Nuovo Quotidiano di Puglia

Rubrica: ATTUALITA^
pag. 6 - venerdì 25 luglio 2014

Consiglio Regionale della Puglia

sandei

LA PUGLIA CHE CAMBIA

La crisi frena gli italiani ma il turismo tira grazie al boom di stranieri

L'assessore Godelli: un ospite su quattro proviene dell'estero

(C) Quotidiano di Puglia S.p.A. | ID: 00000000 | IP: 93.43.226.255

● Il turismo in Puglia continua a crescere e il forte impulso dato dagli arrivi degli stranieri (più 7 per cento nei primi sei mesi dell'anno) ha permesso ancora una volta di fronteggiare il lieve calo degli italiani. In ogni caso, il segno è positivo (più 1 per cento in totale) con oltre un milione e 176mila arrivi (9mila in più dello stesso periodo dello scorso anno. E' quanto emerge dalle rilevazioni effettuate dall'Osservatorio regionale del turismo che fa riferimento a dati certi e ufficiali e che in qualche modo permettono di prevedere una ulteriore crescita sino alla fine dell'anno, con punte da tutto esaurito nelle strutture alberghiere ed extra alberghiere nel mese di agosto.

Il miglior risultato arriva dal mercato straniero, che continua a crescere a ritmi sostenuti in tutti i territori della Regione, e segna un bel +7% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, con un picco ad aprile, in concomitanza con il periodo pasquale e il ponte del primo maggio. Ed è proprio la crescita degli stranieri (+17mila arrivi rispetto all'anno precedente) a consentire un saldo positivo dell'incoming, compensando il calo dei turisti italiani comunque piuttosto contenuto (-8mila).

«L'internazionalizzazione del turismo in Puglia è ormai un fatto compiuto - osserva l'Assessore Silvia Godelli - visto che gli stranieri hanno raggiunto il 23% degli arrivi complessivi. Siamo a quasi un quarto del totale, un buon trend che si è alimentato nell'ultimo periodo delle importanti azioni di Pugliapromozione e dell'assieme delle iniziative volte in questi anni ad incrementare la notorietà del brand Puglia».

«Risale a tre anni fa - spiega il Direttore di Pugliapromozione Giancarlo Piccirillo - l'avvio di una strategia promozionale sui mercati stranieri, agendo in modo incisivo sull'awareness e sul sentiment del nostro brand, accompagnato da un sistema di relazioni (finalmente) organizzato con i maggiori players del turismo internazionale. Oggi raccogliamo i primi frutti, come dimostrano i riconoscimenti del National Geographic, della Lonely Planet ed una lusinghiera rassegna stampa internazionale. Questi risultati non sarebbero stati possibili senza il sistema delle imprese regionali, che hanno orientato la loro strategia ed adattato l'offerta sui più promettenti target di domanda estera. hi lo ha fatto, chi ha investito su questa domanda, oggi raccoglie frutti importanti. Tuttavia siamo solo all'inizio: occorre continuare con perseveranza il lavoro sulla domanda e contestualmente sulla evoluzione della nostra offerta. Se proseguiamo, la Puglia può soltanto crescere».

La domanda nazionale in questa prima tranche del 2014 ha mostrato segnali positivi, in particolare nei primi mesi dell'anno con la ripresa del turismo d'affari (+ 10% in gennaio) e ad aprile e maggio, in occasione delle festività. La flessione del turismo italiano si è concentrata in realtà in giugno, con disdette dell'ultimo minuto, nei campeggi e nei villaggi, chiaramente determinate dalla situazione meteorologica molto instabile.

Oltre a misurare l'aspetto quantitativo del turismo in Puglia l'Agenzia Pugliapromozione sta monitorando i principali trend attraverso un'indagine, realizzata in collaborazione con la rete dei circa 80 Uffici di accoglienza turistica (Iat), per misurare le preferenze della destinazione turistica nell'estate 2014. Dai primi risultati raccolti emerge una forte predilezione per il prodotto turistico Mare (73% delle risposte a scelta multipla), seguito da Arte e Cultura (56%), Enogastronomia (33%) e Turismo Natura (20%).

Prevalgono le forme autonome di organizzazione del viaggio: il 5% circa degli intervistati ha fatto ricorso ad agenzie di viaggio, mentre il 32% ha organizzato il viaggio autonomamente attraverso il web. Altissima la quota di repeaters e il ritorno in passaparola: più del 50% degli intervistati ha già soggiornato in Puglia e il 100% consiglierebbe la Puglia a parenti e amici. Nel complesso i turisti giudicano la Puglia "ospitale" (74%), "bella" (72%), "solare" (69%), "divertente" (31%), "economica" (15%), "cool" (12%).

Re.Att.

SUCCESSO Sta avendo successo il programma di sostegno al brand della Puglia finanziato dalla Regione e gestito dall'agenzia Pugliapromozione. A sinitra il direttore di Pugliapromozione Giancarlo Piccirillo e l'assessore Silvia Godelli

LE NOTE STONATE

Disagi
I collegamenti pubblici sono molto scarsi

La sporcizia delle strade e di alcuni tratti della costa, problemi con la segnaletica stradale e collegamenti pubblici interni scarsi sono stati segnalati ripetutamente dai turisti che hanno soggiornato in Puglia. Emerge la necessità di un maggiore impegno degli enti locali.

Trasparenza
Difficile capire il costo in molti ristoranti e bar

Tra le lamentele presentate dai turisti agli Uffici di informazione vi è anche la scarsa trasparenza sui prezzi praticati in particolare da ristoranti, bar e punti shopping). Difficile intervenire in questo campo da parte degli organi di controllo

Noleggio
Limitato l'utilizzo in fitto di auto, moto e bici

Molti turisti hanno anche segnalato il fatto che sono poche le possibilità di noleggio di scooter, biciclette e autovetture anche ad ore. Allo stesso modo è stata segnalatra la difficoltà di reperire in molte zone della Puglia giornali quotidiani.

A cura del Servizio Informazione e Stampa del Consiglio regionale - A diffusione interna, vietata la riproduzione