



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 -  
2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo  
alternativo



## PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”

### Azione 2

Analisi, Offerta e Fabbisogni P.M.I.

# INDAGINE SULLE PERCEZIONI DI IMPRESE E TURISTI

Leader Partner:



Partners:





INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



## INDICE

<b>1. INTRODUZIONE .....</b>	<b>4</b>
<b>1.1 L’Azione 2 all’interno del Progetto “Mare delle Aquile” .....</b>	<b>4</b>
<b>1.1 L’area di interesse del progetto .....</b>	<b>5</b>
<b>1.1.1 Provincia di Bari .....</b>	<b>5</b>
1.1.1.1 Aspetti demografici.....	5
1.1.1.2 Il sistema economico .....	6
<b>1.1.2 Provincia di Brindisi .....</b>	<b>7</b>
1.1.2.1 Aspetti demografici.....	7
1.1.2.2 Il sistema economico .....	8
<b>1.1.3 Provincia di Lecce .....</b>	<b>9</b>
1.1.3.1 Aspetti demografici.....	9
1.1.3.2 Il sistema economico .....	10
<b>1.2 Il settore turistico nell’area.....</b>	<b>11</b>
<b>1.2.1 Provincia di Bari .....</b>	<b>11</b>
<b>1.2.2 Provincia di Brindisi .....</b>	<b>13</b>
<b>1.2.3 Provincia di Lecce .....</b>	<b>15</b>
<b>2. L’INDAGINE ALLE IMPRESE .....</b>	<b>18</b>
<b>2.1 Premessa .....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.1 Aspetti metodologici.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.2 Struttura del questionario .....</b>	<b>19</b>
<b>2.2 Gli intervistati.....</b>	<b>21</b>
<b>2.3 Analisi del questionario .....</b>	<b>23</b>
<b>2.3.1 Percezioni e aspettative del turista.....</b>	<b>23</b>
<b>2.3.2 Dotazioni di servizi.....</b>	<b>27</b>
<b>2.3.3 Fabbisogni delle aziende .....</b>	<b>31</b>



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



<b>3. L'INDAGINE AI TURISTI .....</b>	<b>35</b>
<b>3.1 Premessa .....</b>	<b>35</b>
<b>3.1.1 Aspetti metodologici.....</b>	<b>35</b>
<b>3.1.2 Struttura del questionario .....</b>	<b>35</b>
<b>3.2 Gli intervistati.....</b>	<b>36</b>
<b>3.3 Analisi del questionario .....</b>	<b>42</b>
<b>3.3.1 Percezioni e aspettative del turista .....</b>	<b>42</b>
<b>3.3.2 Dotazioni di servizi .....</b>	<b>48</b>
<b>3.3.3 La vacanza dei turisti.....</b>	<b>52</b>
<b>4. CONCLUSIONI.....</b>	<b>60</b>
<b>4.1 Elementi di differenziazione tra le tre provincie .....</b>	<b>60</b>
<b>4.1.1 Il profilo del turista .....</b>	<b>60</b>
<b>4.1.2 Percezioni e aspettative del turista.....</b>	<b>61</b>
<b>4.1.3 Dotazioni di servizi.....</b>	<b>62</b>
<b>4.1.4 La vacanza dei turisti.....</b>	<b>62</b>
<b>4.2 Analisi comparativa tra i risultati dei questionari diretti alle imprese ed ai turisti .....</b>	<b>63</b>
<b>4.1.5 Percezioni e aspettative del turista.....</b>	<b>63</b>
<b>4.1.6 Dotazioni di servizi.....</b>	<b>66</b>
<b>4.2 Le aree prioritarie di intervento.....</b>	<b>66</b>
<b>4.2.1 Provincia di Bari .....</b>	<b>67</b>
<b>4.2.2 Provincia di Brindisi .....</b>	<b>67</b>
<b>4.2.3 Provincia di Lecce.....</b>	<b>68</b>
<b>5. APPROFONDIMENTI .....</b>	<b>70</b>
<b>5.1 Provincia di Bari.....</b>	<b>70</b>
<b>5.2 Provincia di Brindisi .....</b>	<b>71</b>



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



<b>6. ALLEGATO 1.....</b>	<b>74</b>
<b>6.1 Questionario somministrato alle imprese.....</b>	<b>74</b>
<b>6.2 Le percezioni e aspettative del turista .....</b>	<b>74</b>
<b>6.3 Le dotazioni dei servizi.....</b>	<b>76</b>
<b>6.4 I fabbisogni.....</b>	<b>77</b>
<b>7. ALLEGATO 2.....</b>	<b>79</b>
<b>7.1 Questionario somministrato ai turisti .....</b>	<b>79</b>
<b>7.2 Le percezioni e aspettative del turista .....</b>	<b>80</b>
<b>7.3 Le dotazioni dei servizi.....</b>	<b>83</b>
<b>7.4 La vacanza dei turisti intervistati .....</b>	<b>84</b>



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



## 1. INTRODUZIONE

### 1.1 L’Azione 2 all’interno del Progetto “Mare delle Aquile”

L’attività 2 del progetto “Mare delle Aquile” è riferita alla realizzazione di un’indagine presso un campione di imprese rappresentativo delle due coste (pugliese e albanese) e opportunamente individuato secondo parametri comuni mirata al conseguimento dei seguenti obiettivi tra di loro collegati:

- la diagnosi dei livelli di offerta turistica;
- l’analisi dei fabbisogni imprenditoriali;
- determinazione della qualità dei servizi percepita dall’utente finale;
- la comparazione delle due aree.

Operativamente, i passi da compiere per il conseguimento di tali obiettivi sono:

1. individuazione dei soggetti ai quali rivolgere l’indagine;
2. definizione delle modalità di indagine e dei relativi questionari;
3. elaborazione ed analisi dei risultati dell’indagine.

L’indagine deve dare risposte riguardanti sia l’offerta e sia la domanda turistica. I soggetti che rientrano nel sistema d’offerta sono riconducibili a:

- gli operatori economici più o meno direttamente coinvolti nell’industria turistica, ossia operatori dei settori relativi a:
  - ricettività alberghiera ed extra-alberghiera (camping, agriturismo, etc.)
  - ristorazione
  - agenzie di viaggi
  - altri servizi (stabilimenti balneari, diving, escursioni, guide turistiche, etc)
- gli enti pubblici interessati.

Per quanto riguarda la domanda, ovviamente, occorre raggiungere i visitatori delle aree oggetto di analisi.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



Le modalità di indagine sono individuabili in:

- interviste CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) rivolte ai soggetti rappresentativi del sistema d'offerta;
- interviste ai turisti, effettuate in modo diretto presso punti di forte passaggio (aeroporti, stazioni ferroviarie, caselli autostradali) o strutture turistiche (marine, spiagge, etc) ed in modo indiretto attraverso la veicolazione dei questionari da parte degli albergatori.

## 1.1 L'area di interesse del progetto

### 1.1.1 Provincia di Bari

#### 1.1.1.1 Aspetti demografici

Con oltre un milione e mezzo di abitanti, distribuiti su un territorio per lo più collinare, Bari è la quinta provincia più popolata in ambito nazionale. Bari denota un alto livello di urbanizzazione, infatti, l'82,8% dei residenti è distribuito nei 25 comuni con più di 20.000 abitanti, occupando in tal modo il 4° posto fra le 103 province; inoltre, nella provincia si manifesta un'accentuata densità demografica (310,5 abitanti per kmq) più alta di quella regionale, del Mezzogiorno ed italiana. Il saldo demografico positivo riflette un alto tasso di natalità, nonostante che la popolazione con meno di 15 anni e quella oltre i 64, si equivalgano, ciò denota una struttura per età relativamente giovane e con un carico delle classi senili tra i più bassi della Penisola. Altra caratteristica interessante è rappresentata dalla dimensione media delle famiglie, 2,8 componenti, che risulta il 7° maggior valore a livello nazionale. Modesta, infine, è la presenza di stranieri nella provincia: con 1.385 ogni 100 mila abitanti (il 93,1% dei quali risultano extracomunitari), Bari si piazza all'87° posto nazionale.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



### 1.1.1.2 Il sistema economico

Con oltre 136.000 aziende (5° posto in Italia), nella provincia di Bari è localizzato circa il 40% del tessuto imprenditoriale pugliese. Il sistema produttivo è caratterizzato dalla ridotta dimensione e dal prevalere delle ditte individuali (78,6%) rispetto alla media nazionale (67,3%). Molto significativo appare il ruolo del settore primario (1° posto fra le province italiane per numero di imprese con oltre 34 mila unità), che incide sul totale dell'economia in misura sensibile (25,2%), più che nel resto del Paese (18,6%). Anche l'industria, pur con una quota inferiore alla media nazionale, è una delle più floride del Mezzogiorno (6° posto nazionale). Su tutti prevale il settore del commercio con una incidenza sul totale imprese del 31,3% a fronte del 27,7% nazionale per la 21-esima posizione fra le province, sempre in relazione al numero di imprese. L'artigianato ha un'incidenza (24,1%) superiore a quella di Puglia e Mezzogiorno ma non a quella italiana (28,6%). Nel 2005, il tasso di evoluzione imprenditoriale (2,2%) è in linea con quello nazionale ma inferiore al valore del Mezzogiorno di 0,25 punti percentuali: ciò è dovuto ad un tasso di mortalità contenuto (5,2% lo stesso dell'Italia e del Mezzogiorno) ed a un tasso di natalità pari al 7,4% a fronte del 7,9% e del 7,7% fatti registrare rispettivamente dall'intero Paese e dalla ripartizione. La densità imprenditoriale (8,5%) è di poco superiore a quella rilevata per l'intera regione ed in linea con il dato nazionale. Nella provincia, infine, sono state registrate al censimento del 2000 circa 118.000 aziende agricole, il 34% del totale rilevato in Puglia, con una superficie agricola utilizzata cospicua, 90%, e di dimensioni che prevalentemente sono tra 1 e 2 ettari, 74%.

Il tasso di attività (forza lavoro diviso popolazione residente) si attesta al 46,1% a fronte del 57,5% medio nazionale. Il livello di disoccupazione (13,5% per circa 78.000 in cerca di occupazione), rappresenta un valore non proprio contenuto rispetto alla Puglia e al Mezzogiorno. La disoccupazione giovanile è superiore al livello nazionale, mentre l'incidenza del lavoro irregolare, 23,9%, colloca Bari tra le



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



ultime province del Mezzogiorno. Rilevante è il numero di addetti nell'agricoltura (1° posto nazionale, con circa 36 mila addetti) e nell'industria (13° posto).

Nel 2005, Bari è la provincia del Mezzogiorno, ad eccezione di Napoli, che più contribuisce alla formazione del reddito prodotto in Italia (1,87% corrispondente al 9° posto nazionale). Il valore pro-capite (oltre 16.600 euro annui), pur superiore al dato regionale ed equivalente al dato del Mezzogiorno, permane sensibilmente più basso della media italiana (24.152) e non permette a Bari di collocarsi oltre l'87-esimo posto nella relativa graduatoria. La distribuzione per settore del Pil evidenzia, rispetto all'Italia, la rilevante propensione agricola della provincia, specialmente coltivazioni legnose ed erbacee e la considerevole incidenza dei servizi in generale, come il commercio, il turismo ed i trasporti. L'incidenza dell'artigianato alla formazione del valore aggiunto della provincia di Bari, infine, è pari al 12,3%, valore in linea al corrispondente dato italiano (12,4%) ma superiore a quello del Mezzogiorno (10,6%).

### **1.1.2 Provincia di Brindisi**

#### **1.1.2.1 Aspetti demografici**

Brindisi conta poco più di 403.000 abitanti distribuiti in più di 145.000 famiglie su un territorio prevalentemente pianeggiante. La densità demografica (219,5 unità per kmq) è sensibilmente superiore alla media nazionale (195) e comunque più elevata del dato medio regionale (210,2) e del Mezzogiorno (168,7). Analogamente anche il grado di urbanizzazione, individuato dalla concentrazione della popolazione nei sette comuni con più di 20 mila abitanti, appare significativamente elevato (61%) rispetto al livello medio italiano (52,7%). La significativa incidenza delle classi giovanili, superiore al dato medio italiano, è conseguenza della consistente natalità, che comunque colma le poste del bilancio demografico. Piuttosto bassa la presenza di stranieri in rapporto alla popolazione residente (1001 ogni 100.000 abitanti, l'85,6% dei quali extracomunitari con permesso di soggiorno), 97-esimo posto nella relativa graduatoria nazionale.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



Infine, così come accade nelle altre province della regione, si segnala la presenza di nuclei familiari piuttosto numerosi (il numero di componenti per famiglia è pari 2,8, nono valore più elevato del Paese).

### 1.1.2.2 Il sistema economico

Il tessuto imprenditoriale brindisino, composto da quasi 34.000 imprese, è costituito in prevalenza da ditte individuali (83,2% - 44-esimo posto nazionale). Il settore primario assorbe il 33,2% delle imprese locali, collocando Brindisi 18-esima tra le province per incidenza dell'agricoltura. Consistente è la presenza del commercio (30,6% delle imprese totali), mentre il tasso di industrializzazione non presenta valori di eccellenza collocando la provincia brindisina tra le province meno industrializzate del Paese. Poco significativa appare anche la presenza dell'artigianato (21,1% sul totale imprese a fronte del 28,5% nazionale). La densità imprenditoriale è perfettamente in linea con il dato nazionale, 8,3 imprese ogni 100 abitanti mentre, il tasso di evoluzione imprenditoriale nel 2005 (2,7%) è inferiore di 0,9 punti percentuali rispetto a quello medio nazionale, risultato questo di un tasso di mortalità elevato (5,9%). Non arrivano a 51.000 le aziende agricole censite nella provincia, il 14% circa del totale regionale, con una superficie agricola utilizzata che supera il 94% e con dimensioni che prevalentemente sono tra 1 e 2 ettari (72%).

La quota di occupati (46,1%), è tra più elevate del Mezzogiorno ma inferiore al dato nazionale (47,4%), mentre il livello di disoccupazione (16,1% per circa 24.000 inoccupati), pur presentando un differenziale col dato italiano di 8 punti percentuali, fa segnare uno dei valori più bassi tra le realtà meridionali. Il tasso di attività, determinato dal rapporto tra la forza lavoro e la popolazione residente, è pari al 44% ed è deficitario di circa cinque punti percentuali rispetto al dato italiano. Un dato da segnalare è la quota di occupati in agricoltura, pari al 13,8%, che rappresenta il sesto valore più elevato a livello nazionale.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



Con oltre 5,58 miliardi di euro nel 2005, l'economia brindisina concorre in misura modesta alla formazione del valore aggiunto nazionale (0,44%). Relativamente al reddito pro-capite (15.970 euro) si riscontra una situazione non molto brillante che colloca Brindisi in 89-esima posizione nella graduatoria nazionale, con un livello di poco inferiore al dato del Mezzogiorno (circa 16.695 euro), ma molto al di sotto del dato italiano (oltre 24,15 mila euro). Rilevante il ruolo del commercio, turismo e trasporti che risulta come il settore che più contribuisce alla ricchezza provinciale ed il ruolo dell'industria. Notevole anche l'agricoltura (per lo più coltivazioni legnose, 39,3%) con un contributo quasi doppio rispetto alla nazione. Poco significativo, infine, l'apporto dell'artigianato (10,8%, 80° nella relativa graduatoria nazionale).

### **1.1.3 Provincia di Lecce**

#### **1.1.3.1 Aspetti demografici**

Sono circa 807.000 gli abitanti, distribuiti in quasi 297.000 famiglie su un territorio interamente collinare, Lecce è una delle province meridionali più popolate. E' uno dei territori provinciali più densamente abitati del Mezzogiorno, 291,9 unità per kmq, valore decisamente superiore al dato nazionale (194 ab./kmq). Per contro, la provincia leccese presenta un modesto grado di urbanizzazione: la quota di popolazione inurbata nei sei comuni con più di 20.000 abitanti è pari al 26,8%, circa la metà rispetto al dato nazionale. La piramide di età evidenzia, analogamente ad altre province del meridione, una consistenza maggiore della fascia di età giovanile rispetto alla media italiana ed una modesta consistenza della classe senile. Lecce, inoltre, fa segnare la sesta maggiore percentuale di donne sul totale della popolazione (52,3%). Analogamente con le altre province pugliesi, più alto del dato medio nazionale è il numero medio di componenti per famiglia (2,71 contro il 2,48 dell'Italia, 14° posto tra tutte le province). Non molto elevato, infine, è il numero di stranieri presenti a Lecce rapportato alla popolazione residente: con circa 1.141 stranieri ogni 100 mila abitanti (il 89,6% dei quali extracomunitari con



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



permesso di soggiorno), la provincia si piazza al 93-esimo posto nella relativa graduatoria.

### 1.1.3.2 Il sistema economico

La struttura produttiva leccese, composta da circa 64.000 imprese, mostra un'incidenza delle ditte individuali ampiamente al di sopra della media nazionale (83,5% contro il 68% - 16° posto a livello nazionale), espressione di un sistema economico tradizionalmente incentrato sull'agricoltura e sulle attività artigianali e commerciali. L'incidenza del commercio è elevata (35,2% a fronte del 28% nazionale), come del resto quella del settore primario (20,2% a fronte del 19% nazionale), mentre soffrono i trasporti che occupano la penultima posizione fra le 103 province. Contrariamente alle altre province pugliesi, l'artigianato è notevolmente diffuso: con una quota di imprese artigiane pari al 30%, Lecce si colloca al secondo posto nella graduatoria limitata alle province del Mezzogiorno. Nel 2004, il tasso di evoluzione imprenditoriale è stato soddisfacente: con un incremento del 3,5% annuo Lecce è la settima provincia italiana secondo tale indicatore e questo grazie soprattutto ad un tasso di natalità pari al 9,3% (quarto valore più elevato del Paese) e anche ad un indice di mortalità basso. La densità imprenditoriale, per contro, è piuttosto contenuta, 7,8 imprenditori ogni 100 abitanti, valore che rilega Lecce in 81-esima posizione a livello nazionale. Sono ben oltre 78.000, infine, le aziende agricole censite nella provincia, il 22% rispetto al contesto regionale, con una superficie agricola utilizzata pari al 93% e dimensioni che in prevalenza sono tra 1 e 2 ettari (80% circa).

Il versante occupazionale si presenta piuttosto insoddisfacente. Il tasso di disoccupazione (14,7% per oltre 40.000 inoccupati) manifesta un differenziale col dato italiano di circa 6 punti percentuali e inferiore di 0,8 punti percentuali con quello regionale. Particolarmente grave è la disoccupazione giovanile. Anche la quota di occupati ed il tasso di attività (forza lavoro/popolazione di riferimento 42,5) presentano valori inferiori alla media italiana. L'agricoltura fa posizionare il



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



Salento fra le prime 30 province italiane per ciò che riguarda il totale degli occupati (27° posto con circa 18 mila occupati).

Nel 2005, Lecce è la provincia pugliese, dopo Bari, che più contribuisce alla formazione del valore aggiunto nazionale (0,84%) con poco più di 10,7 miliardi di euro. Considerando, inoltre, un indicatore territoriale quale il Pil pro-capite, si rileva un livello di reddito prodotto per abitante (poco più di 14,6 mila euro) che risulta inferiore di oltre il 39% rispetto all'aggregato nazionale e che colloca Lecce tra le ultime province a livello nazionale (99-esima). Il Pil pro-capite, inoltre, risulta inferiore anche al dato regionale (15,9 mila euro) ed anche al già basso valore del Mezzogiorno (quasi 16,7 mila euro). Così come risulta dal tessuto imprenditoriale, rilevante e allineato alla media italiana appare l'apporto dell'artigianato (14,2%), che, tuttavia, a fronte dell'elevata consistenza numerica del comparto, è indicativo della presenza di attività tradizionali modestamente redditizie. La distribuzione per settori del reddito prodotto evidenzia la rilevanza del settore agricolo, coltivazioni legnose ed erbacee, il settore creditizio, i servizi, ed il commercio, turismo e trasporti.

## 1.2 Il settore turistico nell'area

### 1.2.1 Provincia di Bari

I dati sul movimento clienti in Provincia di Bari nel 2004 evidenziano una crescita degli arrivi del 5,2% e delle presenze del 3% rispetto al dato 2003 mentre la permanenza media si è ridotta del 2,3%. Si riscontrano quindi segnali positivi soprattutto se confrontati con i dati a livello regionale ( le presenze nello stesso periodo calano dello 0,6%) e al livello nazionale (-2,4%). A ciò si aggiunga una performance estremamente positiva (+ 15,6%) con riferimento agli arrivi stranieri. La vocazione turistica della provincia di Bari, per quanto significativa, appare inferiore alle province di Foggia e di Lecce mentre rispetto alla provincia di Brindisi si segnala un numero sostanzialmente uguale di presenze formatosi tuttavia in



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



maniera differente: a Bari gli arrivi sono maggiori con una bassa permanenza media (tipico del turismo d'affari) mentre in Provincia di Brindisi ad un numero inferiore di arrivi si contrappone una maggiore permanenza dei turisti (andamento tipici del segmento balneare).

L'analisi del movimento clienti italiano disaggregato per regioni di provenienza evidenzia l'elevata incidenza del turismo regionale (19%) e di regioni quali il Lazio (13%), la Campania (11,1), la Lombardia (11%) mentre con riferimento alle presenze straniere si segnala come la Germania sia il principale mercato di riferimento (15,6%), seguita da Stati Uniti e Giappone (entrambi con l'8%) mentre la Cina ha ancora una limitata incidenza (0,6).

L'analisi dell'indice di stagionalità delle presenze evidenzia un fenomeno di concentrazione delle presenze nei mesi estivi del 38% a dimostrazione della poca efficacia delle spesso enunciate politiche per destagionalizzare i flussi turistici; si segnala inoltre che dal 2000 (indice al 38,5%) ad oggi il miglioramento è stato di lieve entità.

Con riferimento alla capacità ricettiva in provincia di Bari si segnala una costante crescita nel numero dei posti letto (+ 15% su base 1998) sia pure in misura leggermente inferiore rispetto al dato nazionale (+16%); a ciò si aggiunga l'evidenza di un modello di accoglienza fondato per il 70% su ricettività alberghiera e sul restante 30% su ricettività complementare. Si noti inoltre il significativo sviluppo di agriturismo e soprattutto B&B laddove in un anno, dal 2002 al 2003, i posti letto si sono più che raddoppiati (+115%).

L'analisi sul sistema turistico della Provincia di Bari ha inoltre evidenziato la mancanza in provincia di significativi "attrattori turistici" in grado di giocare un ruolo significativo nell'orientare i flussi turistici verso il territorio della Provincia; ciò riduce in maniera significativa il potenziale di destagionalizzazione del turismo della Provincia.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



### 1.2.2 Provincia di Brindisi

La rilevanza del Turismo in Provincia di Brindisi si riassume nei dati riportati nelle tabelle successive, riferite all'offerta di ricettività e ad alcuni indicatori specifici in grado di sintetizzare e rendere confrontabile con altre realtà il panorama d'offerta provinciale. L'offerta di ricettività alberghiera si colloca su livelli appena superiori a quelli medi della regione (13,3 posti letto ogni 1.000 abitanti contro 12,28), e molto inferiori a quelli medi nazionali (30,6 posti letto ogni 1.000 abitanti). Nell'extra-alberghiero, invece, le distanze si riducono notevolmente e Brindisi si colloca alle spalle della Puglia.

Provincia Regione Italia	Strutture Alberghiere (N.)	Strutture extra- Alberghiere (N.)	Strutture Alberghiere Letti	Strutture extra- Alberghiere Letti	Letti/Totali
Brindisi	56	46	5.271	10.453	15.724
Puglia	631	1031	48.671	118.401	167.072
Italia	34.296	26.450	1.738.031	1.609.990	3.348.021

Provincia Regione Italia	Letti in Alberghi x 1.000 abit.	Letti in extra-Alberghi x 1.000 abit.	Letti Totali x 1.000 abit.	Alberghi x 100.000 abit.	extra- Alberghi x 100.000 abit.	Totale Strutture Ricettive x 100.000 abit.
Brindisi	13,34	26,46	39,81	14,18	11,65	25,82
Puglia	12,28	29,86	42,14	15,91	26,00	41,92
Italia	30,61	28,36	58,97	60,40	46,58	106,99



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



Si tratta di una economia turistica complessivamente sotto-sviluppata, con una polarizzazione territoriale sbilanciata a favore dell'area settentrionale, dove le aziende alberghiere predominano sulle piccole aziende che offrono una ricettività alternativa.

I punti di forza sono individuabili in:

- Buon rapporto qualità/prezzo di alcune componenti dell'offerta turistica.
- Consistente capacità di offerta di strutture destinate al turismo rurale, supportate anche dalla presenza di un'agricoltura ricca e variegata.
- Forte movimento di transito che si qualifica quale flusso potenzialmente valorizzabile.
- Strutture museali, contraddistinte ognuna da proprie peculiarità.
- La dimensione delle imprese afferenti al settore turistico risulta al di sopra della media del mezzogiorno.

I punti di debolezza sono individuabili in:

- Sottoutilizzazione delle strutture e conseguente politica di tariffe non sempre idonee a stimolare la domanda.
- Flusso turistico influenzato più da fattori contingenti che strutturali. Eccessiva stagionalità dei flussi turistici, causante sovrappollamento e conseguenze a livello ambientale.
- Scarsa propensione degli operatori del settore a cooperare per conseguire economie di scala e masse critiche di offerta
- Ricettività "sommersa" rappresentata dalle numerose abitazioni, presenti soprattutto sulla costa, utilizzate come seconde case, che sono al di fuori dei canali ricettivi istituzionali e, pertanto, sono difficilmente gestibili e controllabili.
- Scarsa incidenza della quota dei turisti stranieri sul totale delle presenze.
- La viabilità stradale e l'infrastruttura ferroviaria incardinati sugli assi BR-BA, BR-LE e BR-TA non appaiono adatti a sostenere un flusso turistico (né commerciale) corposo.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



### **1.2.3 Provincia di Lecce**

L'analisi della dinamica dei flussi turistici provinciali negli ultimi anni evidenzia un fenomeno di crescita costante e consolidata, grazie anche ad una strategia di sviluppo basata sulla valorizzazione e la promozione del territorio in chiave turistica.

La crescita del fenomeno turistico ha riguardato gli Arrivi e le Presenze. Dall'analisi dei dati, si rileva come nel 2004, a differenza dell'anno precedente, si è avuto un aumento degli arrivi a fronte di una lieve flessione delle presenze, segnale di una sensibile disponibilità dei turisti a prolungare la loro permanenza nel Salento.

Nonostante il positivo trend di crescita del fenomeno, tuttavia, da un esame più approfondito dei dati disaggregati per i diversi mesi dell'anno è possibile rilevare la spiccata stagionalità del movimento turistico provinciale, che raggiunge nei mesi estivi la maggior consistenza, confermando un'immagine del Salento ancora pesantemente ancorata allo stereotipo di area a vocazione turistico-balneare.

Sul piano della dotazione di strutture ricettive, la provincia di Lecce appare in ritardo rispetto al fabbisogno tipico di un'area che ha deciso di puntare sulla valorizzazione turistica del territorio quale volano di sviluppo economico.

Inoltre, si può notare come l'offerta delle strutture ricettive complementari rappresenta una realtà che si sta consolidando nell'area leccese accrescendo la capacità di rispondere alle esigenze di una domanda sempre più diversa da quella alberghiera

Nelle strutture ricettive dell'area di riferimento si è registrata una crescita degli arrivi (+ 1,4% rispetto al 2003) a cui ha corrisposto un calo delle presenze (-2,7%). Queste ultime hanno subito una contrazione più marcata per la componente straniera della clientela (-7%) rispetto a quella italiana (-2,2).

La diminuzione delle presenze è stata più accentuata negli esercizi alberghieri per quanto riguarda la clientela italiana, negli esercizi complementari per gli stranieri. Dall'analisi emerge un problema critico per l'area di riferimento: la stagionalizzazione del Turismo, un turismo prettamente balneare.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



Uno degli obiettivi deve essere quello di destagionalizzare il turismo e promuovere una gestione integrata del territorio dal punto di vista turistico-culturale. Il patrimonio storico-culturale rappresenta per l'area di riferimento una delle grandi risorse immobili e quindi un fattore di potenziale vantaggio competitivo in grado di innescare processi di sviluppo basati sulla piena valorizzazione delle ricchezze del territorio. Lo sviluppo di tali potenzialità può costituire uno degli elementi di rottura ai fini della diversificazione e della specializzazione dell'offerta turistica: la provincia di Lecce è dotata di risorse potenziali per lo sviluppo delle filiere produttive legate al turismo culturale.

La finalità principale dovrà essere quella di qualificare ulteriormente gli investimenti di promozione e valorizzazione dell'area, puntando a rafforzare il potere di attrazione del Barocco pugliese, in modo tale da diversificare il turismo ed offrire nuove opportunità di conoscenza del territorio e delle sue peculiarità non solo sul piano turistico, ma anche sulla conoscenza delle tradizioni culturali, sulle produzioni tipiche, sugli aspetti naturalistici e socio-economici della provincia. Da sottolineare, inoltre, che la maggior parte degli studi conferma che nell'ultimo decennio tra i turisti si sta consolidando la tendenza a nuove modalità di fruizione del consumo turistico. Mentre prima dominava la tipologia della vacanza estiva, lunga e balneare, ora emerge una triplice esigenza: di approfondimento culturale, di svago e di godimento dei valori ambientali. Si sta passando da una fase di cicli lunghi, semplici e monotematici a cicli turistici accelerati e complessi: miscuglio di generi, in quanto si intrecciano attività all'aperto (spiaggia, escursioni), attività culturali e socializzanti (musei, manifestazioni) ed attività economiche (fiere, congressi).



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione Istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



## Il settore turistico nell'area di riferimento

		Fonte	BRINDISI	BARI	LECCE	Italia	Puglia	Mezzogiorno	Italia
Esercizi alberghieri (n° esercizi)	v.a. 2005	Istat	68	163	199	33.527	831	6.115	33.527
- N° posti letto	v.a. 2005	Istat	8.057	12.882	18.148	2.028.452	69.308	517.120	2.028.452
- Presenze Italiani (giornate)	v.a. 2005	Istat	674.628	1.056.352	1.409.566	138.123.305	5.213.378	36.402.770	138.123.305
- Presenze Stranieri (giornate)	v.a. 2005	Istat	143.737	265.019	234.668	102.311.911	917.104	15.623.337	102.311.911
- Presenze Totali (giornate)	v.a. 2005	Istat	818.365	1.321.371	1.644.234	240.435.216	6.130.482	52.026.107	240.435.216
- Giornate di presenza / n° posti letto * 365	indicatore 2005	Elaborazione	0,28	0,28	0,25	0,32	0,24	0,28	0,32
Esercizi complementari (n° esercizi)	v.a. 2005	Istat	152	150	692	96.409	1.521	7.667	96.409
- N° posti letto	v.a. 2005	Istat	12.663	4.378	37.489	2.322.081	133.109	534.899	2.322.081
- Presenze Italiani (giornate)	v.a. 2005	Istat	473.156	76.085	1.357.572	68.630.815	4.136.181	14.893.352	68.630.815
- Presenze Stranieri (giornate)	v.a. 2005	Istat	26.198	17.805	84.440	46.189.141	563.111	4.458.800	46.189.141
- Presenze Totali (giornate)	v.a. 2005	Istat	499.354	93.890	1.442.012	114.819.956	4.699.292	19.352.152	114.819.956
- Giornate di presenza / n° posti letto * 365	indicatore 2005	Elaborazione	0,11	0,06	0,11	0,14	0,10	0,10	0,14
Esercizi turistici complessivi (n° esercizi)	v.a. 2005	Istat	220	313	891	129.936	2.352	13.782	129.936
- N° posti letto	v.a. 2005	Istat	20.720	17.260	55.637	4.350.533	202.417	1.052.019	4.350.533
- Presenze Italiani (giornate)	v.a. 2005	Istat	1.147.784	1.132.437	2.767.138	206.754.120	9.349.559	51.296.122	206.754.120
- Presenze Stranieri (giornate)	v.a. 2005	Istat	169.935	282.824	319.108	148.501.052	1.480.215	20.082.137	148.501.052
- Presenze Totali (giornate)	v.a. 2005	Istat	1.317.719	1.415.261	3.086.246	355.255.172	10.829.774	71.378.259	355.255.172



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 -  
2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo  
alternativo



## 2. L'INDAGINE ALLE IMPRESE

### 2.1 Premessa

#### 2.1.1 Aspetti metodologici

L'approccio metodologico utilizzato è basato sul vincolo della numerosità campionaria fissata a priori in 300 unità.

L'attività di osservazione mirava ad avere contemporaneamente informazioni che riguardassero varie tipologie della filiera turistica ed in particolare:

- Ricettività
- Enogastronomia
- Servizi per il turista
- Attività ricreative e culturali
- Altri servizi

e informazioni legate alle tre province pugliesi oggetto di indagine:

- Bari
- Brindisi
- Lecce

Ogni singola sezione è stata indagata attraverso lo studio di alcuni settori di attività particolarmente significativi, e precisamente:

- Alberghi
- Ostelli, campeggi, Agriturismo ed altri tipi di alloggio
- Ristoranti
- Bar
- Agenzie di viaggio
- Stabilimenti balneari
- Attività ricreative, culturali o sportive
- Musei
- Agenzia taxi
- Noleggio auto e pulmann
- Altri servizi



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



La natura dell'indagine e le enormi differenze sia strutturali che di numerosità-universo tra i comparti ci hanno spinto ad utilizzare procedure campionarie “ragionate”, nel senso che in prima istanza è stato preferibile fissare a priori il numero di interviste da distribuire nelle cinque tipologie per evitare così profonde sperequazioni all'interno delle celle del campione assegnato.

In seconda istanza per ognuna delle singole tipologie indagate, il percorso metodologico ha previsto il ricorso a campioni stratificati ad uno stadio con gli strati costituiti da una ripartizione settoriale che varia da comparto a comparto e una territoriale legata alle tre province.

La allocazione delle imprese – campione negli strati di ciascun macrosettore è stata effettuata ricorrendo all'ipotesi del metodo proporzionale in base alla quale l'assegnazione delle unità del campione totale nelle “celle” è data dalla formula:

$$n_u^* = \frac{N_u \cdot n^*}{N}$$

Le imprese da inserire nel campione - estratte dagli universi di riferimento con metodo casuale senza reinserimento e con probabilità uguali - hanno formato la prima lista dei “titolari” dei singoli campioni. Per sopperire alle eventuali sostituzioni sono state predisposte altre due liste di imprese di “riserva” con le stesse caratteristiche delle precedenti ed estratte con gli stessi criteri della lista originale.

La raccolta delle informazioni è stata realizzata somministrando ai Titolari/Responsabili delle imprese un questionario per intervista telefonica con sistemi di tipo C.A.T.I.

### **2.1.2 Struttura del questionario**

Il questionario è stato articolato in tre sezioni tematiche, cui hanno fatto riferimento specifiche domande, al fine di poter fornire informazioni utili a tutte le attività di progetto.

#### **1. Percezioni e aspettative del turista**

Devono emergere gli elementi di maggiore attrattività del territorio e dei servizi volti alla loro fruibilità così come vengono percepiti dai turisti, secondo il giudizio degli



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



operatori. A tale proposito risulta di un certo interesse l'analisi dell'incrocio tra il giudizio espresso e le caratteristiche dell'operatore che consente di individuare l'eventuale relazione tra il tipo di giudizio e la tipologia di attività svolta.

## 2. Dotazioni di servizi

Accanto ad un giudizio complessivo richiesto agli intervistati che permette di operare una valutazione complessiva sull'armatura di servizi ricettivi del territorio, a seconda degli esiti dei questionari, nella seconda domanda si richiede specificatamente di segnalare le deficienze strutturali nella ristorazione, negli altri servizi e nel pernottamento.

## 3. Fabbisogni

Anche in questa sezione dell'analisi vi sono due blocchi che devono essere esaminati in modo separato, ossia la evidenziazione delle specifiche necessità per il potenziamento delle singole aziende e, invece, dal punto di vista sistemico, l'esame del contesto complessivo in cui operano le aziende anche in termini di qualità dei fattori produttivi e delle relazioni tra i soggetti e l'individuazione degli aspetti sui quali occorrerebbe iniziare a lavorare, in quanto rivestono un'importanza prioritaria.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo

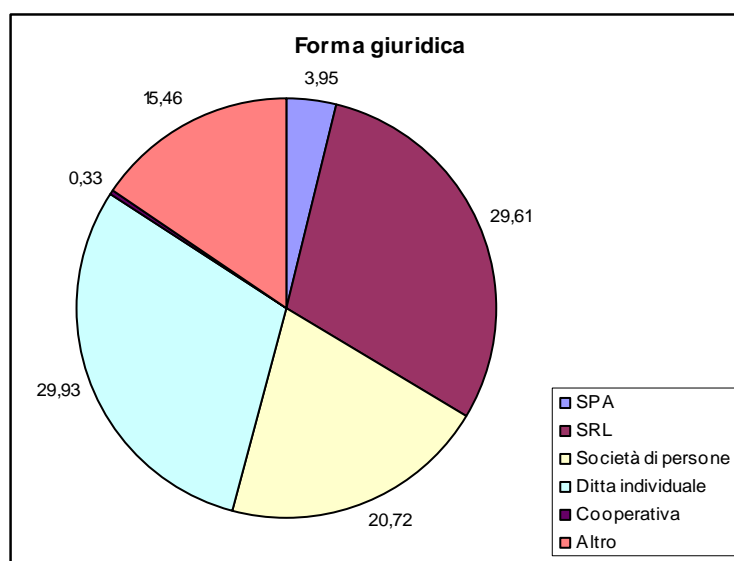


## 2.2 Gli intervistati

Il primo blocco di informazioni inserite nel questionario è riferito alle caratteristiche del compilatore, inteso come azienda e come persona fisica. Tali requisiti sono stati successivamente utilizzati in fase di elaborazione statistica dei questionari, attraverso la realizzazione di opportuni "incroci" tra le risposte raccolte, per verificare l'esistenza di relazioni tra le specificità dell'azienda intervistata e la percezione rispetto ai fenomeni indagati.

Le informazioni raccolte in tale prima sezione sono sostanzialmente individuabili in:

- forma giuridica dell'azienda;
- attività economica prevalente;
- ruolo in azienda dell'intervistato.



Per quanto riguarda la Forma Giuridica le opzioni incluse nel questionario sono: SPA, SRL, Società di persone, Ditta individuale, Cooperativa, Altro. Quelle prevalenti sono le Ditte Individuali e le SRL (con circa il 30% ciascuna), mentre del tutto irrilevanti sono risultate le cooperative. Tale struttura delle modalità di risposta starebbe ad indicare le dimensioni medio-piccole delle aziende partecipanti, che d'altra parte rappresenta una caratteristica tipica del settore turistico dell'area.



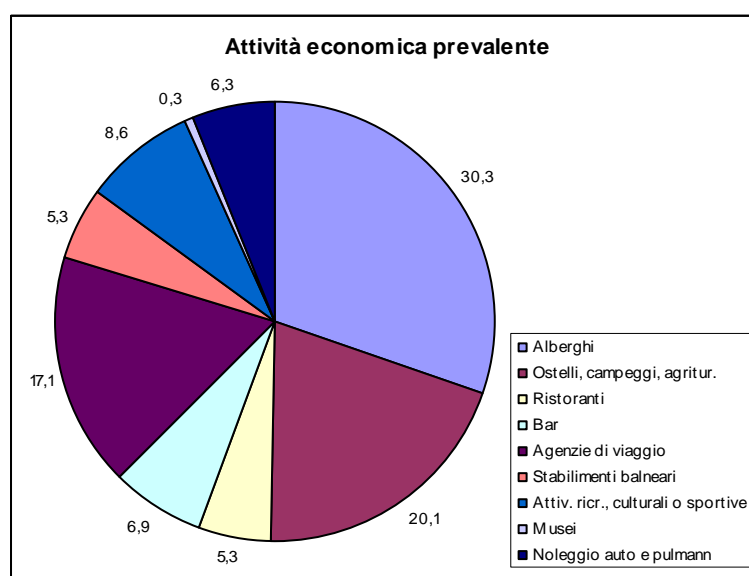
INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo

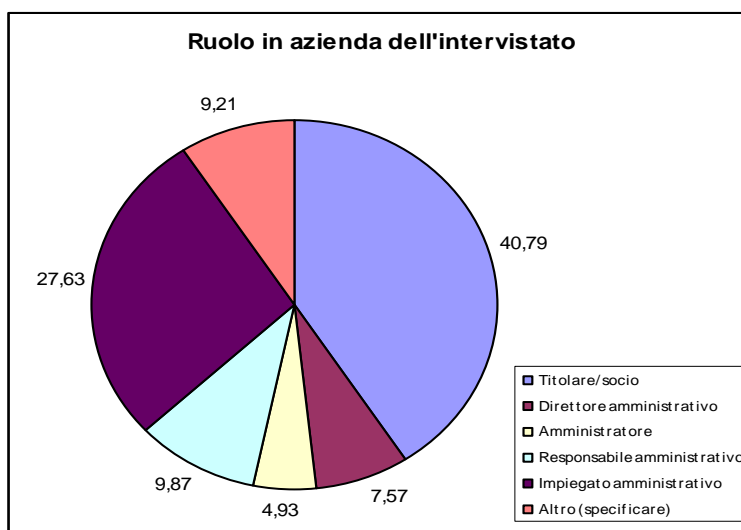


Passando all'esame dell'attività economica in cui operano prevalentemente le aziende intervistate, si nota come la metà rientri nel settore della ricettività: 30% di strutture alberghiere e 20% di extra-alberghiere (ostelli, campeggi, etc.). Seguono le agenzie di viaggio (con il 17%), mentre le aziende restanti si distribuiscono in modo abbastanza uniforme in: Ristoranti, Bar, Stabilimenti balneari, Attività ricreative, culturali o sportive, Musei, Agenzia taxi, Noleggio auto e pulmann.



Infine, per quanto riguarda il ruolo dell'intervistato in azienda, si sono considerate le seguenti categorie:

- Titolare/socio
- Direttore amministrativo
- Amministratore
- Responsabile amministrativo
- Impiegato amministrativo
- Altro (specificare).



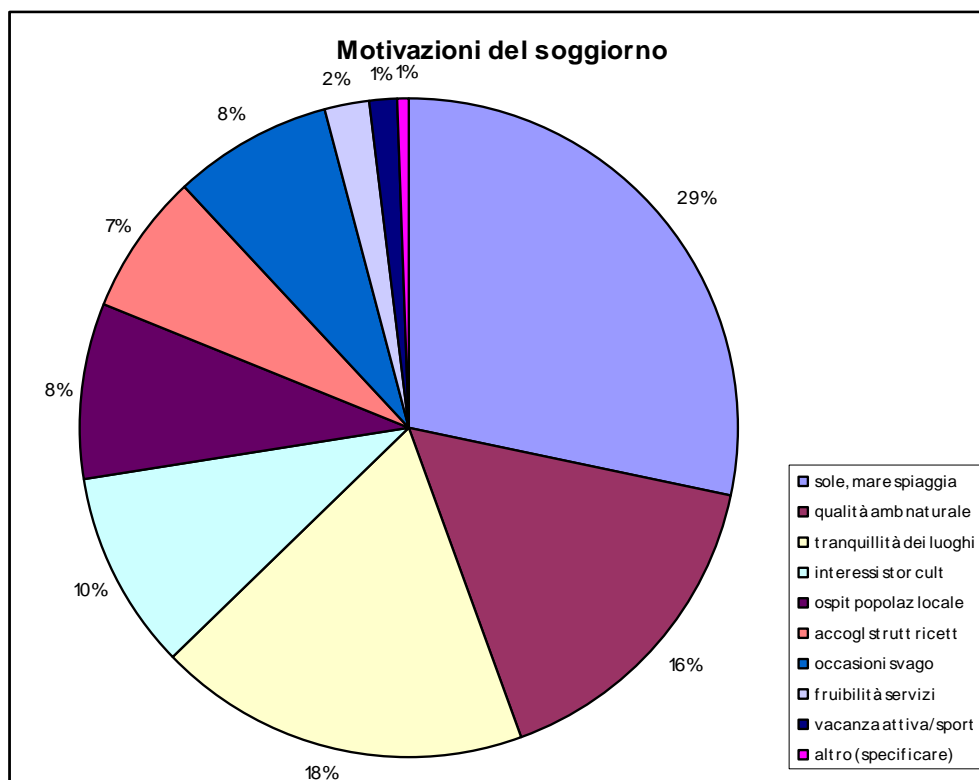
Il ruolo che prevale in modo piuttosto netto è quello di titolare/socio dell'azienda che rappresenta il 41% del campione e ciò costituisce un elemento importante circa l'attendibilità delle risposte e il grado di conoscenza delle problematiche, sia di quelle riguardanti i fabbisogni dell'impresa e sia di quelle di natura macro, riferite al settore turistico. Il secondo grande gruppo è quello di coloro che operano nel settore amministrativo sia come responsabili (10%) e sia, soprattutto come impiegati (28%).

## 2.3 Analisi del questionario

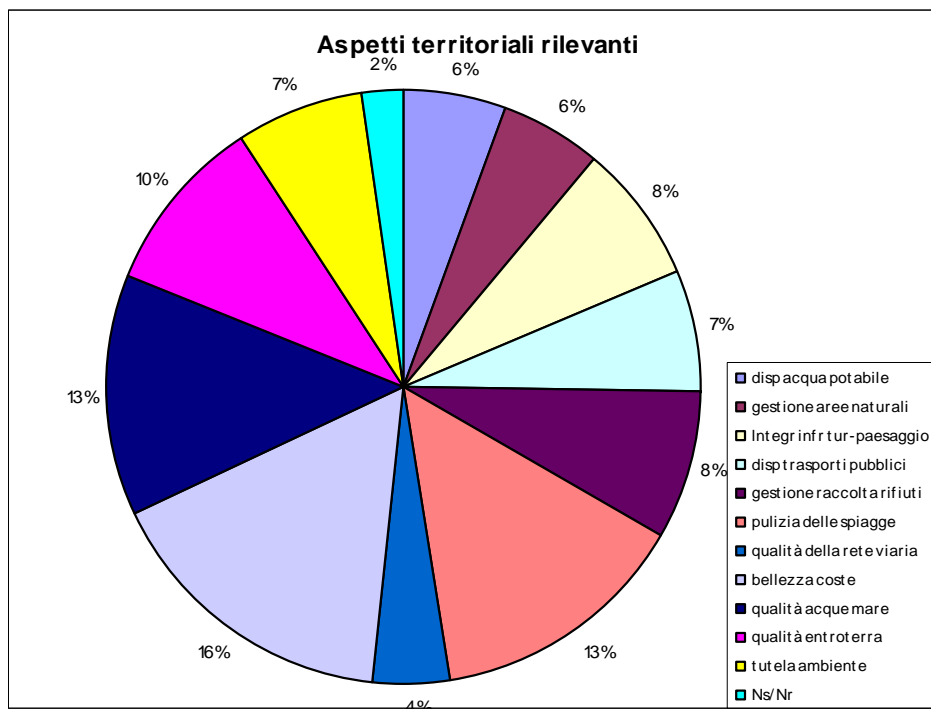
### 2.3.1 Percezioni e aspettative del turista

Come già detto, in tale sezione si sono approfonditi gli aspetti riguardanti gli elementi di maggiore attrattività del territorio e dei servizi volti alla loro fruibilità così come vengono percepiti dai turisti, secondo il giudizio degli operatori. In particolare, l'analisi si è incentrata su:

- motivazioni che spingono il turista al soggiorno
- aspetti inerenti il territorio e la sua gestione che rivestono maggiore rilievo
- condizioni dei servizi
- adeguatezza delle misure di tutela e salvaguardia della natura.



Tra le motivazioni si sono prese in considerazione: sole, mare e spiaggia, qualità dell'ambiente naturale, tranquillità dei luoghi, gli interessi storico culturali (folklore, cucina e arte locale), l'ospitalità della popolazione locale, accoglienza delle strutture ricettive, occasioni di svago e divertimento, fruibilità dei servizi (assistenza sanitaria, trasporti, negozi, ecc.), vacanza attiva/fare sport. I rappresentanti delle aziende intervistate hanno individuato in modo piuttosto netto come elemento di maggiore richiamo turistico "sole, mare e spiaggia", indicato come motivazione principale al soggiorno da parte del 29% degli intervistati. Seguono la tranquillità dei luoghi (18%), la qualità dell'ambiente naturale (16%) e gli interessi storico culturali (10%). Gli elementi di attrattività più strettamente legati alla fruizione delle risorse legate al mare (spiagge, ambiente naturale) risultano ancor più prevalenti per gli operatori del settore della balneazione.



Gli aspetti inerenti il territorio e la sua gestione che rivestono maggiore rilievo e che sono stati inseriti nel questionario sono: disponibilità di acqua potabile, gestione delle aree naturali, l'integrazione delle infrastrutture turistiche con il paesaggio, disponibilità di trasporti pubblici, gestione della raccolta dei rifiuti, pulizia delle spiagge, qualità della rete viaria, bellezza paesaggistica delle coste, qualità delle acque del mare, qualità dell'entroterra, tutela dell'ambiente.

Anche in questo caso emerge con forza la vocazione “marina” del settore turistico dell'area di indagine; infatti, gli aspetti ai quali risultano essere maggiormente sensibili gli operatori sono quelli legati alla gestione di tale risorsa, ossia: bellezza paesaggistica delle coste (che raggiunge il 16%), pulizia delle spiagge (con il 13%) e la qualità delle acque del mare (13%). Interessante risulta essere anche il 10% fatto segnare dalla qualità dell'entroterra, a testimonianza di una certa sensibilità rispetto alla valorizzazione anche delle parti di territorio più lontane dal mare, in un'ottica di integrazione tra le risorse e le varie tipologie d'area della regione. Infine, si segnala come gli operatori della ristorazione siano maggiormente attenti all'entroterra ed alla tutela ambientale, forse proprio per la loro localizzazione anche in aree non costiere.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006

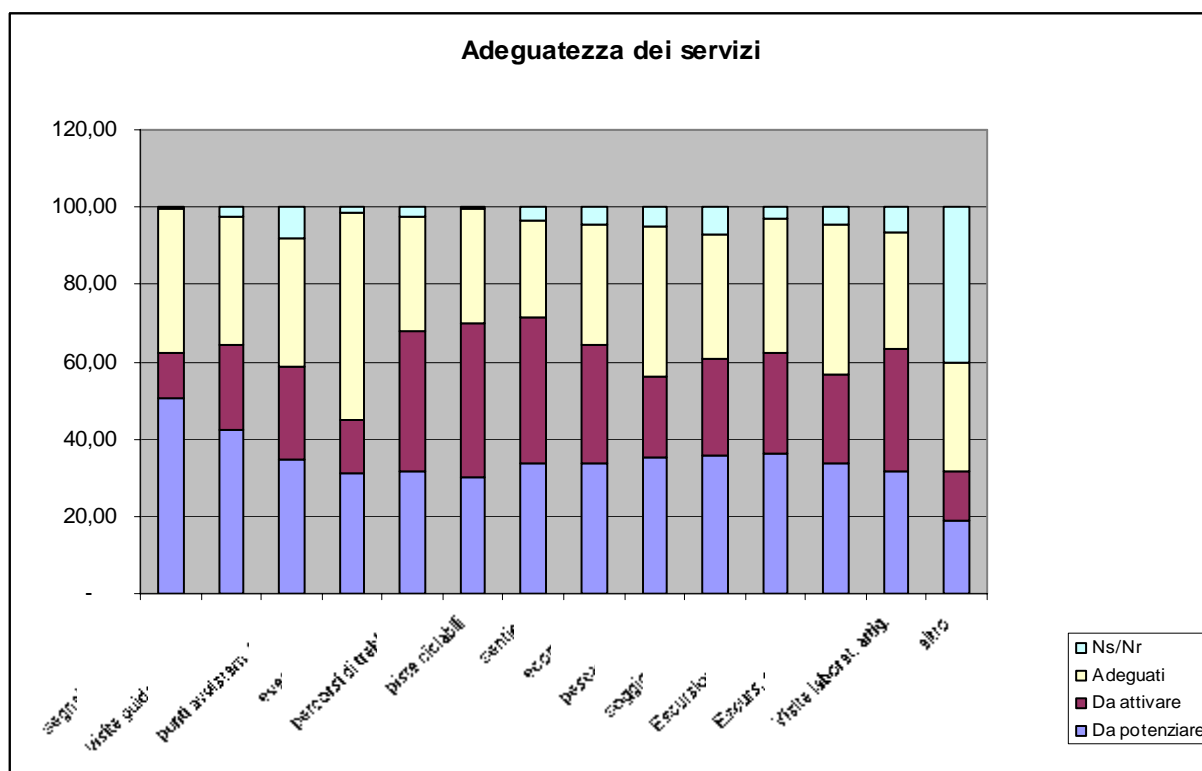


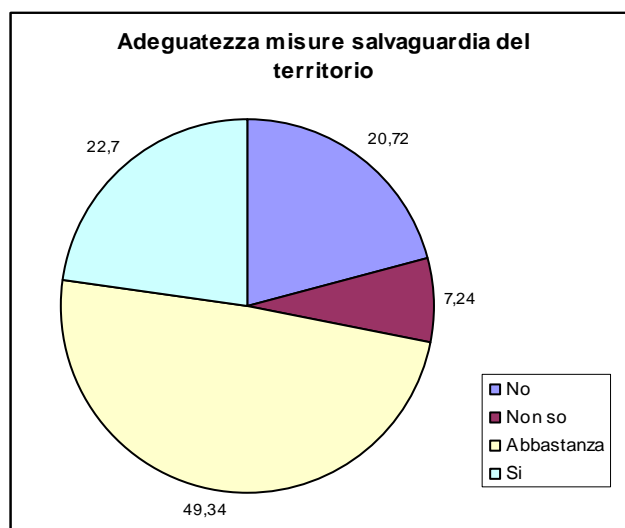
PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



Per quanto riguarda l'adeguatezza dei servizi di supporto al settore turistico, si sono considerate le seguenti tipologie: segnaletica turistica, visite guidate e gli itinerari storico-archeologici, punti di avvistamento della fauna, eventi culturali -sagre e manifestazioni, percorsi segnalati di trekking, piste ciclabili, sentieri didattico-ambientali, musei naturalistici ed ecomusei, pesca turismo, soggiorni a tema, escursioni equestri, Escursioni subacquee, Visite a laboratori artigianali..

Nel complesso, circa il 25% delle risposte si è concentrato sulla necessità di attivare i servizi sopraelencati mentre 1/3 è andato a ciascuna delle due altre opzioni, ossia la necessità di potenziamento e l'adeguatezza dei servizi.





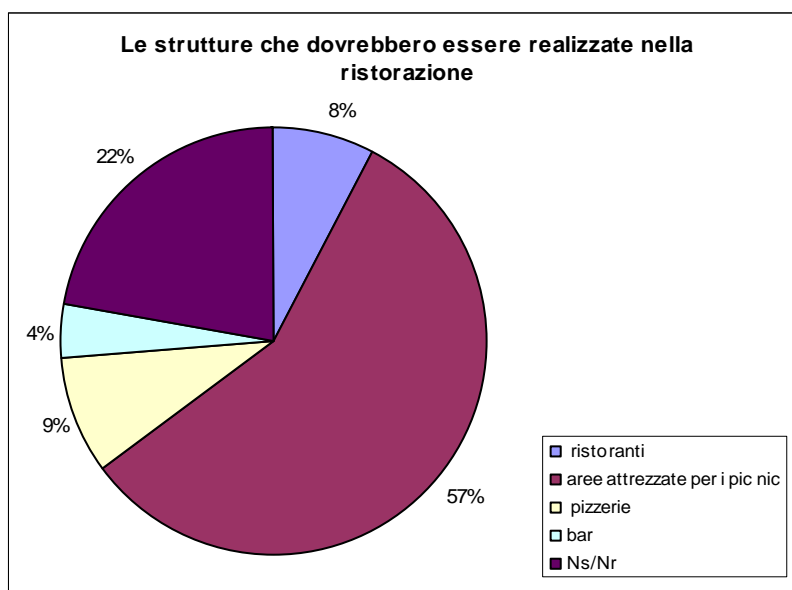
La variabilità delle risposte non risulta essere particolarmente elevata, a significare un'insoddisfazione piuttosto diffusa tra le diverse tipologie di servizio; un grado leggermente più elevato di insoddisfazione si riscontra per le strutture funzionali alla fruizione dell'ambiente: percorsi segnalati di trekking, piste ciclabili, sentieri didattico-ambientali che sono considerate adeguate dal 25-30% degli intervistati.

Un risultato analogo si evince anche dall'analisi dei risultati riferiti all'adeguatezza delle misure di salvaguardia ambientale. In questo caso circa la metà delle risposte si è concentrata sull'opzione centrale ("abbastanza") mentre il 20-23% è andato alle due opzioni estreme ("si", "no"). E' un risultato che, forse, va più letto in termini di sensibilità all'ambiente degli intervistati che di effettivo giudizio sulle politiche di tutela ambientale implementate sul territorio.

### **2.3.2 Dotazioni di servizi**

L'adeguatezza e la varietà del sistema di offerta di servizi al turismo sono state approfondite in una specifica sezione del questionario con riferimento a:

- Ristorazione: Ristoranti, aree attrezzate per i pic nic, pizzerie, bar;
- Altri servizi: aree per praticare sport, servizi per disabili, uffici informativi, parchi giochi, centri diving, discoteche
- Pernottamento: Campeggi, bed & breakfast, agriturismi, alberghi, ostelli, appartamenti in affitto.



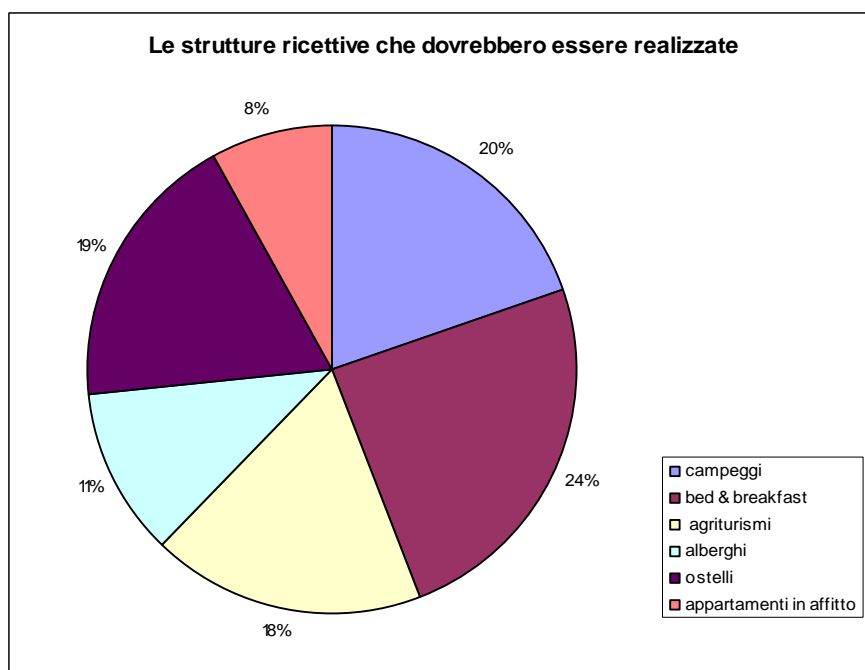
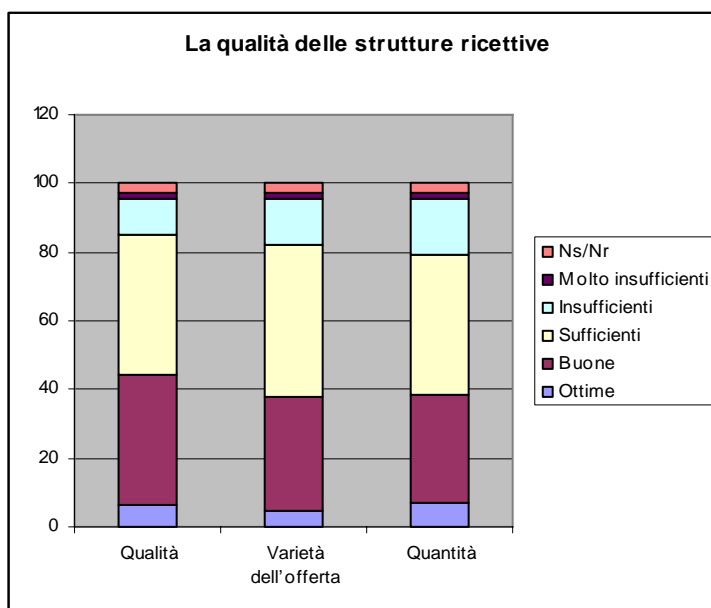
Nel settore della ristorazione, viene segnalata con una certa insistenza la necessità di realizzare aree attrezzate per pic nic (57% delle risposte); seguono le altre opzioni con valori piuttosto simili. Tale risultato rafforza quanto emerso nella precedente sezione con riguardo all’urgenza di realizzare interventi di potenziamento delle strutture per la fruizione dell’ambiente (sentieri, trekking, piste ciclabili), mettendo in luce un’esigenza di ampliamento dell’offerta anche al di là della balneazione, in grado di stabilire delle relazioni sul territorio tra la zona costiera e quelle interne, ancora poco antropizzate. Non si segnalano particolari scostamenti nelle indicazioni fornite dalle diverse tipologie di impresa intervistate, né tra le diverse forme giuridiche che, come già detto, consentono una differenziazione dell’analisi anche dal punto di vista delle caratteristiche dimensionali del campione.

Le maggiori necessità tra gli altri servizi vengono segnalate per i “servizi per disabili” (29% delle risposte), seguiti dagli uffici informativi (22%) e dalle aree per praticare sport (19%). Si tratta quindi di un completamento dell’attuale struttura con una maggiore attenzione alla qualità complessiva del sistema ed alla possibilità di fruizione da parte di tutte le fasce di domanda, anche quelle maggiormente svantaggiate. L’offerta pare invece essere sufficientemente articolata per quanto riguarda

l'entertainment e i segmenti tradizionali dell'area, come si evince dai risultati riferiti alle altre opzioni.



Il giudizio fornito dalle imprese sul sistema ricettivo delle tre province pugliesi è risultato complessivamente abbastanza buono, con risposte che si concentrano prevalentemente tra il sufficiente (42%) ed il buono (34%). Non sono apprezzabili delle differenze significative, analizzando separatamente gli aspetti qualitativi, quantitativi e di varietà dell'offerta. Forse l'unico elemento caratterizzante può essere individuato nella "maggiore insufficienza" dimensionale del sistema. E' interessante notare la valutazione che gli albergatori danno al proprio settore. Pur non discostandosi in modo significativo da quella evinta dall'analisi dell'intero campione, emerge una leggera maggiore insoddisfazione delle condizioni complessive; la valutazione insufficiente passa infatti dal 13,5% al 17%, con una crescita che coinvolge sia gli aspetti qualitativi che quelli dimensionali e di varietà.



Passando all'analisi delle segnalazioni fornite in relazione alle necessità realizzative all'interno dell'offerta di ricettività, emerge con una certa chiarezza la necessità di strutture extra-alberghiere e cioè nell'ordine: bed & breakfast, campeggi, agriturismi e ostelli. Tale risultato rafforza l'impressione già emersa in relazione agli "altri servizi", di un sistema di offerta sufficientemente articolato e sostanzialmente adeguato sotto il



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



profilo dimensionale, con esigenze che si collocano verso il completamento della gamma d'offerta in tutti i segmenti di attività.

### 2.3.3 Fabbisogni delle aziende

Come accennato in apertura di capitolo, anche questa sezione contiene due blocchi di informazioni che devono essere esaminati in modo separato. Il primo è rappresentato dalla verifica delle specifiche necessità per il potenziamento delle singole aziende. Il secondo, invece, riferito all'intero sistema, prende in esame il contesto complessivo in cui operano le aziende anche in termini di qualità dei fattori produttivi e delle relazioni tra i soggetti e l'individuazione degli aspetti sui quali occorrerebbe iniziare a lavorare, in quanto prioritari.



Le aree nelle quali le aziende dell'area presentano le maggiori necessità di assistenza sono risultate quelle legate agli aspetti di natura commerciale (marketing e promozione con il 36%) e agli aspetti di natura informativa (31%). Fortissimo l'interesse degli stabilimenti balneari e degli esercizi alberghieri nei confronti del marketing, mentre gli aspetti di natura finanziaria rappresentano una assoluta priorità



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



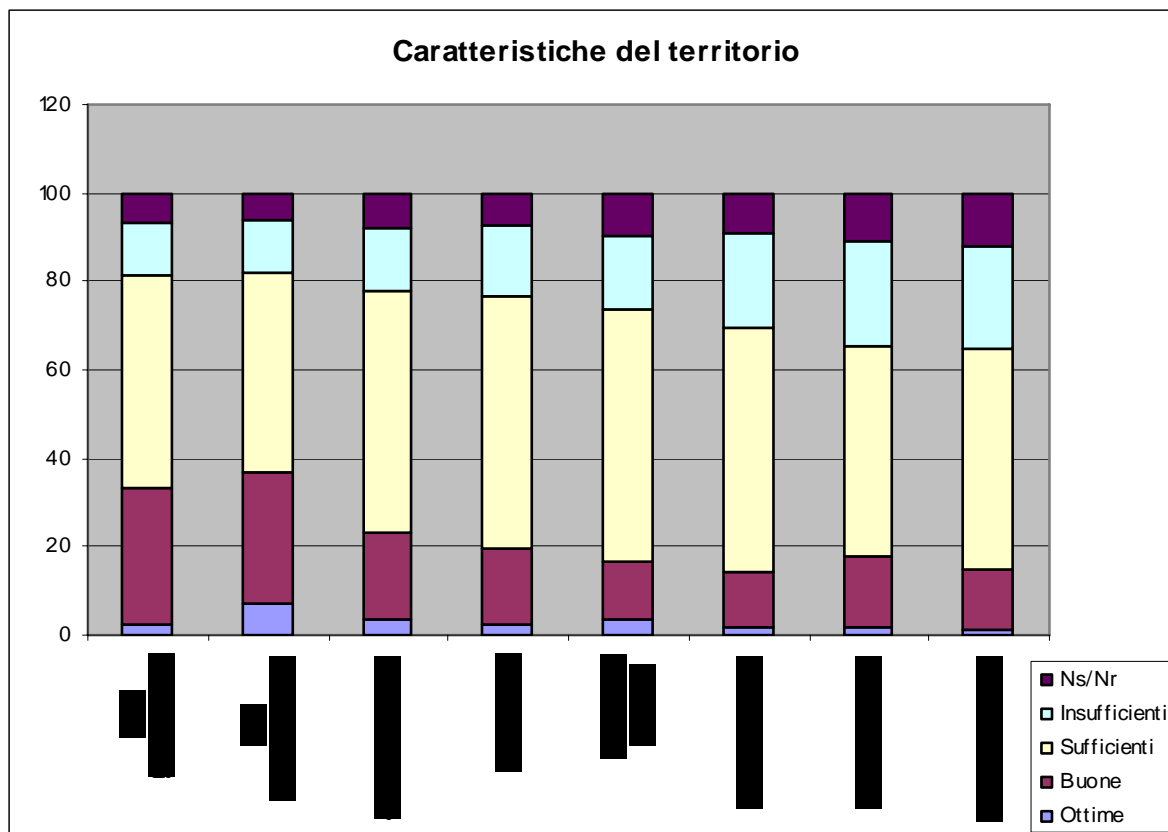
PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



di bar e ristoranti. Anche l'incrocio con la forma giuridica delle imprese fornisce degli spunti di riflessione di un certo interesse; è soprattutto il dato che emerge per le SPA in relazione all'area del marketing, che raccoglie il 58% dei consensi, a richiamare l'attenzione.

Passando ad esaminare il giudizio dato al territorio, emerge una considerazione appena sufficiente, come testimoniato dal 52% delle risposte. Livelli di insufficienza e, al contrario, buoni sono assegnati in modo equivalente dal pool di intervistati. Quindi, nel complesso, una valutazione inferiore, se pur di poco, rispetto a quella data all'armatura di servizi.

Nel complesso, le imprese sono maggiormente soddisfatte dei livelli di offerta dei servizi e delle infrastrutture (di base ed a rete) e meno dei servizi più avanzati e rari, come quelli relativi all'assistenza nella ricerca di nuovi mercati oppure di natura finanziaria. Tale risultato risulta quindi essere in linea rispetto a quanto emerso in relazione ai fabbisogni di assistenza delle imprese, che si concentrano nel marketing, nell'informazione e negli aspetti finanziari.



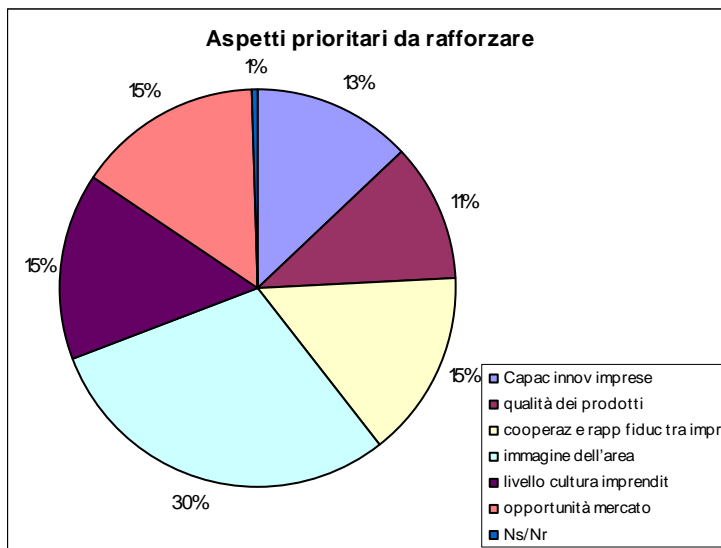
Infine, grande l'interesse che suscitano i risultati dell'ultima serie di domande riferite agli aspetti del sistema produttivo e del territorio, sui quali lavorare in modo prioritario. Anche in questo caso si ritrovano quegli elementi che già sono emersi un po' in tutto il questionario, ossia quelli legati al marketing ed alla promozione, però rivolti al territorio. Circa un terzo delle preferenze, infatti, viene attribuito alla cura dell'immagine dell'area, che può essere migliorata solamente attraverso la definizione e l'implementazione di un'attenta strategia promozionale, in grado di enfatizzare le risorse naturali, storico-culturali ed artistiche dell'area presso il target di riferimento. Su tale aspetto si osserva un'ampia convergenza che mette in prima linea gli stabilimenti balneari e le agenzie di viaggio, le SPA e le imprese individuali, quindi le imprese di maggiori dimensioni e quelle più piccole. Gli aspetti riferiti al mercato sono ulteriormente rafforzati dalla grande sensibilità manifestata ancora una volta dalle imprese rispetto alle opportunità commerciali ed alle esigenze di creare delle strutture in grado di assisterle in tale campo.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



Non bisogna neppure trascurare le indicazioni fornite in merito agli elementi di innovazione ed a quelli di cooperazione e miglioramento dei rapporti tra le imprese, in un'ottica di collaborazione per creare un ambiente dinamico e favorevole alla crescita.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



### 3. L'INDAGINE AI TURISTI

#### 3.1 Premessa

##### 3.1.1 *Aspetti metodologici*

Anche per l'indagine sui turisti l'approccio metodologico prevedeva il vincolo della numerosità campionaria fissata a priori in 200 unità.

L'attività di osservazione mirava ad avere informazioni che riguardassero i comportamenti dei villeggianti nelle tre province oggetto di indagine, e precisamente:

- Bari
- Brindisi
- Lecce

Per la scelta della numerosità nelle singole province è stato utilizzato in prima istanza un criterio che prevedeva una base fissa di 40 unità per ciascuna provincia come garanzia di una rappresentatività minima; in seconda istanza sulle restanti 80 è stato utilizzato un criterio proporzionale in base alle presunte affluenze stagionali.

##### 3.1.2 *Struttura del questionario*

Deve essere divisa in tre parti, riferite rispettivamente alle tre componenti del questionario.

#### 1. Percezioni e aspettative del turista

In primo luogo è opportuno sottolineare il grado di apprezzamento complessivo del prodotto turistico locale. Devono emergere successivamente gli elementi di maggiore attrattività del territorio e dei servizi volti alla loro fruibilità così come vengono percepiti dai turisti, in modo da potere tipizzare il fenomeno turistico, qualificando il territorio in relazione alle caratteristiche che vengono apprezzate dai turisti.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



L'attenzione si rivolge infine all'approfondimento dei singoli aspetti e dei singoli servizi che compongono nel loro insieme l'offerta turistica locale, in modo tale da potere fare emergere i punti di forza e di debolezza del sistema stesso. A tale proposito, un interesse particolare è rivestito dal giudizio rispetto all'adeguatezza delle misure adottate per la tutela e la salvaguardia della natura.

Sarà interessante l'incrocio tra il giudizio espresso e le caratteristiche sociali, economiche e demografiche dell'intervistato per individuare l'eventuale relazione tra il tipo di giudizio e certe specificità quali, l'età, il livello culturale, la condizione professionale, etc. Tale differenziazione può essere utile a migliorare gli standard d'offerta, personalizzandoli rispetto al proprio target di riferimento.

## **2. Dotazioni di servizi**

Accanto ad un giudizio complessivo richiesto agli intervistati che permette di operare una valutazione complessiva sull'armatura di servizi ricettivi del territorio, a seconda degli esiti dei questionari, nella seconda domanda si richiede specificatamente di segnalare le deficienze strutturali nella ristorazione, negli altri servizi e nel pernottamento.

## **3. La vacanza dei turisti**

Tale ultima sezione dell'analisi scende nel dettaglio del soggiorno e dell'organizzazione del viaggio per potere conoscere più da vicino le caratteristiche del turista e il suo rapporto con il mercato e potere rispondere in modo adeguato alle esigenze dei visitatori ed alla possibilità di fare conoscere il territorio con l'implementazione di adeguate strategie di marketing.

Di grande interesse anche la parte quantitativa riferita alla durata in giorni del soggiorno ed alle intenzioni di spesa.

### **3.2 Gli intervistati**

Come per il questionario diretto alle imprese, anche in quello per i turisti il primo blocco di informazioni è riferito alle caratteristiche del compilatore, in questo caso inteso solamente come persona fisica. I requisiti così raccolti sono stati



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



successivamente utilizzati in fase di elaborazione statistica dei questionari, attraverso la realizzazione di opportuni “incroci” tra le risposte raccolte, per verificare l’esistenza di relazioni tra il profilo socio-economico del turista e la sua percezione rispetto ai fenomeni indagati.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006

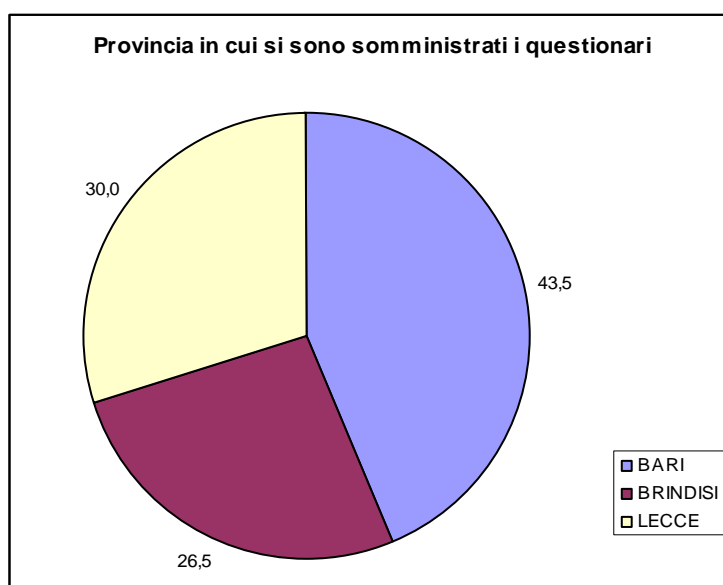


PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



Le informazioni raccolte in tale prima sezione sono sostanzialmente individuabili in:

- Provincia di somministrazione: Bari, Brindisi, Lecce;
- Località dell'intervista: Spiaggia, stabilimento, aeroporto, porto
- Sesso
- Età
- Titolo di studio: diploma scuola media inferiore, diploma scuola superiore, laurea
- Professione: agricoltore, in cerca di occupazione, artigiano, casalinga, imprenditore, commerciante, pensionato, operaio, dirigente, studente, insegnante, libero professionista, impiegato, altro
- Provenienza: residente, non residente
- Tipo di frequenza della visita: abituale, prima volta, sporadica.



Per quanto riguarda gli aspetti localizzativi delle interviste, si nota una netta prevalenza della provincia di Bari, nella quale sono stati somministrati il 43% dei questionari, seguita da Lecce con il 30% e da Brindisi con il 26%. Tale distribuzione territoriale riflette peraltro la differente consistenza delle tre province, sotto il profilo



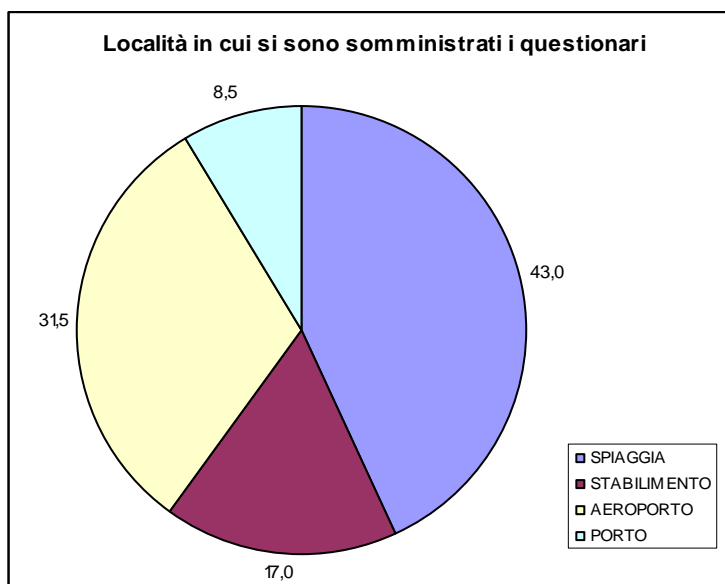
INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



socio-economico ed anche in termini più strettamente alla dimensione del fenomeno turistico.



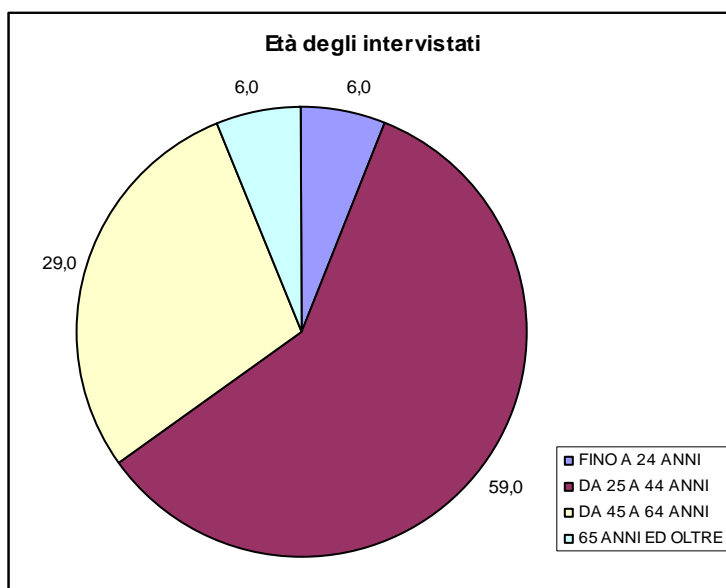
Il secondo elemento riferito al contesto fisico dell'intervista è rappresentato dall'informazione sulla località in cui è avvenuto l'incontro. In questo caso prevalgono nettamente la spiaggia e l'aeroporto, rispettivamente con il 43% ed il 32% delle interviste, a discapito dello stabilimento balneare e del porto. Tale risultato è influenzato non tanto da una scelta dei somministratori, quanto piuttosto dalla differente intensità delle presenze turistiche nelle diverse località selezionate, tenuto anche conto del periodo in cui si sono effettuate le indagini, il mese di maggio, nel quale pur avendo già un discreto afflusso turistico, non sono ancora presenti alcuni degli elementi caratterizzanti la stagione estiva, quali la massiccia presenza di un turismo di passaggio attraverso le strutture portuali pugliesi in direzione delle isole greche. Ed allo stesso tempo gli stabilimenti balneari ancora non sono nel pieno della loro attività.



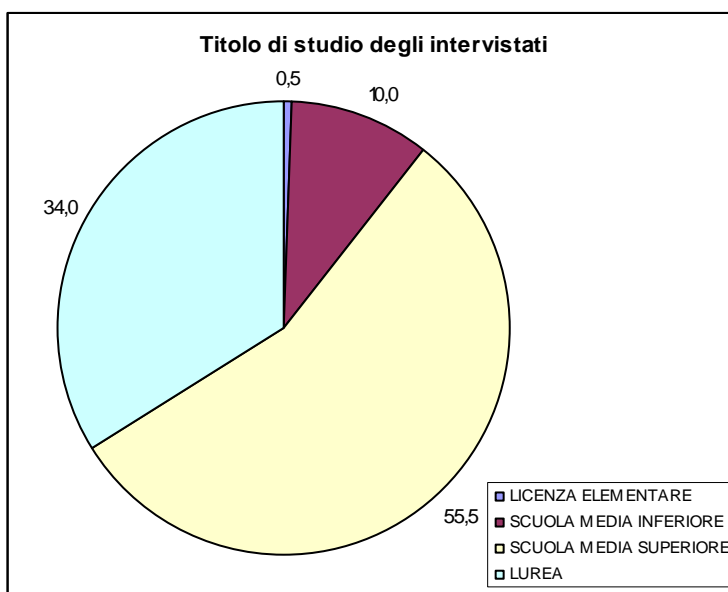
INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



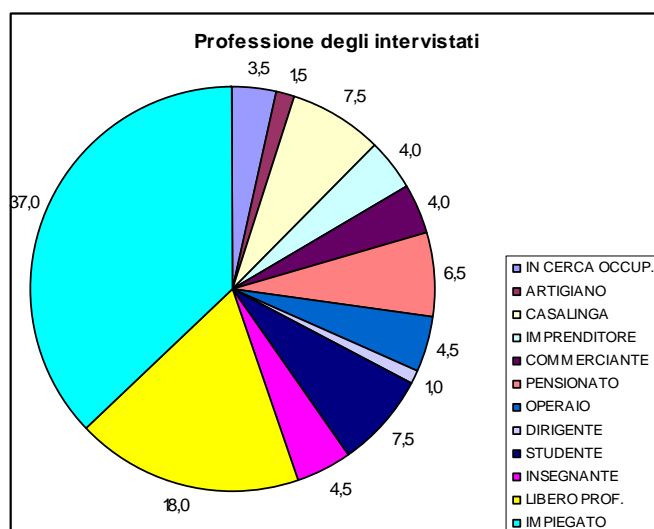
PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



Passando invece alle caratteristiche socio-economiche degli intervistati, il primo elemento di analisi è quello relativo all'età. Netta risulta la prevalenza della fascia di età centrale, da 25 a 44 anni, che rappresenta il 59% del campione, seguita dalla fascia successiva, ossia da 45 a 64 anni, con il 29%. I giovani e gli anziani, insieme raggiungono a malapena il 12%. Si tratta quindi di una caratterizzazione piuttosto netta del campione, probabilmente anche rappresentativa del profilo d'età del turista abituale dell'area; basti pensare che la classe "25-44" pur essendo quella di maggiori dimensioni anche a livello della popolazione italiana, pur tuttavia arriva unicamente al 31%.



Anche il titolo di studio permette il conseguimento di una migliore definizione del campione intervistato e, quindi, contribuisce all'affinamento dell'interpretazione dei risultati dei questionari; anche in questo caso si assiste ad una netta caratterizzazione del campione, con una prevalenza schiacciante di persone con titolo della scuola media superiore (55% degli intervistati), seguiti dai laureati (31,5%), ad individuare un insieme di elevato livello di istruzione.





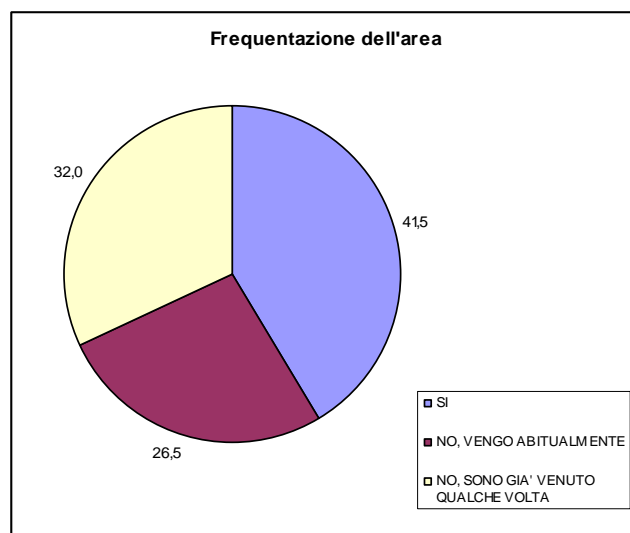
INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



L'analisi della condizione professionale individua un target di riferimento dell'indagine molto centrato su attività lavorative di tipo impiegatizio (nel 37% dei casi) e sui liberi professionisti (18%). Seguono le casalinghe e gli studenti, con il 7,5% ed i pensionati, con il 6,5%. Parrebbe quindi trattarsi prevalentemente di single, gruppi o comunque coppie senza figli come testimoniato dalla bassa incidenza sia degli studenti e sia della fascia di età compresa tra 0 e 24 anni. La provenienza dei flussi è prevalentemente (70%) esterna alla regione.



Infine, nella maggioranza dei casi, gli intervistati hanno affermato di essere già stati nei luoghi di villeggiatura delle tre province pugliesi (32%), o addirittura di esserne dei frequentatori abituali (26,5%).

### 3.3

A

#### analisi del questionario

##### 3.3.1

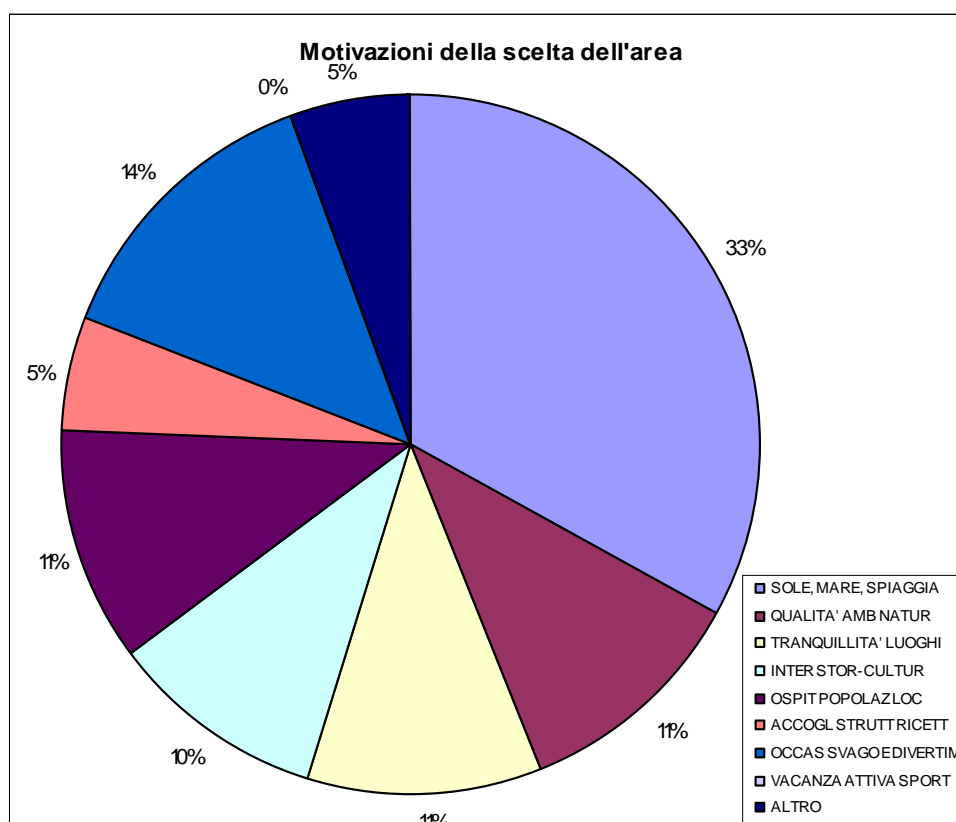
P

#### Percezioni e aspettative del turista

Come già detto, in tale sezione si sono approfonditi gli aspetti riguardanti il grado di apprezzamento complessivo del prodotto turistico locale, attraverso l'analisi degli

elementi di maggiore attrattività del territorio e dei servizi volti alla loro fruibilità così come vengono percepiti dai turisti. In modo analogo a quanto effettuato per l'indagine presso le imprese, l'analisi ha considerato:

- motivazioni che spingono il turista al soggiorno
- aspetti inerenti il territorio e la sua gestione che rivestono maggiore rilievo
- grado di soddisfazione della vacanza, complessivo e riferito ad alcuni aspetti caratterizzanti l'area
- condizioni dei servizi
- adeguatezza delle misure di tutela e salvaguardia della natura.



Tra le motivazioni si sono prese in considerazione gli stessi elementi di attrattività già considerati per le imprese, e cioè: sole, mare e spiaggia, qualità dell'ambiente naturale, tranquillità dei luoghi, gli interessi storico culturali (folklore, cucina e arte locale), l'ospitalità della popolazione locale, accoglienza delle strutture ricettive, occasioni di



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



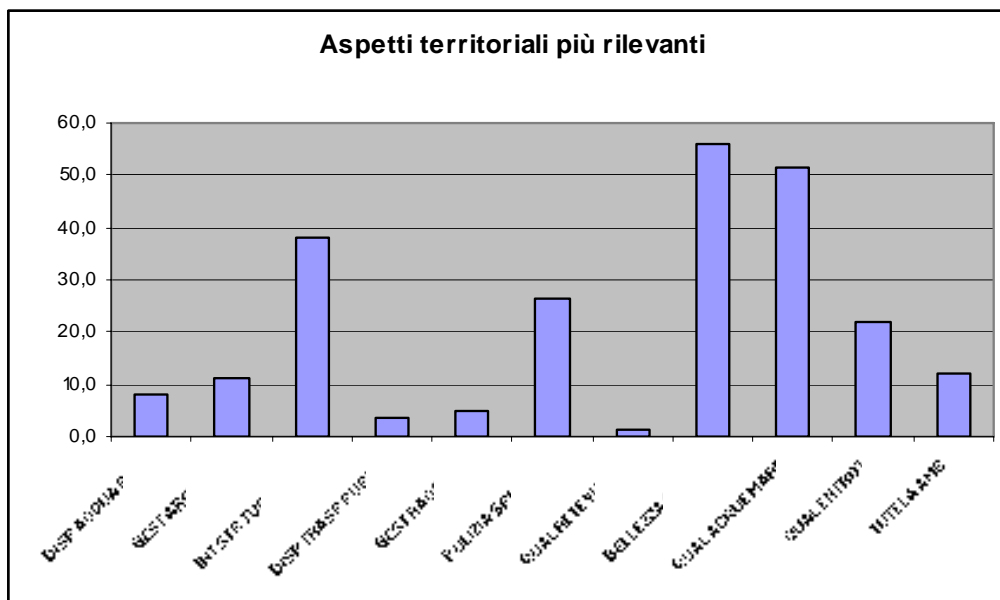
PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



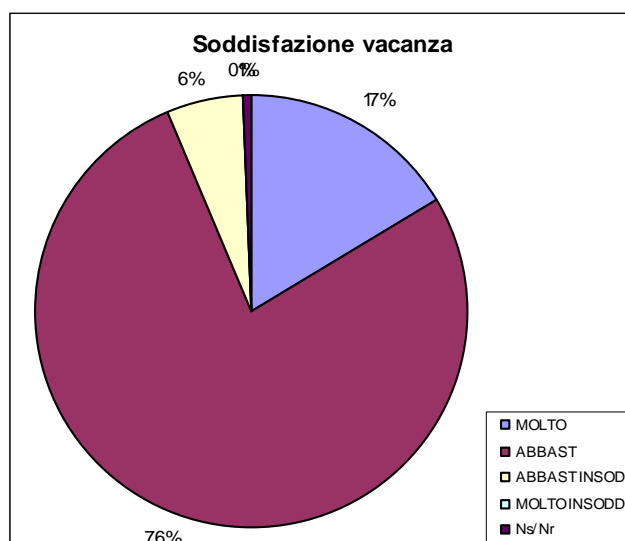
svago e divertimento, fruibilità dei servizi (assistenza sanitaria, trasporti, negozi, ecc.), vacanza attiva/fare sport. I turisti affermano come elemento di maggiore richiamo turistico “sole, mare e spiaggia”, in modo ancor più netto di quanto già visto per le imprese (33% degli intervistati).

Seguono le occasioni di di divertimento, con il 14% e poi tutte le altre con valori intorno al 10%; si discostano unicamente le opzioni relative a “vacanza attiva, fare sport” (con un valore pressoché nullo) e “accoglienza delle strutture ricettive (5%). Rispetto alle priorità motivazionali segnalate dalle imprese vi sono quindi delle profonde modificazioni, quali la forte crescita delle occasioni di divertimento, mentre l'unico elemento di continuità è da individuarsi nella vocazione balneare.

E' possibile inoltre fornire un profilo più preciso del segmento turistico di tipo “balneare”, attraverso l'analisi dei risultati degli incroci effettuati sulle risposte date ai questionari rispetto a vari caratteri socio-economici degli intervistati. Innanzitutto, esistono delle differenziazioni tra le tre aree; quella a maggior vocazione marina è senza dubbio la provincia di Lecce seguita, nell'ordine, da Brindisi e, più lontana, Bari. Inoltre, tale target assume una caratterizzazione piuttosto significativa dal punto di vista del sesso (sono le femmine a prediligere il mare) e del livello di istruzione; pare che al crescere di quest'ultimo diminuisca la propensione alla fruizione delle risorse marine. Altri attributi del frequentatore delle spiagge pugliesi sono la durata media del soggiorno (2-15 giorni), la frequentazione abituale dei luoghi insieme al proprio nucleo familiare.



Gli aspetti inerenti il territorio e la sua gestione inseriti nel questionario diretto ai turisti sono i medesimi già visti per le imprese. Ancora una volta viene confermato il pregio delle risorse ambientali di carattere "marino"; infatti, gli aspetti ai quali risultano essere maggiormente sensibili i turisti sono quelli legati a tale risorsa, ossia: bellezza paesaggistica delle coste (che raggiunge il 24%) e la qualità delle acque del mare (22%). Interessante risulta essere anche il 16% fatto segnare dalla integrazione delle infrastrutture turistiche con il paesaggio. Tale ultimo risultato, associato alla discreta performance della qualità dell'entroterra rappresenta un'ulteriore conferma dell'apprezzamento da parte dei turisti della qualità non solo del mare, ma anche del territorio. Infine, si segnala come gli operatori della ristorazione siano maggiormente attenti all'entroterra ed alla tutela ambientale, forse proprio per la loro localizzazione anche in aree non costiere.



L'analisi degli incroci permette di precisare ulteriormente alcuni dei caratteri emersi già in precedenza e di definire nuove tipologie turistiche a partire dalla sensibilità dimostrata verso i differenti aspetti territoriali. In primo luogo, la presenza di tre aspetti legati alla balneazione - bellezza paesaggistica delle coste, pulizia delle spiagge e qualità delle acque del mare – consente una più completa definizione del turista balneare; a tale proposito, è interessante notare come le donne, siano maggiormente sensibili ad aspetti di natura edonistica (qualità delle acque, pulizia delle spiagge ) e meno a quelli più legati all'ambiente (bellezza delle coste). La sensibilità ambientale, peraltro, pare essere retaggio della popolazione più giovane o più anziana, con un livello più elevato di istruzione, che va in vacanza da sola e si ferma per più di 15 giorni. L'analisi del grado di soddisfazione della vacanza a livello complessivo fornisce un quadro decisamente positivo, se si considera che solamente il 7% si dichiara insoddisfatto: abbastanza (6%) o molto (1%). Si è inoltre analizzato il livello di soddisfazione rispetto ad un panel piuttosto articolato di elementi, e cioè: strutture ricettive, servizi ristorazione, spiagge attrezzate e i servizi per la sicurezza dei bagnanti, uffici di informazione e la segnaletica, servizi escursione con guide locali, assistenza sanitaria, ordine pubblico, tranquillità, riposo e relax, viabilità e trasporti, attività ricreative notturne, manifestazioni popolari e sagre, cordialità di operatori ed abitanti,



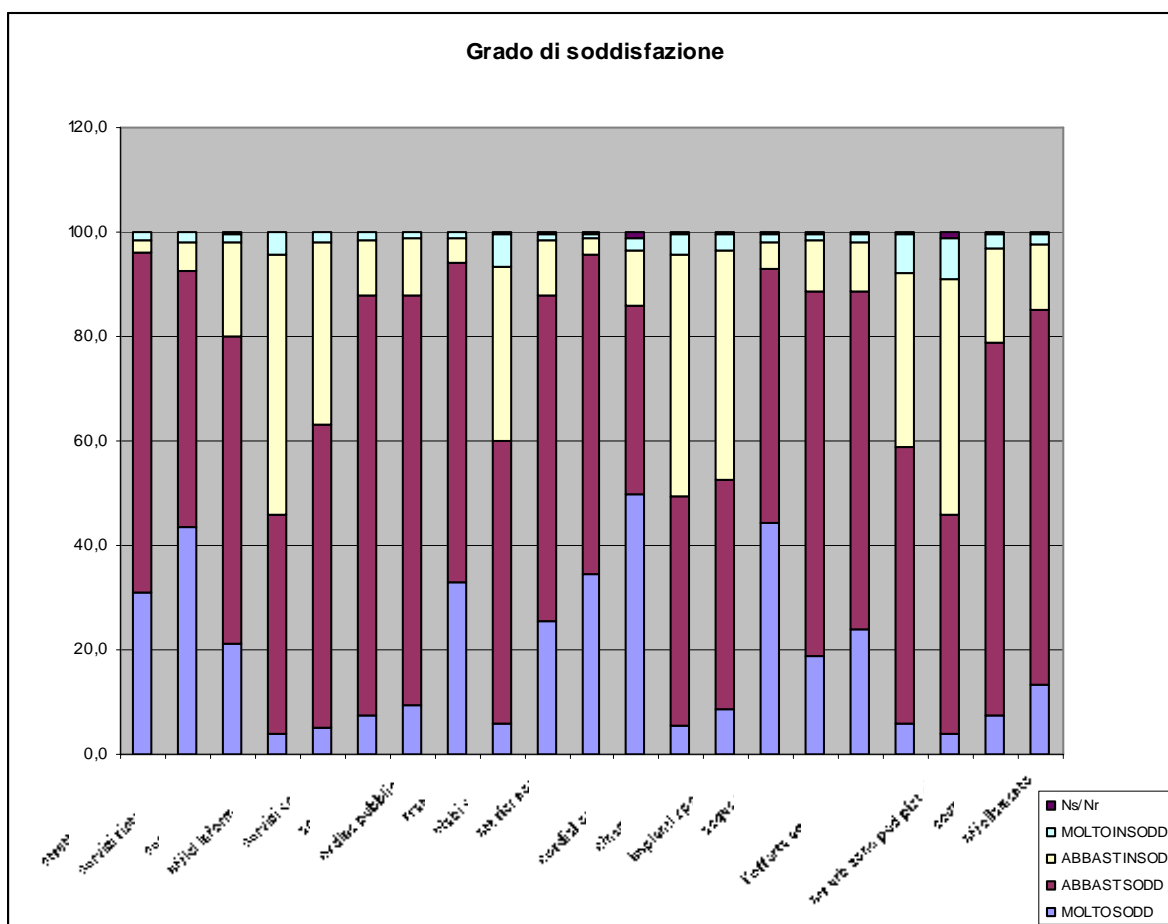
INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo

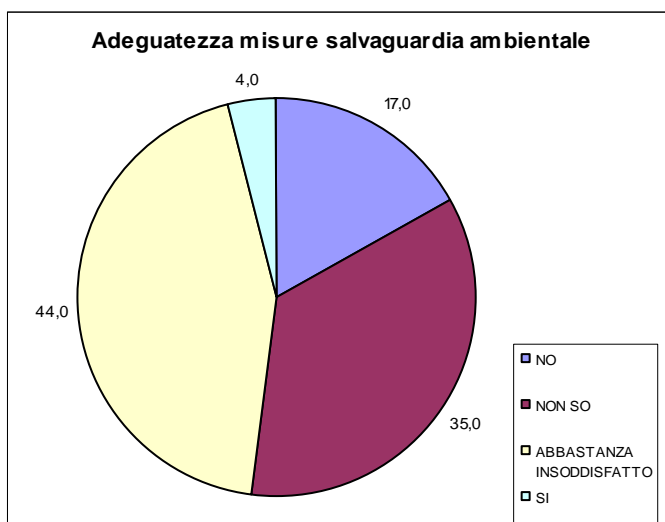


cinema e teatri, impianti sportivi, acque di balneazione, siti storico artistici, l'offerta agrituristica, raccolta rifiuti, l'arredo urbano, le zone pedonali e le piste ciclabili, costo della vita, affollamento.



L'eccellenza viene raggiunta in diversi campi, primi fra tutti la cordialità degli abitanti, i servizi di ristorazione e le manifestazioni popolari e sagre, tutti elementi fondamentali su cui costruire per lo sviluppo turistico dell'area. E altrettanto importanti risultano i risultati del sistema ricettivo (compresa l'offerta agrituristica), la tranquillità, riposo e relax e, allo stesso tempo, le attività ricreative notturne. Si tratta quindi di luoghi che riescono a far convivere la quiete con il divertimento notturno, elementi che solitamente creano disagi, basti pensare ad i centri storici delle grandi città, ormai

convertiti in spazi dedicati all’entertainment notturno, dove le esigenze dei residenti si scontrano sempre più con l’attività notturna di bar e pub, che sempre più rivolgersi.



Infine, per quanto riguarda l’adeguatezza delle misure di salvaguardia ambientale. In questo caso circa la metà delle risposte si è concentrata sull’opzione abbastanza negativa (44%) mentre il 35% si è dichiarato non in grado di giudicare. Ra le due opzioni estreme (“si”, “no”) ha prevalso nettamente il no, cioè l’inadeguatezza con il 17% contro il 4%. E’ un risultato quindi che pare dichiarare l’insufficienza delle politiche di tutela ambientale implementate sul territorio.

### **3.3.2 Dotazioni di servizi**

Passando ad analizzare i livelli di offerta dei servizi, si sono prese in considerazione le seguenti categorie: segnaletica turistica, visite guidate e gli itinerari storico-archeologici, punti di avvistamento della fauna, eventi culturali -sagre e manifestazioni, percorsi segnalati di trekking, piste ciclabili, sentieri didattico-ambientali, musei naturalistici ed ecomusei, pesca turismo, soggiorni a tema, Escursioni equestri, Escursioni subacquee, Visite a laboratori artigianali, altro.

In modo simile a quanto già osservato per l’indagine rivolta alle imprese, emerge anche dall’analisi dei questionari dei turisti come l’area sia assolutamente deficitaria di

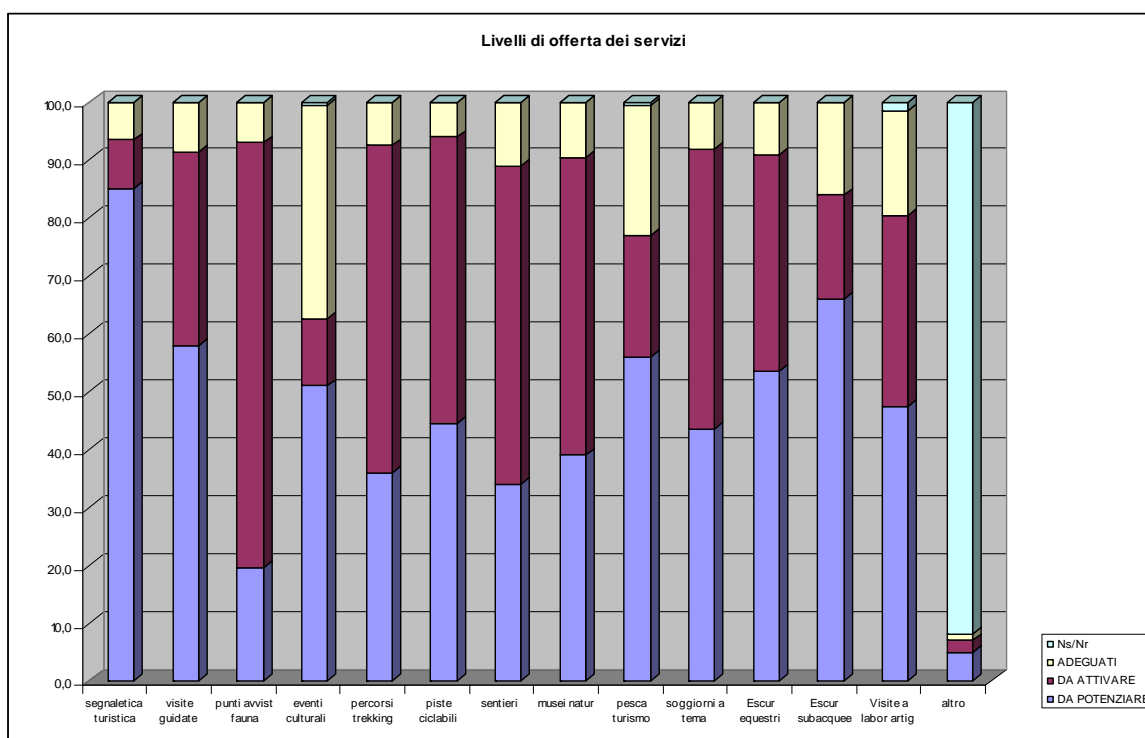


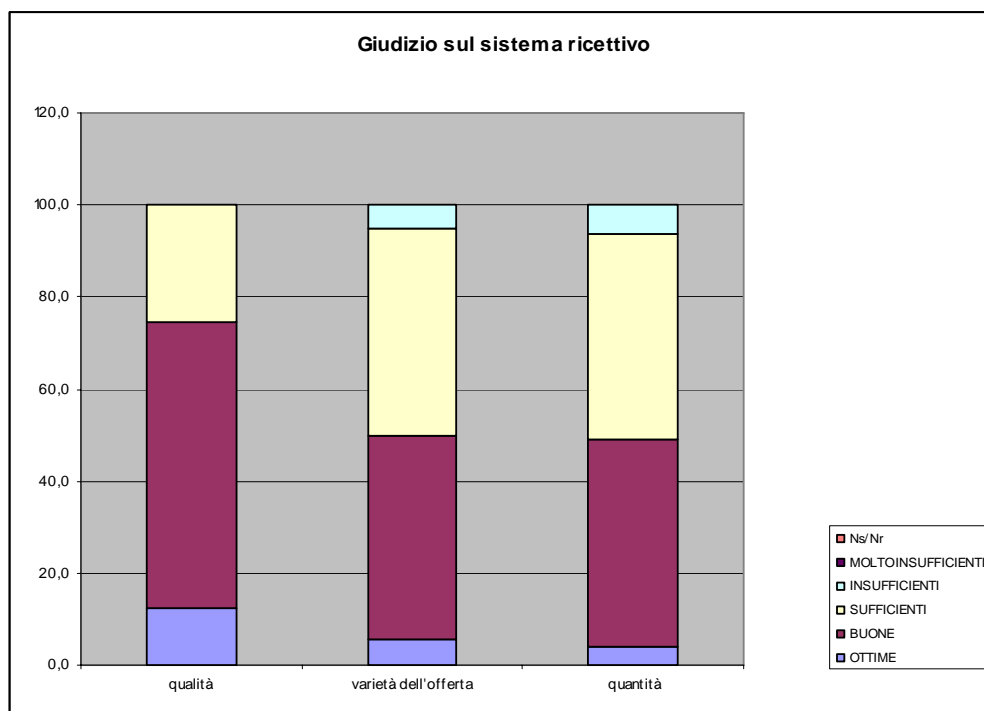
INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006

PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo

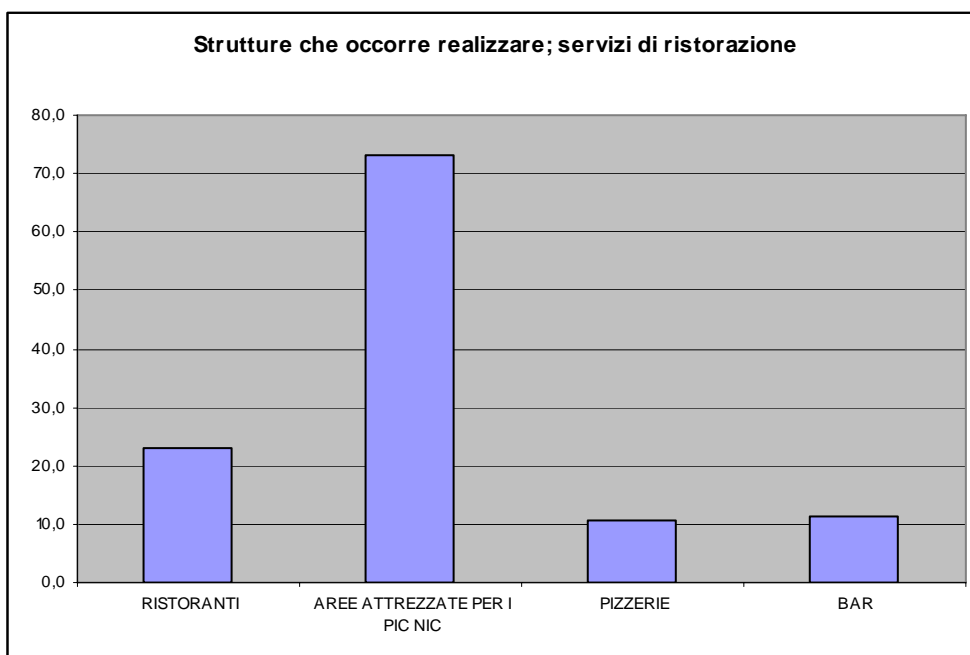
attrezzature ed infrastrutture per la fruizione dell'ambiente e delle risorse naturali, quali: punti di avvistamento della fauna, percorsi segnalati di trekking, piste ciclabili, sentieri didattico-ambientali.

Ma anche i servizi di completamento dell'offerta sono piuttosto scarsi: escursioni equestri e sottomarine, pesca turismo, soggiorni a tema. L'unico elemento sul quale esiste un giudizio leggermente più positivo è quello relativo alle manifestazioni culturali, sagre ed eventi, del quale già si è detto sopra con specifico riferimento alle sagre.

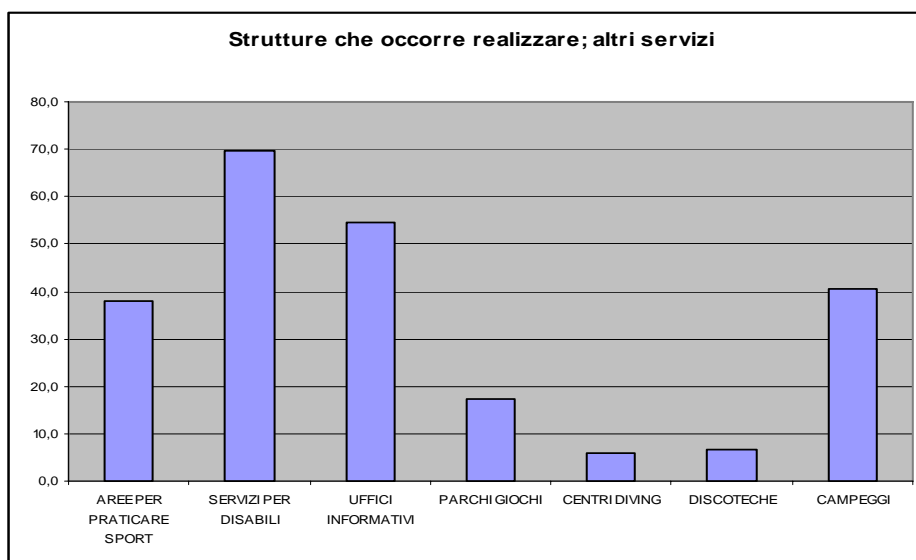




Nel complesso, il giudizio fornito dai turisti sul sistema ricettivo dell'area è risultato positivo, con risposte che si concentrano prevalentemente tra il il buono (51%) ed il sufficiente (38%). Inoltre, tra le due opzioni estreme (“insufficiente” e “ottimo”) prevale ancora il giudizio migliore. Analizzando separatamente gli aspetti indagati (qualità, varietà dell'offerta e quantità), emergono risultati migliori dal punto di vista qualitativo; il sistema d'offerta è infatti giudicato di buona qualità dal 62% degli intervistati e, addirittura, di ottima da più del 12%. Qualche ombra invece sugli aspetti dimensionale e di varietà, per i quali, tuttavia, si supera abbondantemente la sufficienza. Analizzando le risposte fornite dalle varie tipologie socio-economiche non emergono particolari differenziazioni nella percezione del servizio offerto dal sistema ricettivo.



Passando invece ad analizzare le necessità nel settore della ristorazione, si nota una forte concentrazione delle risposte sulla realizzazione di aree attrezzate per i picnic; seguono le altre opzioni con valori piuttosto simili. Tale risultato, sostanzialmente simile a quello fatto registrare dalle imprese, rafforza, come già detto, l'urgenza di realizzare interventi di potenziamento delle strutture per la fruizione dell'ambiente, ampliando l'offerta anche al di là della balneazione.





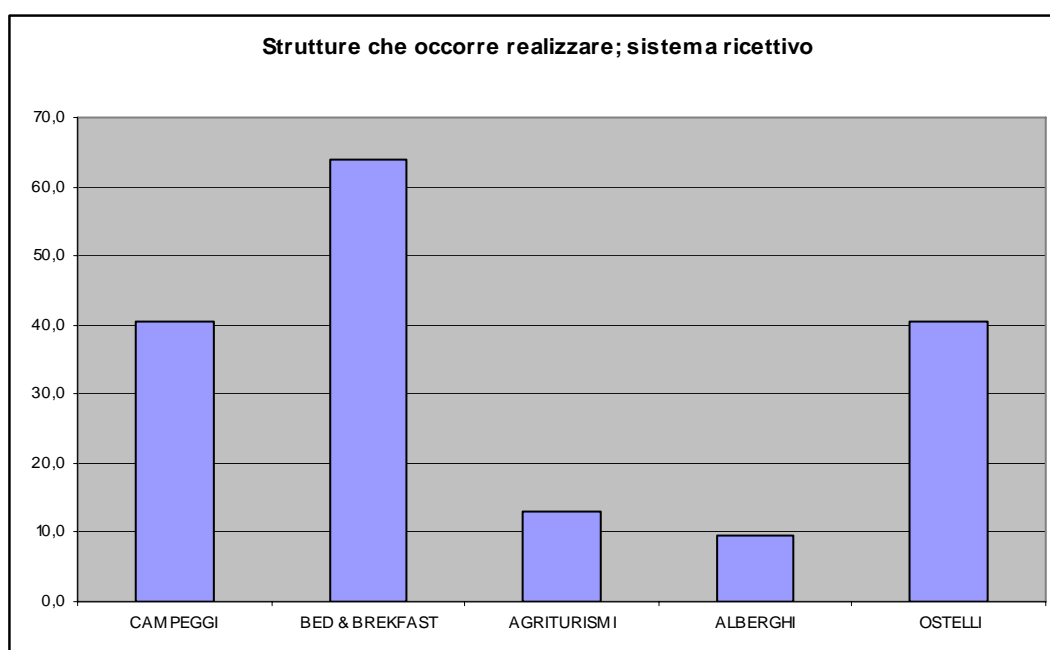
INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



In modo analogo a quanto emerso per le imprese, le maggiori necessità tra gli altri servizi vengono segnalate per i "servizi per disabili" (36% delle risposte), seguiti dagli uffici informativi (28%) e dalle aree per praticare sport (20%). Anche i turisti sottolineano quindi il bisogno di completare l'attuale struttura d'offerta di servizi con una maggiore attenzione alla qualità ed alla possibilità di fruizione da parte di tutti.



Infine, ritornando al sistema ricettivo, ma questa volta per individuare le necessità di potenziamento e completamento dell'offerta, viene sottolineata la necessità di realizzare strutture extra-alberghiere e cioè nell'ordine: bed & breakfast, campeggi, ostelli e agriturismi. Tale risultato rafforza l'impressione, già formulata per le imprese, che il sistema di offerta di servizi al turismo sia sufficientemente articolato e sostanzialmente adeguato sotto il profilo dimensionale, con esigenze che si collocano verso il completamento della gamma d'offerta in tutti i segmenti di attività.

### **3.3.3 La vacanza dei turisti**

L'ultima sezione del questionario analizza in modo dettagliato il soggiorno del turista e l'organizzazione del viaggio fornendo quindi un interessante insieme di indicazioni che



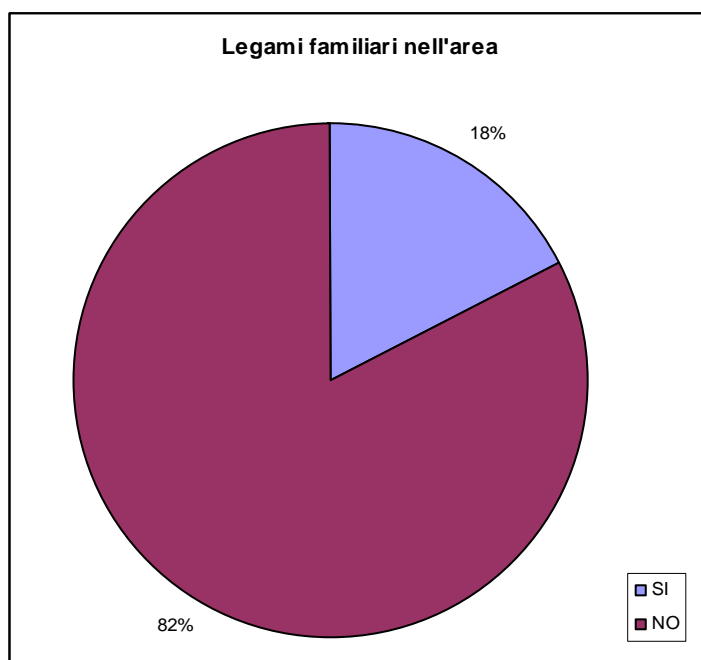
INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



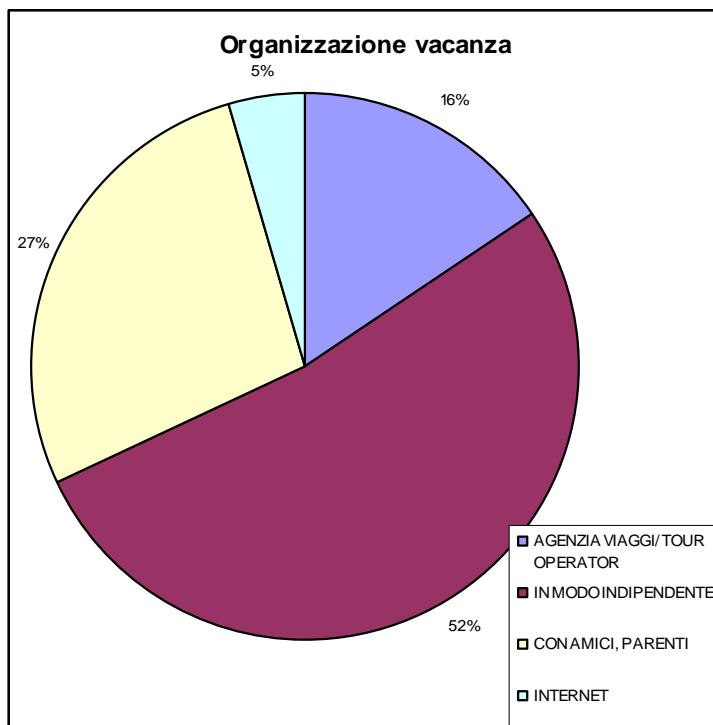
PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



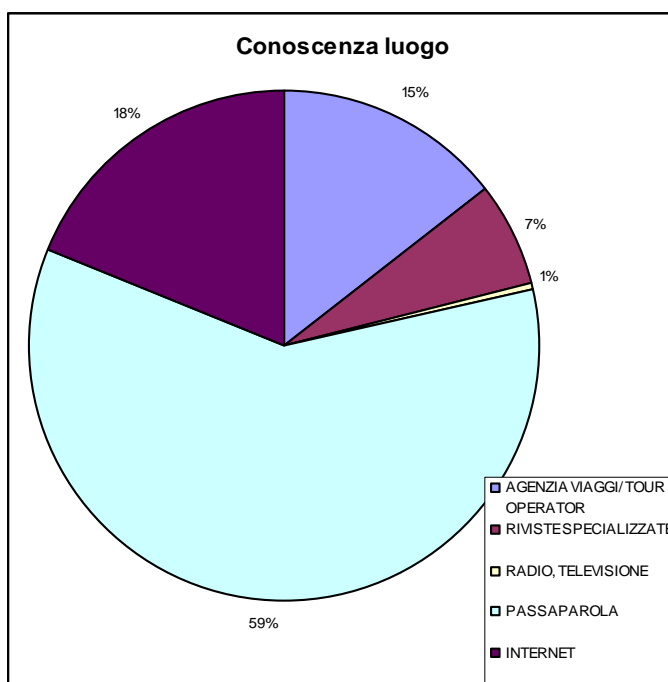
riguardano le abitudini del turista e il suo rapporto con il mercato, utile ad adeguare gli standard dell'offerta alle reali esigenze dei visitatori ed alla possibilità di fare conoscere il territorio con l'implementazione di strategie di marketing frizzate sui target che già oggi caratterizzano la domanda.



Il primo elemento di analisi è rappresentato dall'esistenza di legami familiari all'interno dei luoghi di vacanza che risultano essere piuttosto esigui, caratterizzando unicamente il 18% degli intervistati. Tale carattere pare possedere una certa specificità di tipo geografico, è prevalente a Bari, anagrafico, è più diffuso tra le persone più anziane, e riferito all'organizzazione del viaggio, essendo più popolare tra i turisti che viaggiano da soli.

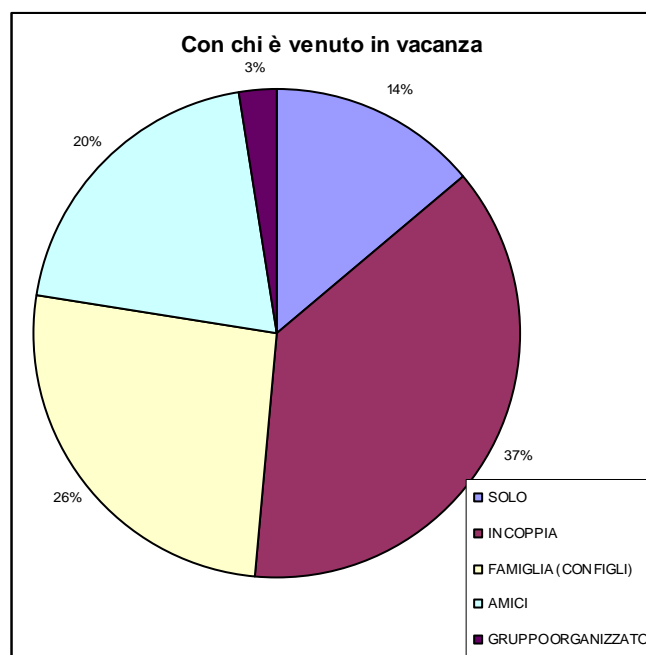


Passando ad esaminare le modalità con le quali sono state organizzate le vacanze, emerge con chiarezza come nella grande maggioranza dei casi si tratti di vacanze organizzate in modo indipendente o con amici e parenti. Il ricorso ai viaggi organizzati ed ai tour operator è assolutamente marginale. Tra le tre province, Lecce, con l'8% circa, fa segnare il valore più basso di ricorso ai viaggi organizzati. Tale risultato fornisce un' indicazione molto significativa riguardo alla tipologia turistica che oggi frequenta l'area; infatti, l'organizzazione autonoma della vacanza definisce un segmento di domanda con caratteristiche, desideri, interessi molto particolari e, sicuramente, fornisce una caratterizzazione molto più forte di quella del segmento individuato da coloro che ricorrono ai servizi dei viaggi organizzati.

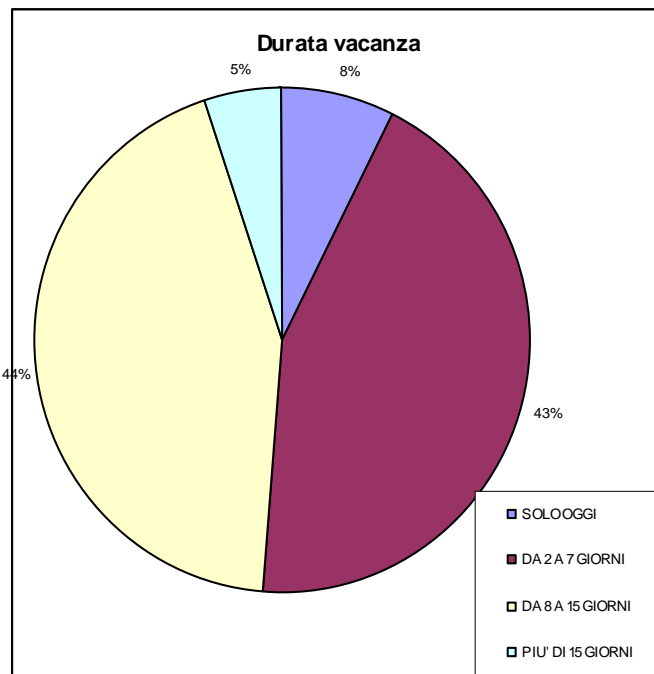


A conclusioni simili conduce l'analisi sulle modalità attraverso le quali si sono conosciuti i luoghi prescelti per il soggiorno. Infatti, anche in questo caso prevale nettamente il "fai da te": il passaparola è la via più seguita con il 59%, seguito da internet, con il 18%, mentre le agenzie di viaggio ed i tour operator rappresentano solamente il 15%. Si conferma il dato di Lecce, che anche in questo caso è la provincia in cui il ricorso alle strutture specializzate è meno forte, mentre Brindisi sull'altro versante si distacca rispetto a Bari, in modo significativo (20% contro 15). Un'ulteriore caratterizzazione è rappresentata dal livello di istruzione, l'uso delle agenzie prevale a livelli più elevati, e da coloro che viaggiano in coppia.

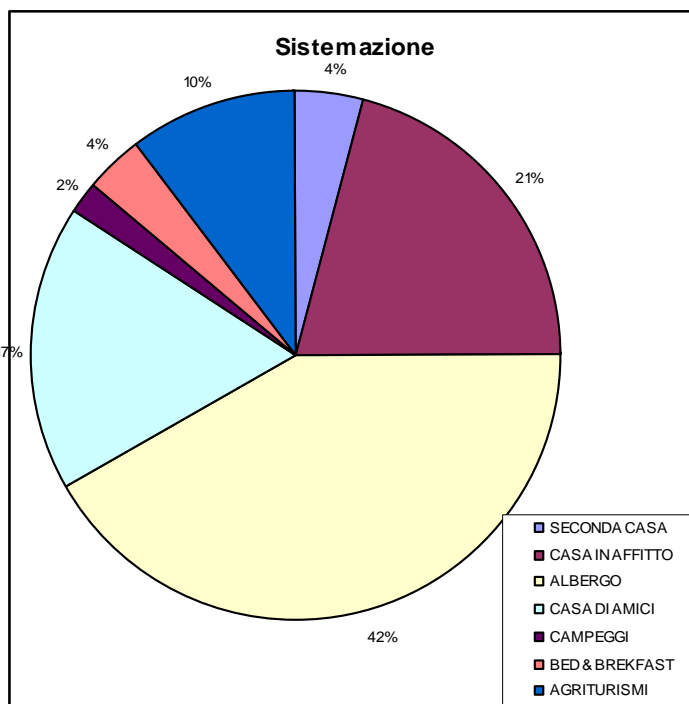
A parziale attenuazione della valenza informativa dei risultati delle ultime due domande, occorre considerare il periodo in cui sono stati somministrati i questionari ossia il mese di maggio. E' infatti probabile che durante l'estate il ricorso alle agenzie ed ai tour operator per l'organizzazione delle vacanze aumenti in modo significativo, proprio per il prolungarsi della durata e, quindi, per il maggior grado di complessità dell'organizzazione.



L’analisi delle risposte fornite al quesito “con chi è venuto in vacanza” evidenzia il predominio della vacanza effettuata in coppia (oltre il 37%) e l’esiguità del numero di coloro che viaggiano da soli. A tale proposito vale la pena sottolineare come la provincia di Bari si distacchi nettamente dalle altre due, con un’incidenza del 26% dei “soli” rispetto a valori compresi tra il 3 ed il 6% per Brindisi e Lecce. Tale dato deve essere letto in parallelo con la distribuzione territoriale dei risultati del successivo quesito riferito alla durata della vacanza. Infatti, anche in questo caso Bari si differenzia dalle altre due province per la maggiore incidenza degli escursionisti, ossia dei turisti con soggiorno di una giornata, che raggiungono una quota superiore al 16% contro il 2 di Brindisi e l’assenza di tale tipologia a Lecce. La lettura parallela di tali informazioni fa quindi presumere che a Bari vi sia una componente di turismo d’affari molto più significativa e che possa costituire un elemento di differenziazione rispetto alle altre due province, di cui tenere conto in sede di pianificazione dell’adeguamento dell’offerta turistica alle esigenze della domanda.



Approfondendo le risposte al quesito relativo alla durata del soggiorno, quelle più diffuse sono le modalità mediane, ossia "2-7 giorni" e "8-15 giorni", che complessivamente spiegano quasi il 90% delle visite.





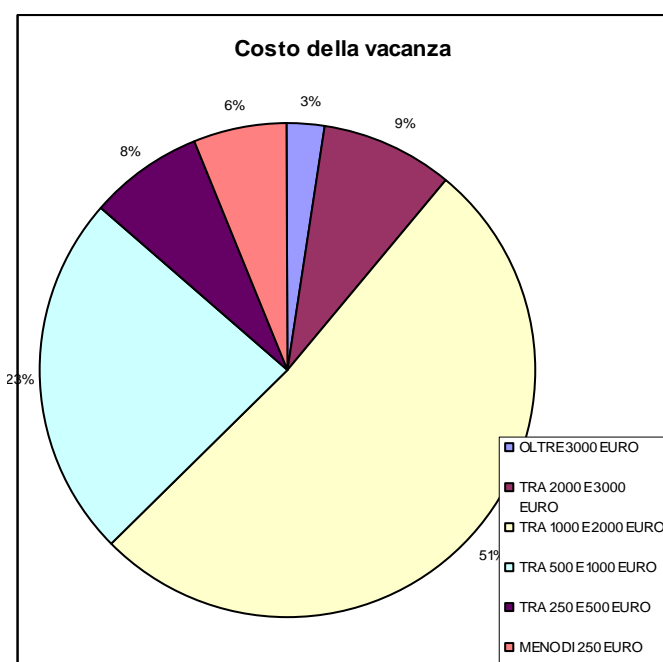
INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



Per quanto riguarda il tipo di sistemazione ricettiva, si nota, accanto alla grande prevalenza degli alberghi, che sono stati scelti dal 40% degli intervistati, una presenza importante di case in affitto e di case di amici, rafforzando quindi l'impressione di un turismo "fai da te", un po' marginale rispetto ai circuiti della grande industria turistica, già emersa dalla prevalenza di un'organizzazione "casalinga" e di tipo indipendente della vacanza e dalla prevalente acquisizione di informazioni sui luoghi attraverso forme di tipo "passaparola". Tra le altre forme di ricettività di tipo extra-alberghiero si segnala unicamente una presenza abbastanza significativa dell'agriturismo, forte soprattutto nella provincia di Brindisi, in cui raggiunge il 19% contro il 3% di Lecce ed il 9% di Bari. Assolutamente marginali risultano invece le altre modalità di offerta quali i campeggi, i bed and breakfast e gli ostelli.



Infine, un'occhiata alla spesa turistica, almeno a quella dichiarata dai turisti intervistati. La classe di spesa prevalente è quella tra 1.000 e 2.000 euro, che raccoglie oltre il 50% delle risposte, seguita da quella inferiore "500-1.000", con poco meno di un quarto del totale. Per quanto attiene alla differenziazione territoriale dei risultati si segnala innanzitutto la maggiore dispersione del dato nella provincia di Bari che, quindi, risulta



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



inferiore alle altre due nelle classi mediane e superiore in quelle estreme, ossia con spesa più e meno elevata. Ciò si spiega con la durata media del soggiorno inferiore, alla quale vanno imputate le spese medie inferiori, e parallelamente con una forma di turismo più ricco, con una più elevata propensione alla spesa.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



## 4. CONCLUSIONI

### 4.1 Elementi di differenziazione tra le tre provincie

#### 4.1.1 *Il profilo del turista*

Innanzitutto, si nota una netta prevalenza della provincia di Bari, nella quale sono stati somministrati il 43% dei questionari, seguita da Lecce con il 30% e da Brindisi con il 26%. Tale distribuzione territoriale riflette peraltro la differente consistenza delle tre provincie, sotto il profilo socio-economico ed anche in termini più strettamente alla dimensione del fenomeno turistico.

Delle differenze tra le provincie si notano in relazione al contesto fisico dell'intervista. Infatti, mentre a Bari prevale l'aeroporto, con il 46%, a Brindisi e soprattutto a Lecce è la spiaggia a rappresentare il luogo dove si è realizzato il maggior numero di interviste con rispettivamente il 43 ed il 67%. Tale risultato è influenzato anche dal periodo in cui si sono effettuate le indagini, il mese di maggio, nel quale non sono ancora presenti alcuni degli elementi caratterizzanti la stagione estiva, quali la massiccia presenza di un turismo di passaggio attraverso le strutture portuali pugliesi, ed in particolare brindisine, in direzione delle isole greche.

Per quanto riguarda il sesso è da notare la preponderanza delle donne nella provincia di Lecce, elemento forse anche influenzato dall'esiguità del campione, mentre l'età risulta essere mediamente più bassa a Brindisi mentre Lecce e Bari si collocano su livelli analoghi.

Passando invece alle caratteristiche socio-economiche degli intervistati, il primo elemento di analisi è quello relativo all'età. Netta risulta la prevalenza della fascia di età centrale, da 25 a 44 anni, che rappresenta il 59% del campione, seguita dalla fascia successiva, ossia da 45 a 64 anni, con il 29%. I giovani e gli anziani, insieme raggiungono a malapena il 12%. Si tratta quindi di una caratterizzazione piuttosto netta del campione, probabilmente anche rappresentativa del profilo d'età del turista abituale dell'area; basti pensare che la classe “25-44” pur essendo quella di maggiori



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



dimensioni anche a livello della popolazione italiana, purtroppo arriva unicamente al 31%.

In relazione al titolo di studio, si segnala Lecce per livelli di istruzione mediamente più bassi, mentre l'analisi della condizione professionale distingue Bari, per la maggiore presenza di livelli di profilo più elevato (imprenditori e liberi professionisti), ma anche di disoccupati. Inoltre sempre Bari si distingue per la minore abitudine alla frequentazione dei luoghi e la maggiore provenienza esterna alla regione.

#### **4.1.2 Percezioni e aspettative del turista**

L'area a maggior vocazione marina è senza dubbio la provincia di Lecce seguita, nell'ordine, da Brindisi e, più lontana, Bari. Gli aspetti inerenti il territorio e la sua gestione inseriti nel questionario confermano il pregio delle risorse ambientali di carattere “marino” ed introducono delle differenziazioni: mentre Bari si colloca al vertice delle preferenze per il paesaggio nella qualità dell'acqua prevale Lecce.

L'analisi del grado di soddisfazione della vacanza a livello complessivo fornisce un quadro decisamente positivo stabilendo delle graduatorie: prima si colloca Lecce che non presenta nessun insoddisfatto, segue Bari con il 5% e Brindisi con il 15%.

Scendendo nel dettaglio, le differenze tra le province emergono in relazione a:

- grado di soddisfazione delle attrezzature per le spiagge, mentre a Bari e Lecce sono quasi tutti per lo meno abbastanza soddisfatti, a Brindisi vi è un 34% di insoddisfazione;
- servizi escursione con guide locali, maggiore insoddisfazione sempre a Brindisi;
- viabilità e trasporti, mentre Lecce pare essere un'oasi di efficienza, Bari e Brindisi risulterebbero più problematiche;
- cordialità di operatori ed abitanti, pur in un quadro molto lusinghiero si nota una leggera insoddisfazione a Brindisi;
- impianti sportivi; quadro di generale insoddisfazione a Bari e Brindisi;
- siti storico artistici; pur in un quadro molto lusinghiero si nota una leggera insoddisfazione a Brindisi;



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



- l'arredo urbano, le zone pedonali e le piste ciclabili; quadro di generale, leggera insoddisfazione a Bari e Brindisi.

#### **4.1.3 Dotazioni di servizi**

Per quanto riguarda le condizioni dei servizi (da potenziare, da attivare, adeguati) le differenze tra le province emergono in relazione a:

- visite guidate e gli itinerari storico-archeologici; Bari presenta un quadro migliore;
- eventi culturali -sagre e manifestazioni; quadro di generale maggiore adeguatezza a Bari;
- musei naturalistici ed ecomusei; in un quadro di generale inadeguatezza, Brindisi risulta peggio delle altre due;
- escursioni equestri; l'offerta di Lecce è la più adeguata.

Per quanto riguarda le misure di salvaguardia ambientale, è Lecce a fare segnare la maggiore insoddisfazione, con il 70% delle risposte.

Nell'ambito di un giudizio sul sistema ricettivo dell'area piuttosto positivo, Brindisi si colloca su livelli inferiori alle altre due province sotto il profilo qualitativo, quantitativo e di varietà dell'offerta.

In relazione alle necessità realizzative, a Bari si segnala una più marcata necessità di uffici informativi e ostelli, a Brindisi di bed & breakfast e agriturismi, mentre Lecce pare necessitare in misura maggiore di aree attrezzate per i pic nic, campeggi e servizi per disabili.

#### **4.1.4 La vacanza dei turisti**

Esaminando due elementi dotati di forte analogia come le modalità con le quali sono state organizzate le vacanze e quelle attraverso le quali si sono conosciuti i luoghi prescelti per il soggiorno, in entrambi i casi, Lecce fa segnare i valori più bassi di ricorso ai servizi degli operatori del settore (quali agenzie viaggi e tour operator).

L'analisi delle risposte fornite al quesito “con chi è venuto in vacanza” evidenzia come la provincia di Bari si distacchi nettamente dalle altre due, con un'incidenza del 26% dei “soli” rispetto a valori compresi tra il 3 ed il 6% per Brindisi e Lecce. Tale dato deve



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



essere letto in parallelo con la distribuzione territoriale dei risultati del successivo quesito riferito alla durata della vacanza. Infatti, anche in questo caso Bari si differenzia dalle altre due province per la maggiore incidenza degli escursionisti, ossia dei turisti con soggiorno di una giornata, che raggiungono una quota superiore al 16% contro il 2 di Brindisi e l'assenza di tale tipologia a Lecce. La lettura parallela di tali informazioni fa quindi presumere che a Bari vi sia una componente di turismo d'affari molto più significativa e che possa costituire un elemento di differenziazione rispetto alle altre due province, di cui tenere conto in sede di pianificazione dell'adeguamento dell'offerta turistica alle esigenze della domanda.

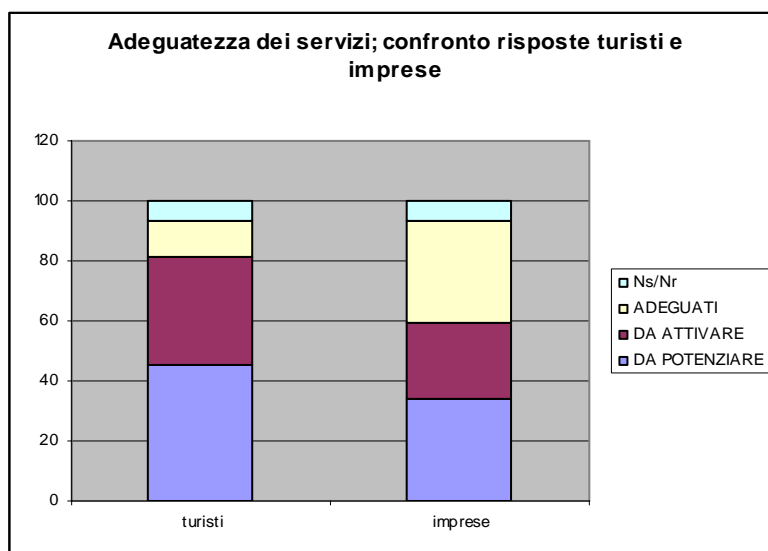
Infine, in relazione alla spesa turistica, si segnala innanzitutto la maggiore dispersione del dato nella provincia di Bari che, quindi, risulta inferiore alle altre due nelle classi mediane e superiore in quelle estreme, ossia con spesa più e meno elevata. Ciò si spiega con la durata media del soggiorno inferiore, alla quale vanno imputate le spese medie inferiori, e parallelamente con una forma di turismo più ricco, con una più elevata propensione alla spesa.

## **4.2 Analisi comparativa tra i risultati dei questionari diretti alle imprese ed ai turisti**

### ***4.1.5 Percezioni e aspettative del turista***

In relazione alle motivazioni che hanno spinto alla scelta dei luoghi, i turisti affermano come elemento di maggiore richiamo “sole, mare e spiaggia”, in modo ancor più netto di quanto già visto per le imprese (33% degli intervistati). Seguono le occasioni di di divertimento, con il 14% e poi tutte le altre con valori intorno al 10%; si discostano unicamente le opzioni relative a “vacanza attiva, fare sport” (con un valo pressoché nullo) e “accoglienza delle strutture ricettive (5%). Rispetto alle priorità motivazionali segnalate dalle imprese vi sono quindi delle profonde modificazioni, quali la forte crescita delle occasioni di divertimento, mentre l'unico elemento di continuità è da individuarsi nella vocazione balneare.

Gli aspetti inerenti il territorio e la sua gestione confermano ancora una volta il pregio delle risorse ambientali di carattere "marino"; infatti, gli aspetti ai quali risultano essere maggiormente sensibili i turisti sono quelli legati a tale risorsa. Un'annotazione importante è la sostanziale coincidenza dei giudizi espressi sia dalle imprese e sia dai turisti che rafforza ulteriormente il risultato.



Per quanto riguarda l'adeguatezza dei servizi di supporto al settore turistico, nel complesso, le imprese sono decisamente più soddisfatte dei turisti; infatti circa il 34% degli intervistati giudica i servizi adeguati, mentre per i turisti tale percentuale scende a meno del 12%. Analizzando le risposte relative alle singole tipologie di servizio, entrambe le indagini sottolineano come l'area sia assolutamente deficitaria di attrezzature ed infrastrutture per la fruizione dell'ambiente e delle risorse naturali, quali: punti di avvistamento della fauna, percorsi segnalati di trekking, piste ciclabili, sentieri didattico-ambientali. Ma anche i servizi di completamento dell'offerta sono piuttosto scarsi: escursioni equestri e sottomarine, pesca turismo, soggiorni a tema. L'unico elemento sul quale esiste un giudizio leggermente più positivo è quello relativo alle manifestazioni culturali, sagre ed eventi, del quale già si è detto sopra con specifico riferimento alle sagre.

Infine, per quanto riguarda l'adeguatezza delle misure di salvaguardia ambientale, in entrambe le indagini, circa la metà delle risposte si è concentrata sull'opzione centrale,



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



ma mentre il 22% delle imprese giudica adeguate le misure, nel caso dei turisti il gradimento scende al 4%.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



#### **4.1.6 Dotazioni di servizi**

Nel complesso, il giudizio sul sistema ricettivo dell'area emerso da entrambe le indagini è risultato positivo, leggermente superiore quello dei turisti che al 51% valutano positivamente il sistema, contro il 34% delle imprese.

Passando invece ad analizzare le necessità nel settore della ristorazione, sia le imprese che i turisti convergono sulla necessità di realizzare aree attrezzate per i pic nic; seguono le altre opzioni con valori piuttosto simili. Tale risultato rafforza, come già detto, l'urgenza di realizzare interventi di potenziamento delle strutture per la fruizione dell'ambiente, ampliando l'offerta anche al di là della balneazione.

In modo analogo, le maggiori necessità tra gli altri servizi vengono segnalate da tutti per i “servizi per disabili”, seguiti dagli uffici informativi e dalle aree per praticare sport. C'è quindi un accordo sul bisogno di completare l'attuale struttura d'offerta di servizi con una maggiore attenzione alla qualità ed alla possibilità di fruizione da parte di tutti. Infine, ritornando al sistema ricettivo, ma questa volta per individuare le necessità di potenziamento e completamento dell'offerta, viene sottolineata, ancora una volta di comune accordo tra imprese e turisti, la necessità di realizzare strutture extra-alberghiere e cioè: bed & breakfast, campeggi, ostelli e agriturismi.

## **4.2 Le aree prioritarie di intervento**

La definizione delle aree prioritarie di intervento di ciascuna provincia, anche in relazione a quanto emerso dai risultati dell'analisi sugli attrattori turistici<sup>1</sup>, può rappresentare uno spunto di riflessione per la definizione di politiche di sviluppo territoriale, finalizzate a valorizzare ed a rafforzare il comparto turistico.

---

<sup>1</sup> A tale proposito, vedi il rapporto di Retecamere relativo alla “Mappatura dei siti turistici delle province di Bari, Brindisi e Lecce.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



#### **4.2.1 Provincia di Bari**

In provincia di Bari emerge in modo piuttosto evidente come l’offerta turistica provinciale esprima interessanti opportunità legate soprattutto alla convergenza tra i vari segmenti nei quali viene articolata la domanda, ossia principalmente: il culturale, l’eno-gastronomico, il religioso ed il naturalistico.

Quanto indicato dai risultati dell’analisi sugli attrattori turistici, dai quali emerge la significativa presenza di attrattori storico-culturali (tra i quali si segnalano i 2 siti Unesco, le chiese del “Romanico”, i castelli federiciani, ecc.), viene confermato dalle indagini dirette che collocano Bari ai vertici regionali per i livelli degli eventi culturali -sagre e manifestazioni nonché delle visite guidate e degli itinerari storico-archeologici.

Tenendo anche conto della notevole importanza del segmento business, ne deriva che le possibilità di sviluppo turistico possono venire enfatizzate attraverso l’attivazione di politiche di cross marketing tra i differenti segmenti di offerta, rendendo gli attrattori storico-culturali elementi di valorizzazione per l’offerta rivolta al segmento “business”.

Inoltre, la presenza di un aeroporto internazionale, nel quale si stanno localizzando in misura crescente diverse tratte e voli low-cost, rende appetibile la provincia anche per il turismo estero, potenzialmente interessato a tutti i segmenti di domanda, dal culturale all’enogastronomico.

In relazione alle necessità realizzative, a Bari si segnala una più marcata necessità di uffici informativi e ostelli rispetto alle altre due province.

#### **4.2.2 Provincia di Brindisi**

La domanda turistica, in linea con il comportamento della domanda a livello regionale, conferma una forte stagionalità, sottolineando ruolo determinante giocato dal segmento di offerta turistico-balneare. Tuttavia, come per il caso della provincia di Bari, si evidenziano le potenzialità territoriali relative ad altri segmenti, quali quello



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



culturale ed eno-gastronomico, che può avvenire anche e soprattutto attraverso l'implementazione di politiche mirate all'integrazione tra la costa ed un entroterra decisamente ricco di risorse culturali e paesaggistiche.

Anche per Brindisi vale lo stesso discorso di Bari, in relazione alle possibilità di sviluppo della domanda estera legata alla vicinanza con la struttura aeroportuale, che si collega a tutti i segmenti presenti nella provincia.

Nell'ambito di un giudizio sul sistema ricettivo dell'area piuttosto positivo, Brindisi si colloca su livelli inferiori alle altre due province sotto il profilo qualitativo, quantitativo e di varietà dell'offerta; esistono quindi degli spazi di crescita in tale ambito il cui miglioramento può contribuire anche a rendere più appetibile l'area.

In relazione alle necessità realizzative, Brindisi risulta scarseggiare soprattutto di bed & breakfast ed agriturismi rispetto alle altre due province.

#### **4.2.3 Provincia di Lecce**

L'area a maggior vocazione marina è senza dubbio la provincia di Lecce seguita, nell'ordine, da Brindisi e, più lontana, Bari. Gli aspetti inerenti il territorio e la sua gestione inseriti nel questionario confermano il pregio delle risorse ambientali di carattere “marino” ed introducono delle differenziazioni: mentre Bari si colloca al vertice delle preferenze per il paesaggio nella qualità dell'acqua prevale Lecce.

Come per le province di Bari e Brindisi, anche l'area salentina risente della forte stagionalità della domanda e rappresenta una meta turistica soprattutto per l'offerta balneare che, in questo caso, è affiancata dall'interessante offerta di eventi artistici e musicali come, ad esempio, la manifestazione della Notte della Taranta.

Lecce si colloca ai vertici per i risultati conseguiti nel grado di soddisfacimento della domanda in tutti i campi ad eccezione delle misure di salvaguardia ambientale.

Il grande interesse rivestito dall'offerta storico-culturale, caratterizzata in primo luogo dalle città d'arte (es. Lecce) ed allo “stile Barocco”, può facilitare l'attivazione di sinergie con altri comparti ed avviare processi di destagionalizzazione.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



In relazione ai fabbisogni realizzativi, Lecce pare necessitare in misura maggiore di aree attrezzate per i pic nic, campeggi e servizi per disabili rispetto alle altre due province.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



## 5. APPROFONDIMENTI

### 5.1 Provincia di Bari

In relazione alle conclusioni tracciate al paragrafo **3.1.2 “Percezioni e aspettative del turista”** rilevate dall’analisi presentata in questo documento, in base ad una indagine di mercato effettuata dalla Camera di commercio di Bari nel periodo maggio - ottobre 2007 su un campione effettivo di 40 imprese, possiamo affermare che:

- il grado di soddisfazione del turista per la provincia di Bari risulta ampiamente soddisfacente;
- in provincia di Bari la viabilità e trasporti presentano un buon grado di efficienza come già evidenziato per la provincia di Lecce (contrariamente a ciò che è stato rilevato e riportato nella relazione del L.P.). Vedasi il nuovo servizio pubblico per la città di Bari di fruizione della **navetta “A” Park & Ride** e il rafforzamento del servizio di trasporto pubblico, in attesa della metropolitana leggera del quartiere San Paolo;
- per la provincia di Bari gli impianti sportivi sono sufficienti rispetto alla richiesta; è chiaro che c’è sempre una maggiore richiesta , ma non si può parlare di generale insoddisfazione, come già rilevato;
- in quasi tutti i Comuni della provincia di Bari le amministrazioni comunali hanno stabilito ed individuato piste pedonali e piste ciclabili. In particolare l’amministrazione comunale di Bari a partire dal mese di settembre ‘07 ha istituito per la città un nuovo servizio di noleggio biciclette denominato **“Bike Sharing”**; è un servizio pubblico innovativo destinato ai cittadini, ai lavoratori pendolari, ai turisti che per vari motivi, devono effettuare brevi spostamenti in città con un mezzo alternativo all’auto, non inquinante e senza problemi di parcheggio. A proposito di piste ciclabili sono in corso per la città di Bari lavori per la realizzazione di un **percorso ciclopedonale di 1.700 mt** lungo tutto il perimetro dell’area messa a disposizione. Saranno anche pavimentate **tre diverse aree destinate alla sosta**,



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



nonché **tre campetti da gioco**, uno dei quali **polivalente** e gli altri **due attrezzati per la pallavolo e la pallacanestro**.

Rispetto al paragrafo **3.1.3 “Dotazione dei servizi”** si segnala che a Bari sono abbastanza sufficienti gli uffici informativi per la promozione turistica. E' chiaro che per la particolare attività di Bari e in conseguenza del suo rilancio c'è una sempre maggiore richiesta di informazioni.

C'è da sottolineare come le amministrazioni locali ed in particolare i comuni più grandi si stanno attrezzando ad offrire sempre maggiori back-office di informazioni.

Relativamente al capitolo **3.2 “Analisi comparativa tra i risultati dei questionari diretti alle imprese ed ai turisti”** ed in particolare al paragrafo **3.2.2 “dotazione dei servizi”** è da evidenziare come in provincia di Bari ci siano abbastanza aree attrezzate per i picnic, soprattutto lungo l'autostrada A14 ed anche lungo le strade statali a quattro corsie.

## 5.2 Provincia di Brindisi

In relazione Nell'ambito Progetto “Mare delle Aquile” al fine di monitorare l'offerta turistica presente sul territorio della Provincia di Brindisi e verificare quali siano le esigenze in termini di servizi specifici espressi dalle imprese locali, direttamente o indirettamente coinvolte dal turismo, è stata realizzata un'indagine integrativa dell'azione 2, Analisi e fabbisogni delle imprese, invitando alcune imprese d'eccellenza locali (rappresentative delle varie tipologie di imprese operanti nei settori di interesse turistico) in un “focus-group” qualitativo.

Gli esiti dell'analisi del focus-group hanno delineato la realtà turistica provinciale di Brindisi in maniera molto simile a quella pugliese nel suo complesso, e più in generale, a quella emersa dall'indagine quantitativa effettuata sul macro campione di imprese pugliesi.

Per quanto riguarda le “Percezioni e aspettative del turista”, sono stati approfonditi gli aspetti riguardanti gli elementi di maggiore attrattività del territorio e dei servizi volti



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



alla loro fruibilità così come vengono percepiti dai turisti, secondo il giudizio degli operatori.

Tra gli elementi di maggior successo è stato confermato che il turismo balneare (“sole, mare e spiaggia”) è ritenuto un’offerta fortemente consolidata. A seguire gli operatori turistici brindisini hanno posto il turismo eno-gastronomico e poi ancora il turismo culturale. Più di nicchia si sono dimostrati altri attrattori quali sport, eventi, svago e divertimento.

L’analisi dei risultati per tipologia di impresa ha permesso di evidenziare le differenze che si delineano nella specializzazione verso i singoli prodotti:

- il **mare** è un prodotto importante per tutte le tipologie di imprese. In particolare rappresenta il prodotto principale per le agenzie di viaggio, per gli alberghi ed è quasi l’unico per i campeggi e gli stabilimenti balneari. Esso rappresenta altresì un prodotto rilevante per gli agriturismo.
- l’**eno-gastronomia** estende i suoi impatti prevalentemente alle imprese più direttamente coinvolte, che sono rappresentate dalle cantine e dagli agriturismo. Per le altre tipologie di impresa l’attrattore eno-gastronomia pesa molto poco.
- la **cultura**: rappresenta il primo prodotto in ordine di importanza per gli alberghi con ristorante e il secondo per le agenzie di viaggi e i ristoranti. Si rileva una incidenza anche per le cantine, le enoteche e gli agriturismo.
- la **natura**: è considerato un asset importante per gli agriturismo e per gli impianti sportivi. Tra le imprese assume una discreta rilevanza anche per gli alberghi.
- lo **sport**, viene considerato rilevante soltanto dalle imprese più direttamente legate ai servizi, confermandosi lontano dall’essere un vero e proprio prodotto turistico.

Per quanto attiene ai “Servizi di supporto ai turisti”, è emersa la necessità di attivare o potenziare molti servizi collegati all’offerta turistica: *in primis* l’esigenza quella di una migliore accoglienza ai turisti (informazioni ed itinerari), seguita a ruota da una maggiore organizzazione del territorio (eventi e svaghi).

Su un livello sufficiente si sono attestate le dichiarazioni riguardo la tutela e la salvaguardia della natura e il giudizio sulla qualità delle strutture ricettive.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



Rispetto agli orientamenti riferiti alle strutture da realizzare, si è rilevato l'interesse degli imprenditori turistici locali di valorizzare le esigenze di un turismo sociale e domestico, traducibile nella creazione di aree attrezzate per pic nic, bed&breakfast e servizi per disabili. Tali servizi e strumenti sono percepiti come collegabili al target della clientela delle strutture ricettive.

Con riferimento alla sfera dei fabbisogni, i rappresentanti delle aziende brindisine hanno segnalato come le quattro aree indicate (marketing e promozione; formazione risorse umane; aspetti di natura finanziaria; informazione) siano tutte determinanti per lo sviluppo dell'imprenditorialità nel settore. E' stato segnalata comunque la necessità di potenziare il marketing e la comunicazione, seguita dall'esigenza di formazione del capitale umano; meno rilevante è stato ritenuto il bisogno di informazione.

Secondo gli imprenditori interpellati nel focus-group, le motivazioni che impediscono lo sviluppo dei suddetti servizi sono riconducibili in larga parte a quelle caratteristiche del territorio per le quali hanno espresso un giudizio insufficiente o appena sufficiente e cioè: dotazioni infrastrutturali di base (strade, allacciamenti, ecc.), condizioni del contesto produttivo (clima poco favorevole a nuovi investimenti, assenza di un tessuto di PMI) e la mancanza di un facile accesso al credito.

Conseguentemente, le conclusioni sulle prospettive del settore hanno individuato iniziative mirate a superare tali limiti. Infatti i partecipanti al focus-group hanno chiesto di lavorare maggiormente sull'incremento delle opportunità di mercato, sul miglioramento della cooperazione e dei rapporti di fiducia tra le imprese. Tuttavia una parte non trascurabile ha sottolineato la necessità di un miglioramento dell'immagine dell'area e l'incremento del livello di cultura imprenditoriale.

In conclusione, le esigenze emerse dal focus-group non sono state sostanzialmente differenti dal quadro generale delineato dal monitoraggio precedente. Piuttosto hanno ribadiscono la duplice esigenza di valorizzare vari attrattori alternativi al turismo balneare, congiuntamente a una fattiva collaborazione tra PMI locali.



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



## 6. ALLEGATO 1

### 6.1 Questionario somministrato alle imprese

#### ANAGRAFICA DITTA

Denominazione Impresa

Codice ateco di appartenenza

Sede Legale

Unità Locale

Forma giuridica            spa    srl    società di persone    ditta individuale

composizione societaria

Referente (nome e cognome di chi compila)

e-mail (di chi compila)

N° tel

N° fax

Indirizzo

### 6.2 Le percezioni e aspettative del turista

**Quali sono secondo lei le motivazioni che spingono il turista al soggiorno? (max 3 risposte)**

sole, mare e spiaggia

qualità dell'ambiente naturale

tranquillità dei luoghi

gli interessi storico culturali (folklore, cucina e arte locale)

l'ospitalità della popolazione locale

accoglienza delle strutture ricettive

occasioni di svago e divertimento

fruibilità dei servizi (assistenza sanitaria, trasporti, negozi, ecc.)

vacanza attiva/fare sport

altro (specificare



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



**Quali sono secondo lei gli aspetti inerenti il territorio e la sua gestione che rivestono maggiore rilievo? (max 3 risposte)**

- disponibilità di acqua potabile
- gestione delle aree naturali
- l'integrazione delle infrastrutture turistiche con il paesaggio
- disponibilità di trasporti pubblici
- gestione della raccolta dei rifiuti
- pulizia delle spiagge
- qualità della rete viaria
- bellezza paesaggistica delle coste
- qualità delle acque del mare
- qualità dell'entroterra
- tutela dell'ambiente

**Quali sono secondo lei le condizioni dei seguenti servizi? (completare)**

	Da potenziare	Da attivare	Adeguati
segnaletica turistica			
visite guidate e gli itinerari storico-archeologici			
punti di avvistamento della fauna			
eventi culturali -sagre e manifestazioni			
percorsi segnalati di trekking			
piste ciclabili			
sentieri didattico-ambientali			
musei naturalistici ed ecomusei			
pesca turismo			
soggiorni a tema			
Escursioni equestri			
Escursioni subacquee			
Visite a laboratori artigianali			
altro			



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



### Le misure di tutela e salvaguardia della natura sono adeguate?

- no
- non so
- abbastanza
- si

## 6.3 Le dotazioni dei servizi

### Esprima un giudizio sulla qualità delle strutture ricettive

	Ottime	Buone	Insufficienti	Molto insufficienti
Qualità				
Varietà dell'offerta				
Quantità				

### Quali sono le strutture che dovrebbero essere realizzate?

#### *Ristorazione*

- ristoranti
- aree attrezzate per i pic nic
- pizzerie
- bar

#### *Altri servizi*

- aree per praticare sport
- servizi per disabili
- uffici informativi
- parchi giochi
- centri diving
- discoteche

#### *Pernottamento*

- campeggi



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



- bed & breakfast
- agriturismi
- alberghi
- ostelli
- appartamenti in affitto

## 6.4 I fabbisogni

### In quali aree ha maggiore necessità di assistenza la sua azienda?

- marketing e promozione
- formazione risorse umane
- aspetti di natura finanziaria
- informazione (tendenze dei mercati, prodotti, processi, finanza, etc)

### Esprima un giudizio sulle caratteristiche del territorio in termini di:

---

	Ottime	Buone	Sufficienti	Insufficienti
dotazioni infrastrutturali di base (strade, allacciamenti, ecc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
dotazione di servizi di rete (energia, acqua, trasporti, ecc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
dotazione di servizi alle imprese	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
forza lavoro (scarsa flessibilità, mancanza di cultura imprenditoriale, scarsa qualificazione ecc..)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
condizioni del contesto produttivo (clima poco favorevole a nuovi investimenti, assenza di un tessuto di PMI)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sostegno alla ricerca di nuovi mercati	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
adeguatezza del sistema bancario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
accesso al credito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



## Su quale dei seguenti aspetti occorrerebbe lavorare?

Miglioramento della capacità innovativa delle imprese

Miglioramento della qualità dei prodotti

Miglioramento della cooperazione e rapporti di fiducia tra le imprese

Miglioramento dell'immagine dell'area

Incremento del livello di cultura imprenditoriale

Incremento delle opportunità di mercato



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



## 7. ALLEGATO 2

### 7.1 Questionario somministrato ai turisti

#### INFORMAZIONI GENERALI

Data..... Comune di..... Provincia..... Spiaggia/  
stabilimento/ aeroporto/ .....

#### Sesso

M

F

Età .....

#### Titolo di studio

nessuno

licenza elementare

diploma scuola media inferiore

diploma scuola superiore

laurea

#### Professione:

agricoltore

in cerca di occupazione

artigiano

casalinga

imprenditore

commerciante

pensionato

operaio



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



dirigente

studente

insegnante

libero professionista

impiegato

altro

### Provenienza

residente nella regione

non residente (specificare provenienza):

città.....nazionalità.....

### E' la prima volta che viene in questa località?

sì

no, vengo abitualmente

no, sono già venuto qualche volta

## 7.2 Le percezioni e aspettative del turista

### Quali sono le motivazioni che l'hanno spinto al soggiorno? (max 3 risposte)

sole, mare e spiaggia

qualità dell'ambiente naturale

tranquillità dei luoghi

gli interessi storico culturali (folklore, cucina e arte locale)

l'ospitalità della popolazione locale

accoglienza delle strutture ricettive

occasioni di svago e divertimento

fruibilità dei servizi (assistenza sanitaria, trasporti, negozi, ecc.)

vacanza attiva/fare sport



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



altro (specificare

**Quali sono secondo lei gli aspetti inerenti il territorio e la sua gestione che rivestono maggiore rilievo? (max 3 risposte)**

- disponibilità di acqua potabile
- gestione delle aree naturali
- l'integrazione delle infrastrutture turistiche con il paesaggio
- disponibilità di trasporti pubblici
- gestione della raccolta dei rifiuti
- pulizia delle spiagge
- qualità della rete viaria
- bellezza paesaggistica delle coste
- qualità delle acque del mare
- qualità dell'entroterra
- tutela dell'ambiente

**In generale quanto è soddisfatto della provincia di ... come luogo di vacanza?**

- molto soddisfatto
- abbastanza soddisfatto
- molto insoddisfatto
- abbastanza insoddisfatto



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006

PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo

### Quanto è soddisfatto dei seguenti aspetti?

	molto soddisfatto	abbastanza soddisfatto	abbastanza insoddisfatto	molto insoddisfatto
strutture ricettive				
servizi ristorazione				
spiagge attrezzate e i servizi per la sicurezza dei bagnanti				
uffici di informazione e la segnaletica				
servizi escursione con guide locali				
assistenza sanitaria				
ordine pubblico				
tranquillità, riposo e relax				
viabilità e trasporti				
attività ricreative notturne				
manifestazioni popolari e sagre				
cordialità di operatori ed abitanti				
cinema e teatri				
impianti sportivi				
acque di balneazione				
siti storico artistici				
l'offerta agrituristica				
raccolta rifiuti				
l'arredo urbano, le zone pedonali e le piste ciclabili				
costo della vita				
affollamento				



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato Italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



### Quali sono secondo lei le condizioni dei seguenti servizi? (completare)

	Da potenziare	Da attivare	Adeguati
segnaletica turistica			
visite guidate e gli itinerari storico-archeologici			
punti di avvistamento della fauna			
eventi culturali -sagre e manifestazioni			
percorsi segnalati di trekking			
piste ciclabili			
sentieri didattico-ambientali			
musei naturalistici ed ecomusei			
pesca turismo			
soggiorni a tema			
Escursioni equestri			
Escursioni subacquee			
Visite a laboratori artigianali			
altro			

### Le misure di tutela e salvaguardia della natura sono adeguate?

- no
- non so
- abbastanza
- si

### 7.3 Le dotazioni dei servizi

#### Esprima un giudizio sulla qualità delle strutture ricettive

	Ottime	Buone	Insufficienti	Molto insufficienti
Qualità				
Varietà dell'offerta				
Quantità				



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO “MARE DELLE AQUILE”  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



## Quali sono le strutture che dovrebbero essere realizzate?

### *Ristorazione*

- ristoranti
- aree attrezzate per i pic nic
- pizzerie
- bar

### *Altri servizi*

- aree per praticare sport
- servizi per disabili
- uffici informativi
- parchi giochi
- centri diving
- discoteche

### *Pernottamento*

- campeggi
- bed & breakfast
- agriturismi
- alberghi
- ostelli
- appartamenti in affitto

## 7.4 La vacanza dei turisti intervistati

### Ha dei legami familiari in provincia?

- sì
- no



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



### **Come ha organizzato la vacanza?**

agenzia viaggi/tour operator  
in modo indipendente  
con amici, parenti  
internet

### **Come è venuto a conoscenza del luogo?**

agenzia viaggi/tour operator  
riviste specializzate  
radio, televisione  
passaparola  
internet  
fiere

### **Con chi è venuto in vacanza?**

solo  
in coppia  
famiglia (con figli)  
amici  
gruppo organizzato

### **Quanti giorni in totale starà in questa località?**

solo oggi  
da 2 a 7  
da 8 a 15  
più di 15



INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG  
Interreg III A Italia – Albania 2000 - 2006



PROGETTO "MARE DELLE AQUILE"  
Asse IV - Turismo, Beni culturali e Cooperazione istituzionale  
Misura 4.2 - Sostegno al partenariato italo-Albanese nel turismo  
Azione 2 - Promozione e sviluppo di forme di turismo alternativo



### Che sistemazione ha scelto?

- seconda casa
- casa in affitto
- albergo
- casa di amici
- campeggi
- bed & breakfast
- agriturismi
- ostelli

### Quanto prevede di spendere?

- oltre 3000 euro
- tra 2000 e 3000
- tra 1000 e 2000
- tra 500 e 1000
- tra 250 e 500
- meno di 250