

Osservatorio turistico regionale della Puglia
IL MOVIMENTO TURISTICO LEGATO A "PUGLIA NIGHT PARADE"
E LE RICADUTE ECONOMICHE SULLE IMPRESE

Dicembre 2008

1. L'OCCUPAZIONE NELLE STRUTTURE RICETTIVE

Il mese di **dicembre 2008** si accinge a vedere nelle strutture ricettive pugliesi un dato complessivo di **occupazione/prenotazioni delle camere** che, dai primi risultati dell'indagine congiunturale sul IV trimestre, **si stima sul 25/30% contro il dato 2007 del 20,2%**.

Un dato incoraggiante trainato anche dall'**effetto Notti bianche "Puglia Night Parade"** che nei comuni coinvolti dall'evento (Alberobello, Andria, Bari, Barletta, Brindisi, Lecce, Foggia, Taranto) vede una media di occupazione camere del **periodo dal 5 al 7 dicembre pari al 41,6%**.

Occupazione camere in Puglia dicembre 2007/2008

Occupazione camere dicembre 2007	20,2%
Stima occupazione camere dicembre 2008	25-30%

**Occupazione/prenotazioni camere evento "Puglia night parade" 5-7 dicembre
(valori % per riepilogati provincia)**

Bari	39,8
Brindisi	40,0
Foggia	35,0
Lecce	45,7
Taranto	38,8
Totale	41,6

Occupazione/prenotazione camere nei comuni coinvolti nell'evento "Puglia night parade" 5-7 dicembre

Alberobello	43,6
Andria	22,2
Bari	40,5
Barletta	65,0
Brindisi	40,0
Foggia	35,0
Lecce	45,7
Taranto	38,8
Totale	41,6

2. LE RICADUTE SULLE IMPRESE DEL TERRITORIO

Le imprese dei comuni di Alberobello, Andria, Bari, Barletta, Brindisi, Lecce, Foggia, Taranto indicano altresì un risultato positivo di riscontro sul periodo delle notti bianche: i bar, i ristoranti, i pub, le rosticcerie, i wine bar, le osterie hanno, infatti, dichiarato **un elevato giudizio medio** sulla manifestazione in media pari a 7,9 su 10 **in particolare per la presenza di pubblico**. Anche l'organizzazione della manifestazione prende "voto" 7.

Le imprese hanno dichiarato **nel 66,3% dei casi un riscontro positivo dovuto proprio alle ricadute dell'evento**.

Nel dettaglio, sul totale delle imprese si registra

- **un incremento medio di vendite pari al +67,4% per il 45,2% degli esercenti**
- **nuova clientela per il 57,3% delle imprese**
- **un positivo ritorno di immagine per il 57,8% degli operatori.**

Per la prossima edizione gli imprenditori forniscono preziosi suggerimenti per migliorare ulteriormente queste performances. Oltre ai più generici consigli di migliore organizzazione locale particolarmente utili risultano:

- il 27,1% che propone di ampliare la dislocazione degli eventi in tutte le aree delle località e non solo nelle zone centrali operando così un ancora maggiore coinvolgimento del territorio;

- il 6,9% che suggerisce di mettere in atto più eventi e degustazioni di carattere enogastronomico;
- il 4,9% che addirittura chiede di ripeterla più spesso.

Giudizio sulla manifestazione "Puglia Night Parade" in Puglia (per comune)

	Andria	Alberobello	Bari	Barletta	Brindisi	Foggia	Lecce	Taranto	Totale
La presenza di pubblico	7,4	8,2	7,6	6,7	8,1	8,3	8,2	9,5	8,0
l'organizzazione della manifestazione	6,2	7,4	6,7	5,8	8,0	7,6	6,8	8,1	7,1
le attività di promozione	6,2	7,1	6,9	6,0	7,3	6,7	6,4	8,0	6,8
il vostro coinvolgimento	5,5	6,5	5,2	5,1	7,0	6,3	5,9	6,4	6,1
l'attivazione di sinergia con altri operatori	3,8	5,4	1,0	2,7	6,3	5,7	5,3	5,2	5,3
Giudizio complessivo	6,8	8,6	7,6	6,1	8,8	8,2	7,9	8,5	7,9

Giudizio sulla manifestazione "Puglia Night Parade" in Puglia (per provincia)

	Bari	Brindisi	Foggia	Lecce	Taranto	Totale
La presenza di pubblico	7,4	8,1	8,3	8,2	9,5	8,0
l'organizzazione della manifestazione	6,5	8,0	7,6	6,8	8,1	7,1
le attività di promozione	6,5	7,3	6,7	6,4	8,0	6,8
il vostro coinvolgimento	5,6	7,0	6,3	5,9	6,4	6,1
l'attivazione di sinergia con altri operatori	4,3	6,3	5,7	5,3	5,2	5,3
Giudizio complessivo	7,2	8,8	8,2	7,9	8,5	7,9

Giudizio sulla manifestazione "Puglia Night Parade" in Puglia (per tipologia)

	Ristorante- Pizzeria	Pub	Bar	Altro	Totale
La presenza di pubblico	7,8	8,5	8,1	8,0	8,0
l'organizzazione della manifestazione	7,0	7,8	7,1	7,9	7,1
le attività di promozione	6,6	7,1	7,0	7,1	6,8
il vostro coinvolgimento	5,8	6,7	6,2	6,8	6,1
l'attivazione di sinergia con altri operatori	5,1	6,3	5,1	6,8	5,3
Giudizio complessivo	7,9	8,1	7,9	7,9	7,9

L'evento "Puglia night parade" ha portato riscontri positivi? % sul totale operatori

	Andria	Alberobello	Bari	Barletta	Brindisi	Foggia	Lecce	Taranto	Totale
Si	73,7	81,0	62,5	51,7	55,6	60,0	63,0	88,9	66,3
Si, un incremento delle vendite	89,5	33,3	16,7	27,6	55,6	48,0	59,3	40,7	45,2
Si un incremento delle vendite del (media %)	20,0	51,5	50,0	22,5	59,0	91,7	114,1	78,6	67,4
<i>Si contatti con nuovi clienti</i>	57,9	76,2	58,3	37,9	55,6	32,0	55,6	88,9	57,3
<i>si un ritorno di immagine positiva</i>	57,9	76,2	54,2	34,5	55,6	44,0	55,6	88,9	57,8
No nessuno	26,3	19,0	37,5	48,3	44,4	40,0	37,0	11,1	33,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

L'evento "Puglia night parade" ha portato riscontri positivi? % sul totale operatori

	Bari	Brindisi	Foggia	Lecce	Taranto	Totale
Si	65,6	55,6	60,0	63,0	88,9	66,3
Si, un incremento delle vendite	38,7	55,6	48,0	59,3	40,7	45,2
Si un incremento delle vendite del (media %)	38,8	59,0	91,7	114,1	78,6	67,4
<i>Si contatti con nuovi clienti</i>	55,9	55,6	32,0	55,6	88,9	57,3
<i>si un ritorno di immagine positiva</i>	53,8	55,6	44,0	55,6	88,9	57,8
No nessuno	34,4	44,4	40,0	37,0	11,1	33,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

L'evento "Puglia night parade" ha portato riscontri positivi? % sul totale operatori

	Ristorante -Pizzeria	Pub	Bar	Altro	Totale
Si	61,2	70,0	72,9	44,4	66,3
Si, un incremento delle vendite	43,5	60,0	43,5	44,4	45,2
Si un incremento delle vendite del (media %)	44,2	110,0	79,3	45,0	67,4
<i>Si contatti con nuovi clienti</i>	52,9	55,0	63,5	44,4	57,3
<i>si un ritorno di immagine positiva</i>	52,9	65,0	62,4	44,4	57,8
No nessuno	38,8	30,0	27,1	55,6	33,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Suggerimenti per la prossima edizione

	Andria	Alberobello	Bari	Barletta	Brindisi	Foggia	Lecce	Taranto	Totale
Dislocazione degli eventi in tutte le aree delle località	28,6	9,5	57,1	42,9	33,3	32,0	30,8	-	27,1
Migliorare l'organizzazione (gestione parcheggi, traffico, bagni pubblici, orari negozi)	14,3	14,3	14,3	21,4	3,7	4,0	3,8	82,4	17,4
Maggiore promozione e pubblicità degli eventi	-	23,8	-	-	11,1	20,0	11,5	-	11,1
Organizzarla in un altro periodo (non d'inverno)	-	9,5	14,3	14,3	11,1	12,0	15,4	-	10,4
Più eventi e degustazioni eno-gastronomiche	14,3	4,8	14,3	21,4	3,7	4,0	7,7	-	6,9
Ripeterla più spesso	-	4,8	-	-	7,4	4,0	3,8	11,8	4,9
Nessun suggerimento	42,9	33,3	-	-	29,6	24,0	26,9	5,9	22,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Suggerimenti per la prossima edizione

	Bari	Brindisi	Foggia	Lecce	Taranto	Totale
Dislocazione degli eventi in tutte le aree delle località	28,6	33,3	32,0	30,8	-	27,1
Migliorare l'organizzazione (gestione parcheggi, traffico, bagni pubblici, orari negozi)	16,3	3,7	4,0	3,8	82,4	17,4
Maggiore promozione e pubblicità degli eventi	10,2	11,1	20,0	11,5	-	11,1
Organizzarla in un altro periodo (non d'inverno)	10,2	11,1	12,0	15,4	-	10,4
Più eventi e degustazioni eno-gastronomiche	12,2	3,7	4,0	7,7	-	6,9
Ripeterla più spesso	2,0	7,4	4,0	3,8	11,8	4,9
Nessun suggerimento	20,4	29,6	24,0	26,9	5,9	22,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Suggerimenti per la prossima edizione

	Ristorante- Pizzeria	Pub	Bar	Altro	Totale
Dislocazione degli eventi in tutte le aree delle località	25,4	15,8	28,8	57,1	27,1
Migliorare l'organizzazione (gestione parcheggi, traffico, bagni pubblici, orari negozi)	18,6	15,8	16,9	14,3	17,4
Maggiore promozione e pubblicità degli eventi	11,9	15,8	8,5	14,3	11,1
Organizzarla in un altro periodo (non d'inverno)	10,2	15,8	10,2	-	10,4
Più eventi e degustazioni eno-gastronomiche	10,2	10,5	1,7	14,3	6,9
Ripeterla più spesso	3,4	10,5	5,1	-	4,9
Nessun suggerimento	20,3	15,8	28,8	-	22,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

3. NOTA METODOLOGICA

L'occupazione nelle strutture ricettive

L'analisi congiunturale trimestrale è effettuata tramite interviste C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviews), vale a dire la somministrazione diretta telefonica dei questionari, compilata al computer con supporto informatico cioè attraverso un software predisposto ad hoc. L'indagine è rivolta a un campione rappresentativo degli operatori regionali del ricettivo di circa 700 imprese ricettive per un totale di 2.800 interviste all'anno, con questionario chiuso e domande dirette sull'andamento della stagione.

Tale campione determina stime campionarie con livello di confidenza del 95% e margine di errore del 3%.

La rilevazione del IV trimestre si è svolta dall'1 al 12 dicembre 2008.

Le ricadute sulle imprese del territorio

Per completare il quadro di analisi sull'effetto turistico delle notti bianche in Puglia, sono state campionate e intervistate 230 imprese pugliesi tra bar, ristoranti, pub, rosticcerie, wine bar, osterie al fine di misurare le ricadute dirette dell'evento. La somministrazione è avvenuta tramite intervista diretta telefonica dei questionari. La rilevazione si è svolta tra il 9 e l'11 dicembre 2008.

(Rilevazioni effettuate da Isnart - Unioncamere)