

La Puglia meta “top” per le vacanze 2015, per attrattive turistiche e naturali

di Valentina Taranto

È la regione in testa, tra i turisti italiani, tra le mete appetibili per le prossime vacanze estive, sorpassando Toscana, Sicilia e Sardegna. Anche tra i turisti europei la Puglia dimostra buona vitalità e capacità attrattiva, risultando coinvolgente per oltre il 50% dei turisti tedeschi, svizzeri e austriaci e per oltre il 40% dei turisti francesi, britannici, belgi e olandesi.



Ad attirare i turisti sono principalmente l'area del Gargano, Isole Tremiti e Daunia con un indice di performance che coinvolge il 51% del mercato turistico nazionale; Lecce e Salento (50%); la **Costiera Jonica, Taranto** e la **Murgia Tarantina**, cioè la Valle d'Itria con i suoi trulli e campagne (30%).

La regione tacco d'Italia è, per gli italiani, tra le mete turistiche a maggior appeal: con un indice di 3,9 su 5 punti, la Puglia, insieme a Sicilia, Sardegna e Spagna (che fanno registrare un indice di attrazione di 4,1) e alla Grecia e Toscana (4 punti) guida la classifica dell'offerta turistica più accattivante e appetibile. Un posizionamento che colloca l'offerta turistica pugliese sopra a Croazia (3,5 punti), Emilia Romagna, Veneto e Calabria, rispettivamente con 3,4 la prima e 3,3 le altre due.

È quanto emerge dall'indagine realizzata da **SWG1**, nell'ambito della

seconda ricerca sulla notorietà e attrattività turistica del "brand" Puglia. Lo studio, svolto a due anni di distanza dal precedente, ha fotografato le performance della destinazione Puglia e del suo brand, permettendo allo stesso tempo di monitorarne l'andamento.

Migliorano le performance pugliesi anche sul mercato turistico europeo. Dal 2013 a oggi cresce la quota di turisti europei che dichiara di essere altamente interessata a fare una vacanza in Puglia nei prossimi tre anni e, soprattutto, diminuisce seccamente la quota dei disinteressati e distaccati. Sono in crescita soprattutto i turisti tedeschi (gli interessati a fare una vacanza in Puglia nei prossimi tre anni passano dal 33% del 2013 al 39% del 2015), francesi (dal 35% al 39%), svizzeri (dal 27 al 37%).

Particolarmente significativo è il ranking dei fattori di appeal della **Puglia** per il turista contemporaneo. Questa regione, infatti, si colloca ai vertici dell'offerta su alcuni importanti vettori attrattivi: è al primo posto per l'offerta di momenti ed eventi tradizionali e folkloristici, nonché spirituali; è al secondo posto per l'offerta enogastronomica, e per la varietà delle proposte di soggiorno, valutate adatte alle famiglie e capaci di unire qualità e convenienza.

L'offerta turistica pugliese, inoltre, risulta al terzo posto, per la proposta culturale e di eventi musicali, per la qualità del clima, del mare e della spiaggia e, soprattutto, si posiziona sul podio per tutti i vettori esperenziali quali: l'autenticità dei luoghi, la possibilità di fare esperienze uniche e di vivere l'emozione della scoperta. Su questi ultimi importanti driver l'offerta pugliese trova competitor solo nella Sardegna e nella Sicilia.

La Puglia compete ormai anche con l'Emilia Romagna e la Sardegna sul piano dello svago, dell'intrattenimento e della possibilità di divertirsi e fare incontri. Un altro elemento di analisi, utile a tracciare il quadro delle performance dell'offerta turistica pugliese, è il livello di soddisfazione delle persone che l'hanno visitata o che la conoscono e che, per tale motivo, la consiglierebbero come meta turistica. La **Puglia** si colloca, per i turisti italiani, tra le prime quattro regioni, con Toscana, Sardegna e Sicilia, realizzando performance migliori dell'Emilia Romagna, del Veneto, della Campania, della Calabria, ma anche di Croazia, Grecia e Turchia. Anche in Europa la **Puglia** riesce a ottenere un buon posizionamento: la quota di inglesi che la consiglierebbero passa dal 45% del 2013 al 55% del 2015; tra i francesi la quota sale dal 39% al 46%, mentre tra gli svizzeri sale dal 46% al 51%. Rimane stabile tra i tedeschi, intorno al 37%, ed è buona tra austriaci e belgi (rispettivamente al 41% e al 47%).

A fare da volano alla notorietà e alle performance turistiche della Puglia, non ci sono solo i dati oggettivi della qualità dell'offerta, ma anche il suo potenziale narrativo ed esperienziale. Questa regione viene giudicata "ospitale" dal **54%** degli italiani, "bella" dal **48%** delle persone e "folkloristica" dal **38%** della platea dei turisti italiani. Una regione i cui contorni narrativi si delineano lungo termini quali "genuina" (**34%**), "autentica" (**30%**) e "gustosa" (**29%**).

Le persone che non hanno ancora visitato questa regione si dicono attratti dal mare cristallino, dalla bellezza delle spiagge, dall'offerta enogastronomica, dal clima, ma anche dalle tradizioni, dai borghi dall'offerta storico-culturale.

A generare e sostenere la notorietà e l'immagine turistica della Puglia è anche l'attività di comunicazione svolta in questi ultimi anni, che ha toccato circa il **30%** dell'opinione pubblica nazionale, con un bacino pari a oltre 14 milioni di contatti e il **10%** dell'opinione pubblica europea, con un bacino tra i 26 e i 28 milioni di contatti.