UNO SGUARDO GENERALE ALLA PUGLIA

PUGLIA365

mesi tappe ambiti

UNIONE EUROPEA

PUGLIA FESR-FSE 2014/2020

REGIONE PUGLIA

PROMOZIONE

Evidenze dell’attrazione turistica in Puglia - Effetti da Covid19

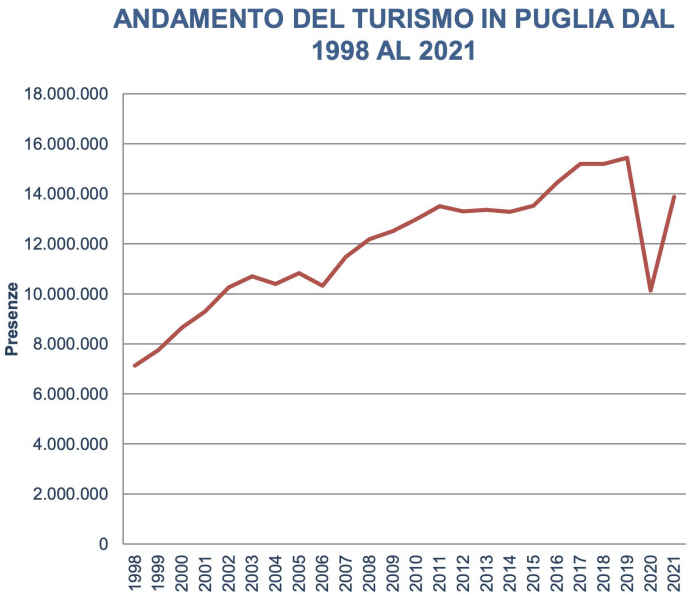
Nel 2020 la pandemia ha arrestato una quasi costante crescita dei flussi turistici (presenze) registrati in Puglia a partire dal 1998.

Il 2022 è l’anno durante il quale programmare la ripartenza, anche attraverso le risorse del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza e comunitarie.

A sei anni di distanza dalla redazione del Piano Strategico Puglia365 e in un contesto sociale ed economico del tutto nuovo, Pugliapromozione torna a coinvolgere territori e comuni, operatori e partenariato per ridefinire assieme la strategia di contesto che determinerà lo scenario e la crescita turistica dei prossimi anni.

La strategia alla base del Piano dovrà tener conto delle potenzialità di uno sviluppo turistico legato a nuovi prodotti e al coinvolgimento delle aree territoriali ancora poco esplorate.

Trend_2015_21 - Osservatorio Regionale del Turismo

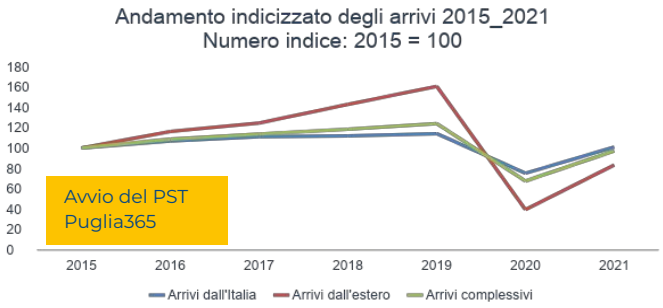


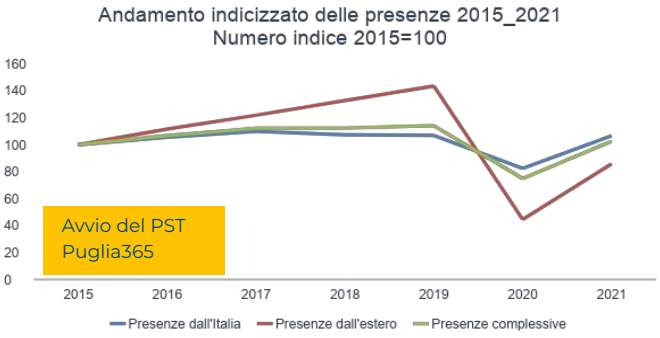
Evidenze dell’attrazione turistica in Puglia - Effetti da Covid19

Dal 2015 sia gli arrivi che le presenze hanno registrato una crescita costante, interrotta solo nel 2020.

I flussi del 2021 hanno permesso di recuperare gran parte della perdita causata dal COVID.

Rispetto al 2019 il divario maggiore rimane quello del mercato estero, la cui ripresa risulta molto più lenta di quello domestico.





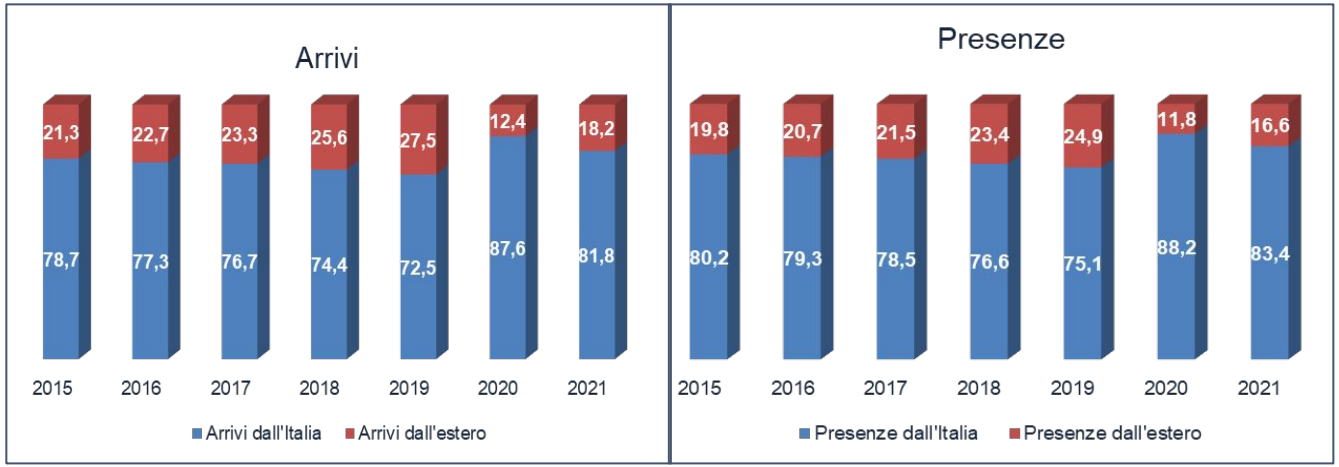
Trend_2015_21 - Osservatorio Regionale del Turismo

Evidenze dell’attrazione turistica in Puglia - Effetti da Covid19

Tasso di internazionalizzazione

Nel 2020, a causa del COVID19, si è interrotto un trend di costante crescita del turismo dall’estero registrato nell’ultima decade.
Il tasso di internazionalizzazione, ovvero la quota di stranieri sul totale dei turisti presenti nella regione, dal 2019 al 2020 è crollato bruscamente passando per gli arrivi dal 27.5% al 12.4% e per le presenze dal 24.9% all’11.8 %.

Nel 2021 il tasso di internazionalizzazione degli arrivi e delle presenze è tornato a crescere ma la ripresa del turismo internazionale sembra procedere a rilento.



Trend_2015_21 - Osservatorio Regionale del Turismo

I flussi turistici in Puglia

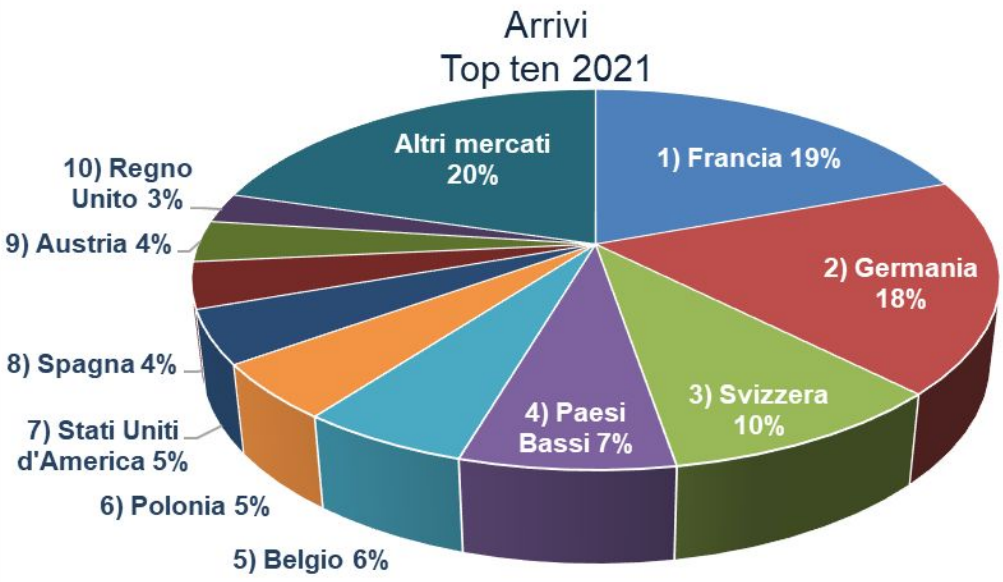
Il 2021 ha consentito di recuperare gran parte dei flussi del **mercato domestico** persi nel 2020 a causa del COVID19.

Le perdite più consistenti del 2021 rimangono quelle del **mercato estero** che, rispetto al 2019, registra una perdita del 48% per gli arrivi e del 40% per le presenze.

Parametri	Valori assoluti 2021
Arrivi dall'Italia	2.727.800
Presenze dall'Italia	11.578.200
Arrivi dall'estero	608.900
Presenze dall'estero	2.297.300
Arrivi complessivi	**3.336.730**
Presenze complessive	**13.875.500**

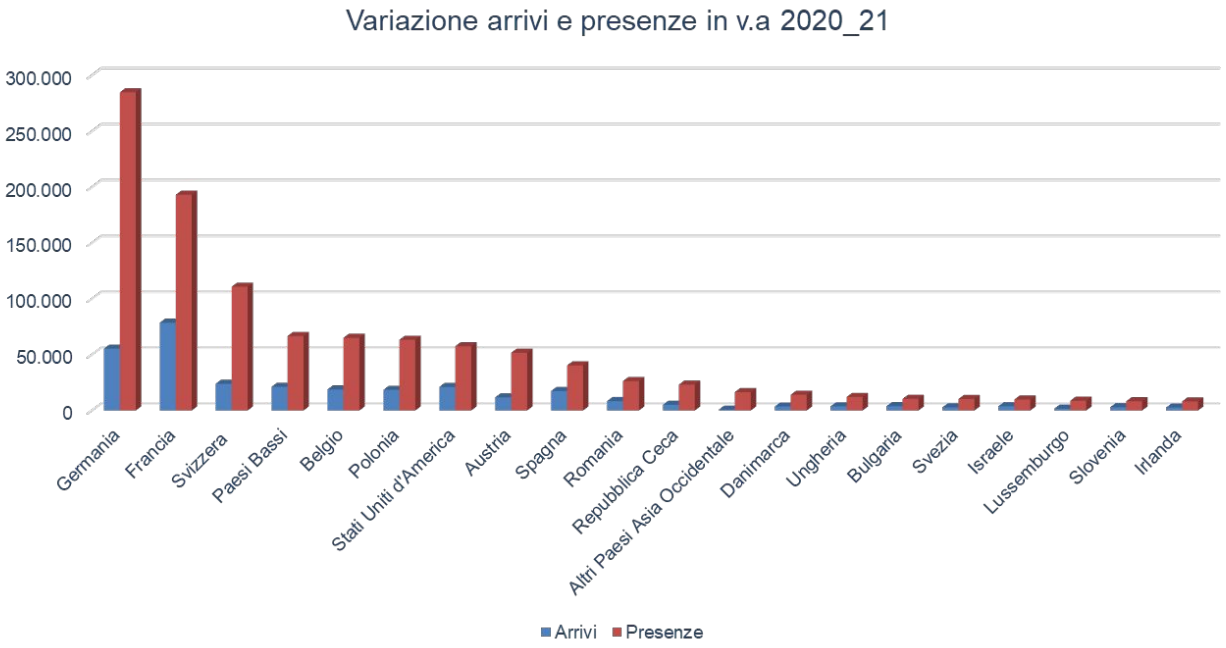
I mercati stranieri

Nel 2021, per via delle restrizioni, perdono quota i mercati extraeuropei (Stati Uniti, Regno Unito e Russia). **Tornano a prevalere i flussi provenienti dall'Europa** mentre **il peso dei mercati di lungo raggio** (tra i principali Canada, Australia, Brasile e Giappone) **si contrae rispetto al 2015 e al 2019**.



I mercati stranieri

Nel 2021 a guidare la ripresa del turismo internazionale sono stati i mercati europei di «prossimità» e tradizionali: Germania, Francia, Svizzera, Paesi Bassi, Belgio e Polonia.
Anche gli **Stati Uniti**, dopo il calo del 2020, riappaiono tra i principali mercati della Puglia, ma classificandosi al settimo posto del ranking degli arrivi anziché al quarto posto come nel 2019.
Da osservare anche l'aumento in valori assoluti registrato tra il 2020 e il 2021 dagli **altri Paesi dell'Asia Occidentale**, classificazione che include anche Arabia Saudita, Emirati Arabi Uniti, Oman e Qatar.

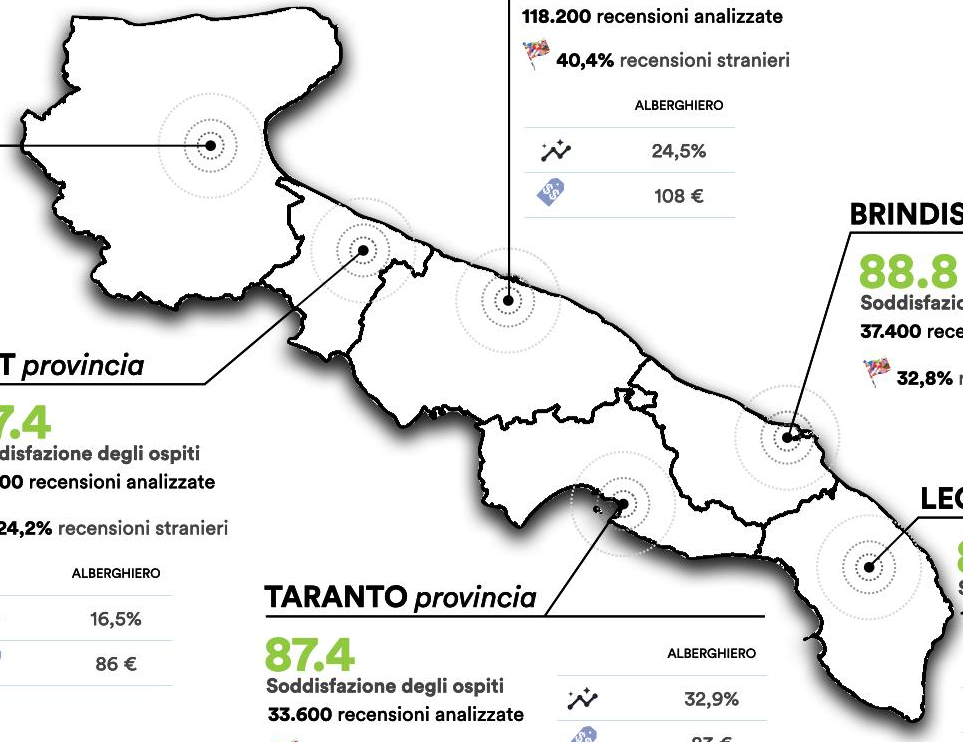


SODDISFAZIONE DEGLI OSPITI E TARIFFE 2021
STRUTTURE RICETTIVE (no appartamenti)

Saturazione OTA 2021

Prezzo medio a notte 2021

Prezzi Booking.com a notte ponderati sulla quantità disponibile di offerte in camera doppia.



FOGGIA *provincia*

85.3
Soddisfazione degli ospiti*
67.500 recensioni analizzate

19,0% recensioni stranieri

	ALBERGHIERO
Saturazione OTA	20,1%
Prezzo medio	80 €

BAT *provincia*

87.4
Soddisfazione degli ospiti
19.000 recensioni analizzate

24,2% recensioni stranieri

	ALBERGHIERO
Saturazione OTA	16,5%
Prezzo medio	86 €

BARI *città metr.*

87.6
Soddisfazione degli ospiti
118.200 recensioni analizzate

40,4% recensioni stranieri

	ALBERGHIERO
Saturazione OTA	24,5%
Prezzo medio	108 €

TARANTO *provincia*

87.4
Soddisfazione degli ospiti
33.600 recensioni analizzate

23,3% recensioni stranieri

	ALBERGHIERO
Saturazione OTA	32,9%
Prezzo medio	83 €

BRINDISI *provincia*

88.8
Soddisfazione degli ospiti
37.400 recensioni analizzate

32,8% recensioni stranieri

	ALBERGHIERO
Saturazione OTA	38,8%
Prezzo medio	131 €

LECCE *provincia*

88.6
Soddisfazione degli ospiti
128.400 recensioni analizzate

28,5% recensioni stranieri

	ALBERGHIERO
Saturazione OTA	26,3%
Prezzo medio	104 €

THE **DATA APPEAL** COMPANY

*Sentiment positivo delle recensioni al 31 Dicembre 2021, strutture ricettive.

*Sentiment positivo delle recensioni al 31 Dicembre 2021, strutture ricettive.

Competitività, ricerca e innovazione

PIA Turismo – Programmi Integrati di Agevolazione

- i PIA Turismo hanno favorito la presentazione di **77** progetti per oltre **478 milioni** di euro di investimenti (di cui oltre 196 milioni di agevolazioni richieste) e incrementi occupazionali per **630 nuove unità**, mentre l'occupazione a regime prevista è di 2.530 unità.

Titolo II Turismo – Capo VI

- Con 1.481 richieste, lo strumento sta generando investimenti per oltre **753 milioni** di euro (di cui 273 milioni di agevolazioni richieste) e incrementi occupazionali per **3.673 nuove unità**, mentre l'occupazione a regime prevista è di 11.719 unità.

Le due azioni hanno contribuito al boom turistico della Puglia salvaguardando e rinnovando il patrimonio esistente e favorendo la destagionalizzazione, attraverso la realizzazione di oltre **9.000 posti letto in più e 4.000 nuove camere e il recupero di 400 palazzi di pregio storico-culturale**.

pugliasviluppo

Regione Puglia: analisi SWOT

Una prima riflessione su punti di **forza**, di **debolezza**, su **minacce** e **opportunità**, in base alle quali programmare le nuove risorse economiche e le nuove attività.

Puglia

Regione Puglia: analisi SWOT

Utile | Potenzialmente dannoso

Interni | Esterni

PUNTI DI FORZA

Cosa viene fatto bene? Quali risorse uniche ci sono?
Cosa viene apprezzato dagli altri?

- Autenticità
- 800 km di costa
- Voli diretti
- Brand reputation in crescita
- Location per produzioni Film Commision
- Clima e luce
- Ospitalità

DEBOLEZZE

Quali sono le aree di miglioramento? Quali risorse mancano?
Quali critiche vengono fatte?

- Rifiuti strade
- Segnaletica
- Rifiuti spiagge
- Accessibilità siti UNESCO
- Personale non qualificato
- Accessibilità
- Lavoro sommerso
- Scarsa qualità formazione
- Servizi di accoglienza
- Rapporto qualità prezzo
- Lavoro precario

OPPORTUNITÀ

Quali opportunità esistono/vediamo? Quali trend possono essere sfruttati?
Come possiamo sfruttare i punti di forza in modo innovativo?

- Offerta enogastronimica
- Prodotto bike
- Arte, cultura, architettura
- Turismo spirituale/ religioso
- Connettività
- DMO
- Aree interne e naturalistiche
- Turismo nautico
- Cammini

MINACCE

Quali minacce potenziali esistono/vediamo? Quali cambiamenti possono essere problematici? A quali minacce espongono le debolezze identificate?

- Crollo mercato Russo, Cinese, Indiano
- Overtourism
- Criminalità
- Burocrazia
- Erosione costiera

PANORAMICA PER FOGGIA E PROVINCIA

PUGLIA365

mesi tappe ambiti

UNIONE EUROPEA

PUGLIA FESR-FSE 2014/2020

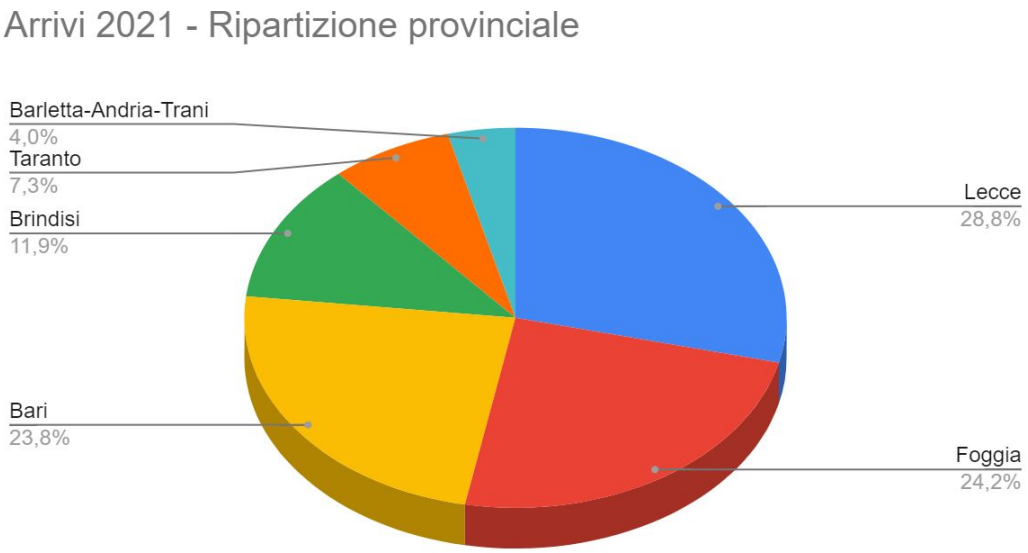
REGIONE PUGLIA

PROMOZIONE

Flussi turistici nella provincia di Foggia

Nel 2021 le province di Lecce, **Foggia** e Bari hanno accolto circa l'80% degli arrivi registrati in Puglia.

La distribuzione delle presenze rispecchia in gran parte quella degli arrivi, unica differenza è il maggior divario tra le province di Lecce (33%) e **Foggia (30%)** e quella di Bari (14%). Le province specializzate nel **prodotto balneare** accolgono turisti per periodi più lunghi.

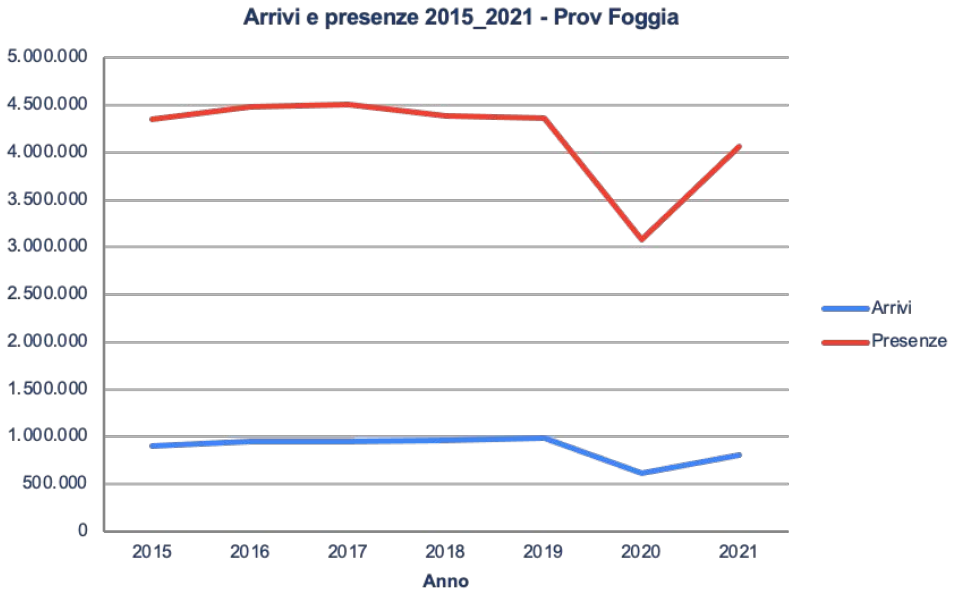


Flussi turistici nella provincia di Foggia

Dal 2015 al 2021 gli **arrivi** della provincia di Foggia sono stati pressoché costanti; il trend è stato interrotto solo nel 2020 dalla pandemia. Le **presenze** hanno superato i 4,5 milioni nel 2017 per poi calare lievemente negli anni successivi, fino alla perdita del 2020.

Il calo, in valori assoluti, ha riguardato soprattutto gli italiani, data l'alta quota che questi rappresentano sul totale delle presenze turistiche della provincia di Foggia (83% nel 2019 e 87% nel 2021).

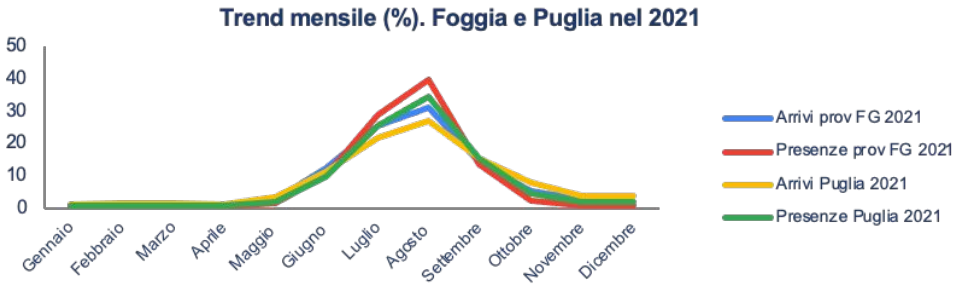
Il 2021 ha permesso un significativo recupero che riporta i valori delle presenze totali quasi ai livelli del 2019.



Flussi turistici nella provincia di Foggia

Il turismo della provincia di Foggia si caratterizza per essere **prevalentemente nazionale**, con una quota ancora modesta di stranieri (17% degli arrivi nel 2019). La prevalente presenza di turisti italiani influisce sulla stagionalità dei flussi, concentrati soprattutto nei mesi estivi.

Le principali mete turistiche del foggiano sono **Vieste, Peschici, San Giovanni Rotondo, Rodi Garganico**, che complessivamente rappresentano il 76% del flusso turistico provinciale.



Il *sentiment* nell'ospitalità della provincia di Foggia

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

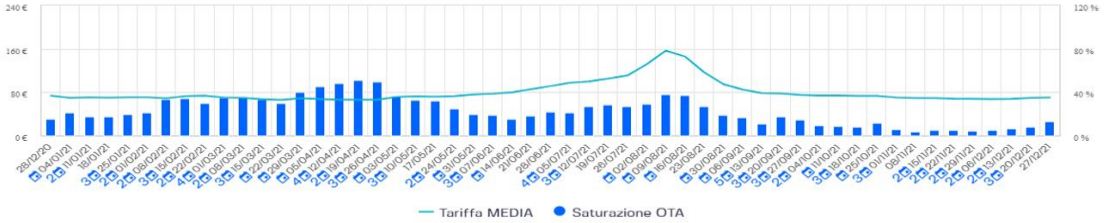
AREE
PRO - Foggia

LOCALI E RISTORAZIONE	RICETTIVITÀ	ATTRAZIONI	AFFITTI BREVI
SENTIMENT	SENTIMENT	SENTIMENT	SENTIMENT
85,9/100 –	85,3/100 ▲ +0,2	87,4/100 ▲ +0,9	88,4/100 ▲ +0,3
107,5k Contenuti	67,5k Contenuti	20,8k Contenuti	8,5k Contenuti

Tariffe e offerte

Qual è la disponibilità nelle strutture ricettive? Come variano le tariffe?

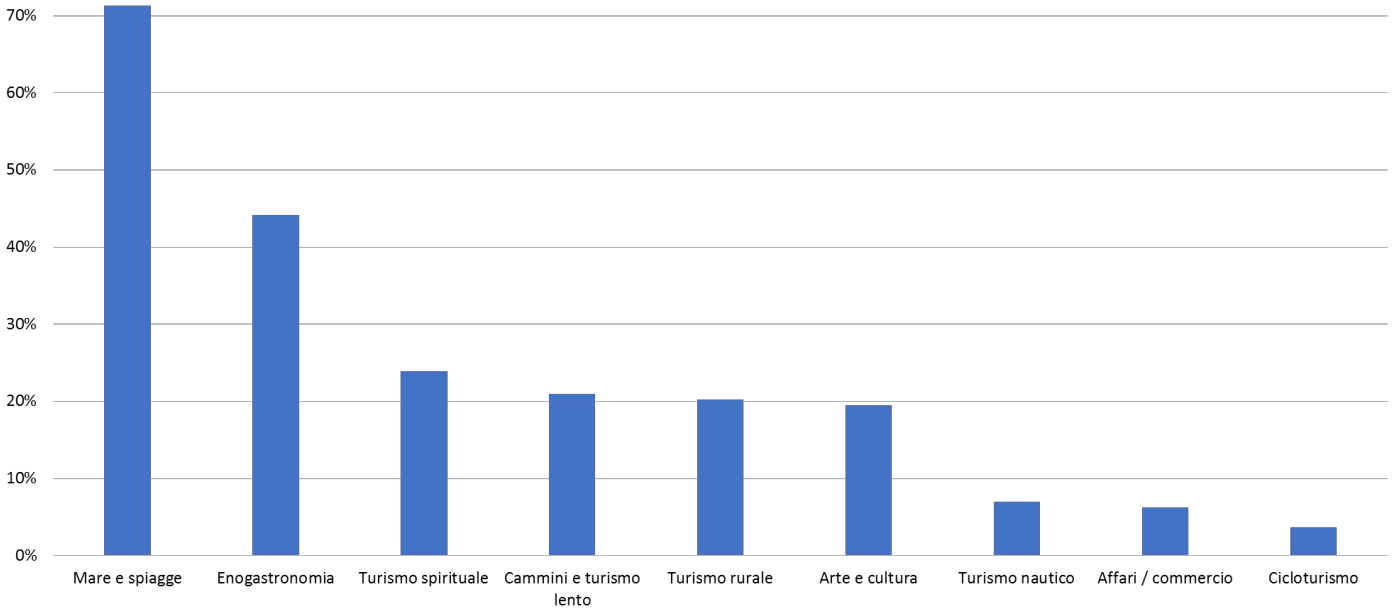
Le tariffe e le offerte analizzate sulle maggiori OTA, con il calcolo del tasso di saturazione, ovvero del rapporto tra offerte disponibile e quelle vendute (o non più disponibili).



L’indagine presso gli operatori della filiera turistico-culturale

Saprebbe indicare le principali motivazioni per cui i turisti scelgono di recarsi nel territorio della provincia di Foggia?

1. Mare e spiagge
2. Enogastronomia
3. Turismo spirituale
4. Cammini e turismo lento
5. Turismo rurale
6. Arte e Cultura
7. Turismo nautico
8. Affari/commercio
9. Cicloturismo

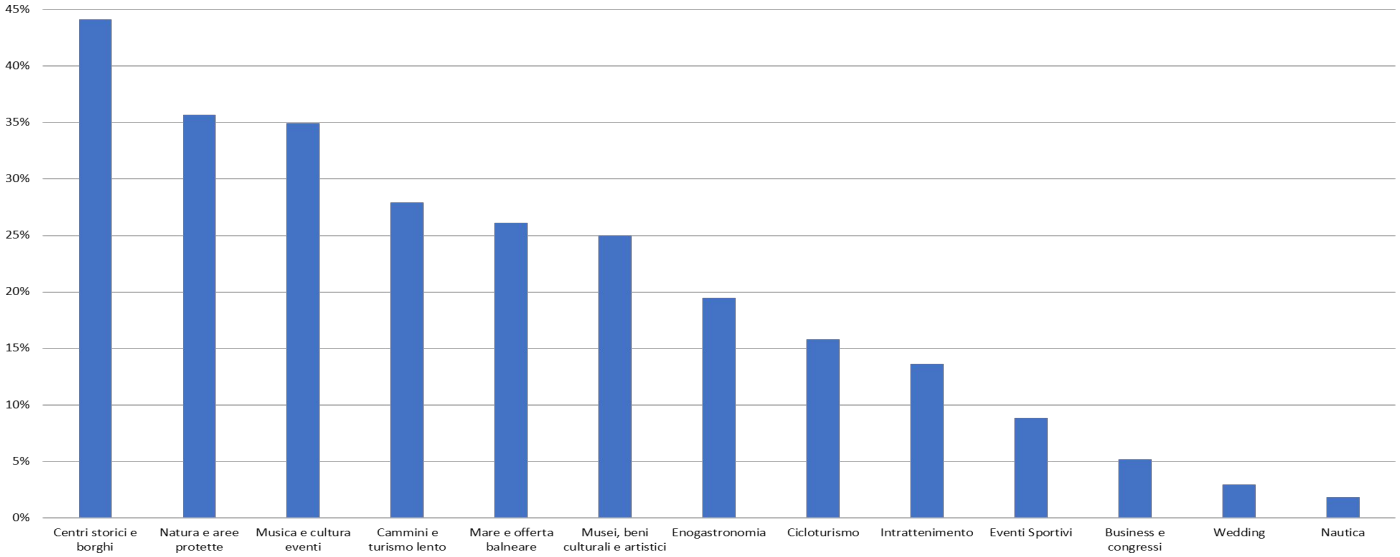


Indagine a cura di Izi Spa per conto della Regione Puglia. Campione: 272 operatori della filiera turistica di Foggia.

L’indagine presso gli operatori della filiera turistico-culturale

A suo parere su quali prodotti turistici la Regione dovrebbe investire in futuro?

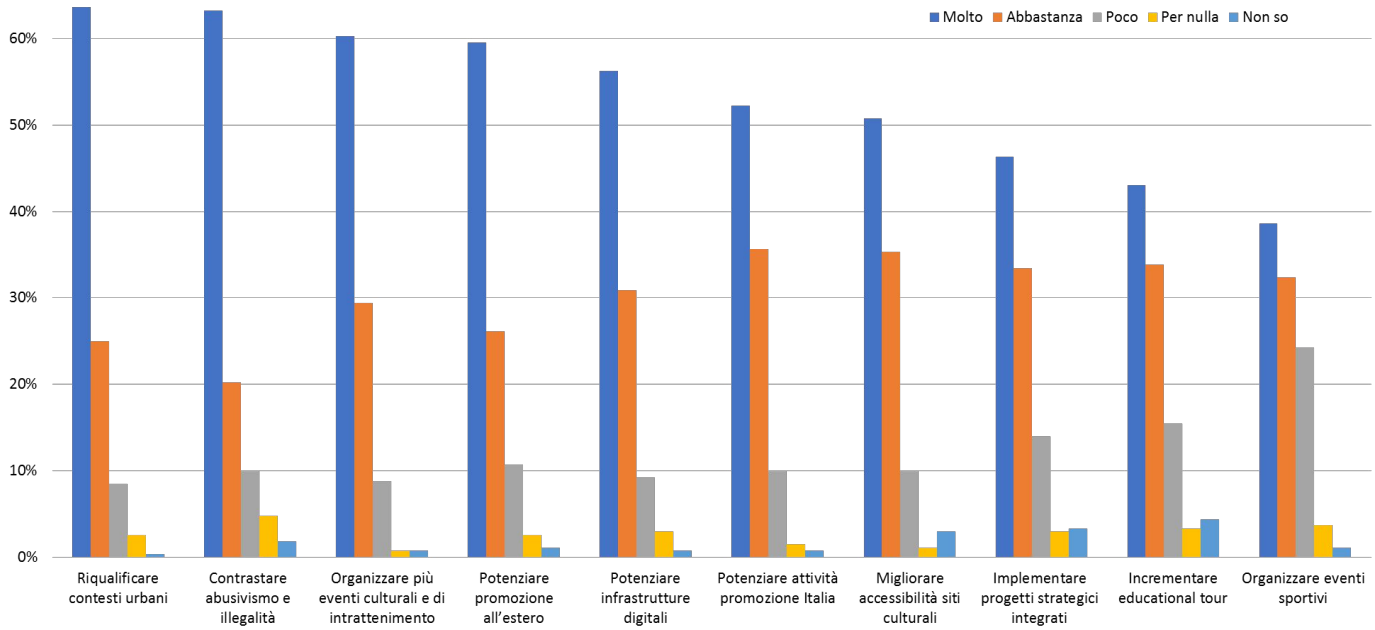
1. Centri storici e borghi
2. Natura e aree protette
3. Musica e cultura eventi
4. Cammini e turismo lento
5. Mare e offerta balneare
6. Musei, beni culturali e artistici
7. Enogastronomia
8. Cicloturismo
9. Intrattenimento
10. Eventi sportivi
11. Business e congressi
12. Wedding
13. Nautica



L’indagine presso gli operatori della filiera turistico-culturale

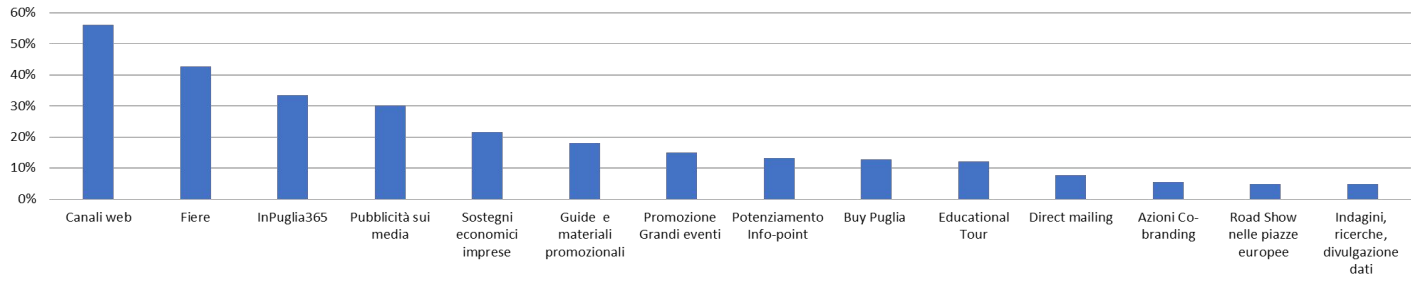
Quanto giudica efficaci le azioni elencate di seguito al fine di potenziare/sviluppare l’attrattività turistica del territorio della provincia di Foggia?

1. Riqualificazione contesti urbani
2. Contrastare abusivismo e illegalità
3. Organizzare più eventi culturali e di intrattenimento
4. Potenziare promozione all’estero
5. Potenziare infrastrutture digitali
6. Potenziare attività di promozione Italia
7. Migliorare accessibilità siti culturali
8. Implementare progetti strategici integrati
9. Incrementare education tour
10. Organizzare eventi

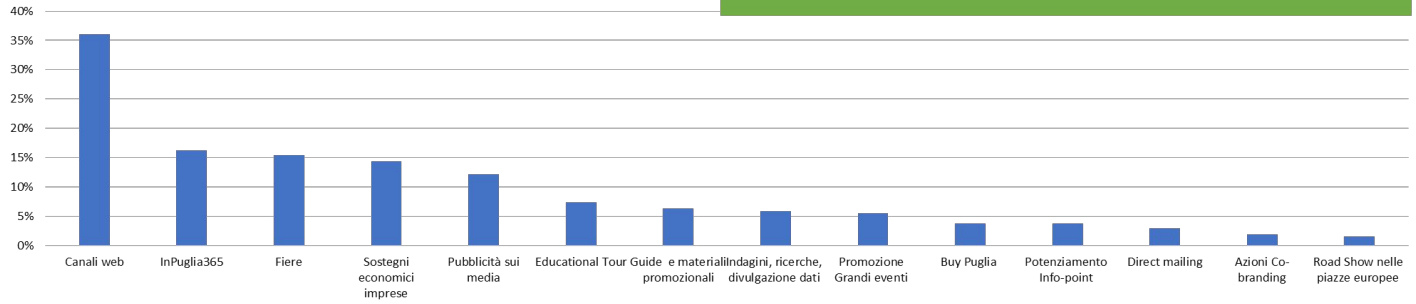


L’indagine presso gli operatori della filiera turistico-culturale

Quali tra le diverse azioni attivate da Pugliapromozione elencate di seguito conosce?

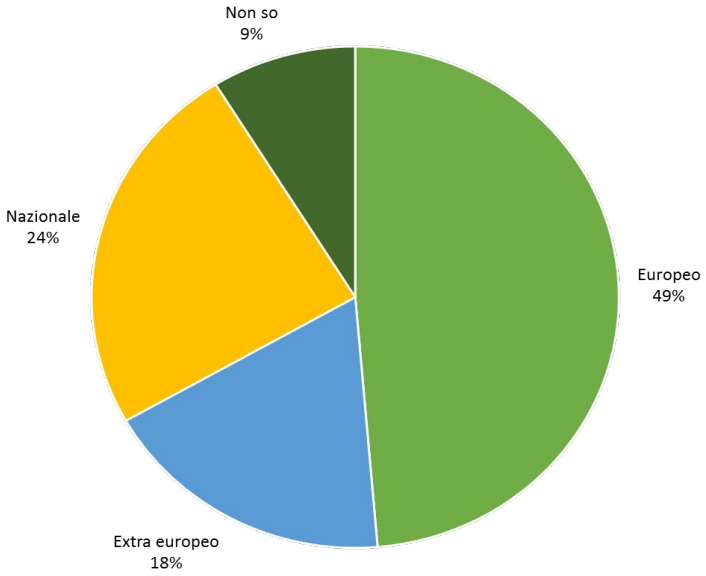


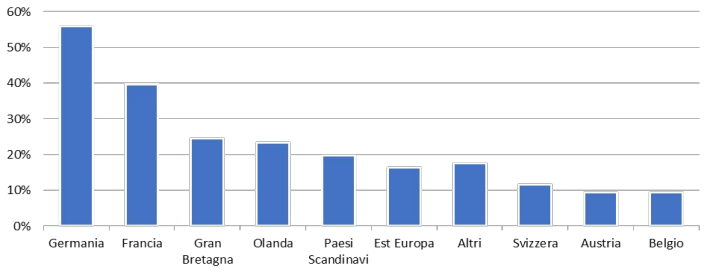
A QUALI DELLE AZIONI ELENCATE HA PARTECIPATO, ANCHE INDIRETTAMENTE?

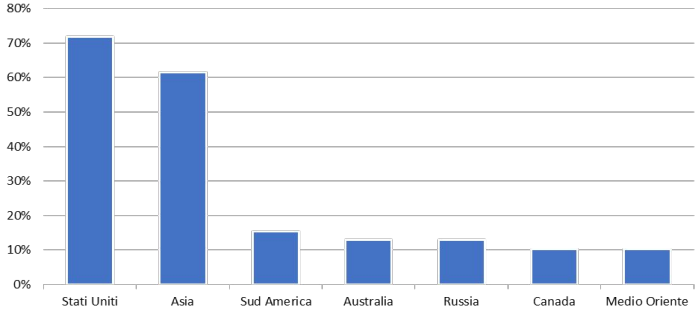


L’indagine presso gli operatori della filiera turistico-culturale

A SUO AVVISO VERSO QUALI MERCATI SAREBBE OPPORTUNO POTENZIARE LE ATTIVITÀ PROMOZIONALI?







Provincia Foggia: analisi SWOT

Una prima riflessione su punti di **forza**, di **debolezza**, su minacce e **opportunità**, per la provincia di Foggia.

Dite la vostra, aiutateci a costruire la vostra **vocazione territoriale** più autentica sulla quale investire.

https://partecipazione.regione.puglia.it/processes/puglia365/f/555/meetings/990

Foggia

Provincia Foggia: analisi SWOT

	Utile	Potenzialmente dannoso
Interni	**PUNTI DI FORZA** Cosa viene fatto bene? Quali risorse uniche ci sono? Cosa viene apprezzato dagli altri?	**DEBOLEZZE** Quali sono le aree di miglioramento? Quali risorse mancano? Quali critiche vengono fatte?
Esterni	**OPPORTUNITÀ** Quali opportunità esistono/vediamo? Quali trend possono essere sfruttati? Come possiamo sfruttare i punti di forza in modo innovativo?	**MINACCE** Quali minacce potenziali esistono/vediamo? Quali cambiamenti possono essere problematici? A quali minacce espongono le debolezze identificate?

PUNTI DI FORZA

- Gargano e Tremiti
- Eterogeneità del paesaggio
- Accadia
- Turismo lento
- Prodotti della terra
- Campeggi
- 2 siti Unesco
- Il mare cristallino e la bellezza delle spiagge
- Il buon cibo e il buon vino
- La natura incontaminata e i parchi naturali
- Il clima
- I borghi e le aree rurali

DEBOLEZZE

- Standard bassi/qualità delle strutture ricettive
- Collegamenti trasporto pubblico
- Segnaletica
- Comunicazione e cooperazione tra gli operatori - Spiccato individualismo
- Carenza di trasporti e infrastrutture
- Assenza di iniziative di intrattenimento
- Scarsa cultura dell'ospitalità
- Scarsa formazione professionale addetti di settore
- Insufficiente propensione all'imprenditorialità

OPPORTUNITÀ

- Turismo outdoor in tutto il parco
- Crescita Monti Dauni
- Via Francigena
- Paesaggio turismo lento
- Startup giovanili e coworking
- Riqualificazione offerta ricettiva
- Ricambio generazionale
- Spiritualità

MINACCE

- Spopolamento
- Overtourism
- Marginalizzazione - in termini di flussi esteri
- Stagionalità
- Criminalità

Highlights nella provincia di Foggia

LOCALITÀ

9 Comuni a economia prevalentemente turistica: Isole Tremiti, Lesina, Manfredonia, Mattinata, Peschici, Rodi Garganico, San Giovanni Rotondo, Vico del Gargano, Vieste

7 Bandiere Arancioni: Alberona, Biccari, Bovino, Orsara di Puglia, Pietramontecorvino, Rocchetta Sant'Antonio, Sant'Agata di Puglia

7 Borghi Storici: Alberona, Peschici, Rodi Garganico, Pietramontecorvino, Roseto Valfortore, Vico del Gargano, Vieste

6 Città d'arte: Bovino, Cerignola, Lucera, Monte Sant'Angelo, San Marco in Lamis, San Severo

2 Bandiere Blu: Isole Tremiti, Peschici

ATTRATTORI

19 Luoghi della cultura, cattedrali, concattedrali, basiliche: Anfiteatro Romano, Archivio di Stato di Foggia, Area Archeologica di Passo di Corvo, Museo Nazionale Archeologico di Manfredonia, Parco archeologico di Siponto, San Pietro Apostolo, Santa Maria Assunta in Cielo, Santa Maria Assunta, San Lorenzo Maiorano, Santa Maria Assunta, Natività della Beata Vergine Maria, Santa Maria Assunta, Maria Santissima Assunta, Maria Santissima Assunta in cielo, Basilica di Santa Maria di Dio Incoronata, Chiesa di San Giovanni Battista, Basilica santuario di San Francesco Antonio Fasani, Basilica di Santa Maria Maggiore di Siponto, Santuario di San Michele Arcangelo

14 Parchi naturali e riserve: Bosco Incoronata, Fiume Ofanto, Isole Tremiti, Falascone, Foresta Umbra, Il Monte, Ischitella e Carpino, Isola di Varano, Lago di Lesina (parte orientale), Masseria Combattenti, Monte Barone, Palude di Frattarolo, Sfilzi, Oasi Lago Salso Manfredonia

7 Spiagge Bandiere Blu: Sfinale, Gusmay, Baia di Calalunga, Baia di Monaccora, Baia San Nicola, Procinisco, Baia di Peschici, Lido di Zapponeta, Cala delle Arene

1 Parco Nazionale: Parco Nazionale del Gargano

EVENTI 2022

Il libro possibile
Festambientesud
Carpino in Folk
Fucacoste e Cocce Priatorije
Tremiti Music festival

ITINERARI (big)

Via Francigena, via Michaelica

Ciclovia Adriatica

Sovvenzioni CUSTODIAMO nella provincia di Foggia

Prima edizione

Settore	Importo erogato	Imprese beneficiarie
Turismo	1.974.246,3	94
Cultura	406.257,3	29
Totale	**2.380.503,6**	**123**

Seconda edizione

Settore	Importo erogato	Imprese beneficiarie
Turismo	3.525.765	70
Cultura	414.475	26
Totale	**3.940.240**	**96**

Un nuovo viaggio per costruire insieme i prodotti culturali e turistici.

Partiamo da un'**identità** comune e condivisa per generare una nuova cultura d'impresa mediante un'intelligente **innovazione** della strategia a sostegno del lavoro dell'industria turistica e culturale.

PUGLIA365

365 mesi tappe ambiti

UNIONE EUROPEA

PUGLIA FESR-FSE 2014/2020

REGIONE PUGLIA

Puglia PROMOZIONE