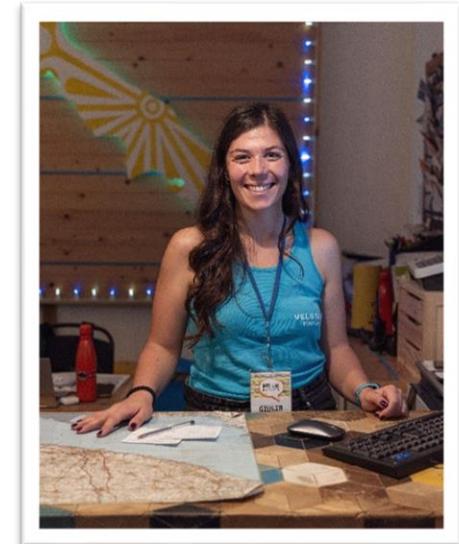
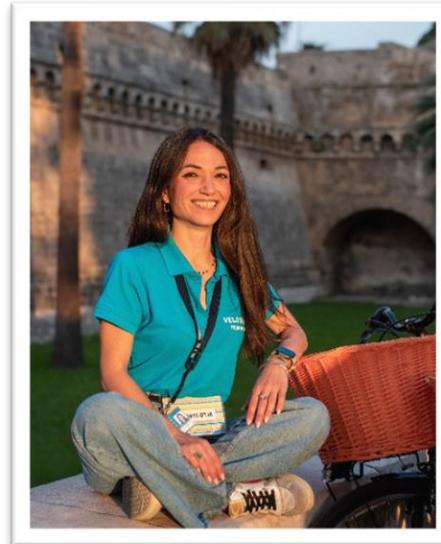


13 Febbraio 2024
IL NEGOZIO DI BARI

PENSARE **TURISMO**

DOVUTE PRESENTAZIONI



VELO SERVICE

Turismo di prossimità
dal 2008





I PRINCIPI DI VELO SERVICE

1. OGNI **TOUR** CHE ORGANIZZIAMO È UNA **FESTA**

*Every **TOUR** we manage is a **PARTY***

2. LE NOSTRE **AZIONI** CONSIDERANO SEMPRE LA **PROMOZIONE TURISTICA** DEL **TERRITORIO**

*Our **ACTIONS** always consider
the **TOURIST PROMOTION** of the territory*

3. CREDIAMO NEI PICCOLI GESTI CHE PORTANO GRANDI CAMBIAMENTI

SMALL GESTURES *to* **GREAT CHANGES**

4. L'USO DELLA BICICLETTA MIGLIORA LA VITA DI TUTTA LA COLLETTIVITÀ

The use of BICYCLE improves the life of whole COMMUNITY

5. FARE INCOMING TURISTICO PORTA BENEFIT ECONOMICO AL TERRITORIO

INBOUND TOURISM means doing export.
Export means adding **ECONOMIC VALUE TO THE TERRITORY**

6. CON UN **VIAGGIO** VIVI TRE VOLTE:
QUANDO LO **SOGNI**, QUANDO LO **FAI**,
QUANDO LO **RICORDI**

A **JOURNEY** is to live up three times: when you **DREAM IT**,
when you **LIVE IT**, when you **REMEMBER IT**



CHE SIGNIFICA PENSARE TURISMO?



CONOSCERE IL
SISTEMA TURISTICO LOCALE



Offerta di mercato



CONOSCERE IL
TARGET DI RIFERIMENTO



Domanda di mercato



SCENARIO INTERNAZIONALE

IL TURISMO NEL MONDO NEL 2023

- **1,26 miliardi** n° di viaggi internazionali
- Il viaggio come **priorità** nonostante l'aumento costi
- Aumenta il **valore del tempo libero** nel post pandemia:
 - **60%** del turismo è **LEISURE**
 - **89%** del turismo **BUSINESS** vuole includere un'esperienza **LEISURE** nel viaggio
 - **+65%** di spesa in **ESPERIENZE** a marzo 2023 rispetto a marzo 2019

MERCATI EMERGENTI

INBOUND

2023 vs 2019

- Arabia Saudita **+64%**
 - Albania **+43%**
 - Polonia **+35%**
- Medio Oriente **+13%**

OUTBOUND

2024 vs 2023

- China **+131%**
- Usa **+35%**
- Germany **+52%**
- United Kingdom **+58%**



SCENARIO LOCALE

IL TURISMO IN **PUGLIA** NEL 2023



- **4,6 milioni** di arrivi
- Arrivi stranieri **+22%** in un anno
- Arrivi stranieri sul totale **34 %** (+4 punti)
- **16,3 milioni** di presenze (**+4%**)

IL TURISMO IN PUGLIA NEL 2023

IL MOVIMENTO TURISTICO NEL 2023

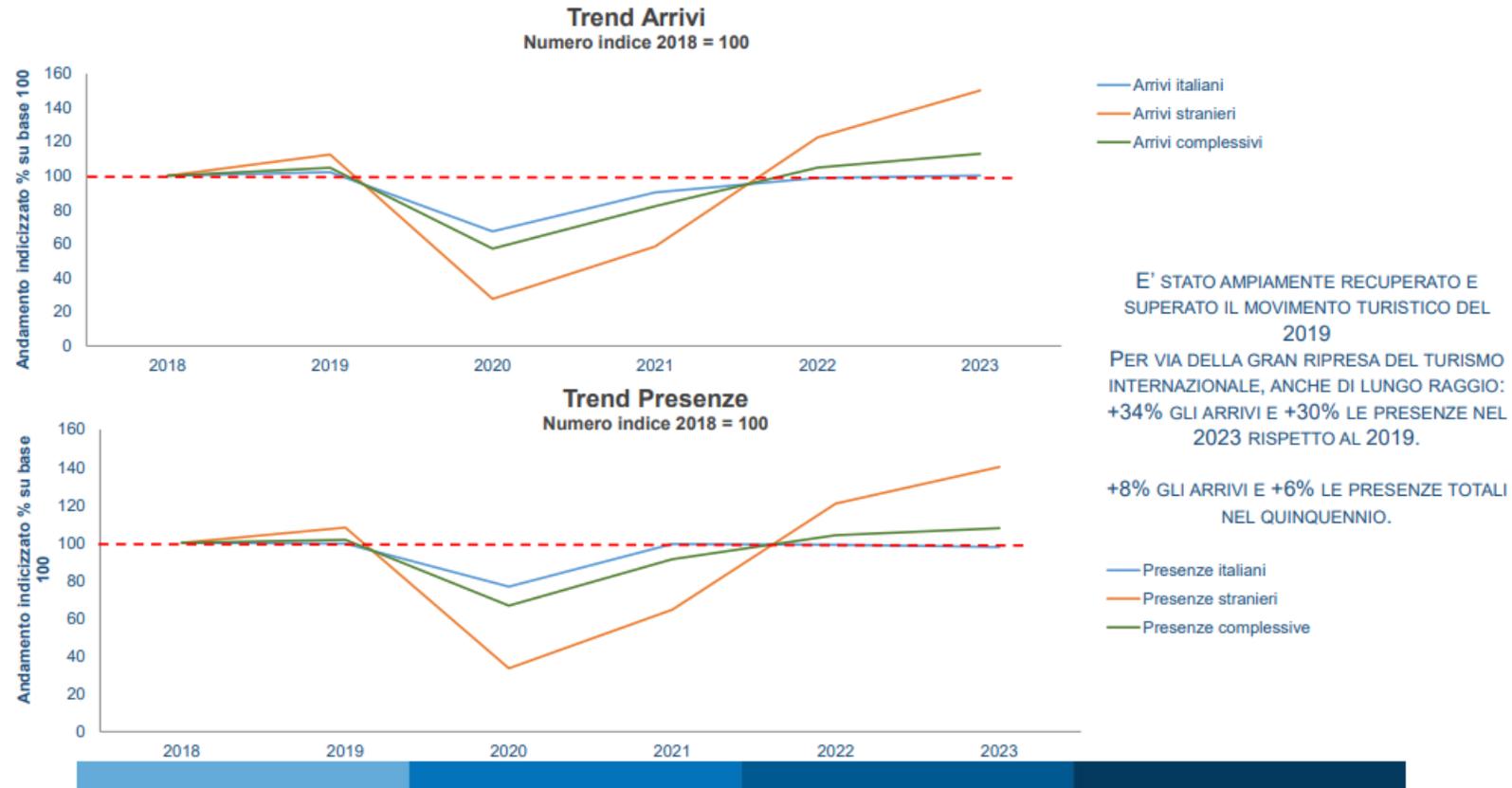
I PRINCIPALI INDICATORI E LE VARIAZIONI % DEL 2023 RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE

Arrivi stranieri	1.565.000 (+22%)	SUPERATI I 16,3MILIONI DI PRESENZE NEL 2023;
Arrivi italiani	3.029.000 (+2%)	LA CRESCITA DEL TURISMO INTERNAZIONALE E' DEL +22% PER GLI ARRIVI E DEL +16% PER LE PRESENZE;
Arrivi totali	4.594.000 (+8%)	IL BILANCIO TURISTICO COMPLESSIVO DI FINE ANNO SI ATTESTA AL +8% DEGLI ARRIVI E IL +4% DELLE PRESENZE;
Presenze stranieri	4.988.000 (+16%)	L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEGLI ARRIVI (LA QUOTA DI STRANIERI SUL TOTALE) PASSA DAL 29% AL 34% NELL'ARCO DI UN ANNO E NONOSTANTE L'ANDAMENTO DEL TURISMO NAZIONALE SIA RIMASTO PRESSOCHÉ STAZIONARIO (+2% GLI ARRIVI E -1% LE PRESENZE);
Presenze italiani	11.400.000 (-1%)	
Presenze totali	16.390.000 (+4%)	POSITIVO IL TREND ESTIVO: +3% GLI ARRIVI E +0,5% LE PRESENZE DA GIUGNO A SETTEMBRE 2023 RISPETTO AL 2022;
Permanenza media	3,5 NOTTI	L'INCREMENTO DELL'INCOMING (ARRIVI) DA OTTOBRE A DICEMBRE E' DEL +10% E DEL +5% PER I PERNOTTAMENTI/PRESENZE.
Internazionalizzazione arrivi	34% IL TURISMO STRANIERO SUL TOTALE (+4 PUNTI IN UN ANNO)	
Internazionalizzazione presenze	30% (+3 PUNTI RISPETTO AL 2022)	

Note: arrotondamenti alle centinaia.

IL TURISMO IN PUGLIA NEL 2023

IL TREND TURISTICO 2019 - 2023

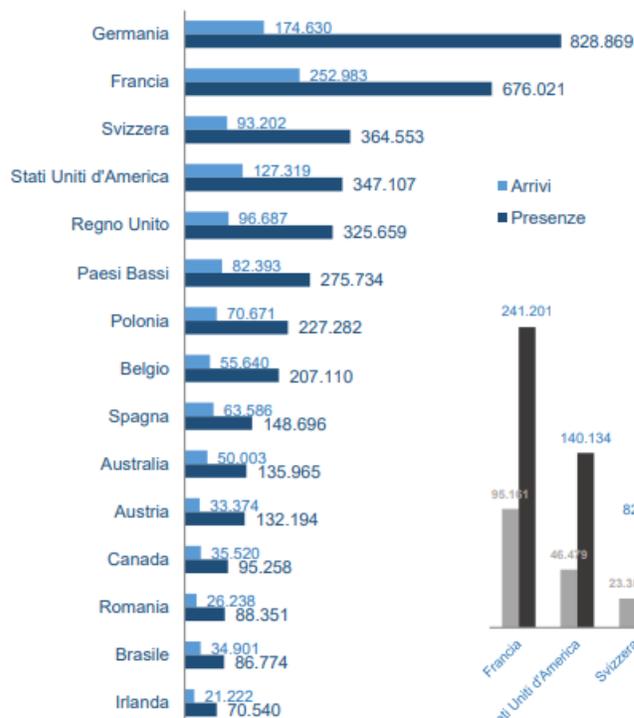


*Dati a cura di Ufficio Osservatorio di Pugliapromozione, presentazione per BIT Milano - Feb. 24

IL TURISMO IN PUGLIA NEL 2023

LA DOMANDA STRANIERA

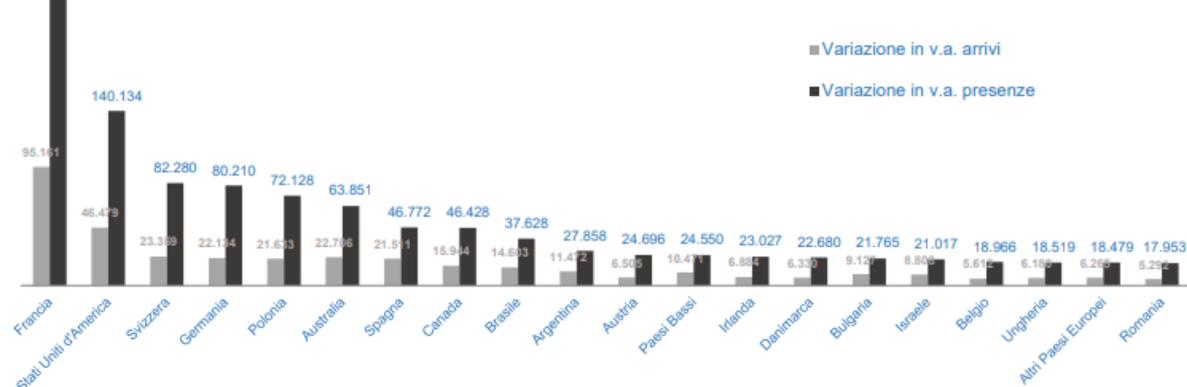
Top 15 per arrivi e presenze (2023)



GERMANIA, FRANCIA, SVIZZERA, STATI UNITI E REGNO UNITO SI CONFERMANO AI VERTICI DEL RANKING PER QUANTITA' DI NOTTE TRASCORSE IN PUGLIA E RAPPRESENTANO ASSIEME IL 50% DEL MOVIMENTO TURISTICO INTERNAZIONALE.

RISPETTO AL 2019 CRESCE CON PARTICOLARE INTENSITA' LA DOMANDA PROVENIENTE DA FRANCIA, STATI UNITI, SVIZZERA, GERMANIA E POLONIA MA ANCHE DA ALTRI IMPORTANTI MERCATI EXTRA EUROPEI: AUSTRALIA, CANADA, BRASILE E ARGENTINA.

Variazione in valori assoluti (2019-2023)



*Dati a cura di Ufficio Osservatorio di Pugliapromozione, presentazione per BIT Milano - Feb. 24

IL TURISMO A **BARI** NEL 2023



N° di **VISITATORI**
INFO POINT TURISTICO PIAZZA DEL FERRARESE

▪ **34,5 K** totale visitatori

▪ **27,3 K** turisti stranieri



79 %

▪ **7,2 K** turisti italiani



21 %

IL TURISMO A BARI NEL 2023

GENNAIO 2023		FEBBRAIO 2023		MARZO 2023		APRILE 2023	
<i>Valori</i>		<i>Valori</i>		<i>Valori</i>		<i>Valori</i>	
STRANIERI	410	STRANIERI	360	STRANIERI	565	STRANIERI	2116
ITALIANI	315	ITALIANI	132	ITALIANI	210	ITALIANI	563
COMPLESSIVO	725	COMPLESSIVO	500	COMPLESSIVO	775	COMPLESSIVO	2679
GIORNI	31	GIORNI	28	GIORNI	31	GIORNI	30
MEDIA GIORNALIERA	23	MEDIA GIORNALIERA	18	MEDIA GIORNALIERA	25	MEDIA GIORNALIERA	89
% STRANIERI	56,55%	% STRANIERI	72,29%	% STRANIERI	72,90%	% STRANIERI	78,98%
% ITALIANI	43,45%	% ITALIANI	26,10%	% ITALIANI	27,10%	% ITALIANI	21,02%
MAGGIO 2023		GIUGNO 2023		LUGLIO 2023		AGOSTO 2023	
<i>Valori</i>		<i>Valori</i>		<i>Valori</i>		<i>Valori</i>	
STRANIERI	4240	STRANIERI	3617	STRANIERI	2862	STRANIERI	2967
ITALIANI	956	ITALIANI	803	ITALIANI	714	ITALIANI	1017
COMPLESSIVO	5196	COMPLESSIVO	4420	COMPLESSIVO	3576	COMPLESSIVO	3902
GIORNI	31	GIORNI	30	GIORNI	31	GIORNI	31
MEDIA GIORNALIERA	168	MEDIA GIORNALIERA	170	MEDIA GIORNALIERA	138	MEDIA GIORNALIERA	150
% STRANIERI	81,60%	% STRANIERI	81,83	% STRANIERI	79,93%	% STRANIERI	75,93 %
% ITALIANI	18,40%	% ITALIANI	18,17	% ITALIANI	20,07%	% ITALIANI	24,07 %
SETTEMBRE 2023		OTTOBRE 2023		NOVEMBRE 2023		DICEMBRE 2023	
<i>Valori</i>		<i>Valori</i>		<i>Valori</i>		<i>Valori</i>	
STRANIERI	4735	STRANIERI	4.042	STRANIERI	875	STRANIERI	581
ITALIANI	794	ITALIANI	783	ITALIANI	311	ITALIANI	622
COMPLESSIVO	5529	COMPLESSIVO	4.825	COMPLESSIVO	1186	COMPLESSIVO	1203
GIORNI	30	GIORNI	31	GIORNI	30	GIORNI	31
MEDIA GIORNALIERA	213	MEDIA GIORNALIERA	186	MEDIA GIORNALIERA	46	MEDIA GIORNALIERA	46
% STRANIERI	85,64 %	% STRANIERI	84,97 %	% STRANIERI	73,78 %	% STRANIERI	48,30%
% ITALIANI	14,36 %	% ITALIANI	15,03 %	% ITALIANI	26,22%	% ITALIANI	51,70%



CONOSCERE IL
SISTEMA TURISTICO LOCALE



Offerta di mercato



CONOSCERE IL
TARGET DI RIFERIMENTO



Domanda di mercato

CHI È IL **TURISTA?**

IMPARARE A CONOSCERE IL TARGET DI RIFERIMENTO

MOTIVAZIONE DI VIAGGIO



LEISURE



M.I.C.E.



GITA SCOLASTICA



PELLEGRINAGGIO



DIGITAL NOMAD



SPORT

MODALITÀ DI VIAGGIO



CAMMINATORE



CICLOTURISTA



CROCIERISTA



SOLO TRAVEL



COPPIA



FAMIGLIA

AEREO

TRENO

L'IMPORTANZA DEI VETTORI

E DEI COLLEGAMENTI AEROPORTUALI

NAVE

AUTO

INTERMODALE

COSA CERCA IL **TURISTA?**

IMPARARE A CONOSCERE IL TARGET DI RIFERIMENTO



ESPERIENZE IMMATERIALI



PREZZI APPROPRIATI



LUOGHI AFFIDABILI



SHOPPING FELICE



FOTO MEMORABILI

**COME TRASFORMARE
UN'ATTIVITÀ COMMERCIALE
IN ESPERIENZA TURISTICA?**

BEST PRACTICE ED ESEMPI VINCENTI

- CHEESE DICECCA
- CASCINA SAVINO
- MOKAMBO GELATERIA

STUDIARE IL PRODOTTO



Cercare attributi che questo possiede per suscitare sensazioni, percezioni, emozioni.

RIVEDERE LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE



- Rimodulare orari di apertura
- Considerare i contenuti in inglese on line/on site
- Menzionare i contesti culturali

CREARE INTERAZIONI IMPERFETTE E MEMORABILI



Considerare l'esperienza in primis e la vendita come una naturale conseguenza.

TRASFORMARE LA CONCORRENZA IN PARTENARIATO



Individuare spazi di collaborazione e possibili sinergie con i competitor per un obiettivo comune e vantaggioso per entrambi.

OFFRIRE DIVERSI LIVELLI DI PRODOTTO/SERVIZIO



- Per puntare su personalizzazione e garantire una maggiore possibilità di scelta



L'INGREDIENTE
SEGRETO È
METTERCI DEL PROPRIO!



13 Febbraio 2024
IL NEGOZIO DI BARI

BUON TURISMO A TUTTI!