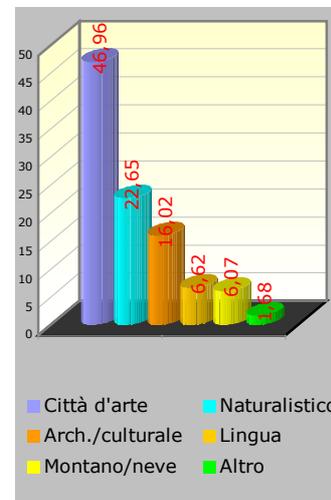
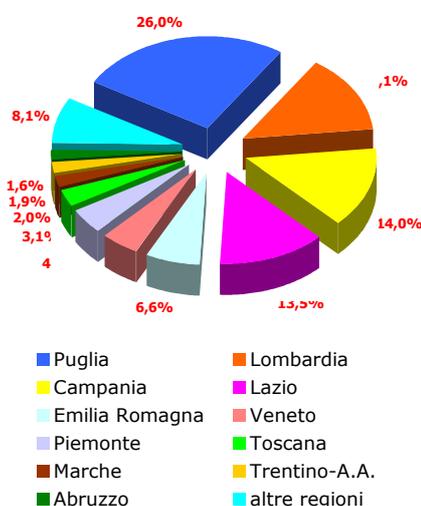
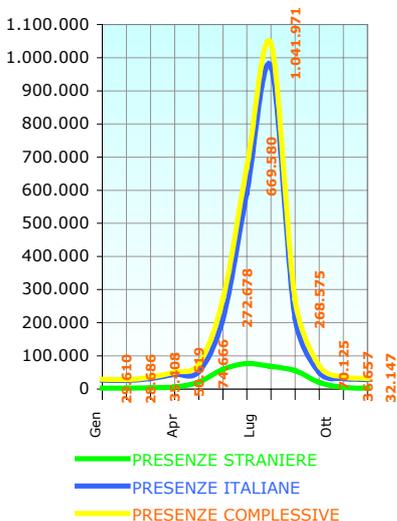




# IL TURISMO NELLA PROVINCIA DI LECCE INDAGINE CONOSCITIVA SULLE MOTIVAZIONI DELLA DOMANDA TURISTICA NELLA PROVINCIA DI LECCE



## ● *Contesto ed obiettivi dell'indagine*

---

Negli ultimi anni la consistenza dei flussi turistici in Provincia di Lecce ha mostrato un'evoluzione decisamente positiva, in misura notevolmente più marcata rispetto a quanto verificatosi nelle restanti province pugliesi e nell'Italia nel complesso.

La continuità e la sostenibilità nel tempo di un trend positivo così marcato non può prescindere da un'analisi dettagliata sulle caratteristiche della domanda turistica salentina, che fornisca il proprio contributo alla definizione di servizi ed infrastrutture destinate allo sviluppo del settore in senso organico ed equilibrato.

Per tale ragione l'Assessorato al Marketing Territoriale e alle Politiche per il Turismo della Provincia di Lecce ha promosso la realizzazione di un'indagine conoscitiva presso i turisti che hanno visitato il Salento durante l'Estate 2004. Lo scopo è stato quello di monitorare da un lato motivazioni ed aspettative di quanti hanno scelto il Salento quale destinazione-vacanza, dall'altro valutare se e in che misura, agli occhi del turista, il nostro territorio si sia rivelato in grado di rispondere a queste aspettative.

L'indagine è stata promossa nella convinzione che il numero di presenze turistiche sia un importante indicatore del successo della vacanza nel Salento, al quale, tuttavia, si rende necessario associare ulteriori informazioni sulla capacità da parte del "Sistema-Salento" di soddisfare le aspettative del turista.

L'indagine statistica è stata realizzata dal Servizio Economia del Territorio della Provincia di Lecce, attraverso la somministrazione di un questionario ad un campione di circa 800 turisti che hanno soggiornato nelle principali località turistiche salentine nel mese di Agosto 2004.

Per alcuni aspetti di indagine, il questionario riprende un modello analogo somministrato nell'estate del 1997<sup>1</sup>. In tal modo si è resa possibile una comparazione dei risultati e la valutazione delle tendenze

---

<sup>1</sup> Rif. "Piano per il Coordinamento e la Gestione integrata del Turismo" della Provincia di Lecce, Centro Studi Turistici, Firenze, 1997.

evolutive, nell'arco degli ultimi 7 anni, di alcuni aspetti attinenti la domanda turistica.

Di seguito è riportata una sintesi dei principali aspetti emersi dall'analisi statistica dei dati.

### ● *Le motivazioni: non solo mare, ma "Pacchetto Salento"*

---

La motivazione prevalente della scelta di una vacanza nel Salento riguarda la possibilità di fruire congiuntamente dell'insieme di bellezze naturali, ambientali ed artistiche del territorio, con una percentuale elevata che riguarda il 50% dei turisti intervistati.

La tradizionale motivazione legata ad un turismo puramente balneare, sembra assumere un rilievo di secondo piano. La vicinanza al mare, infatti, è indicata tra le principali motivazioni della scelta di un soggiorno nel Salento dal 33% dei turisti intervistati.

Nel 1997 si rilevava una percentuale decisamente più alta, pari al 78%. Negli ultimi sette anni sembra pertanto cresciuto agli occhi del turista l'interesse per l'intero "Pacchetto Salento", rispetto all'attrattiva di una tipologia di turismo esclusivamente balneare.

### ● *Il Salento: un'ottima reputazione, ma...tanti turisti "fai da te"*

---

Si rivelano altissime, specie tra i turisti italiani, le percentuali di *habitué* del Salento: turisti che, evidentemente soddisfatti di precedenti soggiorni, hanno deciso di ripetere l'esperienza. Ben il 59,2% degli intervistati, infatti, ha già visitato il Salento, spesso numerose altre volte (26,5%). A ciò si aggiunge che quanti soggiornano nel Salento per la prima volta (40,8% dei turisti intervistati) sono frequentemente motivati nella scelta della vacanza dal suggerimento di amici e parenti che hanno vissuto positivamente l'esperienza (18,4% del totale).

La percentuale di visitatori che organizzano la vacanza in proprio senza rivolgersi ad alcun intermediario risulta elevatissima, superando

l'80%. I turisti, infatti, organizzano la vacanza autonomamente nel 51,8% dei casi o tramite amici e parenti nel 28,4%.

Il ruolo delle agenzie di viaggio e di enti sembra dunque ancora assai limitato, per la scelta della destinazione turistica Salento, interessando nel complesso il 18,5% dei turisti intervistati. Si tratta di una percentuale in crescita rispetto al 1997, quando riguardava appena il 12% dei turisti, ma che evidenzia ancora un basso livello di lavoro per le destinazioni turistiche del Salento.

### ● *Fonti di informazione: soprattutto il "passaparola"*

---

Il **consiglio di amici e parenti** è fondamentale quale fonte di informazione sul Salento. Si posiziona infatti decisamente al primo posto nella classifica delle principali fonti di informazione, con una percentuale pari al 38,2% dei turisti intervistati. Il discorso vale in particolare per i neo-visitatori: ben il 46% di essi si affida a parenti ed amici per ottenere informazioni sul Salento.

Segue **internet**, strumento utilizzato da quasi un quarto dei turisti (24,8%). Occorre osservare, tuttavia, che la scelta di internet appare uno strumento più coadiuvante che determinante nella scelta di un soggiorno nel Salento. Nella maggior parte dei casi (19%), infatti, la rete viene utilizzata in associazione ad altri strumenti divulgativi, e soltanto nel 5% dei casi come unico strumento di informazione.

Il 19,2% si affida all'**esperienza personale** acquisita in precedenti visite ed il 18,4% a **guide turistiche**.

Queste percentuali, confrontate quelle analoghe rilevate sette anni fa, consentono di valutare la dinamica in atto negli ultimi anni.

Nel 1997 il consiglio di amici e parenti era sempre la più rilevante tra le fonti di informazione turistica, ma con una percentuale molto più alta della attuale, sfiorando il 50% dei turisti. Al contrario il peso di Internet tra le fonti di informazione turistica è enormemente aumentato negli ultimi anni. Nell'analogica indagine riferita al 1997 il

peso di internet era appena dello 0,5%, mentre attualmente, come si è visto, oltre un quarto dei turisti fa riferimento a tale strumento.

Nella classifica dei principali strumenti di informazione, **agenzie di viaggio, brochures e depliant, stampa turistica, Pro-loco, fiere, mostre, TV, radio** assumono un ruolo meno rilevante, indirizzando percentuali di turisti più basse. In realtà, confrontando i dati attuali con gli analoghi del 1997, appare chiaro come tali strumenti stiano assumendo nel tempo un peso crescente.

Nel campione intervistato il 12% dei turisti è informato dalle Agenzie viaggi, mentre nel 1997 lo era solo il 5% degli intervistati; brochures e depliant hanno addirittura decuplicato il proprio peso passando dall'1% del 1997 all'11% del 2004; le Pro-loco sono passate dal peso minimo dello 0,6% del 1997 al 5% del 2004; il peso di Fiere, mostre e media radio-televisivi, pressoché nullo per i turisti del 1997, assume rilievo rispettivamente per il 4% ed il 3% dei turisti del 2004.

### ● *Non ci resta che l'auto...*

---

Oltre i 2/3 dei turisti (67%) utilizzano l'**auto propria** per raggiungere il Salento e per gli spostamenti nel suo interno. E questo avviene, nonostante l'immagine di "*lontananza*" che ancora suggerisce il Salento, e nonostante l'effettiva distanza tra la destinazione-Salento e i punti di partenza della maggioranza dei flussi turistici che interessano l'area.

Del tutto irrilevante è invece la percentuale del **trasporto marittimo**, nonostante i 200 chilometri di coste salentine...

Il 14,4% sceglie il **treno** e soltanto l'8,1% **l'aereo**. La percentuale di quanti utilizzano l'aereo va confrontata con la *propensione potenziale* dei turisti a scegliere il mezzo aereo per raggiungere il Salento. Ben il 38,2% degli intervistati dichiara infatti che l'esistenza di un aeroporto nella zona avrebbe certamente indirizzato a scegliere il mezzo aereo per raggiungere direttamente il Salento, mentre un 21,7% di turisti è comunque propenso a valutare la

questione. Parimenti, si potrebbe però osservare la scarsa considerazione, da parte del turista, dell'esistenza di uno scalo aereo – quello di Brindisi - situato a soli 20' di superstrada dal capoluogo salentino...

Ad ogni modo emerge chiaramente, per la gran parte dei turisti, la voglia di utilizzare mezzi di trasporto alternativi all'auto, sia per raggiungere il Salento, che per gli spostamenti interni, come del resto dimostrato dal successo crescente dell'iniziativa "Salentoinbus". In molti casi, l'utilizzo dell'auto propria sembrerebbe pertanto rappresentare un ripiego.

### ● *Arrivederci al prossimo anno, ma ..... organizzatevi!*

---

Nel complesso, la quasi totalità dei turisti si dichiara soddisfatta del proprio soggiorno nel Salento: nel 40,7% dei casi "molto" e nel 54,2% "abbastanza".

Ciò, nonostante il questionario fosse "autocompilato" e pertanto presentasse il vantaggio di non condizionare il turista nella possibilità di esprimere anche pareri negativi. E' da segnalare come la percentuale degli insoddisfatti assuma una certa rilevanza (il 10,5%) per i turisti che hanno scelto per il proprio soggiorno un alloggio in appartamento. Si tratta di turisti che si sono rivelati particolarmente critici nella valutazione della struttura di soggiorno prescelta.

In realtà il giudizio positivo non è così unanime per tutti gli aspetti della vacanza. Accanto ad aspetti che suscitano entusiasmo (prevalentemente relativi alle bellezze naturali, ambientali ed artistiche), ve ne sono altri (principalmente connessi ai servizi al turista, ma anche più in generale all'atteggiamento della cittadinanza) soggetti alle critiche più aspre.

Per ciascuno dei diversi aspetti è stato chiesto al turista di esprimere un giudizio positivo (*ottimo* oppure *buono*), di sufficienza o decisamente scarso.

Ebbene, le maggiori critiche riguardano aspetti connessi in qualche modo alla presenza di un gran numero di turisti-automobilisti: **segnaletica, parcheggi, viabilità e traffico**, sono aspetti segnalati come decisamente scarsi rispettivamente dal 35%, dal 30,9% e dal 25,6% dei turisti, mentre i restanti attribuiscono agli stessi aspetti un giudizio per lo meno sufficiente.

Decisamente elevato (27,4%) anche il numero di turisti che ha giudicato come scarsi i **servizi igienici**, o è rimasto deluso dalla **pulizia di spiagge ed attrezzature** (21,9%) e dagli **impianti ed attrezzature sportive** (22,9%), o **dai servizi sanitari** (19,7%).

Per contro, unanimemente positivi i giudizi espressi sulla **pulizia del mare**: oltre il 90% dei consensi, nel 60,8% dei casi con una valutazione di entusiasmo.

Anche l'**ambiente** ed il **verde pubblico** meritano un giudizio complessivamente positivo (70% dei casi), pur se differenziato territorialmente, così come gli **eventi** e le **manifestazioni culturali** (65% dei casi).

Positivo anche il giudizio mediamente espresso per i **servizi offerti dalla struttura di soggiorno** (63,2% di giudizi positivi, addirittura ottimi per il 25% dei turisti).

I servizi offerti dalla struttura di soggiorno, tuttavia, non sono stati valutati in maniera uniforme a seconda delle varie tipologie di struttura. In particolare, il giudizio *ottimo* ha caratterizzato il 44% dei turisti che alloggiano in un agriturismo, mentre tra i campeggiatori la percentuale di entusiasti precipita al 3%, pur rimanendo numerosi i campeggiatori che comunque esprimono un giudizio *buono* (48,5%) o quanto meno *sufficiente* (17,6%).

## ● *Natura e cultura da tutelare e valorizzare*

---

A ciascun turista è stato chiesto di mettere in evidenza due punti di forza della vacanza-Salento.

La totalità dei turisti ha evidenziato in questa occasione le risorse peculiari del territorio salentino: le **risorse naturali ed ambientali** sono di gran lunga al primo posto con il 75% delle segnalazioni. Seguono **i centri storici, i musei, i beni culturali ed artistici** (37,3% delle segnalazioni), **le tipicità gastronomiche** (24,6% di segnalazioni), **gli eventi e le manifestazioni culturali** (12,7%).

Soltanto il 10,8% degli ospiti ha individuato l'**economicità della vacanza** tra i punti di forza del Salento; percentuali pressoché irrilevanti di turisti hanno infine ritenuto di segnalare **i servizi offerti ai turisti** sia dagli operatori pubblici che privati.

### ● *I punti di debolezza della Vacanza Salento*

---

Proprio **il sistema dei servizi offerti** compare ai primi posti della classifica dei punti di debolezza della Vacanza Salento; i turisti richiedono sostanzialmente: **maggiore pulizia, migliori trasporti, strutture ricettive adeguate.**

In testa, viene segnalata la **pulizia delle spiagge**: un'opinione che accomuna oltre un terzo dei visitatori del Salento (36,2% delle segnalazioni); fa seguito il **servizio di nettezza urbana** (26,0% delle segnalazioni dei turisti). Questi indicatori segnalano in maniera evidente come spesso il territorio sia impreparato a gestire flussi turistici di sempre crescente entità.

Alla carenza di servizi di nettezza urbana seguono le critiche ai **trasporti pubblici.**

Compaiono infatti nell'ordine: le **infrastrutture aeroportuali** (segnalate dal 16% dei turisti), **la mobilità interna** (15%), **i collegamenti ferroviari** (12%).

Dopo igiene e trasporti vengono colpiti dalle critiche dei turisti **le strutture ricettive**, ritenute nel 10% dei casi insufficienti e in un altro 10% di casi accusate di avvalersi di **addetti scarsamente professionali.**

## ● Una breve considerazione conclusiva

---

Nonostante tutto, la "vacanza-Salento" viene promossa a pieni voti: tre turisti su quattro (il 77%) promettono di ritornare nel Salento, il 19% è indeciso ed appena il 4% esclude categoricamente una nuova vacanza nel Salento.

Riteniamo però necessaria una breve considerazione conclusiva, citando un recente pensiero di un noto esperto di marketing del territorio<sup>2</sup>.

Il turista non viaggia per dormire o per mangiare in una data struttura: questi "bisogni primari" li può tranquillamente soddisfare a casa propria, senza andare in giro per il mondo. Il turista viaggia per vivere esperienze, emozioni, sogni e realtà che non possono evidentemente essere vissute in casa propria.

I manager del turismo, quindi, devono capire che essi non vendono solo camere d'albergo o pacchetti turistici o viaggi: essi vendono soprattutto territorio, che nell'immaginario e nelle aspettative del turista rappresenta un luogo ideale in grado di trasmettergli emozioni uniche.

L'alibi che il turismo sia un "*non settore*" e che la sua peculiarità consista nella sua intersettorialità, non può assolutamente esimere i responsabili pubblici della gestione del territorio e del marketing del turismo da un lato, e gli imprenditori turistici dall'altro, dall'assumere decisioni operative tendenti a costruire un vero sistema-turismo. Bisogna però che tutti partano dall'idea di *quale impresa? quale prodotto? quale destinazione?*, in sostanza *quale sistema-turismo* si vuole costruire: bisognerà cioè avere una *vision*, un'utopia da realizzare.

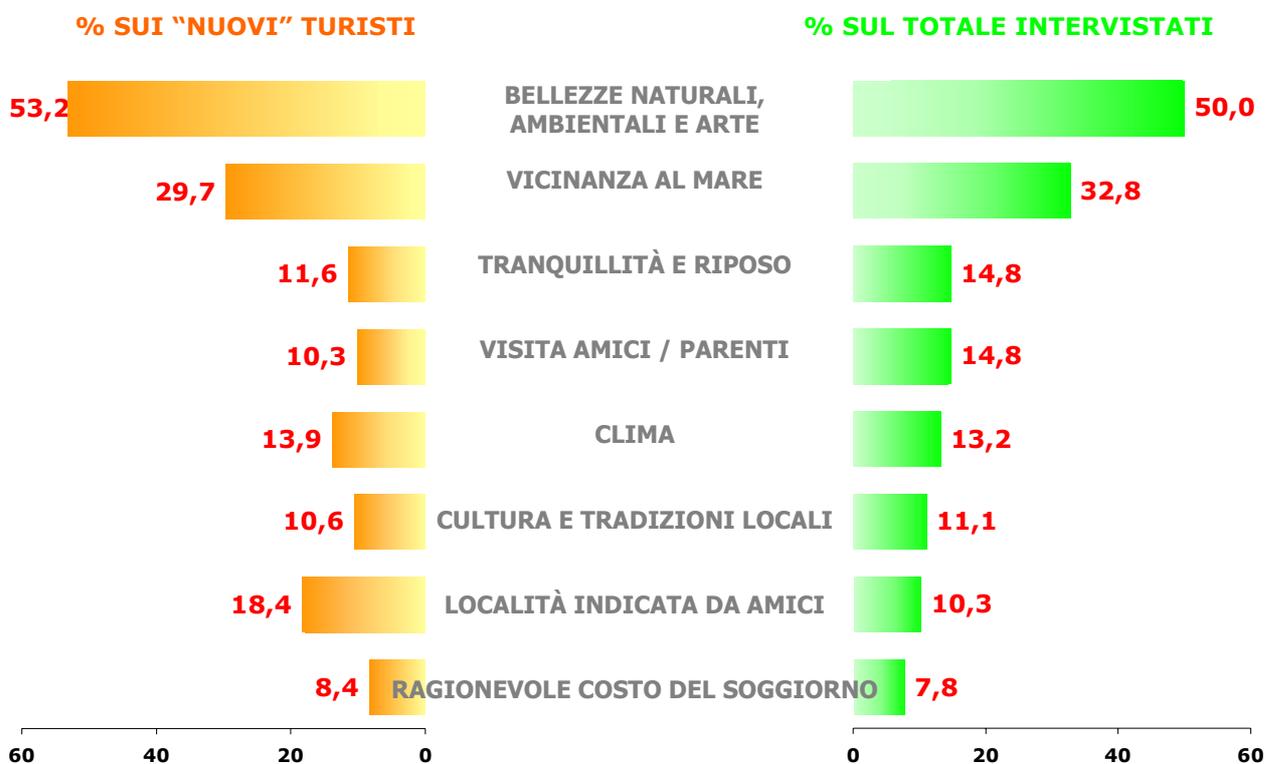
Questa potrà essere la nuova vera missione del turismo prossimo venturo. Anche nella provincia di Lecce.

---

<sup>2</sup> Gavino Maresu, Prof. di "Gestione delle Imprese e degli Eventi Turistici", Università di Genova.

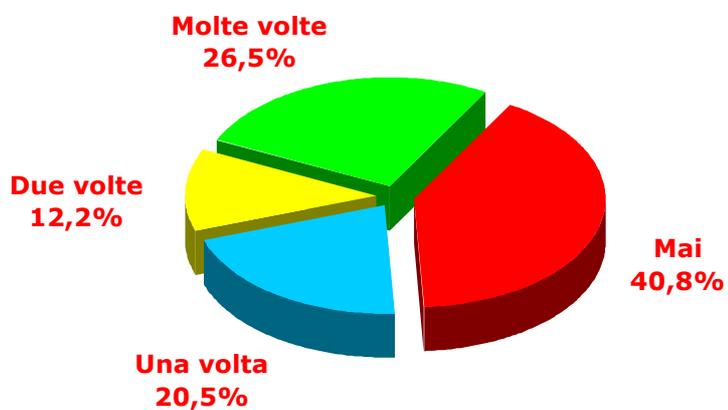
01

### I PRINCIPALI MOTIVI DI SCELTA DEL SALENTO (possibili 2 risposte)



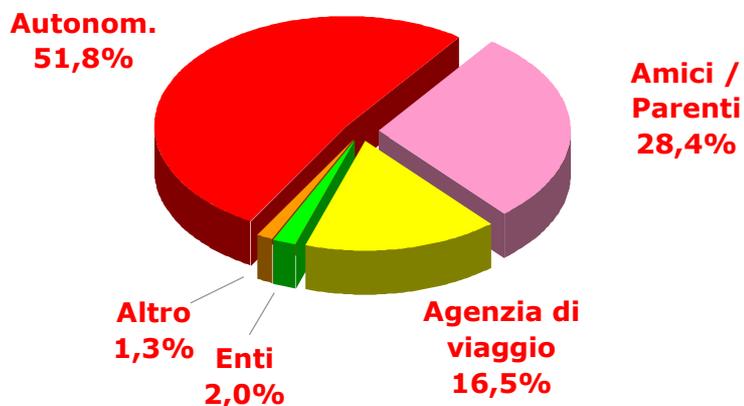
02

### HA VISITATO ALTRE VOLTE IL SALENTO?



03

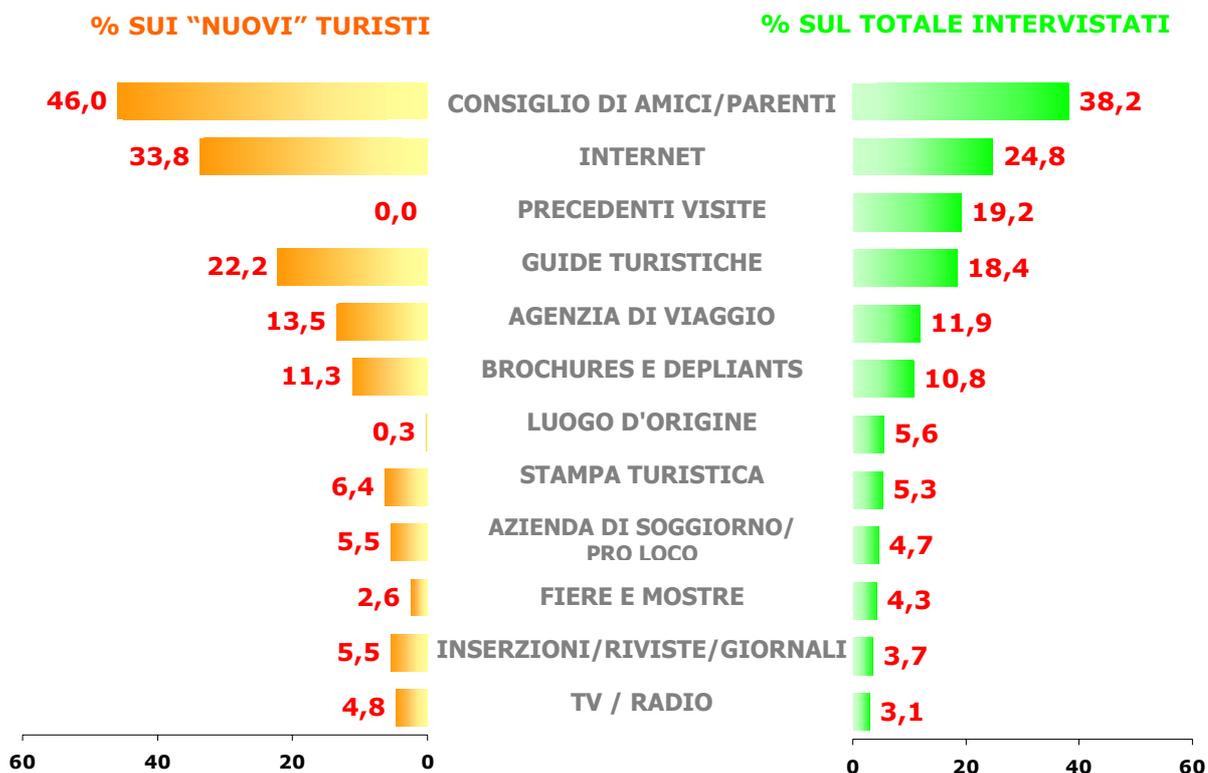
**LE MODALITA' DI ORGANIZZAZIONE DELLA VACANZA**



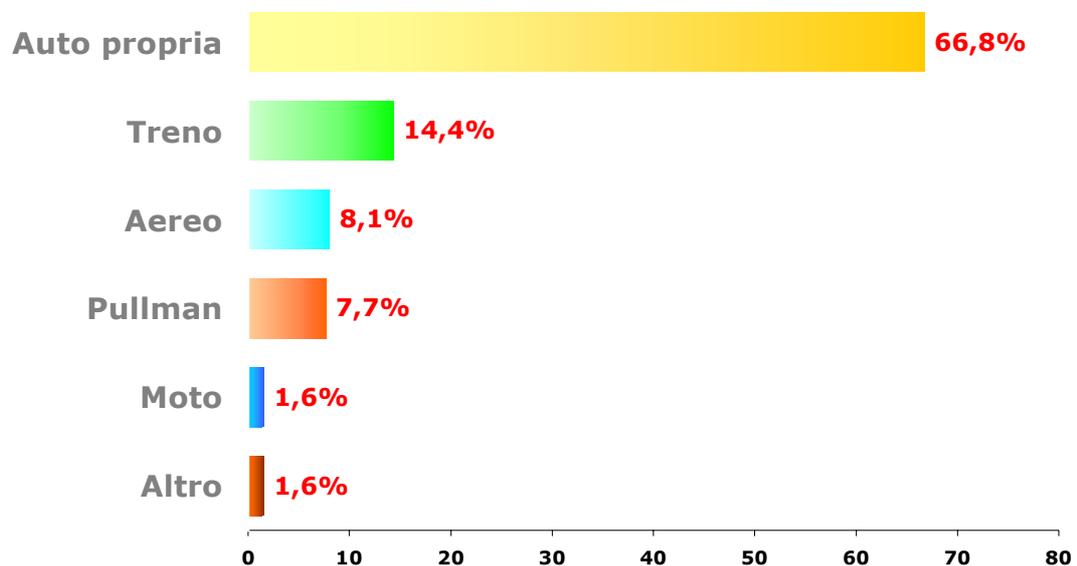
04

**TURISTI PER PRINCIPALI FONTI DI INFORMAZIONE SUL SALENTO**

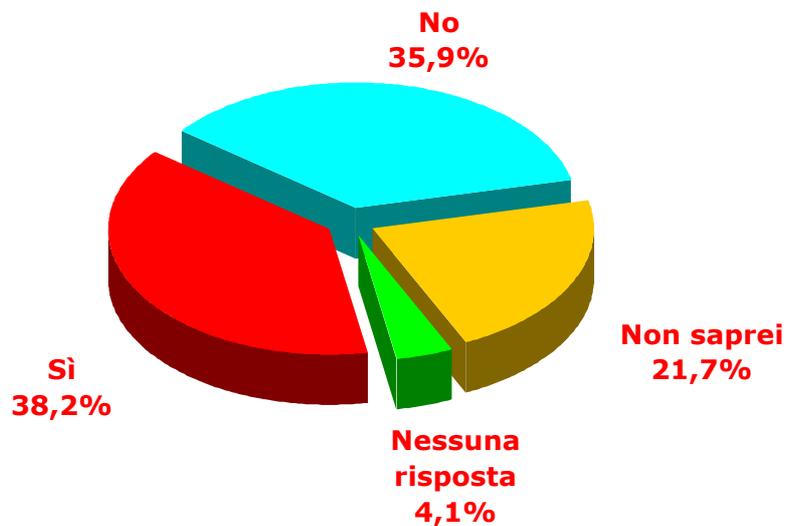
*(possibili 2 risposte)*



05

**IL MEZZO DI TRASPORTO UTILIZZATO  
PER RAGGIUNGERE IL SALENTO**

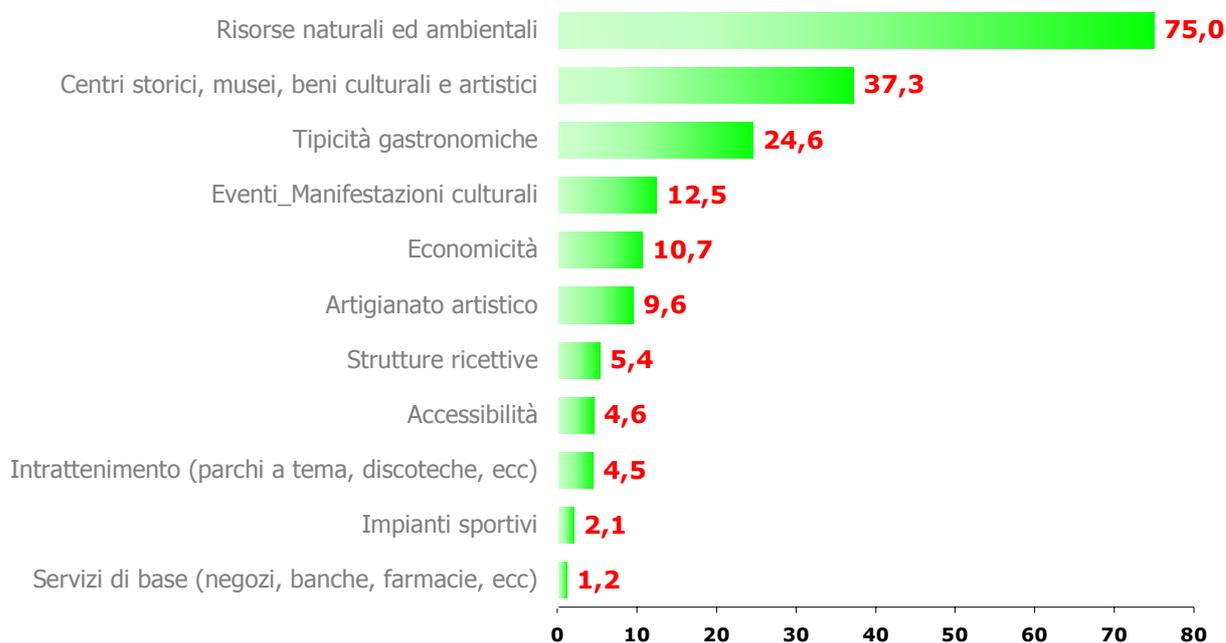
06

**L'ESISTENZA DI UN AEROPORTO, IN PROVINCIA DI LECCE,  
L'AVREBBE INDIRIZZATA A SCEGLIERE IL MEZZO AEREO  
PER RAGGIUNGERE DIRETTAMENTE IL SALENTO?**

07

### L'OPINIONE SUI PUNTI DI FORZA DELLA "VACANZA SALENTO"

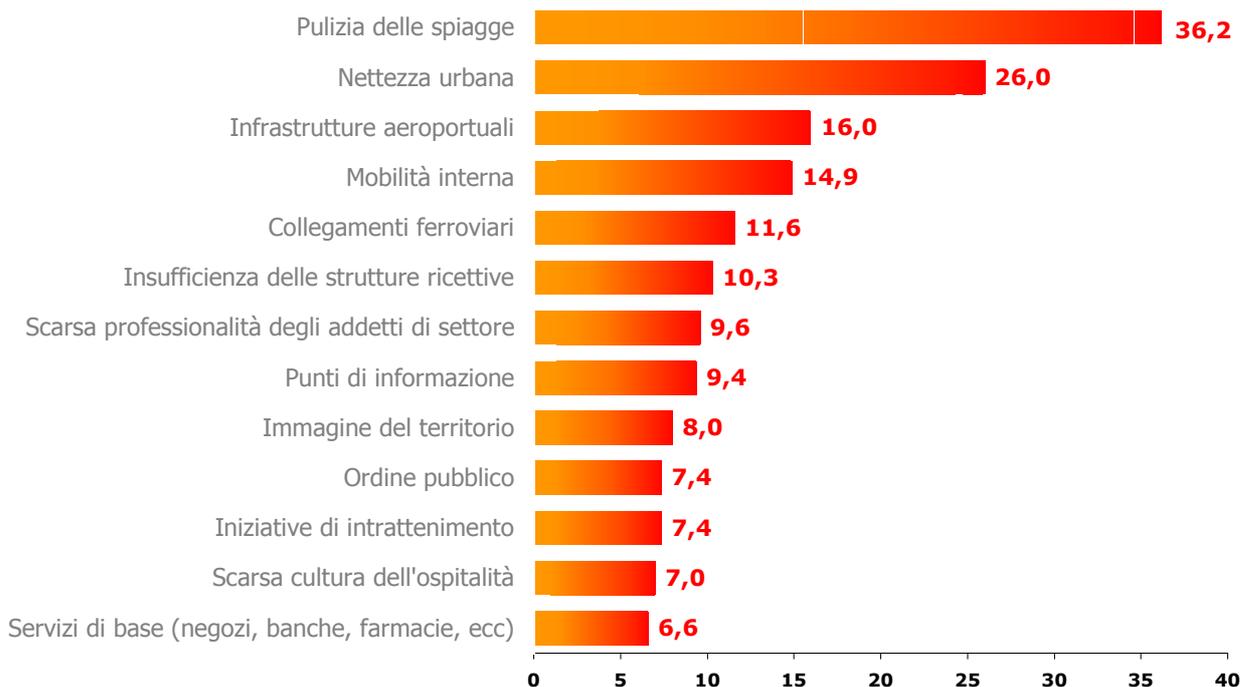
(possibili 2 risposte - Val. %)



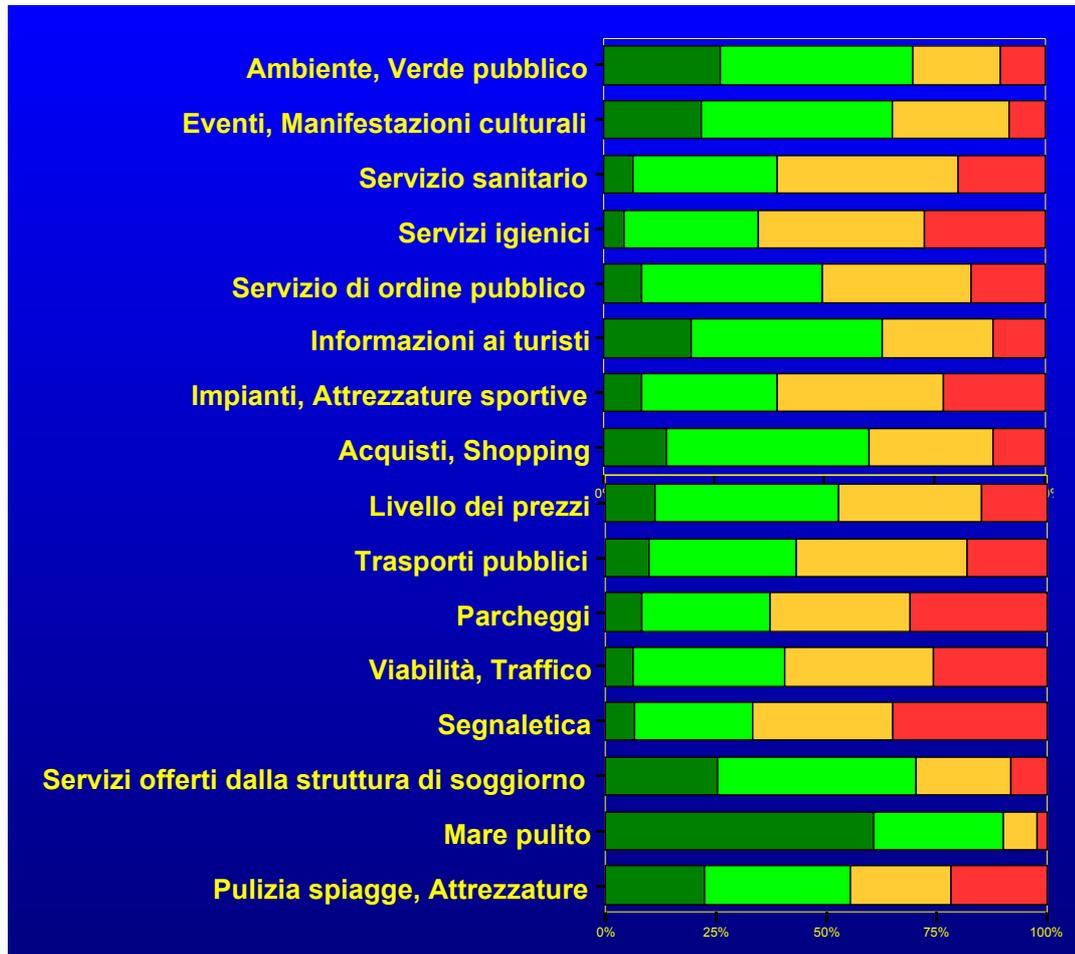
08

### L'OPINIONE SUI PUNTI DI DEBOLEZZA DELLA "VACANZA SALENTO"

(possibili 2 risposte - Val. %)

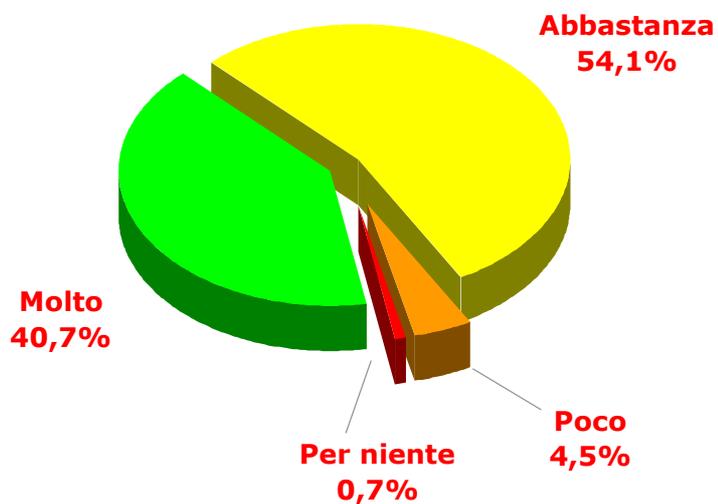


## IL giudizio sui diversi aspetti della vacanza



10

**COMPLESSIVAMENTE, QUANTO E' SODDISFATTO  
DEL SUO SOGGIORNO NEL SALENTO?**



11

**HA INTENZIONE DI RITORNARE NEL SALENTO?**

