

Il turismo in Puglia e nelle regioni italiane



UNIONE EUROPEA
PO FEDER PUGLIA 2007-2013
ASSE IV - AZIONE 4.2
INVESTIAMO NEL VOSTRO FUTURO.



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO AL MEDITERRANEO,
CULTURA E TURISMO



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo



Indice:

1. Evoluzione del turismo in Puglia

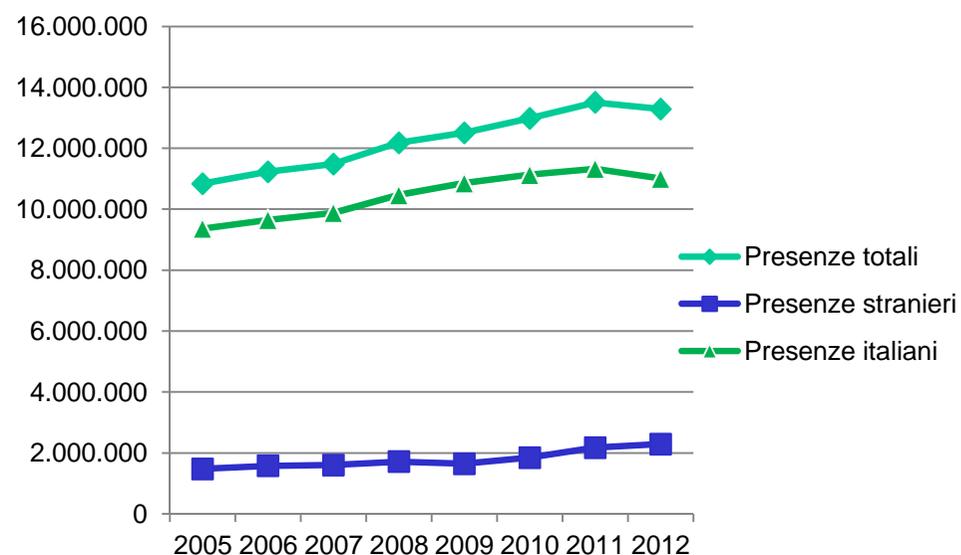
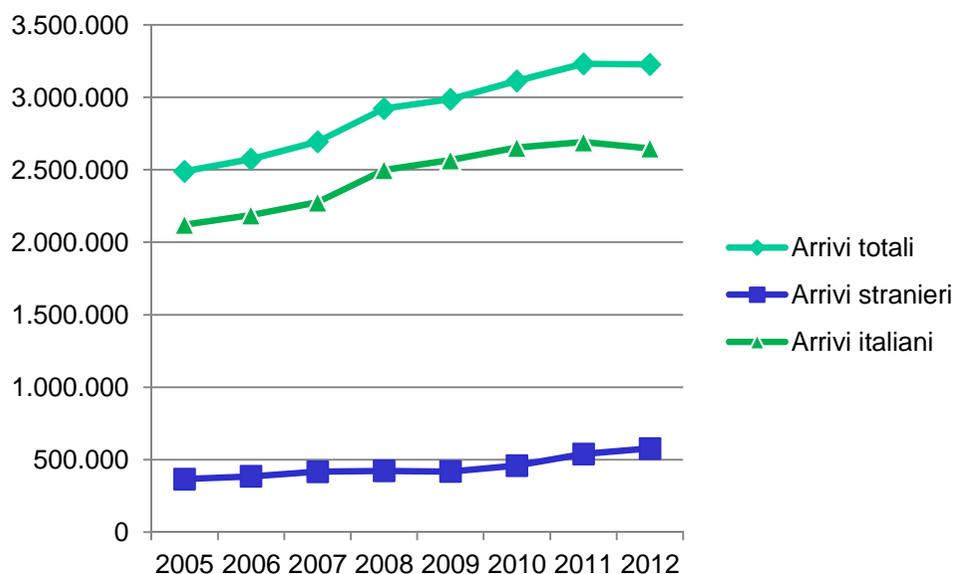
2. Il turismo nelle regioni italiane: benchmarking 2012 – 2008

3. L'internazionalizzazione del turismo pugliese dal 2012 al 2008: da dove si partiva a dove si è arrivati



Secondo le statistiche Istat la Puglia è stata la regione italiana più dinamica nel corso degli ultimi anni. Si è passati da poco più di 2,4 milioni di arrivi del 2005 a 3,2 milioni del 2012 (+29%) e da 10,8 milioni di presenze a 13,3 milioni (+22%)

1.1 - Evoluzione degli arrivi e delle presenze totali e di italiani e stranieri in Puglia (2005 – 2012)



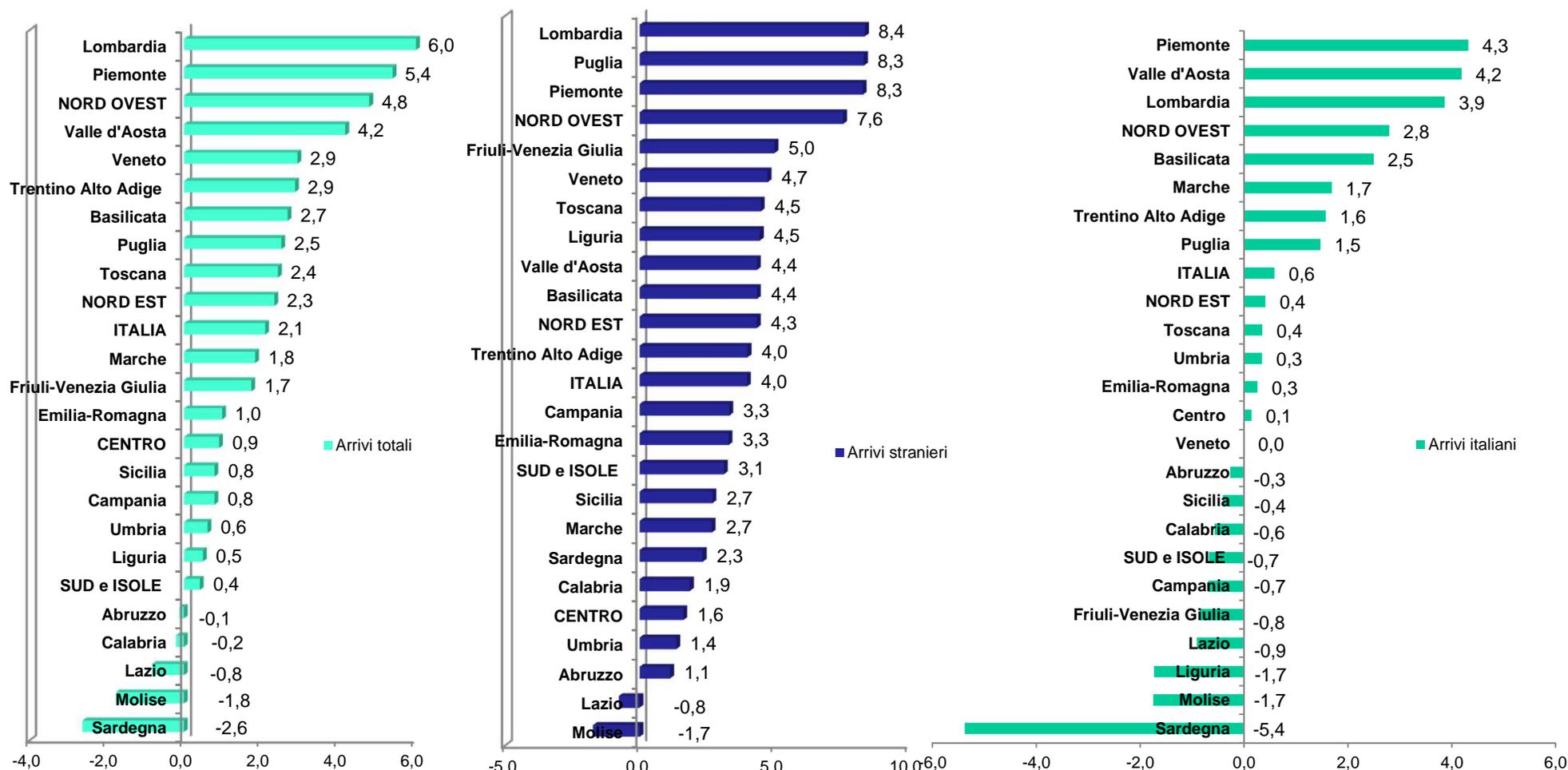
Il turismo internazionale in Puglia ha attraversato un trend di crescita deciso, costante e da considerarsi ormai di lungo periodo. Un picco significativo si è raggiunto nel 2011 con un incremento annuo degli arrivi e delle presenze straniere del 17% circa (540mila arrivi e 2,2milioni presenze), proseguito anche nel 2012 (+7% degli arrivi e +5% delle presenze). Dal 2005 al 2012 l'incremento è stato superiore al 50% per entrambi i parametri.

2. Il turismo nelle regioni italiane: benchmarking 2012 – 2008



La dinamicità del turismo pugliese nel quadriennio 2008-2012 trova conferme nel benchmarking con le altre regioni italiane. La riprova arriva dai dati ISTAT secondo i quali gli arrivi complessivi sono cresciuti ad un tasso di variazione medio annuo del 2,5% sul totale, trainati dall'incremento della componente straniera (+8,3% su base annuale).

1.2 - Tasso di variazione medio annuo degli arrivi totali, di stranieri e italiani per regione e ripartizione geografica (2012 - 2008)



Il grafico 1.1 riporta anche il valore medio nazionale e per ripartizione geografica. **La crescita della Puglia è stata 0,4 punti percentuali superiore alla media nazionale per gli arrivi complessivi e 2,1 punti rispetto al valore del Sud e Isole.**

Distacco ancor più evidente se si esamina la crescita della componente straniera: 4,3 punti in più rispetto al valore nazionale e +5,2 rispetto al Mezzogiorno.

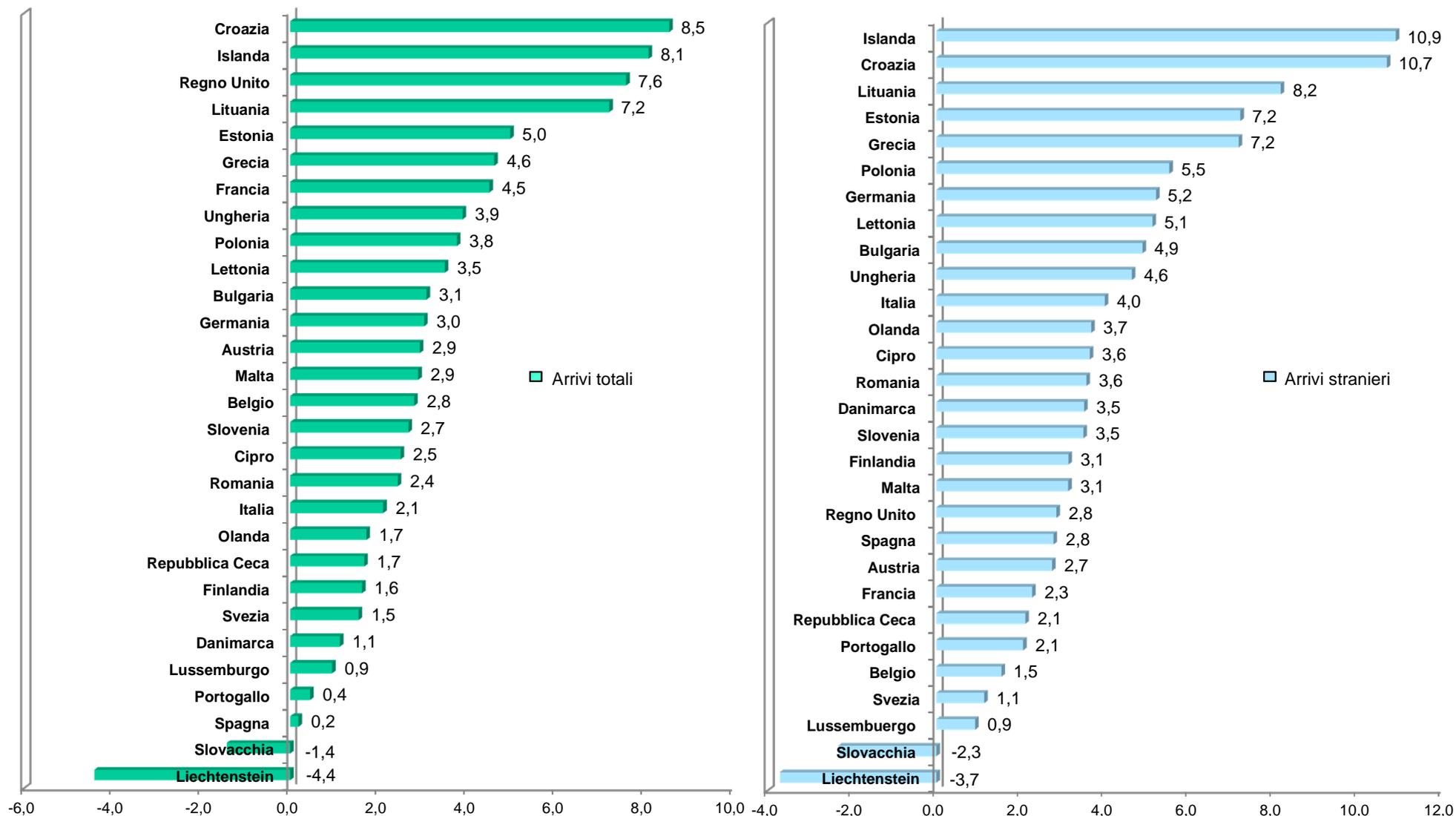
Nel quadriennio il tasso medio di variazione annuale dell'incoming straniero registrato in Puglia (8,3%) è stato appena inferiore rispetto a quello di importanti competitor internazionali quali ad esempio Islanda e Croazia (10%), destinazioni emergenti del turismo planetario (graf. 1.2) ma che, trattandosi di Paesi, in valori assoluti hanno registrato una variazione rispettivamente di +563mila e +2,8milioni di arrivi stranieri.

La performance della Puglia, tradotta in valori assoluti, ha determinato 155mila arrivi e 573mila presenze in più di stranieri in Puglia in quattro anni. Nello stesso periodo la regione ha accolto un quarto dell'intero flusso turistico internazionale transitato nel Sud e Isole (graf. 1.4).

Nonostante il calo della domanda turistica degli italiani che ha caratterizzato l'ultimo biennio, anche l'incoming domestico in Puglia ha mantenuto livelli di crescita ottimali crescendo ad un tasso medio annuo dell'1,5%. Lo stesso valore è stato invece negativo per il Mezzogiorno (-0,7%) e di poco superiore allo zero per l'Italia (0,6%). Inoltre, secondo la consueta indagine ISTAT «Viaggi e vacanze degli italiani» condotta su un campione di 14mila famiglie italiane, la Puglia entra nel 2013 per la prima volta ai vertici della classifica delle mete preferite delle vacanze estive degli italiani subito dopo Toscana, Emilia Romagna e Lazio. Diventa così la quarta meta prediletta dal turismo nazionale dopo i big accogliendo il 7,2% del totale viaggi e superando mete tradizionalmente favorite come il Trentino Alto Adige e la Sicilia.



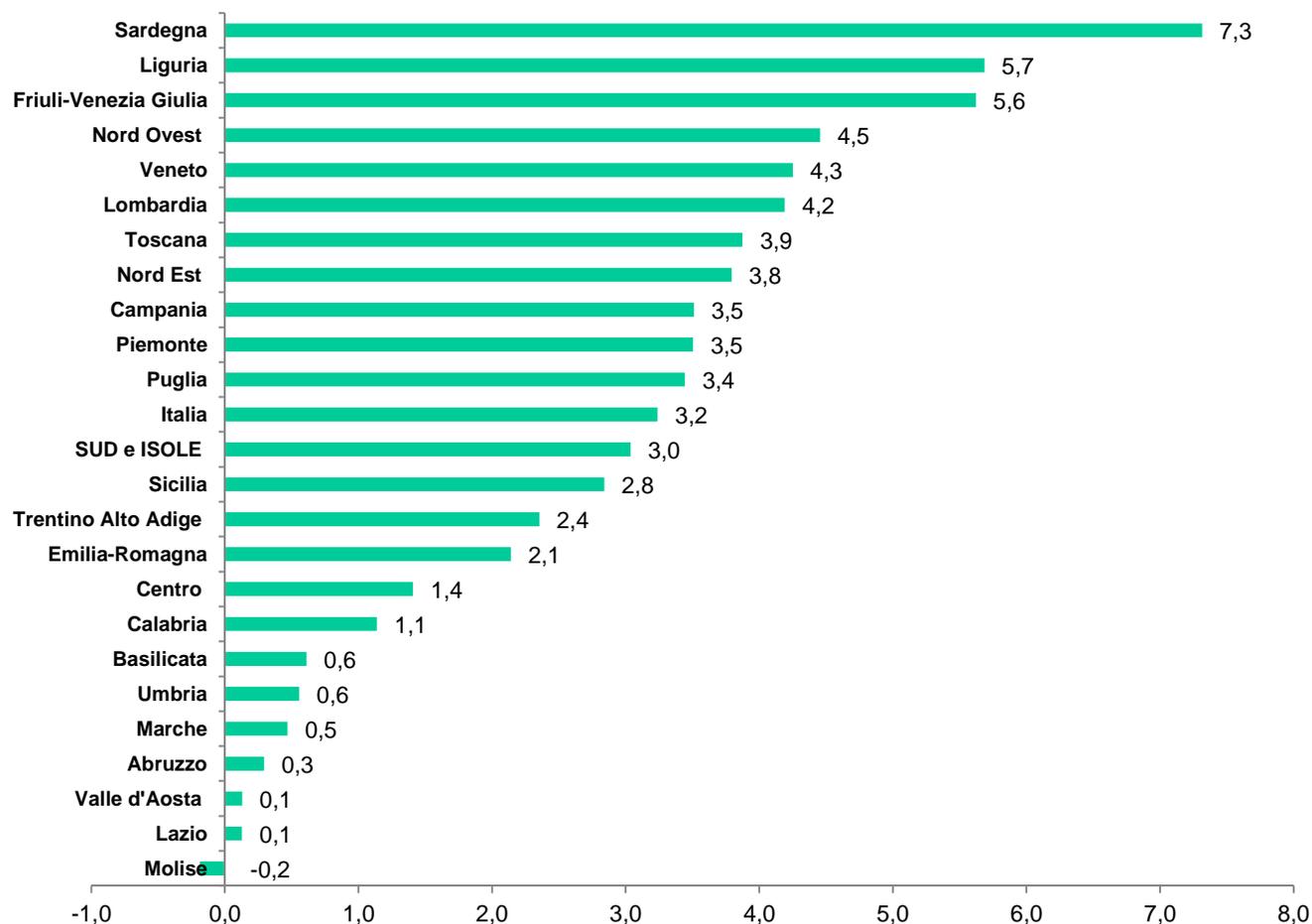
1.3 - Tasso di variazione medio annuo degli arrivi totali e di stranieri nei Paesi europei (2012 - 2008)



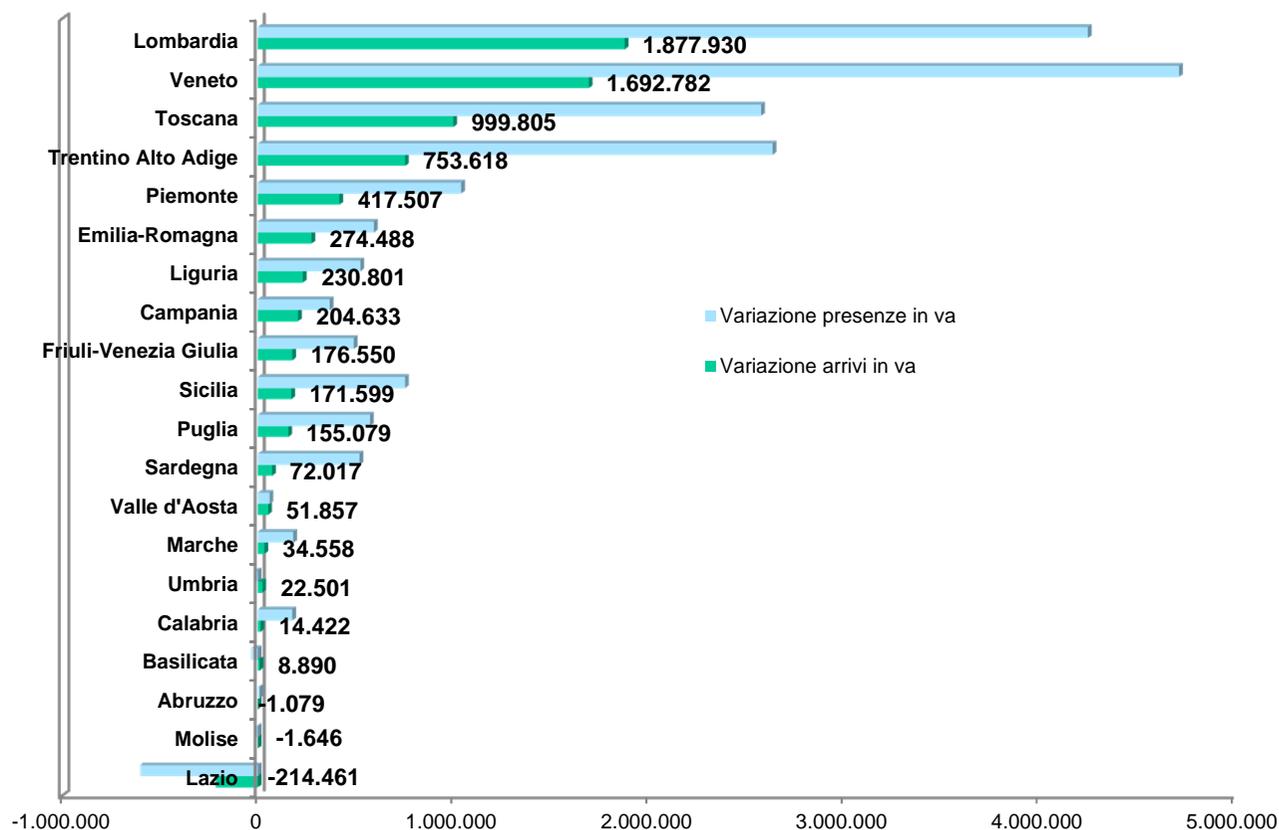
Fonte: Eurostat

Nel periodo in esame il tasso di internazionalizzazione della Puglia (ovvero la quota di arrivi stranieri sul totale) è passato dal 14,5% del 2008 al 18% circa del 2012, acquisendo più di tre punti percentuali (grafico 1.3). Una variazione percentuale più elevata rispetto al valore nazionale e del Sud e delle Isole (rispettivamente di 3,2 e 3).

1.4 - Variazione (Δ) del tasso di internazionalizzazione nelle regioni e ripartizioni italiane (2012 - 2008)



1.5 - Variazioni (Δ) in valore assoluto di arrivi e presenze di stranieri nelle regioni italiane (2012 - 2008)



Ripartizione geografica	Arrivi stranieri 2012	Presenze stranieri 2012	Arrivi stranieri 2008	Presenze stranieri 2008	Variazione		Variazione % arrivi stranieri	Variazione % presenze stranieri
					Variazione arrivi stranieri in v.a.	Variazione presenze stranieri in v.a.		
Italia	48.738.575	180.594.988	41.796.724	161.797.434	6.941.851	18.797.554	16,6	11,6
Puglia	578.279	2.286.595	423.200	1.713.745	155.079	572.850	36,6	33,4
SUD e ISOLE	5.606.848	23.840.217	4.982.933	21.480.850	623.915	2.359.367	12,5	11,0
Nord Ovest	10.261.777	30.001.271	7.683.682	24.131.751	2.578.095	5.869.520	33,6	24,3
Nord Est	18.771.385	80.006.202	15.873.947	71.576.800	2.897.438	8.429.402	18,3	11,8
Centro	14.098.565	46.747.298	13.256.162	44.608.033	842.403	2.139.265	6,4	4,8

1.6 - Permanenza media di italiani e stranieri nelle regioni e ripartizioni italiane (2012)

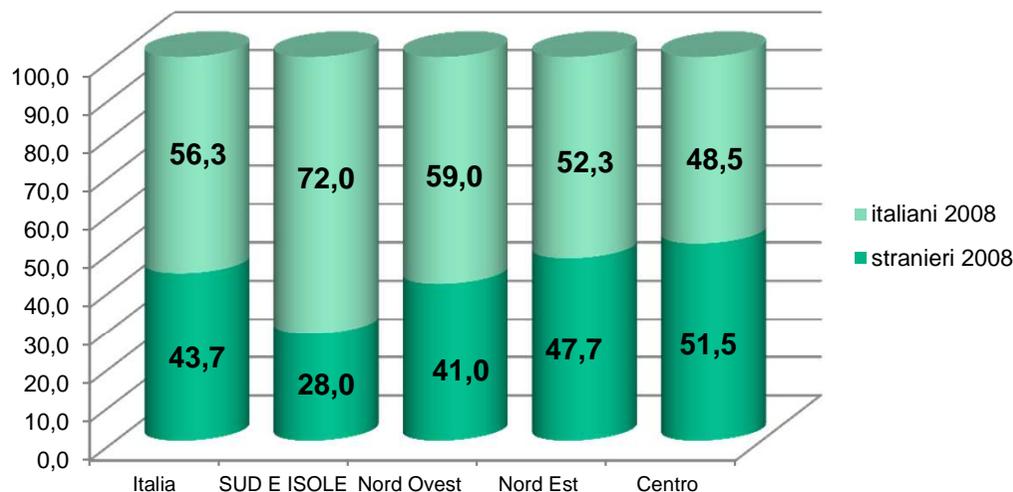
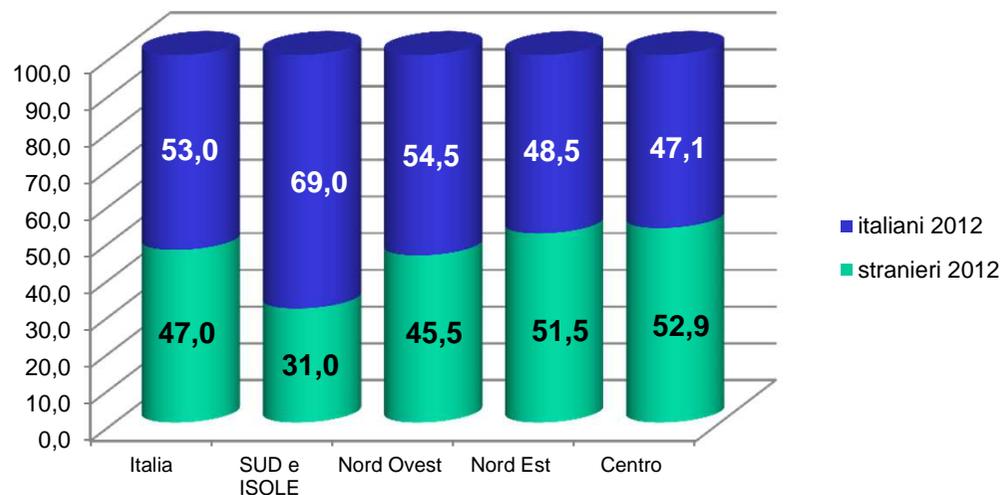
Area	Permanenza media 2012		
	Totale	Stranieri	Italiani
Piemonte	2,9	3,2	2,7
Valle d'Aosta	3,1	3,3	3,0
Liguria	3,6	3,2	3,9
Lombardia	2,5	2,8	2,1
Trentino Alto Adige	4,7	5,0	4,5
Veneto	3,9	3,9	3,9
Friuli-Venezia Giulia	4,2	4,2	4,2
Emilia-Romagna	4,1	4,1	4,1
Toscana	3,6	3,5	3,7
Umbria	2,7	3,3	2,4
Marche	4,9	5,1	4,9
Lazio	3,0	3,1	2,8
Abruzzo	4,6	5,4	4,5
Molise	3,0	3,2	3,0
Campania	4,0	4,3	3,8
Puglia	4,1	4,0	4,2
Basilicata	3,6	2,4	3,8
Calabria	5,5	6,7	5,3
Sicilia	3,3	3,5	3,1
Sardegna	5,1	5,0	5,2
Italia	3,7	3,7	3,6
SUD e ISOLE	4,1	4,3	4,1
Nord Ovest	2,8	2,9	2,6
Nord Est	4,2	4,3	4,1
Centro	3,4	3,3	3,5

All'interno del sistema turistico italiano, la Puglia si configura come regione legata ai prodotti balneare, culturale e leisure.

La permanenza media è più alta del valore nazionale e in linea con il valore del Mezzogiorno, in virtù di una tendenza della clientela nazionale ed internazionale a scegliere la regione per soggiorni più lunghi integrando alla motivazione balneare anche quella d'arte e culturale, come opzione autonoma e non subordinata.

1.7 - % di arrivi di italiani e stranieri nelle regioni del Mezzogiorno (2012 – 2008)

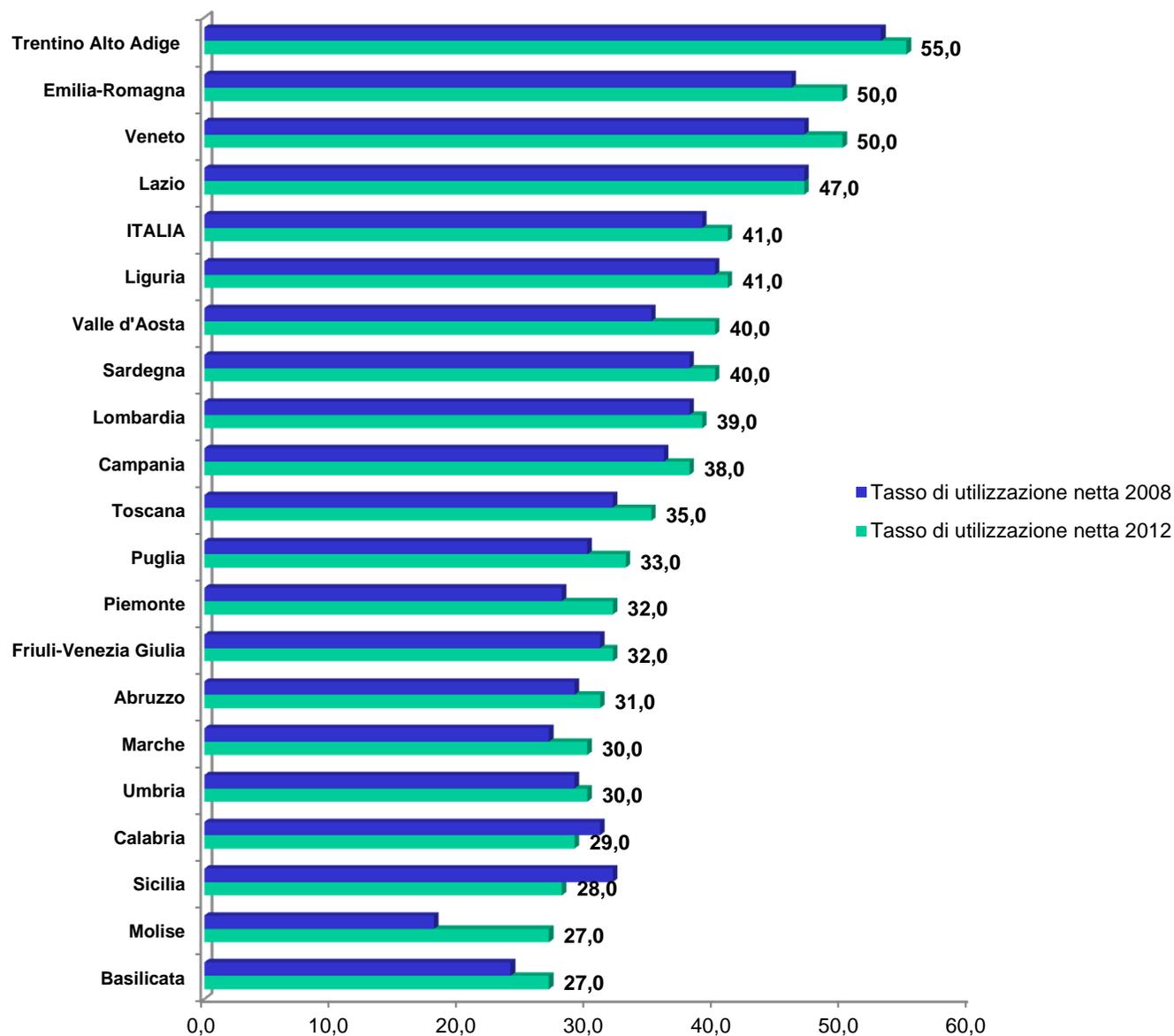
I flussi turistici internazionali cominciano a scoprire le aree del Mezzogiorno. Tuttavia, il Sud continua ad accogliere il 12% circa degli arrivi turistici internazionali in Italia (5,6milioni su 48milioni).



1.8 - Riepilogo arrivi e presenze totali nelle regioni italiane nel 2012 e variazione in % e v.a. rispetto al 2008

Regione/Ripartizione geografica	Arrivi 2012	Presenze 2012	Variazione % arrivi	Variazione % presenze	Variazione in v.a. arrivi	Variazione in v.a. presenze
Piemonte	4.276.944	12.415.037	23,1	7,4	801.524	856.707
Valle d'Aosta	1.009.894	3.166.295	17,7	1,7	151.787	52.955
Liguria	3.679.202	13.401.547	1,8	-5,2	63.438	-728.967
Lombardia	13.595.973	33.366.636	26,1	17,9	2.817.245	5.063.131
Trentino Alto Adige	9.465.118	44.887.247	12,0	5,4	1.011.312	2.314.788
Veneto	15.818.490	62.352.831	12,0	2,9	1.688.613	1.745.758
Friuli-Venezia Giulia	2.093.070	8.802.721	7,1	-0,9	138.906	-76.206
Emilia-Romagna	9.097.401	37.383.182	3,9	-2,5	337.328	-978.215
Toscana	11.938.863	42.651.126	9,9	3,4	1.071.275	1.389.170
Umbria	2.181.040	5.825.889	1,7	-3,1	37.244	-185.437
Marche	2.220.738	10.925.958	7,3	-4,8	150.800	-552.404
Lazio	10.298.408	30.680.979	-3,3	-3,1	-352.463	-995.148
Abruzzo	1.578.410	7.252.826	-2,9	-4,1	-47.939	-307.650
Molise	178.005	540.050	-8,9	-18,1	-17.385	-119.155
Campania	4.597.691	18.410.150	2,6	-1,7	116.783	-312.236
Puglia	3.225.974	13.291.863	10,4	9,1	303.729	1.108.487
Basilicata	517.901	1.881.814	11,1	1,0	51.621	19.441
Calabria	1.509.337	8.358.186	-1,2	-1,6	-18.298	-135.153
Sicilia	4.331.580	14.273.969	3,0	2,4	126.796	335.650
Sardegna	2.119.118	10.843.177	-10,4	-11,8	-245.245	-1.450.745
Italia	103.733.157	380.711.483	8,6	1,9	8.187.071	7.044.771
SUD e ISOLE	18.058.016	74.852.035	1,5	-1,1	270.062	-861.361
Nord Ovest	22.562.013	62.349.515	20,5	9,2	3.833.994	5.243.826
Nord Est	36.474.079	153.425.981	9,5	2,0	3.176.159	3.006.125
Centro	26.639.049	90.083.952	3,5	-0,4	906.856	-343.819

1.9 - Indice di utilizzazione netta dei letti degli esercizi alberghieri nelle regioni italiane (2012 – 2008)



- Dal 2008 al 2012 la Puglia ha acquisito più di 303mila arrivi, il 50% dei quali composto da stranieri, e più di 1.108mila presenze (il 51% composto da stranieri).
- Gli arrivi e le presenze sono aumentati del 10%.
- Considerando entrambi i parametri (arrivi e presenze) la Puglia registra la variazione più elevata tra le regioni del Mezzogiorno, 2 punti superiore al valore nazionale per gli arrivi e 7 per le presenze.
- Il tasso di utilizzazione netta (in posti letto) degli esercizi alberghieri è aumentato di 3 punti percentuali passando dal 30% del 2008 al 33% del 2012. Il valore è soggetto alla stagionalità che, per sua natura, caratterizza la Puglia. Il tasso raggiunge punte del 70-80% nel mese di agosto mentre a gennaio sfiora il 25%.
- La crescita della Puglia è stata, dal 2012 al 2008, 0,4 punti percentuali superiore al valore nazionale per gli arrivi complessivi e 2,1 punti rispetto al valore del Sud e Isole.
- Il tasso di internazionalizzazione è cresciuto di 3,4 punti in quattro anni.
- Secondo i dati delle Camere di Commercio di Puglia in quattro anni le imprese attive operanti nel turismo sono aumentate dell'8% e gli addetti al settore sono cresciuti in misura superiore al 20%.



3.L'internazionalizzazione del turismo in Puglia dal 2012 al 2008: da dove si partiva a dove si è arrivati



In pochi anni la Puglia è riuscita a passare da una scarsa notorietà a livello internazionale, all'attivazione di una politica di marca e di *destination management* fortemente orientata all'internazionalizzazione.

La sua notorietà è fortemente aumentata soprattutto sui mercati stranieri come conseguenza di un maggior orientamento della spesa pubblica verso azioni di promozione internazionale.

Il grande aumento della popolarità della Puglia sulla scena internazionale trova conferma anche nell'eco mediatica. Il 2013 è l'anno in cui la Puglia entra nella classifica dei best trips stilata da National Geographic. La regione è tra le venti destinazioni al mondo da vedere assolutamente.

Una copertina guadagnata e che trova riscontro anche nella classifica annuale di Lonely Planet, la guida turistica più venduta al mondo, dove al secondo posto fra le top ten «best value travel destinations in the world for 2014» c'è ancora la Puglia.

La Puglia ha beneficiato dei trend in atto (ad esempio dell'incremento del turismo internazionale e del declino temporaneo delle destinazioni del Nord Africa) e del potenziamento delle politiche comunitarie in favore della valorizzazione delle risorse tangibili e intangibili delle regioni del Mezzogiorno d'Italia.

Sono state realizzate una serie di azioni integrate di promozione, in Italia e all'estero, implementando e innovando la comunicazione web, favorendo l'incontro tra operatori pubblici e privati, partecipando alle più importanti manifestazioni di settore in Italia e non, sostenendo le produzioni cinematografiche internazionali girate in Puglia e moltiplicando l'offerta culturale.

Il tutto per incrementare la notorietà del brand Puglia, una regione riletta in senso antropologico e trasmessa al di là dei confini regionali come luogo incontaminato, accogliente, divertente e bello del Mediterraneo europeo.



Se la Puglia è entrata a far parte della top of the mind (cioè tra le prime 5 destinazioni nazionali) per il mare, il divertimento, gli eventi e la bellezza dei paesaggi per il mercato italiano, negli ultimi anni, è riuscita anche a colmare parte del gap di incoming internazionale che la distanziava dalle altre regioni italiane.

Partendo da questo presupposto la Puglia ha puntato al rilancio di un'immagine unitaria della regione inclusa in un unico brand ma attenta a esaltare le peculiarità turistiche e il patrimonio storico dei singoli territori (Gargano, Puglia Imperiale, Bari e la Costa, Valle d'Itria, Salento, Murgia e Gravine).

Una destinazione con un paniere di offerta ricco ed eterogeneo, associata non solo al prodotto mare ma anche all'enogastronomia, alla natura e al paesaggio. Una regione che offre soluzioni di qualità, non massificate, considerata meta ideale soprattutto per il relax, per il divertimento e per il buon rapporto qualità/prezzo.



1.10 - Top 15 turismo internazionale in Puglia e variazione % e in valore assoluto 2012 – 2008

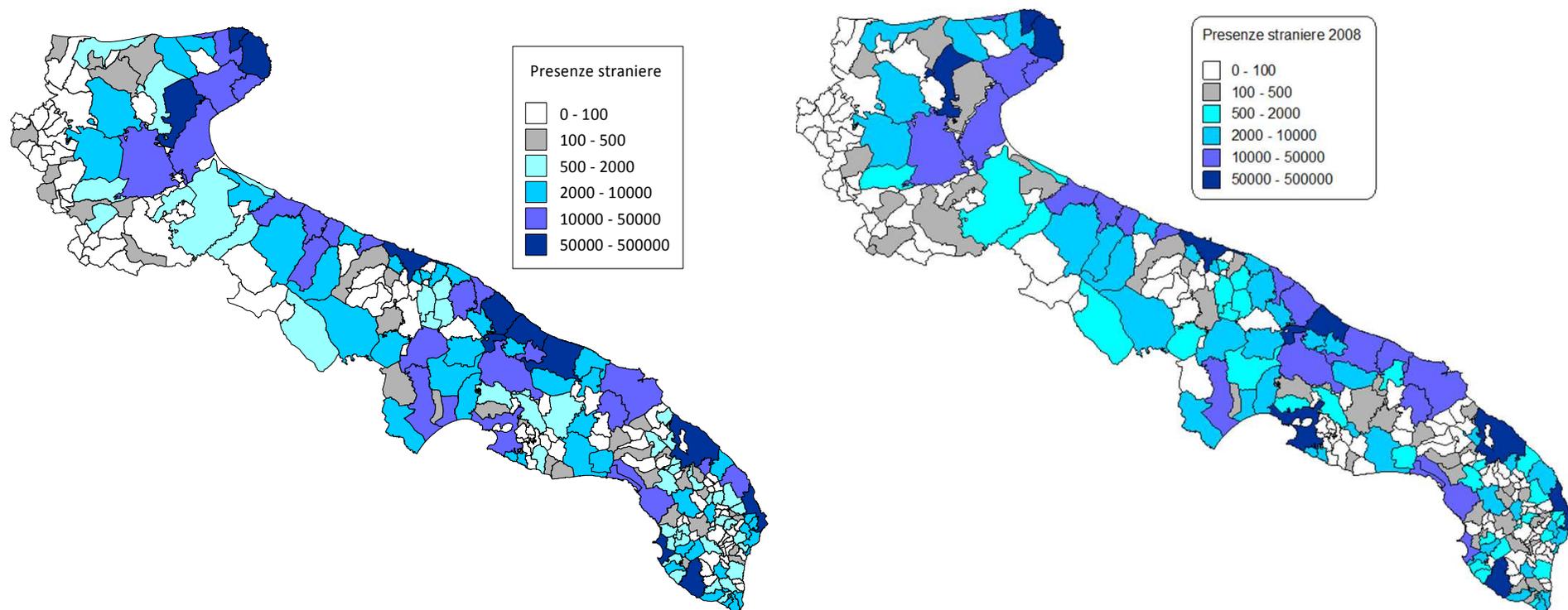
Top 15 mercati stranieri	Arrivi 2012	Presenze 2013	Variazione % arrivi	Variazione % presenze	Variazione arrivi in v.a.	Variazione presenze v.a
TOTALE	578.281	2.286.597	36,6	33,4	155.079	572.850
Germania	116.864	680.021	39,7	41,3	33.213	198.891
Francia	64.045	206.265	58,7	36,9	23.687	55.567
Svizzera (incluso Liechtenstein)	39.682	181.123	47,6	43,4	12.799	54.832
Regno Unito	37.232	129.613	41,8	32,0	10.982	31.394
Giappone	33.822	42.586	47,0	30,5	10.808	9.957
Stati Uniti d'America	30.028	88.242	25,0	21,4	6.005	15.538
Belgio	25.091	116.226	123,2	139,9	13.850	67.777
Polonia	20.221	52.727	-25,9	-29,5	-7.085	-22.116
Austria	16.606	87.562	11,2	16,2	1.673	12.233
Russia	16.313	55.810	136,9	129,8	9.426	31.524
Paesi Bassi	15.170	58.760	62,6	41,4	5.840	17.208
Spagna	14.084	38.968	61,2	60,6	5.346	14.702
Repubblica Ceca	12.174	82.465	23,1	12,5	2.286	9.141
Svezia	7.746	29.429	127,6	102,5	4.342	14.897
Romania	6.424	52.297	19,7	137,0	1.058	30.227

La Puglia è riuscita a consolidare il proprio posizionamento sui principali mercati europei e ad acquisire quote sempre più importanti sui mercati BRIC, con la Russia che in pochi anni ha più che raddoppiato la sua presenza nella regione (+9mila arrivi e +31mila presenze circa rispetto al 2008).

Raddoppiano anche i flussi dal Belgio e dalla Svezia, come conseguenza della creazioni di nuove rotte aeree tra gli scali di Bari e Brindisi e quelli di Bruxelles-Charleroi e di Stoccolma-Skavsta.



1.11 - Distribuzione territoriale delle presenze straniere nei comuni pugliesi (2012 - 2008)



Dalla mappa emerge l'alta concentrazione delle presenze straniere (superiore ai 50mila pernottamenti per anno) lungo la costa pugliese nelle località turisticamente rilevanti di Peschici, Vieste, Bari, Monopoli, Fasano, Ostuni, Lecce, Otranto, Ugento e Gallipoli alle quali si aggiungono i comuni dell'entroterra di San Giovanni Rotondo ed Alberobello.

Di fatto, il turismo balneare rappresenta il principale prodotto dell'offerta turistica della Puglia e quello che ne determina gran parte dell'immagine turistica. Dalla comparazione tra i due anni emerge come il turismo straniero cominci tuttavia a scoprire aree dell'entroterra, in particolare della Daunia, della Valle d'Itria e della Magna Grecia, Murgia e Gravine, associando sempre più spesso al turismo balneare anche il culturale e il plein air.