



Il turismo in Puglia nei primi 10 mesi del 2016

I numeri della destinazione – dati provvisori



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Puglia 365

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione – Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 – Linea 4

www.puglia365.it



OVERVIEW PUGLIA 2016

Variazioni domanda e offerta 2015/16 (gennaio-ottobre)

L'andamento:

- ✓ mensile
- ✓ per tipologia ricettiva
- ✓ per territorio
- ✓ comunale

I mercati stranieri e nazionali

L'offerta ricettiva

Ranking delle regioni italiane

La Puglia e l'Europa: i dati di Aeroporti di Puglia

Altri dati sul turismo in Puglia

I megatrend mondiali del 2017

Puglia365: il Piano strategico

Dall'esperienza al B2B: il Buy Puglia 2016



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4



HIGHLIGHTS 2016 (gennaio-ottobre)*

Arrivi

3,3 milioni (+6,4% sul 2015)

Pernottamenti

13,4 milioni (+3,2%)

Arrivi dall'estero

787 mila (+13%)

Pernottamenti dall'estero

2,8 milioni (+8,4%)

Arrivi dall'Italia

2,6 milioni (+4,5%)

Pernottamenti dall'Italia

10,6 milioni (+2%)

Offerta ricettiva

6.227 strutture (+9,7%)

Tasso di internazionalizzazione

Arrivi 23,2% (21,8 nel 2015) Presenze 20,8% (19,8 nel 2015)

Risultati al di sopra delle aspettative per il 2016, complici l'incremento dei consumi turistici nazionali, gli alert sulla sicurezza che hanno interessato altre destinazioni d'Europa e del Mediterraneo e una straordinaria crescita del turismo internazionale: l'incoming dall'estero si attesta sul +13% (negli anni precedenti l'incremento è stato dell'8-10%) mentre i pernottamenti crescono dell'8,4% rispetto al 2015 (10 mesi).

Si consolida la ripresa del turismo nazionale (gli italiani in Puglia) che per il terzo anno consecutivo registra incrementi, stavolta del +4,5% e +2% per arrivi e presenze.

L'offerta di strutture ricettive in Puglia cresce del +9,7%.

I dati provvisori riportati in questo documento soddisfano la rilevanza statistica e fanno riferimento ai primi 10 mesi del 2016. Sono stati misurati su un campione di circa il 75% delle 6.227 strutture ricettive della regione che hanno comunicato attraverso SPOT (Sistema Puglia per l'Osservatorio Turistico) le informazioni dell'indagine ISTAT sul «Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi». I dati potranno subire variazioni al termine della raccolta (prevista per il 31/01/2017) e sono soggetti alla convalida sulla qualità e bontà della rilevazione condotta a livello nazionale dall'Istituto Nazionale di Statistica e ai limiti di divulgazione previsti dall'Ente. Dati al 14 dicembre 2016.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

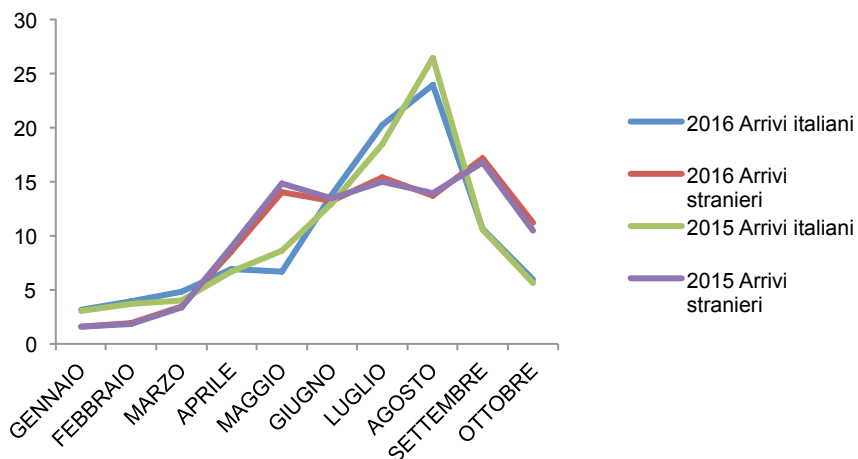


PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

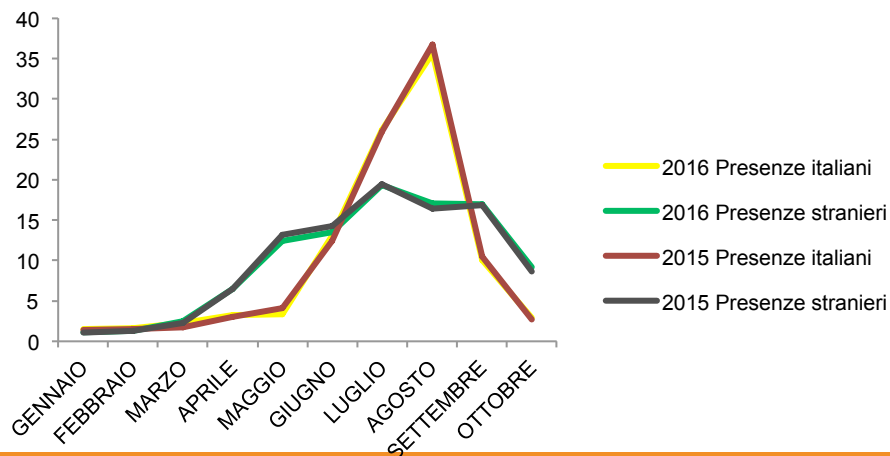


L'andamento mensile: variazione 2015/2016 (gen-ott)



Mese	Quota % presenze totali 2016	Quota % presenze totali 2015	Differenziale 2016/15	GOAL 2017: Differenziale presunto	Variazione % arrivi 15/16	Variazione % presenze 15/16
GENNAIO	1,4	1,3	+0,1	+0,2	+9,4	+13,0
FEBBRAIO	1,6	1,5	+0,1	+0,2	+11,9	+10,5
MARZO	2,3	1,9	+0,4	+0,5	+24,0	+27,3
APRILE	3,9	3,7	+0,2	+0,3	+8,3	+10,0
MAGGIO	5,3	5,9	-0,7	+1	-10,1	-8,3
GIUGNO	13,2	12,8	+0,4	+0,5	+11,4	+6,1
LUGLIO	24,8	24,6	+0,1	+0,2	+14,7	+3,7
AGOSTO	31,8	32,7	-0,9	0	-3,4	+0,4
SETTEMBRE	11,5	11,7	-0,2	+0,5	+8,5	+1,4
OTTOBRE	4,2	3,9	+0,4	+0,5	+13,5	+12,9

DESTAGIONALIZZAZIONE: il 2016 è stato caratterizzato da un andamento positivo dei mesi invernali, di giugno e da una contrazione del turismo agostano. Maggio e agosto si distinguono per una contrazione dell' incoming nazionale. L' obiettivo al 2017 è quello di continuare a ridurre il peso dei flussi nel mese di agosto a vantaggio dei mesi spalla (da marzo a ottobre) e invernali per merito delle attività di InPuglia365.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4



L'andamento per tipologia ricettiva: variazione 2015/2016 (gen-ott)

	Arrivi 2016	Presenze 2016	Variazione % arrivi	Variazione % presenze
Affittacamere	86.400	234.500	+25,4	+25,9
Alberghi	2.261.900	7.164.100	+5,3	+3,2
Alloggi agrituristici	100.500	386.900	+11,5	+7,8
Bed & breakfast	250.300	681.700	+22,1	+15,5
Campeggi	271.700	2.084.400	+1,0	-0,5
Case e appartamenti vacanza	142.600	971.200	+9,6	+6,9
Case per ferie	11.000	46.200	-25,7	-10,1
Ostelli della gioventù	2.300	5.300	+53,3	+17,8
Residenze tur. alberghiere	141.500	878.000	+8,3	+10,5
Villaggi turistici	116.500	1.000.100	-5,8	-9,3
TOTALI	3.384.300	13.451.800	+6,4	+3,2

* Dati provvisori gennaio-ottobre. Importi arrotondati alle centinaia.

L'andamento positivo registrato nel 2016 interessa il comparto alberghiero ed extralberghiero. Gli hotel della regione crescono del +5% per gli arrivi e del +3% per le presenze. Una perdita significativa si verifica, invece, sulla tipologia case per ferie (-25 e -10% anche a causa di ritardi o omissioni nella trasmissione dei dati) a fronte dell'incremento registrato da strutture classificate come case e appartamenti per vacanze (+9% e +6%). Le buone condizioni climatiche hanno favorito anche i campeggi (+1% gli arrivi e pressoché stazionarie le presenze). Gli ostelli della gioventù, ancora in numero esiguo sul territorio (tre strutture in totale), registrano il +53 e +17%.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

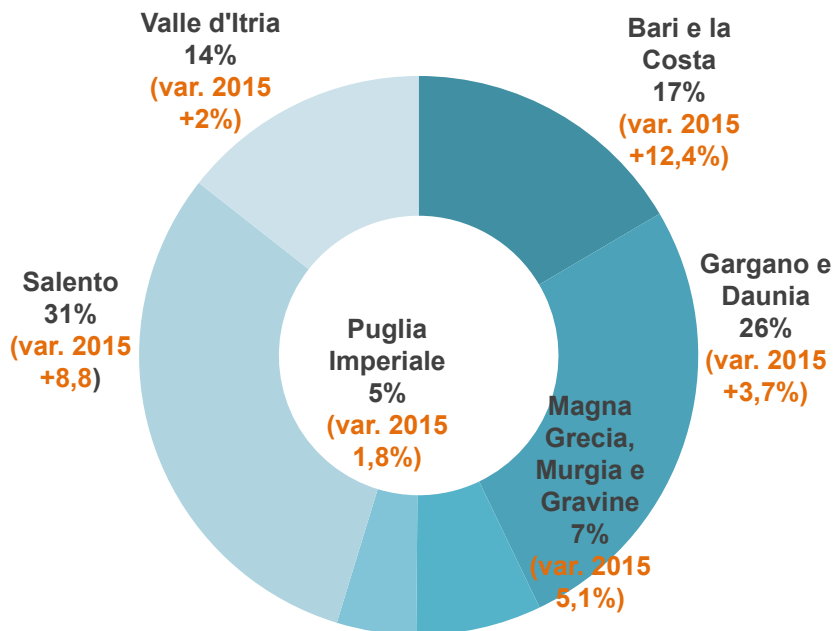
Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4



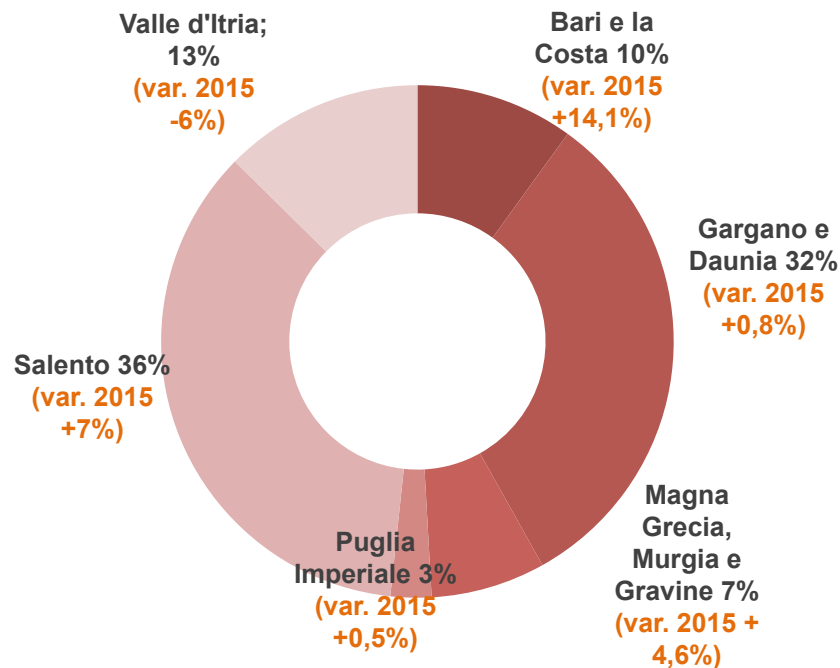
L'andamento dei territori: variazione 2015/2016 (gen-ott)

Gargano e Salento continuano a essere le aree turistiche dominanti, accolgono assieme il 57% dell'incoming regionale e il 68% dei pernottamenti dei primi dieci mesi del 2016 sebbene anche gli altri territori registrino crescite significative. La miglior performance del 2016 spetta a Bari e la Costa dove arrivi e presenze sono aumentati del +12% e +14%. La Valle d'Itria, al momento, riporta un meno nei pernottamenti (6%) da confermare solo al termine degli inserimenti dei dati attraverso il sistema SPOT da parte di tutte le strutture ricettive.

Quota % arrivi per territorio (2016) e variazione 2015/16



Quota % presenze per territorio (2016) e variazione 2015/16



UNIONE EUROPEA



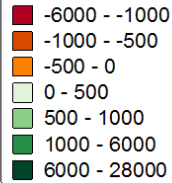
REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

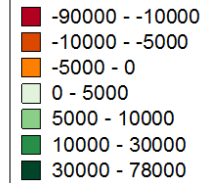
Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

Variazione in valori assoluti degli arrivi (gen-ott 2015/16)



Top ten comuni per incremento presenze	Arrivi	Presenze
Lecce (LE)	+27.400	+77.800
Bari (BA)	+28.300	+75.400
Melendugno (LE)	+10.700	+63.000
Salve (LE)	+5.500	+46.200
Porto Cesareo (LE)	+4.700	+38.100
San Giovanni Rotondo (FG)	+21.300	+33.400
Polignano a Mare (BA)	+12.200	+32.500
Otranto (LE)	+6.000	+29.500
Ugento (LE)	+4.200	+28.900
Taranto (TA)	+5.100	+24.800

Variazione in valori assoluti dei pernottamenti (gen-ott 2015/16)

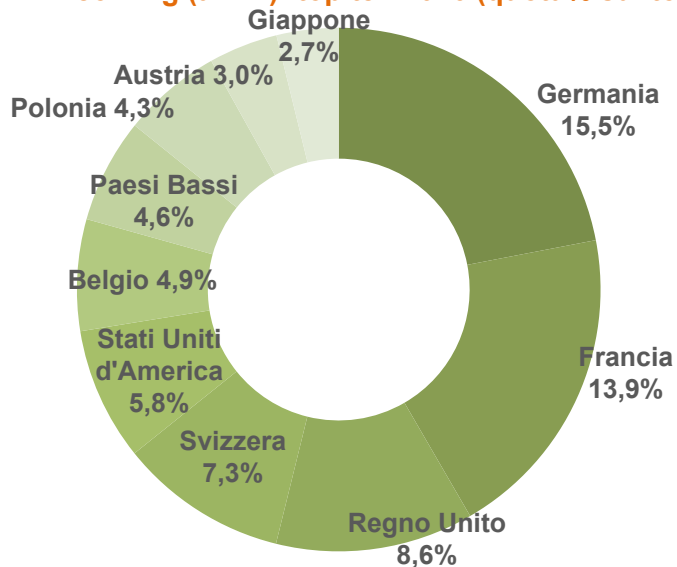


Fonte: elaborazioni Osservatorio su dati SPOT. I dati provvisori comunali possono subire ulteriori variazioni al termine degli inserimenti. Sull'andamento incidono:

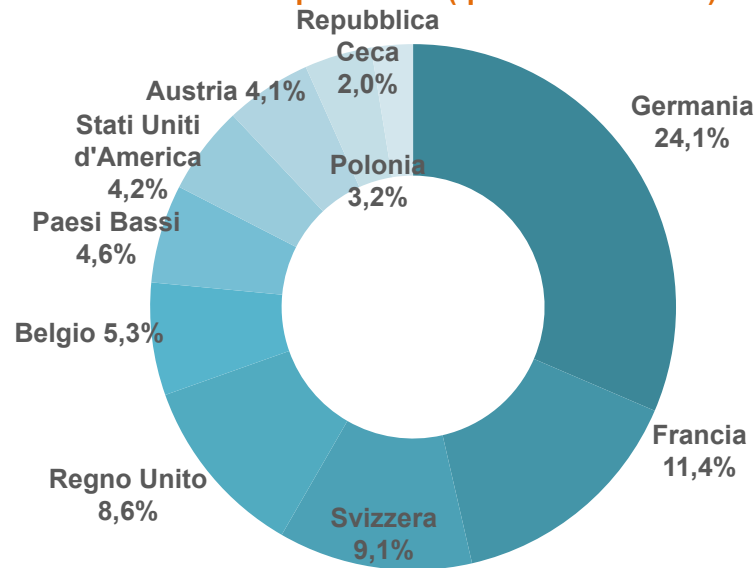
- aperture/chiusure di strutture ricettive;
- anomalie di trasmissione da modificare entro il termine della raccolta;
- attività specifiche imputabili a singole strutture dalla ampia capienza ricettiva (Villaggi, Resort, Campeggi, ecc).

L'andamento dei mercati internazionali: variazione 2015/2016 (gen-ott)

Incoming (arrivi): top ten 2016 (quota% sul totale)



Pernottamenti: top ten 2016 (quota % sul totale)

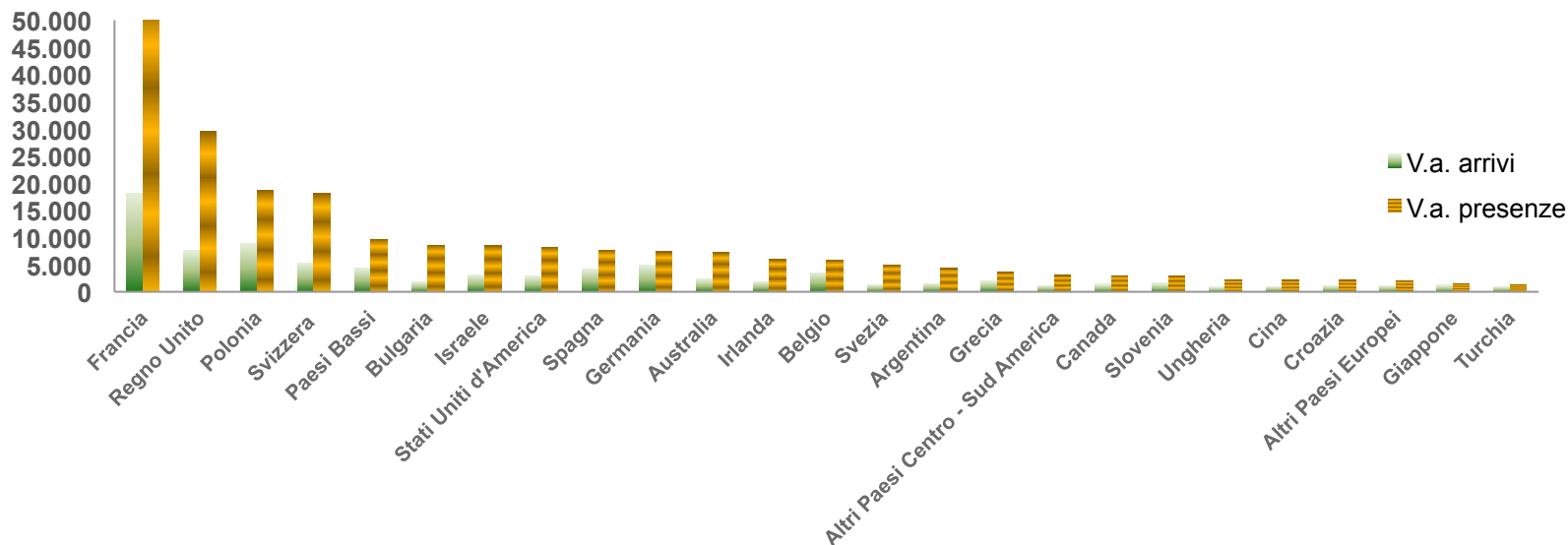


Rispetto al 2015 il ranking dei primi dieci mercati esteri strategici per la Puglia resta pressoché stazionario con la Germania ai vertici seguita da Francia, Regno Unito, Svizzera e Stati Uniti d' America. Anche le restanti 5 posizioni appaiono invariate rispetto all' anno precedente.

Strettamente analoga la dinamica delle presenze che non riserva novità rispetto all' anno precedente. Francia, Regno Unito, Polonia, Svizzera e Paesi Bassi sono stati i Paesi che hanno registrato gli incrementi maggiori (in valori assoluti di pernottamenti e rispetto ai dieci mesi dell' anno precedente). Nel complesso il 2016 ha visto crescere i mercati dell' Europa dell' Est (Croazia, Grecia, Lituania, Bulgaria, Ucraina, Slovacchia) ma anche i mercati *long-haul* quali Cina, Corea del Sud, Australia e Argentina. In netta ripresa il turismo dalla Spagna dovuto anche al doppio collegamento da Bari e Brindisi per Barcellona.

L'andamento dei mercati internazionali: variazione 2015/2016 (gen-ott)

Variazione in valori assoluti 2015/16 dai principali mercati esteri



Dinamicità dei mercati: variazione % arrivi e presenze per Paese (gen-ott 2015/16)

																				Arrivi	Presenze		
Croazia	Lituania	Slovenia	Bulgaria	Grecia	Cina	Polonia	Israele	Ucraina	Slovacchia	Argentina	Australia	Spagna	Irlanda	Estonia	Malta	Corea del Sud	Turchia	India	Francia	Messico	Svezia	Ungheria	
+63,1	+61,6	+44,1	+41,9	+41,8	+38,7	+34,9	+34,6	+30,4	+30,2	+29,6	+26,9	+25,8	+22,9	+22,1	+22,0	+21,5	+21,3	+19,9	+19,8	+17,6	+16,5	+15,6	
+46,5	+61,2	+27,8	+45,2	+37,2	+46,7	+26,7	+32,2	+26,3	+6,4	+38,2	+34,4	+17,7	+20,2	+47,4	+23,3	+2,1	+11,5	+19,5	+19,6	+12,0	+18,8	+10,3	
Canada	Islanda	Cipro	Paesi Bassi	Regno Unito	Venezuela	Belgio	Svizzera	Romania	Danimarca	Stati Uniti d'America	Giappone	Brasile	Portogallo	Egitto	Germania	Repubblica Ceca	Austria	Nuova Zelanda	Russia	Finlandia	Norvegia	Lussemburgo	Sud Africa
+14,4	+14,2	+13,8	+13,7	+12,5	+12,2	+10,2	+10,1	+7,8	+6,7	+6,6	+6,0	+5,7	+5,5	+4,6	+4,1	+2,5	+2,0	+0,1	-0,1	-1,6	-4,6	-10,2	-14,7
+12,6	-12,3	+43,0	+8,1	+13,9	-11,4	+4,1	+7,6	+16,3	-6,5	+7,6	+5,5	+4,5	-28,4	-5,4	+1,1	-6,1	-7,0	+4,7	-5,5	-6,7	+6,8	-12,6	-14,5



L'andamento dei mercati nazionali: variazione 2015/2016 (gen-ott)

Regione italiana	Arrivi 2016	Presenze 2016	Variazione % arrivi	Variazione % presenze
ABRUZZO	101.500	510.600	+15,6	+16,3
BASILICATA	2.900	15.900	+2,1	+3,6
BOLZANO - BOZEN	300.200	1.678.700	+5,5	+3,2
CALABRIA	12.600	82.700	+6,9	+8,7
CAMPANIA	16.100	101.500	+7,3	+4,1
EMILIA-ROMAGNA	126.100	631.900	+4,7	+3,0
FRIULI-VENEZIA GIULIA	23.900	94.800	+7,3	+4,3
LAZIO	30.900	111.200	+3,5	+0,2
LIGURIA	152.800	708.900	+11,8	+8,2
LOMBARDIA	86.300	334.600	+3,4	-0,1
MARCHE	37.700	184.100	+5,3	+3,8
MOLISE	77.400	267.000	+10,7	+9,1
PIEMONTE	311.800	1.387.900	+3,4	0,0
PUGLIA	88.200	314.200	+1,0	-1,5
SARDEGNA	19.100	67.300	+16,7	+12,1
SICILIA	338.500	1.528.600	+9,6	+10,9
TOSCANA	620.900	1.960.100	+7,6	+4,6
TRENTO	45.800	152.200	5,6	+1,7
UMBRIA	90.700	195.000	4,0	+1,4
VALLE D'AOSTA	106.000	291.200	7,4	+6,5
VENETO	13.300	36.100	5,9	+1,1

Nel 2016 crescono i flussi turistici da tutte le regioni italiane, solo i pernottamenti dei pugliesi in Puglia registrano al momento un decremento del -1,5% dei pernottamenti e dalla Lombardia (-0,1%). Aumenta il turismo di prossimità proveniente da Campania, Calabria, Molise e dalle Isole (Sicilia e Sardegna).



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

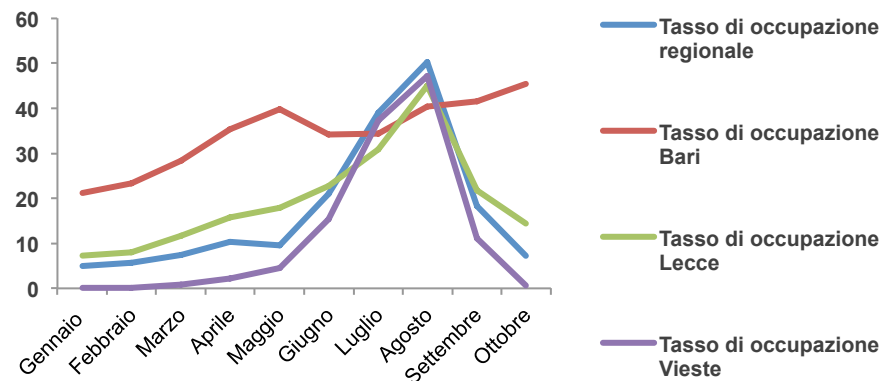


PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it

Tipo di esercizio ricettivo	Numero esercizi 2016	Posti letto 2016	Variazione % numero esercizi	Variazione % posti letto
Esercizi alberghieri	1.007	97.091	-1,2	-2,6
Alberghi 5 stelle lusso	16	1.943	14,3	3,6
Alberghi 5 stelle	17	1.572	0,0	-37,0
Alberghi 4 stelle	346	45.783	-0,3	-1,1
Alberghi 3 stelle	417	30.627	-1,4	-3,1
Alberghi 2 stelle	88	2.307	-5,4	-17,5
Alberghi 1 stella	38	882	-13,6	-11,6
RTA 4 stelle	31	9.253	6,9	8,7
RTA 3 stelle	44	3.979	7,3	-8,4
RTA 2 stelle	10	745	-9,1	-6,9
Esercizi extra alberghieri	5.220	182.408	12,2	0,5
Affittacamere	656	6.004	23,5	19,6
Alloggi agrituristici	524	11.235	10,8	7,9
Bed & breakfast	3.203	23.804	10,3	10,1
Campeggi 4 stelle	14	20.493	0,0	0,0
Campeggi 3 stelle	56	43.804	3,7	-0,2
Campeggi 2 stelle	29	10.150	-17,1	-16,4
Campeggi 1 stella	25	3.197	0,0	-2,4
Case e appartamenti vacanza	588	24.056	20,5	4,0
Case per ferie	30	1.651	-6,3	-8,0
Ostelli della gioventù	3	120	-25,0	-16,1
Villaggi turistici 4 stelle	14	7.712	-6,7	-8,3
Villaggi turistici 3 stelle	59	26.011	0,0	-2,6
Villaggi turistici 2 stelle	19	4.171	0,0	-6,2
TOTALI	6.227	279.499	9,7	-0,5



L'offerta ricettiva aumenta del +9,7 a fronte di un numero di posti letto stazionario rispetto al 2015. Aumenta l'offerta luxury, la Puglia si dota di due nuove strutture 5 stelle lusso mentre continua a ridursi il numero di hotel da 1 a 3 stelle. Nel settore extralberghiero cresce la quota di agriturismi, case e appartamenti per vacanze e B&B.

Il tasso lordo di occupazione regionale risente degli effetti dell'elevata stagionalità con picchi nei mesi di luglio e agosto e differenti dinamiche a seconda dell'area di osservazione. Bari, vocata al business mostra una miglior distribuzione del tasso nell'arco dei dieci mesi. Diversificare i prodotti (cultura, arte, enogastronomia, MICE, natura) comporta una miglior distribuzione dei flussi nel corso dell'anno.

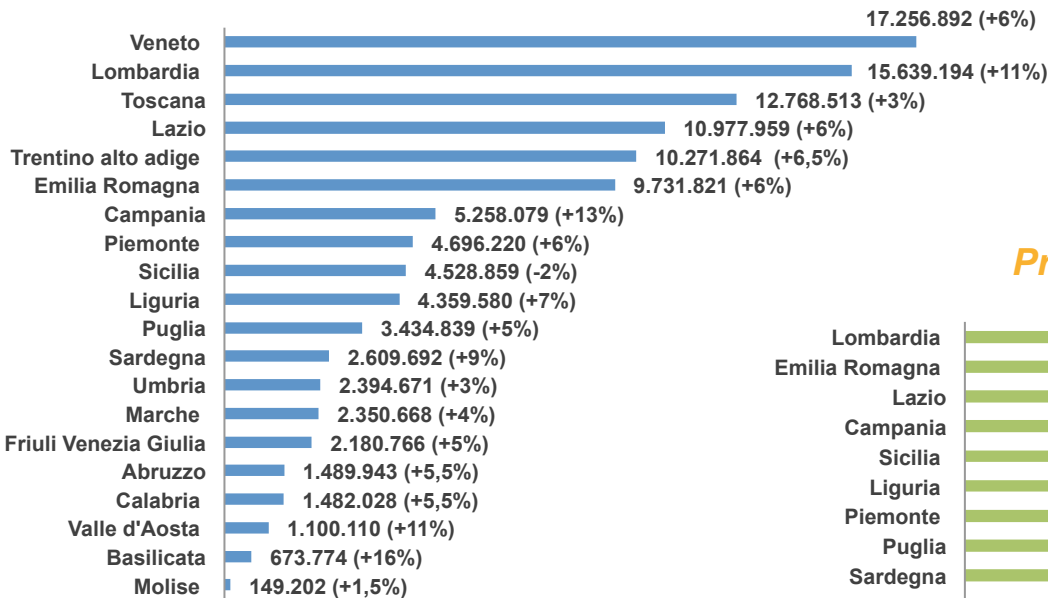
Il tasso lordo di occupazione qui riportato rappresenta una stima e tiene conto solo parzialmente dei periodi di chiusura e apertura delle strutture ricettive.



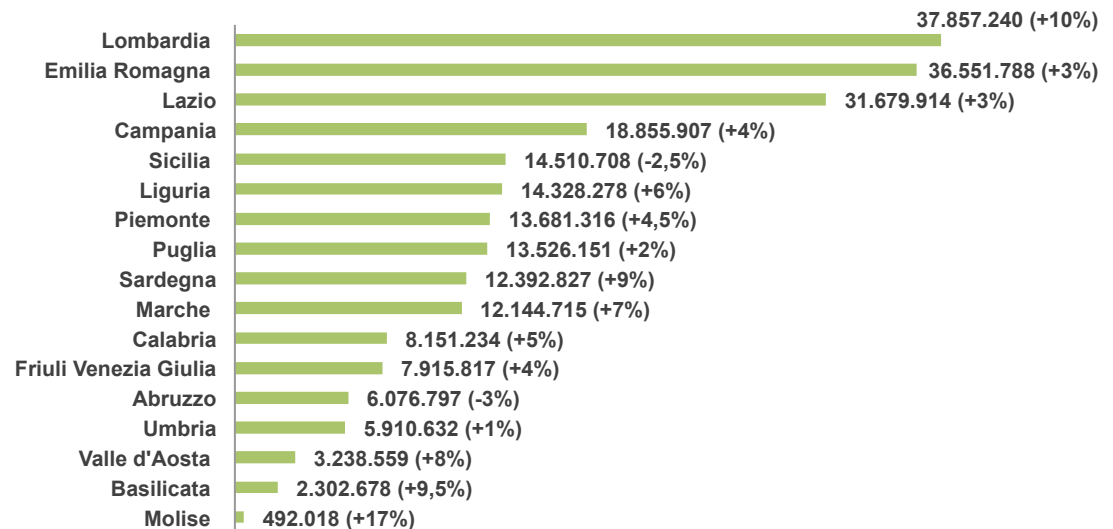
RANKING REGIONI ITALIANE (v.a. e var. % 2014/15)

Il 2015, ultimi dati Istat disponibili, premia l'Italia (+6% gli arrivi e +4% le presenze) e soprattutto la Lombardia che riscuote gli effetti dell'Expo e registra il +11% degli arrivi e +10% di pernottamenti. Il ranking delle regioni resta pressoché stazionario rispetto all'anno precedente con buone performance registrate in quasi tutte le regioni d'Italia a eccezione di Abruzzo e Sicilia. La Puglia mantiene l'undicesimo posto della graduatoria arrivi e l'ottavo per numerosità delle presenze. Al Sud le crescite più dinamiche le registrano Basilicata (+16 e +9,5%) e la Campania (+13% e +4%). Gli arrivi aumentano a una velocità maggiore rispetto alle presenze in quasi tutta l'Italia a riprova di una tendenza a viaggiare di più ma per periodi più brevi.

Arrivi 2015 e var.% 14/15



Presenze 2015 e var. % 14/15



Fonte: elaborazioni Osservatorio su dati Istat



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

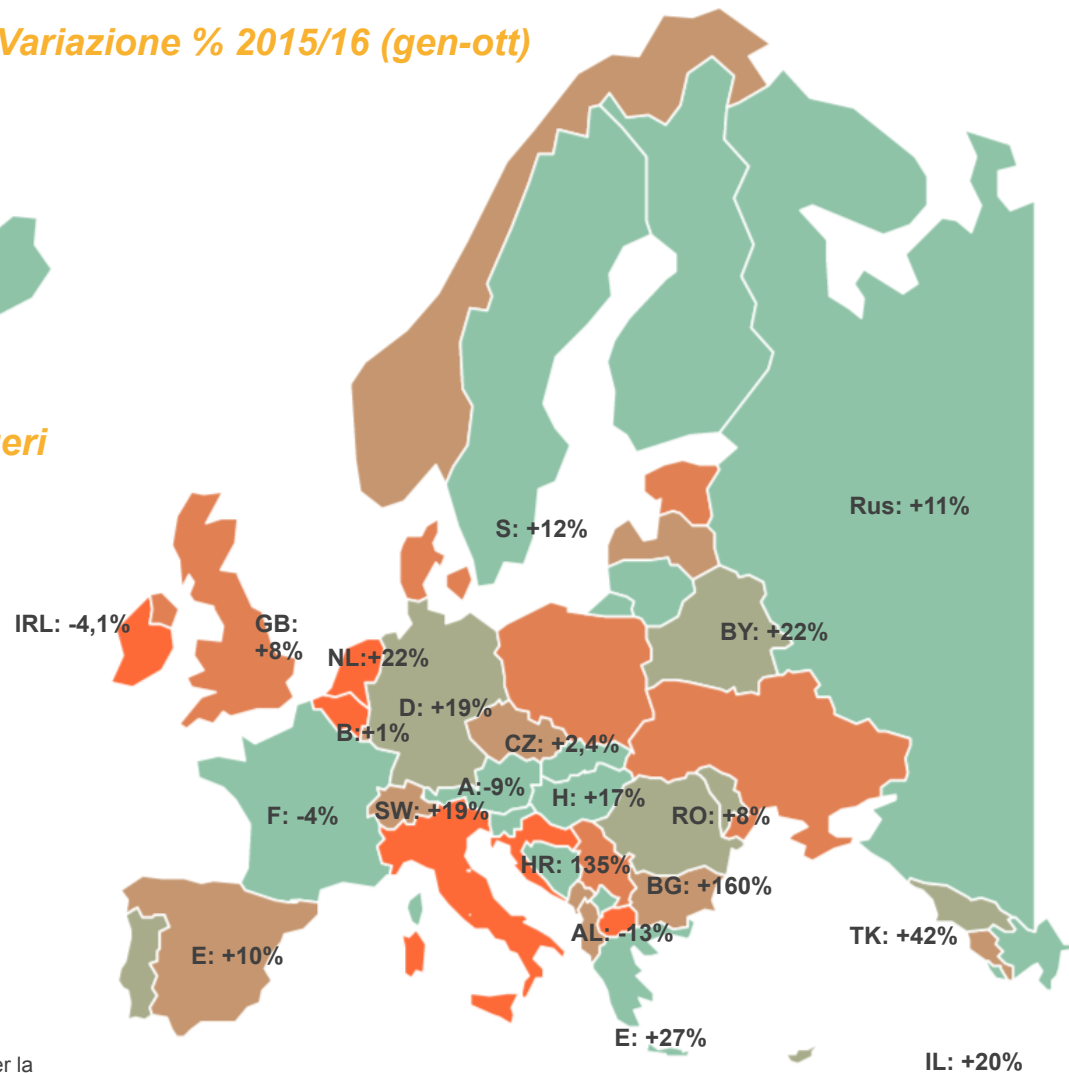
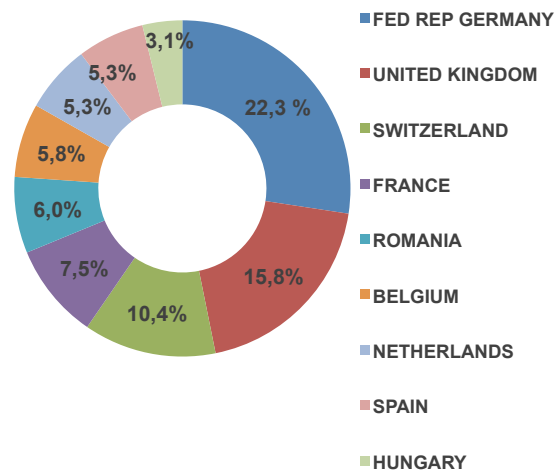


LA PUGLIA E L'EUROPA: i dati di Aeroporti di Puglia

Variation % 2015/16 (gen-ott)

La Puglia sempre più connessa con i mercati europei, in particolare del Nord-Est, paesi che registrano le crescite più significative (Bulgaria, Ungheria, Romania, Turchia, Croazia, Bielorussia, Lituania). In crescita anche il traffico con la Spagna per via del doppio collegamento (Bari e Brindisi) con Barcellona.

Quota % per destinazione sul totale passeggeri



Fonte: elaborazioni Osservatorio su dati ADP. I dati includono i transiti da e per la Puglia.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4



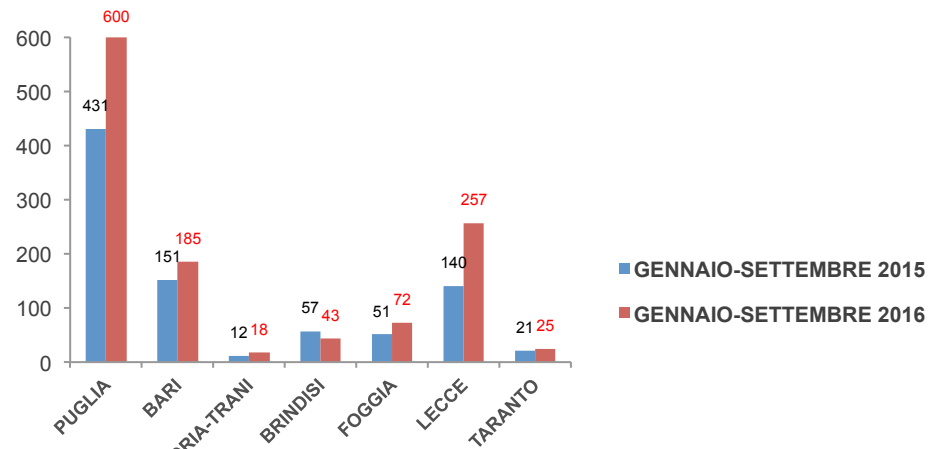
ALTRI DATI SUL TURISMO IN PUGLIA

Numero imprese e addetti (gen-sett 2015/16)

Settore	Imprese attive	Addetti	Variazione III trimestri 2015 (Numero imprese)	Variazione III trimestri 2015 (addetti)
I Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	22.010	81.452	+3,0%	+7,8%
N Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	7.775	48.353	+2,9%	+2,6%
R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	3.844	11.685	+2,7%	+18,1%
Totale	33.629	141.490	+2,9%	+6,7%

Fonte: Camere di Commercio

Spesa degli stranieri in Puglia (gen-sett 2015/16, importi in milioni di euro)



Fonte: Banca d'Italia. Indagine campionaria sul turismo internazionale.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it



I TREND MONDIALI DEL 2017

La gratificazione istantanea: l'intelligenza artificiale (smart phone, app, chat, blog) è la nuova compagna di viaggio che consente di ottenere tutto e subito (informazioni, prenotazioni, tour, feedback).

Il boom dei viaggiatori bleisure: ovvero il prolungamento dei soggiorni dei viaggiatori Business per esplorare la destinazione visitata inizialmente per lavoro.

Il viaggio come avventura: cresce il desiderio insaziabile di raggiungere luoghi sempre più remoti e poco affollati. Secondo le analisi del centro ricerche di Booking il 36% dei viaggiatori nel 2017 ha intenzione di viaggiare più green che nel 2016 e 2 persone su 5 vorrebbero fare un'esperienza di viaggio eco-friendly.

Il viaggio detox: la parola chiave è disintossicarsi. Si viaggia per staccarsi dalla routine, dall'iper connettività, dal caos, dall'alimentazione fast e junk, dalle relazioni tossiche e dalla frenesia quotidiana. In questa direzione la Puglia mantiene un forte appeal per i viaggiatori in cerca di autenticità e benessere. Secondo Booking, circa il 48% dei viaggiatori vede le vacanze come un momento per riflettere e fare scelte migliori nella vita. Nel 2017 il 44% è interessato a fare vacanze spa/relax e il 38% vacanze di benessere/salute.

Le esperienze provate e l'accoglienza valgono più dei beni materiali potenzialmente acquistabili. Il 42% dei viaggiatori sostiene di non voler mai soggiornare in una struttura senza uno staff amichevole e disponibile e il 40% conferma che non resterebbe in un luogo che ha più di tre recensioni negative.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Regione Puglia

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4



IL PIANO STRATEGICO PUGLIA365

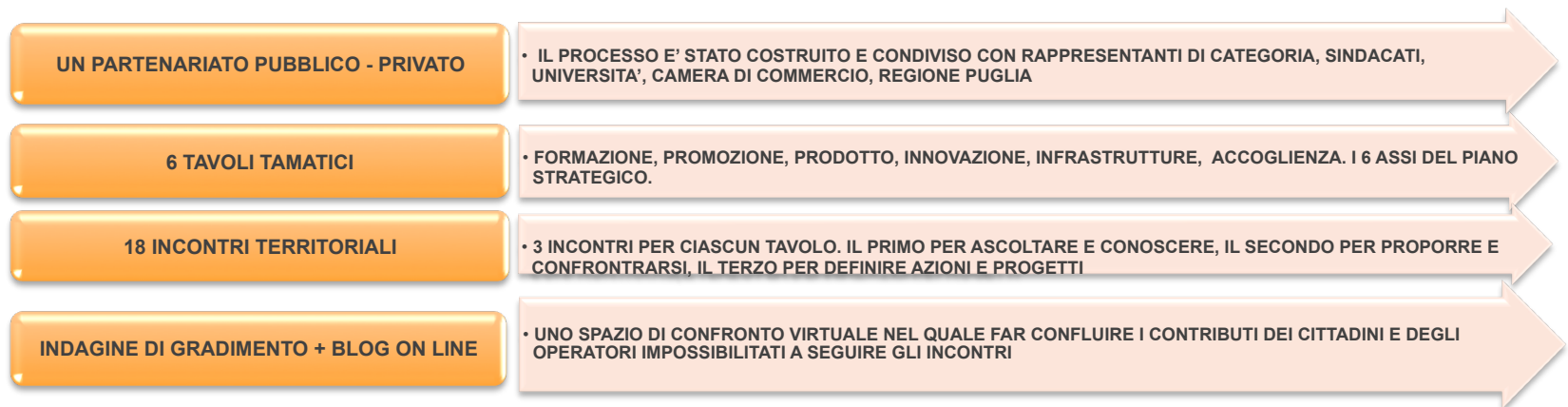
Il contesto:

La Puglia è tra le regioni italiane con il più elevato tasso di crescita turistica (arrivi e presenze) degli ultimi anni. La Puglia è un brand ormai affermato. Ottime le performance nel mercato nazionale e in forte crescita quelle del mercato estero.

Obiettivi:

Sviluppare una visione condivisa del futuro turistico della Puglia e una strategia fatta di azioni congiunte. Continuare a crescere in un settore di rilievo dell'economia e della società pugliese per diventare traino del Sistema Italia e caso di studio sempre più innovativo anche in Europa.

Metodologia: soggetti coinvolti e modalità di rilevazione



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

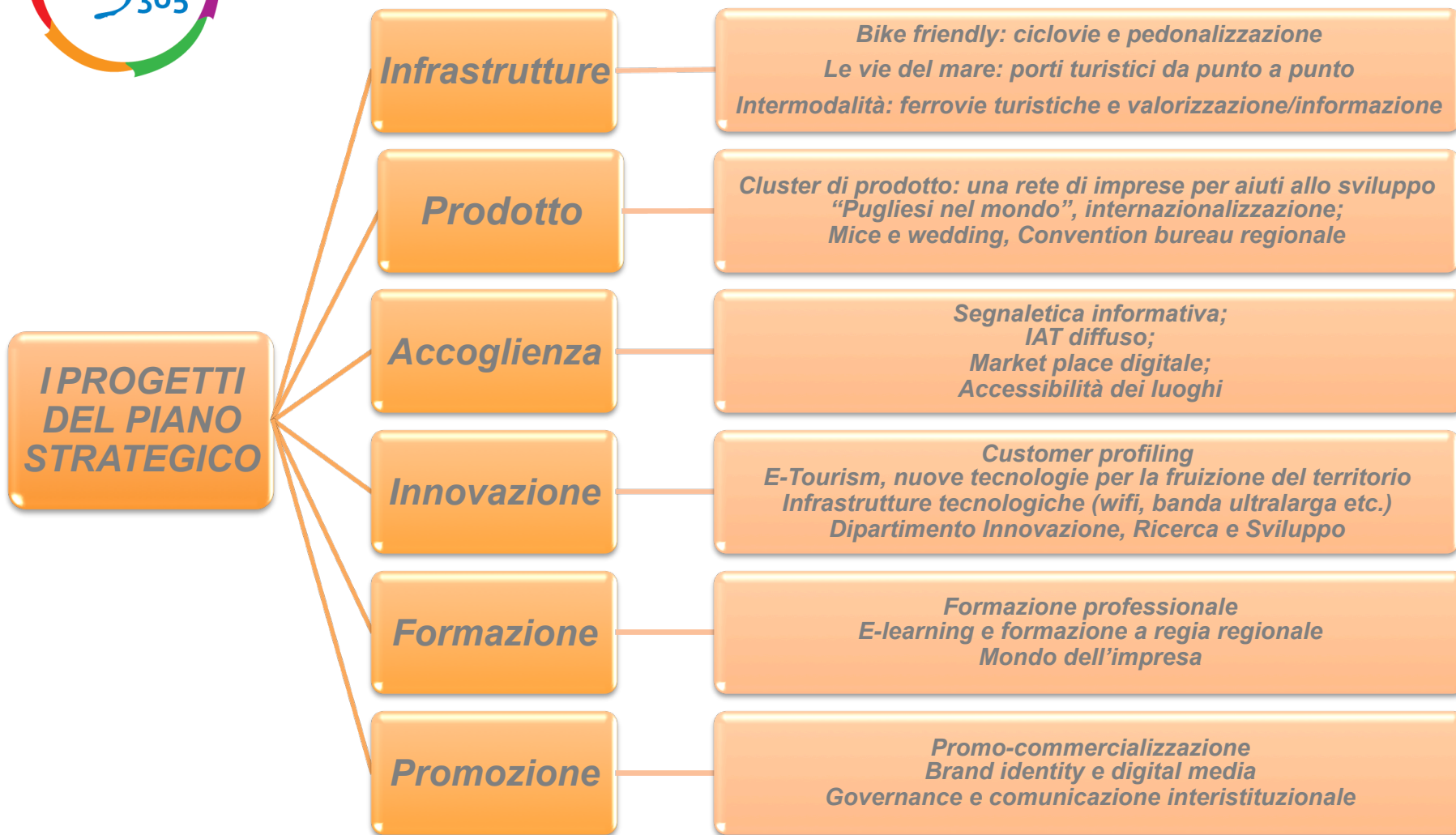


PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4



PIANO STRATEGICO PUGLIA365: ambiti d'intervento



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Puglia

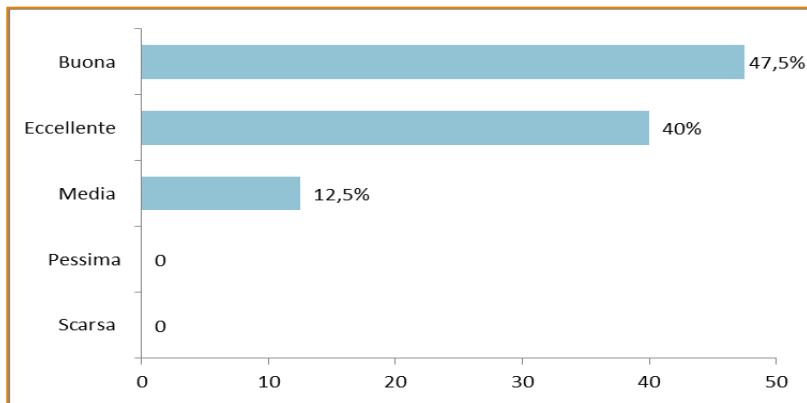
Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4



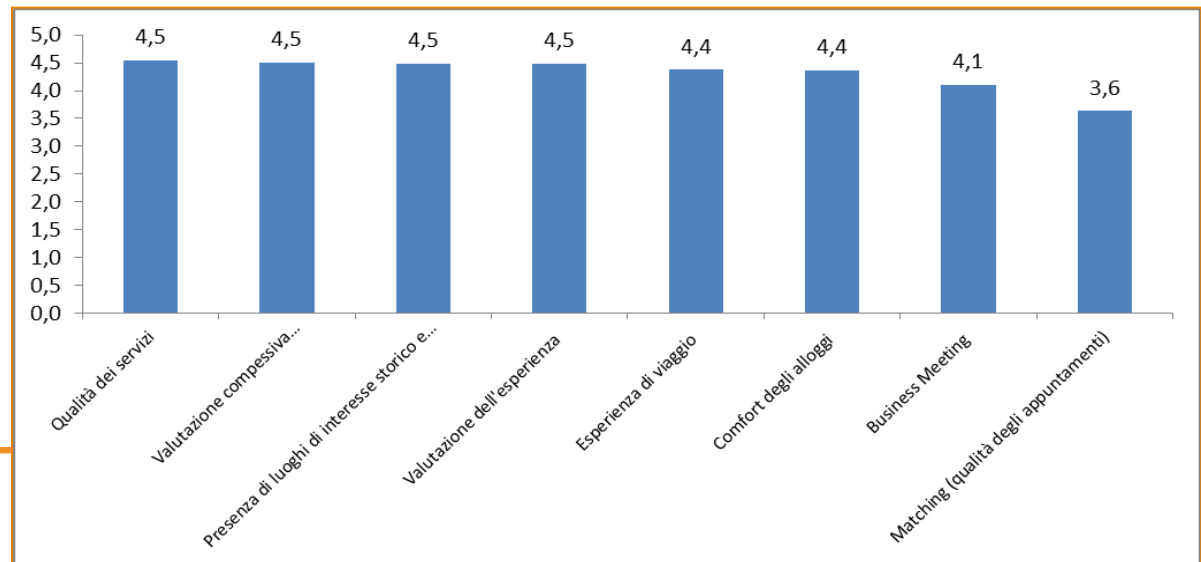
BUY PUGLIA 2016: buyer/seller satisfaction

Oltre 100 buyer e seller per la quarta edizione dell'evento di business turistico ideato per favorire trattative e accordi commerciali, uno strumento virtuoso in grado di mettere assieme risorse ed esperienze globali e di proseguire nel lavoro di brand positioning del marchio turistico Puglia.

SELLER: esprimi un parere sull'organizzazione complessiva dell'evento (valutazione scala da 5/eccellente a 1/pessima)



BUYER: esprimi una valutazione (da 1 a 5) su ciascuno degli elementi del Buy Puglia



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

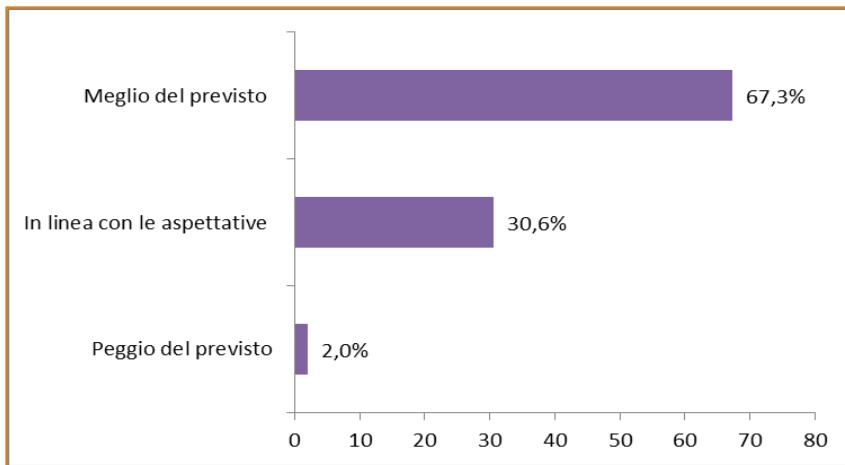
Regione Puglia

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

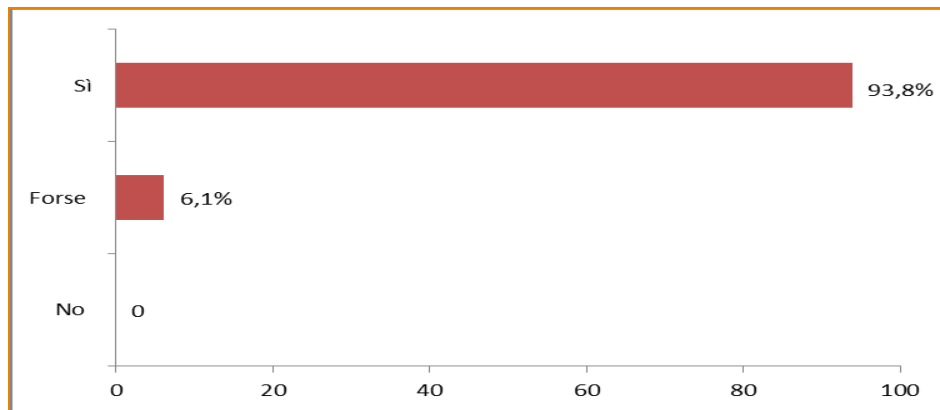


BUY PUGLIA 2016: buyer/seller satisfaction

BUYER: rispetto alle tue aspettative, l'esperienza è stata:



BUYER: al termine dell'evento e degli incontri, hai intenzione di stringere realmente accordi con i seller pugliesi?



Il Buy Puglia integra e rafforza l'intensa attività di promozione avviata negli anni precedenti, un'esperienza diretta di viaggio in Puglia attraverso gli Educational Tour e gli incontri B2B.

Le conferme sull'efficacia dell'evento giungono dalla rilevazione sulla Guest Satisfaction dei partecipanti. Circa la metà dei buyer interpellati (il 48,5% dei partecipanti) ha dichiarato eccellente l'esperienza di viaggio in Puglia con una valutazione media di 4,5 (su scala da 1 a 5) attribuita all'organizzazione complessiva dell'evento.

Per il 67,3% dei buyer interpellati (50% dei partecipanti) questa edizione del Buy Puglia è stata superiore alle aspettative e il 93,8% si dichiara altamente disposto ad avviare trattative e accordi commerciali con i seller pugliesi.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4



OSSERVATORIO Pugliapromozione

Per info osservatorio@viaggiareinpuglia.it

Altri dati e ricerche realizzate in ambito turistico sono disponibili sul portale dell' Agenzia
<http://www.agenziapugliapromozione.it/portal/web/guest/osservatorio-del-turismo>



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione - Regione Puglia
Programma Operativo Convergenza 2007-2013 - Linea 4

www.puglia365.it