
Evoluzione del turismo in Puglia nell'ambito delle politiche di sviluppo regionale

Potito Quercia¹ e Serena Potito²

¹ Università degli Studi di Bari «Aldo Moro», Dipartimento di Economia e Finanza, Largo Abbazia Santa Scolastica, 70124 Bari, potito.quercia@uniba.it

² Università degli Studi di Napoli «Parthenope», Dipartimento di Giurisprudenza, Via Generale Parisi 13, 80132 Napoli, serena.potito@uniparthenope.it

Sintesi. Il presente lavoro analizza gli aspetti strutturali e dinamici dell'economia del turismo in Puglia, regione che agli inizi del terzo millennio ha avviato un processo di crescita sostenuto, con una accelerazione nelle trasformazioni del modello turistico regionale. L'articolo si propone di illustrare le tappe evolutive del fenomeno turistico in Puglia, nonché i fattori e le linee di intervento del governo regionale che hanno favorito la straordinaria affermazione del comparto turistico e la possibilità di elevarsi a settore strategico per l'economia pugliese.

Abstract. This work analyses the structural and dynamic aspects of the tourism economy in Puglia, a region that at the beginning of the third millennium began a process of sustained growth with an acceleration in the transformations of the regional tourism model. The article aims to illustrate the evolutionary stages of the tourism phenomenon in Puglia, as well as the factors and lines of intervention of the regional government, which have favoured the extraordinary success of the tourism sector and the possibility of elevating itself to a strategic sector for the Apulian economy.

Keywords: Puglia, Economia del turismo, Mezzogiorno, Globalizzazione, XXI secolo, Analisi dell'economia regionale.

JEL codes: L83, N94, Z31, Z32.

1. Introduzione

La Puglia si caratterizza per essere stata teatro di una serie di dominazioni straniere che hanno lasciato ampie tracce sul territorio¹. Anche per questo, le dotazioni di cui dispone, funzionali ad una economia turistica, sono numerose e molto varie a seconda dell'area considerata. Partendo dalla parte settentrionale della regione, la prima zona di interesse turistico riguarda due distinti comprensori della Capitanata, il Gargano e la Daunia. Oltre alle mete balneari estive, tra cui primeggia Vieste, un importante fattore di attrazione turistica che caratterizza la parte interna del promontorio del Gargano è quello religioso, con San Giovanni Rotondo. Il Subappennino Dauno, invece, si presenta meno popolare, ma con buone potenzialità turistiche, grazie ai suoi borghi caratteristici e ad alcuni importanti siti archeologici². Nella parte Sud del Tavoliere s'incontra il secondo ambito territoriale, che coincide, sostanzialmente, con la sesta provincia pugliese di Barletta-Andria-Trani (d'ora in poi BAT). Questa area regionale, che si caratterizza per il suo

¹ Per approfondimenti sulla storia della Puglia, dall'antichità all'età contemporanea, si rimanda ai due volumi di Musca (1979a e 1979b).

² Maggiori dettagli sulle altre risorse turistiche della regione si trovano nelle guide pubblicate, per ciascun ambito territoriale, dall'Agenzia Regionale del Turismo, Puglia Promozione.

patrimonio artistico e culturale di epoca medievale, prende il nome di Puglia Imperiale, essendo segnata dalla presenza di Federico II di Svevia. Con caratteristiche pressoché analoghe si presenta l'area che comprende Bari e la Costa. Questa zona della Puglia centrale, oltre a forme di turismo artistico e culturale, come i vari castelli e le cattedrali di epoca medievale, si avvantaggia di un turismo business che interessa principalmente Bari, centro di affari di lunga data. Un ulteriore ambito territoriale, depositario di un patrimonio particolarmente vocato all'arte, alla cultura e al turismo nautico, riguarda l'area tarantina e l'altopiano delle Murge. Il principale centro di attrazione è Taranto. Inoltre, va segnalata la zona delle gravine, canyon impervi che risiedono nel Parco Nazionale dell'Alta Murgia. Infine, è da ricordare la parte del litorale Jonico che alimenta il turismo balneare. L'area della Valle d'Itria, che comincia con la piana di Fasano e si chiude con quella di Ostuni, consta di risorse che si prestano al turismo attivo, per gli elementi naturalistici di cui è dotata e per l'enogastronomia. L'ultima zona della regione, con un potenziale turistico particolarmente elevato, è rappresentata dalla penisola salentina, dotata di bellezze artistiche e culturali di grande pregio, che hanno come polo di attrazione Lecce.

Un ulteriore fattore che concorre a delineare gli elementi strutturali del sistema turistico pugliese riguarda la dotazione delle infrastrutture materiali e immateriali, il sistema dei trasporti e il loro grado di fruibilità. Con riferimento alle infrastrutture stradali, portuali e aeroportuali, la Puglia mostra una dotazione di base di buon livello, con indici spesso superiori alla media nazionale e a quella del Mezzogiorno³. Quanto al sistema ferroviario, la regione si colloca, per estensione, in quinta posizione a livello nazionale e al secondo posto rispetto alle regioni del Sud. Apprezzabili sono, infine, gli sforzi compiuti dal governo regionale per permettere l'integrazione intermodale fra il trasporto aereo e un collegamento integrato metrobuses tra l'aeroporto e la rete ferroviaria.

Per quanto riguarda le infrastrutture immateriali, la copertura dell'ADSL nella regione risulta più che soddisfacente, essendo raggiungibile da circa il 90% della popolazione. Permangono zone di criticità nei comuni più periferici della provincia di Foggia e Lecce. Abbastanza buone sono, invece, le reti HDSL e SHDSL. Suscettibili di miglioramento risultano, infine, la copertura ULL, quella *backbone* in fibra ottica e l'UMTS. Il quadro sulle dotazioni turistiche della regione comprende, naturalmente, le strutture ricettive e tutto ciò che ruota intorno ad esse di cui si tratterà ampiamente nel paragrafo 3.

2. Tappe evolutive del turismo regionale

Dagli inizi del nuovo millennio, il sistema turistico pugliese ha manifestato una importante accelerazione che, in alcuni casi, è risultata più accentuata di quella registrata nelle altre regioni italiane. Oltre agli effetti positivi conseguenti alla fase di espansione dell'economia mondiale e allo sviluppo del turismo internazionale, tra i fattori che hanno influito maggiormente su tale processo è da annoverare una politica regionale più incisiva, che ha cercato di cogliere le opportunità offerte dalla nuova fase della globalizzazione. Le azioni intraprese dagli amministratori pugliesi, orientate verso una più efficace programmazione delle attività turistiche, hanno cercato di accendere i riflettori sulla regione. Così, la notorietà della Puglia sullo scacchiere nazionale e internazionale si è accresciuta, al punto da consentire il recupero graduale di importanti posizioni nelle classifiche nazionali e dell'area mediterranea.

Il punto di svolta dell'economia turistica pugliese può ricondursi al 2005, con l'emanazione da parte della regione delle "Linee guida degli interventi di politica turistica regionale". Fondamentale è stata poi la creazione di un'Agenzia Regionale del Turismo (ARET) "Puglia promozione", istituita dalla

³ Un'ampia analisi sul settore dei trasporti terrestri, marittimi e aerei, nelle regioni del Mezzogiorno si trova in Barucci e Becheri (2006), pp. 181-233. Sui caratteri del sistema aeroportuale del Mezzogiorno si veda, inoltre, SRM (2008).

Regione Puglia nel 2011, con l'obiettivo di esercitare le funzioni fino ad allora affidate alle cinque Aziende di Promozione Turistica provinciali. L'ARET ha assolto al compito di svolgere una efficace attività di "comunicare la Puglia", agendo sia nel sistema digitale del turismo, sia sul Brand PUGLIA. Inoltre, l'Agenzia "sostiene interventi finalizzati alla qualificazione del sistema dell'accoglienza turistica regionale e alla valorizzazione dell'offerta, in un'ottica di fruizione turistica"⁴. Alcuni anni dopo, nel 2016, è stato presentato il Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia 2016-2025 denominato Puglia365, che in un contesto regionale ancora frammentato ha visto "operatori del settore, enti locali, Università, stakeholder riunirsi in processo corale che ha portato alla costruzione di una nuova visione condivisa del turismo"⁵. Non meno importante è risultato il Piano strategico della Cultura della Regione Puglia 2017-2026, come strumento di pianificazione costruito con un metodo funzionale e partecipato, nella convinzione che "la cultura rappresenta di fatto un modello alternativo e attrattivo di sviluppo economico e territoriale e incoraggia il turismo di qualità"⁶.

Altri elementi che hanno consentito la crescita del settore sono da ricercarsi in una più ampia offerta del sistema dei trasporti aerei e marittimi, nonché in un'azione strategica di marketing che, sotto la spinta del Web e la diffusione di strumenti digitali, ha rappresentato un aspetto determinante del cambiamento. Un ulteriore contributo alla crescita è stato offerto dalla creazione di un portale turistico regionale dedicato⁷. Inoltre, le misure volte alla valorizzazione del patrimonio artistico e culturale, e la maggiore attenzione rivolta alla promozione di forme di turismo da praticare nelle aree interne, hanno contribuito ad ampliare l'offerta turistica e le destinazioni fruibili, con ricadute positive specie sulla componente internazionale. Infine, una graduale crescita qualitativa sul piano della ricettività ha elevato il livello dei servizi turistici, contribuendo ad un significativo ampliamento del target.

Tra i fattori concomitanti, che hanno accompagnato la progressiva ascesa dell'economia turistica pugliese, sono da annoverare alcuni accadimenti contingenti, tra cui gli atti terroristici in Francia e in altri paesi dell'Europa centrale, che hanno orientato importanti flussi di turisti stranieri in Italia e, in particolare, verso alcune località, Puglia compresa, percepite come meno esposte ad eventuali e ulteriori attacchi. In seguito, sono state attuate diverse iniziative per far confluire sotto un unico "Brand Puglia" le ricchezze paesaggistiche, artistiche, culturali ed enogastronomiche della regione. Grazie ad una maggiore identità turistica, tra il 2000 e il 2008, gli arrivi verso gran parte delle destinazioni pugliesi sono aumentati dell'82,9%, passando da 1,9 milioni a 2,9 milioni di persone, con un tasso medio annuo del 5,4⁸.

Negli anni a cavallo tra il primo e il secondo decennio del Ventunesimo secolo, si assiste al consolidamento delle tendenze sopra evidenziate, come risulta dai dati riferiti al 2010 e al 2011, in cui i flussi turistici provenienti dall'estero continuano la loro ascesa⁹. Tra i principali fattori di tale andamento sono da annoverare la congiuntura economica favorevole conseguente agli anni critici della crisi economica 2007-2008, la persistente opera di promozione dei prodotti turistici pugliesi, favorita da un'azione di marketing mirata, volta a promuovere l'integrazione delle diverse forme di turismo, nonché l'elemento novità che la regione ha rappresentato per molti viaggiatori. Nonostante i dati positivi di questo biennio, quello successivo, ossia il 2012-2013, segna una leggera battuta

⁴ <https://aret.regione.puglia.it>

⁵ Ibidem.

⁶ <https://www.piiilculturapuglia.it>

⁷ <https://aret.regione.puglia.it>

⁸ Invitalia - Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa S.p.A. (2009), p. 11.

⁹ Osservatorio Regionale sul Turismo (2011), p. 4.

d'arresto, a causa di una contrazione della domanda interna, che si manifesta anche l'anno seguente. Malgrado ciò, la regione riesce a compensare questa diminuzione, grazie al significativo apporto della componente internazionale¹⁰. Il 2013 ha una sua rilevanza per aver rappresentato l'anno di informatizzazione del sistema statistico e dell'introduzione di Spot (Sistema Puglia per l'Osservatorio Turistico), un software innovativo che ha permesso una rapida ed efficace rilevazione dei dati sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi della regione.

Nel 2015 il turismo in Puglia, nonostante una lieve flessione nei flussi nazionali, riesce a migliorare i livelli raggiunti in precedenza, per la progressiva crescita dei flussi turistici provenienti dall'estero, favoriti da un ulteriore ampliamento dell'offerta dei voli low-cost e dalla diffusione degli short break. Tra gli aspetti che hanno creato nuove opportunità di sviluppo turistico va sottolineata la tendenza generalizzata da parte dei turisti a spostarsi durante la vacanza, per poter visitare più di una località. I dati relativi a questa annualità evidenziano una crescita rispetto all'anno precedente, che si attesta intorno al 5% per gli arrivi e all'1,9% per le presenze. In valori assoluti gli arrivi ammontano a 3,4 milioni e le presenze a 13,5 milioni, con una permanenza media di 4 pernottamenti.

Le potenzialità di crescita della regione vengono confermate dai dati sul movimento turistico relativi al periodo 2015-2018. In questo arco temporale, il settore mostra un ulteriore slancio in avanti, con tassi di incremento importanti, determinati anche dalla competitività dei prezzi rispetto ad altre mete turistiche dell'area mediterranea. Gli arrivi aumentano del 23% e i pernottamenti del 15%. Va, tuttavia, rilevato che, mentre la componente domestica cresce nella misura dell'11% e del 7%, quella internazionale segna progressi di gran lunga superiori, pari al 60% per gli arrivi e al 44% per le presenze¹¹.

In sostanza, nel decennio 2009-2018 gli sviluppi del settore turistico pugliese risultano più che soddisfacenti. Complessivamente, le statistiche ufficiali rilevano un incremento del 30,06% per gli arrivi e del 21,86% per le presenze. In particolare, la quota nazionale aumenta del 17,5% per gli arrivi e del 7,36% per le presenze, mentre assai più consistenti appaiono i miglioramenti ottenuti sul fronte internazionale, con incrementi del 149,97% e del 118,54%.

Grazie a questi risultati, nel 2018 il tasso di internazionalizzazione raggiunge il 25,6% per gli arrivi e il 23,4% per le presenze¹². In proposito, si rileva che, sebbene la Puglia risulti la regione italiana che, in termini percentuali, abbia fatto registrare le migliori performances, i flussi di turisti stranieri che scelgono tale meta restano ancora tra i più bassi a livello nazionale (49,49%), ma anche rispetto al Centro Nord (52,70%) e al Mezzogiorno (39,82%).

La situazione appena delineata viene confermata dai dati relativi al 2019 che, rispetto all'anno precedente, evidenziano un ulteriore incremento del 4% per gli arrivi e del 2% per le presenze, con un tasso di internazionalizzazione del 28% e del 25%. Nel complesso, il movimento turistico di quest'ultima annualità conta 4,2 milioni di arrivi e 15,5 milioni di presenze. L'incoming internazionale raggiunge 1,2 milioni in termini di arrivi e 3,8 milioni di pernottamenti; mentre i numeri relativi alla componente nazionale si aggirano intorno a 3 milioni e 11 milioni. Per quanto riguarda, infine, la permanenza media, il dato si attesta a 3,7 notti¹³.

Un aspetto che, tuttavia, caratterizza il turismo pugliese è l'accentuata stagionalità dei flussi, dovuta alla prevalente incidenza del turismo balneare-estivo. Assai rilevante per sviluppi futuri è, invece, il

¹⁰ Daluiso (2014), p. 10.

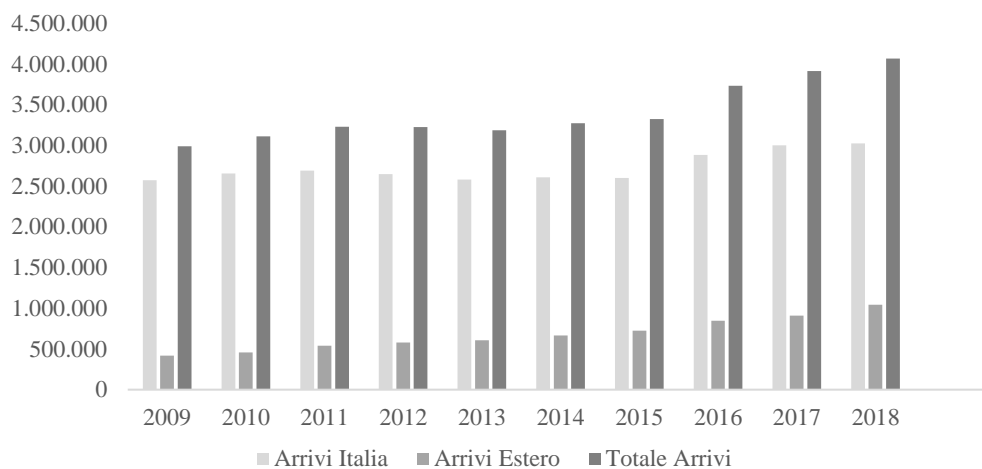
¹¹ Osservatorio Regionale sul Turismo (2020), p. 4.

¹² Osservatorio Regionale sul Turismo (2019), p. 7.

¹³ Osservatorio Regionale sul Turismo (2020), p. 4.

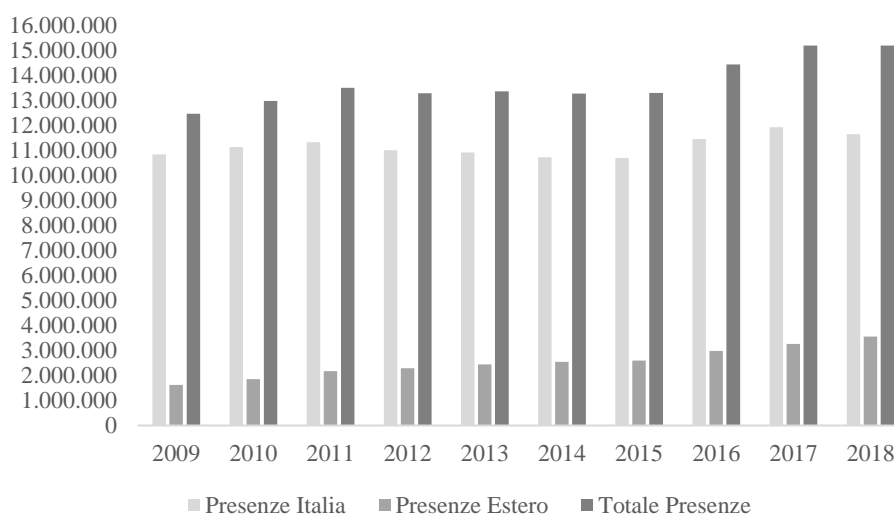
basso tasso di turisticità della regione, che risulta pari a circa la metà della media nazionale. Si tratta di un indicatore territoriale importante, determinato dal rapporto tra il numero di presenze turistiche e gli abitanti residenti, che esprime la misura del livello di affollamento. Il dato rappresenta un punto di forza dell'economia pugliese in quanto evidenzia le potenzialità turistiche ancora inespresse e foriere di ulteriori margini di crescita¹⁴. Lo sviluppo turistico della Puglia si manifesta in maniera differenziata rispetto alle macroaree oggetto di analisi e ai comprensori comunali. Le rilevazioni degli ultimi anni, effettuate dall'osservatorio regionale, evidenziano il raggiungimento di interessanti obiettivi per Bari e la Costa, il Salento, la Valle d'Itria e la Magna Grecia, meno evidenti sono, invece, i risultati conseguiti per la Puglia Imperiale, il Gargano e la Daunia¹⁵.

Figura 1 Evoluzione dei flussi turistici a livello regionale, 2009-2018 (arrivi)



Fonte: Elaborazioni in base ai dati contenuti nei report annuali a cura dell'Osservatorio Regionale sul Turismo.

Figura 2 Evoluzione dei flussi turistici a livello regionale, 2009-2018 (presenze)

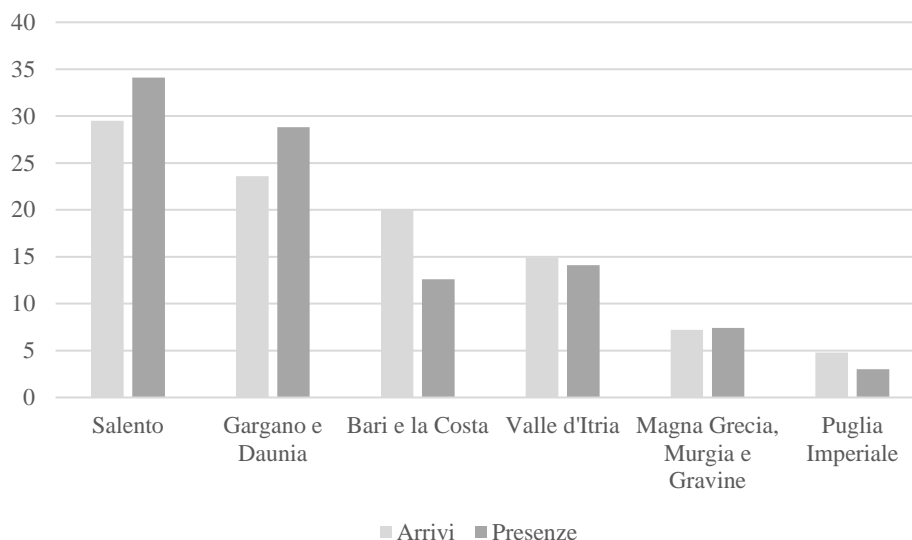


Fonte: Elaborazioni in base ai dati contenuti nei report annuali a cura dell'Osservatorio Regionale sul Turismo.

¹⁴ Daluiso (2014), p. 7.

¹⁵ Osservatorio Regionale sul Turismo (2019), pp. 11-12.

Figura 3 Movimento turistico per ambiti territoriali, 2018 (%)



Fonte: Elaborazioni in base ai dati contenuti in *La Puglia turistica 2018-2019*, a cura dell'Osservatorio Regionale sul Turismo (2019).

Per quanto concerne l'incoming internazionale, nell'esercizio 2018 su base provinciale ai primi posti si collocano Bari, Lecce e Foggia; seguono Brindisi, Taranto e la BAT. Bari risulta capofila con il 31%, seguono Lecce con il 24% e Foggia con il 21%. Brindisi occupa la quarta posizione con il 14% e, a finire, Taranto con il 6% e la BAT con il 4%. In termini di presenze, il quadro resta pressoché invariato per Lecce, Foggia, Taranto e BAT, mentre si registra un lieve miglioramento per la provincia di Brindisi e una modesta flessione che interessa il Barese.

Naturalmente, all'interno di ciascun ambito territoriale il movimento delle località a forte attrazione turistica incide sensibilmente sul dato aggregato. Analizzando la distribuzione dei turisti per aree comunali, infatti, un primo elemento che emerge è la significativa affluenza verso le località costiere. Secondo i dati del 2018, gli arrivi più consistenti si registrano a Bari, Vieste, Lecce, San Giovanni Rotondo, Fasano, Otranto, Gallipoli, Alberobello, Ugento e Ostuni¹⁶.

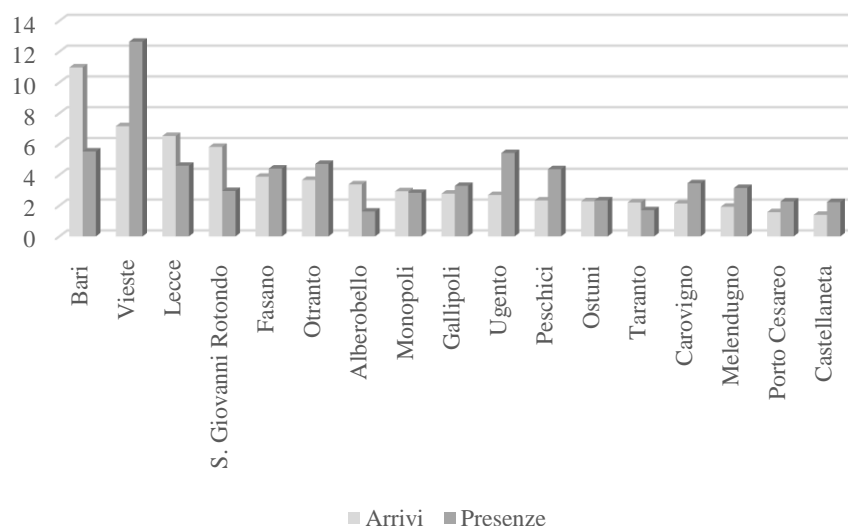
In termini di presenze la situazione cambia, Vieste, con il 12,65%, è infatti di gran lunga la località turistica pugliese più frequentata. La cittadina garganica si conferma come prima destinazione del turismo balneare, mentre Bari, prima per arrivi, risulta seconda in termini di pernottamenti, con il 5,52%.¹⁷ Da quanto emerge, il turismo in Puglia rileva una forte concentrazione costiera e incoraggianti progressi di alcuni comuni della Daunia, delle Murge e della Magna Grecia, in cui una

¹⁶ Ivi, p. 13.

¹⁷ Il riferimento è, in particolare, ai comuni di Gravina di Puglia, Ostuni, San Vito dei Normanni, Trinitapoli, Bovino, Cagnano Varano, Foggia, Manfredonia, Peschici, Vieste, Casarano, Lizzanello, Morciano di Leuca, Parabita, Presicce, Salice Salentino, Sannicola, Santa Cesarea Terme, Ugento e Castellaneta. Osservatorio Regionale sul Turismo (2018).

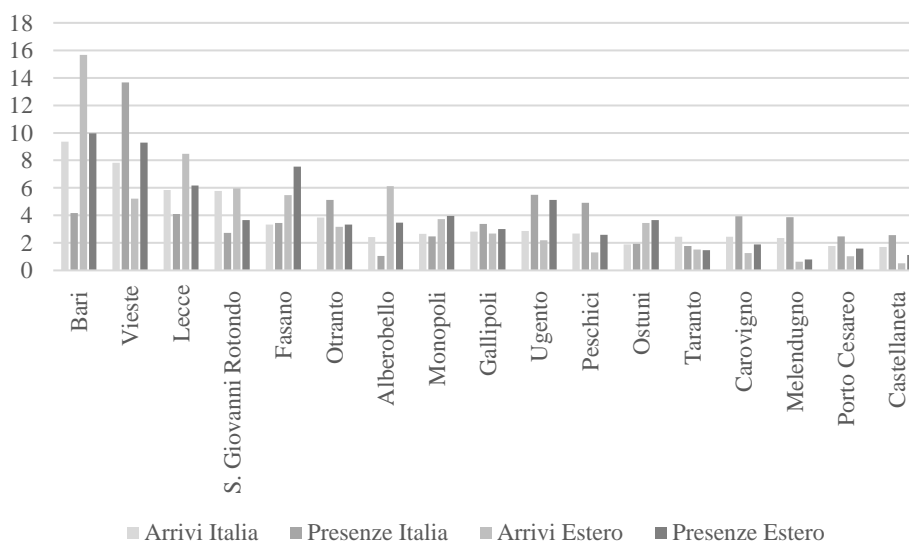
più incisiva azione di valorizzazione e promozione dei prodotti turistici e del sistema dei trasporti sono, tuttavia, suscettibili di miglioramento.

Figura 4 Movimento turistico nei principali comuni pugliesi, 2018 (%)



Fonte: Elaborazioni in base ai dati contenuti in La Puglia turistica 2018-2019, a cura dell'Osservatorio Regionale sul Turismo (2019).

Figura 5 Movimento turistico per provenienza nei principali comuni pugliesi, 2018 (%)



Fonte: Elaborazioni in base ai dati contenuti in La Puglia turistica 2018-2019, a cura dell'Osservatorio Regionale sul Turismo (2019).

3. Ricettività, occupazione e PIL

Nel decennio 2006-2016 la Puglia è la regione che rileva il maggiore aumento di presenze, con una crescita del 39,9%, seguita da Lombardia (37,6%), Basilicata (34,5%) e Sardegna (28,1%). La Puglia era, nel 2006, la tredicesima regione per movimento turistico attivato ed è la nona regione nel 2016. Dati che rendono evidente il progresso che la regione ha fatto nel decennio 2006-2016, con un percorso che non ha eguali in Italia e in molte altre regioni europee, imponendosi come importante destinazione balneare del Mediterraneo, pur partendo da una situazione di arretratezza strutturale

e d'immagine. Prima del 2005, anno di svolta per il turismo pugliese nel periodo di trend considerato, la Puglia si trovava al terzo posto, tra le regioni del Mezzogiorno, dopo la Campania e la Sicilia per numero di strutture ricettive (2.172 nel 2004). Il 66,6% dei letti apparteneva agli esercizi extra-alberghieri – per una maggiore diffusione dei bed & breakfast -, un primato fra le regioni del Mezzogiorno in un momento storico in cui a prevalere erano le strutture alberghiere tradizionali. Dati sottostimati sono invece quelli relativi agli alloggi in affitto - anche molto diffusi nella regione - a causa del “sommerso”.

Un approfondimento a livello regionale della diffusione della ricettività sul territorio mostra la Puglia con circa il 74% dei comuni con almeno una struttura ricettiva: indice che dimostrerebbe l'assenza di una concentrazione geografica che premia alcune aree rispetto ad altre. Per completare il quadro territoriale della Puglia nel 2004, è da menzionare il primato del comune con la più ampia offerta ricettiva (fra i primi 100 del Mezzogiorno): Vieste, in provincia di Foggia, al primo posto, con 44.786 posti letto, per larga parte appartenenti al servizio extra-alberghiero¹⁸. Nel triennio 2009 – 2011 la capacità ricettiva complessiva è aumentata del 20,1%, con un incremento del 7,1% dei posti letto. Nel 2011, in Puglia sono stati censiti 3.672 esercizi extralberghieri, per un totale di 156.606 posti letto. Questo periodo è caratterizzato sia da una evoluzione della domanda - in termini di tempo e di spazio, di varietà e variabilità -, che da modifiche dell'offerta ricettiva. La distribuzione degli esercizi appartenenti al comparto mostra una forte concentrazione dei “Bed & Breakfast”, che rappresentano quasi il 70% degli esercizi extralberghieri pugliesi. A questi, seguono gli alloggi agrituristici e le case e appartamenti per vacanza, ciascuno con un'incidenza del 9% sull'extralberghiero, e gli affittacamere, con il 7,5%. Tutte le altre tipologie, valutate in termini di numero di esercizi, sono praticamente irrilevanti.

Nel 2013 la Puglia era in grado di offrire circa 95mila camere e 247mila posti letto complessivi per un totale di circa 5mila strutture ricettive. Secondo l'indagine ISTAT condotta su un campione di 14mila famiglie italiane, la Puglia entra per la prima volta ai vertici della classifica delle mete preferite delle vacanze estive degli italiani subito dopo Toscana, Emilia-Romagna e Lazio, accogliendo il 7,2% del totale viaggi e superando mete tradizionalmente favorite come il Trentino-Alto Adige e la Sicilia. Il 2013 è anche l'anno in cui la Puglia entra nella classifica dei best trips stilata da National Geographic, tra le prime venti destinazioni al mondo da vedere assolutamente. Nel 2016 gli esercizi ricettivi in Italia registrano il massimo storico di circa 403 milioni di presenze: gli aumenti più consistenti in termini di presenze si registrano in Sardegna (+8,8% rispetto al 2015), Valle d'Aosta (+7,1%) e Puglia (+6,7%)¹⁹. I risultati registrati per questo anno sono stati al di sopra delle aspettative, complici l'incremento dei consumi turistici nazionali, gli *alert* sulla sicurezza che hanno interessato altre destinazioni d'Europa e del Mediterraneo e una straordinaria crescita del turismo internazionale.

Tabella 1 L'offerta ricettiva nel 2016 in Puglia

Tipologia	Numero strutture	Posti letto	Variazione % 2015-2016 strutture	Variazione % 2015-2016 posti letto
Strutture ricettive	6.302	274.773	10,1	-0,4
Alberghiero	1.012	101.430	-0,9	-2,4
Extralberghiero	5.290	173.343	12,5	0,7

Fonte: Elaborazioni in base ai dati contenuti in Report statistico “Totale ricettività” – Regione Puglia – Periodo gennaio-dicembre 2016, a cura dell'Osservatorio Regionale sul Turismo.

¹⁸ Barucci e Becheri (2006, pp. 143-145).

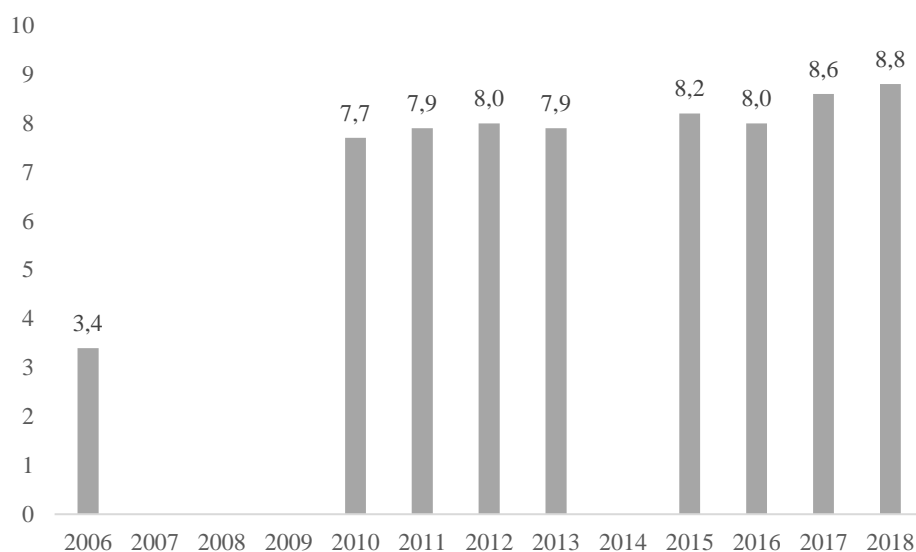
¹⁹ ISTAT (2017).

Nel 2017 la Puglia ha registrato oltre 15 milioni di presenze turistiche, pari al 18,4% delle presenze totali del Mezzogiorno e al 3,6% di quelle in Italia. Nel corso dell'ultimo decennio le presenze di turisti sul territorio pugliese hanno registrato una crescita del 24,7%, superiore alla media del Mezzogiorno e a quella nazionale. Nel 2017 in Puglia erano presenti poco più di mille strutture alberghiere e quasi 6mila extra-alberghiere, con un'offerta complessiva di poco superiore ai 270mila posti letto. L'ultimo decennio ha visto crescere la numerosità degli esercizi extra-alberghieri in misura molto superiore rispetto alle strutture alberghiere; questo fenomeno ha interessato la Puglia e il Mezzogiorno più dell'Italia. La rimodulazione dell'offerta, soprattutto extra-alberghiera, è in parte connessa allo sviluppo della cosiddetta sharing economy.

L'offerta regionale pugliese (posti letto per comune) mostra una marcata concentrazione costiera dove è possibile trovare la quasi totalità dei comuni con una capacità ricettiva inclusa tra i cinquemila e i cinquantamila posti letto; nella top five si classificano Vieste (43mila posti letto), Peschici (16mila) e tre comuni del Salento: Otranto (12mila), Gallipoli (11mila e ottocento posti letto) e Ugento (11mila). La metà dell'incremento del turismo è attribuibile alla componente internazionale: tra il 2008 e il 2017 la Puglia è stata infatti la regione con il maggior tasso di crescita delle presenze di stranieri (90,4%). Il turismo internazionale ha contribuito al consolidamento, al miglioramento qualitativo e all'allungamento stagionale del turismo in Puglia. La conferma arriva dai dati riferiti al 2018 che vedono crescere gli arrivi del +14% e le presenze del +9% a fronte di un calo del turismo nazionale stimato nel -2%.

I fattori maggiormente apprezzati dai viaggiatori sono la capacità di accoglienza, seguita dalla posizione/ambientazione delle strutture e dalla qualità della ristorazione interna. Gli aspetti da migliorare nell'offerta sembrerebbero essere la qualità della connessione ad Internet nelle strutture ricettive, il rapporto qualità/prezzo e la qualità dei servizi. Maggiori criticità si riscontrano invece per la qualità delle infrastrutture, spesso da rimodernare. In particolare, spicca il ruolo dominante della piccola impresa, spesso a gestione familiare, e il peso relativamente ridotto di catene alberghiere, in particolare nazionali. Ne risulta un peso più elevato del lavoro autonomo e una forte identificazione tra proprietà e management in gran parte delle strutture; il livello di istruzione dei lavoratori e dei manager è più basso della media europea, anche in questo caso in linea con quanto osservato nel resto del settore produttivo italiano. L'elevata presenza strutturale di imprese di piccole dimensioni, in tutto il Paese, rappresenta un limite che potrebbe essere superato con la creazione di un sistema di rete tra le piccole varie unità.

L'industria del turismo in Puglia è un importante settore economico che nel 2018 rappresenta, secondo le previsioni IPRES sulla base dei dati ISTAT, una produzione di circa 6 miliardi di euro tra l'8,5% e il 9,1% del PIL relativo contro il 3,4% del 2006. Una cifra notevole che mostra l'importanza di indirizzare correttamente le politiche finalizzate allo sviluppo dell'offerta turistica per potenziare l'economia regionale. Emerge dunque l'esigenza di accrescere l'offerta ricettiva attraverso l'attuazione di politiche adeguate che vanno inquadrare nell'ambito più ampio di un adeguamento dell'offerta nazionale alle esigenze della domanda interna ed internazionale. Il turismo in Puglia si conferma caratterizzato da una stagionalità abbastanza marcata: il 50% degli arrivi complessivi si concentra nei mesi di giugno, luglio e agosto. Evidenti differenze si riscontrano analizzando separatamente le dinamiche della componente domestica da quelle della componente estera: il tasso di stagionalità (considerando i soli 3 mesi estivi) relativo agli arrivi stranieri è pari al 40%, mentre per gli arrivi italiani il dato supera di poco il 50%.

Figura 6 Il contributo del turismo al PIL della Regione Puglia dal 2006 al 2018 (%)

Fonte: Elaborazioni in base ai dati dell'Osservatorio Regionale sul Turismo, tratti da previsioni IPRES. I valori relativi agli anni 2016, 2017 e 2018 sono dati approssimati alla media dei dati previsti dall'IPRES sulla base dei dati ISTAT.

Queste informazioni confermano come la Puglia sia percepita ancora come una destinazione prevalentemente estiva e balneare. Gli stranieri tuttavia, cominciano a scoprire aree a vocazione culturale, religiosa, enogastronomica, e mostrano una buona propensione ad attenuare questo fenomeno, con la scelta, per la propria permanenza, dei cosiddetti mesi spalla estivi (da aprile a ottobre). Bari, vocata al business mostra una miglior distribuzione del tasso nell'arco dei dieci mesi (meno elevato, ad esempio di Lecce e Vieste, ad agosto, ma molto più elevato e costante in primavera e nei restanti mesi dell'anno). Diversificare i prodotti (cultura, arte, enogastronomia, natura) comporta una miglior distribuzione dei flussi nel corso dell'anno. Nel 2018, anno in cui il tasso di provenienze dall'estero ha mostrato un andamento crescente e molto soddisfacente, si sono registrati evidenti risultati in termini di destagionalizzazione, soprattutto a Bari e nella BAT. Inoltre, relativamente alla ricettività, una attenuazione della concentrazione stagionale determinerebbe un maggiore sfruttamento degli impianti esistenti, livelli di redditività più soddisfacenti e maggiore stabilità nei rapporti di lavoro nel settore.

4. Considerazioni conclusive

La Puglia turistica, che emerge dall'analisi condotta sul primo ventennio del XXI secolo, mostra un importante dinamismo e un'affluenza tendenzialmente crescente, grazie alle politiche attive adottate sul piano regionale e al contributo della componente internazionale, che pure necessita di essere ulteriormente incrementata. Anche la destagionalizzazione dei flussi è un obiettivo da migliorare, magari proponendo nuove forme di turismo. Molto positivo, invece, risulta il tasso di turisticità della regione, che consente di prevedere un'ulteriore espansione del settore.

In condizioni di normalità, gli scenari a cui si apre la Puglia possono essere arricchiti da nuovi fattori di attrazione turistica, oltre a quelli più volte richiamati in queste pagine. Così, ad esempio, si potrebbe investire nella valorizzazione e promozione del patrimonio industriale marittimo,

costituito da strutture produttive non più funzionanti, opportunamente recuperate e riqualificate²⁰. Questa forma di turismo, insieme alle altre, consentirebbe di promuovere nuovi itinerari da interfacciare con quelli tradizionali, allo scopo di incrementare la domanda turistica e innalzare i giorni di permanenza nelle strutture ricettive, nonché espletare effetti positivi sulla distribuzione dei flussi nei mesi con minore affluenza. Si tratta di puntare, anche con l'ausilio di tecnologie digitali e opportune strategie di marketing, su un sistema turistico integrato²¹. È necessario, inoltre, accrescere gli investimenti del settore, attraverso un più proficuo utilizzo dei fondi europei, nazionali e regionali. Così come, occorre favorire una rinnovata cultura dell'impresa turistica, nuove competenze e figure professionali, nonché destinare maggiori energie alla rimozione delle condizioni ostative allo sviluppo.

Bibliografia

1. Banca d'Italia (2019a), L'economia della Puglia. Rapporto annuale, in «Economie regionali. L'economia delle regioni italiane», n. 16.
2. Banca d'Italia (2019b), Gli Stranieri in vacanza in Italia: prodotti turistici, destinazioni e caratteristiche dei viaggiatori, in «Questioni di economia e finanza», n. 501.
3. Banca d'Italia (2019c), Turismo in Italia: numeri e potenziale di sviluppo, in «Questioni di economia e finanza», n. 505.
4. Barucci P., Becheri E. (a cura di) (2006), L'industria turistica nel Mezzogiorno, Rapporto SVIMEZ, Bologna, Il Mulino.
5. Barucci P., Padovani R. (2006), Il futuro del turismo nell'Italia meridionale, in «Rivista economica del Mezzogiorno», n. 3-4, pp. 463-482.
6. Becheri E., Ciccarelli M. (a cura di) (2018), Destinazione Puglia. Oltre il turismo che non appare, Firenze, NMTC Turistica.
7. Daluiso E. (a cura di) (2014), Il turismo in Puglia nel 2012-2013 e le prospettive di crescita al 2020, Bruxelles, Euro*IDEES.
8. Di Vittorio A. (a cura di) (2009), Patrimonio industriale e funzione economica sull'Adriatico. L'area Nord pugliese-molisana, Bari, Cacucci.
9. <https://aret.regione.puglia.it>
10. <https://www.piiilculturapuglia.it>
11. Invitalia - Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa S.p.A. (2009), Piano strategico e studio di fattibilità per il marketing e lo sviluppo turistico in Puglia.
12. ISTAT (2017), Report Movimento turistico in Italia, anno 2016, 30 ottobre 2017.
13. Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, Piano strategico di sviluppo del turismo 2017-2022.
14. Musca G. (a cura di) (1979a), Storia della Puglia. Antichità e Medioevo, vol. I, Bari, Adda.
15. Musca G. (a cura di) (1979b), Storia della Puglia. Età moderna e contemporanea, vol. II, Bari, Adda.
16. Osservatorio Regionale sul Turismo (a cura di) (2011), Il turismo in Puglia – Rapporto 2011, Agenzia Regionale del Turismo, Puglia Promozione.
17. Osservatorio Regionale sul Turismo (a cura di) (2016a), Il turismo in Puglia nei primi 10 mesi del 2016. I numeri delle destinazioni, dati provvisori, Agenzia Regionale del Turismo, Puglia Promozione.
18. Osservatorio Regionale sul Turismo (a cura di) (2016b), Report statistico “Totale ricettività” – regione Puglia – Periodo gennaio-dicembre 2016, Agenzia Regionale del Turismo, Puglia Promozione.
19. Osservatorio Regionale sul Turismo (a cura di) (2018), Puglia Promozione. 2013-2017. Cinque anni di turismo in Puglia. Analisi della domanda: arrivi e pernottamenti, Agenzia Regionale del Turismo, Puglia Promozione.
20. Osservatorio Regionale sul Turismo (a cura di) (2019), La Puglia turistica 2018-2019, Agenzia Regionale del Turismo, Puglia Promozione.
21. Osservatorio Regionale sul Turismo (a cura di) (2020), Il turismo in Puglia 2019-2020, Agenzia Regionale del Turismo, Puglia Promozione.
22. SRM (2008), Aeroporti e territorio. Scenari economici, analisi del traffico e competitività delle infrastrutture aeroportuali del Mezzogiorno, Napoli, Giannini.
23. Travel Appeal (2019), Analisi dell'offerta online e della soddisfazione degli ospiti che viaggiano in Puglia, febbraio.

²⁰ Si veda, ad esempio, Di Vittorio (2009).

²¹ Ricordando le parole di Nino Covacco, “il turismo non può essere soltanto sole e mare, ma è storia, e ambiente, e città d'arte, ed itinerari culturali, e di civiltà, e di religione; ed è monumenti e chiese, e giardini, e terme, e castelli; e campi da golf e marine efficienti, ed è anche tradizioni, ed usi e costumi, e cibi e vini, ed ovunque è qualità”. Barucci e Becheri (2006), p. 14.