

Innovazione della destinazione Puglia: **IL VALORE DEI DATI**

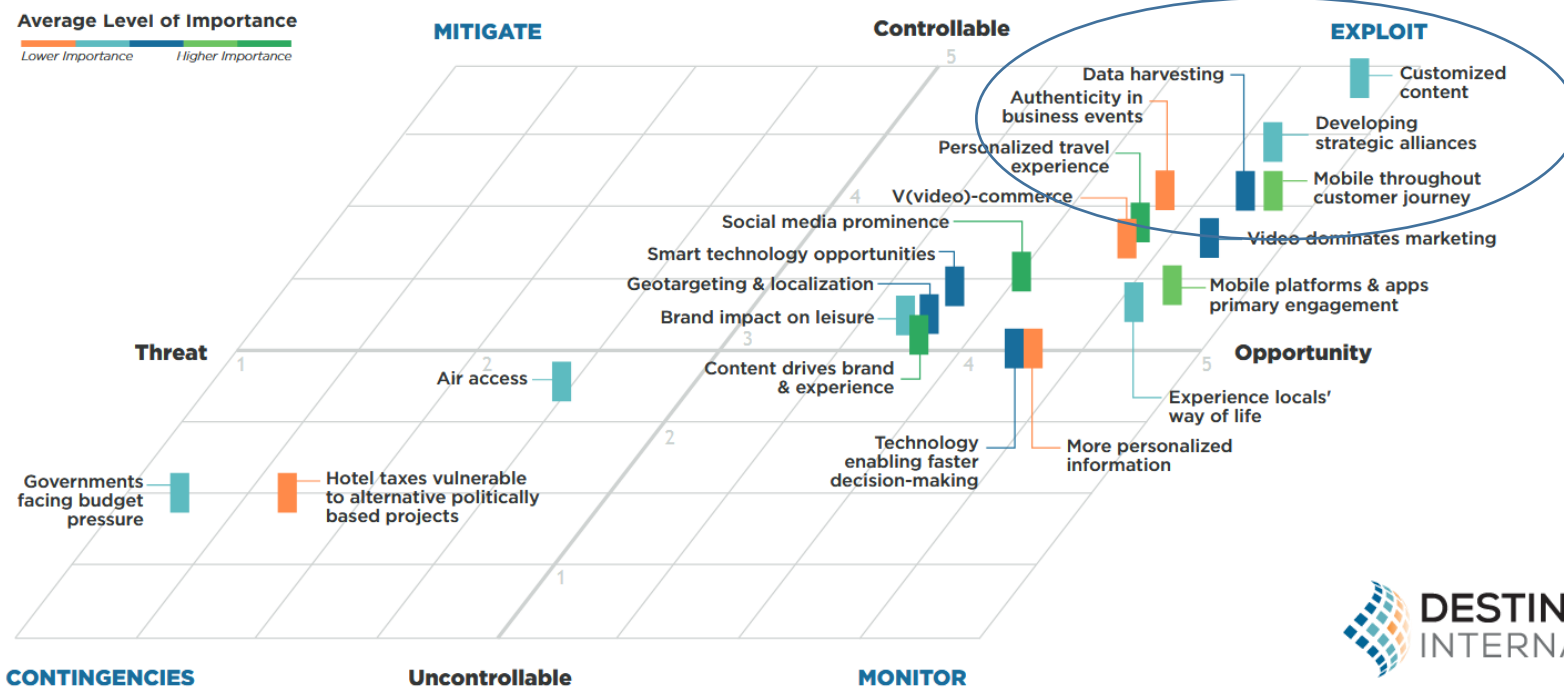
Scenario – Le destinazioni

FUTURE MAP 2017 DestinationNEXT

Contenuti ed esperienze personalizzati

Raccolta dati

Suggerimenti geolocalizzati



Scenario – I viaggiatori

Pianificazione



52%
utilizza la ricerca vocale per effettuare una ricerca per un viaggio

93%

si avvale di siti di recensioni per scoprire nuove destinazioni



45%

si preoccupa dell'affidabilità delle recensioni online

Prenotazione



43%

utilizza uno strumento aziendale di prenotazione per prenotare viaggi d'affari



44% considera una nota dolente dover prenotare tutto separatamente



48%

tende a ricercare e prenotare i propri viaggi tramite smartphone



Il viaggio



70%

afferma che per loro è di maggiore importanza restare in contatto mentre si trovano in viaggio

69%

sostiene che le carte d'imbarco e i biglietti elettronici agevolino notevolmente il viaggio



71%

ritiene sia importante comprendere le tariffe quando si sceglie una compagnia aerea

Nella destinazione



42%

desidera servizi di concierge sul proprio smartphone



41%

sceglie un hotel in base a una buona esperienza digitale



73%

è interessato a visitare la zona il più possibile durante i viaggi d'affari



Durante i viaggi vengono usate in media **15** diverse categorie di app

La 'Ricerca globale sul viaggiatore digitale' di Travelport è un'indagine online che utilizza un campione di viaggiatori fornito da una ricerca Toluna* nell'agosto 2017. La ricerca ha coinvolto 19 Paesi a livello globale ed è stata limitata a persone le quali avevano preso almeno un volo di andata e ritorno lo scorso anno. Complessivamente, sono state intervistate 11.000 persone provenienti da 19 Paesi.

© 2017 Travelport. Tutti i diritti riservati. Travelport, Apollo, Galileo, Worldspan e il logo Travelport sono marchi registrati di proprietà di Travelport. Tutti gli altri marchi sono di proprietà dei rispettivi proprietari.

*Ricerca Toluna: www.toluna-group.com

Scenario – Il viaggio

Il digitale è presente in ogni fase del viaggio

Vengono usate in media **15** diverse categorie di app

Il **79%** dei giovani (18-24anni) guarda video e foto pubblicati da amici sui social media come parte della loro ricerca

Il **42%** desidera servizi di concierge sul proprio smartphone

Il **52%** utilizza la ricerca vocale per effettuare una ricerca per un viaggio

Il **58%** esclude gli hotel che fanno pagare il Wi-Fi



Il **93%** visita i siti di recensioni come guida e ispirazione

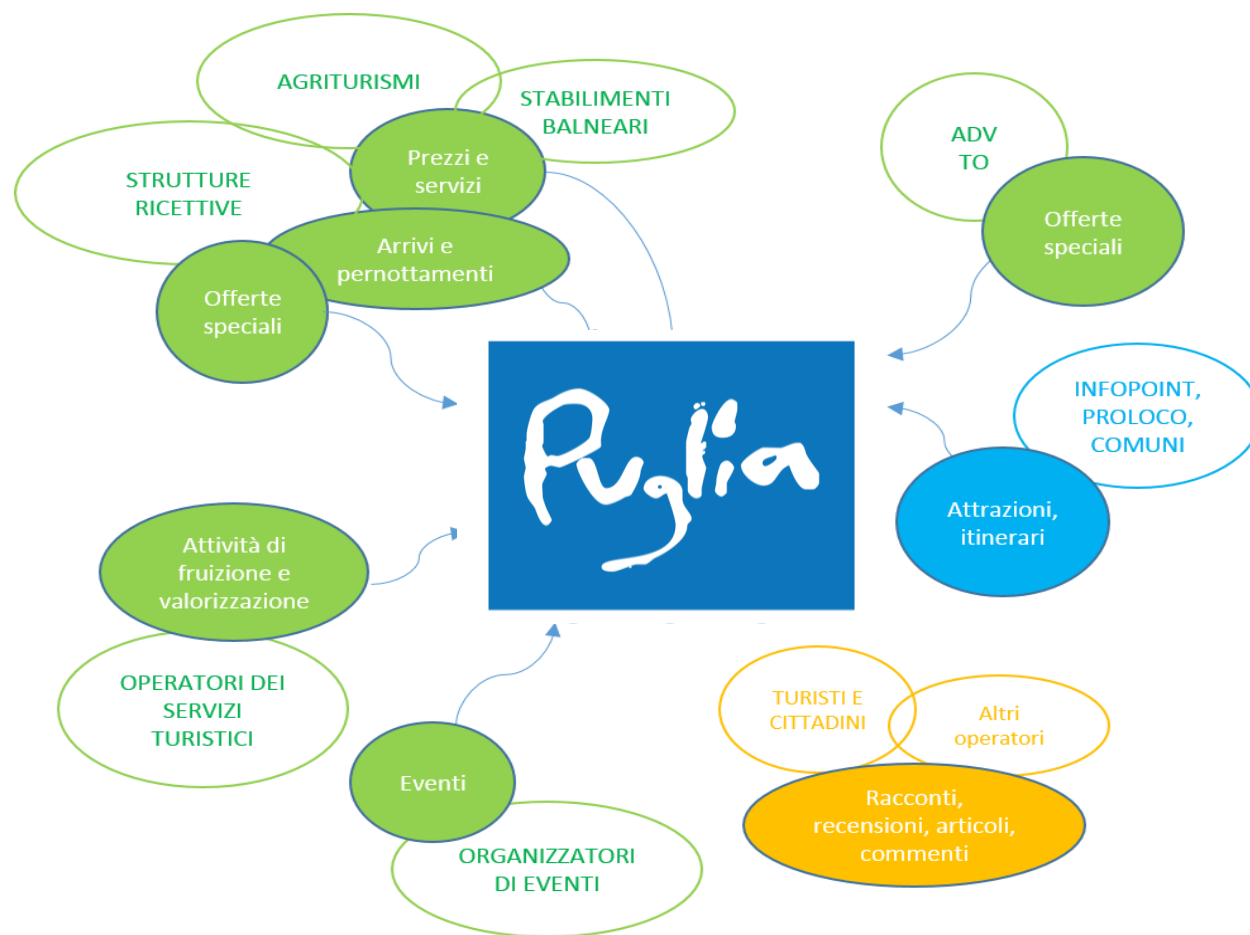
INNOVAZIONE in Puglia



Obiettivi del Piano strategico del turismo
Puglia365 per l'innovazione (*guardando al 2025*):

- Innovare e qualificare la filiera turistica, pubblica e privata.
- Innovare l'offerta turistica e il rapporto con il viaggiatore.
- Innovare e specializzare l'ARET Pugliapromozione.

LUOGHI, ATTORI e CONTENUTI nell'ecosistema digitale del turismo Puglia





COSA FARE



Alla scoperta della biodiversità della laguna di Lesina

Visita guidata al Centro in cui vi sono l'acquario, il museo naturalistico ed il museo etnograf...



"Le Quattro Stagioni di W. H. Hauden"

Performance di teatro, musica e danza in un atto, coreografie di Fredy Franzutti, musica di Antonio...



Alla scoperta delle Grotte di Castellana

Visite guidate nel maestoso complesso carsico delle Grotte di Castellana, tra i più importan...

DOVE ANDARE



1. Gallipoli

Gallipoli(LE)



2. Massafra

Massafra(TA)



3. Martignano

Martignano(LE)



4. Manfredonia

Manfredonia(FG)

MULTIMEDIA

Galleria fotografica

PROPOSTE DI VIAGGIO

promo carnevale in valle d'itria

sistemazione in camera doppia deluxe in regime di hb con percorso spa e late check out euro 140,00 giornaliero a persona sconto del 20% su...

Carnevale a Putignano

Per le date delle sfilate ci sarà lo sconto del 10% per gli alloggi

* agriturismo LAIRE Alberobello
 ☎ 0804324702

Carnevale di Manfredonia

Dedicato a chi sceglie di soggiornare a Manfredonia per godersi la sfilata e festeggiare il Carnevale danzando. OFFERTA Pernottamento e ...

Per saperne di più:
[promo villa san martino.pdf](#)

Fiere

Sul lato a vista di ogni pacco occorre riportare obbligatoriamente e in maniera leggibile le seguenti indicazioni:

- Mittente (nome azienda)
- Materiali contenuti (brochure e/o gadget)
- ATM Dubai 2018

Si precisa che i pacchi privi di queste indicazioni non potranno essere spediti.

INFO E CONTATTI

Tel. 0805821409
Fax 0805821429
e-mail: promozione@viaggiareinpuglia.it
Web: www.arabiantravelmarket.wtm.com

DA CONFERMARE Per questa fiera stiamo raccogliendo le adesioni. Iscriviti, e raggiungeremo più in fretta i numeri per partecipare!

Se sei interessato a partecipare, seleziona la modalità di accreditamento:

- Solo spedizione materiale (max 1 collo per azienda)
- Partecipazione diretta
- Coespositore (pagamento se previsto)

SALVA **INDIETRO**

[Torna alla tua Area Riservata](#)

PRODOTTI TURISTICI
Enogastronomia
Natura, sport e benessere

AREE TERRITORIALI
Salento
Valle d'Itria e Murgia dei Trulli

Classificazione

AGGIORNA IL TUO PROFILO

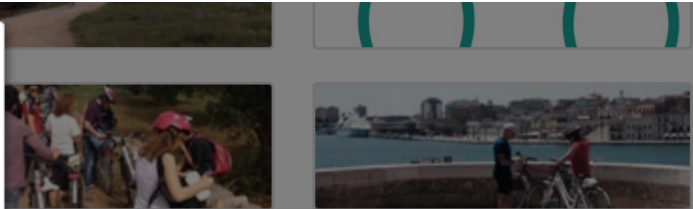
Scheda anagrafica **Contatti referenti**

Al fine di completare il tuo profilo e per p

Profilazione **Mercati** **Fiere** **R**

Aggiungi o modifica selezione

non e' stato trovato nessun elem



Inserisci un tuo consiglio di viaggio in Puglia **Scarica la tua brochure**

Soggetti specializzati in attività in bici

PRODOTTI TURISTICI

Enogastronomia
Natura, sport e benessere

AREE TERRITORIALI

Salento
Valle d'Itria e Murgia dei Trulli

Classificazione

AGGIORNA IL TUO PROFILO

Scheda anagrafica | Contatti referenti

Al fine di completare il tuo profilo e per p

Profilazione | Mercati | Fiere | Ro

Aggiungi o modifica selezione

Proponi nuovo educational

non e' stato trovato nessun elem

Eventi e Workshop

Aderisci alla rete degli operatori che ospitano gli educational

Se sei interessato ai progetti di educational tour e press trip, seleziona:

Ho interesse ad ospitare:

con gratuità

alle seguenti condizioni economiche

Nei seguenti periodi:

tutto l'anno

periodo

Dal

1 gennaio 1900

Al

1 gennaio 1900

Le seguenti categorie:

TO Buyer

ADV

Giornalisti e Travel Blogger

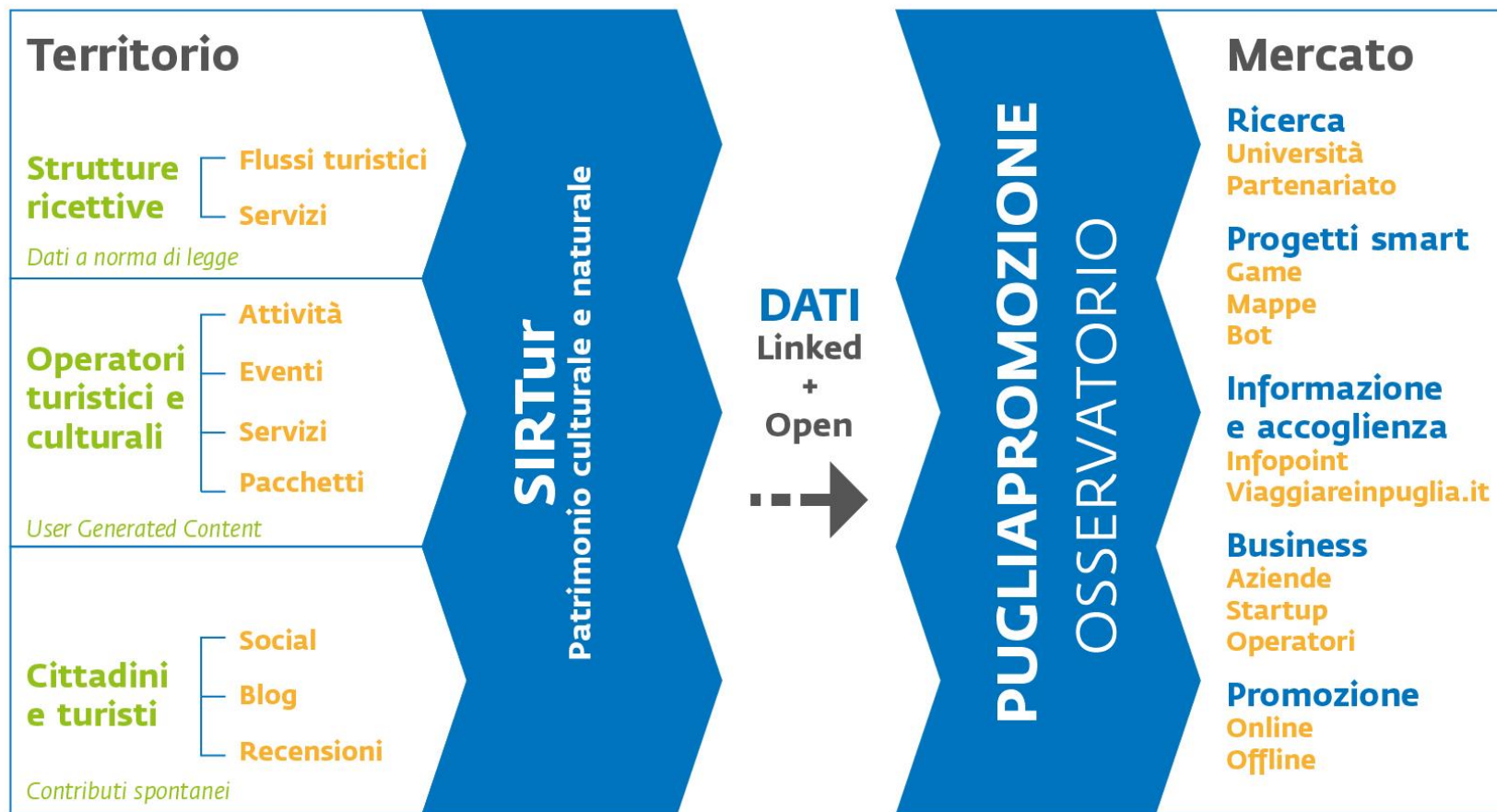
Torna alla tua Area Riservata

Inserisci un tuo consiglio di viaggio in Puglia

Scarica la tua brochure

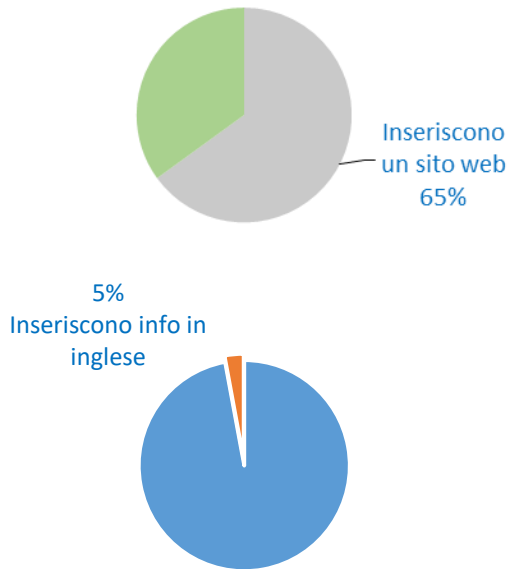
Soggetti specializzati in attività in bici

FLUSSO e strategicità dei DATI nell'ecosistema digitale del turismo Puglia

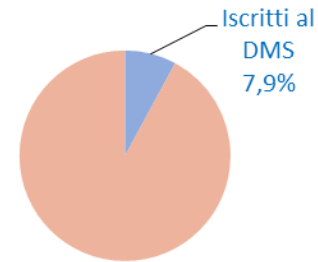


IL VALORE DEI DATI

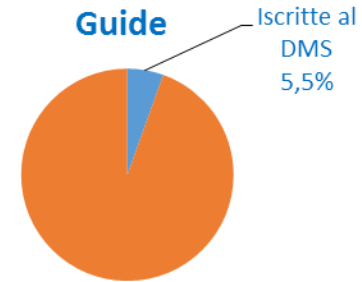
Strutture ricettive sul DMS



Ristoranti



Guide



QUALITA' DEL DATO

QUANTITA' DEI DATI



- Il valore dei dati: acquisire dati utili.



Da(la) parte dei TURISTI

Booking.com

eDreams

Expedia

AEROPORTI DI PUGLIA
BARI BRINDISI FOGGIA TARANTO

Cerco suggestioni e ispirazione

Cerco dove dormire e cosa mangiare

Cerco info su come arrivare

Cerco info sui trasporti su GoogleMaps

Cerco info su cosa fare

Cerco info di altri viaggiatori

Cerco consigli e incontri speciali



musement

Instagram

facebook

tripadvisor

Da(l)la parte degli OPERATORI



Cerco formazione

Cerco canali su cui promuovermi

Cerco un confronto istituzionale e con altri operatori

Cerco operatori con cui collaborare

Cerco info sui trasporti per i miei ospiti

Cerco info su cosa FAR fare



Cerco info dei viaggiatori sulla mia attività e sulla Puglia

Cerco consigli da offrire



- Il valore dei dati: estrarre informazioni utili.



L'Osservatorio turistico regionale

- **Flussi turistici** delle strutture ricettive
- **Geolocalizzazione** degli arrivi e delle presenze
- **Mobilità turistica** interna ed esterna
- Analisi **netnografica**
- L'**ascolto** della rete e delle **conversazioni** online
- Il **sentiment** delle strutture ricettive
- Il **sommerso** e il non dichiarato

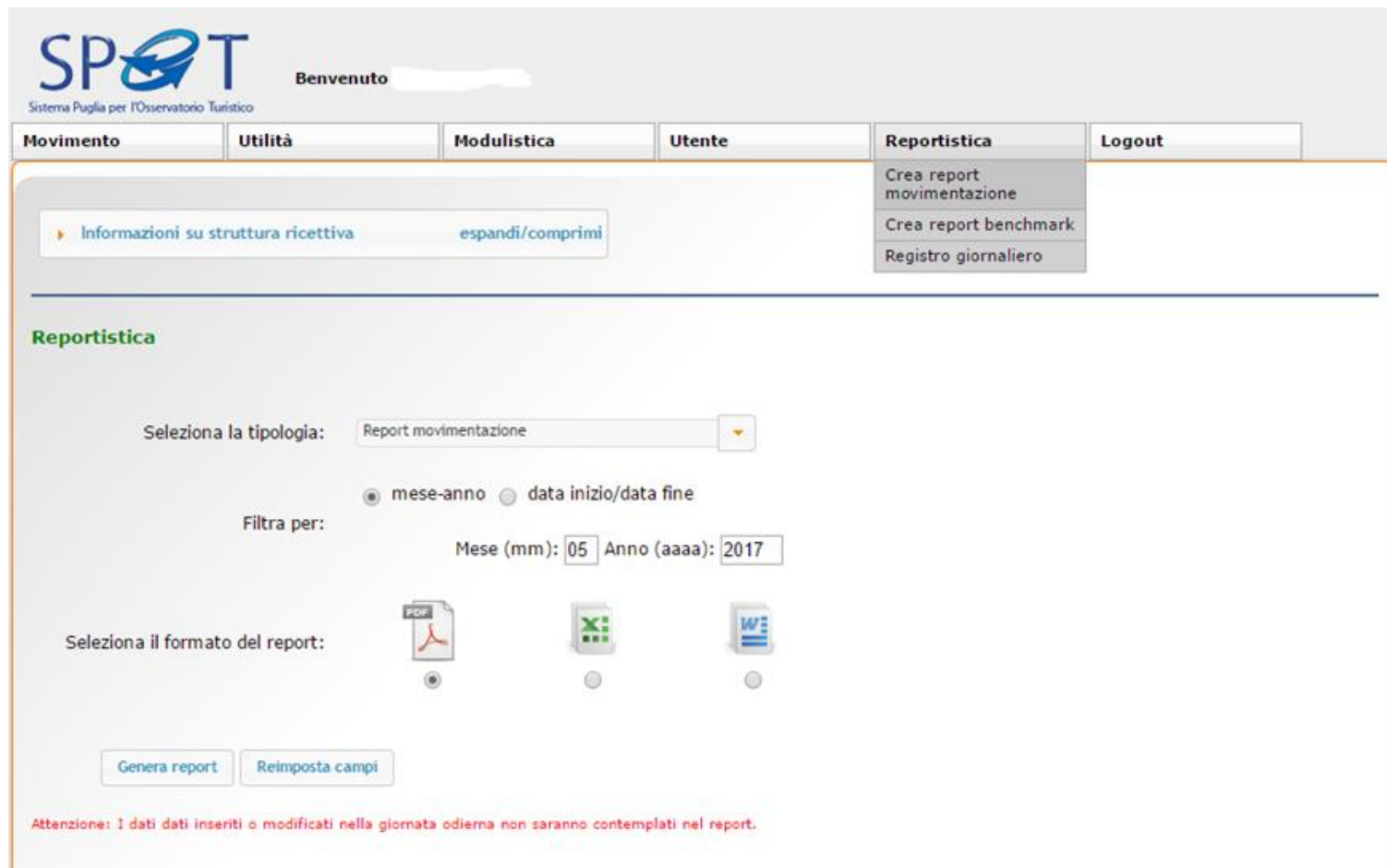
Flussi turistici

- Raccolta dei dati telematizzata



The screenshot shows the SPOT system interface. At the top left is the logo "SPOT" with the tagline "Sistema Puglia per l'Osservatorio Turistico". Below the logo is a navigation menu with four tabs: "Movimento", "Reception", "Modulistica", and "Utente". The "Movimento" tab is currently selected, and a dropdown menu is open, showing three options: "Visualizza Presenze iniziali", "Conferma periodo", and "Export alloggiati". The main content area below the menu is mostly blank, with some faint text visible.

○ Reportistica per gli operatori





The screenshot shows the SPOT web application interface. At the top left is the logo "SPOT" with the text "Sistema Puglia per l'Osservatorio Turistico" below it. To the right of the logo is a "Benvenuto" message. Below the logo is a navigation menu with tabs: "Movimento", "Utilità", "Modulistica", "Utente", "Reportistica", and "Logout". The "Reportistica" tab is active, and a dropdown menu is open showing three options: "Crea report movimentazione", "Crea report benchmark", and "Registro giornaliero". Below the navigation menu is a search bar with the text "Informazioni su struttura ricettiva" and a link "espandi/comprimi". The main content area is titled "Reportistica" and contains the following form elements:

- "Seleziona la tipologia:" with a dropdown menu set to "Report movimentazione".
- "Filtra per:" with two radio buttons: "mese-anno" (selected) and "data inizio/data fine".
- "Mese (mm):" with a text input field containing "05".
- "Anno (aaaa):" with a text input field containing "2017".
- "Seleziona il formato del report:" with three radio buttons and icons: PDF (selected), Excel, and Word.
- "Genera report" and "Reimposta campi" buttons.

At the bottom of the form, there is a red warning message: "Attenzione: I dati dati inseriti o modificati nella giornata odierna non saranno contemplati nel report."


Flussi turistici – analisi

File View

Opened ▾  

direzione_generale ▾

Saiku Analytics x

Cubi 

Movimentazione_Mensile ▾

Misure Add

- arrivi
- partenze
- presenze

Dimensioni

- CLASSIFICAZIONE
- COMPARTO
- COMUNE
 - (All)
 - Comune
- NAZIONE ALLOGGIATO
 - (All)
 - Nazione
- PERIODO
 - (All)
 - Anno
 - Mese
- PROVENIENZA
- PROVINCIA

Misure

- arrivi
- presenze

Colonne

PERIODO

Anno

Righe

COMUNE

Comune

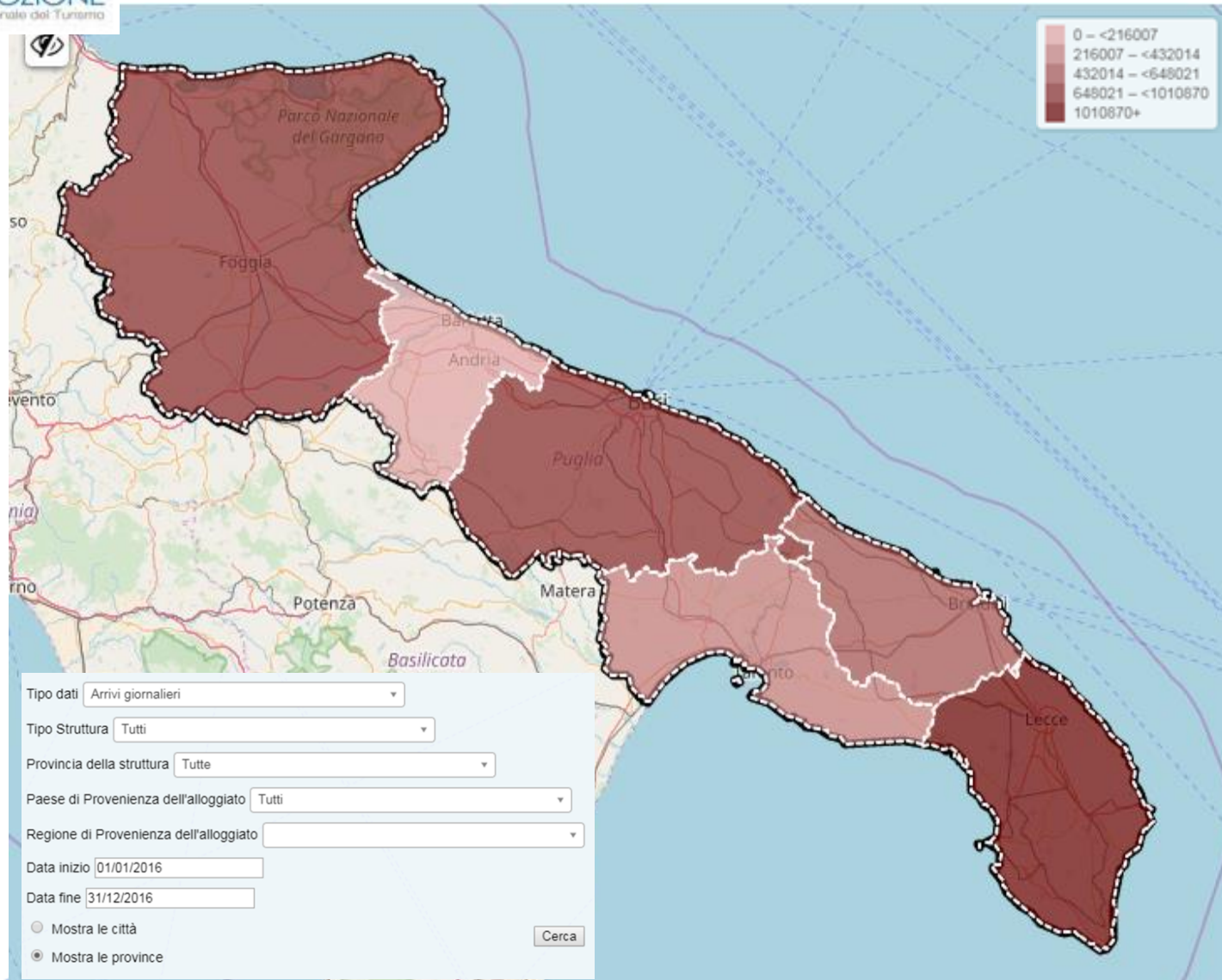
Filtri

You are using Saiku Community Edition, please consider upgrading to [Saiku Enterprise](#), or entering a [sponsorship agreement with us](#) to support development. [Or contribute by joining our community and helping other users!](#)

Info: 11:40 / 9 x 245 / 0.21s

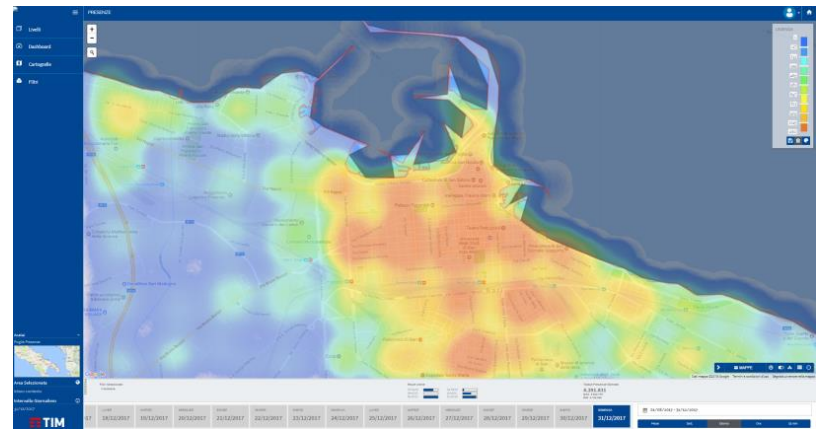
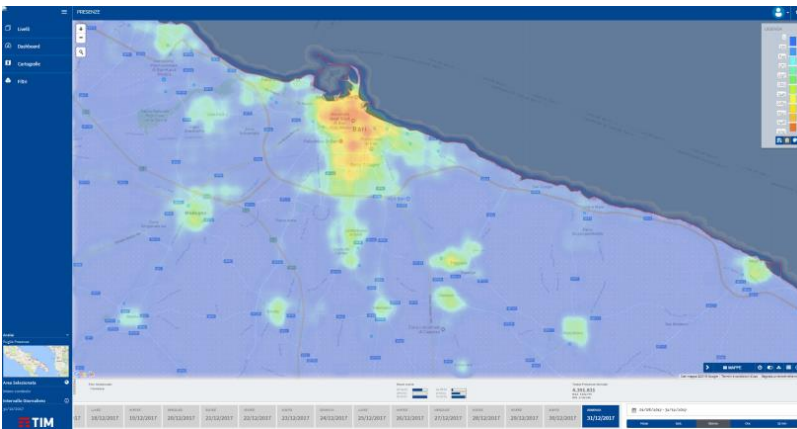
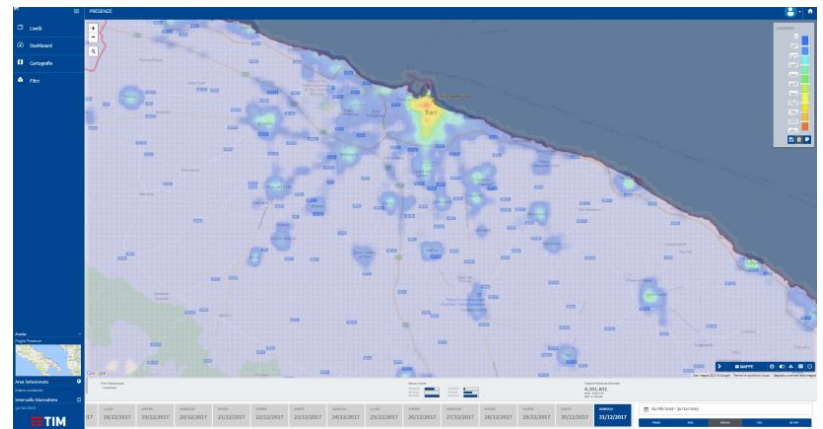
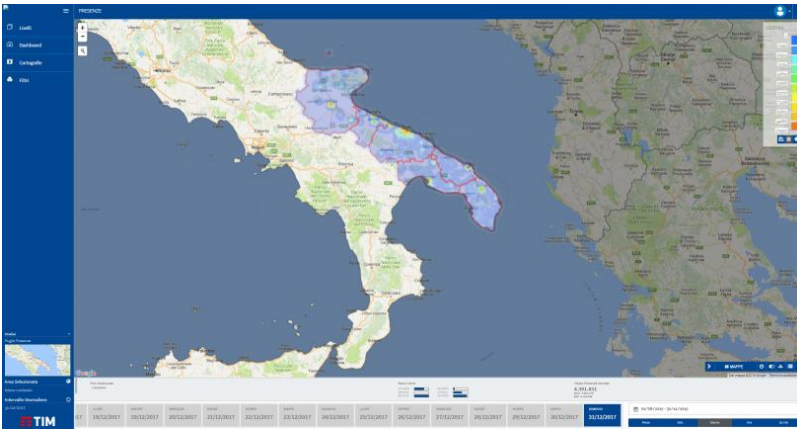
Comune	2013		2014		2015		2016	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
ACCADIA	60	858	70	202	88	566	31	77
ACQUARICA DEL CAPO	65	647	151	696	120	632	135	704
ACQUAVIVA DELLE FONTI	329	733	344	814	467	1.011	807	2.427
ALBEROBELLO	99.180	205.455	97.332	182.832	100.989	197.712	108.555	206.231
ALBERONA	138	459	95	337	487	1.330	515	1.345
ALESSANO	1.524	6.038	1.556	5.415	1.808	7.640	1.873	6.266
ALEZIO	227	1.490	525	2.416	729	3.008	994	4.310
ALLISTE	2.457	11.368	2.744	12.781	3.063	13.803	3.848	17.500
ALTAMURA	8.349	15.145	8.544	16.490	9.875	19.070	11.709	21.356
ANDRANO	344	3.582	319	1.800	342	1.542	416	1.681
ANDRIA	10.739	20.728	11.054	20.800	13.547	25.700	17.619	33.678
APRICENA	410	1.765	249	1.366	193	738	109	228
ARADEO	93	300	49	301	117	344	114	447
ARNESANO	51	180	85	590	65	288	107	384
ASCOLI SATRIANO	149	546	141	1.398	247	895	127	461
AVETRANA	1.809	8.998	1.915	8.060	2.337	8.451	3.268	9.510
BAGNOLO DEL SALENTO	335	1.986	283	1.664	246	1.566	287	1.672
TARI	297.409	551.671	312.527	604.536	339.668	629.501	387.322	722.416

Flussi turistici – sistema cartografico

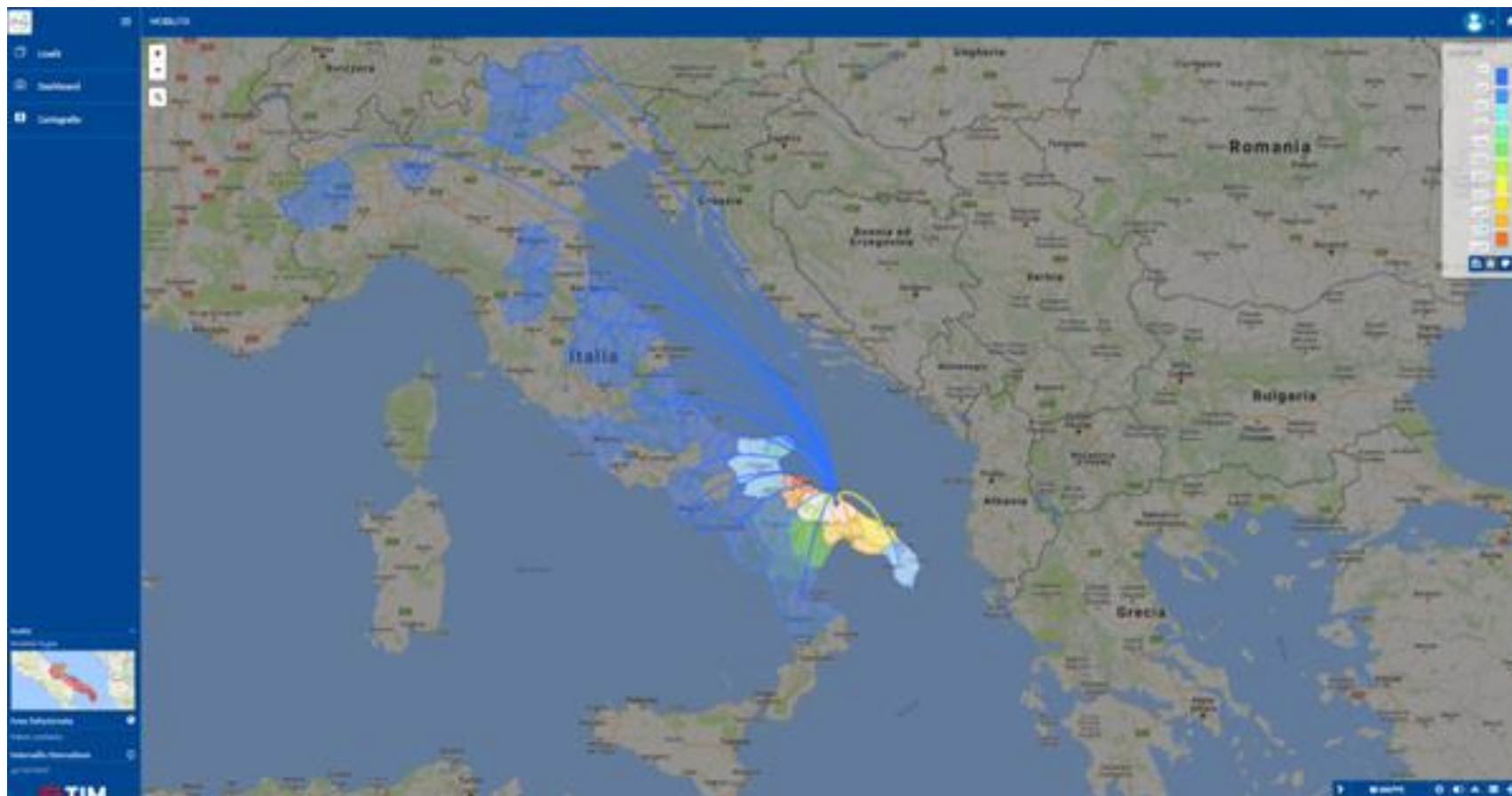


Celle telefoniche: presenze

Rappresentazione grafica mediante zone di colore del numero di SIM italiane e quelle straniere in roaming TIM.



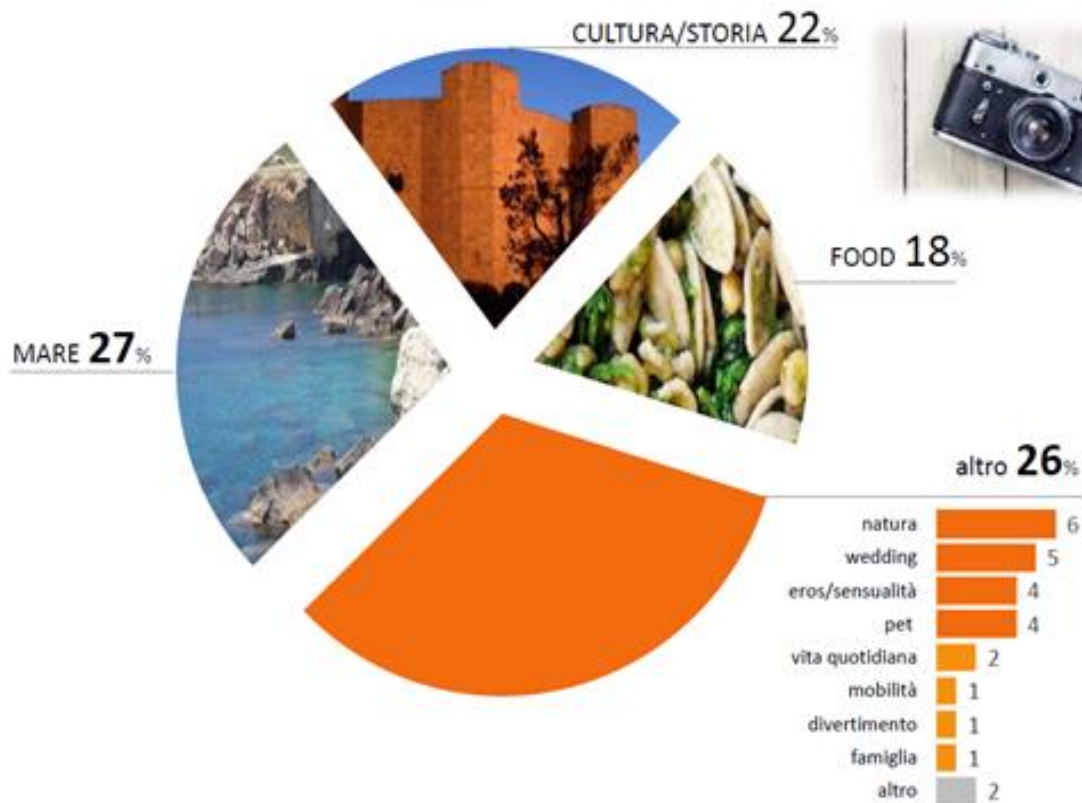
Celle telefoniche: mobilità



L'area di provenienza è individuata sulla base del luogo in cui gli utenti hanno trascorso la notte precedente rispetto al giorno di analisi.

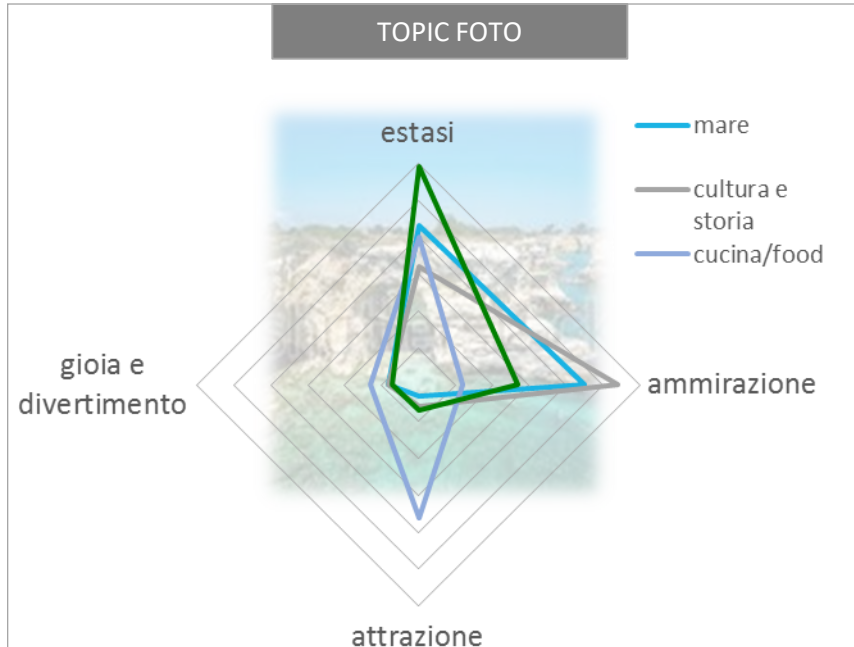
Notorietà e Reputazione - Brand

I temi salienti nella rappresentazione: mare, cultura e tavola



Notorietà e Reputazione - Brand

L'emozionalità suscitata dai diversi temi e soggetti

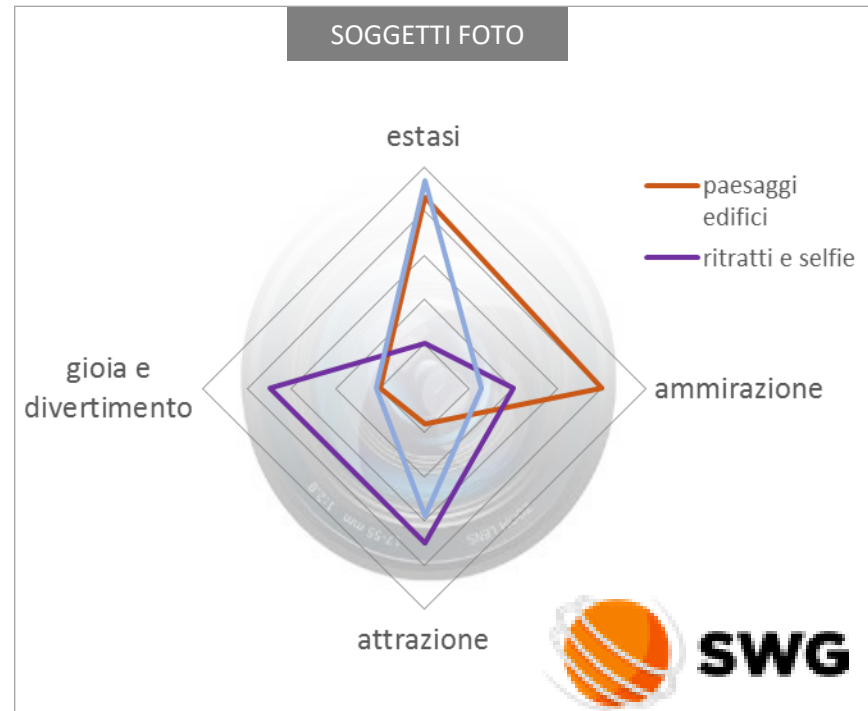


L'estasi del mare e dei paesaggi...

...l'ammirazione per storia e cultura

... l'attrazione per la cucina e la bellezza.

*Per **gioire** ci vogliono le persone!*



Ascolto della rete

a cura di

blogmeter



Monitoraggio conversazioni online



PERIODO DI ANALISI

Sett- Dic 2017



TOTALE MESSAGGI

1,6M



TOTAL ENGAGEMENT

31,2M



**UNIQUE
AUTHORS**

410,8K



**UNIQUE
IMPRESSIONS**

300,6M

Le interazioni rilevate: *Pugliapromozione contribuisce per oltre un terzo*

Puglia
28,5M
interazioni



Contributo di Puglia
Promozione*
11,9M interazioni

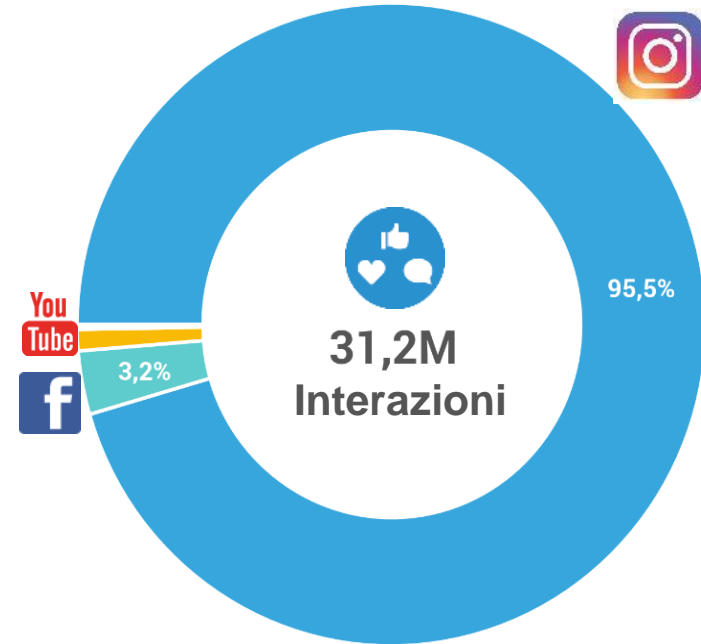
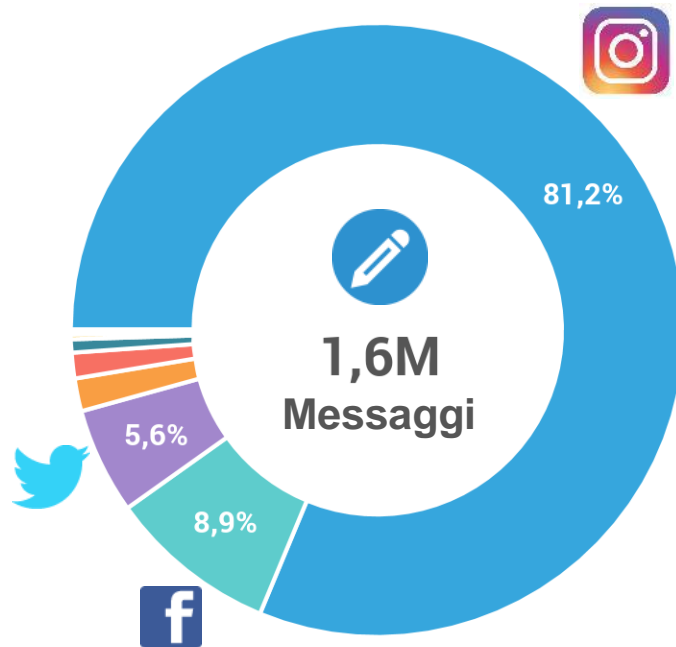


Engagement: 31,2M di interazioni



Le conversazioni: le fonti (pubbliche)

 **DISTRIBUZIONE FONTI (valori percentuali)**



- Instagram
- Facebook
- Twitter
- News
- Blog
- G+
- YouTube
- Forum
- Review
- Content sharing
- Q&A
- Pinterest

Gli hashtag tematici più utilizzati



ENOGASTRONOMIA



Hashtag tematici

28,3K	Food	5,4K	Foodie
21,1K	Foodporn	5,1K	FoodLover
11,4K	Instafood	5K	Yummy
8K	Wine	4,8K	Cucina
7,6K	ItalianFood	4,6K	PugliaFood
7,5K	FoodBlogger	4,6K	Delicious



ARTE & CULTURA



Hashtag tematici

14,4K	Art	1,7K	Cultura
5,4K	Arte	1,6K	Fashion
3,5K	Architecture	1,5K	Style
3,4K	Design	1,4K	Music
2K	Culture	1,2K	Landscape
1,8K	Artist	895	MadeInItaly

#WeAreInPuglia



**TOTALE
MESSAGGI**
422,8K



**TOTAL
ENGAGEMENT**
11,8M



**UNIQUE
AUTHORS**
80,4K



**UNIQUE
IMPRESSIONS**
29M



TOP HASHTAG

88K	#WeAreInPuglia
48K	#Puglia
25,1K	#IgersPuglia
20K	#VolgoPuglia



TOP FONTI

@	405,3K	instagram.com
🐦	11,6K	Twitter.com
f	5,2K	Facebook.com
G+	586	Plus.google.com

 Sett- Dic 2017

#WeAreInPuglia: un hashtag di tutti

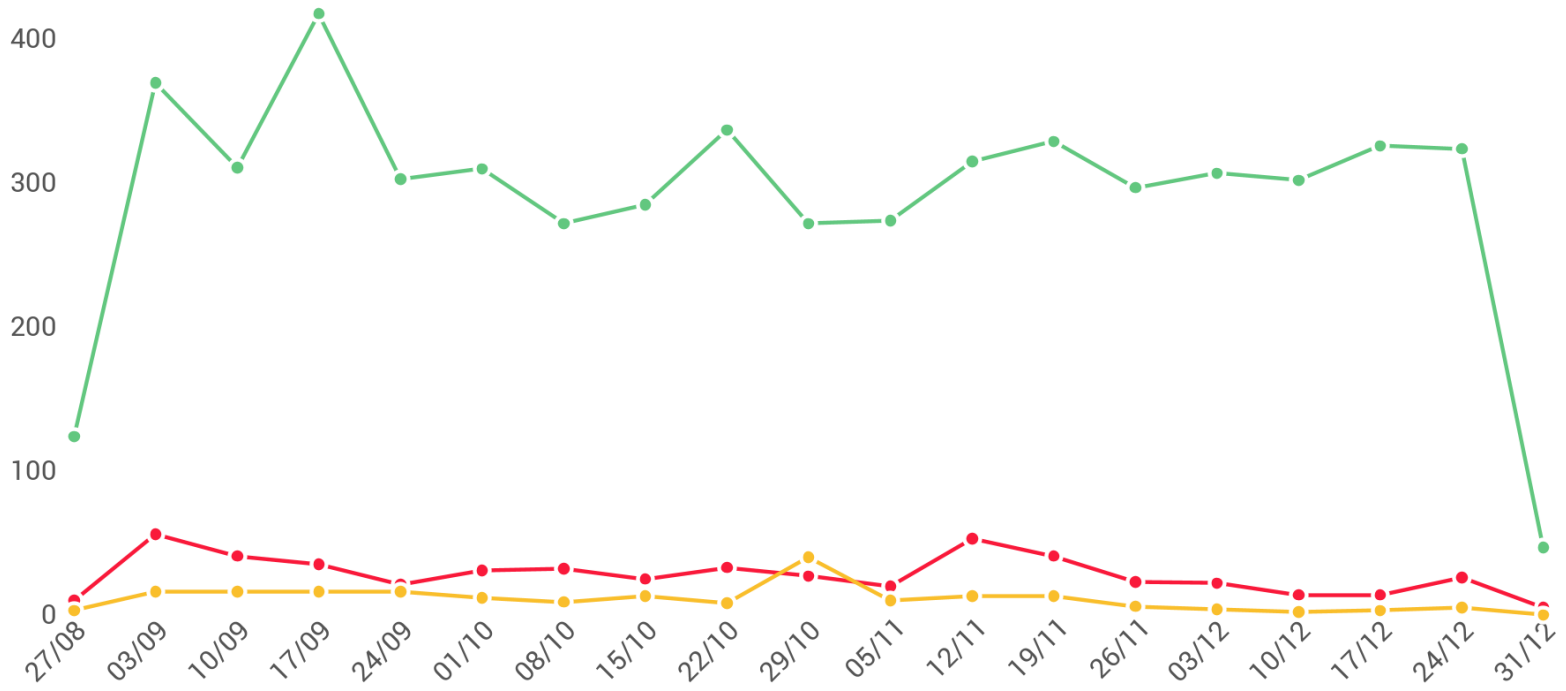
#WeAreInPuglia
422,8K
(100%)

*Contributo di
Puglia Promozione
5,3K messaggi
(1,2%)



Totale conversazioni: 422,8K messaggi

#WeAreInPuglia: una campagna accolta con positività



Reputazione della ricettività

a cura di



TRAVEL APPEAL



La soddisfazione degli ospiti: l'accoglienza traina

1° GEN 2017 - 31 DIC 2017



8.853
STRUTTURE RICETTIVE

+1,6% rispetto al 2016

Con almeno una recensione nel periodo considerato su un totale di 14.266 presenti online. Di cui 8.254 annunci di appartamenti e 6.021 strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere.

383.154
CONTENUTI
ANALIZZATI

+10% rispetto al 2016

1.828.936
OPINIONI
RILEVATE

86.3% Soddisfazione generale degli ospiti

Sentiment Positivo al 31 Dicembre 2017 **+0.2 punti** rispetto al 2016

	Soddisfazione degli ospiti	Peso nelle recensioni
 Generale	86.9%	-
 Camere	77.1%	25%
 Posizione	93.8%	16%
 Servizi	78.8%	9%
 Ristorazione	86.1%	19%
 Accoglienza	94.1%	21%
 Pulizia	90.8%	8%
 Costi	59.7%	1%
 Internet	58.3%	1%

*I valori al di sotto del 55% di Sentiment positivo sono marcati in rosso.

La qualità dell'offerta pugliese: *ben distribuita tra le province della Regione*

SODDISFAZIONE DEGLI OSPITI PER PROVINCIA

FOGGIA *provincia*

83.9%

Soddisfazione degli ospiti*
68.133 contenuti analizzati

👍 Posizione (94%*)
👎 Internet (50%)

👉 Colazione
👎 Staff
🇫🇷 Francia

👨‍👩‍👧 Famiglie

BAT *provincia*

85.8%

Soddisfazione degli ospiti
14.945 contenuti analizzati

👍 Posizione (95%)
👎 Internet (66%)

👉 Colazione
👎 Servizio
🇫🇷 Francia

👨‍👩‍👧 Coppie

TARANTO *provincia*

85.7%

Soddisfazione degli ospiti
23.696 contenuti analizzati

👍 Accoglienza (94%)
👎 Internet (56%)

👉 Parcheggi, staff
👉 Camere, posizione
🇫🇷 Francia

👨‍👩‍👧 Famiglie

BARI *provincia*

85.5%

Soddisfazione degli ospiti
105.505 contenuti analizzati

👍 Accoglienza (95%)
👎 Costi (63%)

👉 Camere
👉 Colazione

🇫🇷 Francia

👨‍👩‍👧 Coppie

BRINDISI *provincia*

87.4%

Soddisfazione degli ospiti
42.140 contenuti analizzati

👍 Accoglienza (95%)
👎 Costi (55%)

👉 Colazione
👎 Parcheggio

🇫🇷 Francia

👨‍👩‍👧 Coppie

LECCE *provincia*

87.8%

Soddisfazione degli ospiti
128.735 contenuti analizzati

👍 Accoglienza (95%)
👎 Internet (57%)

👉 Colazione
👎 Posizione

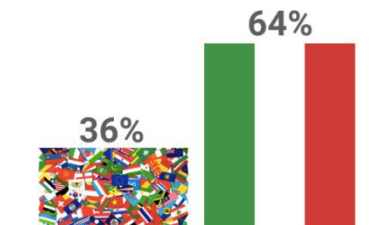
🇫🇷 Francia

👨‍👩‍👧 Coppie

- 👍👎 Top/Flop
- 👉👎 Tendenze positive/negative
- 🇫🇷 1° mercato estero di provenienza dei viaggiatori online
- 👨‍👩‍👧 Principale tipologia di viaggiatori

*Sentiment positivo al 31 Dic 2017.

L'ospitalità pugliese: gli stranieri apprezzano più degli italiani



*Provenienza rilevata ove disponibile sul profilo del viaggiatore



Stranieri
Italiani

Soddisfazione
generale degli ospiti

86.8%

85.7%

	ITALIANI		STRANIERI	
	Soddisfazione degli ospiti	Peso nelle recensioni	Soddisfazione degli ospiti	Peso nelle recensioni
📄 Generale	86.9%	-	86.0%	-
🔑 Camere	75.0%	26%	79.9%	27%
📍 Posizione	94.3%	15%	92.6%	21%
🏠 Servizi	75.2%	8%	82.6%	9%
🍴 Ristorazione	85.1%	18%	86.8%	19%
📁 Accoglienza	94.3%	21%	94.5%	16%
💧 Pulizia	90.6%	9%	91.7%	4%
💰 Costi	63.4%	1%	47.4%	0%
📶 Internet	49.1%	1%	67.7%	2%

*I valori al di sotto del 55% di Sentiment positivo sono marcati in rosso.

Provenienza rilevata ove disponibile sul profilo del viaggiatore

PAESE	Recensioni analizzate	Soddisfazione degli ospiti
Francia	14.445	86.5%
Germania	9.451	85.8%
Regno Unito	8.645	87.8%
Paesi Bassi	6.592	87.7%
Svizzera	6.460	86.4%
Belgio	5.106	86.9%
Polonia	4.042	86.4%
Spagna	3.276	84.9%
Stati Uniti	2.694	88.9%
Russia	2.399	87.0%

La reputazione delle strutture ricettive pugliesi: *predomina Booking.com*

1° GEN 2017 - 31 DIC 2017

Distribuzione dei contenuti sui canali

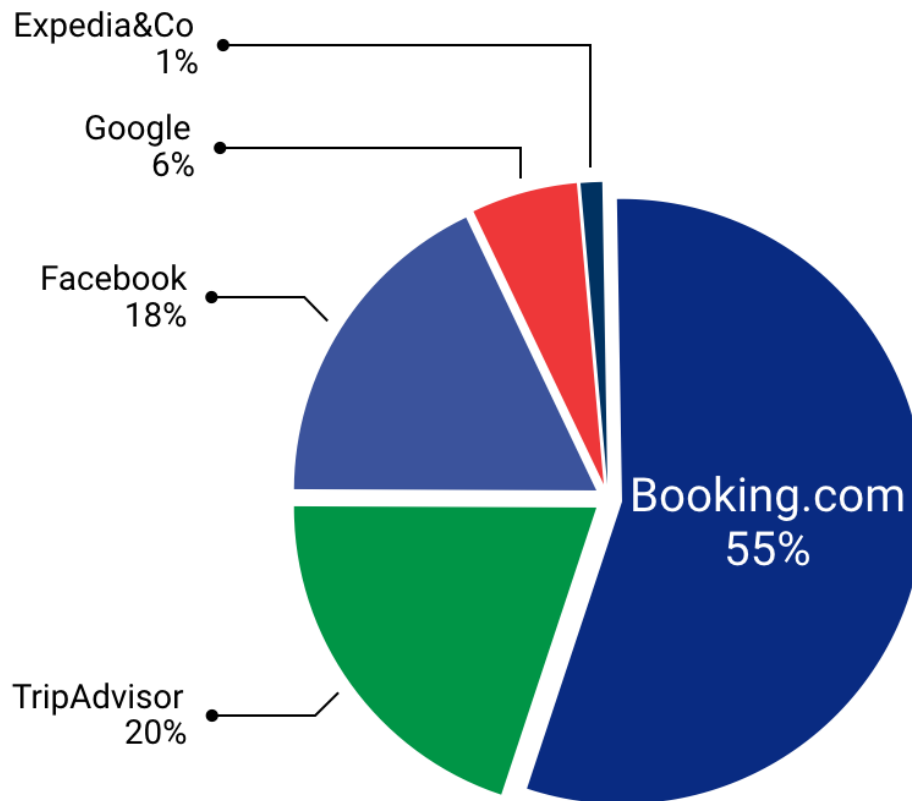
Principali canali monitorati



Booking.com



Google



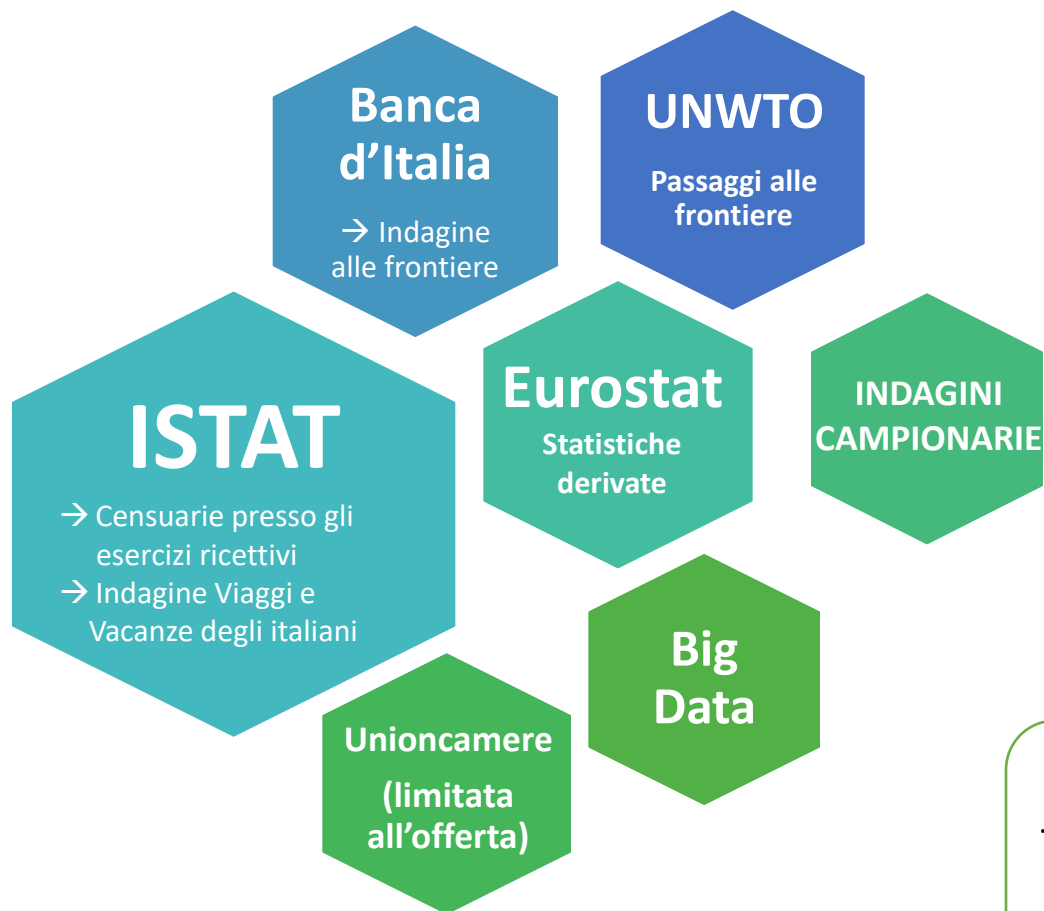
Analisi sommerso e non dichiarato

a cura di



NMTC
NewMercuryTourismConsulting
TuRiStIcA

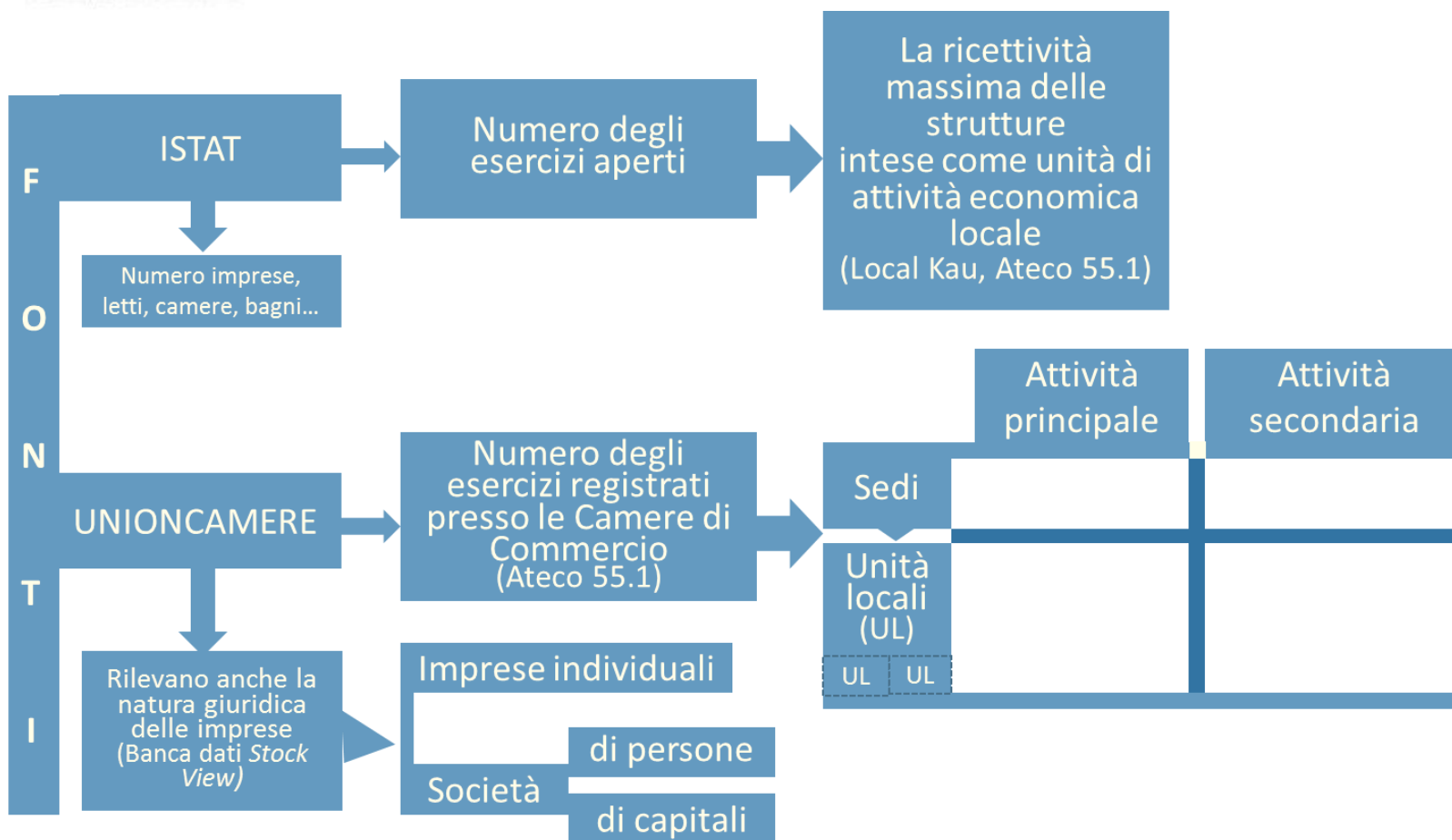
Principali fonti dei dati



→ Nonostante le diverse fonti è preferibile basarsi principalmente sui dati

ISTAT

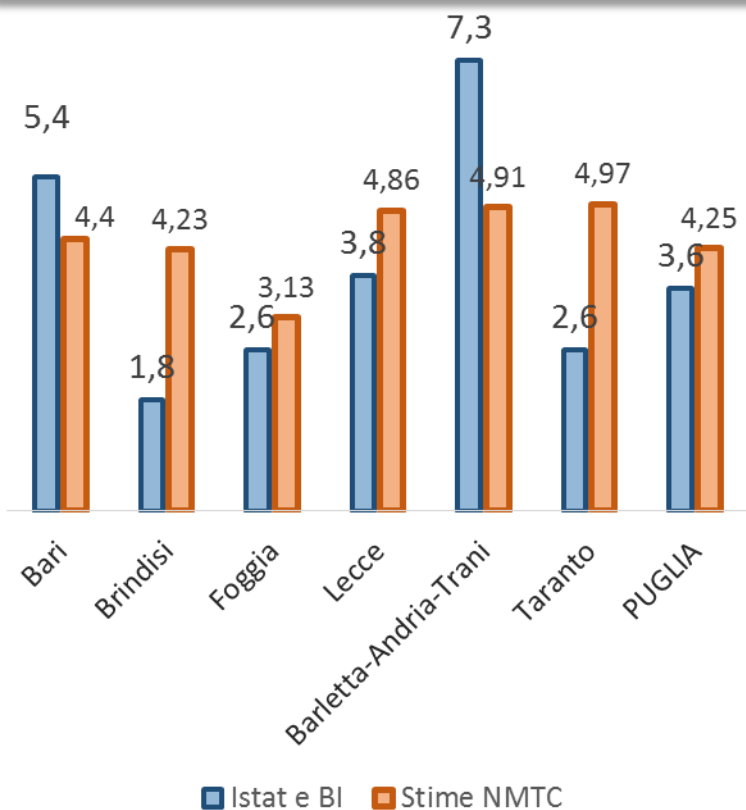
Principali fonti dei dati



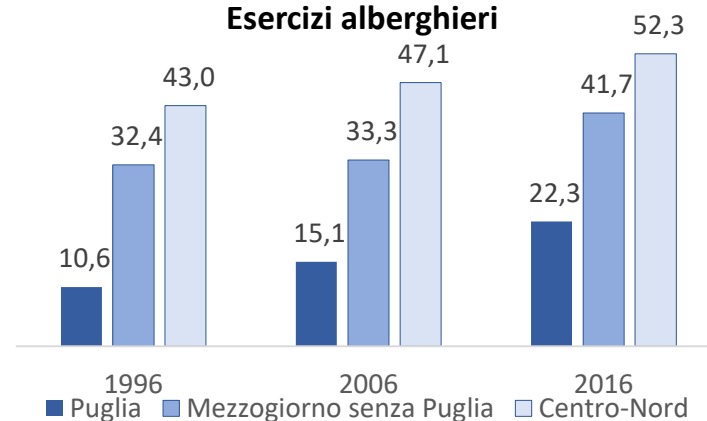
Stock View è la banca dati che fornisce informazioni sulle sedi, localizzazioni, persone ed imprese artigiane iscritte al Registro Imprese della Camera di Commercio. Le variabili rilevate possono essere incrociate per territorio, natura giuridica, settore di attività ecc. ed ulteriori "filtri" fino a raggiungere il dettaglio comunale.

Modello Gio.Ne.: la stima del turismo straniero

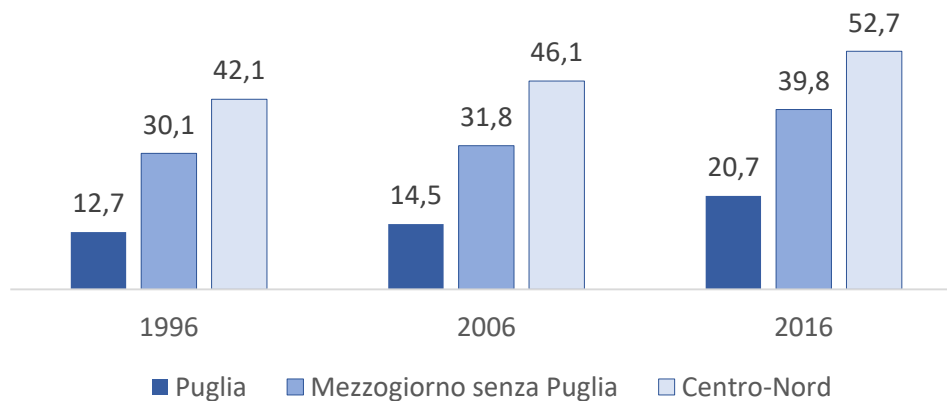
Moltiplicatore turistico tra i dati Istat e BI e stime NMTC



Esercizi alberghieri



Esercizi totali



Il Modello Gio.Ne.

GALLIPOLI (LE)

Tab. 1 - Movimento turistico rilevato dall'Istat e movimento turistico stimato. Componente nazionale ed estera. Valori assoluti, moltiplicatore, distribuzione percentuale mensile, composizione fra italiani e stranieri.

	PRESENZE ISTAT			PRESENZE STIMATE			MULTIPLICATORE		
	Italiani	Stranieri	Totali	Italiani	Stranieri	Totali	Italiani	Stranieri	Totali
Gennaio	3.070	993	4.063	11.553	4.270	15.823	3,76	4,30	3,89
Febbraio	4.829	1.767	6.596	17.502	7.068	24.570	3,62	4,00	3,73
Marzo	7.652	1.828	9.480	39.043	9.506	48.548	5,10	5,20	5,12
Aprile	13.333	5.335	18.668	67.470	23.474	90.944	5,06	4,40	4,87
Maggio	14.593	10.371	24.964	79.134	45.632	124.767	5,42	4,40	5,00
Giugno	47.832	11.132	58.964	243.389	43.415	286.804	5,09	3,90	4,86
Luglio	101.746	19.350	121.096	506.402	81.270	587.672	4,98	4,20	4,85
Agosto	157.677	14.500	172.177	801.309	55.100	856.409	5,08	3,80	4,97
Settembre	46.077	15.817	61.894	235.991	61.686	297.678	5,12	3,90	4,81
Ottobre	9.315	8.753	18.068	53.631	35.887	89.519	5,76	4,10	4,95
Novembre	2.393	1.730	4.123	10.457	6.920	17.377	4,37	4,00	4,21
Dicembre	3.046	1.512	4.558	16.484	6.048	22.532	5,41	4,00	4,94
Totale	411.563	93.088	504.651	2.082.367	380.276	2.462.643	5,06	4,09	4,88

Quote mensili di mercato						
Gennaio	0,7	1,1	0,8	0,6	1,1	0,6
Febbraio	1,2	1,9	1,3	0,8	1,9	1,0
Marzo	1,9	2,0	1,9	1,9	2,5	2,0
Aprile	3,2	5,7	3,7	3,2	6,2	3,7
Maggio	3,5	11,1	4,9	3,8	12,0	5,1
Giugno	11,6	12,0	11,7	11,7	11,4	11,6
Luglio	24,7	20,8	24,0	24,3	21,4	23,9
Agosto	38,3	15,6	34,1	38,5	14,5	34,8
Settembre	11,2	17,0	12,3	11,3	16,2	12,1
Ottobre	2,3	9,4	3,6	2,6	9,4	3,6
Novembre	0,6	1,9	0,8	0,5	1,8	0,7
Dicembre	0,7	1,6	0,9	0,8	1,6	0,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Quote di mercato fra residenti e non residenti						
Gennaio	75,6	24,4	100,0	73,0	27,0	100,0
Febbraio	73,2	26,8	100,0	71,2	28,8	100,0
Marzo	80,7	19,3	100,0	80,4	19,6	100,0
Aprile	71,4	28,6	100,0	74,2	25,8	100,0
Maggio	58,5	41,5	100,0	63,4	36,6	100,0
Giugno	81,1	18,9	100,0	84,9	15,1	100,0
Luglio	84,0	16,0	100,0	86,2	13,8	100,0
Agosto	91,6	8,4	100,0	93,6	6,4	100,0
Settembre	74,4	25,6	100,0	79,3	20,7	100,0
Ottobre	51,6	48,4	100,0	59,9	40,1	100,0
Novembre	58,0	42,0	100,0	60,2	39,8	100,0
Dicembre	66,8	33,2	100,0	73,2	26,8	100,0
Totale	81,6	18,4	100,0	84,6	15,4	100,0

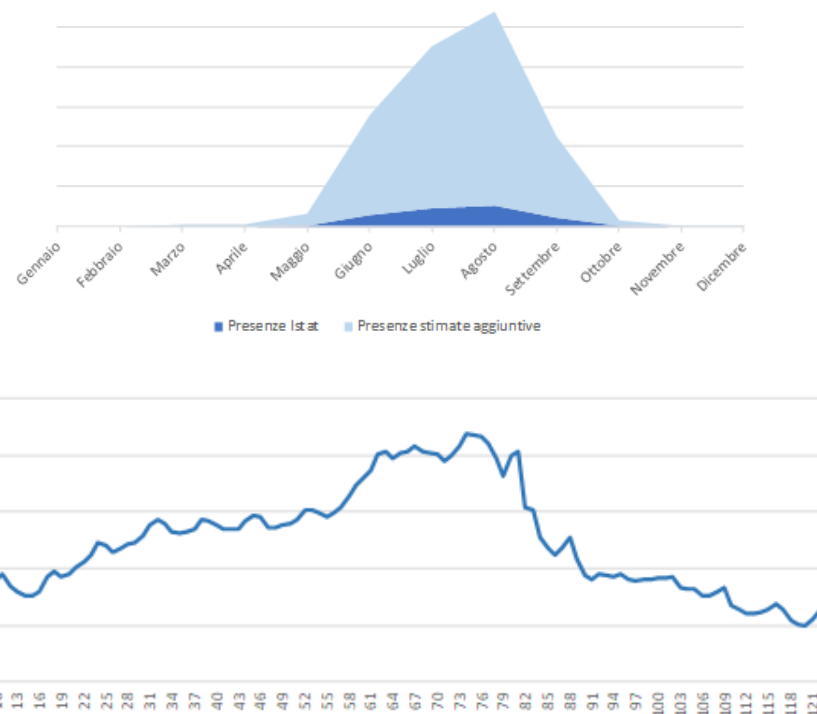
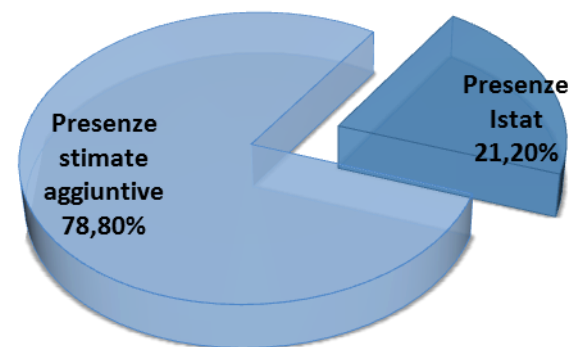
Indicatori ambientali

Tasso di turisticità: 118.830

I	over 100.000
II	100.000 < > 30.000
III	30.000 < > 10.000
IV	10.000 < > 1.000
V	under 1000

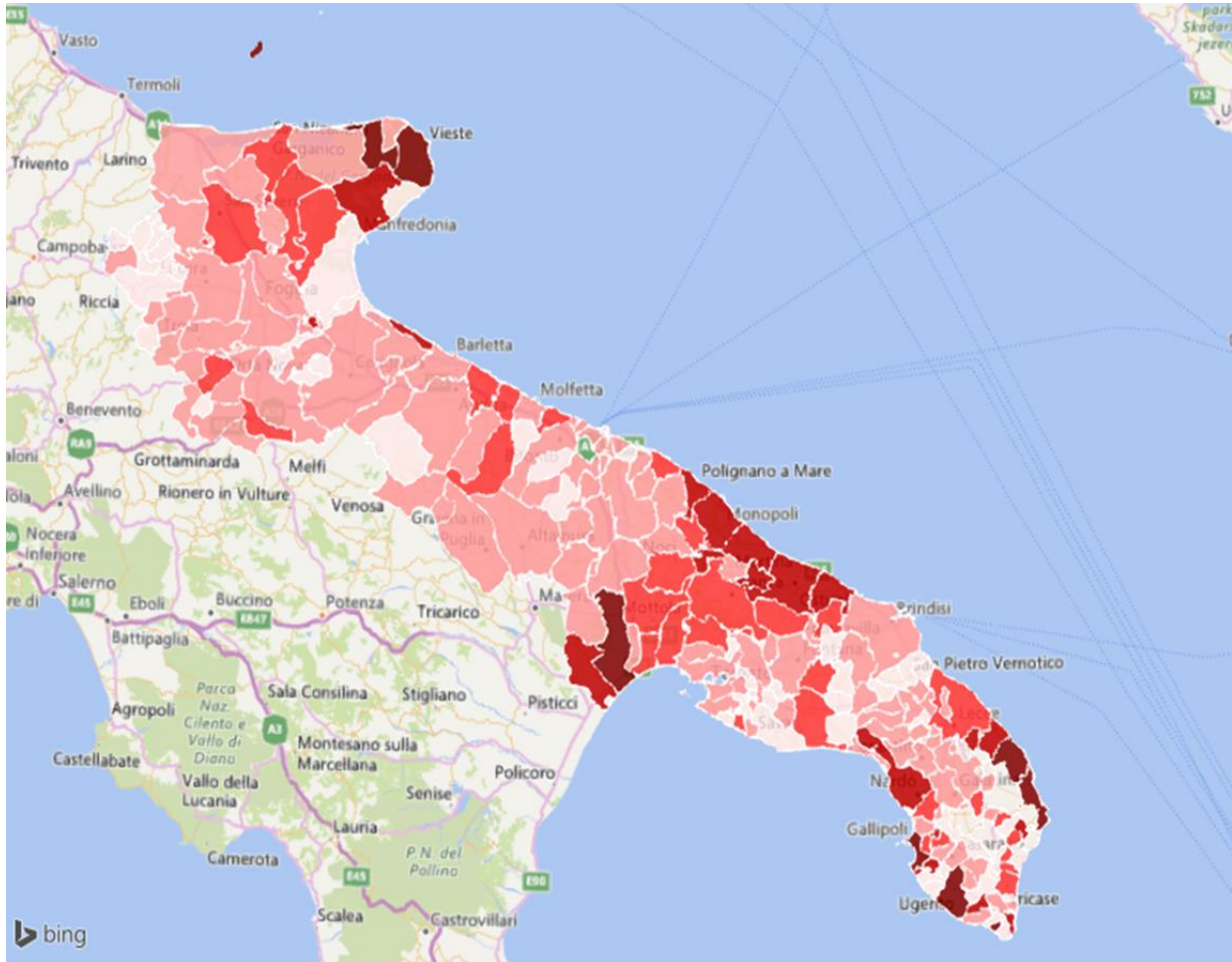
Indice di densità turistica: 61.032

I	over 15.000
II	15.000 < > 5000
III	5000 < > 1000
IV	under 1000



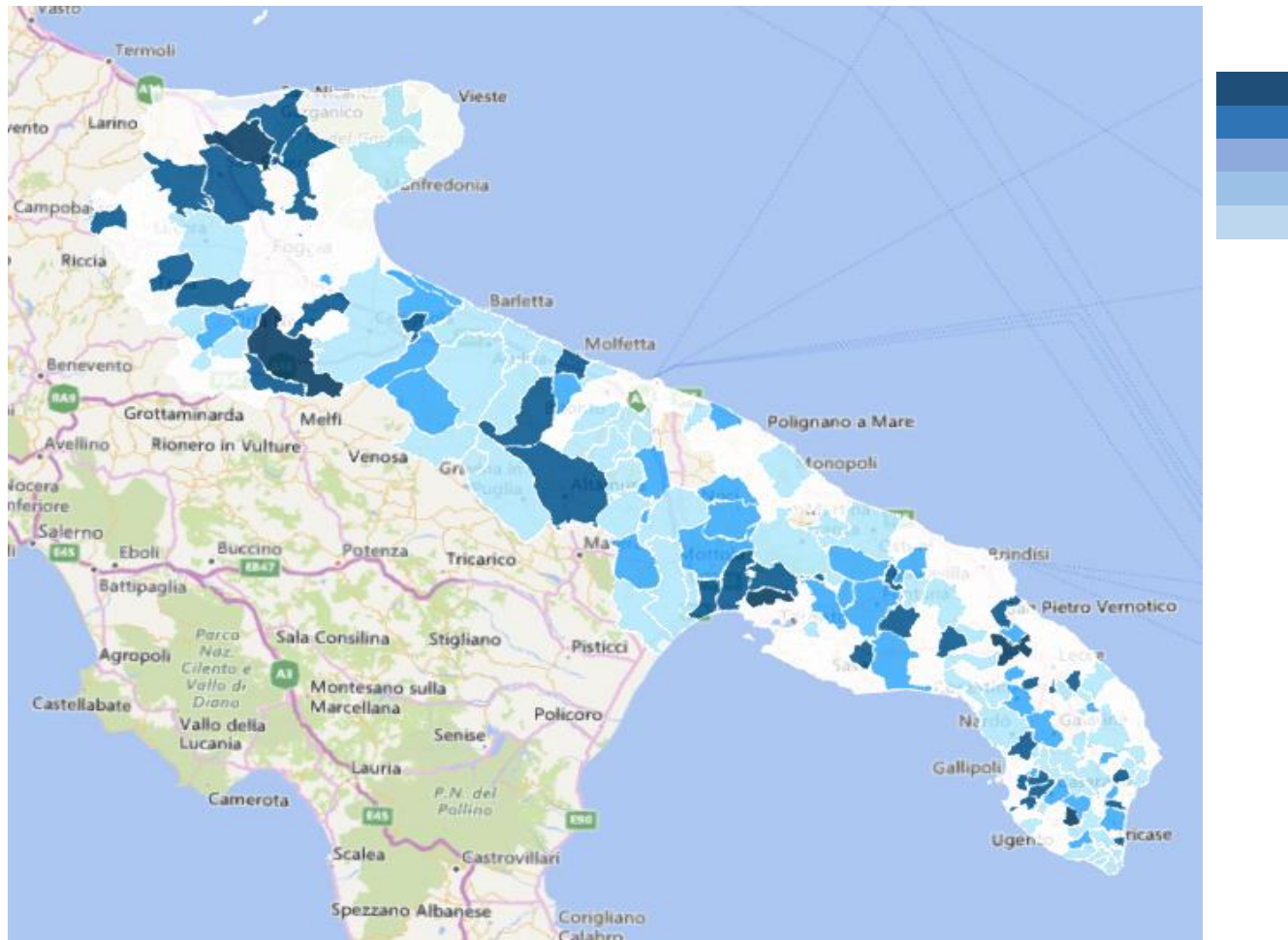
Georeferenziazione dei dati

Figura 1: Comuni pugliesi secondo l'incidenza del movimento turistico sulla popolazione.



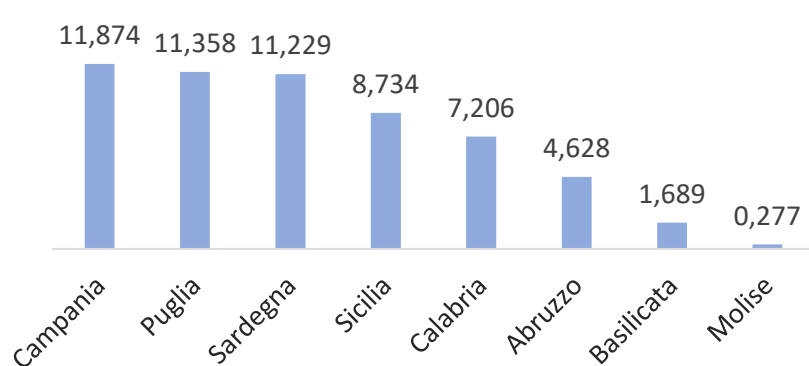
Georeferenziazione dei dati

Figura 2: Moltiplicatore turistico per passare dalle presenze ufficiali a quelle stimate

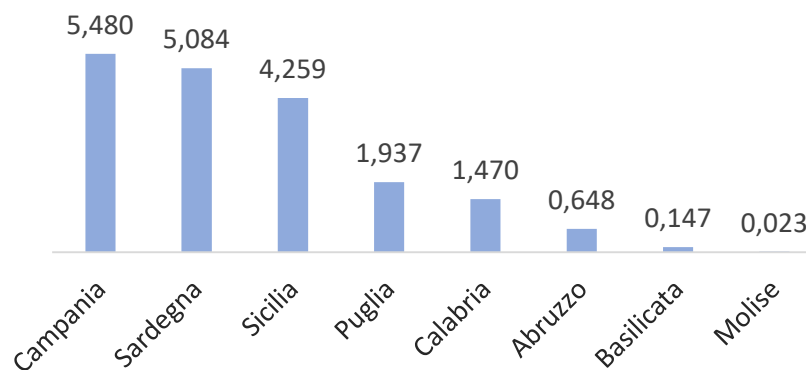


Analisi della stagionalità

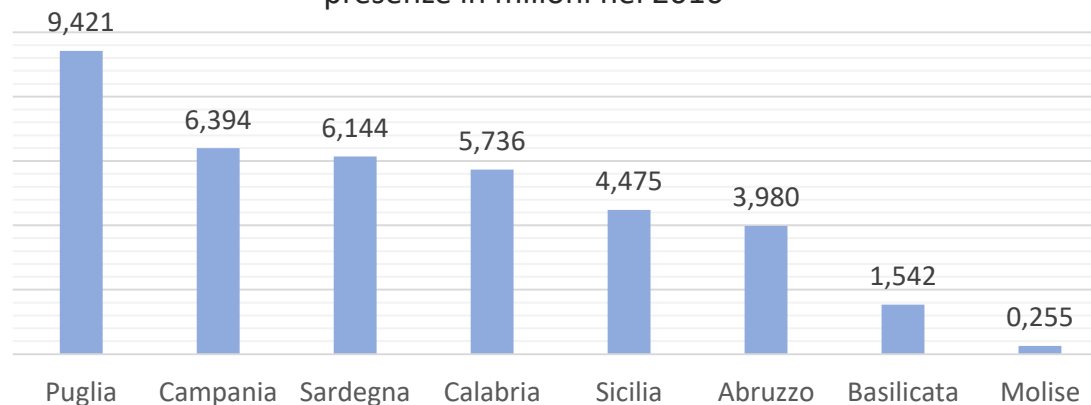
PUGLIA: **seconda** regione del Mezzogiorno dopo la Campania nei mesi estivi (giu-set): presenze in milioni nel 2016



PUGLIA: **quarta** regione del Mezzogiorno per il turismo straniero nel periodo estivo (giu-set): presenze in milioni nel 2016



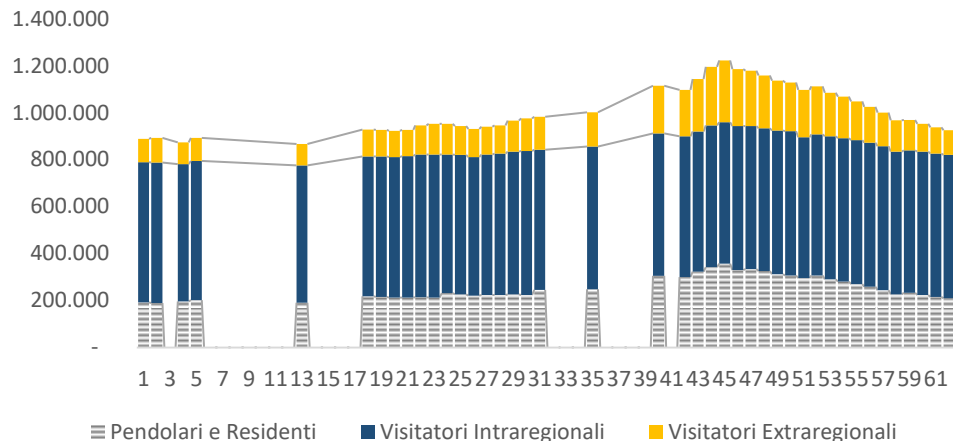
PUGLIA: **prima** regione del Mezzogiorno per il turismo domestico nei mesi estivi (giu-set): presenze in milioni nel 2016



Big Data Analysis

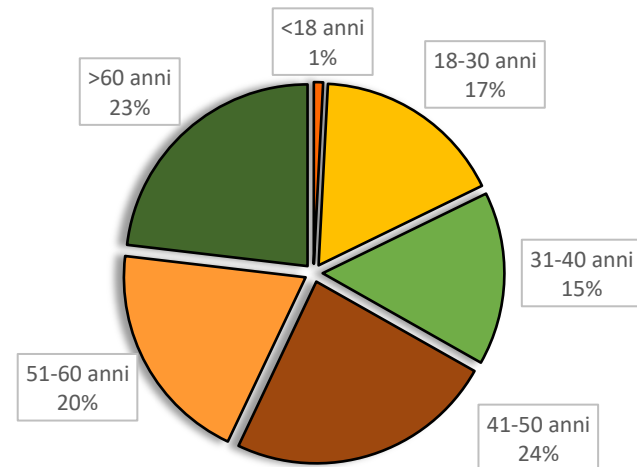
Distribuzione visitatori e residenti

1lug-31ago



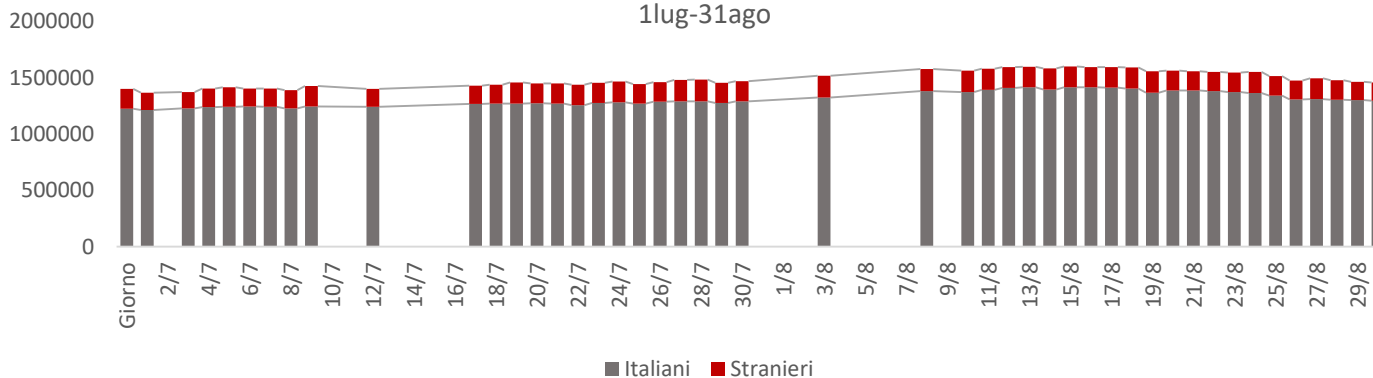
Distribuzione in base all'età

1lug-31ago



Italiani e stranieri

1lug-31ago



Big data: *supporto alle decisioni strategiche*



Big data: *pro* open data



Home Dataset Organizzazioni Gruppi Informazioni

🏠 / Dataset

Organizzazioni

Regione Puglia (13)

Mostra altro Organizzazioni

Gruppi

Turismo (13)

Istruzione, cultura... (3)

Mostra altro Gruppi

Tag

turismo (13) ✕

statistiche (7)

accoglienza (5)

ricettività (4)

composizi (4)

Cerca dataset...

13 dataset trovati

Ordina per: Rilevanza ▼

Tag: turismo ✕

Eventi in Puglia

Dati rivenienti dal database regionale degli eventi/"PugliaEvents", ovvero la sezione Eventi del portale turistico regionale viaggiareinpuglia.it, ai sensi della DGR 573/2014....

CSV XML xsd ods

Offerte proposte dalle Strutture Ricettive

Dati rivenienti dal Destination Management System gestito dall'ARET Pugliapromozione (www.agenziapugliapromozione.it). Dati anagrafici delle strutture e relative proposte di...

CSV XML



○ Pubblicazione online di tutte gli studi



The screenshot shows the Destination Management System (DMS) website. The header includes the Puglia logo, the title "Destination Management System", and the tagline "Servizi per la gestione e la promozione della destinazione turistica Puglia". A search bar and the Puglia regional logo are also present. The main navigation bar contains links for Home, Amministrazione trasparente, Regione Puglia, News, and Spot. Below this is a horizontal menu with five categories: SCOPRI I PRODOTTI TURISTICI, ANALIZZA I MERCATI, PARTECIPA A EVENTI E FIERE, PROPONI EDUCATIONAL E PRESS TOUR, and CERCA GLI OPERATORI TURISTICI. A login form is visible on the right side of the menu. The main content area is titled "Osservatorio del turismo" and contains a description of the section's purpose, a list of reports, and contact information for the observatory.

Destination Management System
Servizi per la gestione e la promozione della destinazione turistica Puglia

Cerca

REGIONE PUGLIA

Home Amministrazione trasparente Regione Puglia News Spot

SCOPRI I PRODOTTI TURISTICI ANALIZZA I MERCATI PARTECIPA A EVENTI E FIERE PROPONI EDUCATIONAL E PRESS TOUR CERCA GLI OPERATORI TURISTICI

admin
.....
Accedi
Registrati > Recupera password >

INFORMATI SU
Piani e programmi
Osservatorio del turismo
Co-promotion e co-branding
Finanziamenti alle imprese
Normativa

Destination Management System > Home > Osservatorio del turismo

Osservatorio del turismo

In questa sezione del DMS è possibile reperire sia dati quantitativi sulla ricettività e sui flussi turistici della Puglia e delle sue aree turisticamente rilevanti, sia rapporti relativi a indagini e ricerche quali-quantitative sulla domanda e sull'offerta del sistema turistico pugliese. Tutti i documenti sono inseriti in tre sezioni distinte:

- ▶ **RAPPORTI (CONTIENE I RAPPORTI SUL TURISMO IN PUGLIA REALIZZATI DALL'OSSERVATORIO REGIONALE SUL TURISMO);**
- ▶ **INDAGINI E RICERCHE (CONTIENE I REPORT DEGLI STUDI REALIZZATI DALL'OSSERVATORIO O DA UNIVERSITÀ E DA ALTRI ENTI DI RICERCA);**
- ▶ **STATISTICHE (CONTIENE TABELLE DI SINTESI DEI PRINCIPALI INDICATORI TURISTICI REGIONALI);**

Ogni altra informazione può essere richiesta a osservatorio@viaggiareinpuglia.it
Per informazioni relative a SPOT (Sistema Puglia per l'Osservatorio Turistico), [clicca qui](#).

○ Distribuzione delle «informazioni utili» al territorio

Big data: azioni strategiche

- **Supporto scientifico alle azioni strategiche**
- **Identificazione dei prodotti** su cui puntare per la promozione
- **Specializzazione della promozione** per specifici mercati
- **Supporto alle attività redazionali** on e off line

Grazie!



Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione
b.bronzino@viaggiareinpuglia.it
l.chiarullo@viaggiareinpuglia.it