



## COMUNICATO STAMPA

### **La Puglia in testa alle classifiche delle mete turistiche più gettonate in Italia. Dicono di noi.**

Dove andranno in vacanza questa estate gli italiani? Resteranno prevalentemente in Italia e, se scelgono il mare, verranno in Puglia.

A confermare questa intenzione sono ben due indagini che arrivano allo stesso risultato: quella on line del centro Studi del Touring Club Italiano e quella dell'Osservatorio Europcar-Doxa sugli stili di vacanza degli italiani. La crisi influenza le scelte, ma circa metà degli italiani anche quest'anno partiranno e il mare resta la destinazione numero uno.

Dai dati raccolti dal Touring emerge tra le regioni più scelte, subito dopo il Trentino-Alto Adige (20%), proprio la Puglia (14%), con **Salento**, seguito da **isole Tremiti e Gargano**.

La Puglia è in testa anche alla classifica delle mete italiane prescelte nell'indagine Europcar-Doxa: sembra sia riuscita a sfuggire all'immagine di una ridotta identità delle altre destinazioni che, agli italiani, "sembrano tutte uguali" e quindi intercambiabili con offerte più vantaggiose. *"La Puglia ha saputo imporsi a livello nazionale e internazionale come destinazione top, anche per la qualità dei servizi offerti"*, commenta **Barbara Gallucci**, autrice di Qui Touring e di un seguitissimo blog.

Uno sguardo alle cifre in possesso di Pugliapromozione da un lato e alla rassegna stampa estera dall'altro conforterebbero questa linea di tendenza più che positiva verso la Puglia, anche da parte del turismo straniero. *"La Toscana è stupenda, ma esistono altre regioni altrettanto fantastiche in Italia da esplorare: la Puglia, per esempio"*. A scrivere è un giornalista americano sul **Telegraph** webzine che prosegue raccontando la Puglia come *"un luogo autentico, ricco di storia, natura e con un' enogastronomia da urlare"*.



Una recente indagine, svolta per conto di Pugliapromozione, dalla società C.R.A. (Customized Research & Analysis) circa le vacanze estive 2013 degli italiani<sup>1</sup> mostra, infatti, come la Puglia goda di un ottimo appeal turistico, con un ottimo livello di penetrazione anche nel mercato europeo.

Gli arrivi effettivi dall'estero in Puglia nel 2012 sono cresciuti del 7% rispetto all'anno precedente mentre le presenze sono cresciute del 5%.

Nel panorama internazionale la Puglia sta conquistando un ruolo sempre più importante, soprattutto nelle capitali europee dove campeggia sugli autobus a due piani la campagna di Pugliapromozione "We are in Puglia".

C'è chi, come gli australiani trovano in Puglia "un'atmosfera intima e accogliente" e chi, come i francesi, dalle colonne de "Le Figaro" piuttosto che di "Elle" invitano i connazionali a vivere un'esperienza di viaggio in Puglia; la giornalista spagnola Carmen Prieto sulla rivista "Tapas y Viajes" esalta la dimensione rurale e storico artistica dei borghi pugliesi. E non mancano numerose troupe straniere, come la prestigiosa TVE spagnola o la Tv di stato giapponese, che filmano la Puglia come un paradiso da esplorare. Per non parlare dei mercati consolidati come la Germania, che si conferma il primo mercato per il turismo incoming dall'estero in Puglia (+15,7% per gli arrivi e +18,5% delle presenze). E ancora i mercati che crescono a due cifre come quello russo (più 40%) e quelli emergenti come quello israeliano.

*"Ciò che trova unanimi i commentatori stranieri sulla Puglia è racchiuso in un aggettivo: "autentica"- commenta l'Assessore al Mediterraneo, Cultura e Turismo, Silvia Godelli – "D'altronde a influenzare la scelta della destinazione, secondo il Touring, sono la bellezza dei luoghi (l'88% delle risposte), seguita a distanza da una buona offerta culturale (26%) e da un'adeguata proposta enogastronomica (23%). Tutti asset che alla Puglia non mancano, con in più due particolarità uniche: le masserie incastonate in una campagna disseminata di ulivi e un calendario di visite gratuite in cantine, masserie, parchi e beni culturali aperti fino a tarda sera organizzati con Puglia Open Days".*

A confermare l'appeal della Puglia arrivano anche i sondaggi sulle mete turistiche più gettonate dell'estate in base alle prenotazioni effettuate presso tour operator importanti. **Urbanpost** stila una classifica delle top ten più cliccate sui maggiori

---

<sup>1</sup> L'indagine ha coinvolto un campione di 4.200 italiani dai 14 anni in su rappresentativi della popolazione italiana (stratificazione per età, sesso, regioni geografiche e ampiezze dei centri di residenza) appartenenti al Panel Consumer C.R.A. Telepanel.



motori di ricerca e siti di viaggio on line ( eDreams, Trivago.it, TripAdvisor, Veratour, Tucano Viaggi e Ricerca, Kel12, Touring Club Italiano e FAI-Fondo Ambiente Italia ). Incontriamo nuovamente, subito dopo la Sicilia, la **Puglia** come regione preferita dalla gran parte degli italiani. *“La tendenza sempre più crescente di questi anni verso questa terra non è una scoperta. Gallipoli, per esempio, è stata definita la Rimini del Sud per i divertimenti offerti e sono oramai un paio di anni che vince la classifica delle località turistiche più visitate dai giovani italiani e di mezza Europa”*. Troviamo il Salento anche in cima alla classifica dell'Osservatorio Amica Card sulle prenotazioni presso i propri partner (Alpitour World, Viaggidea, Villaggi Bravo, Francorosso, Karambola, Best Western, GrimaldiLines, Volagratis, Maggiore, Parking Go, International Travel, ecc.)

Una convalida della tenuta della Puglia arriva dai dati del sistema SPOT messo a punto dalla Regione Puglia (trasmissione quotidiana e telematica degli arrivi e delle presenze da parte delle strutture ricettive). Il dato di Giugno 2013, reale anche se non ancora ufficiale, relativo a 1290 strutture ricettive (circa il 27% del totale), segna una sostanziale tenuta rispetto al 2012: + 0,15% gli arrivi.

Il momento sembra, dunque magico per la Puglia, a sentire ciò che “dicono di noi”. Tuttavia le difficoltà non mancano: non è affatto detto che le intenzioni e i desideri di viaggio si trasformino in grandi numeri e soprattutto in flussi ufficiali. Le stesse indagini che pongono la Puglia in testa alle classifiche come meta di viaggio per l'estate 2013 ci dicono che la lunghezza del soggiorno continua a ridursi, attestandosi, per il 2013, intorno ai 7-10 giorni, confermando la tendenza a distribuire i periodi di vacanza in tutto l'anno e a non concentrarli solo in agosto come accadeva in passato.

Non solo: la componente economica resta rilevante. Il 10% destinerà meno di 500 euro alle ferie e poco più del 25% spenderà dai 500 ai 1.000 euro. In confronto al 2012, il 24% ha intenzione di spendere di meno, il 16% di più, il 60% la stessa somma. Dall'indagine C.R.A emerge che il 63% dei turisti dichiara che durante la propria permanenza in Puglia alloggerà in appartamenti di proprietà, sarà ospite di parenti o, con incidenza minore, pernoverà in case affittate da privati o sarà ospite di amici. Strutture quindi non rientranti in quelle ufficialmente registrate come ricettive, Queste ultime informazioni risultano allineate ai dati di un'altra indagine, svolta da IZI s.p.a., tutt'ora in corso, circa l'andamento della stagione estiva in Puglia



che indica un sostanzioso e visibile calo medio delle prenotazioni del comparto della ricettività turistica “ufficiale”.

*“Un dato tuttavia non ancora quantificabile, in considerazione dell’aumento esponenziale delle prenotazioni last minute e del generale allungamento dei tempi di prenotazione, ma comunque un segnale di una crisi che tende a far prevalere i pernottamenti low cost, senza necessariamente influenzare la scelta della destinazione turistica – afferma il Direttore Generale di Pugliapromozione, **Giancarlo Piccirillo** - L’appeal della Puglia è, comunque, un’occasione da non perdere, un patrimonio a disposizione di tutti. Eppure le imprese turistiche soffrono a causa della congiuntura economica, della pressione fiscale e dei gap esistenti nel sistema. Essere al primo posto nei desideri di viaggio degli italiani, colpire l’immaginario dei viaggiatori, è un risultato importante, ma il successo nel turismo dipende poi da quanto riusciamo ad alimentare le economie di una robusta e moderna filiera produttiva del comparto turistico, per crescere ancora e svilupparci in modo maturo. Ed è questo, oggi, il nostro obiettivo”.*

La stagione turistica è cominciata e, si spera, porti davvero i frutti promessi.