

IL TURISMO NELLA PROVINCIA DI LECCE

Indagine conoscitiva sulle motivazioni della domanda turistica nella Provincia di Lecce¹

Estate 2005

● *L'ascolto del turista*

La Provincia di Lecce, su proposta dell'Assessorato al Turismo ed al Marketing territoriale, ha avviato nel 2004, e consolidato nell'anno in corso, un vasto e costante monitoraggio dei flussi turistici sul territorio salentino. Il monitoraggio affianca alla valutazione quantitativa degli arrivi e delle presenze sul territorio, quella che si potrebbe definire la fase di "**ascolto del turista**".

Attraverso tale fase la Provincia di Lecce ha inteso acquisire ulteriori elementi conoscitivi, utili per la definizione di servizi ed infrastrutture destinati ad un costante sviluppo del settore turistico, in senso organico, equilibrato ed integrato.

L'ascolto del turista si è concretizzato, attraverso la realizzazione di un'indagine conoscitiva, che ha sondato l'opinione di un campione di oltre 800 turisti, con un duplice obiettivo: da un lato individuare i fattori di attrazione, le motivazioni e le 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.

Ai turisti è stata delegata, seppure indirettamente, la valutazione dell'attività di tutti gli attori del territorio, sia pubblici che privati, che lavorano per lo sviluppo del comparto turistico salentino. Questo nella

¹ Documento redatto dall'UFFICIO DI STATISTICA della Provincia di Lecce.
Fonte dati: Servizio TURISMO E MARKETING TERRITORIALE

convinzione che il numero di presenze turistiche sia un importante indicatore, al quale, tuttavia, è necessario associare ulteriori informazioni sulla capacità, da parte del *Sistema Salento* di attrarre il turista e soddisfarne le aspettative.

La rilevazione è stata condotta nel mese di agosto allo scopo di testare l'efficienza del *Sistema Salento* nel momento in cui l'affluenza turistica è massima, rilevando così il pensiero dei turisti sulla qualità dell'offerta e del servizio "a regime".

L'indagine ha confermato la metodologia² utilizzata per l'analoga ricerca realizzata nell'estate 2004. Si è resa così possibile una comparazione dei risultati e la valutazione delle tendenze evolutive di alcuni aspetti attinenti la domanda turistica.

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

² **Note metodologiche:**

L'indagine è stata realizzata somministrando, nel mese di agosto 2005, un questionario predisposto dall'Ufficio di Statistica della Provincia di Lecce, con la collaborazione di esperti CENSIS, ad un campione di turisti soggiornanti nelle località salentine. Nel complesso è stata sondata l'opinione di un campione di 856 turisti.

Nella formazione del campione si è fatto ricorso alla tecnica del campionamento per quote, ossia alla procedura non probabilistica più utilizzata nelle ricerche di mercato e nei sondaggi di opinione, tenendo conto che le uniche caratteristiche note dei turisti sono quelle desumibili dai dati sui flussi turistici APT e riguardano: la località di soggiorno, la tipologia di struttura ricettiva prescelta, la provenienza (a livello regionale per le provenienze italiane ed a livello nazionale per le provenienze estere), il periodo di soggiorno.

Pertanto, nella formazione del campione, le quote sono state individuate in modo che la distribuzione per ambito territoriale di soggiorno e tipologia di struttura ricettiva di soggiorno all'interno del campione rispecchiasse l'analoga distribuzione rilevata per gli arrivi di turisti nel mese di agosto, desunta dai dati APT. Per intercettare l'opinione dei turisti che sfuggono alle statistiche APT (es. coloro che alloggiano in appartamenti privati), una quota del campione è stata riservata ai frequentatori delle pro-loco salentine, agli utenti di Salento in Bus, ai frequentatori del CTC della Provincia.

L'analisi ex-post delle caratteristiche del campione ha consentito di verificare che la distribuzione dei turisti, con riferimento alla provenienza (italiana o estera), risulta in linea con i dati rilevati dall'APT. Inoltre tutte le classi di età sono ben rappresentate ed equilibrate, in linea con i risultati dei precedenti sondaggi. Lo stesso discorso vale per il titolo di studio.

● *Perché una vacanza nel Salento?*

L'arma vincente del turismo estivo nel Salento si conferma il connubio tra **bellezze naturali, ambientali, artistiche** del territorio e la **vicinanza al mare** che hanno motivato rispettivamente il 47,7% ed il 35,2% dei turisti, risultando le motivazioni principali indistintamente per italiani e stranieri, sia per i turisti giunti per la prima volta nel Salento (i "nuovi turisti") che per gli *habitué*.

Le restanti motivazioni assumono un rilievo decisamente inferiore: nessuna di esse coinvolge più del 15% dei turisti. Riguardano nell'ordine l'opportunità di trascorrere un periodo di **tranquillità e riposo** (segnalata dal 14,6% dei turisti), e l'opportunità di **visitare amici/parenti** (13,8% del totale).

La volontà di dare ascolto al **suggerimento di amici**, che motiva nel complesso il 12,4% dei turisti, assume decisamente maggior rilievo per i *nuovi turisti* italiani: un turista italiano su quattro (23,5%) giunge nel Salento per la prima volta perché ne ha sentito parlare (evidentemente in termini positivi) da amici.

Il **clima** e la **cultura e tradizioni locali** motivano nel complesso rispettivamente l'11,7% ed il 9,8% dei turisti. Si distinguono i *nuovi turisti* stranieri: quasi un terzo di essi ritiene il Salento desiderabile terra di vacanza, oltre che per ambiente, arte e vicinanza al mare, soprattutto per la **cultura e le tradizioni locali** (29,6% dei nuovi turisti stranieri), e per il **clima** (motivazione principale per il 18,5% di essi).

Le prestazioni di servizio al turista quali opportunità di divertimento e svago, eventi culturali, validità delle strutture ricettive, non sembrano costituire valide motivazioni per i turisti, e comunque meno dell'opportunità di usufruirne ad un **costo ragionevole** (9,7%).

● *I "valori" del turista*

Le differenti motivazioni che spingono i turisti a raggiungere il Salento rispecchiano il valore da essi attribuito ai diversi momenti della vacanza.

In effetti i turisti intervistati attribuiscono un valore elevato a **spiaggia** (per il 65,1%), **tranquillità-riposo** (58,1%), **visite a beni culturali ed artistici** (47,4%). Al contrario svago e vita notturna rivestono elevata importanza solo per il 28,3% dei turisti, l'animazione per il 22,1%, lo shopping per il 21,6%, ed infine le attività sportive per il 14,1% di essi.

Particolarmente significative le differenze riscontrate tra turisti italiani e stranieri. La maggior parte dei **turisti stranieri** (ben il 76,7%) attribuisce alle visite a beni culturali ed artistici un ruolo di primo piano per la riuscita della vacanza, percentuale che sale all'82,6% per quanti giungono per la prima volta nel Salento. Al contrario ciò si verifica per appena il 45,4% dei **turisti italiani** che per la maggior parte (65,6%) attribuiscono un valore elevato soprattutto alla spiaggia.

● *L'organizzazione della vacanza*

I turisti che non avevano mai visitato il Salento sono in tutto il 35,9% del totale, mentre i restanti avevano già avuto modo di visitare il Salento, nel 30,2% dei casi numerose volte.

La presenza di un gran numero di turisti "di ritorno" influenza naturalmente le modalità di organizzazione della vacanza nel Salento. Infatti il 76,1% dei turisti organizza la vacanza in proprio, senza far ricorso ad intermediari specializzati: il 49,1% **autonomamente**, probabilmente avvalendosi dei contatti e dell'esperienza maturata nelle precedenti visite, ed il 27,0% con il **supporto di amici/parenti**. Solo il 17,4% ricorre alle **agenzie di viaggio**.

● *Le fonti di informazione*

Le fonti di informazione maggiormente utilizzate dai turisti del Salento sono quelle proprie di chi organizza la vacanza da sé, in una località indicata da amici/parenti o conosciuta nel corso di precedenti visite.

Sono al primo posto i **consigli di amici e parenti**, ad essi infatti fanno ricorso il 37,5% dei turisti. Seguono **internet** che viene consultata dal 27,3% e le conoscenze acquisite nel corso di **precedenti visite**, che tornano utili al 21,9 % dei turisti.

Il ruolo di internet ha subito una crescita esponenziale negli ultimi anni: solo nel 1997 era indicata quale fonte di informazione turistica sul

Salento da appena lo 0,5% dei turisti, già nel 2004 erano diventati il 24% e crescono al 27,3% nel 2005. Sembra un mezzo destinato a crescere ulteriormente nel tempo, riguardando soprattutto le classi di età più giovani. Vi ricorrono in particolar modo i turisti stranieri (40,0%), specie coloro che giungono nel Salento per la prima volta: ben il 55,6% ha consultato internet prima di giungere nel Salento.

I tradizionali canali di informazione turistica assumono decisamente un ruolo di secondo piano: **le guide turistiche** vengono consultate dal 15,7% dei turisti, **brochure e depliant** dal 12,5% e **agenzie viaggio** dall'11,8%. Stampa specializzata, riviste, tv non sembrano aver informato particolarmente i turisti, non interessando più del 3,1% di turisti, e comunque sembrano in calo rispetto al 2004.

I più affezionati lettori di guide, sono i turisti stranieri che vi ricorrono per il 28%, soprattutto quando visitano il Salento per la prima volta (44,4%). I turisti stranieri sono inoltre gli unici per i quali la **stampa turistica specializzata** assume certo rilievo (8,0%).

● *Raggiungere il Salento*

Circa due turisti su tre arrivano nel Salento in **auto** (65,3%), in **treno** arriva il 18,1% dei turisti, mentre in **aereo** appena il 6,8%. Gli arrivi via **nave** continuano, come per il 2004, ad essere del tutto irrilevanti. Gli stranieri si confermano i maggiori fruitori dei mezzi pubblici: il 30,0% di essi fa ricorso all'aereo ed il 22% al treno. Soltanto il 42% arriva in auto.

Ai turisti è stato chiesto di segnalare l'eventuale presenza di ostacoli nel raggiungere il Salento: oltre un turista su quattro (27,7%) ha dichiarato di aver trovato **difficoltà nel raggiungere il Salento**. Sono **soprattutto gli stranieri** ad aver riscontrato maggiori problemi: uno su tre (36,0%).

Tra coloro che hanno raggiunto il Salento in treno ben il 43,1% ha lamentato difficoltà, motivate nell'83,9% dei casi, con **collegamenti ferroviari poco adeguati**. Anche chi è arrivato in aereo ha frequentemente segnalato problemi, in un caso su tre (33,3%), motivandoli nell'81,3% dei casi con i **collegamenti aeroportuali poco efficienti**. Solo il 22,3% di quanti sono arrivati con la propria auto ha lamentato ostacoli segnalando frequentemente, nonostante non fosse

prevista tra le risposte precodificate del questionario una "**segnaletica stradale scarsa e poco chiara**".

● *Spostarsi nel Salento*

Le quattro ruote si confermano il mezzo di trasporto principe anche per gli spostamenti nel Salento. Per muoversi il 67,3% dei turisti ha utilizzato, come unico mezzo o combinato ad altri, **l'auto propria**, ed il 4,3% **l'auto a noleggio**. Quest'ultima è stata utilizzata prevalentemente da quanti sono giunti nel Salento in aereo (il 42,9% dei turisti giunti in aereo ha noleggiato l'auto).

Le quattro ruote vedono un accenno di concorrenza soltanto in **Salento in bus**, che conferma per il 2005 il proprio successo. Il mezzo è privilegiato soprattutto dai turisti che sono giunti nel Salento in treno o in aereo (rispettivamente per il 61,6% ed il 23,2%).

Gli altri veicoli sono decisamente meno utilizzati: basti pensare che appena il 2,8% ha utilizzato il **treno** per i propri spostamenti tra le località turistiche salentine, una percentuale paragonabile al 2,2% riscontrato per quanti hanno utilizzato principalmente la **bicicletta**!

I turisti che sono arrivati nel Salento in treno, per appena il 10,6% confermano l'utilizzo delle ferrovie salentine per i propri spostamenti nel Salento, preferendo per l'89,4% fare ricorso a mezzi alternativi.

● *Due aggettivi per il Salento*

Nel complesso la quasi totalità dei turisti si dichiara soddisfatta del proprio soggiorno nel Salento: nel 40,1% dei casi "molto" e nel 54,2% "abbastanza", con percentuali analoghe a quelle riscontrate nel 2004. L'entusiasmo, nei confronti della vacanza nel Salento sale al 52,1% per i turisti stranieri.

Alla richiesta di segnalare due aggettivi per descrivere il Salento, pressoché tutti i turisti hanno utilizzato termini con valenza positiva, sostanzialmente gli stessi utilizzati nell'estate 2004: **Accogliente** (39,4% dei turisti), **Splendido** (33,1%) e **Mediterraneo** (22,9%). Per appena il 5,8% si rivela trascurato e deludente. Si tratta di opinioni che accomunano indistintamente turisti italiani e stranieri, turisti che arrivano nel Salento per la prima volta e vecchie conoscenze.

● *I diversi aspetti della vacanza*

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

Le critiche più frequenti riguardano aspetti connessi alla presenza di un gran numero di turisti automobilisti ed in particolare allo stress cui sono sottoposte le strade salentine nel periodo di massima affluenza: i **parcheggi** hanno avuto un giudizio scarso dal 26,5% di turisti, la **viabilità ed il traffico** dal 23,3%, la **segnaletica turistica** dal 24,0%, e la **segnaletica stradale** dal 23,0% dei turisti. Si tratta di percentuali in calo rispetto a quelle riscontrate per il 2004, specie per la segnaletica che nel precedente sondaggio era stata giudicata scarsa da ben il 35% dei turisti, a vantaggio di un giudizio quanto meno di sufficienza.

Non raggiungono mai il 50% di giudizi positivi, pur ottenendo una valutazione quanto meno sufficiente, una serie di servizi locali di interesse generale, che, nel periodo in cui la presenza turistica sul territorio è particolarmente intensa, vengono spesso giudicati come insufficienti/scarsi: i **servizi igienici** (giudicati negativamente dal 22,6% dei turisti), i **trasporti pubblici** (dal 21,2%), gli **impianti e attrezzature sportive** (17,2%), i **servizi di ordine pubblico** (13,8%) ed il **servizio sanitario** (11,6%).

Oltre il 50% di turisti giudica, al contrario, ottimi o buoni i servizi di **informazione turistica**, l'opportunità di **acquisti e shopping**, ed il **livello dei prezzi**. Anche la **pulizia delle spiagge** rientra tra gli aspetti della vacanza giudicati positivamente da oltre il 50% dei turisti, sebbene venga ritenuta decisamente scarsa dal 17,1% di loro, probabilmente fruitori delle spiagge pubbliche (nel 2004 il giudizio di scarso aveva riguardato il 21,9% dei turisti).

Per contro, unanimemente positivi si confermano anche per il 2005 i giudizi espressi sulla **pulizia del mare**, valutata dalla maggior parte dei turisti ottima (61%), e nei restanti casi buona (29,4%) o quanto meno sufficiente (8%).

Promossi anche **ambiente e verde pubblico**, **eventi e manifestazioni culturali**, così come i servizi offerti dalle **strutture di soggiorno**: questi aspetti hanno meritato il giudizio di ottimo/buono per

circa il 70% dei turisti, pur con un apprezzamento differenziato territorialmente.

I servizi offerti dalla struttura di soggiorno, tuttavia, non sono stati valutati in maniera uniforme per le varie tipologie di struttura. In particolare, mentre il giudizio di ottimo ha caratterizzato il 40,7% dei turisti che alloggiano in agriturismo ed il 29,4% di quanti soggiornano in albergo, appena l'8,3% dei turisti che alloggiano in appartamento ha manifestato un giudizio di entusiasmo, esprimendo con maggior frequenza il giudizio di scarso (13,2%).

● *I punti di forza della vacanza Salento*

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, in una graduatoria che rispecchia quanto già evidenziato nel sondaggio 2004: le **risorse naturali ed ambientali** sono di gran lunga al primo posto, con il 75,1% delle segnalazioni. Seguono i **centri storici, i musei, i beni culturali ed artistici** (41,2% delle segnalazioni), che sono apprezzati in particolar modo dai turisti stranieri: 69,6% di essi ritiene costituiscano il vero punto di forza della vacanza salentina.

Il 22,3% dei turisti ha segnalato **le tipicità gastronomiche** ed il 15,4% **eventi e manifestazioni culturali**. Appena l'11% degli ospiti ha individuato **l'economicità della vacanza** tra i punti di forza della vacanza-Salento; percentuali pressoché irrilevanti di turisti hanno ritenuto di segnalare i **servizi offerti ai turisti** sia dagli operatori pubblici che privati.

● *I punti di debolezza della vacanza Salento*

Analogamente a ciascun turista è stato chiesto di individuare i due principali punti di debolezza della vacanza-Salento.

La **pulizia delle spiagge**, soprattutto pubbliche, ed il servizio di **nettezza urbana** si trovano rispettivamente al primo ed al terzo posto della graduatoria dei punti di debolezza, avendo ricevuto la segnalazione rispettivamente dal 30,6% ed dal 23,1% dei turisti. Si tratta di percentuali

in calo rispetto a quelle rilevate nell'estate 2004, ma che continuano ad evidenziare come spesso il territorio sia impreparato a gestire flussi turistici di notevole entità.

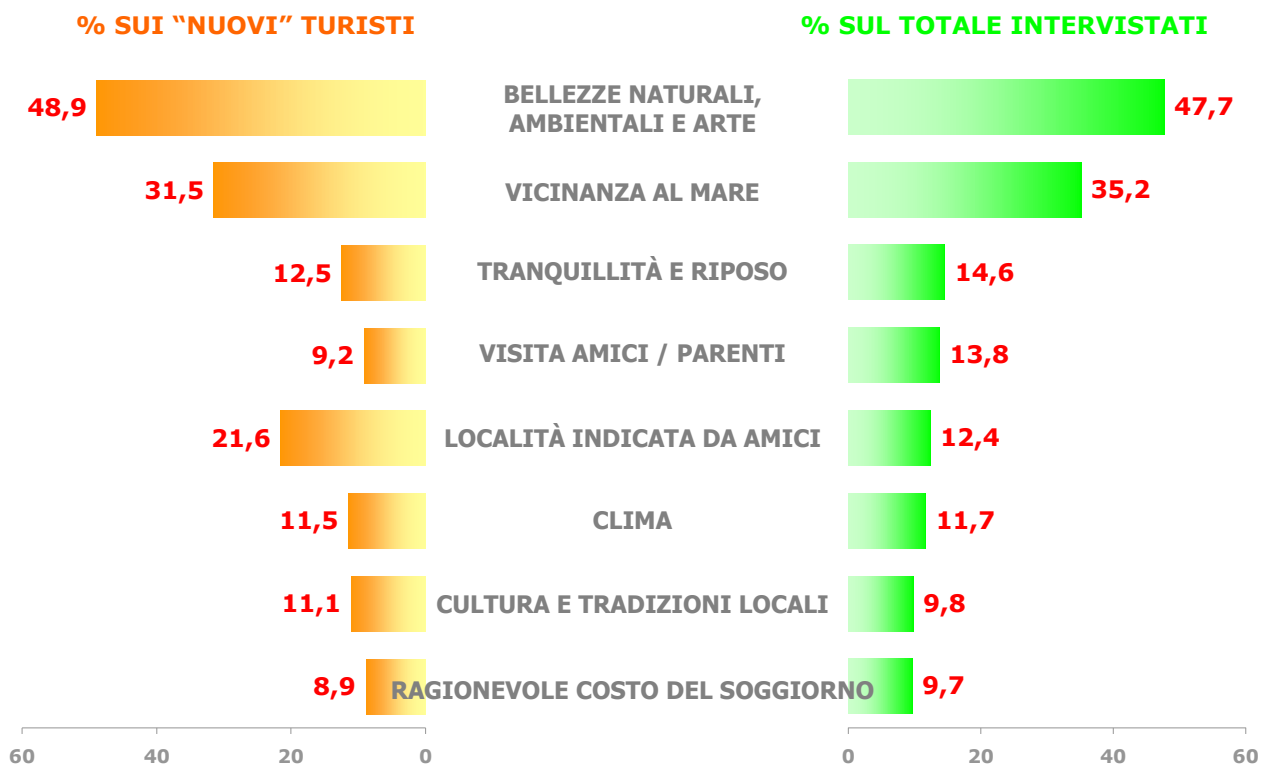
Alla carenza di servizi di igiene pubblica seguono le critiche ai trasporti pubblici. Compaiono infatti nell'ordine la **mobilità interna** (segnalata dal 23,4% dei turisti), i **collegamenti ferroviari** (22,2%), le **infrastrutture aeroportuali** (11,0%), segnalate da quote di turisti superiori rispetto a quanto rilevato nell'estate 2004.

Il punto di vista dei turisti, circa i principali punti di debolezza della vacanza-Salento, non è uniforme per le differenti località di villeggiatura: nel comune di **Lecce** l'aspetto maggiormente segnalato (dal 28,0% di turisti) è la nettezza urbana; nelle **Terre d'Arneo e Valle della Cupa** la mobilità interna (32,1% dei turisti); ad **Otranto** e dintorni, ed ancor più a **Gallipoli** e dintorni, le segnalazioni riguardano soprattutto la pulizia della spiagge (segnalate rispettivamente dal 32,5% e dal 41,0% dei turisti). Nel **Sud Salento** il principale punto di debolezza è ritenuto la palese carenza di collegamenti ferroviari (segnalato da ben il 35,7% dei turisti).

In ogni caso, la "vacanza-Salento" viene **promossa a pieni voti**: il 73,5% dei turisti promette di ritornare, il 22,4% è indeciso ed appena il 4,1% esclude categoricamente una nuova vacanza nel Salento.

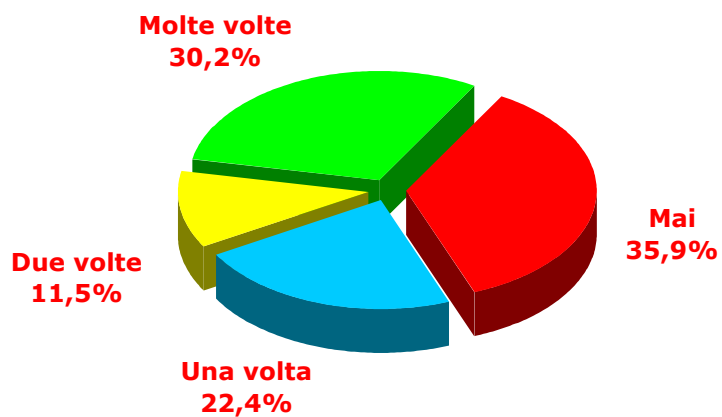
01

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



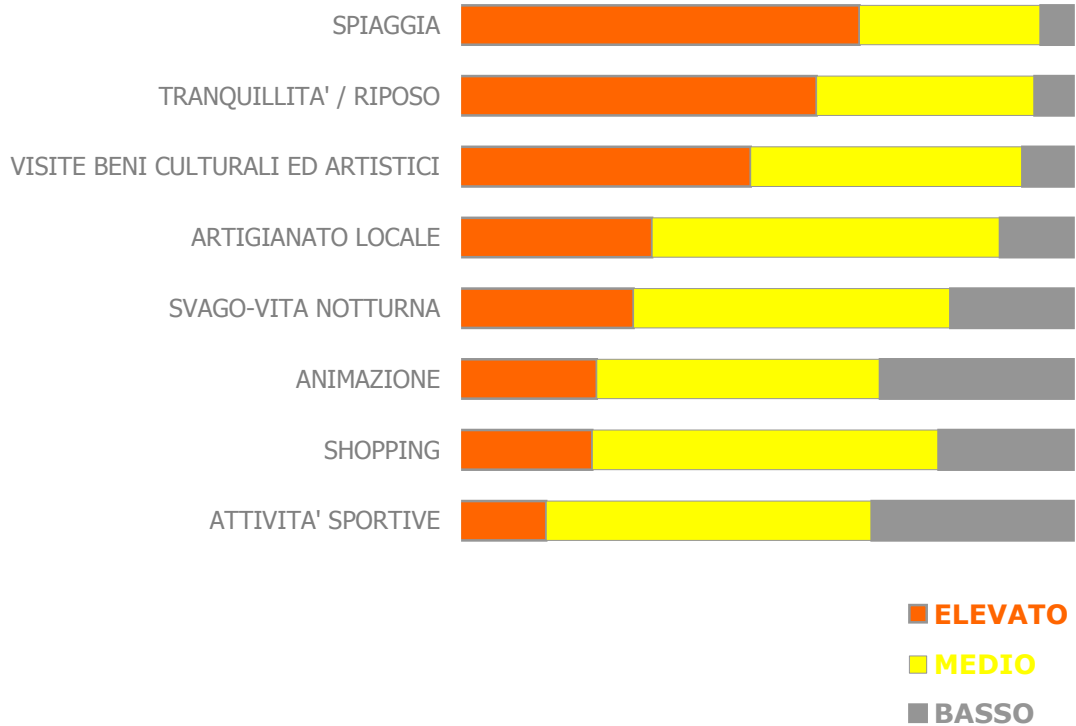
02

HA VISITATO ALTRE VOLTE IL SALENTO?



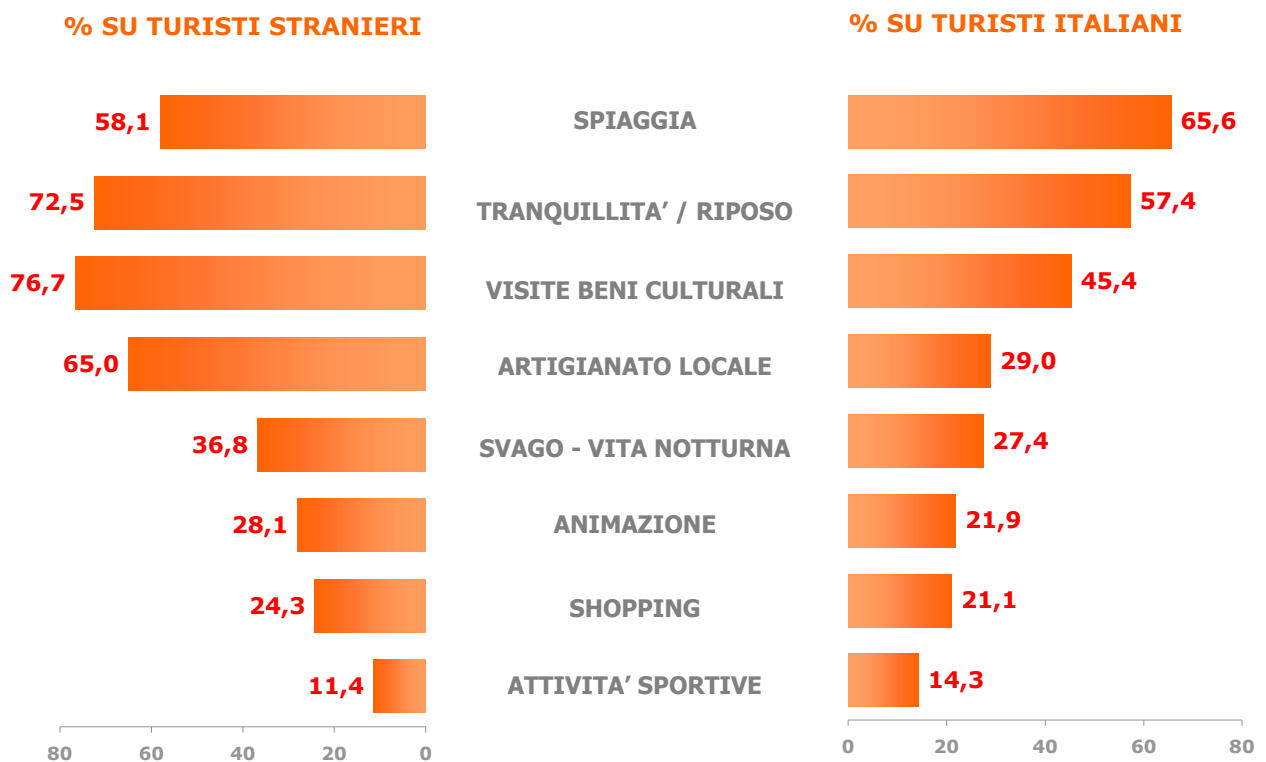
03

IL VALORE ATTRIBUITO AI MOMENTI DELLA VACANZA



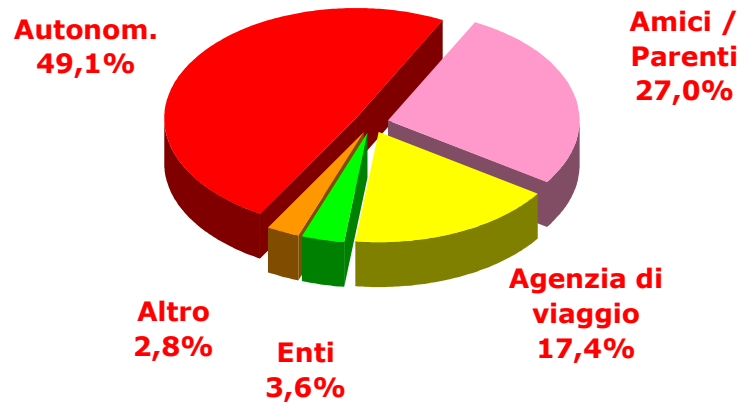
04

I MOMENTI DELLA VACANZA DI "ELEVATO" VALORE



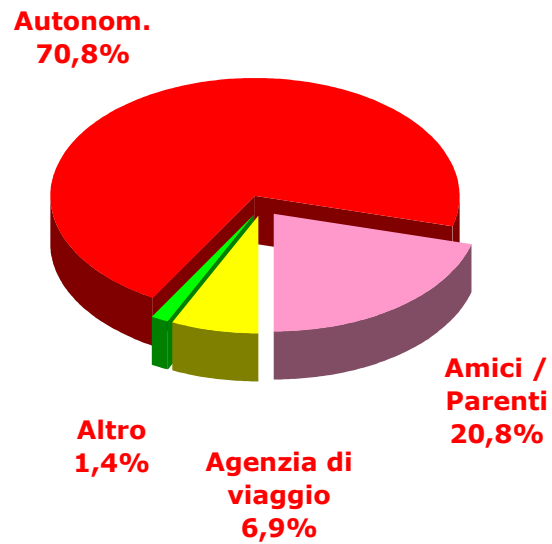
05

LE MODALITA' DI ORGANIZZAZIONE DELLA VACANZA



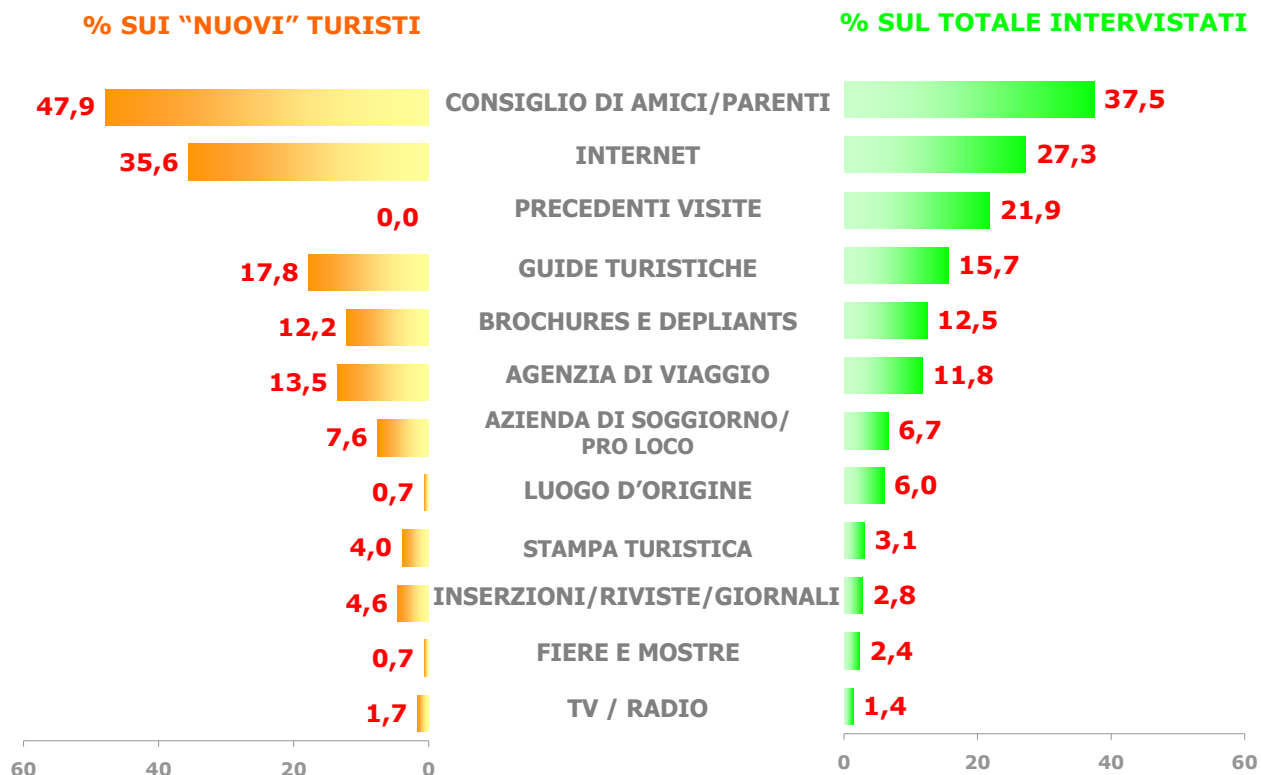
06

**LE MODALITA' DI ORGANIZZAZIONE DELLA VACANZA
PER I TURISTI STRANIERI**



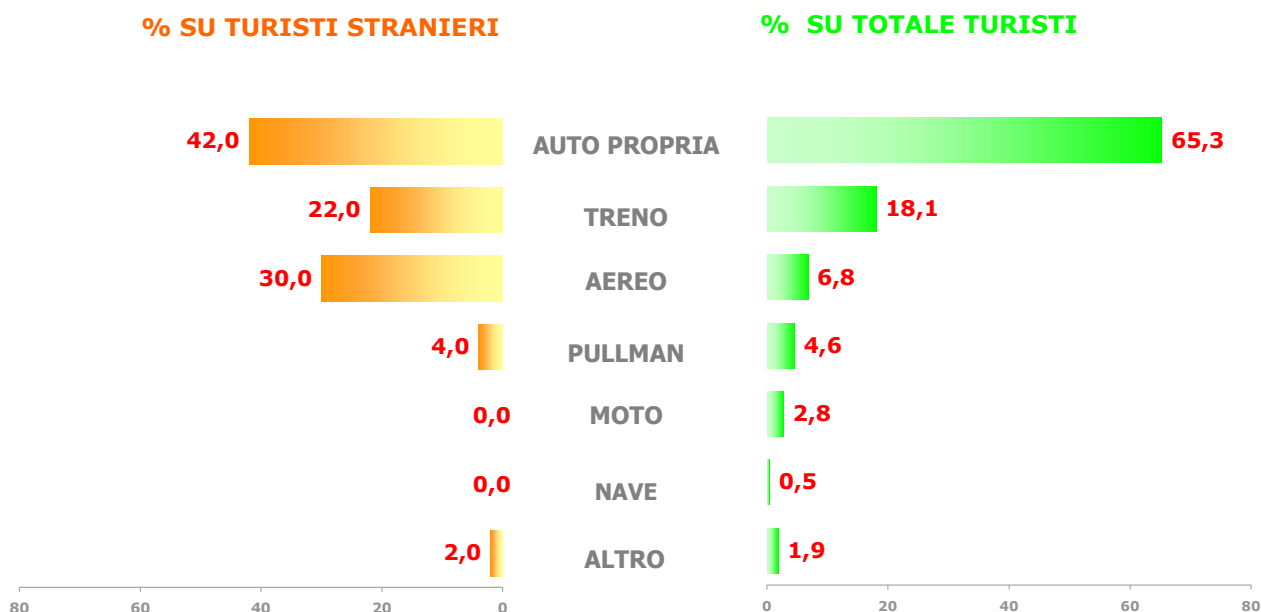
07

TURISTI PER PRINCIPALI FONTI DI INFORMAZIONE SUL SALENTO (possibili 2 risposte)

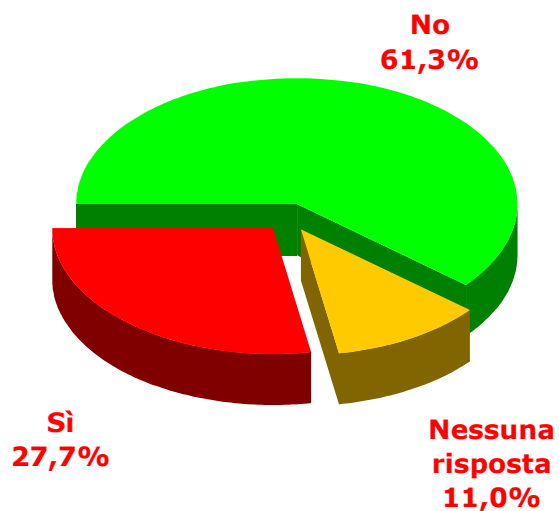


08

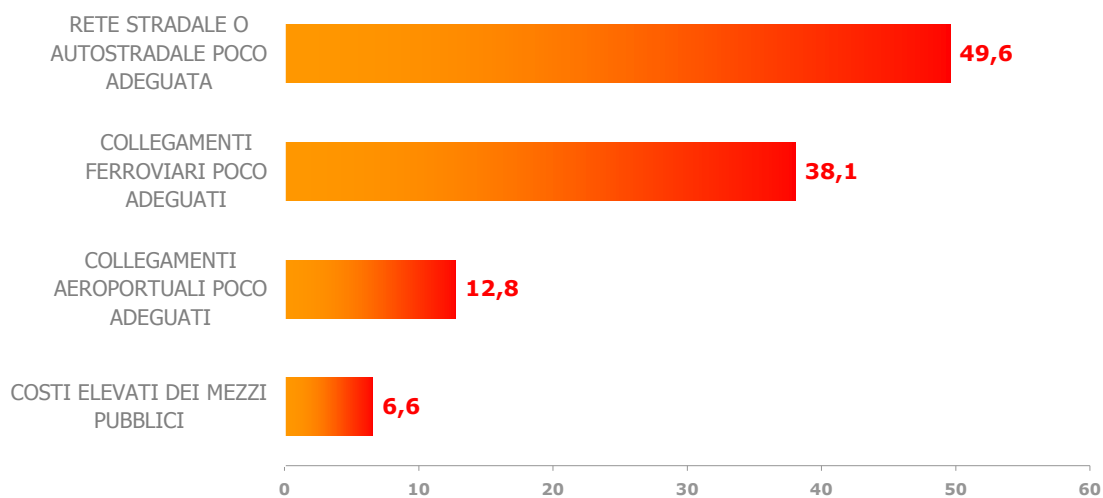
IL MEZZO DI TRASPORTO UTILIZZATO PER RAGGIUNGERE IL SALENTO



09

HA TROVATO DIFFICOLTA' NEL RAGGIUNGERE IL SALENTO?

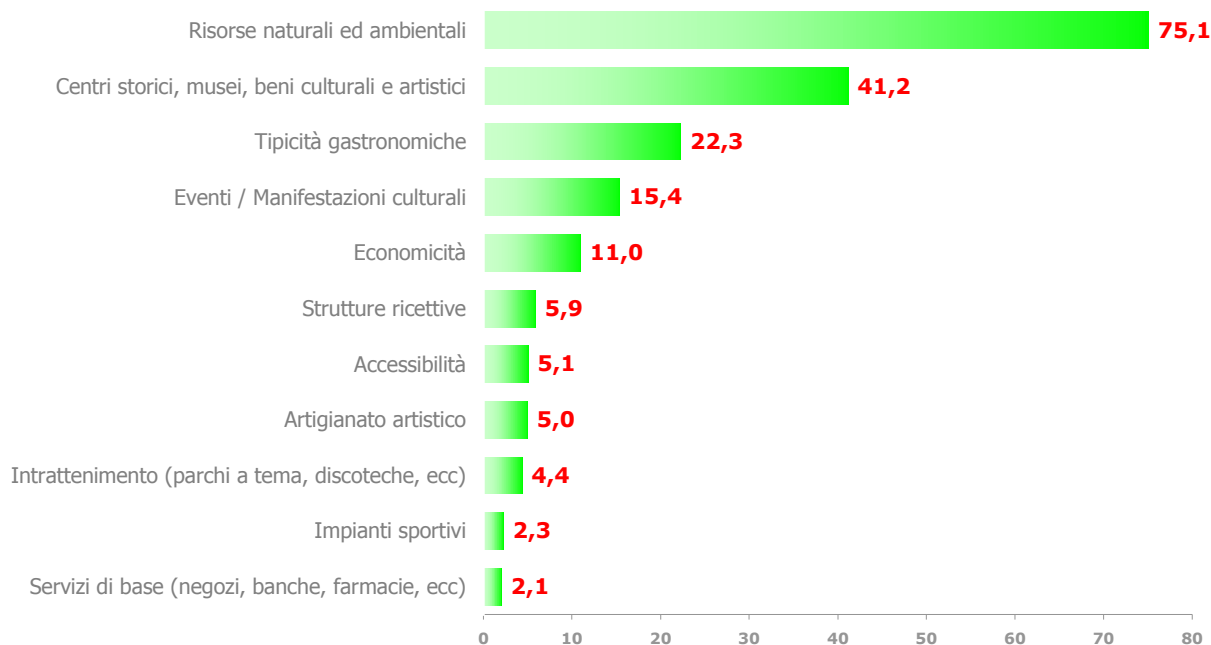
10

TURISTI CHE HANNO INCONTRATO DIFFICOLTA' NEL RAGGIUNGERE IL SALENTO, PER PROBLEMATICA INCONTRATA (possibili 2 risposte - Val. %)

11

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

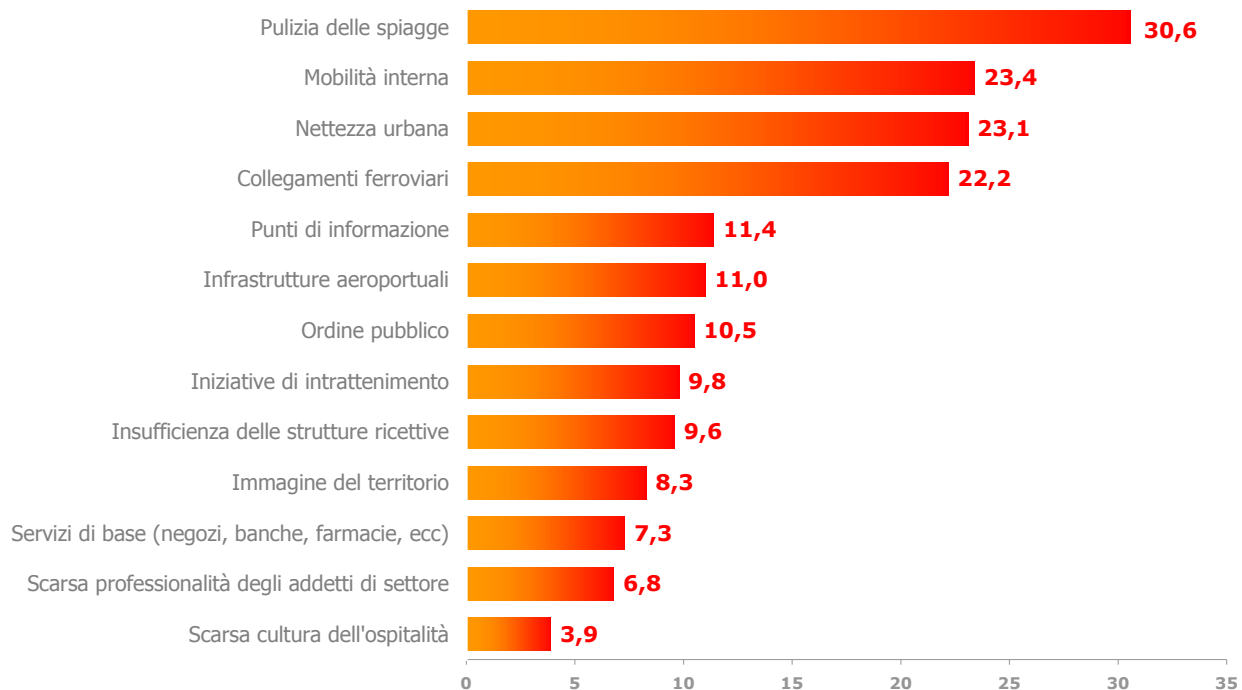
(possibili 2 risposte - Val. %)



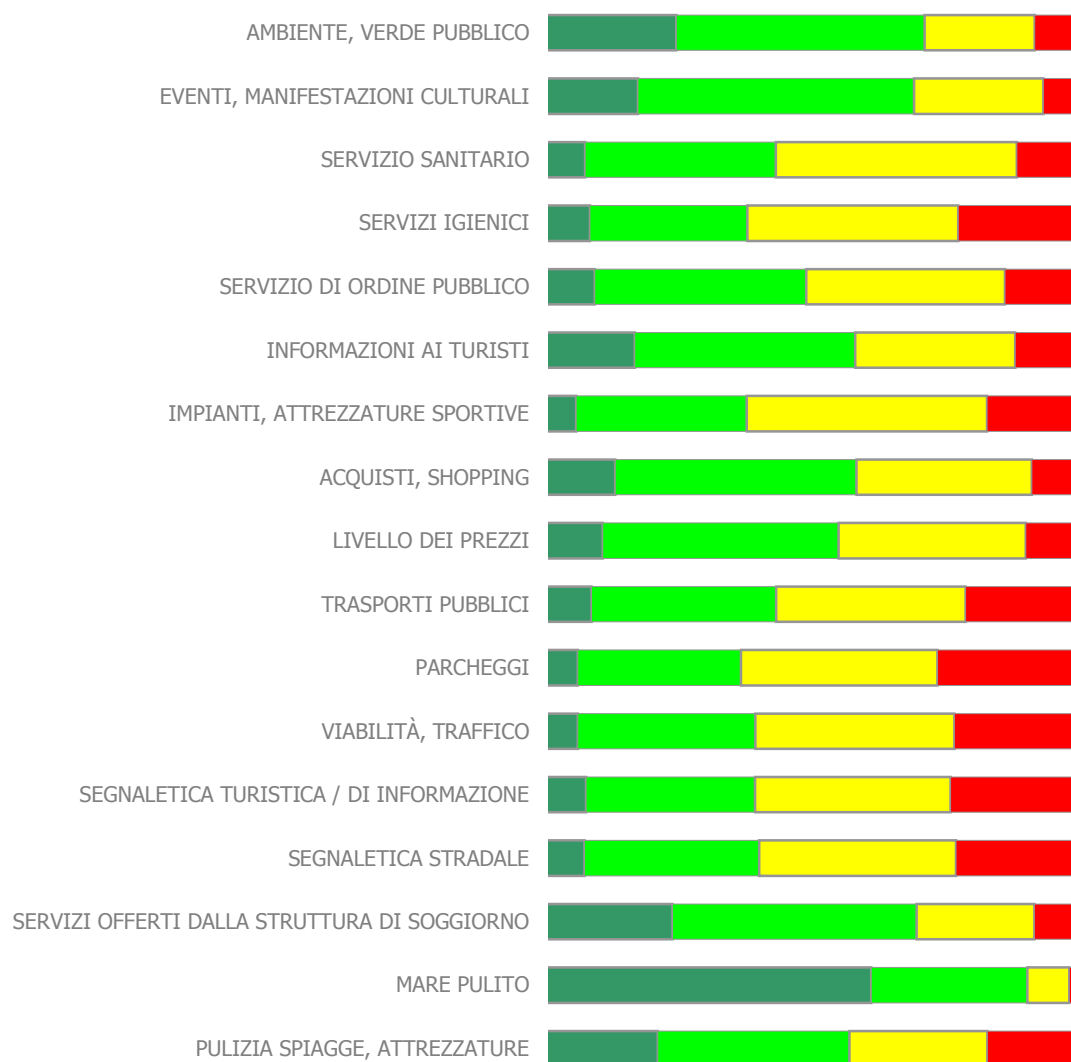
12

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

(possibili 2 risposte - Val. %)

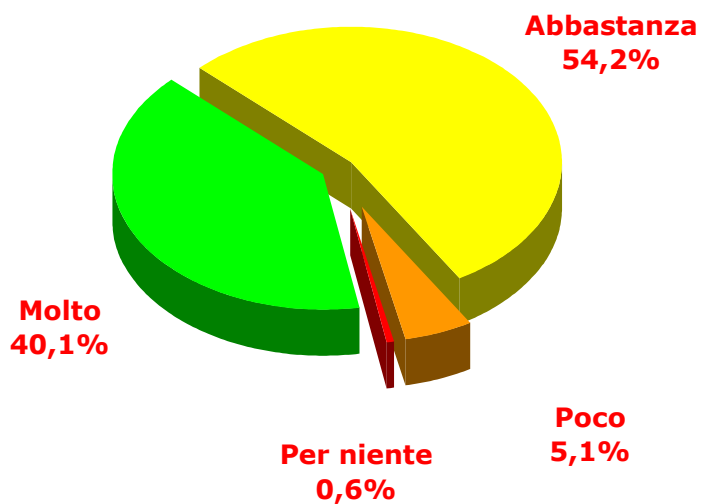


IL GIUDIZIO SUI DIVERSI ASPETTI DELLA VACANZA



14

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



15

HA INTENZIONE DI RITORNARE NEL SALENTO?

