

Puglia Destination GO

Restituzione finale

25.02.2025
Bari

01_Premessa

02_Cosa è stato analizzato

03_Nuova ipotesi di sotto-ambiti / DMO

04_Quali riflessioni e motivazioni

05_Tabelle di riepilogo

06_Prossimi passi

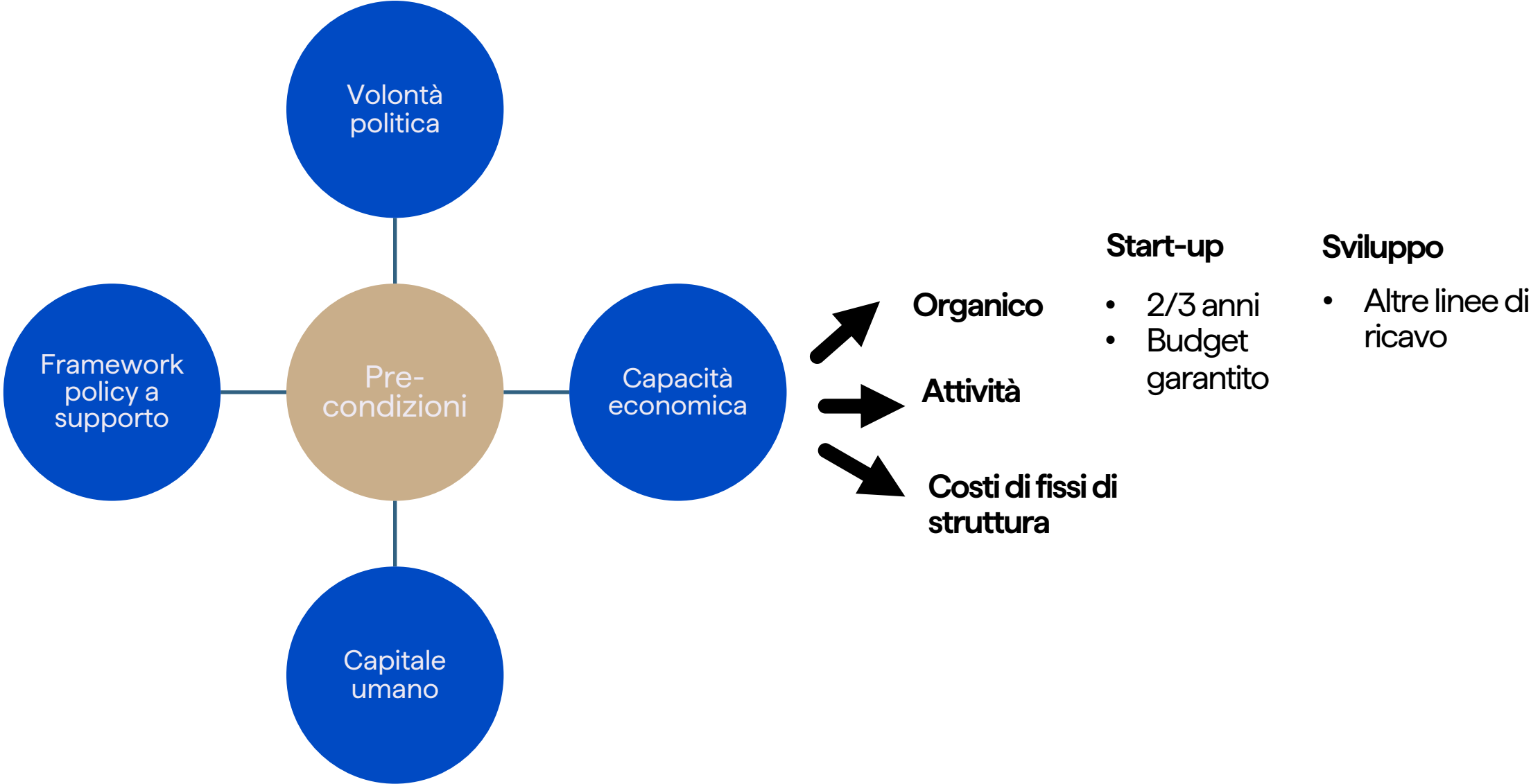
07_Appendici

03_Individuazione di 7 aree di interscambio flussi

7 aree di interscambio flussi



Pre-condizioni per la costituzione di una DMO



Linee guida e processo di analisi per la definizione degli ambiti (1)

Il processo di individuazione dei sotto-ambiti territoriali della Regione Puglia è stato guidato da un'attenta analisi basata su criteri oggettivi e dati rilevati durante gli incontri territoriali.

1. Prodotti e flussi turistici

Attraverso l'analisi dei flussi turistici sono emerse dinamiche reali e naturali di interscambio tra i territori, **evidenziando collegamenti significativi tra alcuni sotto-ambiti**. Questo ha suggerito l'opportunità di aggregare territori che, pur avendo caratteristiche differenti, mostrano una complementarità evidente nei prodotti turistici e una forte connessione nei flussi.

2. Indicatori di performance turistiche

I dati analizzati, quali arrivi, presenze, posti letto e altri indicatori, hanno permesso di identificare aree complementari. L'obiettivo è stato quello di:

- **Massimizzare il potenziale di sviluppo turistico**
- **Raggiungere una massa critica sufficiente per giustificare la creazione di una struttura di governance locale (DMO).**

Questa analisi ha garantito che i sotto-ambiti proposti siano in grado di operare in modo sostenibile ed efficace.

Linee guida e processo di analisi per la definizione degli ambiti (2)

3. Camere di Commercio

Un altro criterio fondamentale è stato quello di allineare, per quanto possibile, i confini dei sotto-ambiti con le **aree di competenza delle Camere di Commercio**. Questi enti rappresentano partner strategici per l'implementazione del modello di governance e possono contribuire in maniera significativa al sostegno economico e organizzativo delle DMO.

4. Sostenibilità economica

Per garantire la fattibilità finanziaria delle DMO, i **sotto-ambiti sono stati delineati in base a una proiezione di entrate** provenienti dall'imposta di soggiorno (in percentuale sul gettito totale) e dai contributi delle Camere di Commercio.

- **Fase di start-up:** è stata considerata una copertura finanziaria per i primi 2-3 anni, essenziale per avviare la macchina operativa delle DMO.
- **Fasi successive:** una volta avviata, la sostenibilità delle DMO potrà essere garantita da fonti di finanziamento aggiuntive, come merchandising, gestione degli attrattori locali e altre iniziative.

L'obiettivo primario di questa fase è costruire una base economica solida e garantita, prendendo come riferimento iniziale il gettito dell'imposta di soggiorno e i potenziali contributi delle CCIAA.

1. Gargano, Monti Dauni, Foggia e Tavoliere

Anagrafica

Gargano, Monti Dauni, Foggia e Tavoliere

61 Comuni

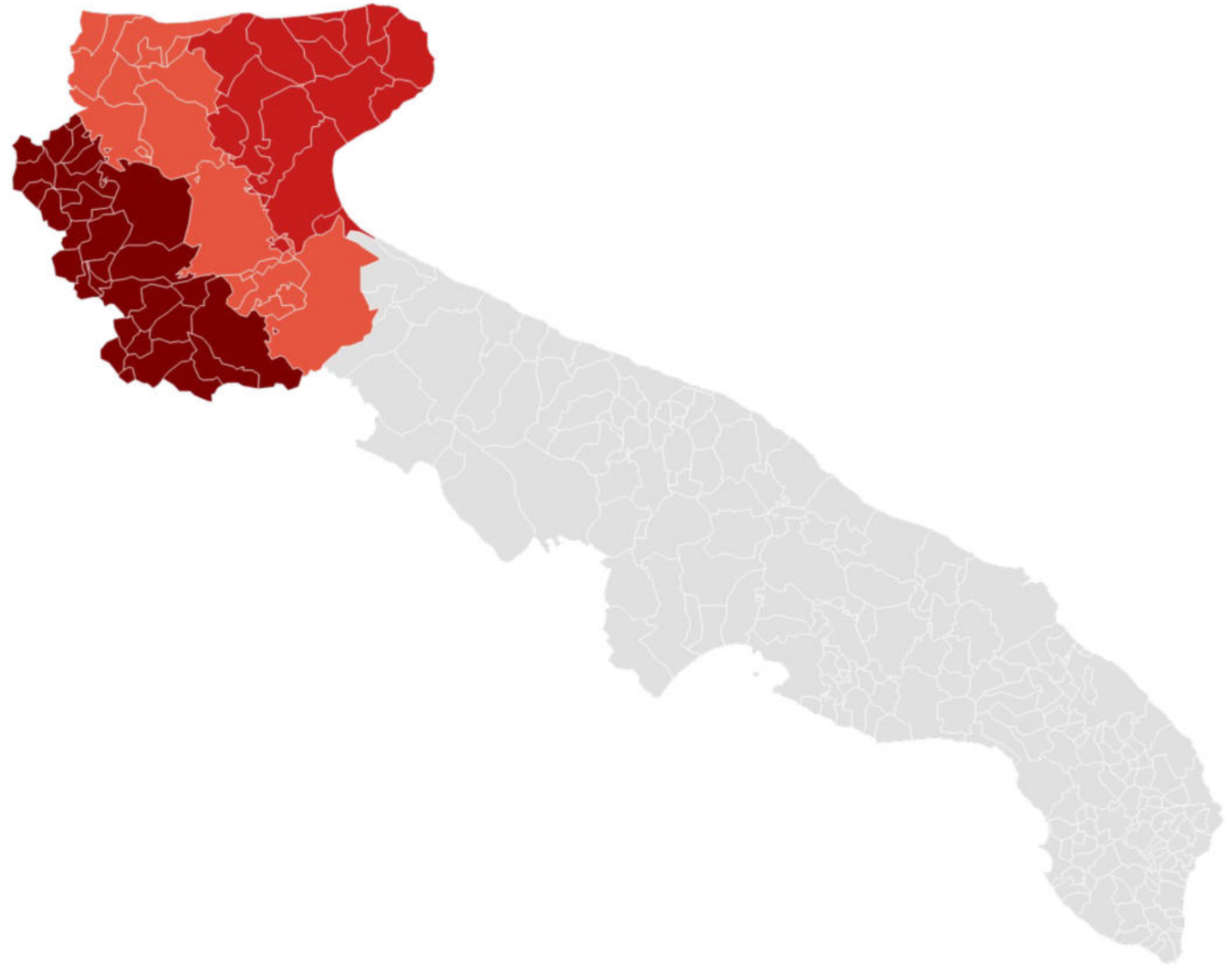
7.009 km²

593.078 abitanti

1 provincia (FG)

1 CCIAA (Foggia)

5 GAL



Gargano, Monti Dauni, Foggia e Tavoliere

POI e cammini

Gargano, Monti Dauni, Foggia e Tavoliere

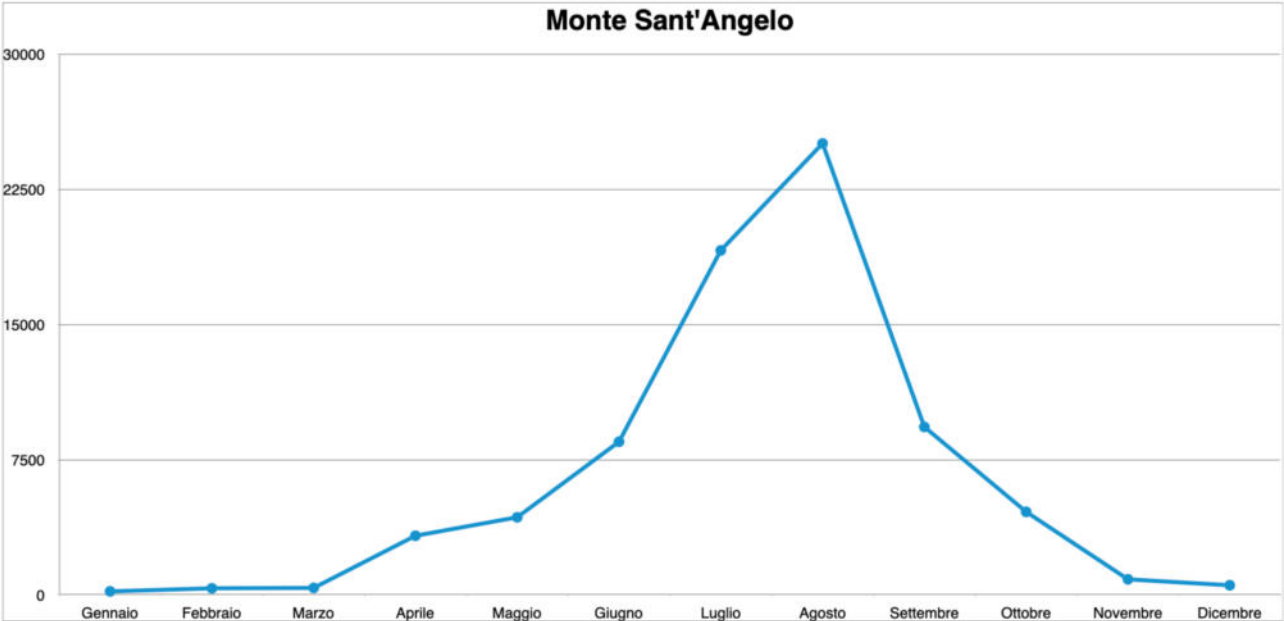
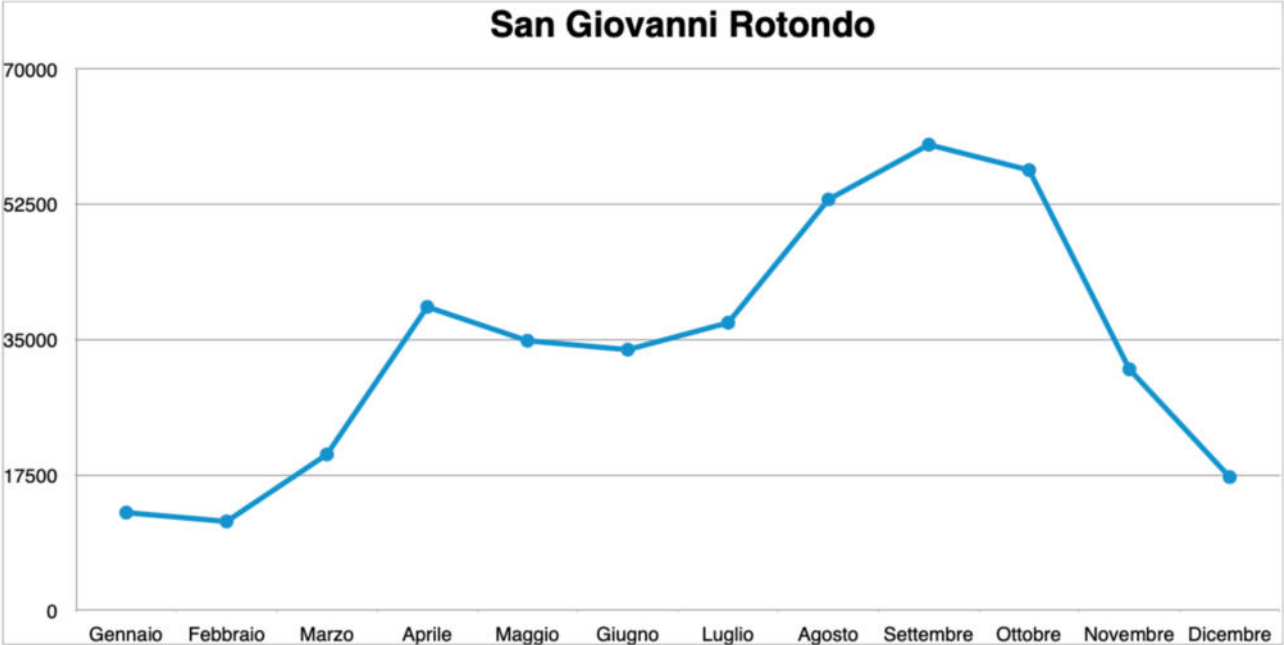
-  Cammini ready to walk – Via Francigena (Via Michaelica, Via Traiana)
-  Cammini walk in progress – Via Daunia, parte del Cammino Materano
-  Bandiera Blu
-  Parchi, riserve e oasi WWF
-  Bandiera Arancione
-  Siti UNESCO



Focus

San Giovanni Rotondo e Monte Sant'Angelo

	Presenze 2023 ↓	Permanenza media	Strutture ricettive	Posti letto 2023
San Giovanni Rotondo	407.807	1,9	132	5.501
Monte Sant'Angelo	80.473	3,2	106	1.490



Focus

Flussi San Giovanni Rotondo e Monte Sant'Angelo



Balneare, culturale, enogastronomia, escursionismo



Elenco flussi mappati

Balneare

- Turismo balneare - escursioni giornaliere
- Isole Tremiti
- Relax in spiaggia
- Parco Marino (isole, grotte, diving ecc.)
- Spiagge e borghi
- Balneare

Culturale

- Turismo storico artistico Lucera
- Rievocazioni storiche
- Centro storico città sotterranea / naturalistico
- Way of life Puglia - "Puglia Grand Tour"
- Cultura
- Culturale + religioso a Vieste: necropoli e cattedrale (chiese, santuari, S. M. Merino)

Enogastron.

- Cantine ipogee "cattedrali sotterranee"
- Turismo enogastronomico per stranieri
- Turismo esperienziale - gastronomia tradizionale e tradizioni culturali
- Tour dei trabucchi
- Enogastronomico (olio, trabucco, Foresta Umbra - agriturismo Valle del carro, Vieste en rose, cantine)

Escursionismo

- Trattur
- Trekking naturalistico
- Trekking naturalistico, trekking urbano
- Sentieri d'incontro - outdoor escursionismo
- Sportivo - naturalistico
- Naturalistico

Balneare

Ciclo di vita: sviluppo - maturità

Punti di forza:
biodiversità, lidi attrezzati, Riserva Marina, servizi e ristorazione

Punti di debolezza:
collegamenti, sovraffollamento, sostenibilità, pet-friendly, servizi nelle spiagge libere

Culturale

Ciclo di vita: sviluppo - maturità

Punti di forza: POI, experience offerte, eventi mirati, enogastronomia

Punti di debolezza: rete tra operatori, fruibilità e servizi, trasporti

Enogastron.

Ciclo di vita: sviluppo

Punti di forza: prodotti, produttori, agriturismi

Punti di debolezza:
comunicazione e promozione

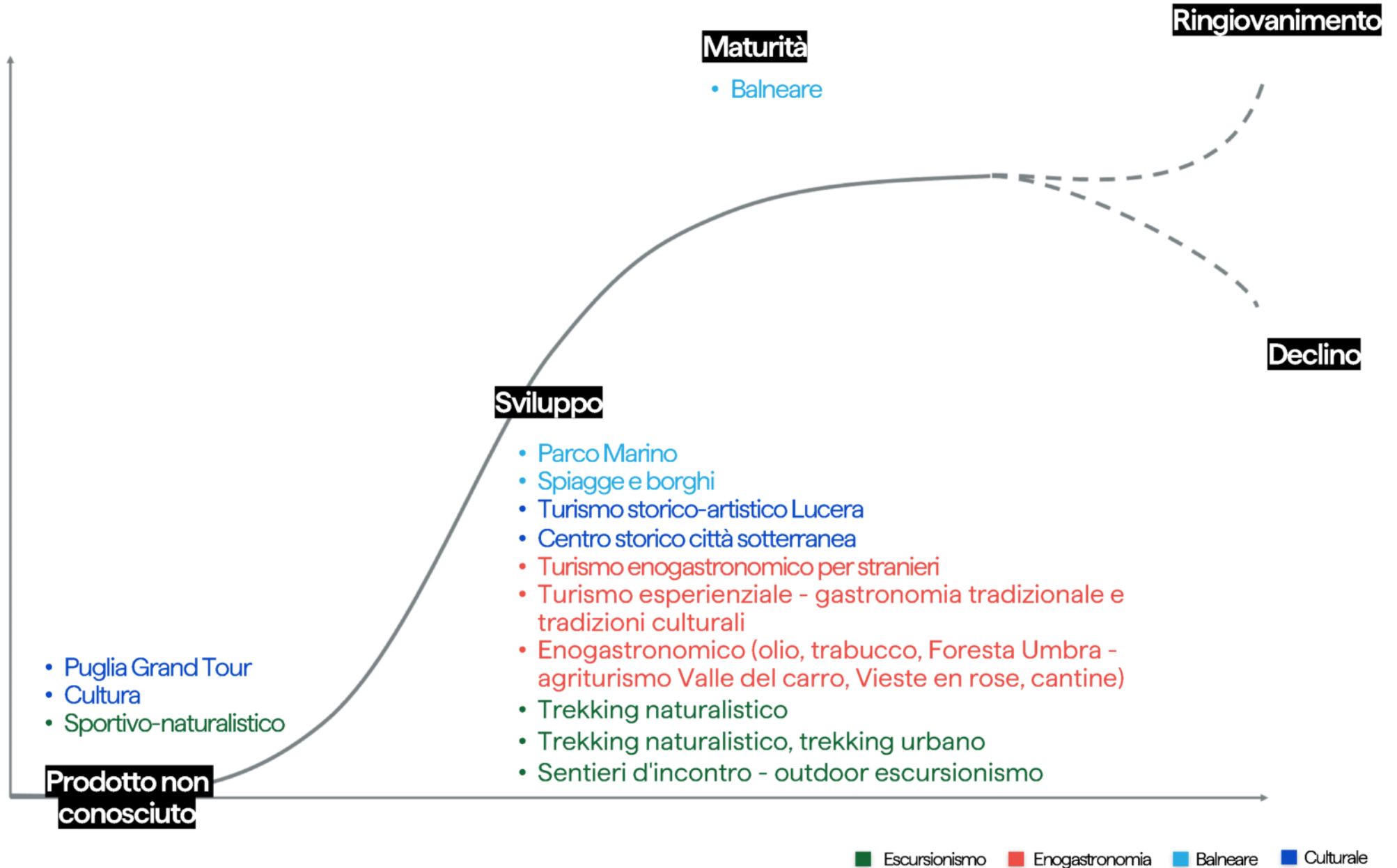
Escursionismo

Ciclo di vita: sviluppo

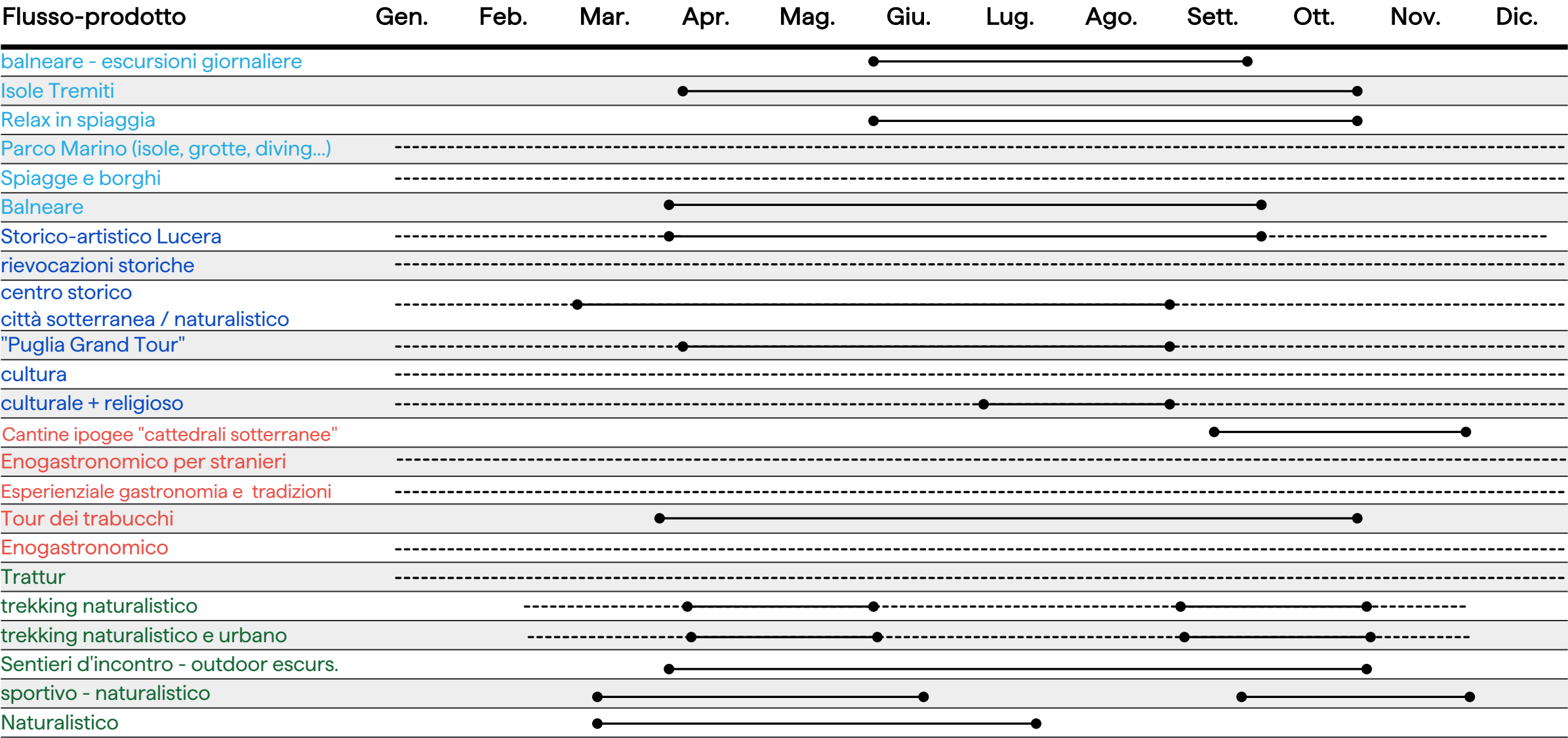
Punti di forza: paesaggi e borghi, varietà dei sentieri, Parco Nazionale Foresta Umbra, cammino

Punti di debolezza:
segnaletica e manutenzione, accessibilità, ricettività, mappe, rete tra operatori

Il ciclo di vita dei prodotti



La stagionalità dei prodotti



----- Tutto l'anno ●—● Periodo delimitato

In breve

Tematismi-prodotti: Oltre ai tradizionali temi legati al turismo balneare e nautico, risultano particolarmente interessanti anche il turismo rurale e quello dei borghi dell'entroterra, il turismo religioso, nonché quello legato a eventi, feste locali, matrimoni e business.

Stagionalità e ciclo di vita: Ad eccezione del turismo balneare e nautico, già consolidato, gli altri segmenti si trovano ancora in una fase iniziale, in particolare cammini, cicloturismo ed escursionismo, oppure in una fase di sviluppo, come il turismo culturale e rurale. Questa diversificazione, se ben strutturata, può favorire una distribuzione della stagionalità lungo tutto l'arco dell'anno.

Chi sono i turisti: i vari flussi possono interessare differenti target in termini di:

- provenienza (turismo di prossimità, italiani, europei ed extra-europei - spesso americani e australiani),
- età (dalle scolaresche ai gruppi di anziani)
- interessi (amanti della natura, pellegrini, business, culturali, leisure).



Riflessioni

Gargano, Monti Dauni, Foggia e Tavoliere

L'analisi dei dati relativi alle presenze turistiche e ai posti letto evidenzia una netta concentrazione dell'attività turistica sul **Gargano**, che rappresenta oltre il 90% del totale dell'ambito.

Tuttavia, emerge una dinamica interessante di **mobilità turistica interna**: i visitatori tendono a spostarsi dai Monti Dauni verso il Gargano e dal Gargano verso il Tavoliere. A questi movimenti si aggiungono i flussi delle Isole Tremiti, che pur essendo un prodotto turistico rilevante, ad oggi rimangono un'offerta scollegata dal sistema territoriale più ampio.

Un altro elemento strategico sono i cammini. **Monte Sant'Angelo**, importante hub religioso e culturale, si configura come punto di partenza per percorsi di grande valore storico e spirituale, quali la Via Michaelica, che attraversa Gargano, Tavoliere e Monti Dauni, e la Via Litoranea, che si sviluppa verso sud. L'integrazione di questi itinerari in una visione coordinata contribuirebbe a rafforzare l'identità

dell'intero ambito e a valorizzare il turismo lento e sostenibile. **Foggia** si conferma inoltre un importante punto di arrivo e di partenza per tutti e tre gli ambiti.

Considerata questa interconnessione, attualmente informale, risulterebbe strategico avere un'unica regia per ottimizzare la gestione dei flussi turistici, a partire dalle infrastrutture, da un sistema unitario di mobilità interna e da una segnaletica adeguata. Questo approccio faciliterebbe gli spostamenti e migliorerebbe significativamente l'esperienza turistica complessiva.

Un forte filo conduttore tra i 3 ambiti è legato al **prodotto outdoor**. Questo potrebbe essere declinato in sotto-prodotti specifici per target diversi, andando a completarsi con il prodotto legato alla costa, al turismo religioso, ai cammini e alle Isole Tremiti. **Questi prodotti, per loro natura, "sconfinano" tra gli ambiti**, rafforzando la necessità di una visione unitaria e coordinata.

Riflessioni

Gargano, Monti Dauni, Foggia e Tavoliere

Riflessioni finanziarie

Oltre alle ragioni legate al prodotto e alla gestione dei flussi, emerge anche **una forte considerazione finanziaria**. Nei Monti Dauni, nessuno dei 30 comuni applica attualmente l'imposta di soggiorno. Anche qualora venisse implementata, il numero di presenze attuali (circa 50.000) genererebbe entrate minime. Analogamente, Foggia e il Tavoliere mostrano una capacità finanziaria autonoma limitata.

Un'unica DMO per l'intero ambito permetterebbe di sfruttare al meglio le risorse disponibili, creando economie di scala su prodotti omogenei nelle tre aree. Essenziale sarà il contributo della Camera di Commercio di Foggia, che potrebbe garantire una maggiore sostenibilità economica, bilanciando le risorse finanziarie attualmente concentrate su pochi comuni chiave.

Struttura istituzionale e coordinamento

L'integrazione è ulteriormente supportata dalla presenza di un'unica provincia, una Camera di Commercio e cinque GAL (Gruppi di Azione Locale). Questi elementi forniscono una base organizzativa solida per sviluppare una governance unitaria ed efficiente. Dall'altro, sarà necessario un gran lavoro di coordinamento per coinvolgere attivamente i 61 comuni dei 3 ambiti.

Imposta di Soggiorno

Gargano, Monti Dauni, Foggia e Tavoliere

Comune	Presenze 2023	Applicazione 2024	Gettito 2023 ↓
Vieste	2.045.993	sì	3.410.921 €
Peschici	571.090	sì	551.232 €
Rodi Garganico	336.252	sì	518.341 €
San Giovanni Rotondo	407.807	sì	416.057 €
Mattinata	221.947	sì	238.465 €
Vico del Gargano	134.106	sì	210.542 €
Manfredonia	141.948	sì	110.609 €
Lesina	53.718	sì	29.029 €
San Marco in Lamis	9.430	sì	3.552 €
Monte Sant'Angelo	80.473	sì	- €
Foggia	167.053	-	- €
Isole Tremiti	52.959	-	- €
Ischitella	39.290	-	- €
Cagnano Varano	32.044	-	- €
San Severo	30.433	-	- €
Lucera	27.836	-	- €
Cerignola	22.742	-	- €
San Nicandro Garganico	12.542	-	- €
Zapponeta	5.527	-	- €
Bovino	5.493	-	- €
Chieuti	5.298	-	- €

Comune	Presenze 2023	Applicazione 2024	Gettito 2023 ↓
Candela	2.854	-	- €
Torremaggiore	2.684	-	- €
Carpino	2.080	-	- €
Troia	1.881	-	- €
Orsara di Puglia	1.813	-	- €
Stornara	1.778	-	- €
Orta Nova	1.541	-	- €
Biccari	1.447	-	- €
Apricena	1.434	-	- €
Deliceto	1.348	-	- €
Castelluccio dei Sauri	1.267	-	- €
Sant'Agata di Puglia	1.176	-	- €
Ascoli Satriano	945	-	- €
Volturino	908	-	- €
Accadia	734	-	- €
Castelnuovo della Daunia	713	-	- €
Casalnuovo Monterotaro	641	-	- €
San Paolo di Civitate	606	-	- €
Alberona	389	-	- €
Pietramontecorvino	362	-	- €

Comune	Presenze 2023	Applicazione 2024	Gettito 2023 ↓
Serracapriola	319	-	- €
Roseto Valfortore	308	-	- €
Faeto	284	-	- €
Rignano Garganico	153	-	- €
Ordona	116	-	- €
Rocchetta Sant'Antonio	96	-	- €
San Marco la Catola	8	-	- €
Monteleone di Puglia	5	-	- €
Casalvecchio di Puglia	-	-	- €
Carapelle	-	-	- €
Celenza Valfortore	-	-	- €
Castelluccio Valmaggiore	-	-	- €
Stornarella	-	-	- €
Anzano di Puglia	-	-	- €
Carlantino	-	-	- €
Panni	-	-	- €
Motta Montecorvino	-	-	- €
Volturara Appula	-	-	- €
Poggio Imperiale	-	-	- €
Celle di San Vito	-	-	- €

Punti di forza e debolezza rispetto a questo ambito di governance

Punti di forza

- Forte complementarità tra prodotti turistici (outdoor, costa, religioso, cammini e Isole Tremiti).
- Elevata interconnessione nei flussi turistici tra le tre aree.
- Presenza di un'unica provincia e strutture istituzionali ben definite.
- Possibilità di integrare le Isole Tremiti in un'offerta turistica più ampia e coordinata.

Punti di debolezza

- Limitata capacità finanziaria autonoma di Monti Dauni e Tavoliere.
- Elevata dipendenza da pochi comuni per il gettito dell'imposta di soggiorno.
- Eventuale necessità di altre fonti finanziarie.

2. Bari

Anagrafica Bari

26 Comuni

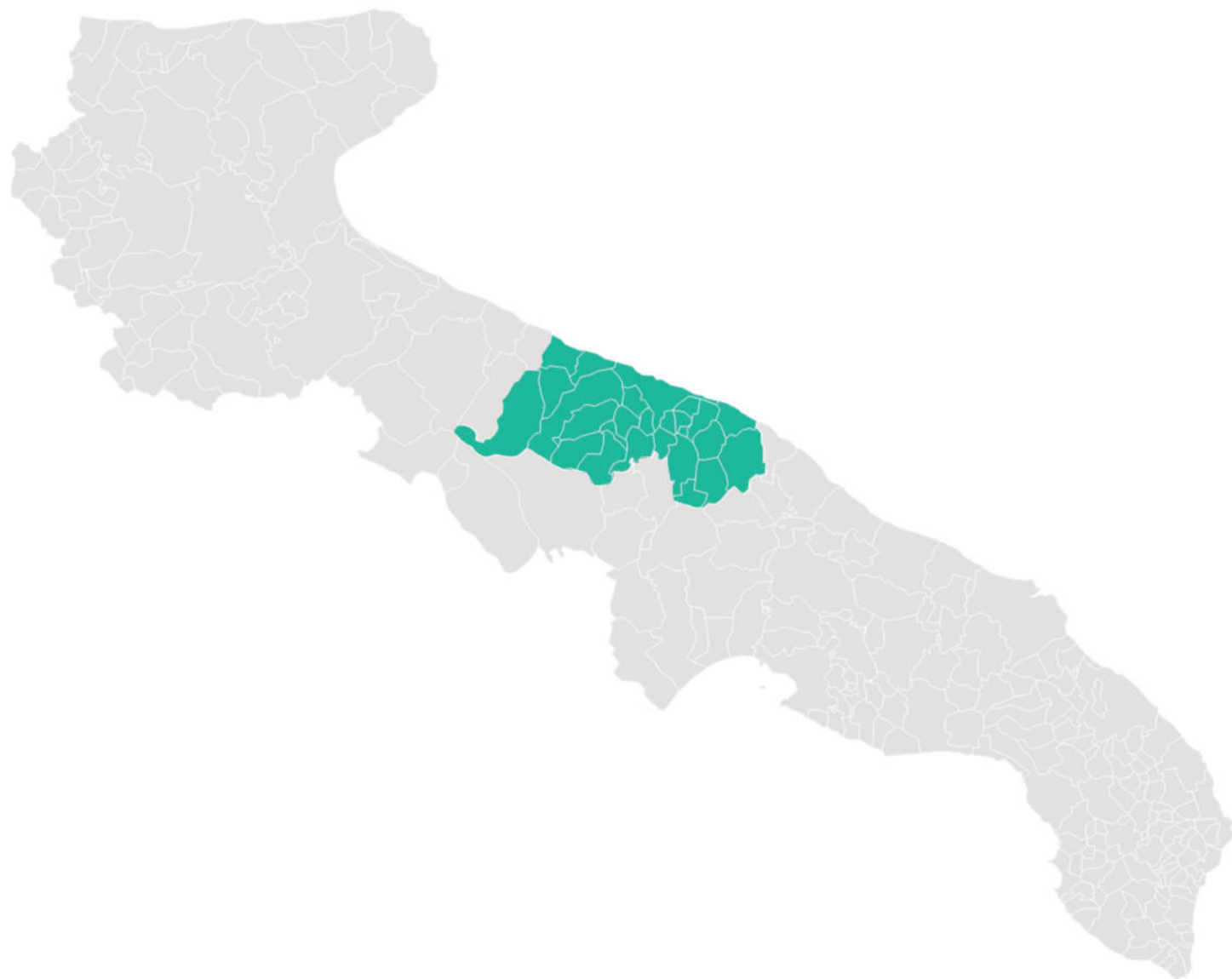
1.628 km²

820.720 abitanti

1 province (BA)

1 CCIAA (Bari)

6 GAL



POI e cammini

Bari

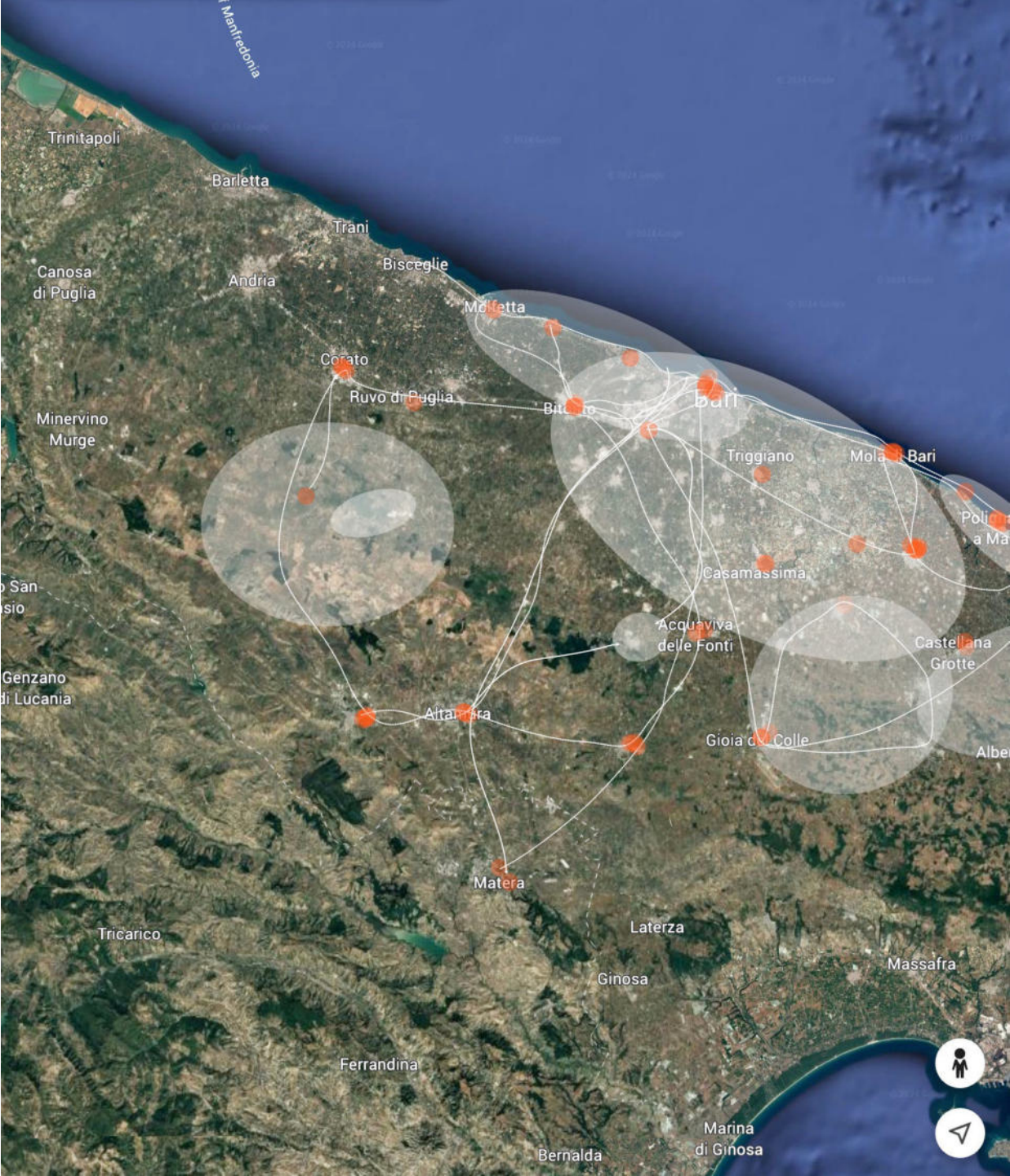
-  Cammini ready to walk - Via Traiana, Via Peuceta, Cammino di Don Tonino Bello
-  Cammini walk in progress - Via Litoranea, Via Sveva
-  Bandiera Blu
-  Parchi, riserve e oasi WWF
-  Bandiera Arancione
-  Siti UNESCO



Dati Bari

	tot. Comuni	Presenze 2023 ↓	Posti letto 2023	Gettito 2023	Comuni con imposta 2023	% presenze con imposta
Bari	26	2.051.402	30.757	2.049.348* €	2	78,9 %

* Il Comune di Bari applica l'imposta di soggiorno dalla fine del 2023. Vista la rilevanza dei flussi turistici del Comune, nei calcoli seguenti non si è tenuto conto del gettito accertato per il 2023 ma si è considerato il gettito previsionale per l'anno 2024 quale primo anno completo di applicazione dell'imposta. Nel 2023 il Comune di Bari ha rilevato un gettito pari a 194,00 €, mentre per l'anno è stato stimato un gettito prudenziale di 2 milioni di euro, già rilevato nella piattaforma SIOPE. Da fonti giornalistiche del gennaio 2024 l'ammontare dell'imposta di soggiorno del 2023 dovrebbe raggiungere i 4 milioni di euro



Culturale, religioso, rurale



Culturale

- Tour teatri: Petruzzelli, Piccinni, Margherita, Traetta (Bitonto)
- Cultura Molfetta
- Arte su tela
- Castelli
- Visitare Matera - Percorso suggerito
- Paese Azzurro – Borgo Antico Medievale

Religioso

- Da San Nicola alle chiese dell'entroterra
- Capurso Civitas Mariae San Nicola
- Basilica di San Nicola – culturale, religioso, enogastronomico e delle radici

Rurale

- Turismo caseario
- Cooking experience nella Murgia
- Sulla via dell'olio (tour tematico + degustazione)

Culturale

Ciclo di vita: poco conosciuto

Punti di forza: patrimonio artistico e culturale, tradizioni

Punti di debolezza: formazione, valorizzazione risorse, comunicazione

Religioso

Ciclo di vita: sviluppo

Punti di forza: eventi religiosi, San Nicola

Punti di debolezza: molto turismo domestico, collegamenti, prodotto da creare

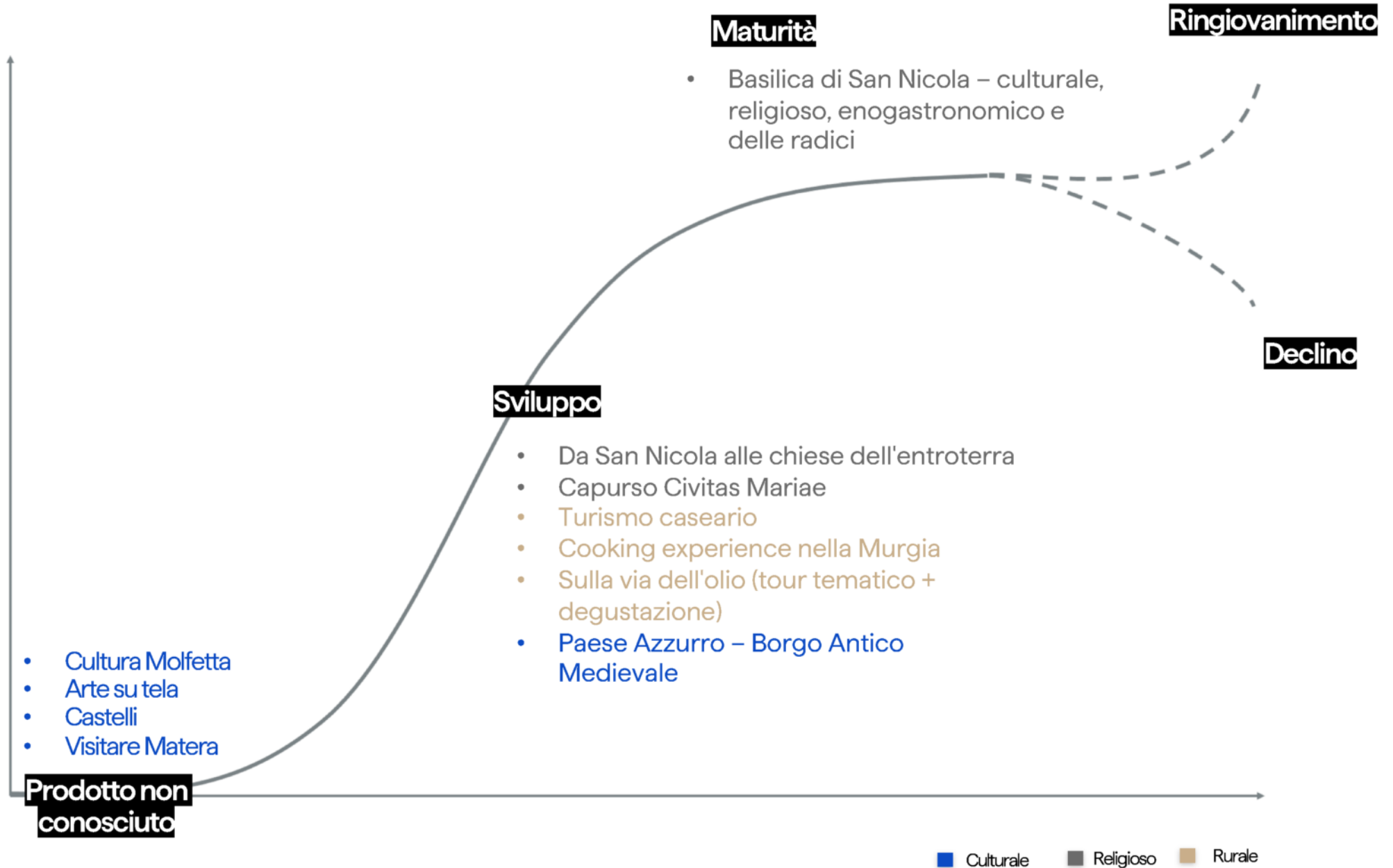
Rurale

Ciclo di vita: poco conosciuto - sviluppo

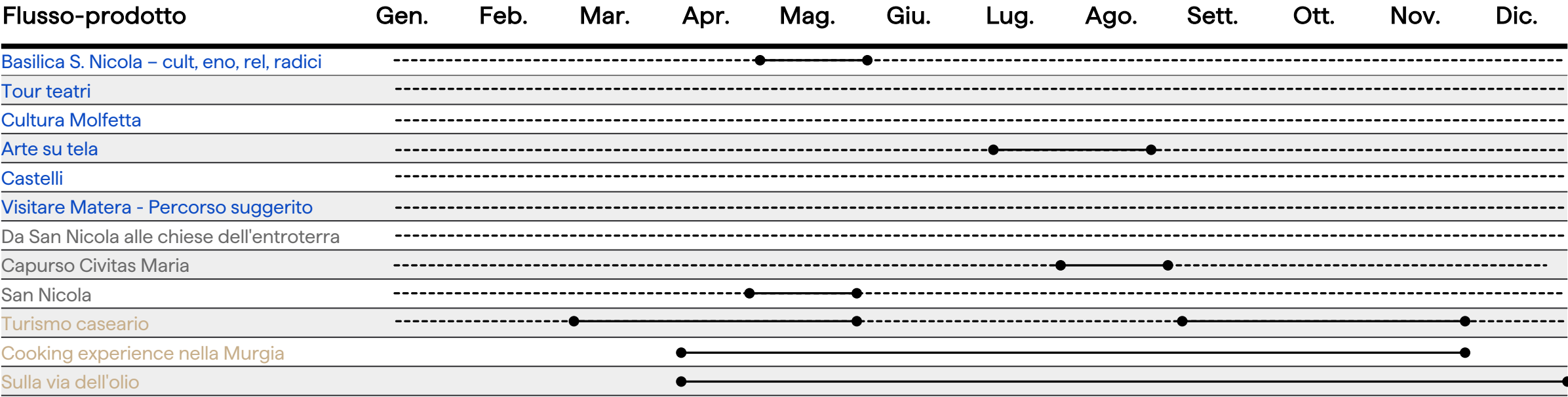
Punti di forza: prodotto, produttori, autenticità, comunicazione

Punti di debolezza: accessibilità delle informazioni, collegamenti

Il ciclo di vita dei prodotti



La stagionalità dei prodotti



In breve

Tematismi-prodotti: Prevalgono i tematismi legati alla religione e al patrimonio culturale, affiancati da un crescente interesse per l'enogastronomia e i prodotti tipici, il turismo dei borghi e delle radici. Si riscontrano inoltre alcune esperienze di turismo all'aria aperta e altre per i più giovani.

Stagionalità e ciclo di vita: nel complesso, tutti i prodotti mappati risultano essere in una fase di sviluppo e non in una fase di maturità.

Chi sono i turisti: il profilo del turista è vario a seconda del tematismo. Per il turismo religioso si riscontrano diversi stranieri per il turismo religioso, mentre per quello culturale sia italiani (anche di prossimità) che stranieri. L'età è varia, si parte dagli studenti, fino a famiglie e persone più mature.



Imposta di Soggiorno

Bari

Comune	Presenze 2023	Applicazione 2024	Gettito 2023 ↓
Bari	1.419.496	sì	2.000.000 €*
Conversano	93.075	sì	49.348 €
Giovinazzo	105.388	sì	- €
Valenzano	113.357	-	- €
Modugno	65.162	-	- €
Noicattaro	48.953	-	- €
Molfetta	41.070	-	- €
Mola di Bari	38.992	-	- €
Ruvo di Puglia	22.794	-	- €
Capurso	21.466	-	- €
Bitonto	19.660	-	- €
Rutigliano	14.270	-	- €
Turi	7.835	-	- €

Comune	Presenze 2023	Applicazione 2024	Gettito 2023 ↓
Palo del Colle	7.185	-	- €
Sammichele di Bari	6.883	-	- €
Casamassima	6.011	-	- €
Terlizzi	4.728	-	- €
Sannicandro di Bari	3.723	-	- €
Bitetto	3.079	-	- €
Bitritto	2.391	-	- €
Triggiano	1.663	-	- €
Grumo Appula	1.575	-	- €
Toritto	1.287	-	- €
Adelfia	1.235	-	- €
Cellamare	124	-	- €
Binetto	-	-	- €

* Il Comune di Bari applica l'imposta di soggiorno dalla fine del 2023. Vista la rilevanza dei flussi turistici del Comune, nei calcoli seguenti non si è tenuto conto del gettito accertato per il 2023 ma si è considerato il gettito previsionale per l'anno 2024 quale primo anno completo di applicazione dell'imposta. Nel 2023 il Comune di Bari ha rilevato un gettito pari a 194,00 €, mentre per l'anno è stato stimato un gettito prudenziale di 2 milioni di euro, già rilevato nella piattaforma SIOPE. Da fonti giornalistiche del gennaio 2024 l'ammontare dell'imposta di soggiorno del 2023 dovrebbe raggiungere i 4 milioni di euro

Riflessioni

Bari

L'analisi delle performance turistiche evidenzia una netta concentrazione di arrivi e presenze **nel Comune di Bari, che da solo rappresenta oltre il 69% delle presenze turistiche del sotto-ambito**. Bari si distingue per un'elevata capacità ricettiva e una solida attrattività come destinazione autonoma, grazie al suo ruolo di capoluogo di provincia e di regione. La città è anche un hub strategico, ben collegato a livello nazionale e internazionale, e beneficia di prodotti consolidati come il turismo congressuale, oltre al dinamismo generato dall'Università.

Bari possiede inoltre una **capacità economica tale da poter sostenere una propria DMO**: oltre al potenziale gettito derivante da una quota dell'imposta di soggiorno, il contributo di Regione e le ulteriori risorse dalla Camera di Commercio di Bari consentirebbero la creazione di una DMO dedicata all'ambito di riferimento.

I dati relativi ai **flussi turistici** indicano una

significativa interconnessione con i sotto-ambiti confinanti fino ad arrivare a Matera. I visitatori tendono a spostarsi frequentemente tra le aree, suggerendo l'opportunità di un coordinamento tra gli attori della governance turistica per valorizzare e gestire i flussi e i prodotti turistici in modo integrato.

Un altro prodotto con una crescente rilevanza a livello regionale è quello relativo ai **cammini**. Vista la natura del prodotto (spesso parte di percorsi molto lunghi e fruito da turisti che fanno dello spostamento l'essenza stessa della loro vacanza) è auspicabile una gestione coordinata tra i sotto-ambiti per amplificarne la promozione e gestire al meglio la pianificazione del prodotto cammini.

Riflessioni

Bari

La **struttura istituzionale** di questo ambito, composta da una provincia, la Camera di Commercio di Bari, sei GAL e 26 comuni, offre una base solida per una governance unitaria. Tuttavia, la pluralità di attori richiede un coordinamento efficace per valorizzare le sinergie e rispondere alle esigenze dell'area. Una gestione organizzativa chiara, capace di bilanciare specificità locali e visione strategica, consentirebbe di sfruttare al meglio il potenziale del sistema

Punti di forza e debolezza rispetto a questo ambito di governance

Punti di forza

- Forte attrattività del capoluogo e ruolo di hub ricettivo.
- 1 sola CCIAA in grado di supportare una governance unitaria.
- Prodotti turistici differenziati e complementari (culturale, outdoor e storico) in fase di sviluppo.

Punti di debolezza

- Elevata dipendenza dalle risorse generate dal Comune di Bari per garantire la sostenibilità economica complessiva.
- Rischio frammentarietà della governance di prodotto su alcuni flussi turistici (es. cammini) che può compromettere l'efficacia della loro gestione → cruciale ruolo coordinamento Puglia Promozione

3. Puglia Imperiale e Alta Murgia

Anagrafica

Puglia Imperiale e Alta Murgia

18 Comuni

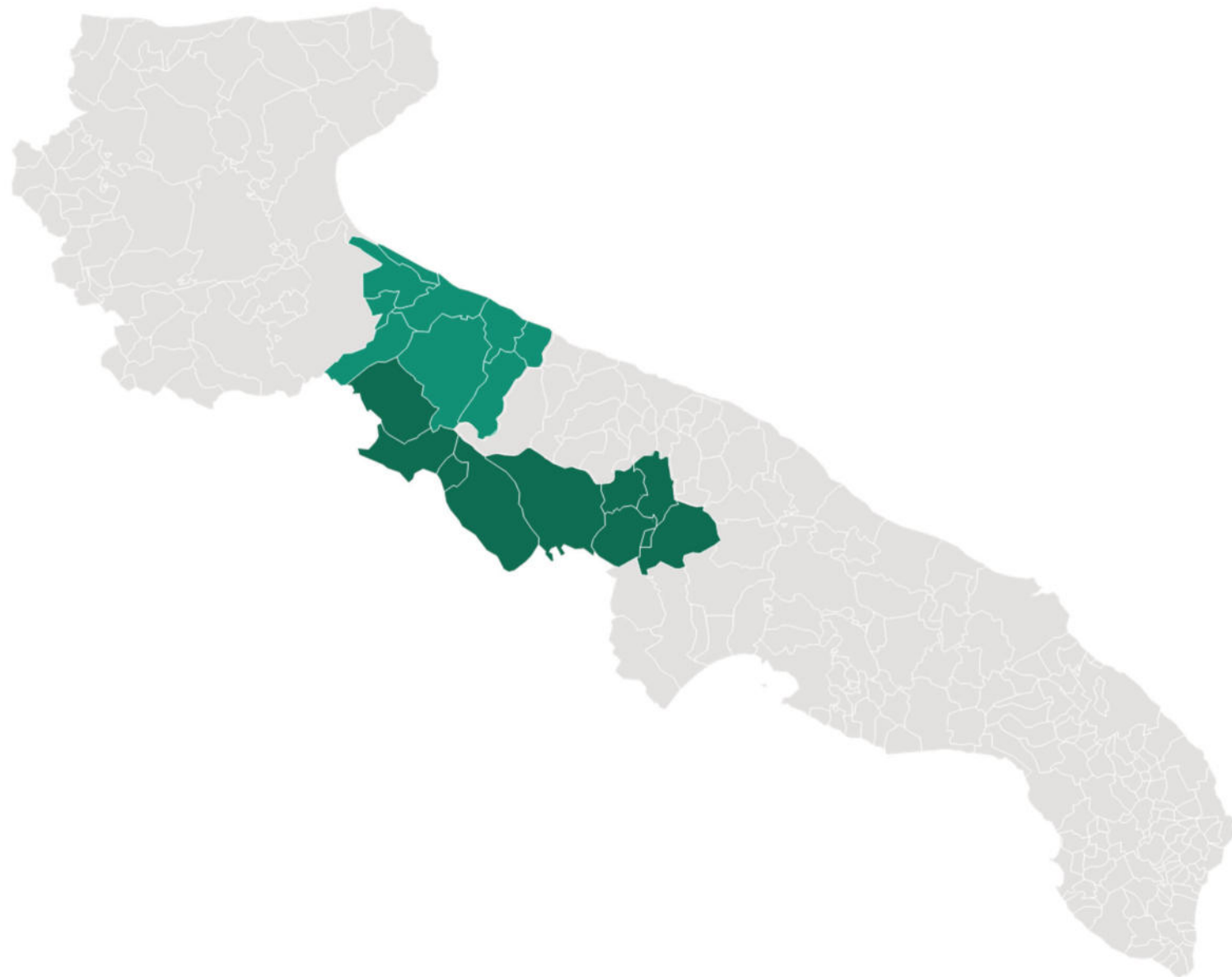
3.148 km²

625.751 abitanti

2 province (BA, BAT)

1 CCIAA (Bari)

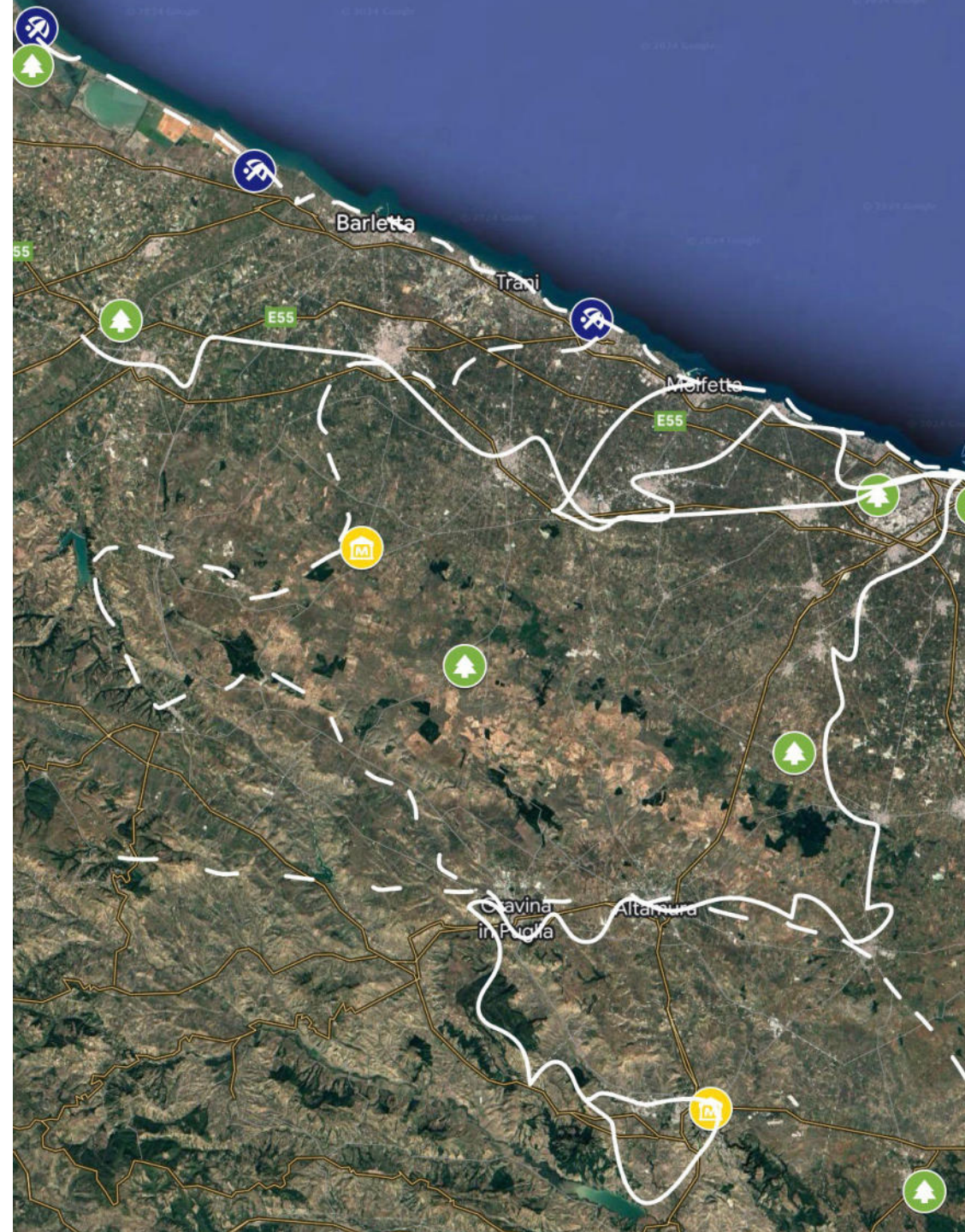
7 GAL



POI e cammini

Puglia Imperiale e Alta Murgia

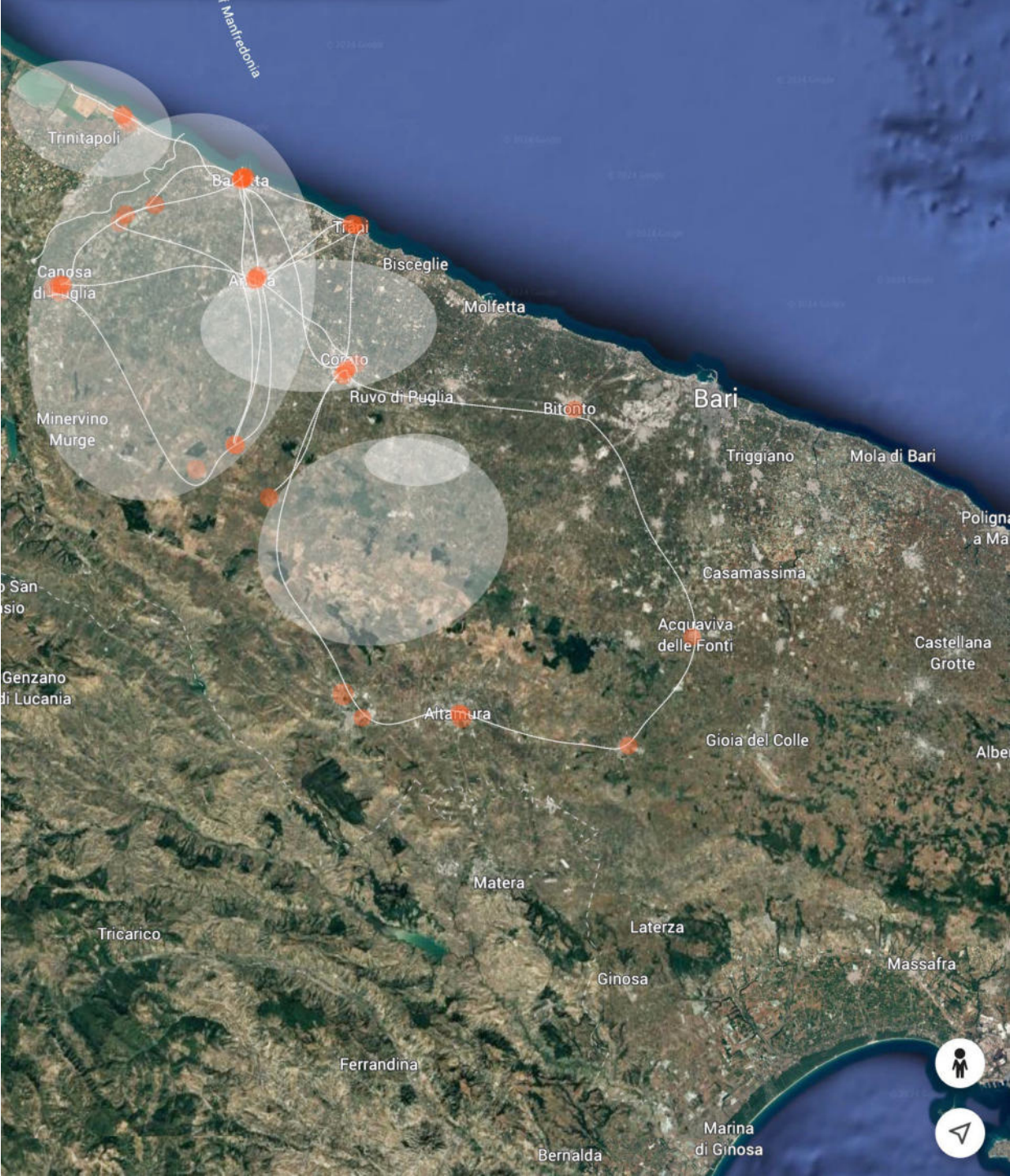
-  Cammini ready to walk - Via Traiana, Via Peuceta, Cammino di Don Tonino Bello
-  Cammini walk in progress - Via Litoranea, Via Sveva
-  Bandiera Blu
-  Parchi, riserve e oasi WWF
-  Bandiera Arancione
-  Siti UNESCO



Dati

Puglia Imperiale e Alta Murgia

	tot. Comuni	Presenze 2023 ↓	Posti letto 2023	Gettito 2023	Comuni con imposta 2023	% presenze con imposta
Puglia Imperiale	9	487.948	13.434	7.515 €	1	11,0%
Alta Murgia	9	134.353	4.726	0,00 €	0	0%
	18	621.701	18.160	7.515 €	1	8.6%



Culturale, eventi, feste, sagre, cammini & escursionismo



Culturale

- Patrimonio Unesco Castel Monte
- De Nittis
- Percorso federiciano
- Tour di Barletta con visita a Canne della Battaglia e Castel del Monte
- "Costa Sveva": cultura ed enogastronomia, esperienza attiva legato alla figura di Federico II

Eventi, feste, sagre

- Percorso culturale (festival concerto corale day annuale di gemellaggio)
- Strascinando sotto le stelle
- Di passaggio festività tour castelli tango (festival)

Cammini & escursionismo

- Via Francigena del Sud
- Cammino di Guglielmo
- Trekking Cicloturismo Murgia
- Slow Murgia

Culturale

Ciclo di vita: sviluppo

Punti di forza: ricchezza patrimonio, orari di apertura, accoglienza

Punti di debolezza: info-point, informazioni disponibili, servizi alla fruizione, collegamenti

Eventi, feste, sagre

Ciclo di vita: sviluppo

Punti di forza: capacità organizzativa, qualità eventi

Punti di debolezza: sostegno pubblico, collegamenti, durata dell'evento

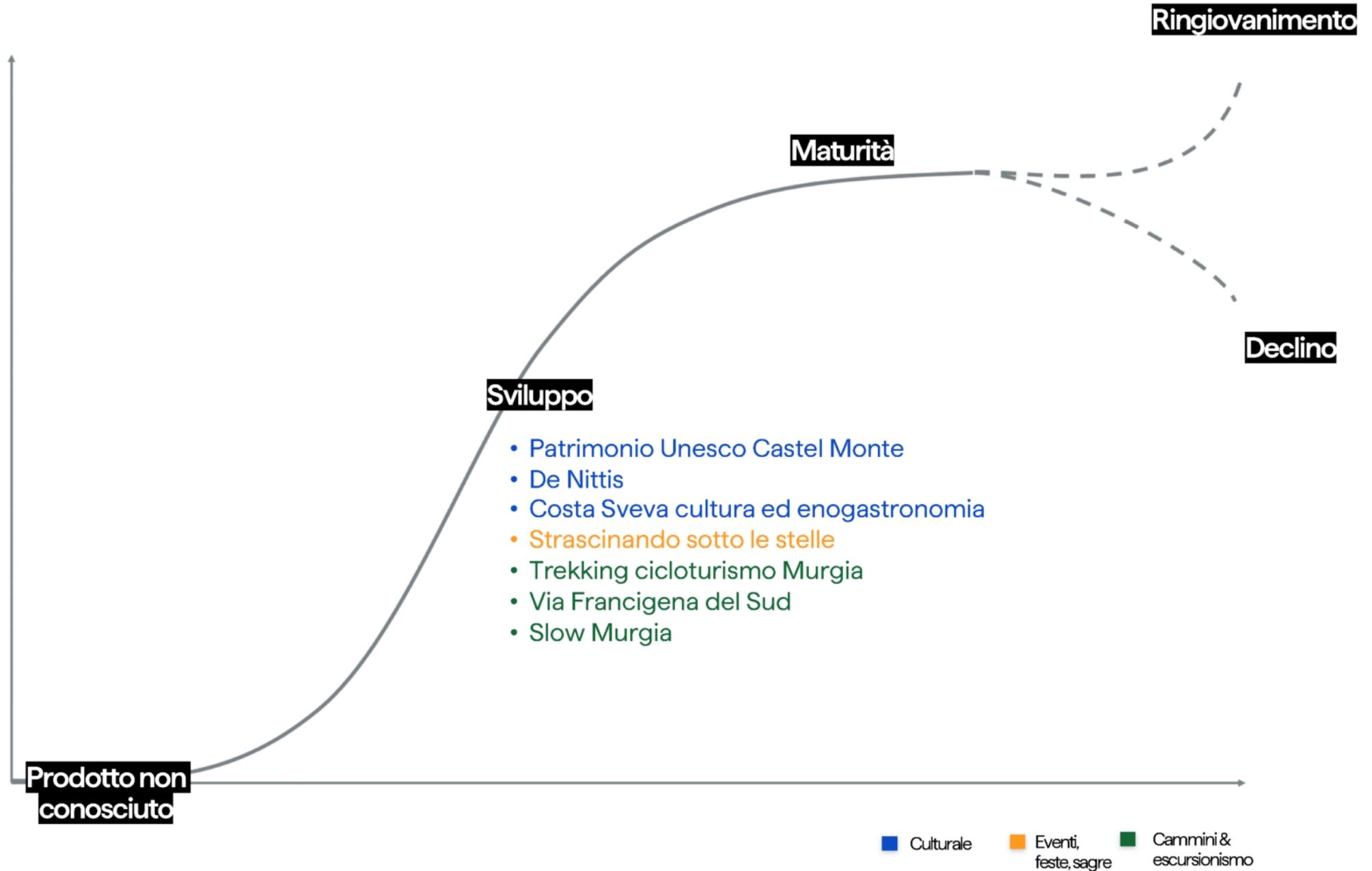
Cammini & escursionismo

Ciclo di vita: sviluppo

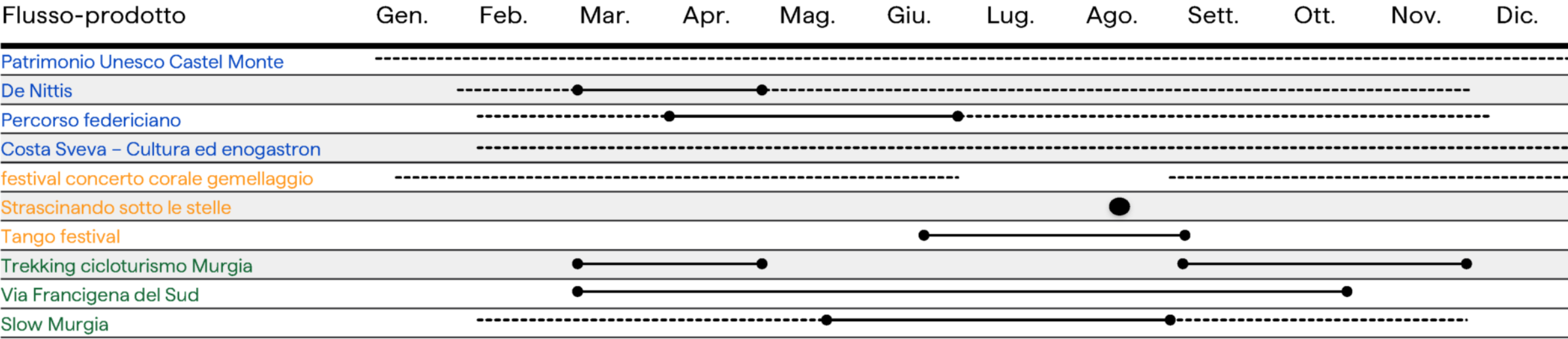
Punti di forza: non esplicitato

Punti di debolezza: infrastrutture, segnaletica, capacità di accogliere, sicurezza, rete tra operatori

Il ciclo di vita dei prodotti



La stagionalità dei prodotti



In breve

Tematismi-prodotti: L'elemento culturale rappresenta l'aspetto predominante di questo territorio, a cui si affianca il turismo legato ai cammini e all'escursionismo. Si registra inoltre un interesse per l'enogastronomia, gli eventi, le sagre e le feste locali, e infine, per il turismo balneare.

Stagionalità e ciclo di vita: il turismo balneare, concentrato nei mesi estivi, risulta essere quello più maturo, mentre i restanti tematismi hanno ancora ampio margine di crescita e una diffusione più ampia nel corso dei diversi mesi dell'anno.

Chi sono i turisti: I turisti sono sia italiani che stranieri, in viaggio individuale o organizzato, e appartengono a fasce d'età diverse, dalle scolaresche ai gruppi di senior. Particolarmente interessanti sono i target di pellegrini e di coristi per gli eventi musicali a loro dedicati.



Imposta di Soggiorno

Puglia Imperiale e Alta Murgia

Comune	Presenze 2023	Applicazione 2024	Gettito 2023 ↓
Margherita di Savoia	53.776	sì	7.515 €
Trani	145.839	-	- €
Bisceglie	89.519	-	- €
Barletta	86.023	-	- €
Andria	46.655	-	- €
Gioia del Colle	43.972	-	- €
Corato	43.275	-	- €
Altamura	41.451	-	- €
Gravina in Puglia	15.769	-	- €
Santeramo in Colle	14.803	-	- €
Canosa di Puglia	13.389	-	- €
Cassano delle Murge	9.245	-	- €
Acquaviva delle Fonti	8.408	-	- €
Trinitapoli	5.400	-	- €
San Ferdinando di Puglia	3.472	-	- €
Minervino Murge	418	-	- €
Spinazzola	232	-	- €
Poggiorsini	55	-	- €

Riflessioni

Puglia Imperiale e Alta Murgia

L'analisi delle **performance turistiche** evidenzia dei numeri limitati in termini assoluti (622 mila presenze) nonostante la Puglia Imperiale/Costa Siveva abbia prodotti consolidati e un brand già avviato. A un potenziale turistico evidentemente ancora in parte inespresso si aggiunge una scarsa applicazione dell'imposta di soggiorno (1 comune su 18) con introiti ad oggi poco rilevanti (7,5 mila euro).

Pertanto la **capacità economica tale da poter sostenere una propria DMO** è un elemento critico. A una più capillare applicazione dell'imposta di soggiorno andrebbe ipotizzato un contributo da Regione Puglia e ulteriori risorse dalla Camera di Commercio di Bari.

Motivazioni legate ai flussi e al prodotto turistico

I dati relativi ai flussi turistici indicano una significativa interconnessione tra i due sotto-ambiti. **I visitatori tendono a spostarsi frequentemente tra le aree**, suggerendo l'opportunità di un sistema di governance unitaria che valorizzi e gestisca i flussi e i prodotti turistici in modo

integrato. In particolare, l'Alta Murgia si trova in una posizione strategica rispetto a Puglia Imperiale/Costa Siveva, con flussi che arrivano e proseguono poi verso Matera. Si segnalano flussi importanti anche dall'area di Bari verso l'Alta Murgia. L'Alta Murgia difatti è una destinazione di forti flussi di interscambio con altri territori e per tale ragione potrebbe decidere di aggregarsi anche ad altri ambiti di governance.

Un altro elemento fondamentale è rappresentato dal **prodotto cammini**. Nei due sotto-ambiti insistono 3 cammini, in parte condivisi con l'area di Bari, rendendo quest'area, insieme al Salento, una delle più ricche a livello regionale in termini di percorsi strutturati. Data la crescente rilevanza dei cammini come prodotto turistico strategico per la Puglia, è auspicabile coordinare le attività tra le DMO nella pianificazione e la promozione del prodotto cammini.

Riflessioni

Puglia Imperiale e Alta Murgia

Struttura istituzionale e coordinamento

La configurazione istituzionale di questo ambito, composta da 2 Province, 1 Camera di Commercio (Bari) e 7 GAL (Gruppi di Azione Locale), offre una base solida per sviluppare una governance unitaria ed efficiente. Tuttavia, la presenza di una **pluralità di attori** territoriali (oltre ai soggetti citati sopra si dovrebbero aggiungere i **18 comuni**) richiederebbe un coordinamento accurato per garantire il funzionamento ottimale del sistema. Pur non rappresentando una complessità insormontabile, la gestione richiederebbe attenzione e una struttura organizzativa chiara, capace di valorizzare le sinergie tra le diverse componenti e di rispondere in modo adeguato alle esigenze dell'intero ambito. Questo approccio permetterebbe di sfruttare appieno le potenzialità offerte dal sistema istituzionale, bilanciando le specificità locali e promuovendo una visione strategica condivisa.

Punti di forza e debolezza rispetto a questo ambito di governance

Punti di forza

- Forte complementarità tra i prodotti turistici offerti dai due sotto-ambiti (culturale, outdoor e storico).
- 1 sola CCIAA in grado di supportare una governance unitaria.
- Sviluppo di un sistema coordinato per migliorare la mobilità e l'integrazione dei flussi turistici.

Punti di debolezza

- Le limitate risorse economiche derivanti dall'imposta di soggiorno di Puglia Imperiale/Costa Siveva e Alta Murgia rendono incerta la sostenibilità economica della DMO, che dovrebbe trovare altre fonti di finanziamento (anche attraverso la gestione di alcuni servizi/infrastrutture).

Sotto-ambiti simili a confronto

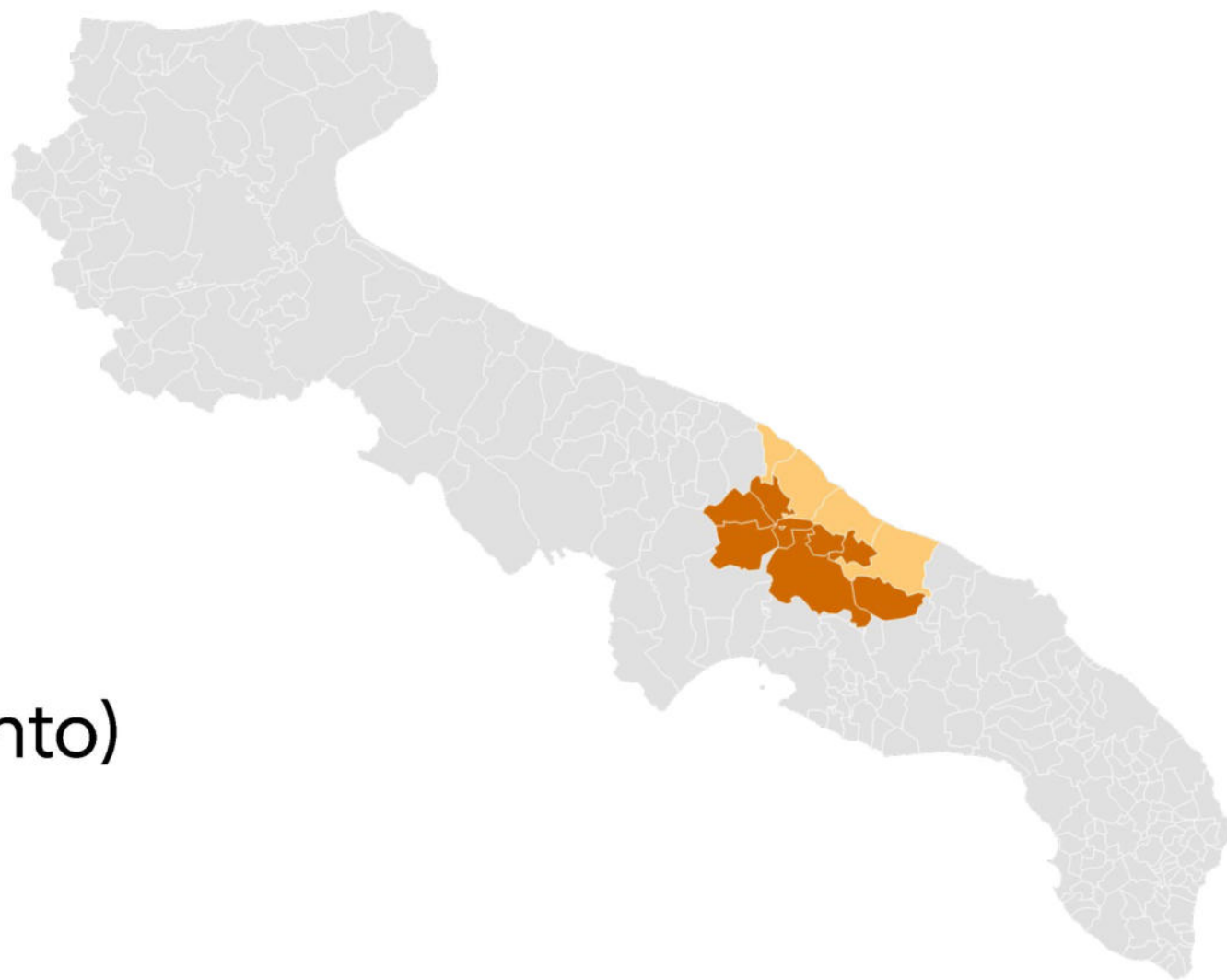
	tot. Comuni	Presenze 2023 ↓	PL 2023	Gettito 2023	Comuni con imposta 2023	% presenze con imposta	Tasso di occupazione	Tasso di ricettività	Densità ricettiva	Densità turistica	Pressione turistica
							rispetto alla ricettività potenziale su 150gg	n° posti letto ogni 1000 abitanti	n° posti letto per km2	n° di turisti per chilometro quadrato	n° di presenze ogni 100 abitanti
Valle d'Itria	8	839.000	22.270	704.949 €	3	87,7%	25,1%	135,5	24,9	937,1	1,4
Terra delle Gravine	7	509.807	9.512	530.809 €	2	89,0%	35,7%	77,3	9,1	486,6	1,13
Puglia Imperiale	9	487.348	13.434	7.515 €	1	11,0%	24,2%	32,7	10,6	383,4	0,32
Terre del Primitivo	8	213.266	10.228	54.801 €	2	71,1%	13,9%	121,8	22,1	460,3	0,7

4. Costa dei Trulli e Valle d'Itria

Anagrafica
Costa dei Trulli e Valle d'Itria

12 Comuni
1.475 km²
298.386 abitanti

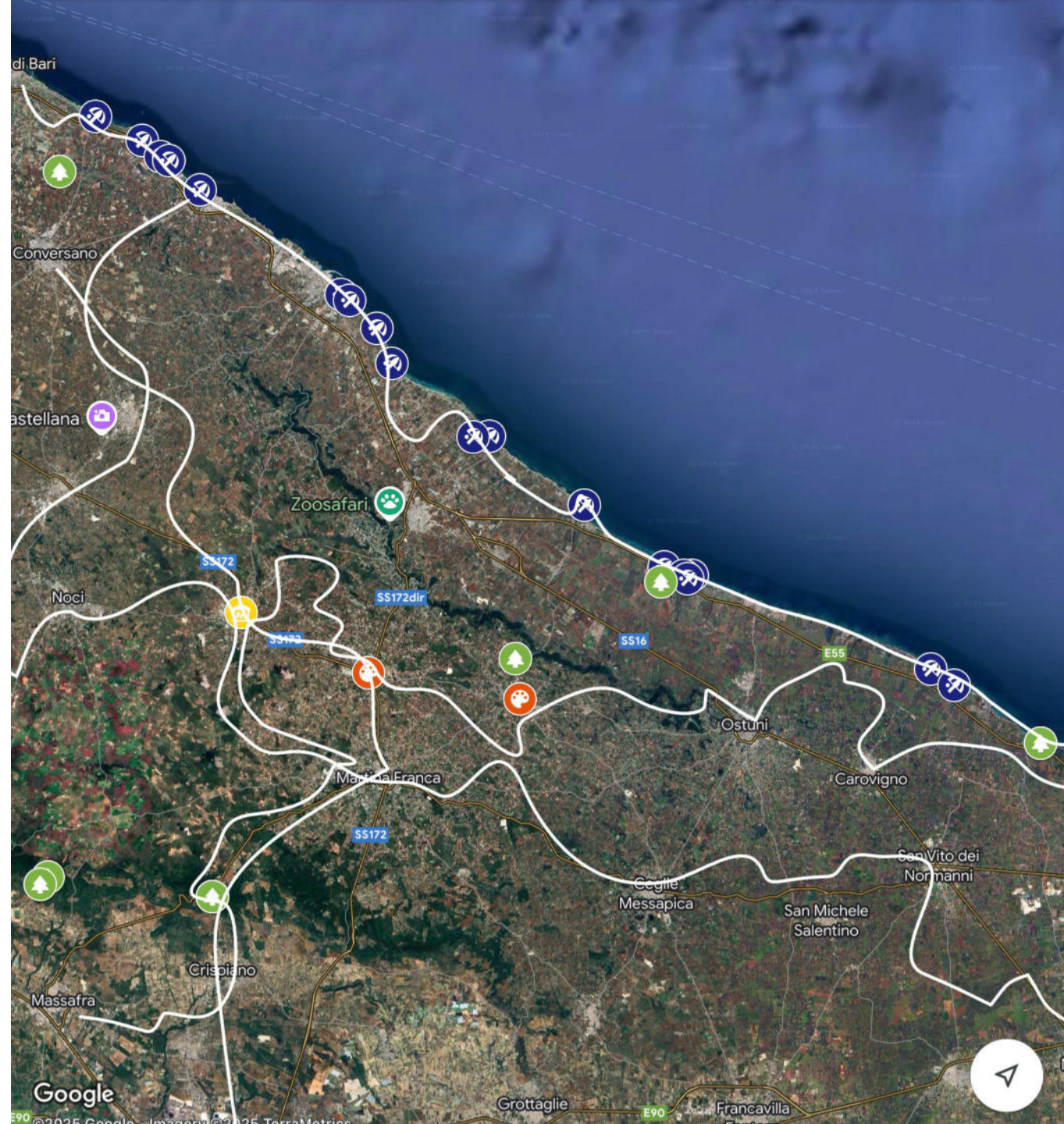
3 province (BA, BR, TA)
2 CCIAA (Bari, Brindisi-Taranto)
3 GAL



POI, cammini e flussi

Costa dei Trulli e Valle d'Itria

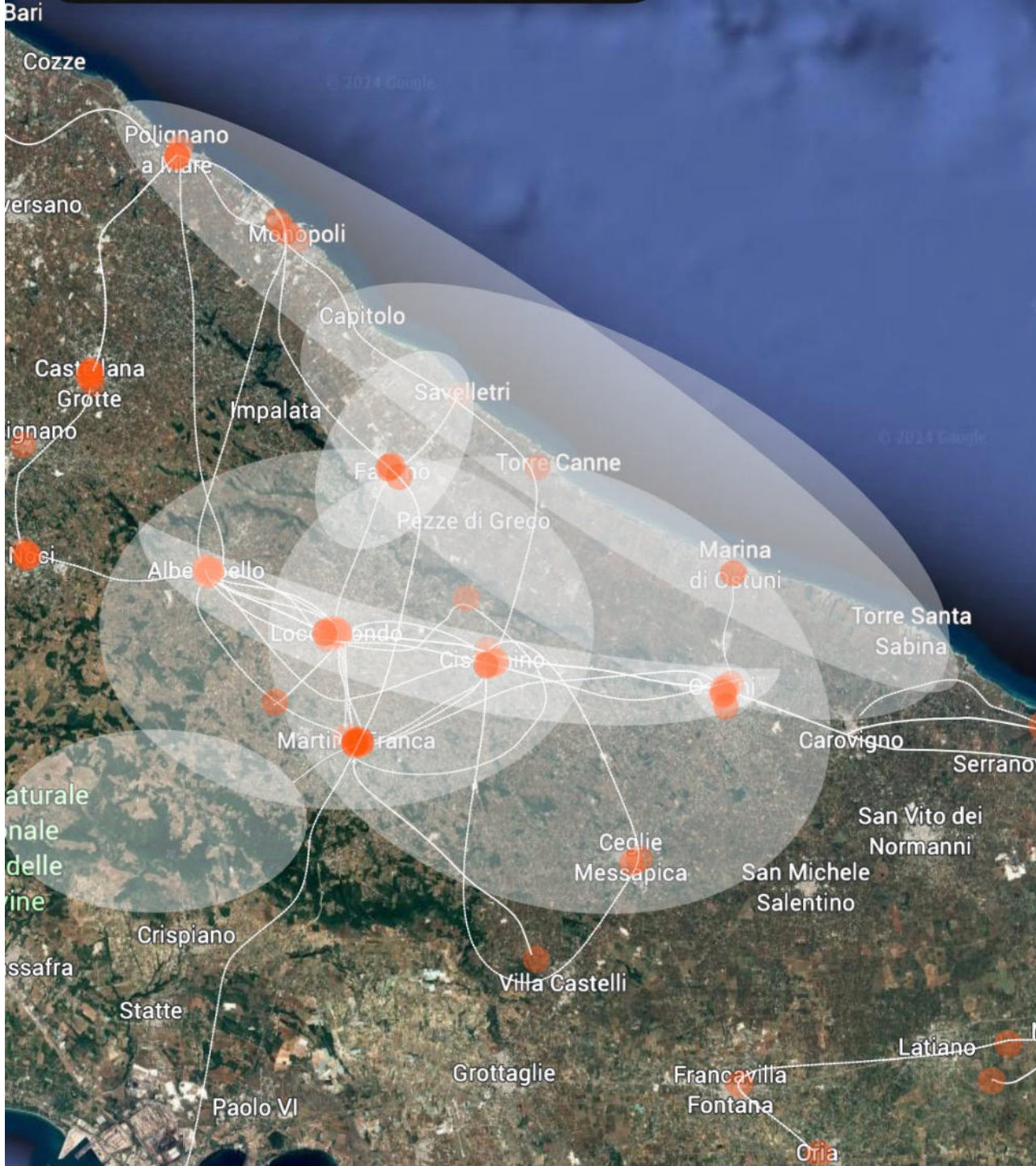
-  Cammini ready to walk – Via Traiana, Via Ellenica, Rotta dei Due Mari, Cammino di Don Tonino Bello
-  Cammini walk in progress
-  Bandiera Blu
-  Parchi, riserve e oasi WWF
-  Bandiera Arancione
-  Siti UNESCO



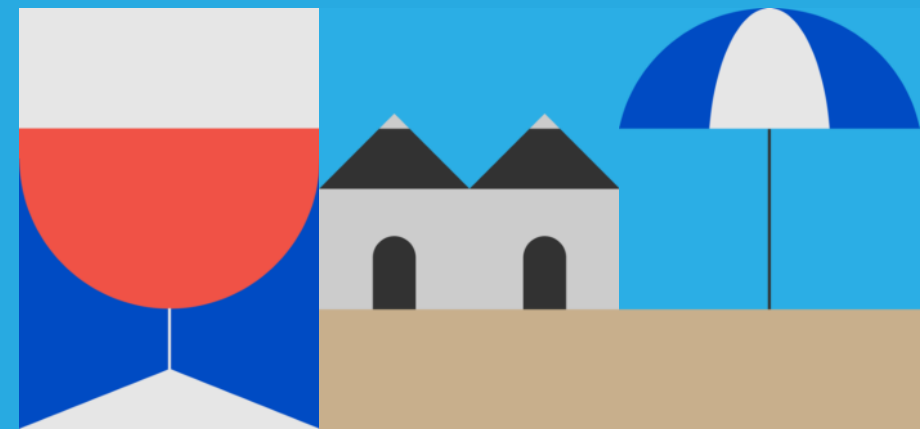
Dati

Costa dei Trulli e Valle d'Itria

	tot. Comuni	Presenze 2023 ↓	Posti letto 2023	Gettito 2023	Comuni con imposta 2023	% presenze con imposta
Costa dei Trulli	4	2.489.489	55.394	3.707.186 €	4	100%
Valle d'Itria	8	839.000	22.270	704.949 €	3	87,7%
	12	3.328.489	77.664	4.412.134 €	7	96,9%



Enogastronomia, borghi & cultura, balneare



Enogastro nomia

- Sapori e saperi
- Evo tour
- Enogastronomico
- Percorsi enologici
- Vini e borghi
- Città bianca e oil tasting
- Monopoli e cooking class

Borghi & cultura

- Barocco e borghi Valle d'Itria
- Trulli e masserie
- Borghi storici anche verso Matera
- Borghi ed eventi culturali (concerti mostre)
- Masserie e borghi
- Borghi, arte e tradizioni
- Alberobello

Balneare

- Balneare e relax in spiaggia
- Balneare e visite ai borghi

Enogastro nomia

Ciclo di vita: maturità

Punti di forza: qualità dei prodotti, servizi offerti

Punti di debolezza:
aperture in bassa stagione, collegamenti, prezzi elevati

Borghi & cultura

Ciclo di vita:
sviluppo/maturità

Punti di forza: offerta variegata, accoglienza, preparazione

Punti di debolezza:
collegamenti, sinergia e coordinamento, pulizia

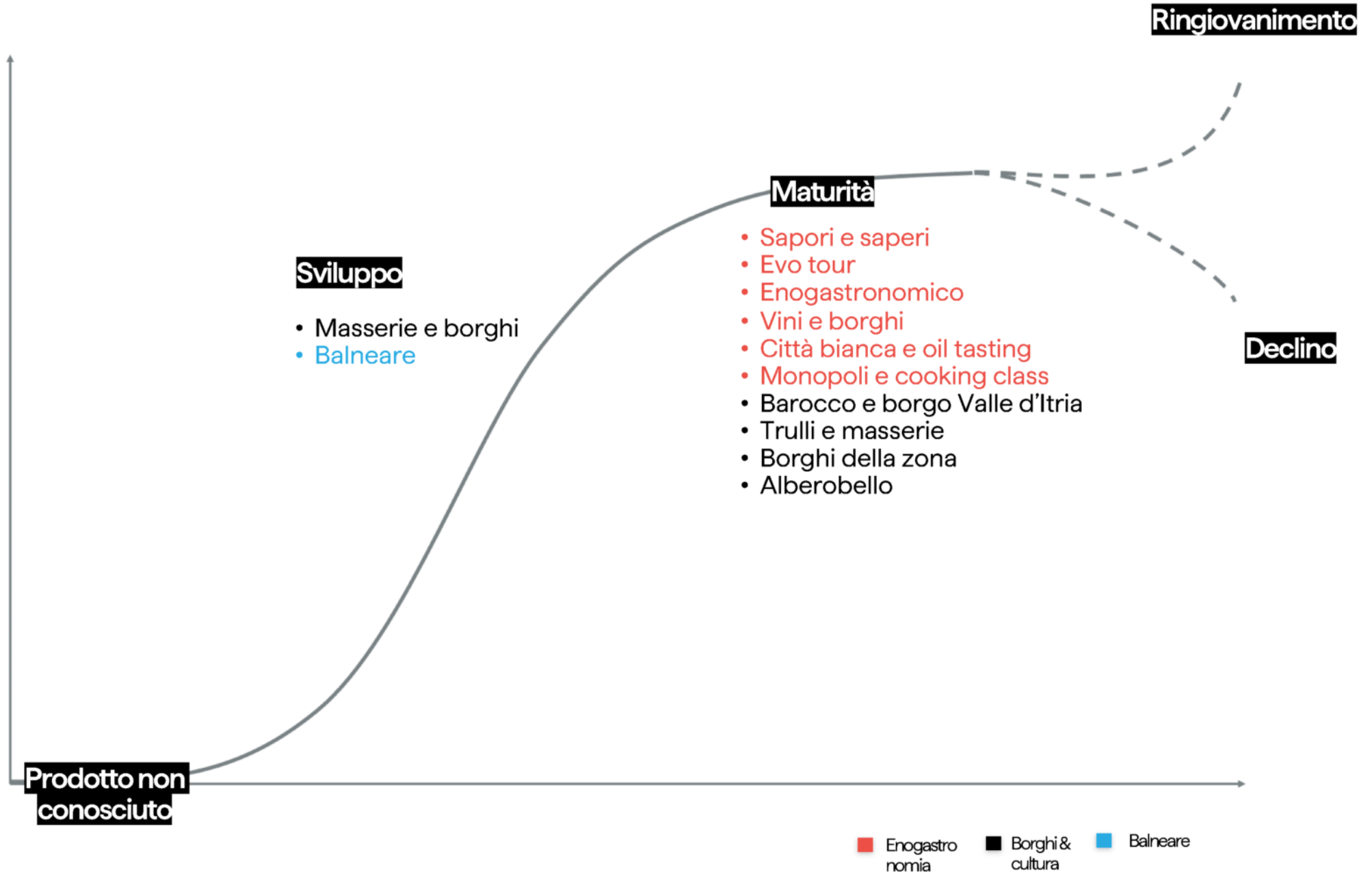
Balneare

Ciclo di vita: sviluppo

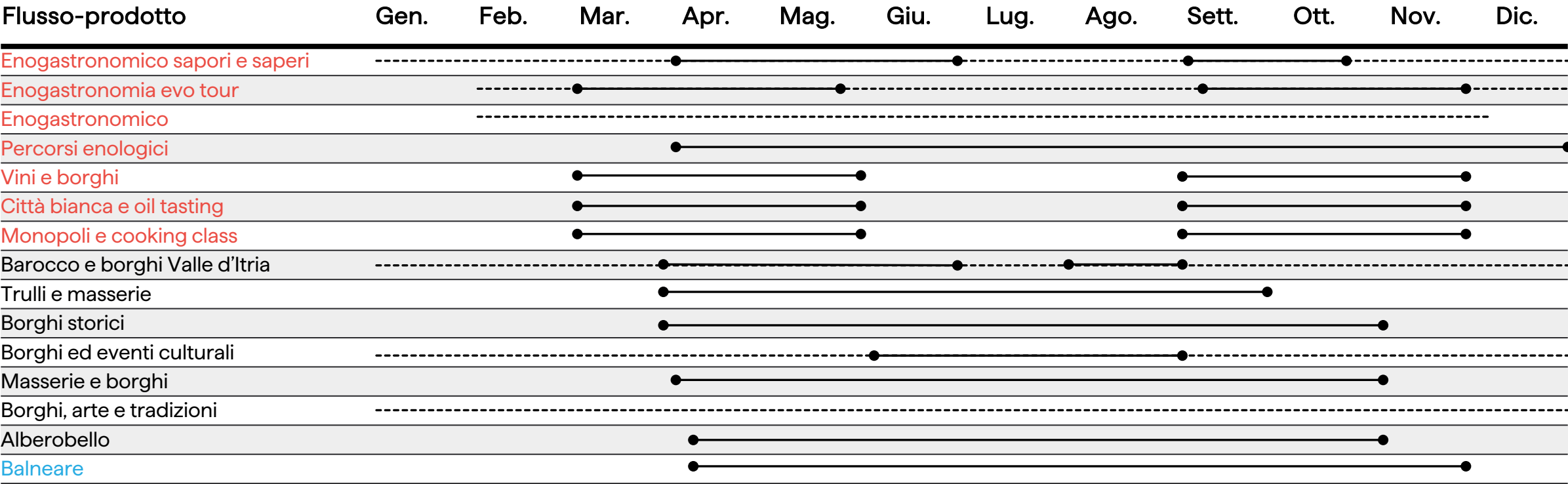
Punti di forza: clima, bandiere blu, stabilimenti e trattorie

Punti di debolezza:
aperture limitate, prezzi elevati, collegamenti

Il ciclo di vita dei prodotti



La stagionalità dei prodotti



In breve

Tematismi-prodotti: i flussi turistici evidenziano un'offerta estremamente variegata. In primo piano emerge il turismo culturale e dei borghi, seguito dal forte interesse per l'enogastronomia locale. A questi si aggiungono il cicloturismo, l'escursionismo, gli eventi e le feste locali, i matrimoni e altre proposte di nicchia.

Stagionalità e ciclo di vita: il turismo enogastronomico e dei borghi – già slegati alla tradizionale alta stagione estiva – appaiono come quelli più maturi, insieme ai flussi balneari. In fase di crescita e sviluppo vi sono tutti i prodotti legati al turismo outdoor.

Chi sono i turisti: il turista balneare, italiano o straniero, è tendenzialmente medio-spendente,. Diversamente, il turista culturale ed enogastronomico, molto spesso straniero e in piccoli gruppi, è invece di target medio-alto. Quanto al turismo all'aria aperta, spesso si tratta di stranieri amanti della natura.



Imposta di Soggiorno

Costa dei Trulli e Valle d'Itria

Comune	Presenze 2023	Applicazione 2024	Gettito 2023 ↓
Fasano	721.325	sì	1.514.688 €
Polignano a Mare	431.859	sì	821.202 €
Monopoli	698.640	sì	748.550 €
Ostuni	637.665	sì	622.746 €
Alberobello	298.361	sì	446.635 €
Martina Franca	163.672	sì	139.745 €
Castellana Grotte	93.210	sì	118.568 €
Locorotondo	95.729	sì	- €
Cisternino	85.090	sì	- €
Ceglie Messapica	46.224	-	- €
Noci	34.651	-	- €
Putignano	22.063	-	- €

Riflessioni

Costa dei Trulli e Valle d'Itria

Costa dei Trulli e Valle d'Itria rappresentano due ambiti con **performance turistiche solide**, caratterizzate da **un elevato numero di presenze e da una significativa capacità di applicazione dell'imposta di soggiorno**. Questi dati evidenziano il forte posizionamento del territorio e la sua capacità di attrarre visitatori: la Costa dei Trulli vanta una presenza consolidata sul mercato, mentre la Valle d'Itria si trova in una fase di forte sviluppo, con un crescente interesse sia a livello nazionale che internazionale.

Complementarità dei prodotti turistici

I prodotti turistici dei due ambiti sono altamente complementari e si integrano in modo naturale, creando un'offerta diversificata e attrattiva che spazia dalla costa all'entroterra. I flussi turistici rilevati confermano un'interazione significativa tra le due aree, con visitatori che tendono a spostarsi facilmente tra Costa dei Trulli e Valle d'Itria. Questo dialogo

naturale tra i prodotti dei due ambiti rafforza l'opportunità di una governance unitaria, che potrebbe valorizzare al massimo le sinergie esistenti e offrire esperienze turistiche più integrate.

Sostenibilità economica e finanziaria

L'imposta di soggiorno, combinata con il contributo delle due Camere di Commercio coinvolte (Bari e Brindisi-Taranto), garantirebbe **un finanziamento solido e sostenibile per la DMO**. Questa sarebbe **l'unica DMO della regione supportata da due Camere di Commercio diverse**, un elemento distintivo che rappresenta un'opportunità unica. Inoltre, la DMO potrebbe contare su risorse significative già nella fase di start-up, allineandosi al posizionamento medio-alto che il territorio ha costruito nel tempo.

Riflessioni

Costa dei Trulli e Valle d'Itria

Facilità di gestione

Pur essendo al centro di tre province e nell'ambito di due Camere di Commercio, dal punto di vista organizzativo, l'integrazione di Costa dei Trulli e Valle d'Itria in un'unica DMO risulterebbe gestibile grazie al numero limitato di **comuni coinvolti (12 in totale)**.

Questi comuni mostrano già una predisposizione mentale alla cooperazione e all'integrazione, elemento che facilita il processo di governance e gestione condivisa.

Punti di forza e debolezza rispetto a questa ipotesi di governance

Punti di forza

- Complementarità dei prodotti turistici: che uniscono costa ed entroterra, con flussi naturali tra le due aree.
- Solida base economica: gettito dell'imposta di soggiorno e contributo di due Camere di Commercio, garantendo sostenibilità economica e finanziaria.
- Posizionamento medio-alto: entrambe le aree sono riconosciute per la qualità delle esperienze turistiche offerte.
- Facilità di gestione: numero limitato di comuni (12), già orientati alla collaborazione.

Punti di debolezza

- Presenza di tre province e conseguentemente di un numero maggiore di strutture istituzionali da coinvolgere.

5. Taranto, Terre delle Gravine e del Primitivo

Anagrafica

Taranto, Terre delle Gravine e del Primitivo

28 Comuni

2.168 km²

506.652 abitanti

1 provincia (TA)

1 CCIAA (Brindisi-Taranto)

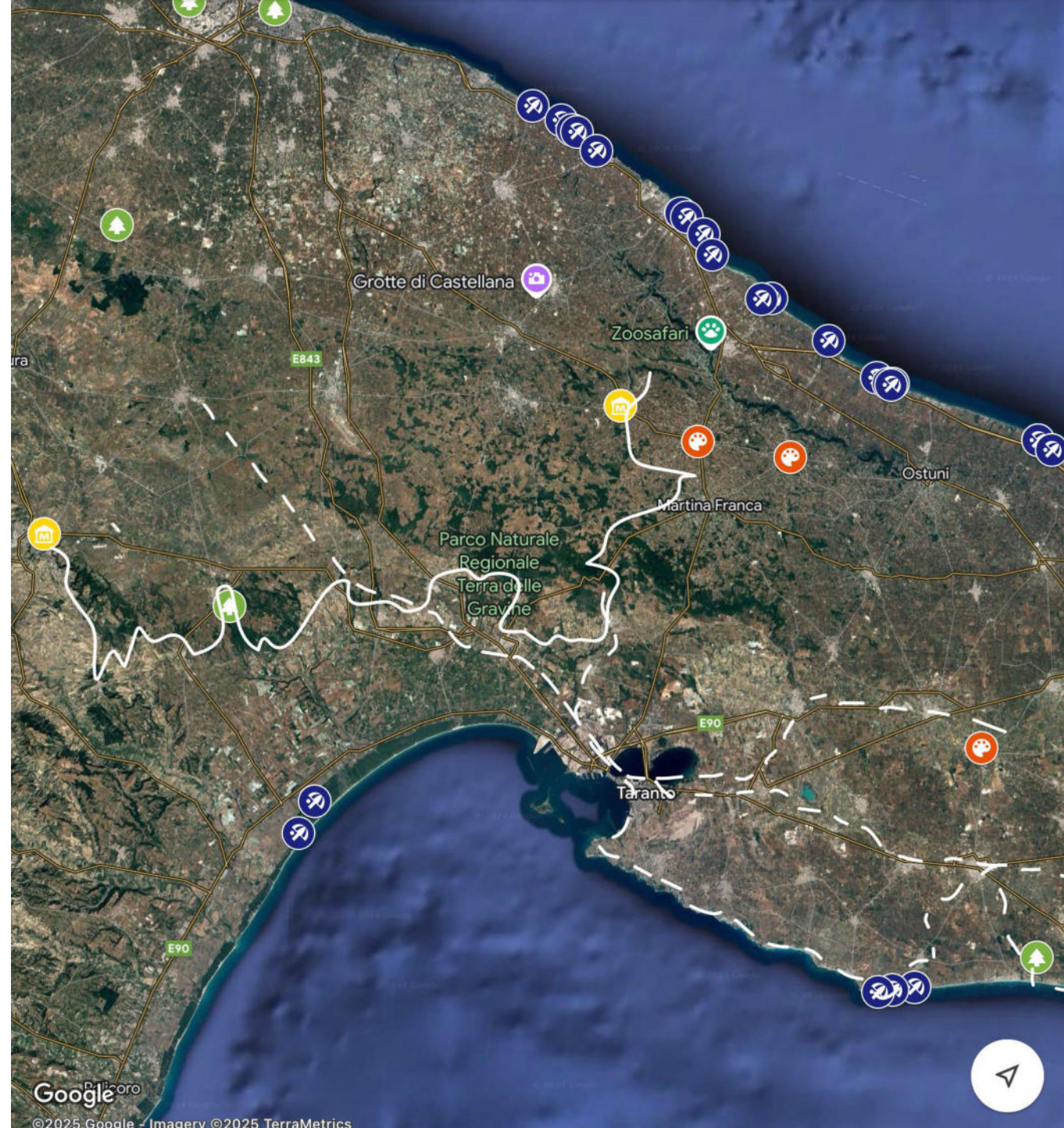
3 GAL



POI, cammini e flussi

Taranto, Terre delle Gravine e del Primitivo

-  Cammini ready to walk – Rotta dei Due Mari, Via Ellenica
-  Cammini walk in progress – Via Dauniana, Via Jonica, Via Sallentina
-  Bandiera Blu
-  Parchi, riserve e oasi WWF
-  Bandiera Arancione
-  Siti UNESCO



Dati

Taranto, Terre delle Gravine e del Primitivo

	tot. Comuni	Presenze 2023 ↓	Posti letto 2023	Gettito 2023	Comuni con imposta 2023	% presenze con imposta
Taranto	13	464.871	11.362	294.201 €	2	78,7%
Terra della Gravine	7	509.807	9.512	530.809 €	2	89%
Terre del Primitivo	8	213.266	10.228	54.801 €	2	71,1%
	28	1.187.944	31.102	879.811 €	6	81,7%



Escursionismo, enogastronomia, balneare



Escursioni smo

- Cicloturismo nella Terra delle Gravine
- Trekking nelle «Grotte di Dio»
- «Ali in bici», cammini e cani con cavalli
- Cammino La via Ionica, Land for All
- Green Road – Magna Grecia

Enogastro nomia

- Degustazione in masseria
- Enoturismo Manduria e Terre del Primitivo

Balneare

- Spiaggia Castellaneta Marina Pineta
- Crocieristico Taranto (costa crociere, norwegian cruise line e Marella)
- Balneare, settore orientale

Escursionismo

Ciclo di vita: sviluppo - maturità

Punti di forza: prezzi bassi, posizione, enogastronomia e artigianato, relazioni amministrazioni – terzo settore; operatori

Punti di debolezza: scarsa conoscenza e comunicazione, collegamenti, stagione corta, segnaletica

Enogastronomia

Ciclo di vita: sviluppo

Punti di forza: genuinità dei prodotti, accoglienza, grande richiesta, molti produttori

Punti di debolezza: comunicazione, servizi da implementare, rete, collegamenti, bassa consapevolezza cantine meno note

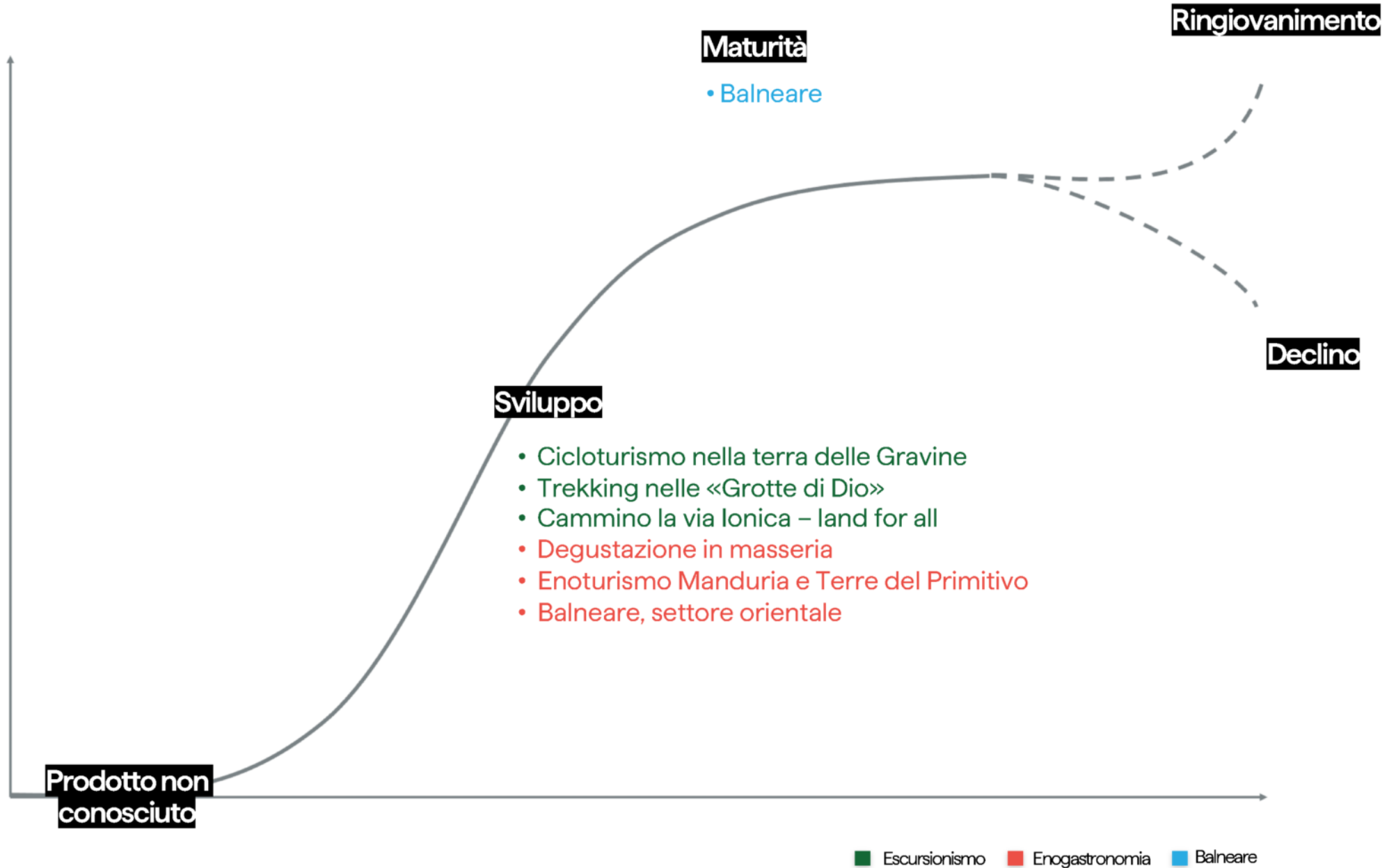
Balneare

Ciclo di vita: maturità

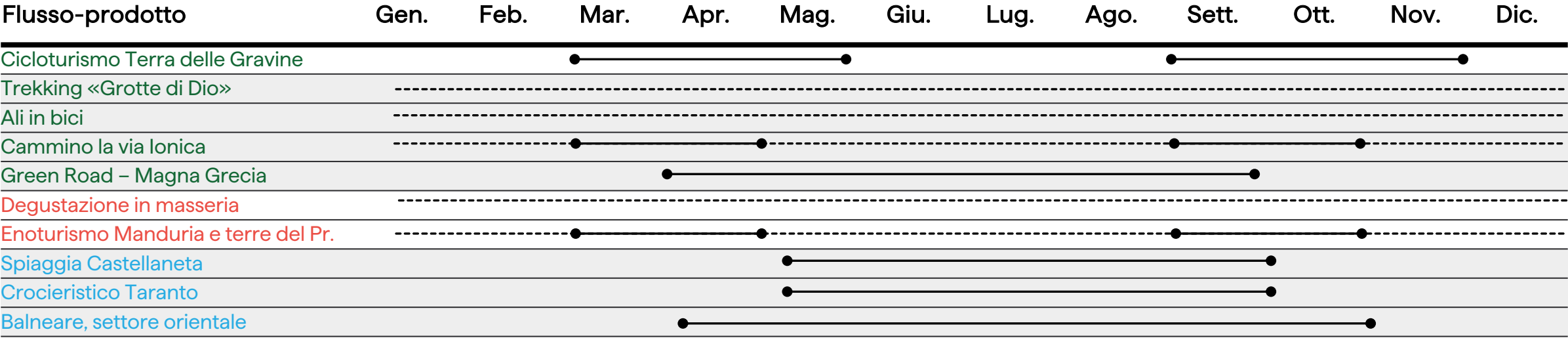
Punti di forza: bellezze naturali, stabilimenti balneari, patrimonio culturale, cibo

Punti di debolezza: collegamenti, promozione, guide turistiche, confronto tra operatori

Il ciclo di vita dei prodotti



La stagionalità dei prodotti



In breve

Tematismi-prodotti: l'offerta della destinazione, oltre al tradizionale prodotto balneare e culturale, si basa su una ricca presenza di percorsi nella natura e di prodotti enogastronomici rinomati. Interessante anche il turismo legato alle forze armate e ai concorsi.

Stagionalità e ciclo di vita: da quanto riportato durante i workshop, prodotti come enogastronomia ed escursionismo risultano essere a uno stadio di sviluppo iniziale con una stagionalità più ampia (in stagioni di spalla o addirittura su tutto l'anno) rispetto al turismo balneare estivo che risulta già maturo

Chi sono i turisti: dall'analisi dei flussi risulta che il turista è molto vario: italiani, stranieri (spesso anche medio-alto spendente), di qualsiasi età incluse famiglie, giovani e anziani, spesso interessati al contatto con un ambiente naturale più intatto.



Imposta di Soggiorno

Taranto, Terre delle Gravine e del Primitivo

Comune	Presenze 2023	Applicazione 2024	Gettito 2023 ↓
Castellaneta	314.822	sì	368.375 €
Ginosa	138.714	sì	162.434 €
Pulsano	71.903	sì	150.489 €
Taranto	294.034	sì	143.712 €
Manduria	122.996	sì	43.139 €
Torricella	28.726	sì	11.662 €
Leporano	49.808	-	- €
Maruggio	34.019	-	- €
Crispiano	26.744	-	- €
Palagiano	20.704	-	- €
Mottola	18.056	-	- €
Grottaglie	16.620	-	- €
Avetrana	13.527	-	- €
Massafra	12.861	-	- €

Comune	Presenze 2023	Applicazione 2024	Gettito 2023 ↓
Lizzano	9.167	-	- €
San Giorgio Ionico	5.260	-	- €
Sava	4.161	-	- €
Palagianello	2.420	-	- €
Laterza	2.230	-	- €
Fragagnano	532	-	- €
Carosino	243	-	- €
San Marzano di San Giuseppe	138	-	- €
Roccaforzata	133	-	- €
Statte	126	-	- €
Monteiasi	-	-	- €
Montemesola	-	-	- €
Faggiano	-	-	- €
Monteparano	-	-	- €

Riflessioni

Taranto, Terre delle Gravine e del Primitivo

I tre sotto-ambiti, considerati nel loro complesso, registrano oltre **1 milione di presenze turistiche** e presentano un elevato potenziale di sviluppo. Difatti, gli indici di **performance attuali mostrano un tasso di occupazione solo del 10%***, evidenziando ampi margini di crescita per l'intero ambito, con una particolare criticità nelle Terre del Primitivo, che si attestano su un tasso del 5,7%.

Potenzialità dei prodotti turistici

L'area si distingue per la sua eterogeneità e la ricchezza multi-prodotto, che spazia dalle esperienze outdoor al turismo enoturistico. La **vicinanza a destinazioni consolidate**, come la Valle d'Itria e Matera, rappresenta un ulteriore vantaggio strategico, offrendo la possibilità di sviluppare itinerari integrati e di creare complementarità tra diversi territori. Questa diversificazione dei prodotti, accompagnata da un chiaro posizionamento e dallo sviluppo di una cultura turistica, potrebbe attrarre un pubblico ampio e

variegato, favorendo la destagionalizzazione e ampliando le opportunità di mercato.

Opportunità di crescita

Una governance unitaria potrebbe:

- Supportare lo sviluppo delle infrastrutture e dei servizi
- Migliorare la gestione dei flussi turistici
- Incrementare il valore aggiunto dei prodotti locali attraverso una pianificazione strategica integrata
- Creare economie di scala

* Il tasso di occupazione annuo rispetto alla ricettività potenziale è calcolato come:
(n° di posti letto) * 365 / (presenze annuali)

Focus
Flussi Matera



Riflessioni

Taranto, Terre delle Gravine e del Primitivo

Criticità economiche e necessità di sostegno

Ad oggi, né i tre sotto-ambiti considerati singolarmente, né il loro insieme, sarebbero in grado di autofinanziarsi in una fase di start-up. Ad oggi, il gettito complessivo è di 880 mila euro circa, ipotizzando un investimento da parte dei comuni di 1/3 della tassa, si arriverebbe a circa 300 mila euro.

Solo 6 dei 28 comuni applicano attualmente l'imposta di soggiorno, ma questi riescono a coprire l'82% delle presenze totali. Questo suggerisce che l'intervento non debba concentrarsi esclusivamente sull'aumento del numero di comuni aderenti, ma soprattutto sulla revisione del tariffario, per ottimizzare le entrate.

Pertanto, oggi, per rendere la DMO sostenibile e soprattutto nelle condizioni di operare al meglio, sarebbe necessario un sostegno significativo da parte della Camera di Commercio e/o di altri soggetti istituzionali.

Punti di forza e debolezza rispetto a questo ambito di governance

Punti di forza

- Presenza di diversi prodotti turistici che, se integrati, possono offrire al turista un'esperienza varia e diffusa tra la costa e l'entroterra.
- Presenza di un'unica provincia.
- La vicinanza a destinazioni consolidate offre l'opportunità di sviluppare prodotti turistici integrati.

Punti di debolezza

- Limitata capacità finanziaria.
- Necessità di un sostegno economico significativo da parte della Camera di Commercio, che però dovrebbe finanziare anche altre due DMO.

7. Brindisi e Alto Salento

Anagrafica
Brindisi e Alto Salento

16 Comuni

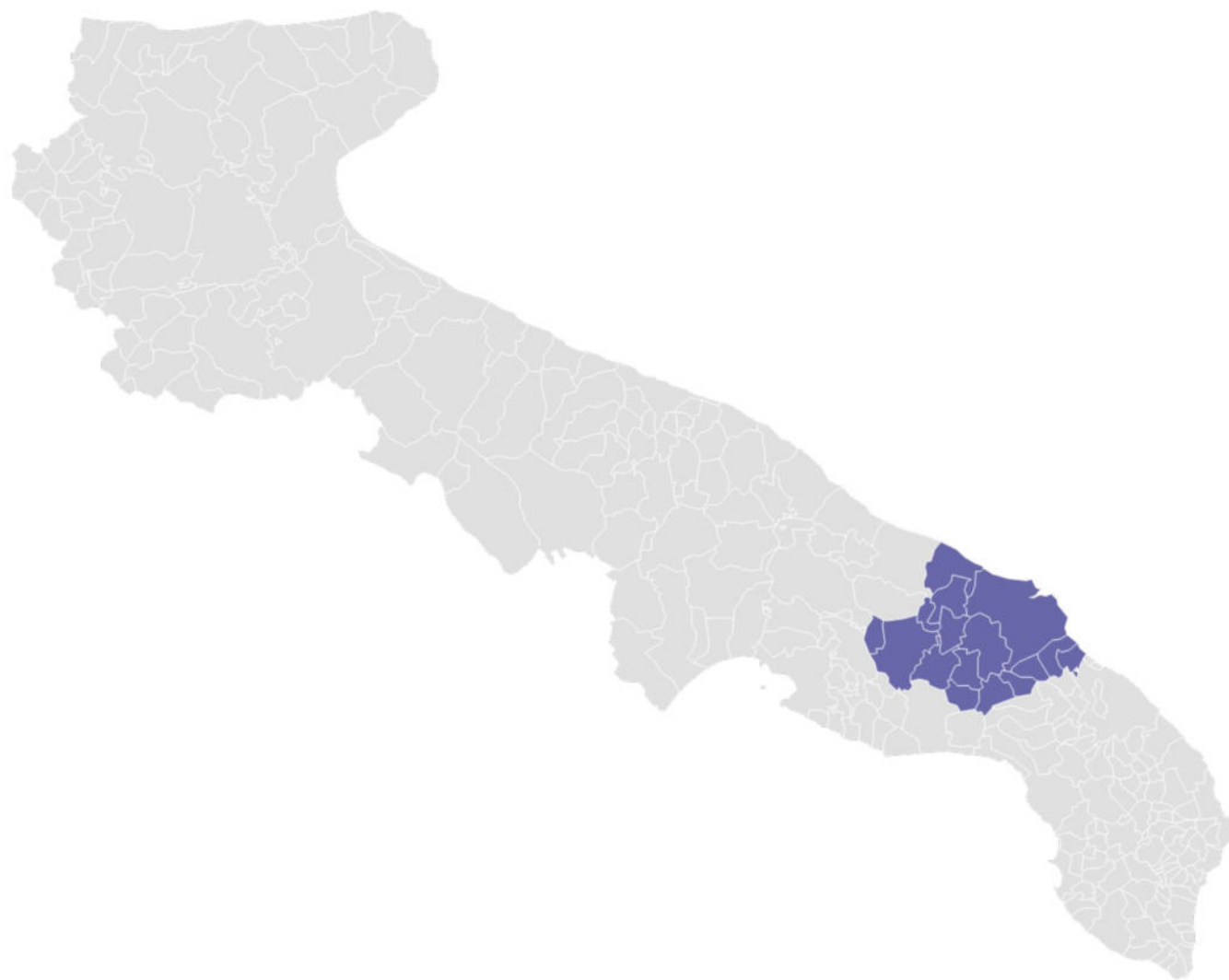
1.316 km²

278.843 abitanti

1 provincia (BR)

1 CCIAA (Brindisi-Taranto)

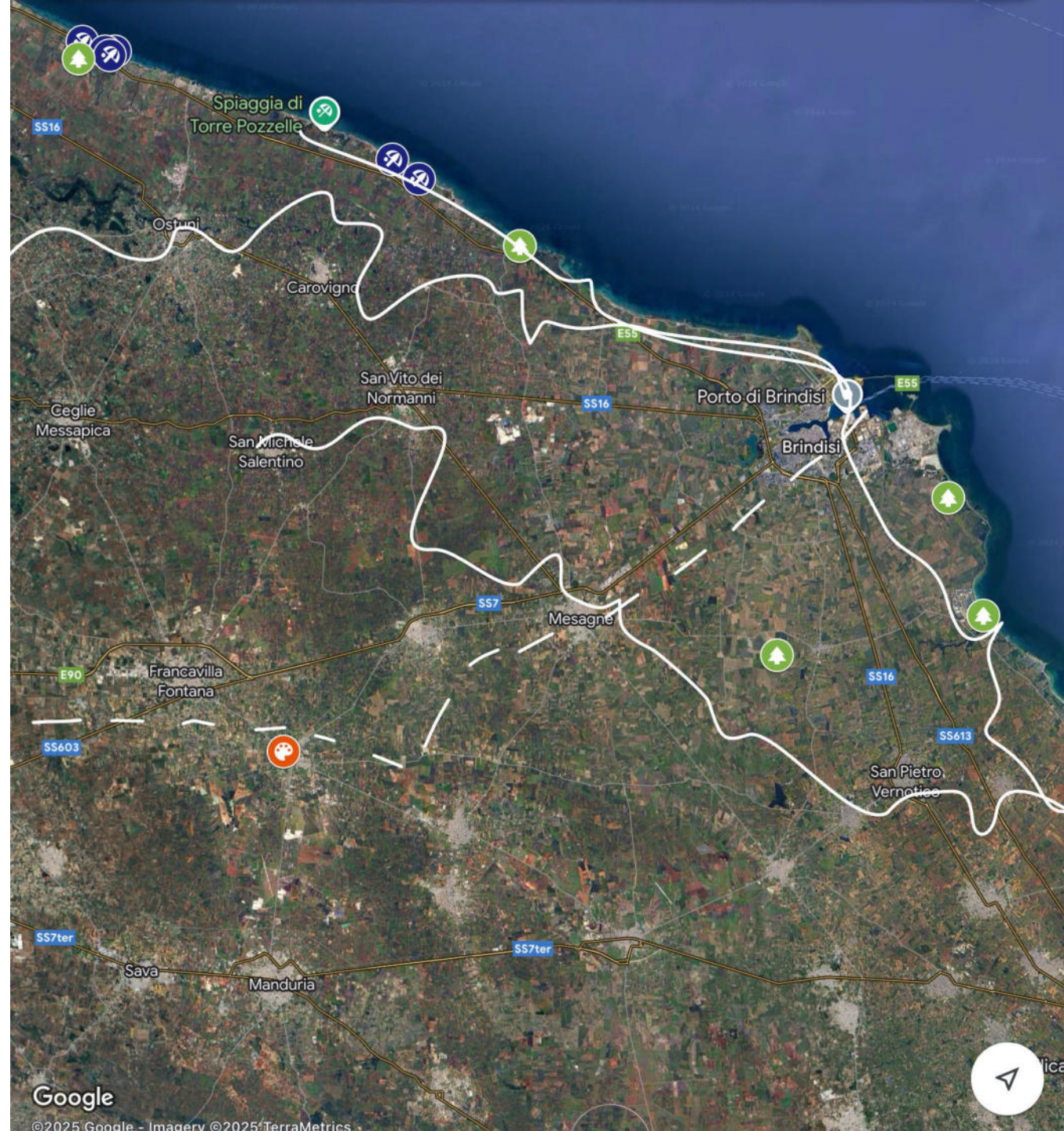
2 GAL



POI, cammini e flussi

Brindisi e Alto Salento

-  Cammini ready to walk – Via Traiana, Cammino di Don Tonino Bello, Via Ellenica
-  Cammini walk in progress – Via Daunia
-  Bandiera Blu
-  Parchi, riserve e oasi WWF
-  Bandiera Arancione



Dati

Brindisi e Alto Salento

	tot. Comuni	Presenze 2023 ↓	Posti letto 2023	Gettito 2023	Comuni con imposta 2023	% presenze con imposta
Brindisi e Alto Salento	16	980.096	21.327	746.351 €	2	83,7%



Tematismi più diffusi

Culturale, cicloturismo, nautico



Culturale

- Visite centro storico Brindisi
- Brindisi B-side, miti leggende e storia
- Storia, visite guidate, turismo lento (Valesio, area archeologica di origine messapica)
- Tour dei castelli
- Percorso archeologico
- centro storico-villaggio pescatori-Torre Guaceto

Ciclo turismo

- Brin-on-E-Bike
- Susumaniello. Bike Enoturismo
- Ciclo passeggiata della 'Torre dell'alto Salento'
- Mare e borgo da Torre Guaceto a Carovigno

Nautico

- Escursione in barca a vela HD/FD (4h/6h) privato o gruppi
- città vista dal mare
- Salone nautico di Puglia

Culturale

Ciclo di vita: sviluppo - maturità

Punti di forza: ricchezza patrimonio, varietà itinerari possibili, grande richiesta

Punti di debolezza: sinergie, guide e materiale informativo, migliorare fruibilità

Ciclo turismo

Ciclo di vita: poco conosciuto - sviluppo

Punti di forza: riserva naturale e percorsi, aspetti naturalistici

Punti di debolezza: comunicazione, indicazioni percorsi, sicurezza

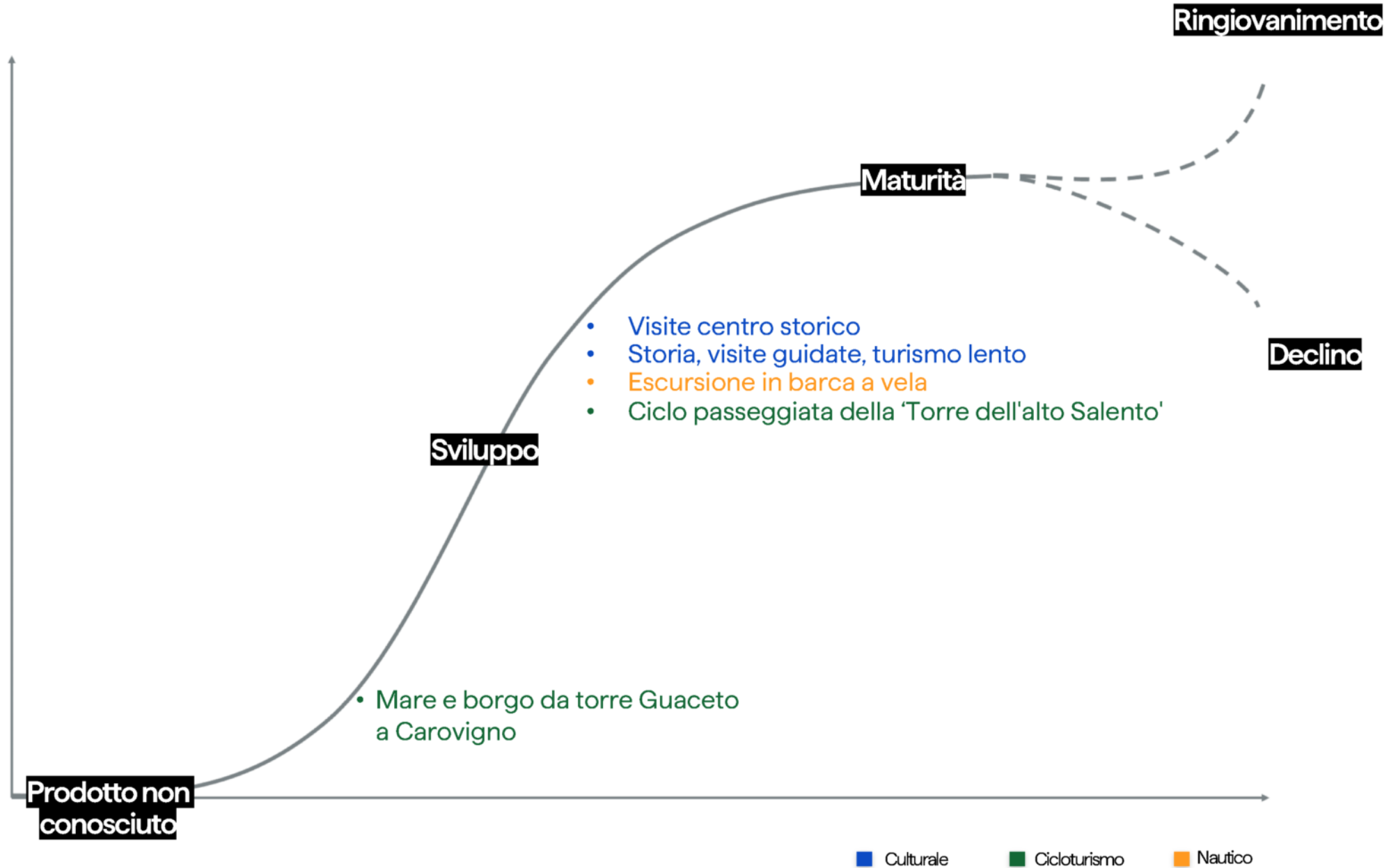
Nautico

Ciclo di vita: sviluppo - maturità

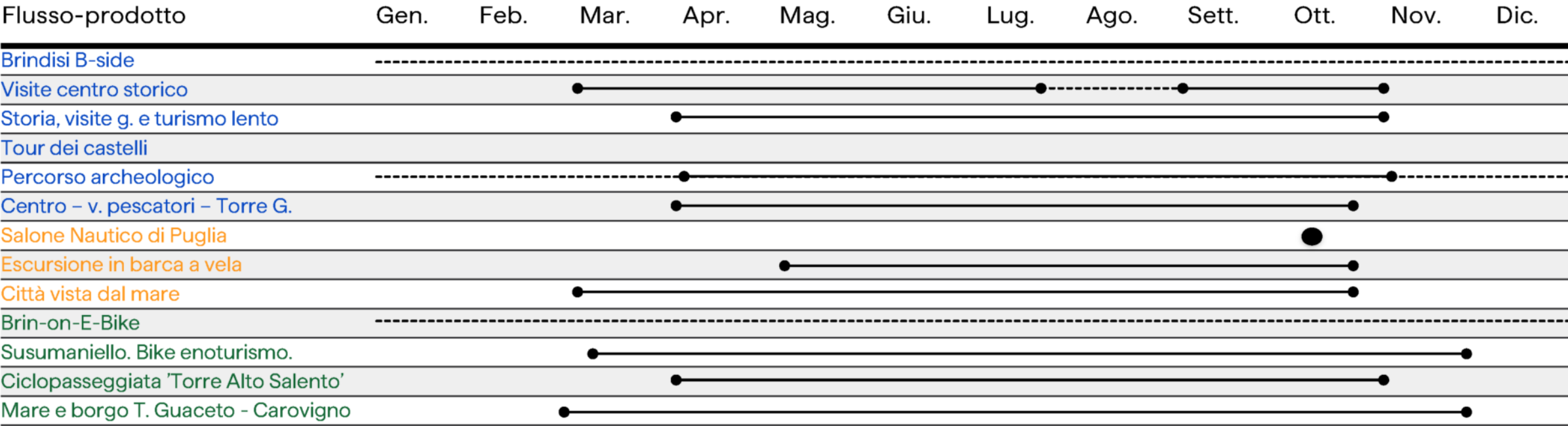
Punti di forza: risorse (porto e Castello)

Punti di debolezza: partenze con meteo ventoso, rapporti con i supplier

Il ciclo di vita dei prodotti



La stagionalità dei prodotti



----- Tutto l'anno ●—● Periodo delimitato

In breve

Tematismi-prodotti: il turismo legato al mare risulta tra i più diffusi, insieme a quello culturale ed escursionistico. Anche in questo territorio si evidenzia un interesse per l'enogastronomia.

Stagionalità e ciclo di vita: Il turismo nautico, sebbene concentrato in pochi mesi dell'anno e non ancora pienamente maturo, risulta comunque più sviluppato rispetto ad altri segmenti, come escursionismo, cicloturismo, cultura ed enogastronomia. Questi ultimi, tuttavia, presentano il vantaggio di una distribuzione più ampia lungo l'intero anno.

Chi sono i turisti: Il turista è molto eterogeneo, sia per età, che per provenienza e interessi, un aspetto che rappresenta una grande opportunità per lo sviluppo futuro dell'offerta turistica.



Imposta di Soggiorno

Brindisi e Alto Salento

Comune	Presenze 2023	Applicazione 2024	Gettito 2023 ↓
Brindisi	235.420	sì	413.220 €
Carovigno	584.553	sì	333.131 €
Mesagne	52.959	-	- €
San Vito dei Normanni	28.676	-	- €
Cellino San Marco	24.271	-	- €
Francavilla Fontana	9.515	-	- €
San Michele Salentino	9.339	-	- €
Oria	8.870	-	- €
Torchiarolo	6.871	-	- €
Villa Castelli	4.884	-	- €
San Pancrazio Salentino	4.536	-	- €
San Pietro Vernotico	3.888	-	- €
Torre Santa Susanna	2.926	-	- €
Latiano	2.684	-	- €
Erchie	506	-	- €
San Donaci	198	-	- €

Riflessioni

Brindisi e Alto Salento

Brindisi e Alto Salento registrano flussi turistici significativi, con quasi 1 milione di presenze annuali. **Tuttavia, questi flussi sono spesso diretti verso destinazioni situate a nord o a sud di Brindisi, lungo l'asse costiero o verso l'entroterra.** Questo suggerisce che la città di Brindisi agisca prevalentemente come un punto di partenza o di arrivo per altre mete turistiche. Nonostante ciò, il territorio si configura come un'area multiprodotto con un notevole potenziale di sviluppo, soprattutto attraverso la valorizzazione delle risorse locali e una gestione strategica del turismo.

Sostenibilità economica

L'imposta di soggiorno dell'intero ambito, attualmente applicata da **soli 2 comuni, genera un gettito annuale di 746.000 euro.** Questa base economica rappresenta una risorsa significativa per garantire la sostenibilità di una futura DMO, ma sarebbe necessario che gran parte del gettito venga investito direttamente per supportare le attività della governance locale. Un incremento del numero di comuni che applicano

l'imposta, unitamente a una revisione del tariffario, potrebbe migliorare ulteriormente la sostenibilità finanziaria dell'ambito.

Potenzialità di una DMO autonoma

Considerando l'attuale volume di presenze turistiche e le risorse disponibili, l'ipotesi di creare una DMO autonoma per Brindisi e Alto Salento appare plausibile. Una governance dedicata potrebbe:

- Supportare lo sviluppo strategico dell'area, valorizzando le sue potenzialità multi-prodotto.
- Migliorare la gestione dei flussi turistici, riducendo la percezione di Brindisi come semplice punto di transito e rafforzandone l'identità come destinazione turistica autonoma.

Una DMO autonoma consoliderebbe inoltre il posizionamento dell'ambito, rendendolo più competitivo sul mercato nazionale e internazionale.

Riflessioni

Brindisi e Alto Salento

Possibilità di aggregazione

Nonostante le basi per un'autonomia gestionale siano solide, **l'ambito potrebbe anche valutare l'opzione di un'aggregazione con sotto-ambiti limitrofi**. Questa scelta potrebbe risultare strategica qualora emergesse la necessità di:

- Rafforzare ulteriormente la sostenibilità economica.
- Ampliare l'offerta turistica complessiva, integrando nuovi prodotti e territori.

L'aggregazione potrebbe offrire significative sinergie, garantendo una gestione più efficiente delle risorse e un'offerta turistica più diversificata e attrattiva.

Punti di forza e debolezza rispetto a questo ambito di governance

Punti di forza

- Presenza di risorse eterogenee che, se ben valorizzate, possono diventare un asset per trattenere nel territorio il turista, spesso di transito.
- Presenza di un aeroporto con collegamenti nazionali e internazionali.

Punti di debolezza

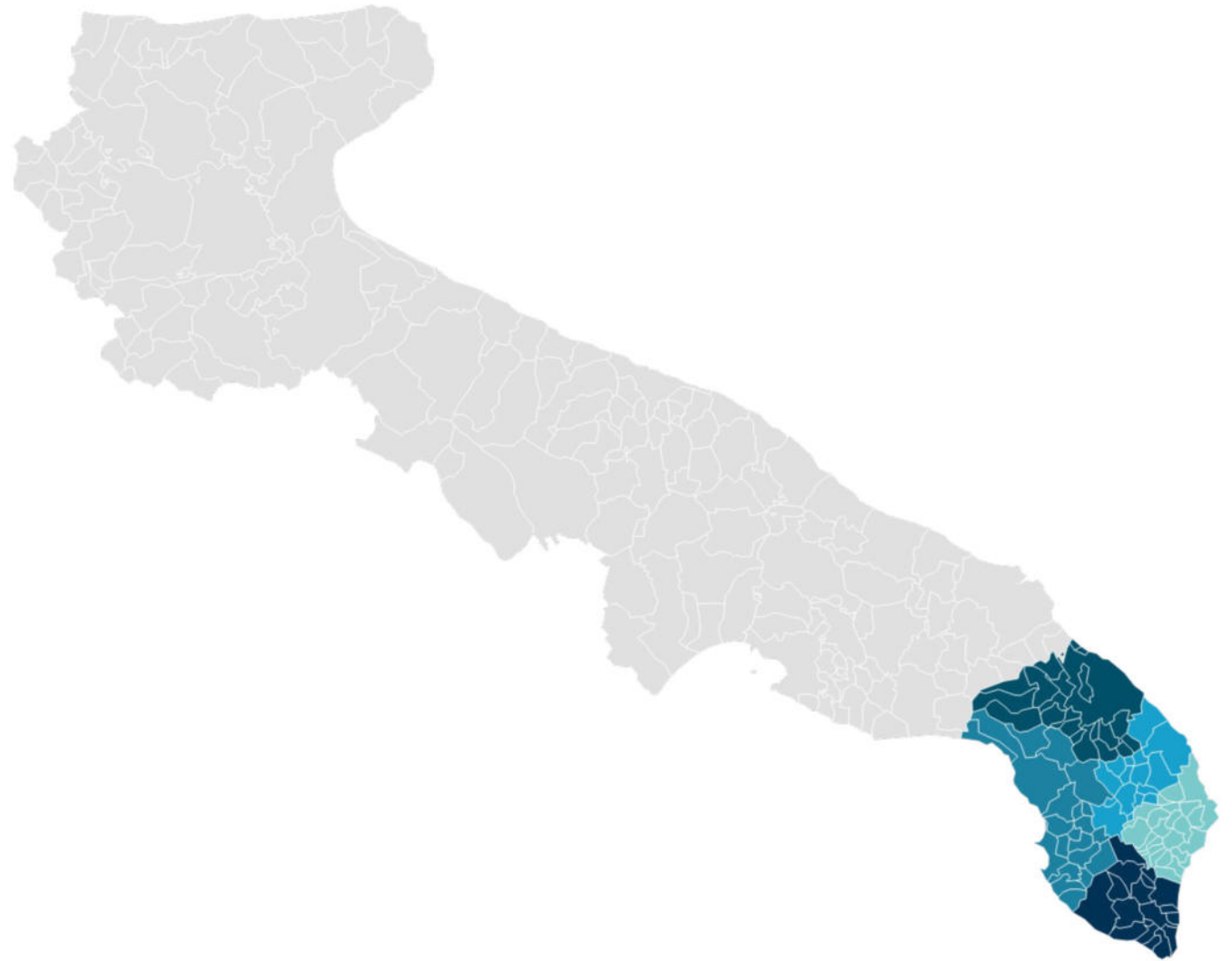
- Scarsa applicazione dell'imposta di soggiorno (solamente 2 comuni) su 16.

8. Salento

Anagrafica Salento

96 Comuni
2.798 km²
766.090 abitanti

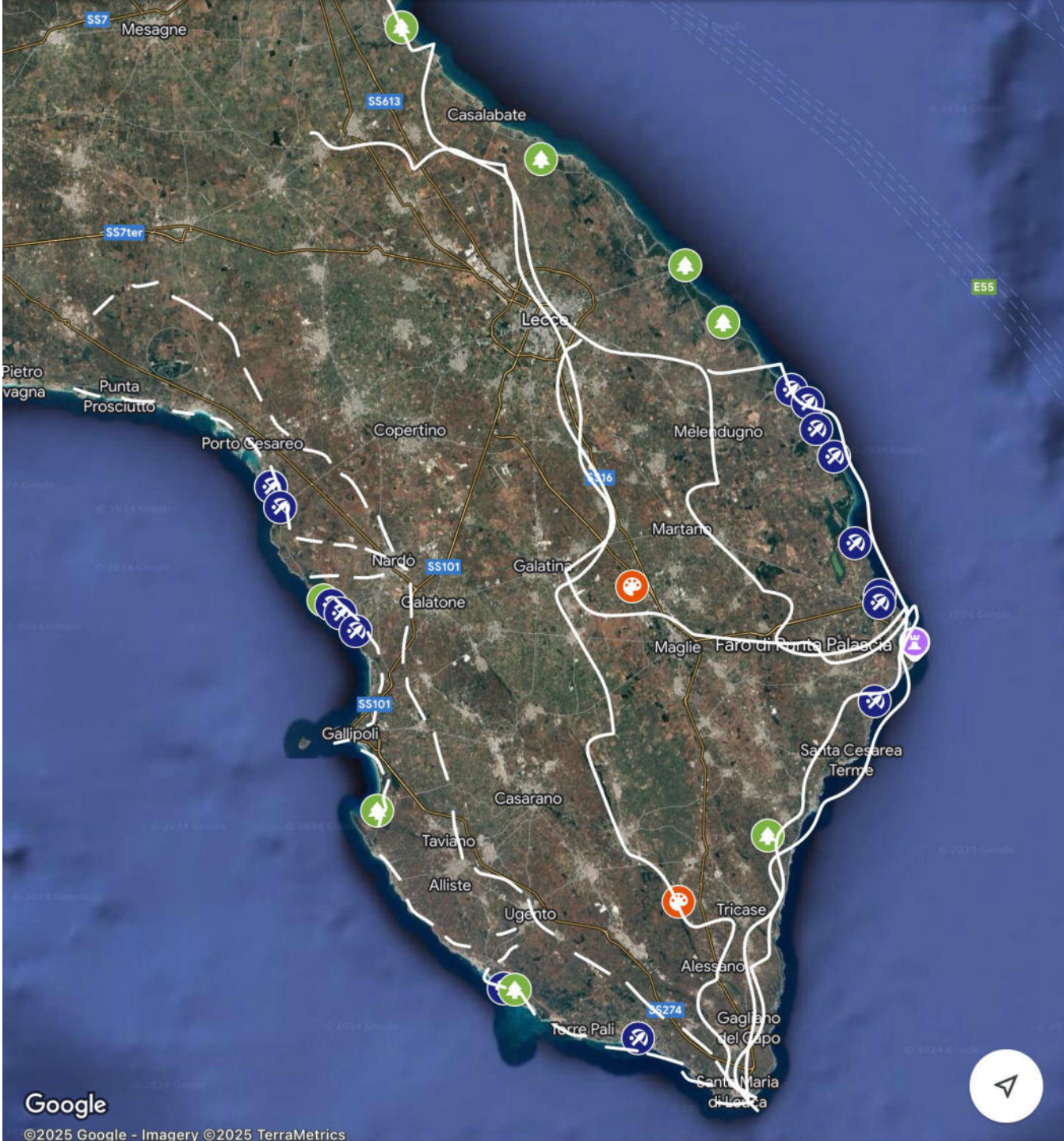
1 provincia (LE)
1 CCIAA (Lecce)
5 GAL



POI, cammini e flussi

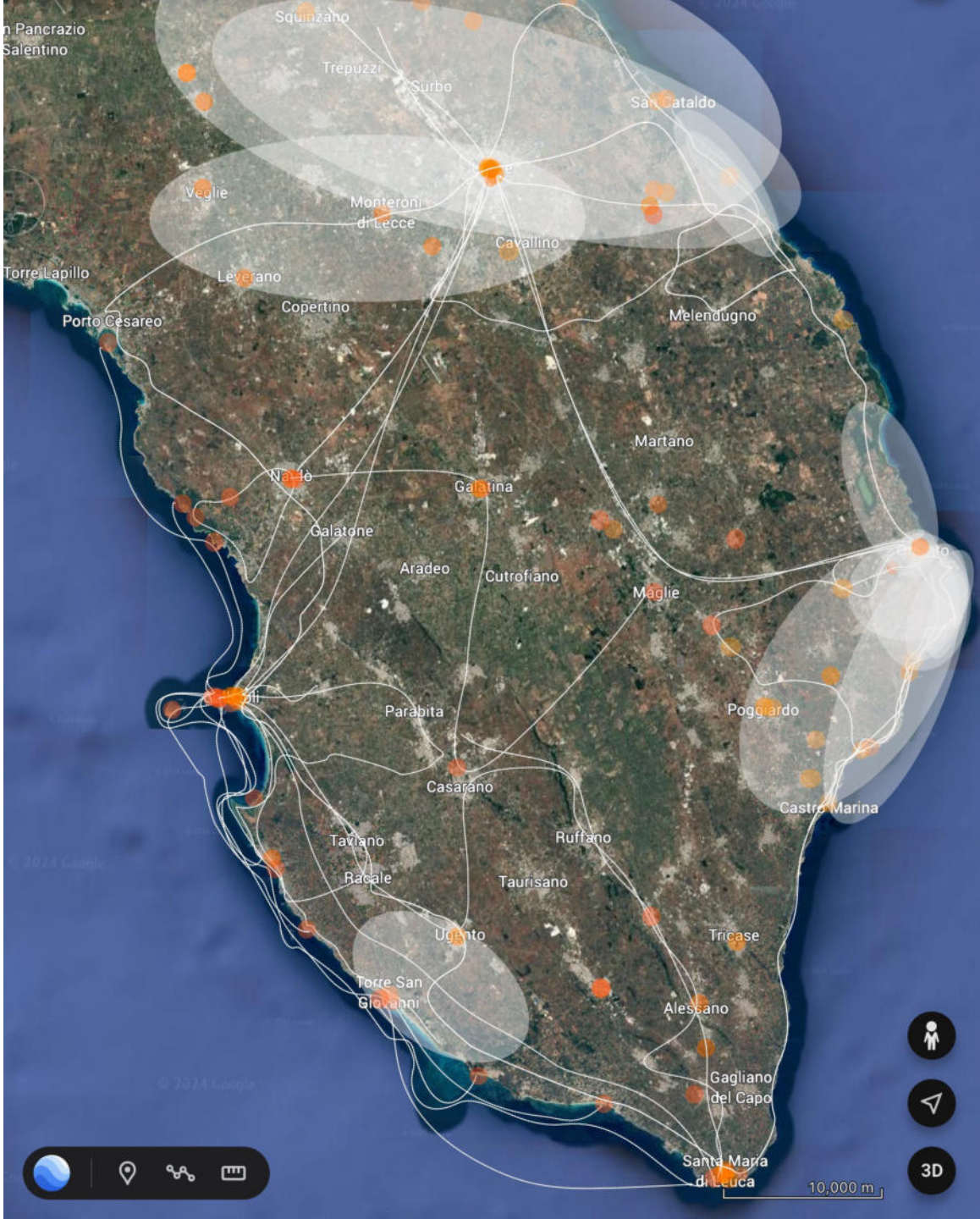
Salento

-  Cammini ready to walk – Cammino del Salento, Via Traiana, Cammino di Don Tonino Bello
-  Cammini walk in progress – Via Jonica, Via Sallentina, Cammino di Leuca
-  Bandiera Blu
-  Parchi, riserve e oasi WWF
-  Bandiera Arancione

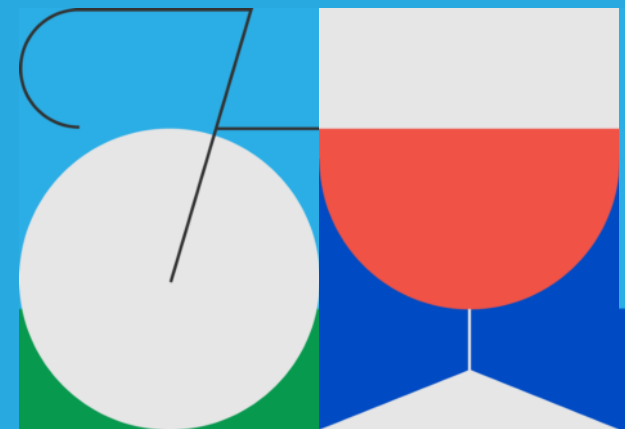


Dati Salento

	tot. Comuni	Presenze 2023 ↓	Posti letto 2023	Gettito 2023	Comuni con imposta 2023	% presenze con imposta
Ionía	21	1.967.552	81.196	1.455.413 €	5	87,2%
Finibus Terrae	17	1.535.124	52.638	1.069.708 €	6	90,1%
Messapia	23	1.097.742	32.368	1.100.753 €	4	80,9%
Lecce	20	974.379	24.549	1.776.961 €	1	89,0%
Grecia Salentina	15	759.997	20.073	762.203 €	3	91,8%
	96	6.334.794	210.824	6.165.037 €	19	87,6%



Cicloturismo, enogastronomia, balneare & nautico



Ciclo turismo

- Dalla costa alle serre salentine in e-bike
- Cicloturismo (organizzato o self)
- Tour in e-bikes tra mare, parco naturale e centro storico con degustazione
- Parco naturale di Ugento, Chiese, museo e cripte
- Tour in mountain bike Gita adriatica (rurale o panoramica)
- Evento sportivo in bici
- Di pajare, di verde, di mare – ebike 16km
- Ciclovía inclusiva storico/culinaria

Enogastro nomia

- Cantine aperte Valle della Cupa
- Negramaro wine trek
- Cooking class in masseria
- Viaggio del vino e dell'olio
- Enogastronomia
- Tradizione agroalimentare idruntina salumi olio vino formaggi
- Tour enogastronomico dalla pianta al calice
- Percorso rurale in una "nuova" idea di masseria
- Wine lover - degustazione vini locali

Balneare & nautico

- Balneare (Specchiarica, Torre Calimera)
- Turismo nautico Isola - Parco naturale
- Finibus Terrae
- Tour "Renata Forte"
- Turismo nautico Gallipoli - Marina di Pescoluse
- Turismo nautico nei parchi naturali e grotte
- Alla scoperta di insenature e calette
- Turismo balneare

Ciclo turismo

Ciclo di vita: sviluppo

Punti di forza: bellezze del territorio, accoglienza, clima

Punti di debolezza: segnaletica, pulizia, officine, comunicazione, mancanza strutture bike-friendly, piste ciclabili da migliorare

Enogastro nomia

Ciclo di vita: sviluppo - maturità

Punti di forza: eccellenza prodotti, autenticità, disponibilità cantine e frantoi

Punti di debolezza: informazioni e conoscenza lingue, formazione, rete tra le strutture

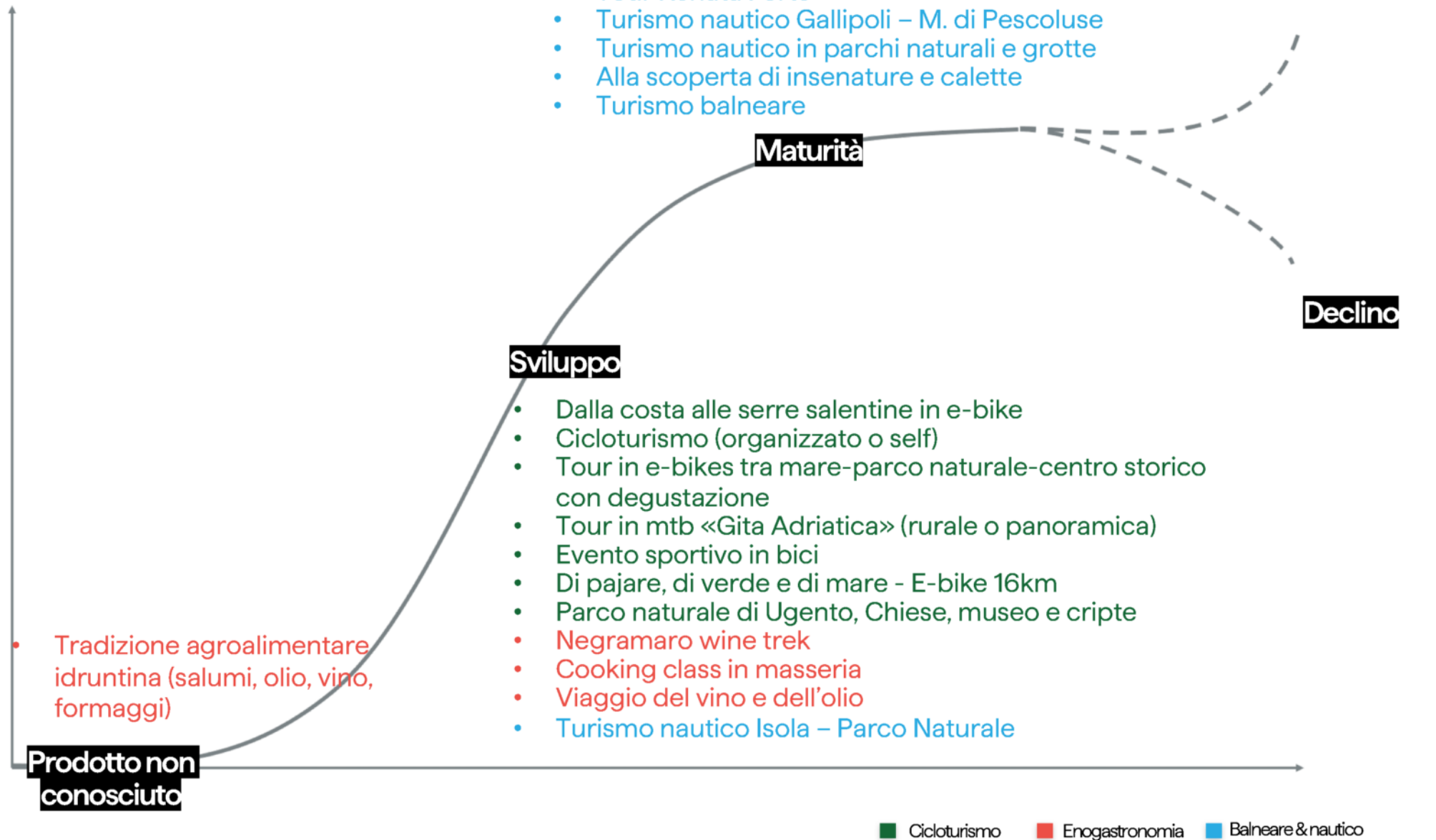
Balneare & nautico

Ciclo di vita: tardo sviluppo - maturità

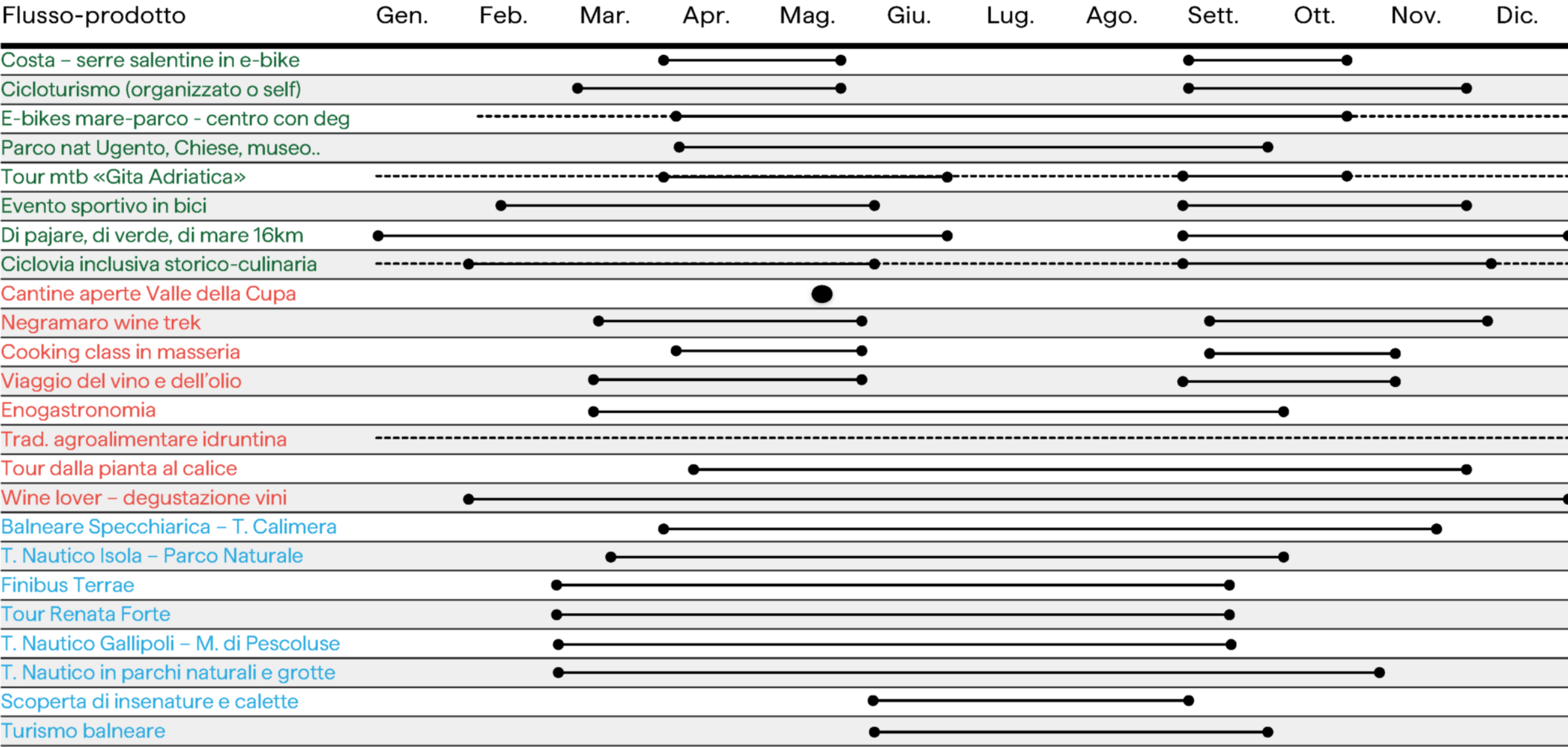
Punti di forza: bellezza del paesaggio, attività in acqua

Punti di debolezza: concentrazione in alta stagione, autorizzazioni solo in alta stagione, collegamenti

Il ciclo di vita dei prodotti



La stagionalità dei prodotti



----- Tutto l'anno ●—● Periodo delimitato

In breve

Tematismi-prodotti: la varietà di offerta è notevole e include prodotti legati a cicloturismo ed escursionismo, cultura e borghi, enogastronomia, rurale e religioso, oltre che ai tutti i flussi concentrati lungo le coste.

Stagionalità e ciclo di vita: Il turismo nautico e balneare sono i più consolidati, mentre alcuni flussi legati all'enogastronomia, alla cultura e soprattutto al turismo all'aria aperta sono ancora in fase di sviluppo. Questi ultimi offrono ampi margini di crescita e la possibilità di attrarre turisti anche durante le stagioni di spalla del turismo balneare.

Chi sono i turisti: Il turista è molto variegato, sia per età, provenienza e interessi, che per capacità di spesa. Si va dai giovani e backpacker, a turisti di fascia più alta in cerca di esperienze in contesti luxury.



Imposta di Soggiorno

Salento

Comune	Presenze 2023	Applicaz. 2024	Gettito 2023 ↓
Lecce	867.530	sì	1.776.961 €
Otranto	720.915	sì	975.643 €
Melendugno	568.410	sì	669.402 €
Ugento	913.940	sì	658.894 €
Porto Cesareo	623.546	sì	630.469 €
Gallipoli	720.842	sì	501.091 €
Nardò	322.071	sì	292.165 €
Salve	218.521	sì	180.403 €
Castrignano del Capo	119.677	sì	133.063 €
Morciano di Leuca	85.697	sì	77.465 €
Vernole	97.399	sì	72.976 €
Santa Cesarea Terme	94.880	sì	71.464 €
Minervino di Lecce	41.206	sì	35.829 €
Carpignano Salentino	32.187	sì	19.825 €
Tuglie	12.701	sì	18.150 €
Giurdignano	31.259	sì	17.817 €
Patù	35.348	sì	16.927 €
Alliste	36.897	sì	13.538 €
Specchia	9.653	sì	2.956 €
Taviano	48.992	-	- €
Tricase	46.915	-	- €
Presicce-Acquarica	45.160	-	- €
Castro	44.132	-	- €
Uggiano la Chiesa	40.883	-	- €

Comune	Presenze 2023	Applicaz. 2024	Gettito 2023 ↓
Racale	38.382	-	- €
Gagliano del Capo	33.809	-	- €
Galatina	32.259	-	- €
Sannicola	29.446	-	- €
Cannole	28.946	-	- €
Diso	24.178	-	- €
Leverano	20.869	-	- €
Galatone	19.763	-	- €
Alezio	19.271	-	- €
Caprarica di Lecce	17.233	-	- €
Martano	15.013	-	- €
Cutrofiano	14.114	-	- €
Squinzano	13.319	-	- €
Muro Leccese	12.651	-	- €
Parabita	12.490	-	- €
Salice Salentino	9.424	-	- €
Maglie	9.067	-	- €
Cavallino	9.048	-	- €
Ortelle	8.977	-	- €
Casarano	8.946	-	- €
Lequile	8.806	-	- €
Spongano	7.977	-	- €
Alessano	7.949	-	- €
Trepuzzi	7.823	-	- €

Comune	Presenze 2023	Applicaz. 2024	Gettito 2023 ↓
Matino	7.815	-	- €
Corigliano d'Otranto	7.124	-	- €
Cursi	6.776	-	- €
Zollino	6.506	-	- €
Copertino	6.238	-	- €
Monteroni di Lecce	5.971	-	- €
Ruffano	5.952	-	- €
Poggiardo	5.932	-	- €
San Cesario di Lecce	5.898	-	- €
Veglie	5.673	-	- €
Palmariggi	5.449	-	- €
Andrano	5.303	-	- €
Novoli	4.571	-	- €
Bagnolo del Salento	4.428	-	- €
Corsano	4.140	-	- €
Castrignano de' Greci	3.965	-	- €
Giuggianello	3.685	-	- €
Lizzanello	3.514	-	- €
Neviano	3.326	-	- €
Sternatia	3.299	-	- €
Arnesano	3.234	-	- €
San Donato di Lecce	2.916	-	- €
Surbo	2.756	-	- €
Carmiano	2.747	-	- €

Comune	Presenze 2023	Applicaz. 2024	Gettito 2023 ↓
Miggiano	2.557	-	- €
Sogliano Cavour	2.130	-	- €
San Cassiano	2.097	-	- €
Nociglia	2.025	-	- €
Montesano Salentino	1.807	-	- €
Tiggiano	1.757	-	- €
Sanarica	1.580	-	- €
Calimera	1.479	-	- €
Guagnano	1.416	-	- €
Campi Salentina	1.322	-	- €
Collepasso	1.321	-	- €
Aradeo	1.309	-	- €
Taurisano	1.147	-	- €
Supersano	1.095	-	- €
Melissano	1.026	-	- €
San Pietro in Lama	1.004	-	- €
Surano	888	-	- €
Soletto	824	-	- €
Scorrano	807	-	- €
Martignano	568	-	- €
Botrugno	477	-	- €
Melpignano	203	-	- €
Castri di Lecce	174	-	- €
Seclì	42	-	- €

Riflessioni

Salento

Il Salento rappresenta una destinazione ben consolidata a livello turistico, caratterizzata da un elevato numero di presenze e da una significativa capacità di applicazione dell'imposta di soggiorno (87,6% delle presenze).

Da questi dati emerge un forte posizionamento del territorio, seppur la sua capacità di attrarre visitatori si concentri prevalentemente nei mesi estivi.

Potenzialità di sviluppo dell'offerta

I prodotti turistici dei comuni salentini si spingono ben oltre il tradizionale prodotto mare includendo una ricca offerta outdoor, culturale, enogastronomica e la presenza di ben 3 cammini già operativi e altri 3 in fase di sviluppo. Tale ricchezza rappresenta un elemento strategico per diversificare l'offerta e far sì che i turisti visitino il Salento al di fuori dei mesi caldi, prolungando così la stagionalità dell'area e facendo conoscere maggiormente l'entroterra a partire dalle zone in cui sono concentrati maggiormente i flussi

registrati durante i workshop.

Una governance unitaria sarebbe strategica pertanto dal punto di vista dell'offerta al fine di valorizzare al massimo le risorse.

Sostenibilità economica e finanziaria

Il gettito attuale derivante dall'imposta di soggiorno risulta già cospicuo; questo, combinato con il contributo della Camera di Commercio di Lecce, potrebbe garantire alla DMO un finanziamento molto solido, già nella fase di start-up.

Punti di forza e debolezza rispetto a questo ambito di governance

Punti di forza

- Presenza di un'unica provincia e di un'unica Camera di Commercio.
- Offerta turistica multi-prodotto con grande potenzialità per cicloturismo e cammini che fanno da collante tra costa ed entroterra.
- Gettito derivante dall'imposta di soggiorno già importante e fondamentale per la sostenibilità economica della DMO.

Punti di debolezza

- Numero molto elevato di Comuni (96).
- Forte concentrazione dei flussi nei mesi estivi.

Quali le sfide per le future
DMO?

Le sfide più ricorrenti

Dai workshop sui flussi sono emerse una serie di sfide che le future DMO dovranno affrontare.

Le più frequenti riguardano:

- Rete & Governance
- Servizi alla fruizione
- Accoglienza & Sistemi informativi
- Comunicazione & Promozione dei prodotti
- Infrastrutture & Mobilità

Rete & Governance

Tra le principali esigenze emerse vi è stato innanzitutto la creazione e/o il rafforzamento di **reti tra gli operatori privati**, per poter lavorare sinergicamente a livello locale. A questo si aggiunge una più stretta **collaborazione tra pubblico e privato** e la necessità di una **cabina di regia** e una struttura di governance precisa, in grado di indirizzare lo sviluppo turistico futuro.

Servizi alla fruizione

Le risorse pugliesi (culturali, ambientali, enogastronomiche, immateriali ecc.) sono riconosciute a livello nazionale e internazionale per la loro varietà e qualità, ma in alcuni casi necessitano di una maggiore organizzazione. Ciò si può tradurre nella **creazione di prodotti turistici**, itinerari ed esperienze per valorizzarle, ma anche nel **miglioramento dei servizi** che ne permettono la fruizione (es. accessibilità, periodi e orari di apertura ecc.)

Accoglienza & Sistemi informativi

Per un turista che non conosce il territorio pugliese molto spesso la visita agli **Uffici di Informazione** turistica diventa di fondamentale importanza. È per questo motivo che gli Infopoint dovranno essere ambienti accoglienti, in cui lo staff adeguatamente preparato possa accogliere e indirizzare il turista, fornendo indicazioni precise, supportate da **materiale informativo (online e offline)** aggiornato, anche in lingua. A ciò si aggiunge l'importanza di **cartellonistica e segnaletica** sparsa nel territorio.

Comunicazione & Promozione

È emersa la necessità di una maggiore comunicazione e promozione, soprattutto dei prodotti turistici nella fase iniziale del loro ciclo di vita, che variano a seconda del territorio considerato.

Infrastrutture & Mobilità

Sia a livello regionale che a livello locale è emersa la problematica legata ai trasporti, sia in termini di collegamenti per **raggiungere la regione** soprattutto in bassa stagione, sia a livello di **mobilità interna** (mezzi pubblici, strade e piste ciclabili, parcheggi etc.).

Le future DMO tra le altre cose potranno anche lavorare su tale fronte, cercando di trovare soluzioni semplici ma concrete che possano permettere a residenti e turisti di muoversi con più facilità all'interno del territorio pugliese.

05_Tabelle di riepilogo

7 sotto-ambiti – Indici

7 Sotto-ambiti	P. Media	Tasso di occupazione	Tasso di occupazione	Tasso di ricettività	Densità ricettiva	Densità turistica	Pressione turistica
		Presenze effettive su presenze potenziali (365gg)	Presenze effettive su presenze potenziali (150 gg*)	n° posti letto ogni 1.000 abitanti	n° posti letto per km ²	n° di turisti per km ²	n° di presenze ogni 100 abitanti
Gargano, Foggia e Monti Dauni	4,5	11,4%	27,7%	179,5	15,2	632,3	2,05
Bari	2,2	18,3%	44,5%	37,5	18,9	1260,1	0,68
Puglia Imperiale e Alta Murgia	2,3	9,4%	22,8%	29	5,8	197,5	0,27
Costa dei Trulli e Valle d'Itria	2,9	11,7%	28,6%	260,3	52,7	2256,8	3,06
Taranto, Terre della Gravine e del Primitivo	4,2	10,5%	25,5%	61,4	14,3	548,0	0,64
Brindisi e Alto Salento	3,7	12,6%	30,6%	76,5	16,2	744,7	0,96
Salento	4,3	8,2%	20,0%	275,2	75,4	2264,2	2,27