



IL PORTAFOGLIO TURISTICO

Dinamica e caratteristiche dei "turismi" pugliesi

Federica Montaguti, Ciset

Taranto, 25/11/2015

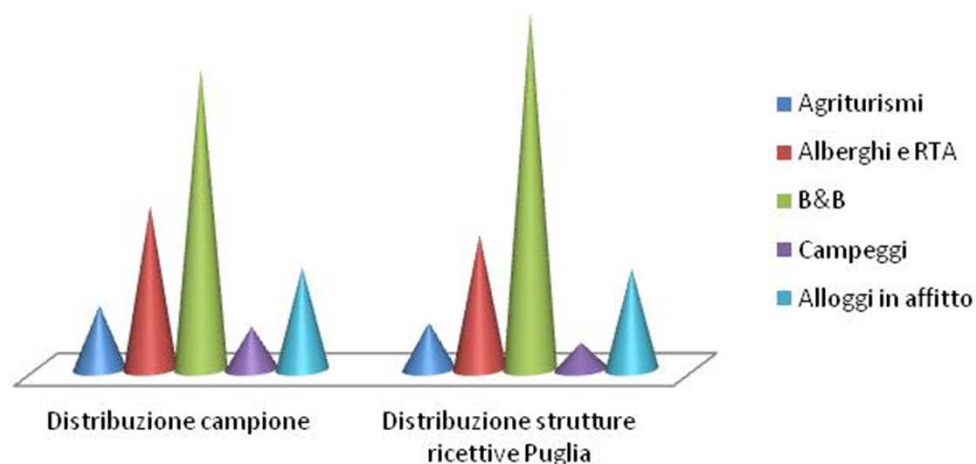




L'indagine

- 650 interviste
- Oltre alle strutture ricettive, inclusi attrattori, agenzie immobiliari, tour operators, agenzie incoming
- Interviste effettuate in 2 tranches: fine giugno-metà luglio, 24 agosto-4 settembre
- Il **campione finale**, per le strutture ricettive, **riflette sostanzialmente la distribuzione per tipologia e comune** degli esercizi ricettivi nelle varie province e il **peso delle singole province sul totale**

Strutture ricettive registrate



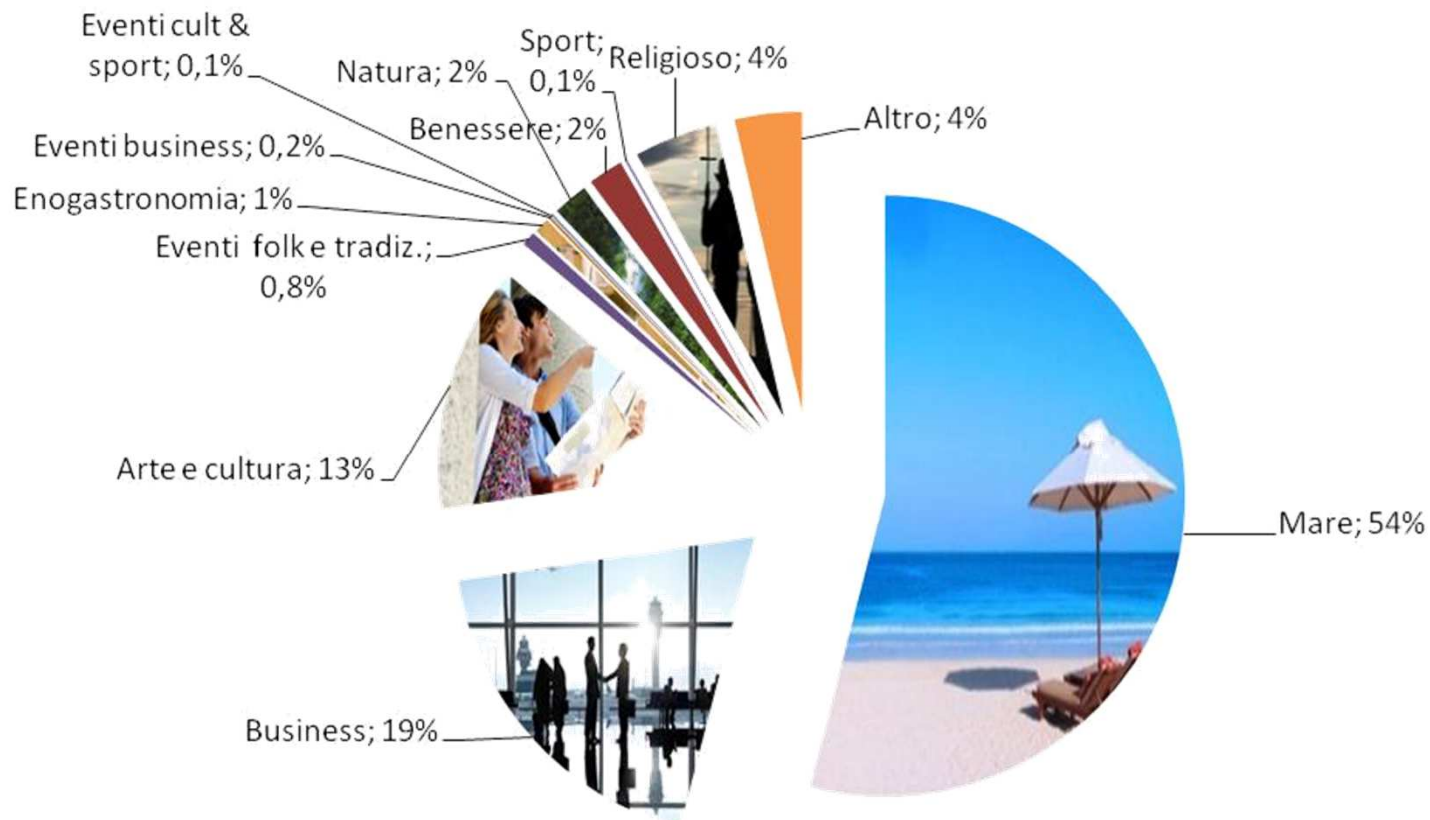
- I risultati circa la distribuzione dei turisti per segmento per ciascuna tipologia ricettiva sono stati ponderati sul totale arrivi provinciali per quella tipologia ricettiva, al fine di pesare l'importanza di categorie ricettive con un numero limitato di esercizi, ma un'ampia disponibilità di posti letto - in particolare campeggi e alberghi
- Interviste ad agenzie immobiliari, tour operators, guide, attrattori, ecc. hanno completato il quadro per la valutazione sul ruolo del turismo non registrato, comportamento, itinerari, interessi, ecc. dei turisti e ruolo dell'intermediazione per ciascun segmento





Peso dei diversi segmenti/prodotti

Prodotti/segmenti turistici. Peso sul totale regionale . Arrivi. (%)



CISSET su dati indagine e dati Puglia Promozione





Peso dei diversi segmenti/prodotti

Prodotti/segmenti turistici. Peso sul totale regionale .
Presenze. (%)

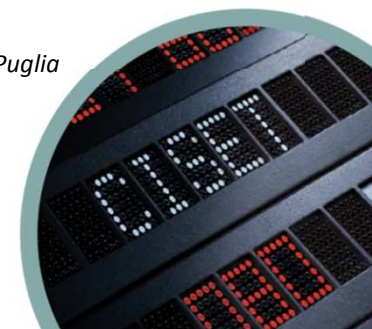


Ciset su dati indagine presso operatori e dati Puglia Promozione

Prodotti/segmenti turistici. Peso sul totale regionale,
incluso il non registrato . Presenze. (%)



Ciset su dati indagine 2015 presso operatori, dati Puglia Promozione, rapporto "Il turismo che non si vede"





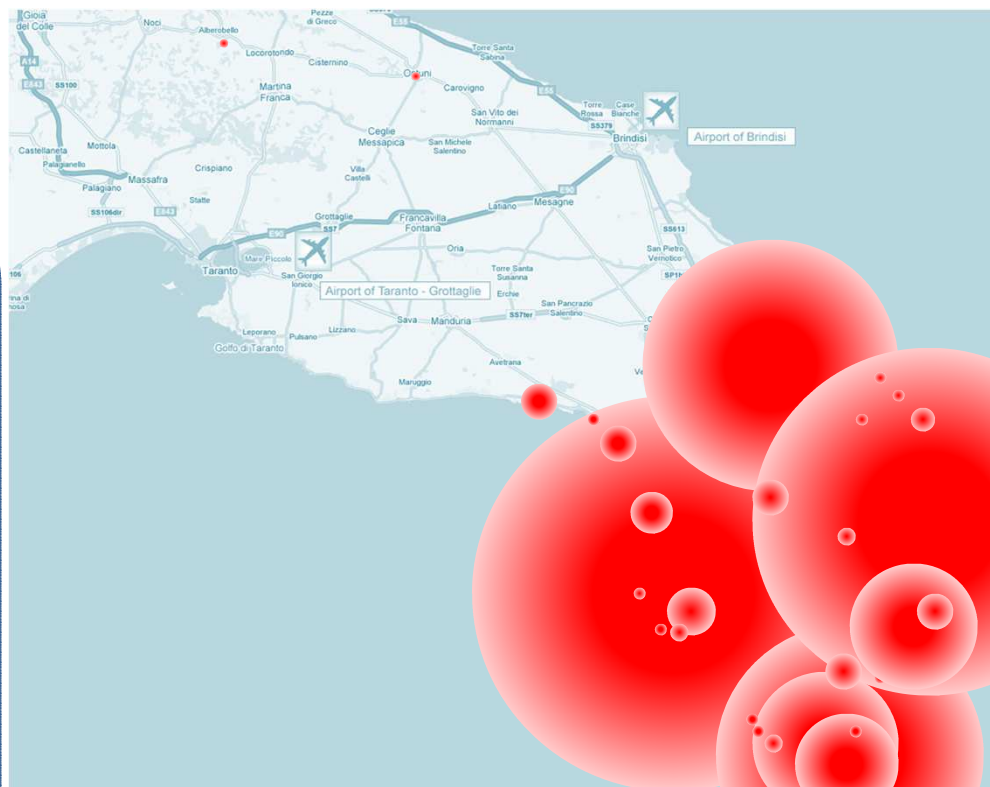
Il profilo segmenti/prodotti principali: mare



Turista molto dinamico rispetto ad altre aree della costa Adriatica

- Soggiorna prevalentemente su costa Salentina e Garganica (70%)
- Italiano, residente soprattutto al Nord. Se straniero, arriva da Francia, Germania e UK
- Concentra soggiorno nei mesi estivi e si ferma in media tra 5 e 7 notti
- Viaggia in coppia oppure in famiglia con bambini piccoli
- Fa escursioni in barca, visita a grotte, cantine, alcune incursioni nell'interno
- Spende tra 52 (italiani) e 70 € (stranieri) al giorno
- **Tendenza: in aumento negli ultimi 3 anni**

Provincia di Lecce. Turisti del mare. Principali località visitate.





Il profilo segmenti/prodotti principali: business



Turista per affari o lavoro (no eventi) , con poche distrazioni

- Soggiorna prevalentemente nel Barese (30%), Tarantino (21%) e Lecce (19%)
- E' il segmento principale per le province di Taranto e Bari
- Soprattutto italiano, residente al Nord o al Sud. Se straniero, da Germania, Francia, USA e UK
- Viaggia da solo, soprattutto in autunno e inverno, e si ferma al massimo 2 notti
- Poco attivo: le attività extra, se effettuate, sono soprattutto orientate all'enogastronomia
- Spende tra 68 (italiani) e 95€ al giorno
- **Tendenza: in lievissima diminuzione**

Puglia. Tipo di attività svolte dai turisti business (%).



Ciset su dati indagine 2015 presso operatori





Il profilo segmenti/prodotti principali: cultura



Turista del “paesaggio culturale”

- Soggiorna prevalentemente in Valle d'Itria (40%) e Salento
- Italiano e straniero (55 a 45%). Italiano soprattutto dal Nord, straniero da Francia, Germania e UK
- Si ferma in media 5,3 notti e predilige la primavera-inizio estate o la fine estate-autunno
- Viaggia in coppia o con figli adolescenti
- Visita molte località e si muove in modalità hub* tra Alberobello, Lecce e Matera
- Preferisce i borghi (Lecce e Matera sono le uniche città che visita). Unisce a visite culturali aspetti enogastronomici
- Spende tra 71€ (italiani) e 94€ (stranieri)
- **Tendenza: in lieve aumento**

I TRIANGOLI DEL TURISMO CULTURALE IN PUGLIA





Il profilo segmenti/prodotti principali: religioso



Turista specificamente religioso, pellegrino

- ✓ E' in pellegrinaggio a S. Giovanni Rotondo (90%)
- ✓ Viaggia in famiglia o in coppia
- ✓ E' italiano per l'80% e proviene da Centro e regioni del Mezzogiorno
- ✓ Se straniero viene da Polonia e USA e Francia
- ✓ E' spesso in gruppo organizzato
- ✓ Preferisce primavera e autunno con un picco per il Novenario
- ✓ Approfitta frequentemente per visitare attrazioni culturali e naturali nei dintorni di S. Giovanni
- ✓ Una piccola percentuale è costituita da Russi in visita a San Nicola
- ✓ Spende tra 60 e 63€
- ✓ **Tendenza: in diminuzione dal 2012**

Puglia. Tipo di attività svolte dai turisti religiosi (%).



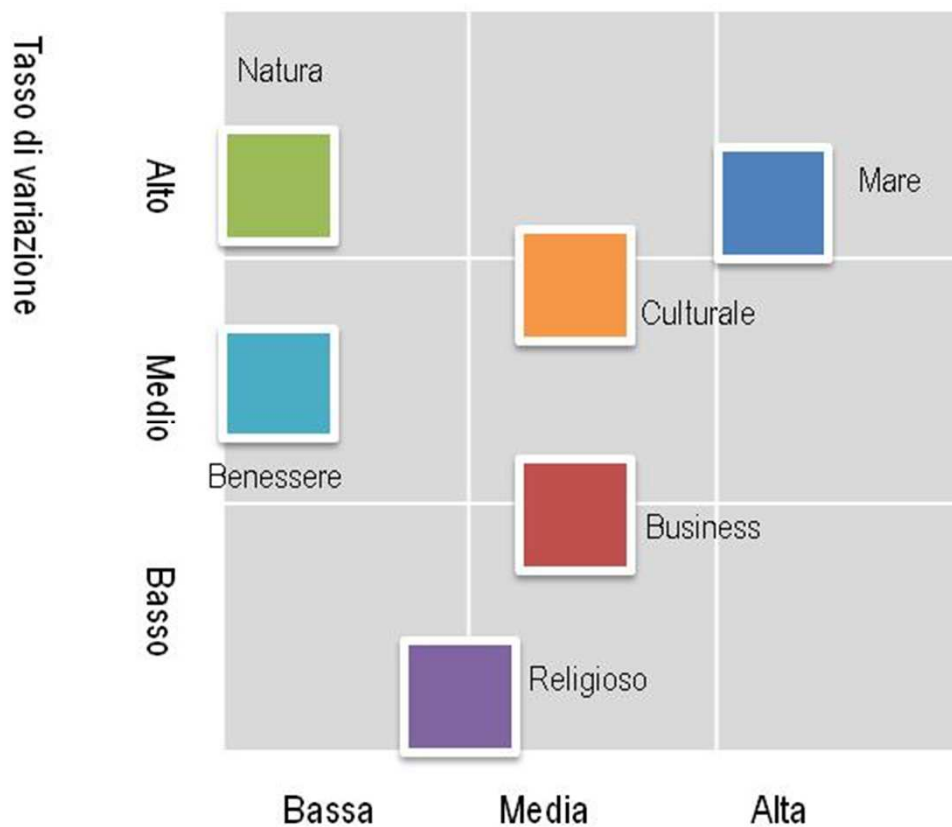
Ciset su dati indagine 2015 presso operatori





La dinamica dei prodotti e il portafoglio

Puglia. Peso e dinamica dei prodotti 2011-2014.



Quota sul totale turismo Puglia

CISSET su dati indagine 2015 presso operatori, dati Puglia Promozione e Analisi portafoglio 2012

SPESA

- Spesa media pro-capite in aumento per tutti i segmenti rispetto a 3 anni fa
- Rispetto alla media nazionale, gap per il segmento "mare", mentre la spesa del segmento "cultura" si sta allineando, specie per stranieri





Situazione competitiva: Puglia a confronto

PRODOTTI	MARE	CULTURALE	RELIGIOSO	NATURA	BENESSERE
PUGLIA	★★★★	★★★★	**	**	**
CAMPANIA	**	***	*	**	***
BASILICATA	**	***	*	*	*
CALABRIA	***	*	*	**	*
SICILIA	***	****	*	*	**
BOSNIA H.	-	-	*****	-	*
SARDEGNA	**	-	-	*	-

Ciset su dati indagine 2015 presso operatori, Ciset, ISTAT, FB&H Institute For Statistics e altre fonti





Competitività e sviluppo a 2020

Mare



Culturale



CISET su fonti varie

Legenda:

- turismo internazionale
- turismo in Puglia

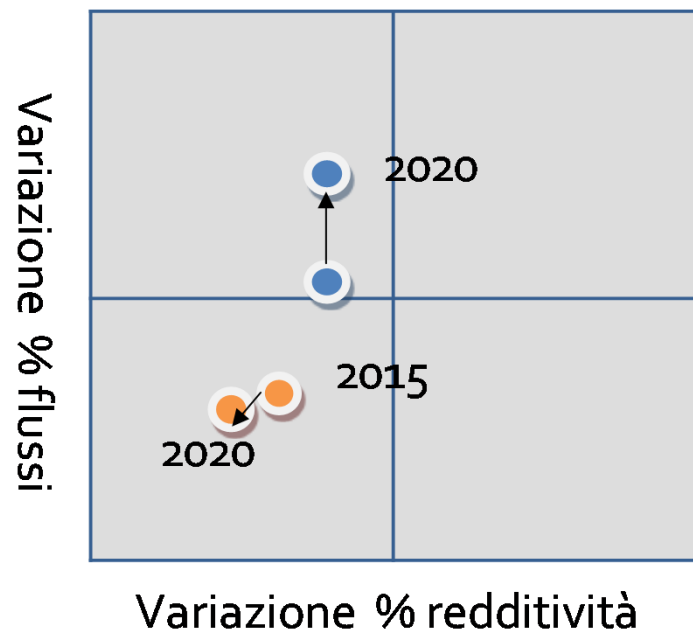
I due assi centrali rappresentano le variazioni di flussi e redditività del turismo mondiale al momento di partenza





Competitività e sviluppo a 2020

Religioso



Natura



Ciset su fonti varie

Legenda:

- turismo internazionale
- turismo in Puglia

I due assi centrali rappresentano le variazioni di flussi e redditività del turismo mondiale al momento di partenza





Competitività e sviluppo a 2020

Business



Benessere



Ciset su fonti varie


Legenda:

- *turismo internazionale*
- *turismo in Puglia*

I due assi centrali rappresentano le variazioni di flussi e redditività del turismo mondiale al momento di partenza



Grazie!

 fedem@unive.it
Federica Montaguti



www.unive.it/ciset



@ilCISSET
@F07Montaguti



Master in Economia e Gestione del Turismo

