



**REGIONE
PUGLIA**



**SERVIZIO DI VALUTAZIONE EX POST RELATIVA ALLA
PROGRAMMAZIONE REGIONALE 2007-2013 IN MATERIA DI
TURISMO**

RAPPORTO PRELIMINARE
Draft



INDICE

| | |
|---|-----------|
| PREMESSA | 2 |
| 1 OGGETTO DELLA VALUTAZIONE | 3 |
| 1.1 Il settore turistico in regione puglia: andamento e dinamiche | 3 |
| 1.2 La linea di intervento 4.1 Infrastrutture, promozione e valorizzazione dell’economia turistica..... | 5 |
| 1.3 La strategia regionale ed Il sistema delle aree vaste..... | 8 |
| 2 REALIZZAZIONI E RISULTATI DELLA LINEA DI INTERVENTO 4.1 | 11 |
| 2.1 Le risorse dedicate alla linea di intervento..... | 11 |
| 2.2 Gli interventi realizzati | 13 |
| 3 DOMANDE VALUTATIVE E STRUMENTI DI INDAGINE | 19 |
| 3.1 La risposta ai quesiti valutativi | 19 |
| 3.2 Gli strumenti di indagine | 24 |

PREMESSA

Il presente documento costituisce il Rapporto Preliminare del Servizio di Valutazione ex post relativo alla programmazione regionale 2007/2013 in materia di turismo.

La valutazione si inserisce nell'ambito dell'espletamento delle attività previste dal Piano di Valutazione 2014/2020 che articola le valutazioni da realizzare nel corso del periodo di programmazione per migliorare la qualità della progettazione e dell'esecuzione dei Programmi, e valutarne l'efficacia, l'efficienza e l'impatto.

Il Rapporto preliminare ha l'obiettivo di presentare i primi risultati delle attività valutative, con particolare riferimento agli esiti delle analisi delle informazioni secondarie relative alle diverse azioni oggetto di valutazione: documenti di programma, bandi e/o procedure attuative, dati di monitoraggio, documentazione di progetto, preliminari incontri con i referenti o i soggetti attuatori delle Azioni, ecc.

Il documento è stato redatto a seguito della presentazione e successiva approvazione del Progetto Esecutivo del Servizio (avvenuta in data 5 gennaio 2022) ed i suoi contenuti riflettono i risultati delle attività valutative realizzate in questa prima fase del servizio e orientate, in modo particolare, ad implementare gli strumenti di rilevazione per lo svolgimento delle indagini di campo.

Il Rapporto è suddiviso in 3 sezioni, oltre alla presente premessa.

Nella prima sezione si riporta una breve analisi del settore turistico e della strategia delineate nell'ambito della Linea di Intervento 4.1 oggetto di valutazione.

La seconda sezione è dedicata ad una breve analisi, principalmente qualitativa, degli interventi realizzati nell'ambito della Linea di Intervento 4.1.

Infine nella terza sezione, oltre a riportare i metodi e gli strumenti che verranno utilizzati per fornire risposta ai quesiti valutativi, sono presentati gli strumenti di rilevazione dei dati primari, ovvero i questionari che saranno somministrati nel corso del servizio di valutazione.

1 OGGETTO DELLA VALUTAZIONE

1.1 IL SETTORE TURISTICO IN REGIONE PUGLIA: ANDAMENTO E DINAMICHE

Il turismo è un settore economico di primaria importanza e in media, nell'area dell'OCSE contribuisce direttamente al 4,2% del PIL, al 6,9% dell'occupazione e al 21,7% delle esportazioni di servizi¹. Per sviluppare appieno il potenziale del turismo come motore di una crescita sostenibile e inclusiva è necessario elaborare politiche solide, strategie integrate e meccanismi che coinvolgano nella *governance* del turismo tanto il pubblico quanto il settore privato.

La maggior parte dei Paesi ha politiche specificamente dedicate al turismo, strategie e programmi di medio-lungo termine. Le priorità definite dalle politiche del turismo dei singoli Paesi sono molto simili e si concentrano sul miglioramento della competitività, sostenibilità e inclusività, rispondendo alla stagionalità della domanda e aumentando la qualità e l'attrattiva dell'offerta turistica². Molti Paesi hanno messo a punto nuove offerte ed esperienze fondate sul proprio patrimonio naturale e culturale e hanno cercato opportunità di crescita che coprissero tutto l'anno anziché periodi stagionali, promuovendo il turismo della salute e del benessere, il turismo per affari, eventi e diversi prodotti di nicchia. Le politiche del turismo continuano ad annettere un'alta priorità alle opportunità offerte dalla digitalizzazione nell'ambito della comunicazione creativa e di quella mirata, nonché nel trattamento e analisi dei dati.

Con 604.985 arrivi e oltre 2.225.337 presenze, nel 2020 la Puglia è stata la regione che negli esercizi alberghieri ha fatto registrare il maggior numero di arrivi (391.608) e di presenze (1.232.046). In quelli extra-alberghieri ci sono stati 213.377 arrivi e 993.191 presenze. Nel complesso, secondo i dati del report del movimento turistico annuale comune per comune, le presenze nella regione delle sei province sono state oltre 10 milioni (10.133.428), gli arrivi 2.322.045.

Notevole, anche se per ovvi motivi in calo rispetto al 2019, la presenza degli stranieri: 288.357 arrivi e 1.192.028 presenze. Europei la stragrande maggioranza dei vacanzieri, provenienti perlopiù da Francia, Germania e Svizzera (con Liechtenstein), Regno Unito e Paesi Bassi.

Spicca il dato prima della pandemia registrato nel mese di febbraio 2020 (102.930 arrivi e 236.780 presenze), segno che la Puglia è appetibile anche d'inverno. Non solo in estate quindi, dove, soprattutto ad agosto, si concentra la maggior parte del flusso turistico. Tonfo di presenze a marzo-aprile, mesi del lockdown.

Nel 2020 a Vieste, regina del turismo in Puglia, sono stati registrati 244.496 arrivi e 1.527.869 presenze (tre volte più di Bari e di Otranto). Seguono Gallipoli e Lecce. 87Mila presenze a Foggia, Oltre 462mila a Peschici e oltre 130mila presenze a San Giovanni Rotondo.

E' un settore che offre sempre più lavoro, stando ai dati; ora dovrà affrontare la sfida di un aumento della redditività e dell'aggregazione dell'offerta. Il New York Times ha inserito la Puglia tra le 52 destinazioni da visitare nel 2019.

Questi i dati ufficiali di Unioncamere Puglia.

¹ A livello mondiale, nel 2016, gli arrivi internazionali di turisti hanno superato 1,2 miliardi e i Paesi dell'OCSE hanno svolto un ruolo di primo piano, con un aumento degli arrivi del 3,9% pari al 55% del totale mondiale e al 60,4% delle entrate a livello mondiale dei viaggi (un aumento del 2,6% in termini reali, raggiungendo 1.226 miliardi di dollari nel 2016). Nonostante una diffusa pressione al ribasso sulle finanze pubbliche, i bilanci per il turismo sono stati in gran parte mantenuti o aumentati, nella consapevolezza dell'importante contributo economico del settore.

² L'iniziativa delle Nazioni Unite di dichiarare l'anno 2017 come l'Anno internazionale del turismo sostenibile e sul contributo agli Obiettivi dello Sviluppo Sostenibile. Ciò ha trovato riflesso nelle priorità politiche di molti Paesi, con attività per migliorare il monitoraggio dell'impatto del turismo, estendere i regimi di certificazione, incoraggiare l'uso di nuove tecnologie e degli strumenti del settore finanziario "verde" e, in generale, promuovere una crescita ecosostenibile e socialmente inclusiva del turismo.

Dati ancora più incoraggianti emergono dall'indagine di Pugliapromozione sull'andamento dei trend turistici nei mesi gennaio – luglio per gli anni 2019, 2020 e 2021: sebbene sia evidente il calo drastico degli arrivi rispetto al 2019, si rileva un incremento importante nel 2021 rispetto al 2020 che riporta il totale degli arrivi di provenienza italiana quasi a livelli pre-pandemia mentre, come naturale attendersi, rimangono a livelli minimi gli arrivi di provenienza straniera.

TAB. 1 - ARRIVI IN REGIONE PUGLIA PER PROVENIENZA NEGLI ANNI 2019, 2020 E 2021 PER I MESI CHE VANNO DA GENNAIO A LUGLIO

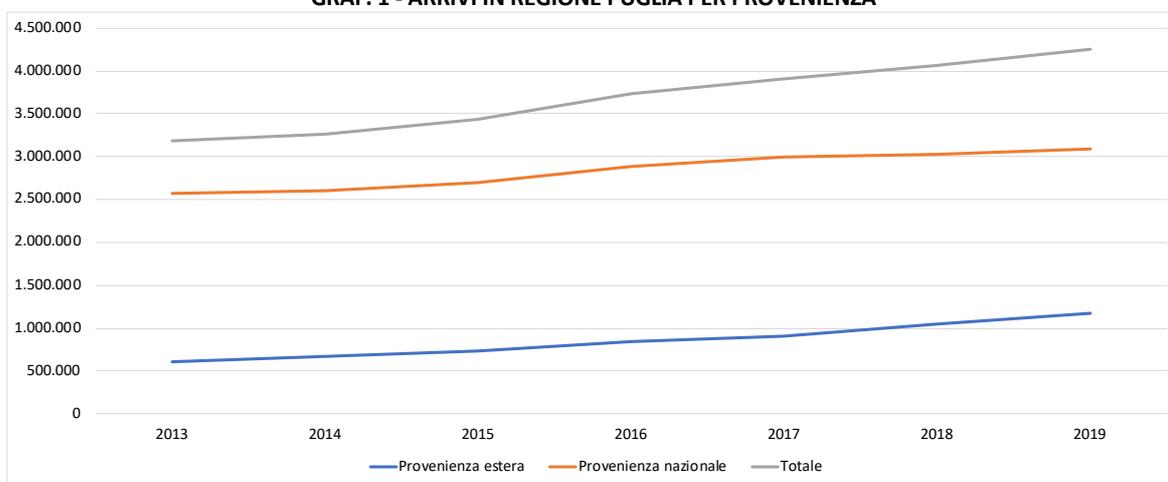
| PROVENIENZA | TOTALI | | | VAR. % | | |
|----------------------|------------------|----------------|------------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2020/2021 | 2019/2021 | 2019/2020 |
| Provenienza estera | 642.000 | 98.000 | 178.000 | +81,6 | -72,3 | -84,7 |
| Provenienza italiana | 1.645.000 | 822.000 | 1.146.000 | +39,4 | -30,3 | -50,0 |
| Totale | 2.288.000 | 921.000 | 1.327.000 | +44,4 | -42,0 | -59,7 |

Fonte: Pugliapromozione

Ai fini della valutazione dei risultati dell'attuazione delle Linee di intervento 4.1 è necessario considerare anche la serie storica degli arrivi turistici in Puglia nel periodo che va dal 2013 ad oggi, o meglio al 2019 periodo pre-pandemia.

Come il grafico che segue evidenzia in questo periodo si registra un incremento costante degli stessi nel corso degli anni, incremento che è trainato dai turisti di provenienza estera che, seppure in numero molto minore rispetto ai turisti italiani, fanno registrare un incremento dal 2013 al 2019 superiore al 90%, a fronte di un incremento nei turisti italiani di circa il 20%.

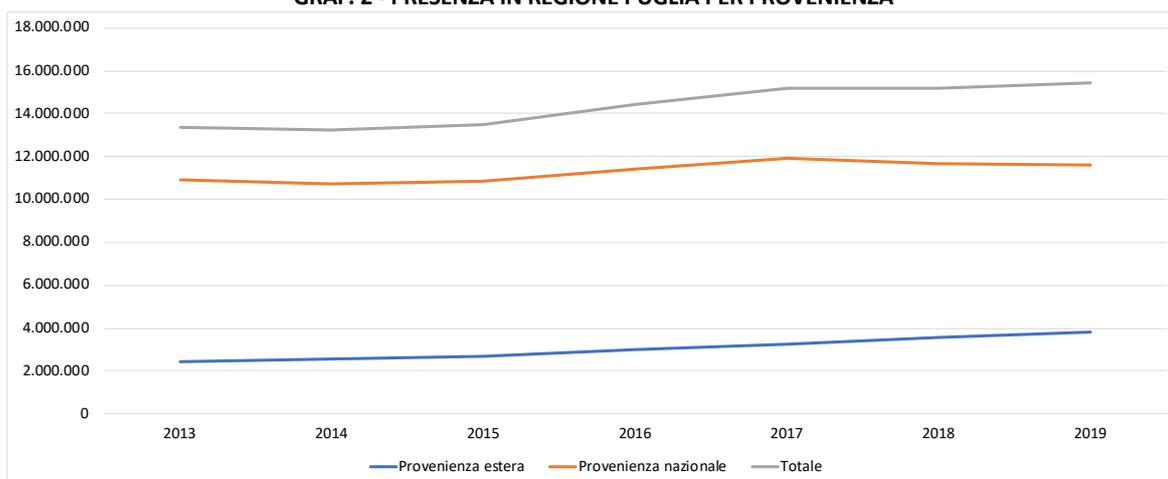
GRAF. 1 - ARRIVI IN REGIONE PUGLIA PER PROVENIENZA



Fonte: Pugliapromozione

Analogo andamento si rileva per le presenze turistiche in Regione negli stessi anni con un incremento complessivo del 16% tra il 2013 ed il 2019, incremento che anche in questo caso è molto più rilevante per gli stranieri piuttosto che per i turisti italiani.

GRAF. 2 - PRESENZA IN REGIONE PUGLIA PER PROVENIENZA



Fonte: Pugliapromozione

1.2 LA LINEA DI INTERVENTO 4.1 INFRASTRUTTURE, PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DELL'ECONOMIA TURISTICA

Considerando l'evoluzione del settore turistico pugliese, nel periodo di programmazione 2007-2013, gli interventi di tutela e valorizzazione delle risorse naturali e culturali hanno assunto un ruolo centrale nelle politiche di sviluppo regionali in Puglia. Agire su queste risorse significava, allo stesso tempo, promuovere l'innalzamento della qualità della vita dei cittadini e la coesione culturale della comunità regionale; rendere il territorio pugliese più attrattivo per visitatori, imprese, flussi di persone e capitali, aumentando i consumi turistici ed in generale mettendo a valore il patrimonio della regione; accrescere e render più visibile la presenza della Puglia a livello internazionale; rendere la cura del paesaggio e la bellezza dei luoghi una delle chiavi dello sviluppo sostenibile, attraverso l'attivazione di nuove filiere produttive, l'aumento della densità imprenditoriale e la generazione di importanti effetti economiche ed occupazionali.

In questo scenario si inserisce il Programma Operativo FESR Puglia 2007-2013 che ha individuato nella salvaguardia e nella valorizzazione del patrimonio di risorse naturali e di beni culturali di pregio la condizione essenziale per:

- riqualificare il patrimonio;
- migliorare le condizioni di fruizione e inclusione sociale;
- sostenere le dinamiche positive dei flussi turistici;
- migliorare la qualità di vita delle comunità locali;
- nonché per promuovere l'uso sostenibile delle risorse stesse garantendo la crescita economica.

A questi obiettivi è dedicato l'Asse IV "Valorizzazione delle risorse naturali e culturali per l'attrattività e lo sviluppo", le cui finalità sono state declinate negli obiettivi specifici ed operativi di seguito riportati e conseguiti attraverso quattro distinte Linee di Intervento rivolte alla promozione, tutela e valorizzazione del patrimonio naturale e culturale della Regione.

TAB. 2 - ASSE IV DEL POR FESR 2007-2013: OBIETTIVI E LINEE DI INTERVENTO

| OBIETTIVI SPECIFICI | OBIETTIVI OPERATIVI | LINEA DI INTERVENTO |
|---|---|---|
| Migliorare l'attrattività del territorio regionale a fini turistici | a) Promuovere l'economia turistica attraverso la qualificazione, la diversificazione e la promozione dell'offerta turistica integrata dei sistemi territoriali, il completamento e la qualificazione delle infrastrutture ed azioni di marketing territoriale | 4.1 Infrastrutture, promozione e valorizzazione dell'economia turistica |
| | b) Tutelare, valorizzare e promuovere i beni storico-culturali al fine di aumentare l'attrattività territoriale | 4.2 Tutela, valorizzazione e gestione del patrimonio culturale |
| | c) Promuovere infrastrutture e servizi per lo sviluppo delle attività culturali | 4.3 Sviluppo di attività culturali e dello spettacolo |
| | d) Promuovere il sostegno e lo sviluppo delle Aree Naturali Protette e l'attuazione della Rete Natura 2000 attraverso lo sviluppo del turismo verde e del marketing territoriale sostenibile | 4.4 Interventi per la rete ecologica |

Gli obiettivi sopra descritti sono fortemente connessi ad altri Assi prioritari del PO FESR 2007-2013, con particolare riferimento al potenziamento delle infrastrutture di trasporto, al miglioramento delle infrastrutture ICT e alla diffusione della banda larga, alla riqualificazione dei sistemi urbani e, non ultimo, al sostegno alle imprese del settore (PIA Turismo).

Inoltre hanno costituito elemento imprescindibile rispetto all'attuazione di alcuni degli interventi individuati nell'ambito del PO FESR gli strumenti di pianificazione e programmazione regionale ed interregionale tra i quali il Programma Triennale di Promozione Turistica 2012/2014, il POIn "Attrattori culturali, naturali e turismo" e i Programmi di Cooperazione Territoriale Europea- e la stretta integrazione programmatica tra l'attuazione dell'Asse e la programmazione delle risorse FSC 2007-2013; infatti, la strategia di valorizzazione dei beni culturali ha trovato importante fase attuativa anche attraverso l'Accordo di Programma Quadro (APQ) per i Beni e le Attività Culturali ed i successivi atti integrativi, sottoscritti da Regione Puglia, Ministero delle Economie e Finanze e Ministero per i Beni e le Attività Culturali.

La linea di intervento **4.1 "Infrastrutture, promozione e valorizzazione dell'economia turistica"**, oggetto della presente valutazione, assume un'importanza prioritaria nelle strategie di miglioramento del posizionamento della regione Puglia come *meta turistica*, sia livello nazionale che internazionale, attraverso interventi diretti a migliorare le infrastrutture turistiche, ma soprattutto interventi di promozione e marketing *volte ad affermare le destinazioni turistiche pugliesi sui mercati*.

Tre sono le azioni attivate nell'ambito della linea di intervento.

- Azioni per il completamento delle infrastrutture a sostegno dell'economia turistica, in particolare: porti turistici; abbattimento di barriere architettoniche nei siti di maggiore rilevanza turistica.
- Azioni per la valorizzazione e la promozione della regione (sul versante del rafforzamento delle reti turistiche, delle iniziative di valorizzazione e fruizione di eventi culturali legati esclusivamente ai beni e siti valorizzati e finalizzati a rafforzare il binomio turismo-cultura) attraverso lo sviluppo di specifiche azioni di marketing volte ad affermare le destinazioni turistiche sui mercati.
- Sviluppo di strutture di accoglienza residenziale e per il tempo libero a supporto del turismo sociale, in ambito rurale e balneare oltre che nei borghi antichi (la Regione si impegna ad assicurare l'effettiva destinazione turistica dei manufatti e degli immobili oggetto dell'intervento).

Le tre azioni hanno come riferimento i Sistemi Turistici Locali e perseguono l'integrazione della promozione turistica nel sistema dei beni ambientali e culturali della regione, nonché la destagionalizzazione dei flussi di visitatori e turisti.

TAB. 3 - LINEA DI INTERVENTO 4.1: AZIONI E ATTIVITÀ PREVISTE

| AZIONI | ATTIVITÀ / INTERVENTI |
|--|--|
| 4.1.1 - Completamento delle infrastrutture a sostegno dell'economia turistica, in particolare: porti turistici; abbattimento di barriere architettoniche nei siti di maggiore rilevanza turistica. | <p>A. Interventi volti a migliorare l'accoglienza al turista, finalizzati ad una migliore fruizione e all'erogazione di servizi dedicati.</p> <p>B. Infrastrutture e strutture per migliorare la fruibilità delle risorse turistiche (viabilità, segnaletica, illuminazione, arredo urbano, itinerari e percorsi attrezzati, aree parcheggio, aree attrezzate) ed interventi mirati allo sviluppo turistico.</p> <p>C. Miglioramento e potenziamento del sistema regionale della portualità turistica</p> |
| 4.1.2 - Valorizzazione e la promozione della regione attraverso lo sviluppo di specifiche azioni di marketing volte ad affermare le destinazioni turistiche sui mercati. | <p>A. Promozione del sistema turistico regionale, attraverso l'organizzazione e/o la partecipazione ad iniziative settoriali di livello nazionale ed internazionale</p> <p>B. Promozione dell'offerta turistica regionale attraverso iniziative di ospitalità ed eductour</p> <p>C. Azioni di sensibilizzazione delle comunità locali e del sistema imprenditoriale regionale alla cultura dell'accoglienza ed all'utilizzo di buone pratiche</p> <p>D. Programmi finalizzati alla promozione e valorizzazione turistica regionale</p> <p>E. Piani di comunicazione integrata</p> <p>F. Pianificazione strategica, analisi di settore e attività di implementazione dei Sistemi Turistici Locali</p> |
| 4.1.3 - Sviluppo di strutture di accoglienza residenziale e per il tempo libero a supporto del turismo sociale, in ambito rurale e balneare oltre che nei borghi antichi | <p>A. Recupero e ristrutturazione di beni immobili da destinare ad attività di accoglienza o ricettività di proprietà pubblica, ovvero resi disponibili ad uso pubblico in base a specifici accordi o atti convenzionali di lunga durata.</p> |

Azione 4.1.1 - Completamento delle infrastrutture a sostegno dell'economia turistica, in particolare: porti turistici; abbattimento di barriere architettoniche nei siti di maggiore rilevanza turistica.

L'azione nasce con l'obiettivo di realizzare attività di sostegno all'offerta turistica attraverso l'adeguamento della dotazione regionale di strutture, infrastrutture e attrezzature.

Il sistema della portualità turistica ha costituito il focus principale degli interventi. A questo sono stati associati interventi volti alla valorizzazione dei contesti territoriali dal punto di vista dell'accoglienza e della fruibilità turistica, per affermare le destinazioni pugliesi sui mercati nazionali ed internazionali.

Azione 4.1.2 - Valorizzazione e la promozione della regione attraverso lo sviluppo di specifiche azioni di marketing volte ad affermare le destinazioni turistiche sui mercati.

Obiettivo dell'azione è stato quello di affermare le destinazioni pugliesi sui mercati nazionali ed internazionali attraverso interventi ed attività per la valorizzazione e la promozione della regione, ovvero sostegno ad eventi, manifestazioni, iniziative ed attività, attraverso cui: migliorare la conoscenza del territorio e delle sue peculiarità; valorizzare a finalità turistica le eccellenze ed evidenze presenti sul territorio, principalmente di carattere paesaggistico, storico, architettonico, culturale ed identitario; implementare l'offerta con riferimento a specifici target, mercati e

prodotti; rafforzare l'immagine complessiva della regione; incrementare la capacità di accoglienza e la qualificazione dei servizi ad essa funzionali.

Azione 4.1.3 - Sviluppo di strutture di accoglienza residenziale e per il tempo libero a supporto del turismo sociale, in ambito rurale e balneare oltre che nei borghi antichi

Scopo dell'azione è stato quello di attivare interventi che permettessero di organizzare una rete diffusa nel territorio di strutture espressamente dedicate al turismo sociale, ovvero progetti in grado di attivare e mettere in rete l'offerta effettivamente adeguata alla domanda sociale, ampia e specializzata nei bisogni e nei valori (anziani, disabili, studenti, meno abbienti, immigrati e giovani) e la realizzazione di servizi e infrastrutture utili a potenziare un'offerta turistica sociale di qualità.

1.3 LA STRATEGIA REGIONALE ED IL SISTEMA DELLE AREE VASTE

L'azione regionale nel campo del turismo, della cultura e dell'ambiente è ispirata all'adozione di una strategia di "integrazione fra sistemi", fondata sulla valorizzazione del territorio "reale" e connessa ai processi di pianificazione e sviluppo delle dieci Aree Vaste (cfr. Strategia Asse IV di cui al PPA).

Tale azione si concretizza nella realizzazione di "azioni di sistema" a valere sull'Asse IV FESR con il diretto coinvolgimento di tutte le sue Linee di intervento, tra cui pertanto anche la Linea 4.1 che ha come riferimento prioritario i Sistemi Turistici Locali che concorrono a promuovere e realizzare interventi destinati ad incrementare e diversificare l'offerta regionale e a valorizzare gli aspetti di attrattività del territorio, migliorandone la fruibilità e la qualità dei servizi erogati.

L'Area Vasta è un'area che si caratterizza per un'interdipendenza economica, sociale e territoriale che non coincide necessariamente con un confine amministrativo. La sua peculiarità è quella di essere incentrata sull'aggregazione e sul ruolo attivo dei soggetti istituzionali locali, che sono chiamati ad un protagonismo progettuale e a una prassi di governo radicalmente innovativa.

In Puglia, la Pianificazione di Area Vasta, in coerenza con le previsioni del Documento Strategico Regionale 2007/2013 e del POR FESR, ha avuto un forte sviluppo verso la declinazione di una strategia condivisa degli attori locali.

Sul territorio pugliese sono state riconosciute dieci aggregazioni territoriali di "Area vasta" (Enti capofila: Bari, Brindisi, Foggia, Lecce, Taranto, Casarano, Gravina, Barletta, Comunità Montana Monti Dauni Meridionali, Monopoli) le cui Autonomie locali hanno assunto un impegno di analisi e di approfondimento che è confluito nei "Piani Strategici di Area Vasta", piani che delineano obiettivi precisi e condivisi ed incanalano in quella direzione risorse umane ed economiche.

TAB. 4 - AREE VASTE IN REGIONE PUGLIA

| AREA VASTA | N° COMUNI | STRATEGIA |
|---------------------------|-----------|---|
| Metropoli – Terra di Bari | 31 | Il Piano BA2015 ha individuato i seguenti settori strategici d'intervento: Trasporti e Mobilità; Ambiente; Economia; Società; Cultura e Governance. |
| Brindisina | 19 | L'Area svolge il suo processo di pianificazione nell'ottica di organizzare e facilitare le connessioni tra le città intese come nodi di una rete messe in collegamento tra loro, con l'intento di responsabilizzare le città stesse e stimolare una maggiore attenzione verso le opportunità europee. |
| Città Murgiana | 4 | Obiettivi strategici del Piano sono: accrescere il senso di appartenenza alla comunità murgiana, rafforzare la cooperazione intercomunale; migliorare con decisione e coerenza l'abitabilità della città murgiana; aprirsi al mondo migliorando |

| | | |
|-----------------|----|---|
| | | l'accessibilità interna ed esterna; garantire la tutela, la cura e la valorizzazione del patrimonio paesaggistico, naturalistico, archeologico e architettonico |
| Tarantina | 28 | I risultati attesi dall'attuazione del Piano Strategico sono: "valorizzazione ambientale"; promozione di una rinnovata "missione" economica e produttiva; sviluppo di un sistema integrato di infrastrutture; costruzione di una nuova identità di area e di un'immagine unitaria del territorio. |
| Capitanata 2020 | 31 | Due le parole chiave del Piano: 1) Innovare in quanto gli obiettivi di modernizzazione devono partire dalla capacità di progettare un futuro a partire dalla capacità di innovare, ovvero di "trasformare introducendo sistemi o metodi nuovi"; 2) Connettere: porre in relazione, in rapporto, concatenare, ordinare razionalmente, e infine, ragionare. |
| Monti Dauni | 30 | L'idea forza è quella di promuovere un'identità comune dell'area in cui si armonizzino obiettivi economici, sociali ed ambientali. Un territorio che crea lavoro, in cui la "vita è facile", rispettosa della natura e dei suoi cicli. |
| Lecce 2005/2015 | 31 | L'idea chiave del Piano Strategico è quella di consolidare e rafforzare la dimensione e la coesione territoriale in una logica di integrazione allargata che intensifichi il dialogo e la costruzione di una rete di relazioni stabili al suo interno (area vasta, area jonico-salentina, regione Puglia) e verso l'esterno (Balcani, Mediterraneo). |
| Salento 2020 | 66 | Otto gli Assi strategici intorno a cui ruota la costruzione e l'evoluzione del "Piano Strategico 2020", che definiscono lo scenario di riferimento per le azioni da attuare e i progetti da individuare: identità e patrimonio culturale e ambientale, capitale umano ed economia della conoscenza, crescita economica e qualità del lavoro, società dell'informazione e diffusione dell'Ict, welfare locale, territorio e sviluppo eco compatibile, governance locale e partecipazione, trasporti e reti di comunicazione. |
| Vision 2020 | 10 | La visione del futuro proposta dal piano si fonda su sette città creative del Nord Barese-Ofantino, sette vision che rappresentano altrettanti luoghi-tema, proposti come "intuizioni territoriali", che interpretano i temi e le occasioni per lo sviluppo del territorio e ne indirizzano l'evoluzione. Le sette città sono: la Città della Ruralità; la Città della Produzione tipica; la Città dell'Arte; la Città del Mare; la Città della Moda; la Città dello Spettacolo; la Città del Governo. |
| Valle d'Itria | 8 | Il Piano Strategico si sviluppa intorno a 4 linee d'intervento sulle quali le Amministrazioni, gli operatori pubblici, gli attori economici, le forze sociali e del terzo settore sono stati chiamati a proporre e sviluppare azioni e progetti: Ambiente e Territorio; Economia; Infrastrutture; Identità dell'Area, Servizi e Welfare. |

Nelle fasi di avvio della programmazione si è assistito ad un processo di programmazione negoziale tra le Aree Vaste e la Regione per la definizione dei Programmi Integrati Plurifondo attraverso la costituzione di dieci tavoli negoziali "territoriali" finalizzati alla individuazione di iniziative progettuali regionali e territoriali di gestione integrata ed efficiente delle risorse territoriali miranti all'implementazione di "sistemi ambientali e culturali" (SAC) e dei "sistemi turistici locali" (STL). L'attività di concertazione territoriale avviata ha inoltre consentito la definizione con le Aree Vaste del Programma Stralcio di interventi a valere anche sulla Linea di Intervento 4.1, che ha poi trovato attuazione tramite le Azioni 4.1.1 e 4.1.3.

TAB. 5 - INTERVENTI PREVISTI DAI PROGRAMMI STRALCIO DELLE AREE VASTE A VALERE SULLE AZIONI 4.1.1 E 4.1.3

| AREA VASTA | DESCRIZIONE | IMPORTO | | AZIONE |
|---------------------------|--|-----------|-----------|--------|
| | | PROGETTI | TOTALE | |
| Brindisina | Lavori di messa in sicurezza e potenziamento del porto di Savelletri <i>Comune di Fasano</i> | 1.520.000 | 3.756.000 | 4.1.1 |
| | Progetto di riqualificazione del Lungomare Specchiolla <i>Comune di Carovigno</i> | 1.066.000 | | 4.1.1 |
| | Arredo Urbano di Torre Canne – Zone prospicienti porto e lungomare <i>Comune di Fasano</i> | 1.170.000 | | 4.1.1 |
| Capitanata 2020 | Realizzazione e completamento di porti turistici/ormeggi - Riqualificazione dell'Area Portuale di Vieste (Molo Sud) <i>Comune di Vieste</i> | 2.210.750 | 2.210.750 | 4.1.1 |
| Murgia | Recupero architettonico e funzionale dell'ex Monastero di Santa Croce per la realizzazione di un ostello per la gioventù e un museo della pietra <i>Comune di Altamura</i> | 3.676.191 | 3.676.191 | 4.1.3 |
| Lecce | Water front area portuale S. Cataldo <i>Comune di Lecce</i> | 1.800.000 | 2.700.000 | 4.1.1 |
| | Recupero e rifunionalizzazione dell'edificio ex carcere da destinare a ostello della gioventù <i>Comune di Novoli</i> | 900.000 | | 4.1.3 |
| Metropoli - Terra di Bari | Nessun intervento inerente la Linea di Intervento 4.1 | | | |
| Monti Dauni | Nessun intervento inerente la Linea di Intervento 4.1 | | | |
| Salento 2020 | Messa in sicurezza della struttura portuale e adeguamento agli standard qualitativi minimi <i>Comune di Castro</i> | 3.330.000 | 7.900.000 | 4.1.1 |
| | Riqualificazione del porto turistico di Otranto con ampliamento del bacino esistente <i>Comune di Otranto</i> | 3.780.000 | | 4.1.1 |
| | Riqualificazione del centro storico <i>Comune di Palmariggi</i> | 790.000 | | 4.1.1 |
| Taranto | Potenziamento infrastrutture a servizio del turismo <i>Comuni di Lizzano e Maruggio</i> | 1.119.600 | 3.119.187 | 4.1.1 |
| | Completamento PIS 13- 2° Lotto Riqualificazione Lungomare Eroi del Mare <i>Comune di Castellaneta</i> | 1.638.380 | | 4.1.1 |
| | Progetto di riqualificazione e valorizzazione ambientale area verde a Torre Ovo <i>Comune di Taranto</i> | 361.207 | | 4.1.1 |
| Valle d'Itria | Realizzazione di strutture di servizio e di liberi accessi a mare (costa Sud) <i>Comune di Monopoli</i> | 884.000 | 4.701.073 | 4.1.1 |
| | Opere di miglioramento funzionale di accesso alla zona delle grotte e di riqualificazione del piazzale e dei percorsi esterni di ingresso alle grotte con la realizzazione di un parco attrezzato, piazza ed auditorium all'aperto a disposizione dei visitatori <i>Comune di Castellana Grotte</i> | 1.115.079 | | 4.1.1 |
| Vision 2020 | Masterplan del waterfront di Bisceglie <i>Comune di Bisceglie</i> | 4.000.000 | 4.000.000 | 4.1.1 |

Fonte: SistemaPuglia

2 REALIZZAZIONI E RISULTATI DELLA LINEA DI INTERVENTO 4.1

2.1 LE RISORSE DEDICATE ALLA LINEA DI INTERVENTO

Come visto in precedenza la Linea di intervento 4.1 aveva l'obiettivo di *promuovere l'economia turistica attraverso la qualificazione, la diversificazione e la promozione dell'offerta turistica integrata dei sistemi territoriali, il completamento e la qualificazione delle infrastrutture ed azioni di marketing territoriale.*

Tale obiettivo è stato perseguito attraverso l'attivazione delle tre azioni precedentemente descritte:

- *Azione 4.1.1 - Completamento delle infrastrutture a sostegno dell'economia turistica, in particolare: porti turistici; abbattimento di barriere architettoniche nei siti di maggiore rilevanza turistica, che nasce con l'obiettivo di realizzare attività di sostegno all'offerta turistica attraverso l'adeguamento della dotazione regionale di strutture, infrastrutture e attrezzature.*
- *Azione 4.1.2 - Valorizzazione e la promozione della regione attraverso lo sviluppo di specifiche azioni di marketing volte ad affermare le destinazioni turistiche sui mercati, il cui è stato quello di affermare le destinazioni pugliesi sui mercati nazionali ed internazionali attraverso interventi ed attività per la valorizzazione e la promozione della regione, ovvero sostegno ad eventi, manifestazioni, iniziative ed attività, attraverso cui: migliorare la conoscenza del territorio e delle sue peculiarità; valorizzare a finalità turistica le eccellenze ed evidenze presenti sul territorio, principalmente di carattere paesaggistico, storico, architettonico, culturale ed identitario; implementare l'offerta con riferimento a specifici target, mercati e prodotti; rafforzare l'immagine complessiva della regione; incrementare la capacità di accoglienza e la qualificazione dei servizi ad essa funzionali.*
- *Azione 4.1.3 - Sviluppo di strutture di accoglienza residenziale e per il tempo libero a supporto del turismo sociale, in ambito rurale e balneare oltre che nei borghi antichi, implementata con lo scopo di attivare interventi che permettessero di organizzare una rete diffusa nel territorio di strutture espressamente dedicate al turismo sociale, ovvero progetti in grado di attivare e mettere in rete l'offerta effettivamente adeguata alla domanda sociale, ampia e specializzata nei bisogni e nei valori (anziani, disabili, studenti, meno abbienti, immigrati e giovani) e la realizzazione di servizi e infrastrutture utili a potenziare un'offerta turistica sociale di qualità.*

Le risorse destinate alla Linea d'Intervento 4.1 dal POR Puglia 2007-2013 sono state pari a 149.367.200 euro, di cui il 62% dedicate alle azioni di *valorizzazione e la promozione della regione* di cui all'Azione 4.1.2.

TAB. 6 - DOTAZIONE FINANZIARIA LINEA D'INTERVENTO 4.1

| AZIONI | SPESA PUBBLICA | % |
|---------------|--------------------|-------------|
| Az. 4.1.1 | 50.986.065 | 34% |
| Az. 4.1.2 | 93.237.039 | 62% |
| Az. 4.1.3 | 5.144.096 | 3% |
| Totale | 149.367.200 | 100% |

Ai fini dell'attuazione degli interventi la Regione con DGR n. 165 del 17.02.2009 ha approvato i **criteri di selezione delle azioni**, nonché ha definito il contenuto dei Programmi Pluriennali di attuazione (PPA)³ e le procedure per la loro adozione.

³ La Deliberazione di Giunta regionale n. 1825 del 05.08.2011 e ss.mm.ii. ha modificato il Programma Pluriennale di attuazione 2007/2013 approvando le relative variazioni di bilancio. Successivamente la Giunta regionale, con proprio atto n. 721/2012, al fine di dare attuazione a quanto disposto dalla L.R. 28/78, emendata dalla L.R. n. 12 del 12. 8.2005 art. 4 comma 2, ha approvato il programma triennale di promozione turistica 2012-2014, nonché il piano di attuazione

In particolare, la Deliberazione ha individuato:

- a) con riguardo agli interventi da finanziare nell'ambito della Linea di intervento 4.1, Azioni 4.1.1 e 4.1.2, i relativi criteri di selezione, come di seguito riportati:
- grado di integrazione con altri interventi/programmi finanziati allo sviluppo ed al potenziamento dei sistemi turistici locali;
 - analisi quali - quantitative sulla domanda (attuale e potenziale) di fruizione turistico - culturale, strategia di orientamento al mercato e coerenza dei contenuti progettuali con le specifiche vocazioni territoriali;
 - premialità per gli interventi di riqualificazione ed ammodernamento di infrastrutture già esistenti, rispetto alla costruzione di nuove;
 - sostenibilità economica e finanziaria;
 - capacità di migliorare gli standard di qualità e di efficienza dei servizi turistici di accoglienza e informazione al turista;
 - introduzione e diffusione di nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione;
 - grado di integrazione con altri interventi/progetti riguardanti il sostegno dello sviluppo turistico e la valorizzazione del patrimonio culturale e naturale anche a valere su altri programmi regionali, nazionali e comunitari;
 - impatto sullo sviluppo turistico regionale attraverso interventi miranti la diversificazione e la destagionalizzazione dei flussi turistici;
 - tipologie di intervento che prevedono elementi di accessibilità in relazione alla fruibilità delle risorse turistiche;
 - grado di partecipazione finanziaria;
- b) con riguardo alle modalità di attuazione dei suddetti interventi, la possibilità di adottare la procedura negoziale di cui all'art. 7 del regolamento concernente le procedure di gestione del PO FESR 2007 -2013.

Ai fini dell'attuazione dell'Azione 4.1.2 *Valorizzazione e la promozione della regione attraverso lo sviluppo di specifiche azioni di marketing volte ad a fermare le destinazioni turistiche sui mercati*, in esecuzione di quanto stabilito dai predetti atti di Programmazione pluriennale, nonché dalla normativa regionale, sono state stipulate nel corso degli anni diverse convenzioni finalizzate all'attuazione delle attività di promozione con l'Agenzia Pugliapromozione⁴.

delle attività di promozione e comunicazione in Italia e all'estero, per l'anno 2012, ritenendo essenziale poter disporre di adeguati strumenti strategici di programmazione supporto delle politiche di settore, rilevanti per lo sviluppo del territorio regionale. Detto piano ha trovato copertura con atto dirigenziale n. 129 del 17 maggio 2012.

⁴ Come previsto dalla Legge Regionale n.1 del 2002, modificata dalla L.R. 18/2010), Pugliapromozione è lo strumento operativo delle politiche della Regione Puglia in materia di promozione dell'immagine unitaria della Regione e promozione turistica locale, la cui organizzazione e funzionamento sono disciplinati con Regolamento n. 9 del 13.05.2011. In data 07/06/2012 è stata stipulata tra Regione Puglia e l'Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione la Convenzione "Valorizzazione e potenziamento dell'offerta turistica regionale: Città aperte. Annualità 2012", repertoriata in data 12/06/2012 al n. 013917. In data 26/06/2012 è stata stipulata tra Regione Puglia e l'Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione la Convenzione "Promozione nei mercati intermediati. Annualità 2012-2013- 2014", repertoriata in data 29/06/2012 al n. 013934. In data 27/06/2012 è stata stipulata tra Regione Puglia e l'Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione la Convenzione "Comunicazione dei prodotti turistici regionali. Annualità 2012- 2013-2014", repertoriata in data 29/06/2012 al n. 013935. In data 31/07/2012 è stata stipulata tra Regione Puglia e l'Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione la Convenzione "Rete regionale di informazione ed accoglienza turistica. Annualità 2012-2013", repertoriata in data 03/08/2012 al n. 014005. In data 21/09/2012 è stata stipulata tra Regione Puglia e l'Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione la Convenzione "Monitoraggio domanda e offerta turistica regionale. Annualità 2012-2013-2014", repertoriata in data 19/09/2012 al n. 014086.

2.2 GLI INTERVENTI REALIZZATI

Per quanto riguarda l'attuazione, indipendentemente dagli importi liquidati, la Relazione Finale di attuazione del Programma fornisce un quadro complessivo degli interventi realizzati.

Con riferimento all'**Azione 4.1.1** sono stati realizzati interventi finalizzati alla valorizzazione dei contesti territoriali dal punto di vista dell'accoglienza e della fruibilità turistica, nell'ottica dell'affermazione delle destinazioni pugliesi sui mercati nazionali ed internazionali, con riferimento ai territori del Salento e di Foggia, Bari, BAT, Brindisi e Taranto.

Come previsto dai Programmi Pluriennali di attuazione dell'asse IV del POR, nonché dal POR Stesso, con l'obiettivo di riqualificare e migliorare dal punto di vista quali-quantitativo le dotazioni dei servizi e delle attrezzature disponibili sul territorio, sono stati realizzati interventi nel campo della **portualità turistica** tra i quali si segnalano la riqualificazione dell'area portuale di Vieste, Molo sud (1,8 Meuro di contributi liquidati), il finanziamento a favore del Comune di Otranto per la realizzazione delle opere previste nel progetto di "Riqualificazione del Porto Turistico di Otranto con ampliamento del bacino esistente" (3,6 Meuro di contributi liquidati), il progetto realizzato dal Comune di Castro per la messa in sicurezza della struttura portuale e adeguamento agli standard qualitativi minimi (3,2 Meuro di contributi liquidati) e quello realizzato dal Comune di Fasano "Lavori di messa in sicurezza e potenziamento del porto di Savelletri" (1,3 Meuro di contributi liquidati).

Altro importante progetto è quello relativo alla riqualificazione del quartiere fieristico e alla realizzazione del **Centro Convegni presso la Fiera del Levante di Bari** (6 Meuro di contributi liquidati a valere sul POR), vocato a diventare luogo primario di destinazione congressuale di flussi nazionali ed internazionali all'interno dell'Area Metropolitana di Bari.

Sono stati realizzati inoltre progetti di riqualificazione dei centri storici (Comune di Palmariggi) e arredo urbano (Comune di Fasano), riqualificazione del Lungomare (Comune di Castellaneta e Carovigno) e miglioramento dell'accessibilità turistica.

È stata infine **riqualificata la rete regionale di informazione e accoglienza turistica** attraverso un finanziamento di 1,9 Meuro.

Data la forte integrazione della Linea di Intervento 4.1, ed in particolare dell'Azione 4.1.1, con la pianificazione strategica territoriale di Area Vasta, nella tabella che segue si riportano gli interventi realizzati a valere sui Programmi Stralcio delle Aree Vaste.

TAB. 7 - INTERVENTI REALIZZATI A VALERE SUI PROGRAMMI STRALCIO DELLE AREE VASTE AZIONE 4.1.1

| AREA VASTA | DESCRIZIONE | CONTRIBUTO PUBBLICO |
|-----------------|---|---------------------|
| Brindisina | Lavori di messa in sicurezza e potenziamento del porto di Savelletri Comune di Fasano <i>Programma Stralcio DGR 917 del 26/05/2009 e D.G.R. n.2683 del 28/12/2009</i> | 1.304.021 |
| | Progetto di riqualificazione del Lungomare Specchiolla Comune di Carovigno <i>Programma Stralcio DGR 917 del 26/05/2009 e D.G.R. n.2683 del 28/12/2009</i> | 1.029.620 |
| | Arredo Urbano di Torre Canne – Zone prospicienti porto e lungomare Comune di Fasano <i>Programma Stralcio DGR 917 del 26/05/2009 e D.G.R. n.2683 del 28/12/2009</i> | 1.015.646 |
| Capitanata 2020 | Realizzazione e completamento di porti turistici/ormeggi - Riqualificazione dell'Area Portuale di Vieste (Molo Sud) Comune di Vieste <i>Programma Stralcio DGR 917 del 26/05/2009 - D.G.R. n.2684 del 28/12/2009</i> | 1.821.993 |
| Lecce | Water front area portuale S. Cataldo Comune di Lecce <i>Programma Stralcio DGR 917 del 26/05/2009 - D.G.R. n.2685del 28/12/2009</i> | 1.240.155 |
| Salento 2020 | Messa in sicurezza della struttura portuale e adeguamento agli standard qualitativi minimi Comune di Castro <i>DGR 917 del 26/05/2009 - D.G.R. n. 2689 del 28/12/2009</i> | 3.233.336 |
| | Riqualificazione del porto turistico di Otranto con ampliamento del bacino esistente Comune di Otranto <i>Programma Stralcio DGR 917 del 26/05/2009 - D.G.R. n.2685del 28/12/2009</i> | 3.649.988 |
| | Riqualificazione del centro storico Comune di Palmariggi <i>DGR 917 del 26/05/2009 - D.G.R. n.2689 del 28/12/2009</i> | 711.000 |
| Taranto | Potenziamento infrastrutture a servizio del turismo Comuni di Lizzano e Maruggio <i>Programma Stralcio DGR 917 del 26/05/2009 - D.G.R. n.2690 del 28/12/2009</i> | 838.583 |
| | Completamento PIS 13- 2° Lotto Riqualificazione Lungomare Eroi del Mare Comune di Castellaneta <i>Programma Stralcio DGR 917 del 26/05/2009 - D.G.R. n.2690 del 28/12/2009</i> | 1.248.247 |
| | Progetto di riqualificazione e valorizzazione ambientale area verde a Torre Ovo Comune di Taranto <i>D.G.R. n. 1955/2014</i> | 352.034 |
| Valle d'Itria | Realizzazione di strutture di servizio e di liberi accessi a mare (costa Sud) Comune di Monopoli <i>DGR 917 del 26/05/2009 - D.G.R. n.2691 del 28/12/2009</i> | 591.272 |
| | Opere di miglioramento funzionale di accesso alla zona delle grotte e di riqualificazione del piazzale e dei percorsi esterni di ingresso alle grotte con la realizzazione di un parco attrezzato, piazza ed auditorium all'aperto a disposizione dei visitatori Comune di Castellana Grotte <i>DGR 917 del 26/05/2009 - D.G.R. n.2691 del 28/12/2009</i> | 1.972.229 |
| Vision 2020 | Masterplan del waterfront di Bisceglie (stralcio funzionale) Comune di Bisceglie <i>DGR 917 del 26/05/2009 - D.G.R. n.2692 del 28/12/2009</i> | 3.585.994 |

Fonte: Dati di Monitoraggio Regione Puglia

Con riferimento all'**Azione 4.1.2**, che come visto in precedenza è stata attuata direttamente da Pugliapromozione quale strumento operativo delle politiche della Regione Puglia in materia di

promozione dell'immagine unitaria della Regione e promozione turistica locale, gli interventi attivati rientrano nelle seguenti macrocategorie.

A. Promozione del sistema turistico regionale, attraverso l'organizzazione e/o la partecipazione ad iniziative previste a livello **nazionale ed internazionale**. Verranno realizzate iniziative promozionali sul territorio nazionale ed all'estero, con l'obiettivo di rafforzare l'immagine e il posizionamento del prodotto Puglia sui diversi mercati, per incrementare i flussi turistici incoming e diversificare i relativi target. Le attività consisteranno inoltre nella partecipazione della Regione Puglia a mostre, fiere, borse, esposizioni, manifestazioni ed eventi previsti prevalentemente dalla programmazione regionale e dall'ENIT. Sarà condotta un'attività sperimentale di scouting sui mercati nuovi ed emergenti.

B. Promozione dell'offerta turistica regionale, attraverso iniziative di **ospitalità ed educ-tour**. Le attività riguardano la realizzazione ed il sostegno, nell'ambito di progetti promozionali, di iniziative di ospitalità (quali in particolare educ-tour, fam-trip ecc.) e servizi connessi, principalmente rivolti a opinion leaders, giornalisti e operatori turistici, nonché scrittori, fotografi, troupes televisive e cinematografiche, delegazioni estere e istituzionali, atleti, artisti, esperti di settore, rappresentanti di agenzie di pubblicità e comunicazione ed ogni altro soggetto che si valuti possa determinare effetti positivi per il turismo pugliese, attraverso la conoscenza della regione e la permanenza sul territorio regionale. Queste iniziative potranno essere effettuate anche in associazione con eventi, manifestazioni, convegni e congressi organizzati sul territorio regionale, che potranno essere parimenti sostenuti dalla Regione. Tali attività saranno finalizzate in particolare a far conoscere gli attrattori turistici del territorio e l'offerta di settore.

C. Azioni di sensibilizzazione delle comunità locali e del sistema imprenditoriale regionale alla cultura dell'accoglienza ed all'utilizzo di buone pratiche. L'intervento promuove la piena consapevolezza - tra le comunità locali e gli operatori - del valore socioeconomico del settore, quale leva di sviluppo per l'intero territorio. Le operazioni attuate consistono in eventi ed iniziative di promozione, diffusione di buone pratiche in tema di accoglienza, ospitalità e qualità dell'offerta

D. Programmi finalizzati alla promozione e valorizzazione turistica regionale. L'attività consiste nella realizzazione di **eventi ed iniziative (principalmente di rilevanza nazionale o internazionale) che abbiano impatto promozionale e di immagine per il territorio** e che siano in grado di rappresentare in modo significativo aspetti e peculiarità regionali, nonché prodotti e segmenti rilevanti del comparto turistico. È inoltre prevista la realizzazione di un sistema di eventi a carattere maggiormente territoriale, finalizzati ad arricchire ed integrare l'offerta turistica regionale attraverso la realizzazione di azioni di accoglienza e animazione delle destinazioni turistiche. Parimenti saranno previsti programmi ed interventi mirati a rafforzare la capacità di accoglienza del sistema turistico regionale. Potranno, inoltre, essere promossi e sostenuti "grandi eventi" (definiti ai sensi della vigente normativa) nonché iniziative di natura culturale, artistica, sportiva e dello spettacolo che contribuiscano ad accrescere il grado di notorietà della destinazione turistica Puglia sui principali mercati di riferimento. Nell'ambito di questi interventi, verrà finanziata nel 2009 la realizzazione della Mostra su Charles Darwin. Gli interventi saranno selezionati anche in un'ottica di integrazione con quanto previsto dalle altre Linee di Intervento dell'Asse IV.

E. Piani di comunicazione integrata. Saranno realizzate azioni di promozione, comunicazione e marketing finalizzate a potenziare l'immagine turistica regionale con soluzioni che favoriscano una visione complessiva e integrata delle eccellenze e delle peculiarità presenti sul territorio, così come dei prodotti turistici, anche attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie (internet, ITC, wireless, ecc.). Nel quadro di adeguate politiche di immagine coordinata, è inoltre prevista la realizzazione e diffusione di materiale promo-pubblicitario e informativo. L'azione prevede altresì la promozione dell'offerta e di specifici prodotti turistici, sia sul mercato estero sia su quello nazionale (anche attraverso le attività degli STL), con l'obiettivo di rafforzare la destagionalizzazione, valorizzare particolari itinerari ed eccellenze culturali e paesaggistico-ambientali pugliesi, riequilibrare i flussi incoming offrendo ulteriori opportunità di sviluppo turistico per le diverse aree territoriali interessate e l'intera regione.

F. Pianificazione strategica, analisi di settore e attività di implementazione dei Sistemi Turistici Locali. L'intervento prevede attività di **analisi e studio** a supporto della programmazione integrata del settore, finalizzate alla promozione delle aree, degli itinerari e dei prodotti regionali. Verranno inoltre attuate operazioni finalizzate alla creazione di marchi e altre misure di stimolo e sostegno funzionali all'avvio e al consolidamento dei Sistemi Turistici Locali.

Attraverso il POR è stata realizzata una riorganizzazione del sistema dell'accoglienza e dell'informazione turistica tramite l'individuazione e l'allestimento di un format estetico rinnovato e uniformato per i diversi punti informativi dislocati sul territorio, oltre al miglioramento dell'organizzazione dei servizi e degli standard di accoglienza anche in raccordo con il territorio. Inoltre, sono state realizzate attività di promozione della Puglia come destinazione di esperienza (*Puglia brand of experience*), con un'azione attivata principalmente sul web ed i new media, orientata ai mercati esteri ed all'aumento dell'awareness e del posizionamento del brand sui mercati internazionali del turismo contemporaneo.

Nel quadro dell'attività di promozione sono stati inseriti interventi volti alla comunicazione dei prodotti turistici regionali, alla valorizzazione e promozione dell'offerta turistica regionale, alla promozione nei mercati intermediati, al monitoraggio della domanda e dell'offerta turistica regionale e all'ospitalità connesse ad eventi promossi da Comuni ed Enti locali.

La comunicazione del territorio è stata orientata a promuovere il sistema d'offerta pugliese, attraverso l'utilizzo di immagini associate ai prodotti turistici della Puglia che Pugliapromozione ha configurato in esperienze di viaggio, integrando perfettamente i concept tradizione e innovazione. L'immagine coordinata degli stand e del programma degli eventi internazionali è stata caratterizzata dal claim *#WeAreinPuglia*: l'affermazione e la diffusione dei messaggi promozionali della destinazione Puglia attraverso i social media ha permesso di rafforzare il passaparola online, che risulta essere lo strumento vincente per la conoscenza del brand Puglia.

Alcuni esempi di campagne progettate e diffuse a mezzo stampa editoriale sono la guida annuale "I borghi più belli d'Italia", o a mezzo stampa e web come sui titoli RCS in occasione dei riti della Settimana Santa, la campagna di destagionalizzazione "Pasqua in Puglia".

Tutte le campagne web hanno puntato alla diffusione del portale regionale del turismo www.viaggiareinpuglia.it, verso il quale stimolare traffico e ricerche online, in modo tale da ottimizzare la visibilità degli operatori della filiera turistica in esso rappresentati.

Le azioni di comunicazione all'estero, invece, hanno migliorato o dato continuità a quanto realizzato negli anni precedenti, rafforzando esposizione e presenza del brand Puglia su quei mercati individuati come strategici attraverso il collegamento con voli diretti.

Importante la partecipazione degli operatori turistici regionali, sostenuti da Pugliapromozione, a diverse fiere internazionali, tra cui: Tokyo (2010), Monaco (2009 e 2010), Berlino (2009), Praga (2009), Parigi (2009), Mosca (2009 e 2010), Bruxelles (2009), Londra (2009 e 2010), Dusseldorf (2009), Pechino (2009), Colonia (2009), Praga (2010).

Si noti che i paesi scelti per la presenza nelle fiere di settore sono gli otto paesi esteri che insieme rappresentano quasi il 50% del totale degli arrivi turistici in regione Puglia.

Nell'ambito del progetto "Road show co-promotion e co-branding", la Puglia è stata presente nelle principali città europee, collegate con voli diretti, con il Road Show *#Weareinpuglia*: un programma di eventi e attività finalizzati alla comunicazione del brand Puglia, durante i quali il pubblico ha potuto sperimentare e vivere immagini, profumi, suoni, sapori, musica, tradizioni della destinazione nel Villaggio Puglia, uno spazio di circa 250 mq allestito nelle piazze di maggior transito di ciascuna città.

Inoltre, sono proseguite le attività del Piano di Promozione relative alla "Valorizzazione e potenziamento dell'offerta turistica regionale", attraverso cui Pugliapromozione si è occupata di gestire la destinazione Puglia diffondendo e sviluppando la cultura dell'accoglienza e dell'ospitalità, mettendo in atto interventi per il miglioramento della fruibilità del territorio e valorizzandone le

peculiarità, per esempio attraverso l'ospitalità di giornalisti e opinion leader in occasione di eventi promossi a livello locale.

Tra i vari progetti si evidenziano i seguenti.

- Progetto di ospitalità giornalisti ed opinion leader "Cibarti Expo 2014", Comune di Lecce.
- Progetto di ospitalità evento FotoArte la fotografia in città 2014, Comune di Taranto.
- Realizzazione iniziative di Ospitalità ed Educational Tour APT Bari, 2010.
- Ospitalità giornalisti e opinion leader Comuni di San Donato di Lecce (2013), Calimera (2013), Cisternino (2013), Mesagne (2013), San Nicandro Garganico (2014).
- Progetto di ospitalità di giornalisti Comune di Copertino "Puglia press tour Negroamaro" (2014).
- Progetto di ospitalità Start up teatro 2014, Comune di Taranto.
- Iniziative di ospitalità progetto Nereus (2014).
- Progetto di ospitalità "Sulle tracce della storia 2014-2015", Comune di Bovino.
- Progetto di ospitalità giornalisti ed educational "i sentieri della natura" Comune di Biccari (2014).

Infine si evidenzia la realizzazione del progetto "Puglia For All: Accessibilità turistica e culturale in Puglia" (100mila euro di contributo pubblico), rivolto in prima istanza alle persone con disabilità e agli ospiti con bisogni specifici (anziani, dializzati, talassemici, celiaci, allergici, ecc.) con i loro accompagnatori e familiari di tutte le provenienze.

Proprio per le caratteristiche strutturali delle azioni in ambito accessibile il progetto si è rivolto anche a tutti gli attuali e potenziali turisti, dal momento che le azioni intraprese permettono un'offerta turistica generale di ancora più alta qualità per tutti. Ciò permette di garantire un'offerta integrata che consente di fruire dell'offerta turistica e del territorio nei suoi diversi aspetti (strutture e servizi turistici, spiagge, coste, fondali, parchi, centri storici, itinerari, spazi culturali e dell'intrattenimento, sport, sanità pubblica) e nel contempo di assicurare un costante servizio di monitoraggio delle attività offerte e di assistenza. L'ambizioso obiettivo di rendere accessibile l'offerta turistica e culturale ed il territorio su cui opera tale offerta ha richiesto la definizione di un piano di azione specifico e di adeguata promozione attraverso il portale turistico regionale www.viaggiareinpuglia.it che contiene una sezione dedicata, denominata "Puglia For All", nel quale sono disponibili le informazioni su strutture, siti, attività, in costante aggiornamento.

In termini di contributi erogati a valere sull'Azione 4.1.2 la tabella che segue riporta il quadro degli importi per categoria di intervento.

TAB. 8 - IMPORTI EROGATI PER CATEGORIA DI INTERVENTO NELL'AMBITO DELL'AZIONE 4.1.2

| INTERVENTO | CONTRIBUTI EROGATI |
|--|--------------------|
| A. Promozione del sistema turistico regionale | 15.601.696 |
| B. Promozione dell'offerta turistica regionale | 15.826.508 |
| C. Azioni di sensibilizzazione delle comunità locali e del sistema imprenditoriale regionale alla cultura dell'accoglienza ed all'utilizzo di buone pratiche | 60.000 |
| D. Promozione e valorizzazione turistica regionale | 24.376.379 |
| E. Piani di comunicazione integrata | 26.452.848 |
| F. Pianificazione strategica, analisi di settore e attività di implementazione dei Sistemi Turistici Locali | 5.786.794 |
| TOTALE | 88.104.226 |

Fonte: Dati di Monitoraggio Regione Puglia

Da ultimo due sono stati gli interventi realizzati nell'ambito dell'**Azione 4.1.3**, uno nel Comune di Novoli, "Recupero e rifunzionalizzazione dell'edificio ex carcere da destinare a ostello della gioventù". Ed uno nel comune di Altamura, "Recupero architettonico e funzionale ex Monastero S. Croce per la realizzazione di un ostello per la gioventù e museo della pietra", per un importo complessivo di 4,3 Meuro di contributi liquidati.

TAB. 9 - INTERVENTI REALIZZATI A VALERE SUI PROGRAMMI STRALCIO DELLE AREE VASTE AZIONE 4.1.3

| AREA VASTA | DESCRIZIONE | CONTRIBUTO PUBBLICO |
|------------|---|---------------------|
| Murgia | Recupero architettonico e funzionale dell'ex Monastero di Santa Croce per la realizzazione di un ostello per la gioventù e un museo della pietra Comune di Altamura <i>D.G.R. n. 667/2016</i> | 887.882 |
| Lecce | Recupero e rifunzionalizzazione dell'edificio ex carcere da destinare a ostello della gioventù Comune di Novoli <i>D.G.R. n. 917/2009 - 2685/2009</i> | 3.425.286 |

3 DOMANDE VALUTATIVE E STRUMENTI DI INDAGINE

3.1 LA RISPOSTA AI QUESITI VALUTATIVI

Al fine di fornire risposta ai quesiti valutativi, come già esplicitato nel Progetto Esecutivo del servizio, verrà utilizzato un ampio spettro di strumenti di valutazione e saranno implementate tecniche di analisi dei dati e delle informazioni, di natura secondaria e primaria, differenziate a seconda della natura del dato e dell'obiettivo dell'analisi.

Nello schema che segue si riportano per completezza di informazione le attività, i metodi e gli strumenti che saranno utilizzati per fornire risposta ai quesiti valutativi.

Gli strumenti sono stati individuati in funzione degli obiettivi e delle procedure che hanno caratterizzato le singole Azioni, nonché della tipologia dei beneficiari / destinatari degli interventi. Le indagini saranno precedute da una ricognizione ed analisi delle fonti di natura secondaria e da una prima tornata di interviste con i soggetti che hanno gestito le azioni (in parte già realizzata con il Servizio Turismo e Pugliapromozione).

TEMA A - EFFICACIA ED EFFICIENZA DEI DIVERSI STRUMENTI MESSI A DISPOSIZIONE

| DOMANDA VALUTATIVA | CRITERIO/I DI GIUDIZIO | METODO / TECNICA / STRUMENTO |
|---|---|---|
| Il ruolo dell'Ente regionale, quale soggetto preposto all'individuazione dei progetti e delle iniziative da realizzare nell'ambito dell'Azione 4.1.2, ha incontrato il favore e le esigenze del sistema pubblico e privato pugliese? | Le esigenze del sistema pubblico e privato pugliese sono state soddisfatte | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Interviste a testimoni privilegiati <ul style="list-style-type: none"> - Referenti Area Vasta - Referenti associazioni di categoria ▪ Referenti tour operator regionali Indagine CAWI (Customer Satisfaction) presso operatori turistici ▪ Statistica descrittiva univariata |
| I progetti e le iniziative realizzate dalla Regione nell'ambito dell'Azione 4.1.2 si sono rivelati idonei rispetto alle esigenze del sistema pubblico e privato pugliese? | I progetti e le iniziative finanziate sono state idonee al fabbisogno del sistema pubblico e privato pugliese | |
| La tipologia di interventi ammissibili individuate dalle Azioni 4.1.1 e 4.1.3 è risultata rispondente alle esigenze dei diversi soggetti pubblici e privati del territorio? | Gli interventi finanziabili sono stati coerenti con fabbisogno del sistema pubblico e privato pugliese | |
| Gli strumenti messi a disposizione delle tre azioni sono risultati complementari a quelli sovra regionali, finanziati a valere su fondi nazionali ed europei, dello stesso periodo? | Complementarietà con strumenti di altri Fondi | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi desk documenti programmazione nazionale / CTE / UE ▪ Intervista referenti regionali CTE |
| Gli strumenti messi a disposizione delle tre azioni sono risultati sinergici con essi? | Sinergia strumenti messi a disposizione | |
| Qual è il grado di adeguatezza degli strumenti messi a disposizione delle tre azioni rispetto a quanto messo in atto sia a livello di altre regioni dell'area Obiettivo Convergenza, italiane ed europee, che di programmi sovra regionali a valere su fondi europei e nazionali? | Adeguatezza strumenti con Programmi di altre aree | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi desk documenti programmazione regionale / nazionale / CTE / UE ▪ Intervista referenti regionali CTE |

TEMA B - EFFICACIA ED EFFICIENZA DELLE PROCEDURE AMMINISTRATIVE MESSE IN CAMPO

| DOMANDA VALUTATIVA | CRITERIO/I DI GIUDIZIO | METODO / TECNICA / STRUMENTO |
|--|--|---|
| La modalità concertativa nell'ambito della programmazione di area vasta adottata per la selezione di interventi finanziati a valere sulle Azioni 4.1.1 e 4.1.3 si è rilevata ottimale rispetto a: finalità e contenuti dell'azione, interazione tra i diversi attori territoriali e di settore, tempi di accesso ai finanziamenti? | Efficacia modalità concertativa rispetto a: <ul style="list-style-type: none"> finalità e contenuti azione, interazione tra attori, tempi di accesso ai finanziamenti | <ul style="list-style-type: none"> Analisi desk Interviste / Focus Group referenti Area Vasta |
| Le procedure amministrative richieste dalle diverse fasi implementative di ciascuna delle tre azioni sono risultate idonee in termini di entità e tipologia di finanziamento? | Idoneità procedure amministrative | <ul style="list-style-type: none"> Analisi procedure desk Interviste: <ul style="list-style-type: none"> - Referenti Area Vasta - Pugliapromozione |

TEMA C - EFFETTIVA ADDIZIONALITÀ DELL'INTERVENTO PUBBLICO

| DOMANDA VALUTATIVA | CRITERIO/I DI GIUDIZIO | METODO / TECNICA / STRUMENTO |
|--|--|--|
| In assenza delle iniziative proposte dalla Regione nell'ambito dell'Azione 4.1.2, i soggetti beneficiari pubblici avrebbero comunque avviato iniziative di promozione e valorizzazione dell'economia turistica pugliese sui mercati nazionali ed internazionali? | Iniziative di promozione e valorizzazione in assenza del contributo pubblico | <ul style="list-style-type: none"> Analisi desk bandi/avvisi Indagine (CAWI) presso soggetti pubblici del settore (Comuni, referenti area vasta, province, ecc.) |
| In assenza delle possibilità di finanziamento da parte della Regione nell'ambito delle Azioni 4.1.1 e 4.1.3, i soggetti pubblici avrebbero comunque avviato gli investimenti sulle infrastrutture e sulle strutture di accoglienza? | Investimenti in infrastrutture in assenza di finanziamento pubblico | <ul style="list-style-type: none"> Statistica descrittiva univariata |

TEMA D - RISULTATI CONSEGUITI ATTRAVERSO GLI INTERVENTI REALIZZATI

| DOMANDA VALUTATIVA | CRITERIO/I DI GIUDIZIO | METODO / TECNICA / STRUMENTO |
|--|---|---|
| Quali sono stati gli effetti degli interventi e delle iniziative della Linea di Intervento 4.1 "Infrastrutture, promozione e valorizzazione dell'economia turistica" del PO FESR 2007-2013 sull'economia turistica regionale nel suo complesso e nel singolo territorio di riferimento (incremento degli arrivi e delle presenze turistiche, destagionalizzazione, riqualificazione del sistema dei servizi, incremento degli occupati del settore, incremento dei costi medi dei servizi turistici erogati, diversificazione della domanda, diversificazione dell'offerta, etc.)? | Effetti interventi su economia e territorio | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi dati secondari andamento settore turistico ▪ Indagine (CAWI) a soggetti pubblici/privati (operatori del settore, istituzioni, ecc.) ▪ Statistica descrittiva univariata |
| Le azioni hanno contribuito all'individuazione di nuovi filoni di turismo specialistico ed esperienziale? | Nuovi filoni di turismo creati grazie alle azioni | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi desk ▪ Interviste referenti Pugliapromozione ▪ Interviste Testimoni Privilegiati <ul style="list-style-type: none"> - Referenti associazioni categoria - Referenti Area Vasta - Referenti tour operator locali ▪ Casi studio |
| Le azioni hanno contribuito a valorizzare aree a più debole vocazione turistica in termini, ad esempio, di inserimento delle località nei pacchetti dei tour operator, di aumento degli arrivi e delle presenze? | Valorizzazione aree a più debole vocazione turistica | |
| Le azioni hanno contribuito a inserire percorsi minori negli itinerari turistici pugliesi? | Inserimento percorsi minori in itinerari turistici | |
| Le azioni hanno contribuito a innalzare la capacità di fare rete/sistema tra i diversi attori del settore turistico? | Capacità di fare sistema innalzata | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Intervista referenti Pugliapromozione ▪ Interviste Testimoni Privilegiati <ul style="list-style-type: none"> - Referenti associazioni categoria - Referenti tour operator locali ▪ Casi studio |
| In quale misura l'Azione 4.1.2 ha contribuito all'incremento delle relazioni tra il sistema turistico pugliese e i buyer nazionali e internazionali del settore? | Relazioni incrementate tra il sistema turistico pugliese e i buyer nazionali e internazionali del settore | |
| Qual è l'effetto dato dagli investimenti a valere sulle Azioni 4.1.1 e 4.1.3 in termini di fruizione dei beni e di attrattività del territorio in cui essi insistono? | Effetti degli investimenti su beni e attrattività | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Interviste referenti Area Vasta e altri testimoni privilegiati a livello di Area Vasta |

| DOMANDA VALUTATIVA | CRITERIO/I DI GIUDIZIO | METODO / TECNICA / STRUMENTO |
|---|---|--|
| Gli investimenti a valere sulle Azioni 4.1.1 e 4.1.3 hanno innescato sul territorio di riferimento processi di riqualificazione dell'offerta turistica, di creazione di nuove imprese di settore o di filiera? In quale misura tali investimenti attivati nel settennio 2007-2013 sono stati in grado di coprire il fabbisogno di riqualificazione delle infrastrutture in oggetto? | Offerta turistica riqualificata Imprese create | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Indagine presso operatori turistici ▪ Interviste: <ul style="list-style-type: none"> - Referenti area vasta / beneficiari az. 4.1.1 / 4.1.3 - Puglia promozione - TP: associazioni da individuare con Puglia Promozione |
| Gli investimenti a valere sull'Azione 4.1.1 hanno favorito l'incremento occupazionale regionale? Se sì, in che misura è cresciuta l'occupazione femminile regionale? | Incremento occupazione | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi desk ▪ Indagine presso operatori turistici |

DOMANDE SUPPLEMENTARI

| DOMANDA VALUTATIVA | CRITERIO/I DI GIUDIZIO | METODO / TECNICA / STRUMENTO |
|--|---|---|
| In che misura gli interventi finanziati dal POR hanno favorito la riqualificazione del patrimonio turistico? | Riqualificazione del patrimonio | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi desk su progetti ▪ Indagine presso operatori turistici ▪ Interviste: <ul style="list-style-type: none"> - Referenti area vasta / beneficiari az. 4.1.3 - Puglia Promozione Interviste - TP: associazioni da individuare con Puglia Promozione ▪ Analisi dei risultati delle risposte alle domande precedenti |
| In che misura gli interventi finanziati dal POR hanno migliorato le condizioni di fruizione e inclusione sociale delle destinazioni oggetto di intervento? | Condizioni migliorate | |
| In che misura gli interventi finanziati dal POR hanno migliorato la qualità di vita delle comunità locali? | Qualità della vita migliorata | |
| In che misura gli interventi finanziati dal POR hanno favorito lo sviluppo di un turismo sostenibile anche in aree protette? | Turismo sostenibile sviluppato | |
| In che misura gli interventi finanziati dal POR hanno favorito l'economia delle destinazioni oggetto di intervento? | Economia locale favorita | |
| In che misura gli interventi finanziati dal POR hanno favorito il miglioramento della sostenibilità ambientale del settore privato coinvolto? | Sostenibilità ambientale delle imprese favorita | |
| In che misura gli interventi finanziati dal POR in materia di turismo sono risultati sinergici con altri interventi finanziati dal Programma (es. trasporti, etc.) | Sinergia con altri interventi | |

3.2 GLI STRUMENTI DI INDAGINE

Come evidenziato nel paragrafo precedente diversi saranno gli strumenti che verranno utilizzati nel corso del servizio di valutazione:

- questionario per l'indagine CAWI presso gli operatori turistici;
- questionario per l'indagine CAWI presso i soggetti pubblici del settore (Comuni, referenti area vasta, province, ecc.)
- traccia di intervista per i testimoni privilegiati (associazioni di categoria e tour operator regionali);
- struttura dei casi studio;

Le prime analisi condotte sugli interventi realizzati (cfr. capitolo precedente) ed i primi colloqui intercorsi con i referenti regionali delle azioni ed i referenti di Pugliapromozione, hanno permesso di elaborare una prima versione dei diversi strumenti, versione che dovrà essere integrata a seguito di un confronto con gli stessi referenti già contattati.

Di seguito si riporta la traccia del questionario per l'indagine CAWI presso gli operatori turistici e del questionario per l'indagine CAWI presso i soggetti pubblici e le associazioni di categoria.

Traccia questionario indagine CAWI presso operatori

Pugliapromozione ha come primo mandato istituzionale quello di “attuare le politiche della Regione Puglia in materia di promozione dell’immagine unitaria della Regione” attraverso azioni mirate e utilizzando i diversi strumenti che la comunicazione mette a disposizione.

In tale ottica le chiediamo di dedicarci alcuni minuti per rispondere ad un breve questionario attraverso il quale cercheremo di analizzare quali tre le azioni messe in campo da Pugliapromozione sono state più efficaci, quali meno e quali potrebbero essere nuove azioni da implementare al fine di incrementare l’accesso dei turisti sul territorio regionale e, nello stesso tempo, avviare l’auspicato processo di destagionalizzazione dei flussi turistici.

Caratteristiche dell’attività

La sua azienda a quale delle seguenti categorie appartiene?

- Affittacamere
- Agriturismo
- Albergo
- Albergo centro benessere
- Albergo centro benessere e congressi
- Albergo centro congressi e eventi
- Albergo diffuso
- Albergo dimora storica
- B&B familiare
- B&B imprenditoriale
- Campeggi Centro Vacanza
- Campeggi liberi e isolati
- Campeggi mobili
- Campeggi naturalistici
- Campeggio
- Case e appartamenti per vacanze
- Case per ferie
- Condhotel
- Mini-aree di sosta
- Motel
- Ostello
- Residence
- Residenza turistico-alberghiera
- Villaggio albergo
- Villaggio turistico

Potrebbe indicarmi l’età ed il sesso del titolare dell’azienda

Età _____
Sesso _____

Anno di inizio attività dell’impresa (iscrizione Camera di Commercio) _____

Saprebbe indicarmi il fatturato della sua impresa nel 2021 (arrotondare in migliaia €)
_____ €

Il fatturato medio della sua impresa nel triennio 2019/2021 è stato:

- In calo
Stabile
In crescita

Quali sono le prospettive di fatturato nel biennio 2022/2023 (anche tenendo conto della crisi economica generata dall'emergenza Covid).

- In calo
Stabile
In crescita

Saprebbe indicarmi il numero di dipendenti medio annuo nella sua impresa nel 2021? n° _____
Di cui stagionali: n° _____

L'occupazione della sua impresa nel triennio 2019/2021 è:

- Diminuita
Rimasta invariata
Aumentata

Prevede che nella sua impresa nel biennio 2022/2023 l'occupazione media sarà (anche tenendo conto della crisi economica generata dall'emergenza Covid)?

- In calo
Stabile
In crescita

Qual è la provenienza della clientela turistica della sua attività?

- Principalmente regionale
Principalmente nazionale
Principalmente straniera
Un mix equilibrato delle precedenti opzioni
Non so

Quali sono le principali tipologie di turisti che si rivolgono alla sua azienda?

- Individuali
Gruppi
Famiglie
Altro
Non so

Quali sono i periodi di maggiore affluenza dei turisti?

- Durante tutto l'anno
- Principalmente nel periodo estivo
- Principalmente nel periodo primaverile
- Principalmente durante le festività (es. Natale, Pasqua, etc.)
- Non so

Nello svolgimento della sua attività utilizza software gestionali?

- Si
- No

Se SI, saprebbe indicarmi quali? _____

Ha un sito internet?

- Si
- No

Se SI, Attraverso il sito è possibile effettuare prenotazioni on-line?

- Si
- No

La sua azienda ha una certificazione di qualità?

- Si
- In attesa di riconoscimento
- No

Se SI o in attesa di riconoscimento, saprebbe indicarmi quale? _____

Quali sono attualmente le principali forme di promozione che la sua azienda adotta?

- Partecipazione a fiere
- Pubblicità sui media
- Internet (portale territoriale, sito web aziendale, social network, ecc.)
- Cartellonistica
- Redazionali
- Inserimento in guide turistiche
- Direct mailing
- Contatti con tour operator / agenzia di viaggi
- Altro (specificare) _____

Punti di forza e di debolezza del settore turistico

Quali sono i principali punti di forza del Suo territorio, in un'ottica di sviluppo turistico?

- Risorse naturali e ambientali
- Centri storici, musei, beni culturali e artistici

- | | |
|---|--------------------------|
| Eventi / manifestazioni culturali | <input type="checkbox"/> |
| Tipicità enogastronomiche | <input type="checkbox"/> |
| Artigianato artistico | <input type="checkbox"/> |
| Impianti sportivi | <input type="checkbox"/> |
| Intrattenimento (parchi a tema, discoteche, ecc.) | <input type="checkbox"/> |
| Strutture ricettive | <input type="checkbox"/> |
| Accessibilità | <input type="checkbox"/> |
| Servizi di base (negozi, banche, farmacie, poste, distributori, supermercati, ecc.) | <input type="checkbox"/> |
| Economicità | <input type="checkbox"/> |
| Altro (specificare) _____ | |

Quali sono, invece, i punti di debolezza del settore turistico nel suo territorio?

- | | |
|---|--------------------------|
| Scarsa cultura dell'ospitalità | <input type="checkbox"/> |
| Insufficiente propensione all'imprenditorialità | <input type="checkbox"/> |
| Scarsa formazione professionale degli addetti di settore | <input type="checkbox"/> |
| Insufficienza quantitativa e/o qualitativa delle strutture ricettive | <input type="checkbox"/> |
| Accessibilità | <input type="checkbox"/> |
| Mobilità interna (stradale / ferroviaria / mezzi pubblici) | <input type="checkbox"/> |
| Infrastrutture aeroportuali | <input type="checkbox"/> |
| Immagine del territorio | <input type="checkbox"/> |
| Servizi di base (negozi, banche, farmacie, poste, distributori, supermercati, ecc.) | <input type="checkbox"/> |
| Iniziative di intrattenimento | <input type="checkbox"/> |
| Altro (specificare) _____ | |

A Suo avviso quali sono le principali motivazioni per cui i turisti scelgono di recarsi sul suo territorio?

- | | |
|---------------------------|--------------------------|
| Natura e ambiente | <input type="checkbox"/> |
| Turismo rurale | <input type="checkbox"/> |
| Turismo sociale | <input type="checkbox"/> |
| Turismo sportivo | <input type="checkbox"/> |
| Cultura | <input type="checkbox"/> |
| Turismo religioso | <input type="checkbox"/> |
| Enogastronomia | <input type="checkbox"/> |
| Affari / commercio | <input type="checkbox"/> |
| Altro (specificare) _____ | |

Azioni da attivare a favore del settore turistico**Quanto giudica efficaci le azioni elencata di seguito al fine di sviluppare l'attrattività turistica del territorio?**

| | Molto | Abbastanza | Poco | Per nulla | Non so |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Migliore accessibilità dei siti culturali | <input type="checkbox"/> |
| Organizzazione di eventi culturali | <input type="checkbox"/> |
| Organizzazione di eventi sportivi ed altri eventi di intrattenimento | <input type="checkbox"/> |
| Politiche di riqualificazione urbana | <input type="checkbox"/> |

| | | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Interventi di innovazione tecnologica | <input type="checkbox"/> |
| Adeguamenti strutturali della ricettività | <input type="checkbox"/> |
| Ampliamento dei servizi ricettivi | <input type="checkbox"/> |
| Ampliamento dei servizi di trasporto | <input type="checkbox"/> |
| Progetti integrati di sviluppo territoriale | <input type="checkbox"/> |
| Iniziative di promozione del territorio | <input type="checkbox"/> |
| Altro (specificare) | <input type="checkbox"/> |

A suo avviso quanto è necessaria la cooperazione tra soggetti del territorio per la riuscita delle iniziative elencate in precedenza?

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla
- Non so

A suo avviso quali segmenti di offerta potrebbero aumentare / aprire nuovi mercati turistici nell'area?

- Turismo balneare
- Turismo del wellness
- Turismo naturalistico
- Turismo d'affari
- Turismo culturale
- Turismo enogastronomico
- Turismo da diporto
- Turismo rurale
- Turismo congressuale
- Turismo sociale
- Turismo sportivo
- Altro (specificare) _____

Le azioni avviate da Pugliapromozione

Nel corso degli anni Pugliapromozione ha attivato diverse azioni per promuovere il territorio regionale in Italia e all'estero, ne è a conoscenza?

- Sì
- No

Se sì, quali tra le diverse azioni elencate di seguito è venuto a conoscenza?

- Partecipazione a fiere
- Pubblicità sui media
- Internet (portale territoriale, sito web aziendale, social network, ecc.)
- Cartellonistica
- Redazionali
- Inserimento in guide turistiche

- Direct mailing
- Educ-tour
- Altro (specificare) _____

A quali delle azioni elencate ha partecipato, anche indirettamente?

- Partecipazione a fiere
- Pubblicità sui media
- Internet (portale territoriale, sito web aziendale, social network, ecc.)
- Cartellonistica
- Redazionali
- Inserimento in guide turistiche
- Direct mailing
- Educ-tour
- Altro (specificare) _____

A Suo avviso quanto efficaci ritiene siano state le azioni di promozione?

| | Molto | Abbastanza | Poco | Per nulla | Non so |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Partecipazione a fiere | <input type="checkbox"/> |
| Pubblicità sui media | <input type="checkbox"/> |
| Internet (portale territoriale, sito web aziendale, social network, ecc.) | <input type="checkbox"/> |
| Cartellonistica | <input type="checkbox"/> |
| Redazionali | <input type="checkbox"/> |
| Inserimento in guide turistiche | <input type="checkbox"/> |
| Direct mailing | <input type="checkbox"/> |
| Educ-tour | <input type="checkbox"/> |
| Altro (specificare) _____ | | | | | |

Ritiene che le azioni attivate da Pugliapromozione abbiano avuto effetti sulla sua attività?

- Si, molto positivi
- Si, positivi
- Nessun effetto

Se SI, hanno avuto riflessi in termini di

- Incremento di fatturato
- Incremento dell'occupazione
- Altro (specificare) _____

A suo avviso i progetti e le iniziative realizzate da Pugliapromozione negli ultimi anni si sono rivelati idonei rispetto alle esigenze del sistema turistico regionale?

- Si, molto
- Si, abbastanza
- Si, ma avrebbero potuto esserlo maggiormente
- No, per nulla
- Non so

Quali sono stati a Suo avviso gli effetti degli interventi e delle iniziative di promozione attivate?

- Incremento degli arrivi e delle presenze turistiche
- Destagionalizzazione
- Incremento degli occupati del settore
- Incremento dei costi medi dei servizi turistici erogati
- Diversificazione della domanda
- Diversificazione dell'offerta
- Altro (specificare) _____

A Suo avviso verso quali mercati sarebbe opportuno focalizzare le attività promozionali? (per provenienza geografica)

- Regionale
- Nazionale Sarebbe indicare una o più regioni di provenienza in particolare

- Europeo Sarebbe indicare uno o più stati di provenienza in particolare

- Internazionale Sarebbe indicare uno o più stati di provenienza in particolare

A Suo avviso le azioni hanno contribuito all'individuazione di nuovi filoni di turismo specialistico ed esperienziale?

- Si
- No

Se sì, quali? _____

Le azioni di promozione attivate hanno contribuito a valorizzare aree a più debole vocazione turistica?

- Inserimento delle località nei pacchetti dei tour operator
- Aumento degli arrivi e delle presenze
- Capacità di fare rete/sistema tra i diversi attori del settore turistico
- Altro (specificare) _____

Come giudica il ruolo di Pugliapromozione quale soggetto preposto all'individuazione dei progetti e delle iniziative di comunicazione e promozione della Regione?

- Molto positivo
- Sufficientemente positivo
- Poco positivo
- Per nulla positivo
- Non so

A Suo avviso in quale misura le attività di Pugliapromozione hanno contribuito all'incremento delle relazioni tra il sistema turistico pugliese e i buyer nazionali e internazionali del settore?

- Si, molto
- Si, abbastanza
- Si, ma avrebbero potuto contribuire maggiormente
- No, per nulla
- Non so

Traccia questionario indagine CAWI presso soggetti pubblici ed associazioni di categoria

Il Programma Operativo Regionale 2007/2013 ha finanziato nell'ambito della Linea di Azione 4.1 Infrastrutture, promozione e valorizzazione dell'economia turistica diversi interventi finalizzati a *promuovere l'economia turistica attraverso la qualificazione, la diversificazione e la promozione dell'offerta turistica integrata dei sistemi territoriali, il completamento e la qualificazione delle infrastrutture ed azioni di marketing territoriale.*

Gli interventi sono stati di natura infrastrutturale, accoglienza e fruizione delle risorse turistiche, sistema regionale della portualità turistica, accoglienza o ricettività, o finalizzati a promuovere la Regione come destinazione turistica a livello nazionale e internazionale.

Al fine di analizzare quali sono state le effettive ricadute degli interventi attivati sul territorio, ed in particolare sul settore turistico, le chiediamo di dedicarci alcuni minuti per rispondere ad un breve questionario.

Punti di forza e di debolezza del settore turistico regionale

Quali sono i principali punti di forza del Suo territorio, in un'ottica di sviluppo turistico?

- Risorse naturali e ambientali
- Centri storici, musei, beni culturali e artistici
- Eventi / manifestazioni culturali
- Tipicità enogastronomiche
- Artigianato artistico
- Impianti sportivi
- Intrattenimento (parchi a tema, discoteche, ecc.)
- Strutture ricettive
- Accessibilità
- Servizi di base (negozi, banche, farmacie, poste, distributori, supermercati, ecc.)
- Economicità
- Altro (specificare) _____

Quali sono, invece, i punti di debolezza del settore turistico nel suo territorio?

- Scarsa cultura dell'ospitalità
- Insufficiente propensione all'imprenditorialità
- Scarsa formazione professionale degli addetti di settore
- Insufficienza quantitativa e/o qualitativa delle strutture ricettive
- Accessibilità
- Mobilità interna (stradale / ferroviaria / mezzi pubblici)
- Infrastrutture aeroportuali
- Immagine del territorio
- Servizi di base (negozi, banche, farmacie, poste, distributori, supermercati, ecc.)
- Iniziative di intrattenimento
- Altro (specificare) _____

A Suo avviso quali sono le principali motivazioni per cui i turisti scelgono di recarsi sul suo territorio?

- Natura e ambiente
- Turismo rurale
- Turismo sociale
- Turismo sportivo
- Cultura
- Turismo religioso
- Enogastronomia
- Affari / commercio
- Altro (specificare) _____

Qual è la provenienza della clientela turistica sul suo territorio?

- Principalmente regionale
- Principalmente nazionale
- Principalmente straniera
- Un mix equilibrato delle precedenti opzioni
- Non so

Quali sono le principali tipologie di turisti che arrivano sul suo territorio?

- Individuali
- Gruppi
- Famiglie
- Altro
- Non so

Quali sono i periodi di maggiore affluenza dei turisti?

- Durante tutto l'anno
- Principalmente nel periodo estivo
- Principalmente nel periodo primaverile
- Principalmente durante le festività (es. Natale, Pasqua, etc.)
- Non so

Azioni da attivare a favore del settore turistico**Quanto giudica efficaci le azioni elencate di seguito al fine di sviluppare l'attrattività turistica del territorio?**

| | Molto | Abbastanza | Poco | Per nulla | Non so |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Migliore accessibilità dei siti culturali | <input type="checkbox"/> |
| Organizzazione di eventi culturali | <input type="checkbox"/> |
| Organizzazione di eventi sportivi ed altri eventi di intrattenimento | <input type="checkbox"/> |
| Politiche di riqualificazione urbana | <input type="checkbox"/> |
| Interventi di innovazione tecnologica | <input type="checkbox"/> |
| Adeguamenti strutturali della ricettività | <input type="checkbox"/> |

| | | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Ampliamento dei servizi ricettivi | <input type="checkbox"/> |
| Ampliamento dei servizi di trasporto | <input type="checkbox"/> |
| Progetti integrati di sviluppo territoriale | <input type="checkbox"/> |
| Iniziative di promozione del territorio | <input type="checkbox"/> |
| Altro (specificare) | <input type="checkbox"/> |

A suo avviso quanto è necessaria la cooperazione tra soggetti del territorio per la riuscita delle iniziative elencate in precedenza?

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla
- Non so

A Suo avviso quali segmenti di offerta potrebbero aumentare / aprire nuovi mercati turistici nell'area?

- Turismo balneare
- Turismo del wellness
- Turismo naturalistico
- Turismo d'affari
- Turismo culturale
- Turismo enogastronomico
- Turismo da diporto
- Turismo rurale
- Turismo congressuale
- Turismo sociale
- Turismo sportivo
- Altro (specificare) _____

Interventi attivati con il POR Puglia

Nel periodo 2007/2013 attraverso il POR Puglia sono stati attivati diversi interventi finalizzati alla valorizzazione e promozione dell'economia turistica regionale, ne è a conoscenza?

- Sì
- No

Se sì, a quali di questi interventi si riferisce

- Miglioramento dell'accoglienza turistica
- Miglioramento della fruizione turistica
- Miglioramento del sistema regionale della portualità turistica
- Implementazione della ricettività finalizzata al turismo sociale
- Promozione del territorio a livello nazionale ed internazionale
- Altro (specificare) _____

Quali sono stati a Suo avviso gli effetti degli interventi sopra elencati sull'economia turistica regionale nel suo complesso e nel singolo territorio di riferimento?

- Incremento degli arrivi e delle presenze turistiche
- Destagionalizzazione
- Incremento degli occupati del settore
- Incremento dei costi medi dei servizi turistici erogati
- Diversificazione della domanda
- Diversificazione dell'offerta
- Altro (specificare) _____

Gli interventi hanno contribuito all'individuazione di nuovi filoni di turismo specialistico ed esperienziale?

- Si
- No

Se sì, quali? _____

Gli interventi hanno contribuito a valorizzare aree a più debole vocazione turistica?

- Inserimento delle località nei pacchetti dei tour operator
- Aumento degli arrivi e delle presenze
- Capacità di fare rete/sistema tra i diversi attori del settore turistico
- Altro (specificare) _____

Gli interventi hanno favorito l'incremento occupazionale regionale?

- Si, molto
- Si, abbastanza
- Si, ma avrebbero potuto esserlo maggiormente
- No, per nulla
- Non so

Se SI, ci sono stati effetti sull'occupazione femminile a suo parere?

- Si, molto
- Si, abbastanza
- Si, ma avrebbero potuto esserlo maggiormente
- No, per nulla
- Non so

A suo avviso gli strumenti messi a disposizione dal POR sono risultati sinergici e complementari a quelli sovraregionali, finanziati a valere su fondi nazionali ed europei, dello stesso periodo?

- Si, molto
- Si, abbastanza
- Si, ma avrebbero potuto esserlo maggiormente
- No, per nulla
- Non so

Se SI, potrebbe indicare con quali in particolare? _____

Azioni infrastrutturali

A Suo avviso quale è l'effetto degli investimenti finalizzati al miglioramento dell'accoglienza turistica, della fruizione turistica del territorio, del sistema regionale della portualità turistica e all'implementazione della ricettività finalizzata al turismo sociale in termini di fruizione dei beni e di attrattività del territorio in cui essi insistono?

- Molto positivo
- Sufficientemente positivo
- Poco positivo
- Per nulla positivo
- Non so

Tali investimenti, a Suo avviso, hanno innescato sul territorio di riferimento processi di riqualificazione dell'offerta turistica e di creazione di nuove imprese di settore o di filiera?

- Si, molto
- Si, abbastanza
- Si, ma avrebbero potuto contribuire maggiormente
- No, per nulla
- Non so

In quale misura tali investimenti, a Suo avviso, sono stati in grado di coprire il fabbisogno di riqualificazione delle infrastrutture in oggetto?

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla
- Non so

A suo parere, in assenza delle possibilità di finanziamento da parte della Regione sarebbero stati comunque realizzati gli investimenti?

- Si
- No

Azioni di promozione

A suo avviso i progetti e le iniziative di promozione del territorio si sono rivelate idonee rispetto alle esigenze del sistema turistico pugliese?

- Si, molto
- Si, abbastanza
- Si, ma avrebbero potuto esserlo maggiormente
- No, per nulla
- Non so

In quale misura le attività di promozione del territorio hanno contribuito all'incremento delle relazioni tra il sistema turistico pugliese e i buyer nazionali e internazionali del settore?

- Sì, molto
 Sì, abbastanza
 Sì, ma avrebbero potuto contribuire maggiormente
 No, per nulla
 Non so

In assenza delle iniziative di promozione e comunicazione proposte dalla Regione il Suo Ente avrebbe comunque avviato iniziative di promozione e valorizzazione dell'economia turistica pugliese sui mercati nazionali ed internazionali?

- Sì
 No

Come giudica il ruolo di Pugliapromozione quale soggetto preposto all'individuazione dei progetti e delle iniziative di comunicazione e promozione della Regione?

- Molto positivo
 Sufficientemente positivo
 Poco positivo
 Per nulla positivo
 Non so

Nel corso degli anni Pugliapromozione ha attivato diverse azioni per promuovere il territorio regionale in Italia e all'estero, ne è a conoscenza?

- Sì
 No

Se sì, quali tra le diverse azioni elencate di seguito è venuto a conoscenza?

- Partecipazione a fiere
 Pubblicità sui media
 Internet (portale territoriale, sito web aziendale, social network, ecc.)
 Cartellonistica
 Redazionali
 Inserimento in guide turistiche
 Direct mailing
 Educ-tour
 Altro (specificare) _____

A quali delle azioni elencate ha partecipato, anche indirettamente?

- Partecipazione a fiere
 Pubblicità sui media
 Internet (portale territoriale, sito web aziendale, social network, ecc.)
 Cartellonistica
 Redazionali
 Inserimento in guide turistiche
 Direct mailing

Educ-tour

Altro (specificare) _____

A Suo avviso quanto efficaci ritiene siano state le azioni di promozione?

| | Molto | Abbastanza | Poco | Per nulla | Non so |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Partecipazione a fiere | <input type="checkbox"/> |
| Pubblicità sui media | <input type="checkbox"/> |
| Internet (portale territoriale, sito web aziendale, social network, ecc.) | <input type="checkbox"/> |
| Cartellonistica | <input type="checkbox"/> |
| Redazionali | <input type="checkbox"/> |
| Inserimento in guide turistiche | <input type="checkbox"/> |
| Direct mailing | <input type="checkbox"/> |
| Educ-tour | <input type="checkbox"/> |
| Altro (specificare) | | | | | |

A suo avviso i progetti e le iniziative realizzate da PugliaPromozione negli ultimi anni si sono rivelati idonei rispetto alle esigenze del sistema turistico regionale?

Si, molto

Si, abbastanza

Si, ma avrebbero potuto esserlo maggiormente

No, per nulla

Non so

A Suo avviso verso quali mercati sarebbe opportuno focalizzare le attività promozionali? (per provenienza geografica)

Regionale

Nazionale Saprebbe indicare una o più regioni di provenienza in particolare _____

Europeo Saprebbe indicare uno o più stati di provenienza in particolare _____

Internazionale Saprebbe indicare uno o più stati di provenienza in particolare _____

Formazione degli operatori del settore

Come giudica il livello di preparazione / formazione del personale che opera nel settore?

Molto alto

Sufficientemente alto

Appena sufficiente

Per nulla sufficiente

Non so

Se ritiene che ci siano, quali sono le principali carenze professionali degli operatori del settore?

Sono state realizzate attività di formazione professionale, ad iniziativa pubblica o privata, per la formazione o la riqualificazione degli operatori del settore turistico regionale?

Si

No

Se Sì, secondo la sua opinione, hanno dato risultati soddisfacenti?

Si

No

Quali ulteriori iniziative di formazione andrebbero secondo lei attivate per favorire lo sviluppo turistico dell'area?
