**Immagine che contiene orologio

Descrizione generata automaticamente** ****



**ANNUNCIO STAMPA**

**Uno sguardo al turismo in Puglia**

**Presentato report di analisi turistico-territoriale**

Bari 16 marzo 2022 – Come leggere e analizzare i nuovi mercati e i fattori di cambiamento per creare opportunità per le imprese del turismo?

Se ne è parlato stamani in un webinar con imprese e stakeholder, aperto ai media, organizzato da Unioncamere Puglia, in collaborazione con le camere di commercio pugliesi, a valere sul Fondo di perequazione 2019-2020 - sostegno del turismo di Unioncamere nazionale, con il supporto tecnico di Isnart.

Sono stati approfonditi i fenomeni turistici per supportare chi opera nel turismo a orientarsi tra i tanti elementi di incertezza determinati dalla crisi economica e sociale post pandemica.

Dopo i saluti istituzionali del segretario generale della Camera di Commercio di Lecce, Francesco de Giorgio, in rappresentanza del sistema camerale pugliese, Flavia Maria Coccia di IS.NA.R.T. ha illustrato il reportdi analisi turistico-territoriale sulla Puglia.

A seguire il rapporto in sintesi. In allegato alla mail il report completo.

Per l’ufficio stampa di Unioncamere Puglia

Chicca Maralfa

3385082862

Con preghiera di diffusione

**** **Immagine che contiene orologio

Descrizione generata automaticamente**

**FONDO DI PEREQUAZIONE 2019-2020 - SOSTEGNO DEL TURISMO**

**LINEA DI ATTIVITA’ 1 - OSSERVAZIONE ECONOMICA**

**1° REPORT DI ANALISI ECONOMICO -TERRITORALE**

**PER L’UNIONE REGIONALE PUGLIA**

**SINTESI**

**Le imprese della filiera turistica regionale**

L’offerta turistica della regione Puglia ha una base imprenditoriale che conta 35.501 imprese registrate al IV trimestre 2021 (pari al 5,6% della filiera turistica nazionale) e più di 142 mila unità (5,4% del totale nazionale).

Le sole province di Bari e Lecce rappresentano il 60% dell’offerta turistica regionale in termini di imprese (Bari 36,4%; Lecce 23,8%) e oltre il 65% in termini di addetti (Bari 41,6%; Lecce 23,8%). Seguono Foggia con 15,7% delle imprese turistiche sul totale filiera turistica regionale e il 14,1% degli addetti al settore turistico sul totale regionale, Taranto (imprese 13,2%; addetti 11%) e Brindisi (imprese 11%; addetti 9,5%).

La provincia di Bari conferma il primato anche in termini di dimensione media delle imprese turistiche pari a 4,6 superiore sia alla media regionale che a quella nazionale.

Tra le componenti dell’offerta turistica le imprese di ristorazione rappresentano ben il 64% della filiera turistica regionale. A livello provinciale Taranto e Brindisi fanno registrare valori superiori alla media regionale con rispettivamente il 70,5% e il 67,2% di imprese di ristorazione sul totale imprese turistiche delle due province. Seguono le imprese di alloggio, che costituiscono il 12,4% della filiera turistica regionale (17% nella provincia di Lecce e circa il 16% in quella di Foggia).Il 12,1% sono le imprese inerenti le attività culturali e ricreative (13,8% Bari), il 6,5% le imprese di trasporto, (7,4% Bari; 7,3% Brindisi) e solo il 3,7% le agenzie di viaggi.

**Le località balneari trainano le vendite del settore ricettivo, ma le vendite estive non bastano a coprire gli alti costi di gestione**

I dati derivanti dall’indagine diretta svolta alle imprese ricettive della Puglia fanno registrare nei primi sei mesi dell’anno livelli significativamente bassi dei tassi di occupazione delle camere rispetto alla media nazionale.

Va meglio in estate anche se quest’anno la stagione parte in ritardo: nel mese di giugno le imprese ricettive pugliesi hanno venduto solamente il 36,6% della disponibilità del periodo contro la media nazionale del 42,3%. Tale percentuale tende a crescere nel mese di luglio, (63,7%) fino a raggiungere il picco, di quasi l’84%, ad agosto, mese in cui si registra un sorpasso rispetto ai dati medi nazionali (81,5%).

Tuttavia, il dato di agosto, non è sufficiente a compensare il calo di vendite degli altri mesi dell’anno: la Puglia registra una flessione di 7 punti percentuali nel tasso medio annuale di occupazione delle camere del 2021 rispetto al 2020 (Italia +14,2 punti percentuali). Si delinea, dunque, un fenomeno di stagionalità ristretta che potrebbe creare una condizione di affollamento nella regione, con effetti non necessariamente positivi in termini di pressione turistica.

L’indagine effettuata presso le strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere rileva che, nel corso del 2021, il 43% delle strutture pugliesi ha riscontrato difficoltà nella gestione del prezzo delle camere rispetto ai nuovi costi sostenuti, legati alle misure di sicurezza, in linea con la media nazionale (40,3%).

Il 36,8% delle strutture, ha dichiarato problemi sull’organizzazione e gestione di possibili disdette, causa Covid. Il dato, sensibilmente inferiore alla media nazionale (pari al 48,5%) riflette la caratteristica delle prenotazioni last minute che hanno interessato maggiormente le località pugliesi rispetto ad altre mete turistiche come, ad esempio, le grandi città d’arte.

Quasi il 34% delle strutture, inoltre, ha dichiarato di aver incontrato difficoltà nel reperimento del personale stagionale (Italia 25,2%); problematica, questa, che assume un certo rilievo in relazione alle performance di vendite dei mesi di luglio e agosto.

**1 impresa ricettiva su 2 stima perdite in bilancio**

La concentrazione dei flussi turistici nei soli mesi di luglio e agosto, nonché le problematiche riscontrate nella gestione delle misure di sicurezza imposte dalla pandemia e nel reperimento del personale stagionale, spingono le imprese verso pronostici orientati alla cautela.

Infatti, il 31% delle imprese ricettive stima di raggiungere almeno il pareggio (Italia 26,7%); mentre solo il 19,6% prevede utili (Italia 19,3%). Superiore rispetto alla media nazionale la flessione della stima dei ricavi rispetto al 2020: pari al -13% per la Puglia e al -9,6% per l’Italia.

**Sul mercato parallelo degli alloggi privati crescono le vendite nel 2021 ma ancora poche le prenotazioni per il 2022**

I dati relativi all’andamento delle notti prenotate negli alloggi privati evidenziano, per il 2021, un trend in crescita rispetto al 2020, che conserva la componente stagionale (incrementi nei mesi di luglio e agosto), ma ancora lontano dai valori fatti registrare nel periodo pre-pandemico (2019). Tuttavia, rispetto a quest’ultimo si registra un incremento delle prenotazioni nei mesi di novembre (+27,6%) e dicembre (+16,2%).

Osservando i dati sulle prenotazioni negli alloggi privati per i primi mesi del 2022 emerge un calo rispetto allo stesso periodo del 2021, quando il mercato parallelo degli affitti brevi aveva beneficiato della tendenza a soggiornare in località turistiche lavorando in modalità smartworking. Per la Puglia si registra un -52,8% di prenotazioni per il mercato degli alloggi privati a febbraio rispetto al 2011, -62,9% a marzo, -57,7% ad aprile, -42,7% a maggio, in controtendenza rispetto all’andamento nazionale.

L’estensione e la differenziazione territoriale che caratterizzano la Puglia permette di offrire una diversificazione turistica non solo di tipo balneare ma anche naturalista/culturale e gastronomica.

Ne consegue che non vi è una motivazione che eccede sulle altre, bensì diverse sono le motivazioni che registrano valori molto simili tra loro e che spingono il turista a scegliere la regione come meta.

La presenza di numerose località costiere nonché la qualità delle acque rende la motivazione balneare (24,1%) la principale scelta della Puglia tra i turisti. Segue la ricchezza del patrimonio artistico/monumentale (21,8%).

Tra le altre: Il 14,5% dei turisti sceglie la Puglia per riposarsi, il 13,4% per lo shopping e il 9% per interessi gastronomici.

La diversificazione dell’offerta turistica che la Puglia presenta, oltre che nelle diverse motivazioni di scelta come meta turistica, viene confermata dalle variegate attività effettivamente svolte durante la vacanza.

Dall’indagine condotta risulta che: escursioni e gite per godere del patrimonio naturalistico/culturale della regione rappresentano l’attività svolta dal 77,1% degli intervistati. Tra le altre: l’attività di balneazione (49%); visita del centro storico (26,6%); degustazione dei prodotti enogastronomici (14,9%); shopping e attività sportive (11%).

In coerenza con quanto delineato in precedenza, la diversificazione dell’offerta turistica presente in Puglia si riflette nei valori relativi alla spesa dei turisti.

Al 2021, in Puglia, la spesa media giornaliera a persona sostenuta per l’alloggio è pari a 51 euro.

Per le altre tipologie di spesa la media giornaliera a persona è pari a 67 euro.

Entrambi i valori medi di spesa giornaliera a persona superano quelli fatti registrare nel 2019 (spesa media giornaliera alloggio 46 euro; altre spese 51 euro).

Tali valori di spesa risultano, tuttavia inferiori rispetto a quelli registrati a livello nazionale pari a 57 euro a persona per l’alloggio e a 73 euro a persona per le altre tipologie di spesa.