tipo di alloggio preferito	il 55% sceglie il soggiorno in albergo, segue l'alloggio presso parenti ed amici per una quota del 23%.
Mesi preferiti per i viaggi	L'estate è la stagione dedicata ai viaggi, con il picco massimo a luglio, seguito da settembre, ottobre e maggio. A febbraio e marzo ci sono 2 settimane di vacanza "sportiva" e a ottobre 2 settimane di vacanze autunnali.
Fonti di informazione preferiti (cataloghi, siti web, stampa specializzata, ecc.)	Crescente utilizzo di agenzie on-line, portali di viaggio, forum, e-newsletter, blog, social network e del passaparola per scegliere e pianificare i viaggi. Aumenta l'importanza dell'agente di viaggio, della qualità della consulenza in agenzia e del rapporto personale con l'agente di viaggio.
Canali d'acquisto utilizzati	Crescente utilizzo del web: il 67% delle prenotazioni viaggi 2015 sono state fatte su Internet e il 24% in agenzia.

Fonte: Enit



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

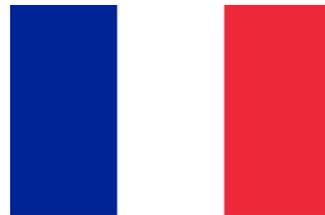


PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4



Francia



Il turismo francese in Puglia_2017



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Puglia 365

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it

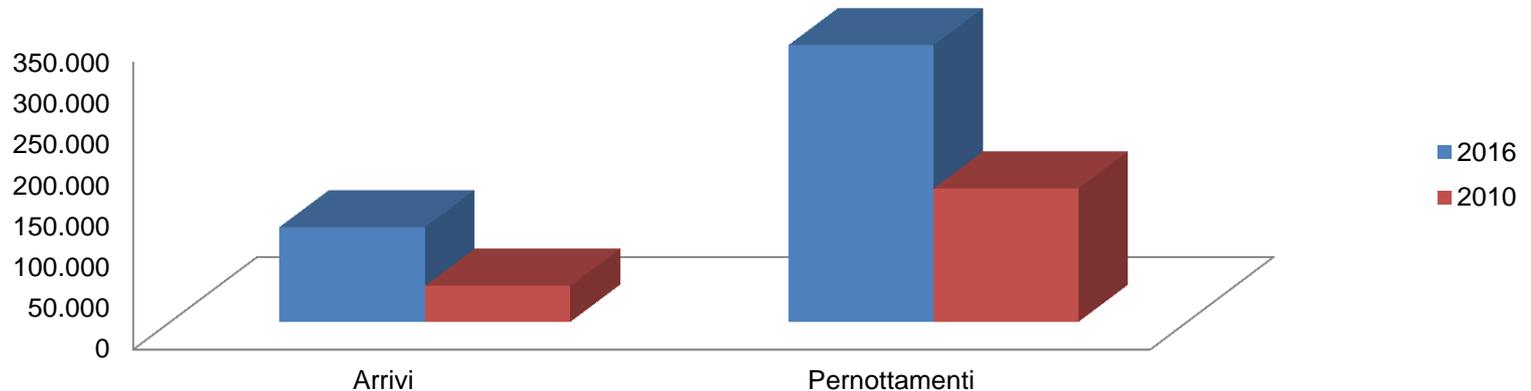
L'andamento del mercato francese in Puglia

Arrivi 2016: 115.430
+163% rispetto al 2010

Permanenza
media:
2,9 notti

Pernottamenti 2016: 337.230
+107% rispetto al 2010

Arrivi e pernottamenti dalla Francia in Puglia (2010-2016)



Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione



UNIONE EUROPEA



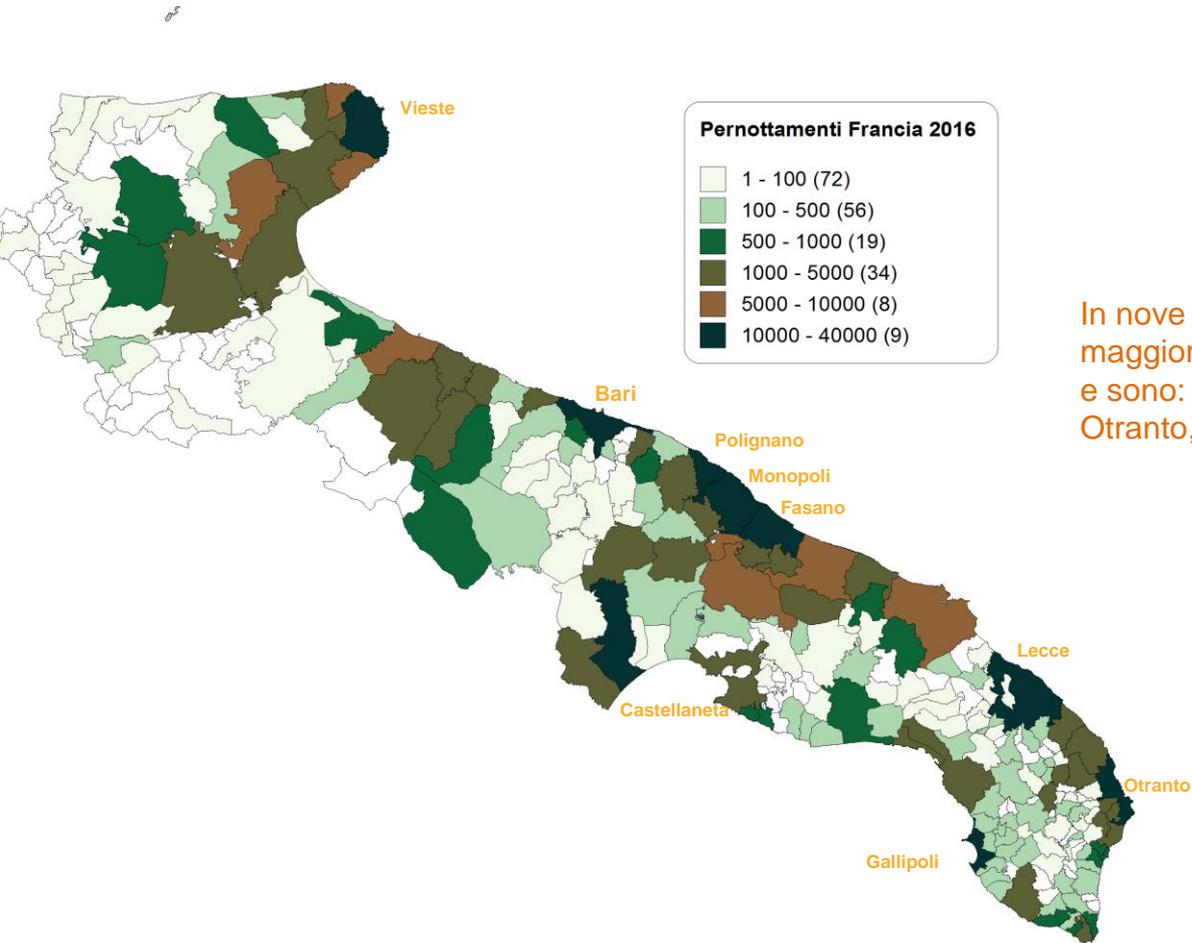
REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

I pernottamenti dalla Francia nei comuni pugliesi



In nove comuni della regione si concentra il maggior numero di pernottamenti dalla Francia e sono: Bari, Lecce, Fasano, Vieste, Polignano, Otranto, Castellaneta, Monopoli e Gallipoli.

Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione. Tra parentesi, nella legenda della mappa, è indicato il numero dei comuni per ciascuna classe.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PUGLIA
PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

Francia: principali indicatori economici

(In euro o dollari)	2014	2015	2016	2017
PIL (mld €) **	2.141	2.181	2.232	2.277
PIL pro-capite (\$) **	40.779	41.319	42.447	43.645
Crescita del PIL reale (var %) **	0,7	1,2	1,5	1,4
Consumi privati (var %) **	0,7	1,5	1,9	1,7
Debito pubblico (%PIL) *	95,3	96,1		
Investimenti diretti stranieri (in milioni di \$) ***	15.191			
Saldo Bilancia commerciale Dati CIF/FOB ****	-76.586	-64.404		
Rating OECD sul rischio Paese	-	-	-	-
Deficit di bilancio	-4,0	-3,6		

Fonte: Enit



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



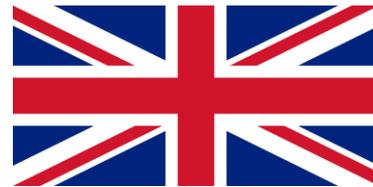
PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it



Regno Unito



Il turismo britannico in Puglia_2017



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Puglia 365

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it

L'andamento del mercato britannico in Puglia

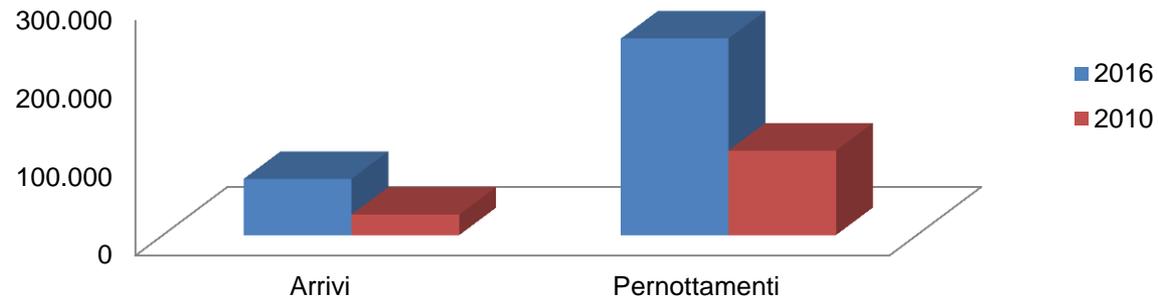
Arrivi 2016: 71.800
+174% rispetto al 2010

Permanenza
media:
3,5 notti

Pernottamenti 2016: 250.700
+133% rispetto al 2010

Il grande incremento della notorietà della Puglia sul mercato britannico trova conferma nei dati sul movimento turistico; dal 2010 al 2016 gli arrivi e i pernottamenti sono più che raddoppiati (rispettivamente +174% e +133%). Nei primi sette mesi del 2017, nella top 10 dei principali mercati stranieri in Puglia, il Regno Unito si colloca al quarto posto con una quota del 7,3% sul totale estero.

Arrivi e pernottamenti dal Regno Unito in Puglia (2010-2016)



Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione



UNIONE EUROPEA



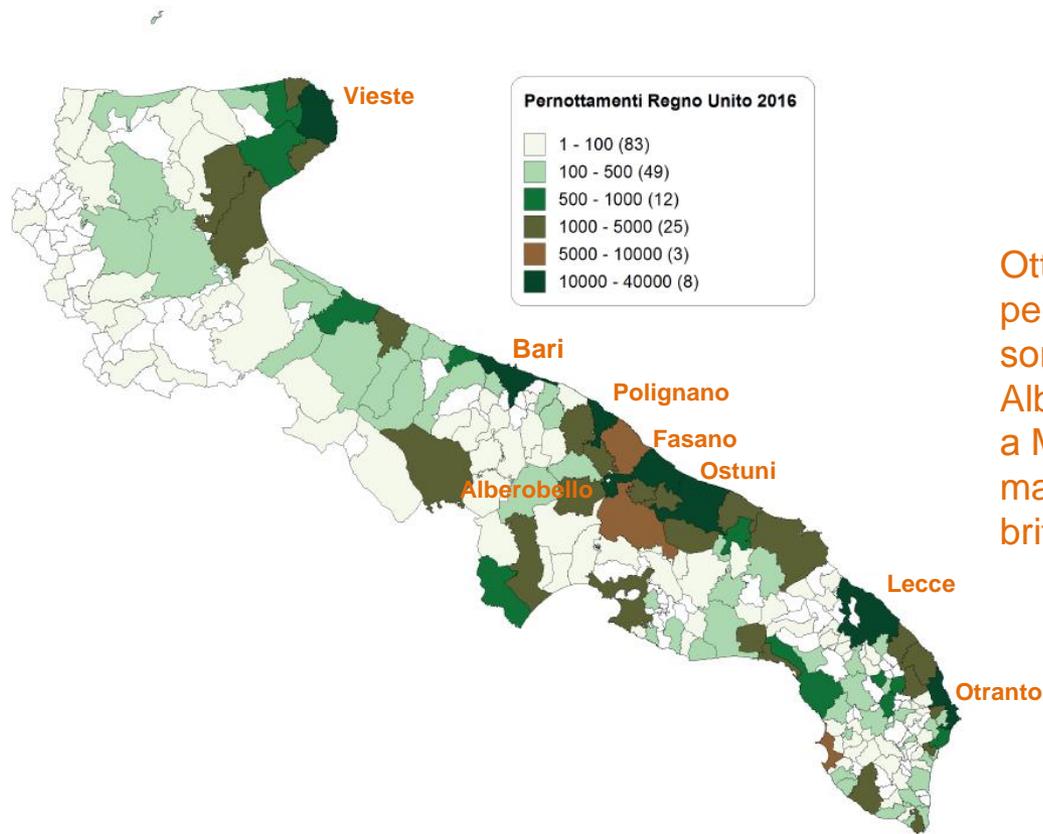
REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

I pernottamenti dal Regno Unito nei comuni pugliesi



Otto comuni accolgono il 62% dei pernottamenti dal Regno Unito in Puglia e sono, nell'ordine: Fasano, Lecce, Alberobello, Vieste, Ostuni, Bari, Polignano a Mare e Otranto. La Valle d'Itria è l'area maggiormente frequentata dai turisti britannici.

Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione. Tra parentesi, nella legenda della mappa, è indicato il numero dei comuni per ciascuna classe.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

I prodotti turistici

Tra i prodotti emergenti spiccano il turismo natura nei parchi nazionali e regionali, mentre tra i prodotti di nicchia e le attività complementari emergono il golf, gli itinerari enogastronomici e i corsi di cucina, le passeggiate a cavallo e il cicloturismo.

I fattori di spinta al viaggio sono legati a elementi quali:

- Patrimonio artistico-culturale
- Elevata reputazione data dal fascino dell'insieme unico di cultura e stile di vita
- Clima mite
- Buoni collegamenti
- Prodotto turistico diversificato e possibilità di vacanze combinate



Fonte: Enit



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

Caratteristiche del mercato britannico in Puglia

Il turismo britannico in Puglia ha fatto registrare alcune significative tendenze negli ultimi anni che rappresentano la base per future strategie di prodotto e di promozione:

- ❑ l'integrazione delle attrattive, in particolar modo quelle balneari con quelle culturali. Si è andata, infatti, affermando e valorizzando la Valle D'Itria e le destinazioni di Cisternino, Martina Franca e Locorotondo; oltre quelle più note di Fasano, Alberobello e Ostuni;
- ❑ l'attenzione al rapporto qualità/prezzo, all'efficienza dei servizi turistici e non, allo stato delle infrastrutture, alla professionalità del personale, all'assistenza in loco e alla conoscenza delle lingue;
- ❑ il turista britannico mostra una particolare attenzione verso il contatto con la cultura locale anche attraverso la partecipazione agli eventi e la disponibilità a spostarsi all'interno della destinazione per visitare le diverse aree;
- ❑ nell'ultimo quinquennio, sono stati effettuati importanti investimenti economici e immobiliari. Si tratta sia di grandi investitori britannici che stanno realizzando o hanno completato strutture ricettive di elevata qualità dal punto di vista turistico, sia di privati che hanno acquistato proprietà immobiliari (secondo case) per un uso privato turistico. L'attenzione si è focalizzata nei trulli della Valle d'Itria e nelle masserie della provincia di Lecce e Brindisi, generando un significativo impulso per il mercato immobiliare locale.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

Regno Unito: principali indicatori economici

	2014	2015	2016	2017
PIL (mld USD) ¹	2.991	2.849	2.760	2.885
PIL pro-capite (USD) ¹	46.313	43.770	42.105	43.699
Crescita del PIL reale (var % sul periodo precedente) ²	2,9	2,3	2,0	2,2
Consumi privati (in % del PIL) ³	64,6	64,8	n.d	n.d
Debito pubblico (in % del PIL) ⁴	83,3	83,7	82,6	81,3
Investimenti diretti stranieri (mld USD) ⁵	47.675	72.241	n.d	n.d
Bilancia commerciale - Merci e Servizi (milioni di GBP) ⁶	-34.402	-36.673	n.d	n.d
Rating OECD sul rischio Paese ⁷	==	==	==	==
Tasso di Sconto ⁸	0,5	0,5	0,5	n.d
Tasso di Cambio: EUR/GBP ⁹	1.2841	1.3605	1.3077	n.d
Tasso di cambio: USD/GBP	1.5608	1.4819	1.4557	n.d

Fonte: Enit



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4



Belgio



Il turismo belga in Puglia_2017



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Puglia 365

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it

L'andamento del mercato belga in Puglia

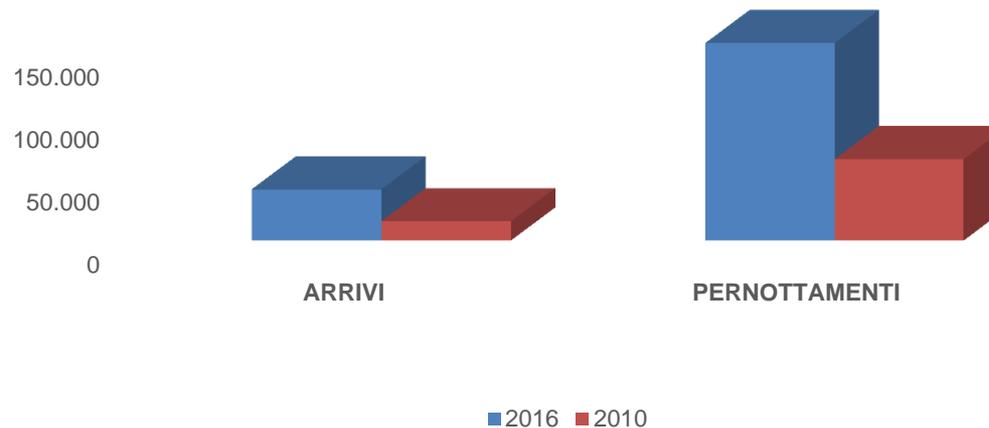
Arrivi 2016: 40.900
+166% rispetto al 2010

Permanenza
media:
3,8 notti

Pernottamenti 2016: 157.770
+142% rispetto al 2010

Il Belgio si colloca al quinto posto della graduatoria dei mercati esteri in Puglia con una quota del 5,9% sulle presenze totali dall'estero nel 2017 (2,5% nel 2000). Arrivi e pernottamenti sono più che raddoppiati negli ultimi anni con una crescita rispettivamente del +166% e del +142% dal 2010 al 2016.

Arrivi e pernottamenti dal Belgio in Puglia (2010-2016)



Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione



UNIONE EUROPEA



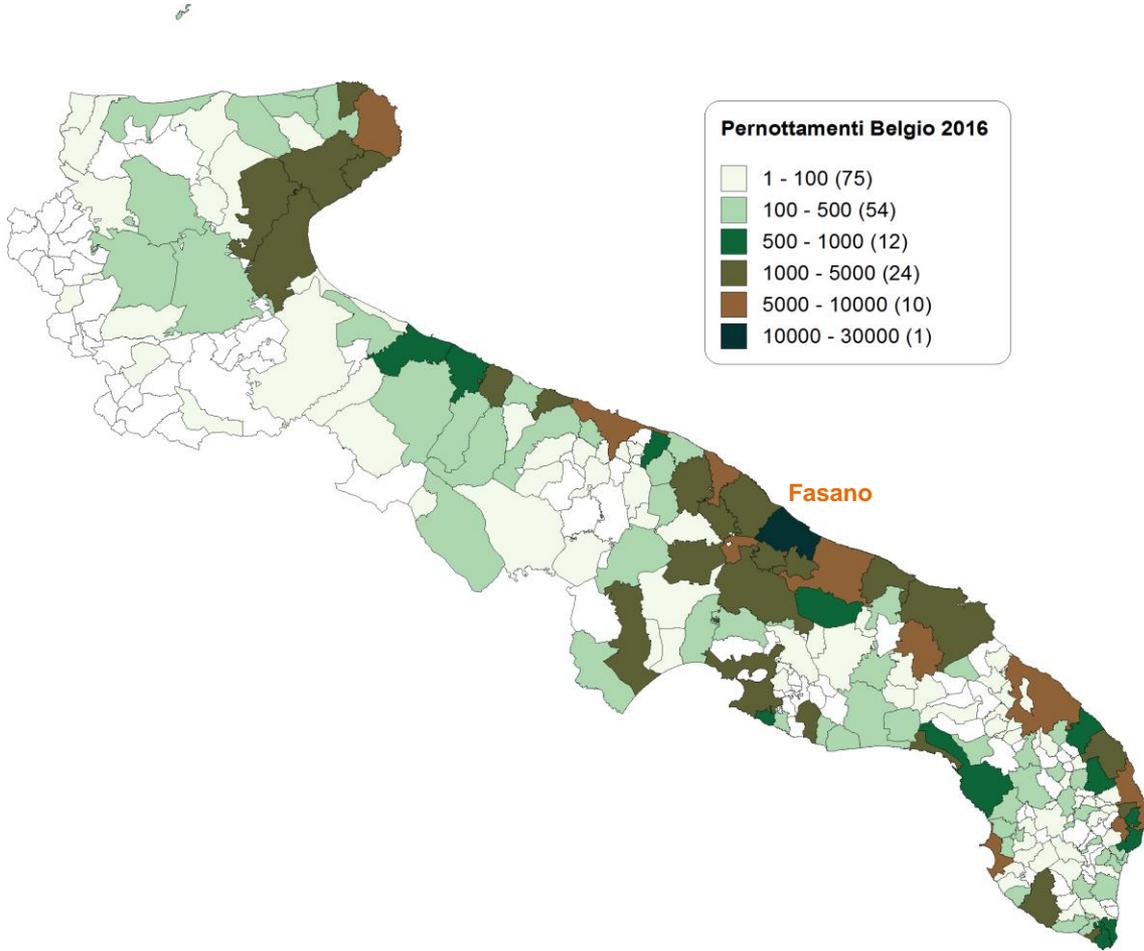
REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

I pernottamenti dal Belgio nei comuni pugliesi



Con 13mila notti nel 2016, Fasano si classifica il primo comune per numero di pernottamenti dal Belgio in Puglia. Seguono (ex aequo) Bari e Lecce, Alberobello e Vieste. Tra i comuni del Salento che rientrano nella top ten si posizionano Otranto e Gallipoli.

Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione. Tra parentesi, nella legenda della mappa, è indicato il numero dei comuni per ciascuna classe.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

I prodotti turistici

Il turista belga spende in media 2.412 euro per una vacanza (dati Ipsos maggio 2016) e come destinazioni italiane preferisce i laghi del Nord, il Veneto (Venezia), la Toscana e la Puglia (in crescita). L'Italia si trova al terzo posto fra le destinazioni estere con una quota di mercato dell'11%, al primo posto la Francia (27%), e in seconda posizione la Spagna (17%).

I margini di crescita della Puglia sul mercato belga sono estremamente ampi per l'offerta di prodotti che al momento non sono sufficientemente presenti in Belgio: benessere, golf, itinerari gastronomici, *empty nester* (genitori dai 50 ai 65 anni senza figli a carico) e senior.



Fonte: Enit/SWG



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

Belgio: principali indicatori economici

Segmento socio-economico di appartenenza	<p>Medio-alto. La popolazione belga è divisa in due grandi comunità linguistiche: ciascuna di esse ha un comportamento socio- culturale ben specifico. La prima è quella fiamminga, situata nelle Fiandre, che rappresenta circa il 60 % della popolazione del Paese. La regione delle Fiandre è la più produttiva del Paese e concentra il maggiore numero di imprese (nanotecnologia, logistica, petrolchimica). La regione Fiandre possiede un potere economico molto forte con conseguenze favorevoli sul turismo in uscita considerato che il 41% dei fiamminghi sceglie di andare in vacanza all'estero.</p>
	<p>La seconda grande comunità è quella francofona (circa il 40% della popolazione belga), situata in Vallonia e a Bruxelles (città che ha una piccola percentuale di popolazione fiamminga, motivo per cui la Regione di Bruxelles Capitale è ufficialmente bilingue).</p>
	<p>Capitale dell'Europa, sede dell'Unione Europea e della NATO, Bruxelles è una città cosmopolita e la terza regione più ricca dell'Unione Europea. Una buona parte (44%) dei suoi abitanti sceglie destinazioni straniere per una vacanza.</p>
	<p>Dopo la crisi della siderurgia, i motori della ripresa economica della Vallonia sono i settori ad alto valore aggiunto come la farmaceutica, la chimica, le biotecnologie, le tecnologie dell'informazione e della comunicazione, l'aeronautica, le attività intorno agli aeroporti regionali, le energie verdi, la logistica ed i servizi alle imprese. Il 37% dei valloni preferisce una destinazione estera per la loro vacanza.</p>
Livello culturale	<p>Il 62 % della popolazione è in possesso di un diploma di insegnamento superiore o universitario, il livello culturale è medio-alto e quindi fortemente interessato alle novità, agli eventi, alle destinazioni di nicchia; la cultura rappresenta una delle principali motivazioni di viaggio.</p>
Fasce di età	<p>Per le vacanze lunghe, la clientela belga più interessata ai viaggi si colloca nella fascia di età 45-65 anni (34,5%). Seguono, con una percentuale anche interessante i belgi compresi fra 25-44 anni (24,7 %) e 0-14 anni (18%).</p>
	<p>I giovani tra i 15 e i 24 anni viaggiano poco soprattutto per mancanza di disponibilità finanziarie (8,8% dei vacanzieri). Il 13% degli ultra-65enni fa vacanza.</p>
	<p>La terza età rappresenta il 17,5% della popolazione belga che oggi, per motivi economici, deve ridurre le sue vacanze o è costretta a rinunciarci.</p>



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

Fonte: Enit



Paesi Bassi



Il turismo dai Paesi Bassi in Puglia_2017



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Puglia 365

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it

L'andamento del mercato olandese in Puglia

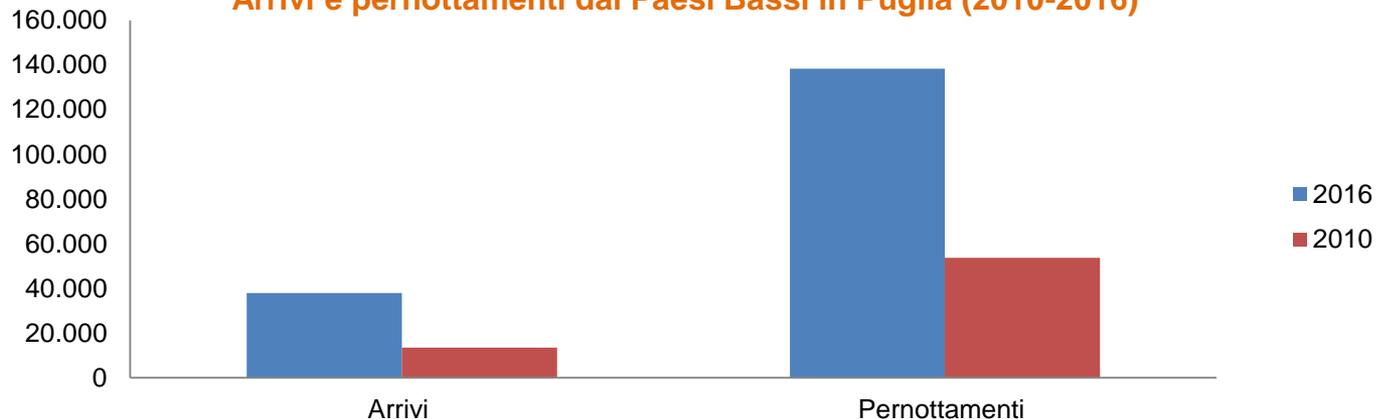
Arrivi 2016: 37.927
+181% rispetto al 2010

Permanenza
media:
3,6 notti

Pernottamenti 2016: 138.507
+158% rispetto al 2010

I Paesi Bassi si collocano al sesto posto della graduatoria dei mercati esteri in Puglia con una quota del 5,3% sulle presenze totali dall'estero nel 2017. Arrivi e pernottamenti sono più che raddoppiati negli ultimi anni con una crescita rispettivamente del +181% e del +158% rispetto al 2010. **Nel 2017 l'incremento provvisorio dei primi sette mesi dell'anno è del +17% e +18% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.**

Arrivi e pernottamenti dai Paesi Bassi in Puglia (2010-2016)



Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione



UNIONE EUROPEA



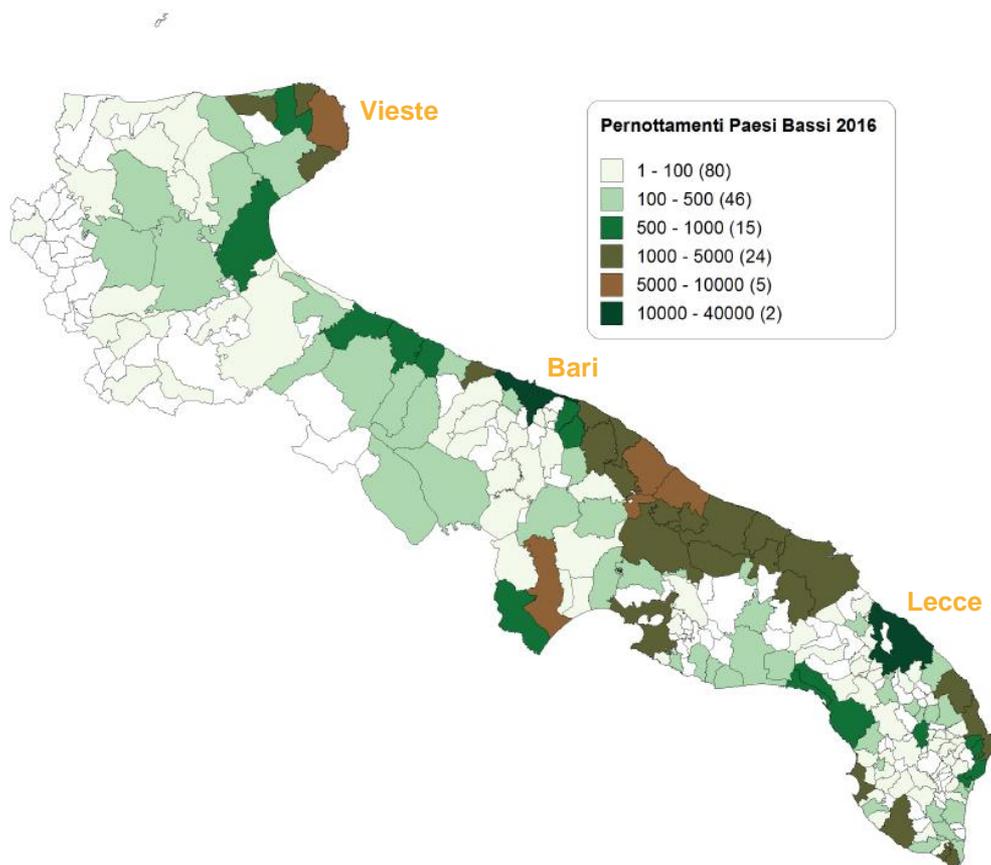
REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

I pernottamenti dai Paesi Bassi nei comuni pugliesi



Bari e Lecce sono i comuni a maggior concentrazione turistica per numero di pernottamenti (più di 10mila ogni anno); seguono Fasano, Vieste, Monopoli, Castellaneta e Alberobello che assieme accolgono il 30% circa dei pernottamenti complessivi. L'area inclusa tra Bari e la Costa e la Valle d'Itria è la più frequentata dai turistici provenienti dai Paesi Bassi.

Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione. Tra parentesi, nella legenda della mappa, è indicato il numero dei comuni per ciascuna classe.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

Caratteristiche del mercato olandese in Puglia

- ❑ Nella scelta del luogo, oltre alla propensione per il turismo balneare, si riflette la ricerca di arricchimento culturale tradotta in un particolare interesse per i City trip, praticati in Puglia soprattutto a Bari, Brindisi (tra l'altro direttamente collegate con i principali scali nazionali ed europei) e Lecce, dove gli olandesi permangono per periodi di 2/3 giorni;
- ❑ I turisti mostrano una forte attenzione per le città d'arte quali Alberobello (patrimonio Unesco) e Ostuni;
- ❑ Per implementare la sua attrattività la Puglia dovrà continuare a curare i principali fattori che determinano la scelta della destinazione per gli olandesi, ovvero: efficienza dei servizi, informazioni sui trasporti e sugli eventi, rapporto qualità-prezzo considerando che gli olandesi sono alla ricerca di un'eccellente offerta enogastronomica.



Fonte: Enit/SWG



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

Paesi Bassi: principali indicatori economici

(In euro)	2014	2015	2016	2017 (*)
PIL	654,5	672,1	691	n.d.
PIL pro-capite	38.810	38.687	40.570	n.d.
Crescita del PIL reale (var %)	+0,8	+1,7	+1,8	+2,0
Consumi privati (var %)	-0,0	+1,6	+1,6	+2,0
Debito pubblico (%)	68,2	67,3	65,4	64,1
Investimenti diretti stranieri	586,7	595,0	n.d.	n.d.
Bilancia commerciale (saldo)	+49,8	+47,6	n.d.	n.d.
Rating OECD sul rischio Paese	0	0	0	0
Disoccupazione	7,4	6,9	6,5	6,3

Fonte: Enit



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4



Austria



Il turismo dall'Austria in Puglia_2017



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Puglia 365

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it

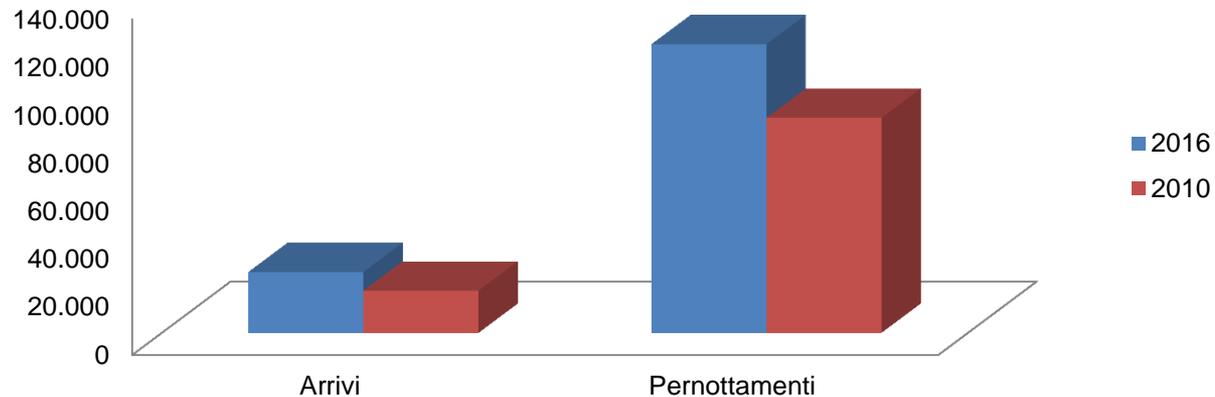
L'andamento del turismo austriaco in Puglia

Arrivi 2016: 25.350
+44% rispetto al 2010

**Permanenza
media:
4,7 notti**

Pernottamenti 2016: 120.324
+34% rispetto al 2010

Arrivi e pernottamenti dall'Austria in Puglia (2010 - 2016)



Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione



UNIONE EUROPEA



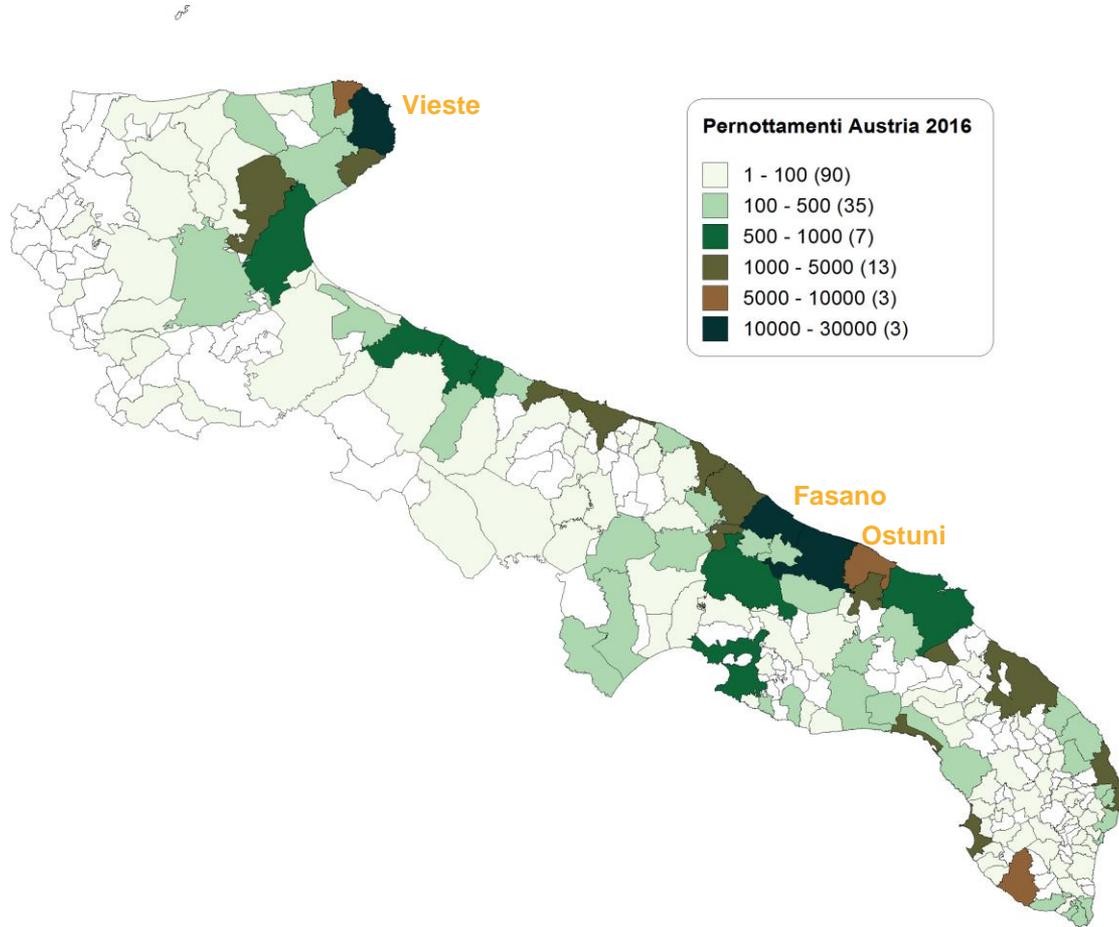
REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

I pernottamenti dall'Austria nei comuni pugliesi



Tre comuni (Vieste, Ostuni e Fasano) accolgono più del 50% dei pernottamenti dall'Austria in Puglia. Tra le altre destinazioni maggiormente visitate anche Peschici, Ugento, Carovigno, San Giovanni Rotondo, Otranto e Gallipoli.

Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione. Tra parentesi, nella legenda della mappa, è indicato il numero dei comuni per ciascuna classe.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4



Polonia



Il turismo dalla Polonia in Puglia_2017



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it

L'andamento del mercato polacco in Puglia

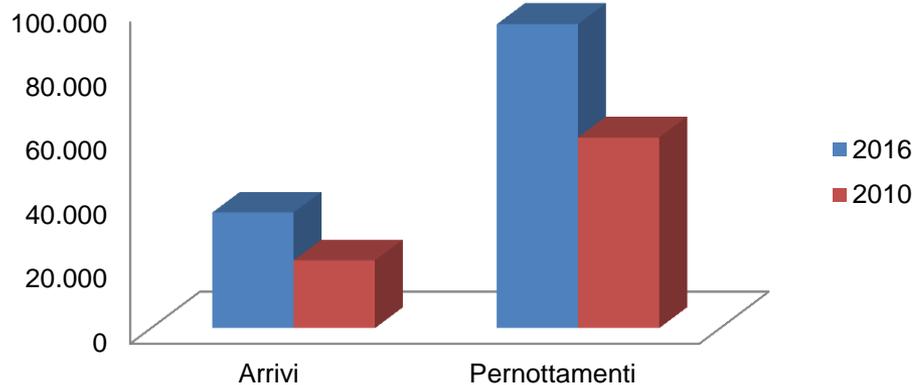
Arrivi 2016: 35.964
+70% rispetto al 2010

Permanenza
media:
2,6 notti

Pernottamenti 2016: 94.651
+59% rispetto al 2010

Arrivi e pernottamenti dalla Polonia in Puglia (2010-2016)

Top 10 destinations 2016	Quota % pernottamenti dalla Polonia per comune
San Giovanni Rotondo (FG)	29,4
Vieste (FG)	19,7
Bari (BA)	9,3
Peschici (FG)	3,8
Cagnano Varano (FG)	3,0
Brindisi (BR)	2,6
Rodi Garganico (FG)	2,5
Monte Sant'Angelo (FG)	2,1
Mattinata (FG)	1,9
Vico del Gargano (FG)	1,7



Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

I prodotti turistici

La quota di turismo polacco in Puglia rispetto al totale nazionale supera quella di numerosi paesi, a riprova di un forte interesse del mercato polacco verso i prodotti mare e spiritualità. La Puglia potrà emergere su questo mercato verso il quale i maggiori competitor nella stagione estiva - Croazia, Turchia e Grecia - promuovono le loro offerte sempre attraverso i canali tradizionali: outdoor e pubblicità sulle principali testate di settore, spesso in co-marketing con le linee aeree e con gli enti turistici locali.



Fonte: Enit



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4



Repubblica Ceca



Puglia_2017



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Puglia 365

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it

L'andamento del mercato ceco in Puglia

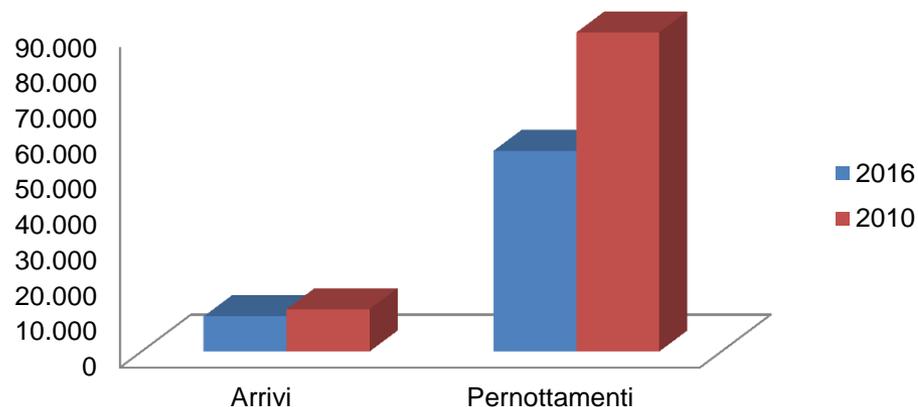
Arrivi 2016: 9.913
-16% rispetto al 2010

Permanenza
media:
5,7 notti

Pernottamenti 2016: 56.611 -
37% rispetto al 2010

Top 10 destinations 2016	Quota % pernottamenti dalla Repubblica Ceca per comune
Vieste (FG)	45,1
Mattinata (FG)	9,4
Vico del Gargano (FG)	8,4
Peschici (FG)	5,7
Bari (BA)	5,5
Rodi Garganico (FG)	3,2
Monopoli (BA)	3,0
Otranto (LE)	1,8
Polignano a Mare (BA)	1,7
Vieste (FG)	45,1

Arrivi e pernottamenti dalla Repubblica Ceca in Puglia (2010-2016)



Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

I prodotti turistici

Il turismo ceco in Puglia è concentrato prevalentemente nella provincia di Foggia, ed in particolare nella costa del Gargano, con un forte raggruppamento delle presenze a Vieste, Mattinata e Rodi Garganico. Si tratta di un turismo legato al mare come conferma un'ulteriore buona concentrazione delle presenze anche nel leccese, a Gallipoli. La

scelta delle destinazioni italiane da parte dei viaggiatori cechi resta condizionata dalla raggiungibilità via auto o pullman, oltre che dalla prossimità geografica. Altrettanto importanti i siti del patrimonio UNESCO e le città d'arte. Il maggiore competitor della Puglia è la Croazia le cui vendite presso i tour operators sono favorite da una politica di prezzi decisamente non sostenibile per l'Italia a discapito della qualità del servizio offerto, in cui viene preferita la quantità alla qualità favorendo il turismo di massa.



Fonte: Enit



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4



Stati Uniti e Canada



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Puglia 365

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it

L'andamento del mercato USA in Puglia

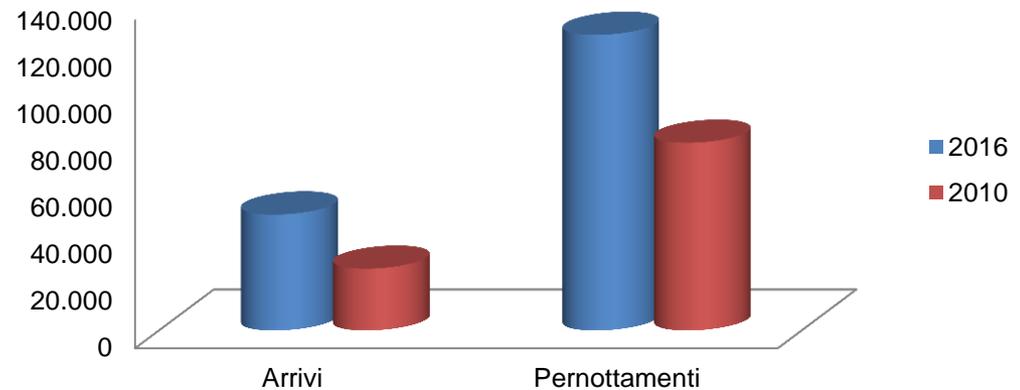
Arrivi 2016: 49.533
+87% rispetto al 2010

Permanenza
media:
2,5 notti

Pernottamenti 2016: 126.384
+57% rispetto al 2010

Arrivi e pernottamenti dagli Stati Uniti in Puglia (2010-2016)

Top 10 destinations 2016	Quota % pernottamenti dagli USA per comune
Lecce (LE)	14,8
Fasano (BR)	14,1
Bari (BA)	11,0
San Giovanni Rotondo (FG)	7,9
Ostuni (BR)	4,1
Otranto (LE)	4,0
Alberobello (BA)	3,4
Monopoli (BA)	3,1
Polignano a Mare (BA)	3,0
Vieste (FG)	2,9



Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it

I prodotti turistici

L'Italia rappresenta il paese del relax, della "dolce vita", la Puglia resta una regione capace di coniugare mare, attività ed eventi sportivi (golf, equitazione, orienteering, sport acquatici, trekking etc.) e una vasta gamma di itinerari artistici e culturali disseminati sul territorio, in grado di offrire un ventaglio di proposte che spaziano dall'enogastronomico, al wellness, all'escursionismo. Ma è il clima mite il principale fattore di attrazione, come dimostra l'andamento mensile degli arrivi (da maggio a settembre).



Fonte: Enit



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

L'andamento del mercato canadese in Puglia

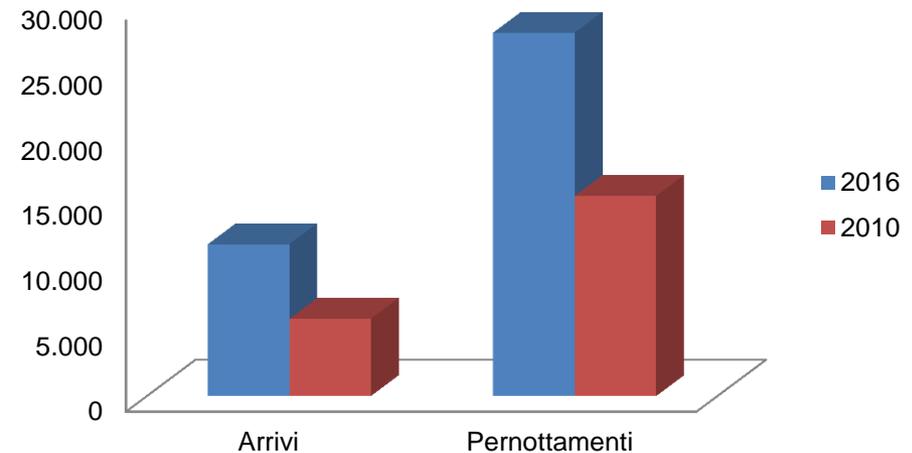
Arrivi 2016: 11.649
+96% rispetto al 2010

Permanenza
media:
2,4 notti

Pernottamenti 2016: 27.861
+81% rispetto al 2010

**Arrivi e pernottamenti dal Canada in Puglia
(2010-2016)**

Top 10 destinations 2016	Quota % pernottamenti dal Canada per comune
Lecce (LE)	12,9
Bari (BA)	11,4
Fasano (BR)	8,5
Alberobello (BA)	5,0
San Giovanni Rotondo (FG)	4,8
Otranto (LE)	4,5
Monopoli (BA)	4,1
Vieste (FG)	4,0
Gallipoli (LE)	3,6
Ostuni (BR)	3,6



Fonte: dati SPOT/Regione Puglia, elaborazione Osservatorio Pugliapromozione



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

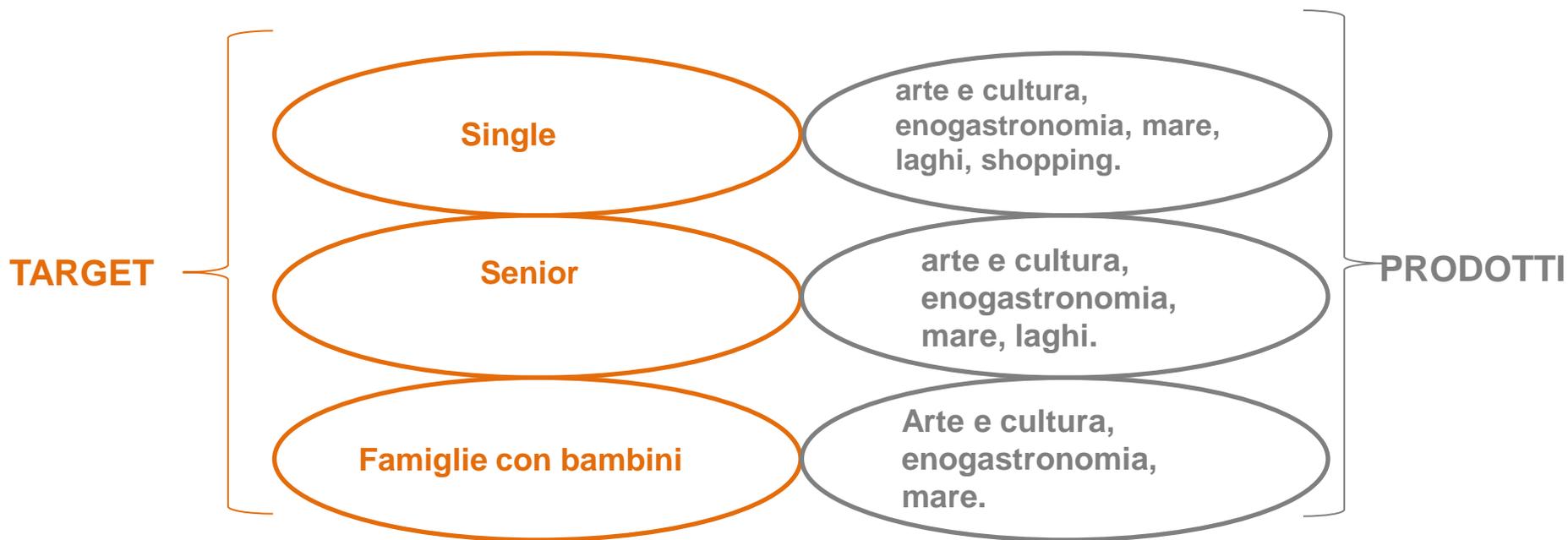


PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

I prodotti turistici

In Canada, nonostante il calo del dollaro canadese rispetto al dollaro USA e all'Euro, rimane comunque alta la propensione a viaggiare. L'Italia e la Puglia sono tra le mete preferite dai canadesi che scelgono l'Europa. Le motivazioni sono: la ricchezza di storia, arte e cultura, l'offerta enogastronomica, la varietà offerta.



Fonte: Enit



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4



OSSERVATORIO Pugliapromozione

Per info osservatorio@viaggiareinpuglia.it



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

[**www.puglia365.it**](http://www.puglia365.it)