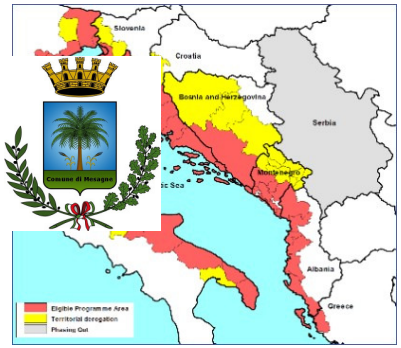
"TUR.GRATE 2" Project - "049"

"InteGRATEd actions to promote sustainable ToURist development 2"

2nd Crossborder Meeting – Action 3.2 (WP3)

Mesagne, 18.01.2012



Results of the **local meetings** among **tourist chain operators**
Relazione di Mesagne

The TUR.GRATE2 project is co-funded by the European Union, Instrument for Pre-Accession Assistance (IPA)
turgrate2@comune.mesagne.br.it

I workshop a Mesagne

Metodologia: la formazione-intervento

18/01

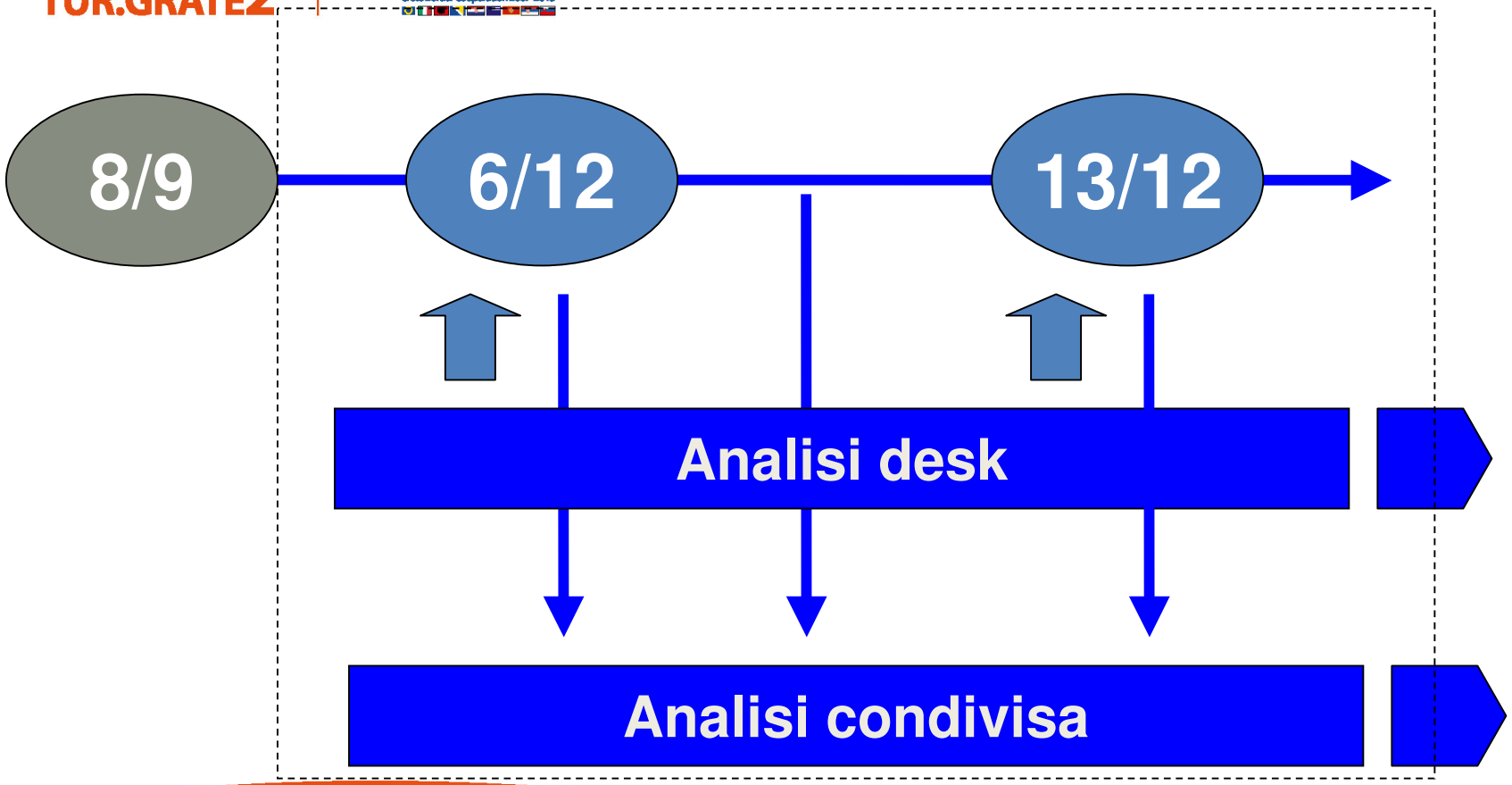
13/12

6/12

Qualità

8/9

la SWOT ANALISI



Analisi SWOT (desk) sui Turismi nel territorio del Comune di Mesagne

1. I Punti di forza del territorio
2. Punti di debolezza del territorio
3. Le Opportunità da cogliere
4. Le Minacce da evitare

Analisi SWOT (desk) sui Turismi nel territorio del Comune di Mesagne - PUNTI di FORZA

1. Turismo culturale ricco patrimonio storico-architettonico-archeologico
2. Presenza storica dei Messapi dai Balcani alla Grecia, grande attrattiva per un turismo culturale, il Museo
3. Via Appia, ultima stazione Mesagne prima del terminale Brindisi
4. Vicinanza a luoghi di interesse turistico, la Valle d'Itria a nord e la provincia di Lecce a sud
5. Eventi e festival culturali - religiosi - sportivi durante tutto l'anno
6. Turismo enogastronomico e dei prodotti tipici locali, olio, vino, carciofi
7. Turismo naturalistico oltre alla campagna, ci sono boschi, masserie e nelle vicinanze riserve ed oasi protette, turismo sportivo (cicloitinerari)
8. Turismo da diporto (porti turistici vicini) e portuale (porto Brindisi)
9. Logistica e Collegamenti (aeroporti Bari, Brindisi, Grottaglie)
10. Strutture e servizi per il turismo (imprenditorialità e formazione)

Analisi SWOT (desk) sui Turismi nel territorio del Comune di Mesagne - PUNTI di DEBOLEZZA

1. Patrimonio culturale - naturale in buona parte escluso dall'offerta turistica, scarsa catalogazione dell' offerta
2. Scarsa valorizzazione della "tipicità" mesagnese e dei prodotti agroalimentari locali; manca il racconto del territorio, l'identificazione del *genius loci* e la caratterizzazione della "personalità" regionale
3. Degrado di strutture spesso di pregio storico-architettonico
4. Limitazioni all'uso ricreativo delle aree naturali,
5. Assenza aree di sosta attrezzate per camper e mancanza di servizi.
6. Scarsa valorizzazione e inadeguatezza per fini turistici dello scalo portuale di Brindisi e dei porticcioli esistenti lungo la costa a nord del capoluogo;
7. Inadeguatezza della rete dei trasporti pubblici
8. Mancanza di Portale web dedicato al Turismo (DMS)

Analisi SWOT (desk) sui Turismi nel territorio del Comune di Mesagne - LE OPPORTUNITA'

1. Crescente interesse per il turismo rurale, naturalistico ed enogastronomico;
2. Importante flusso di transito verso i Balcani, con valorizzazione dello scalo portuale ;
3. Sfruttare il turismo attraibile attraverso i voli low-cost dei collegamenti europei;
4. Valorizzare la concezione *en plein air* in chiave di destagionalizzazione sui mesi centrali dell'anno;
5. Utilizzare le potenzialità dell'innovazione ICT e del web;
6. Sostegno comunitario per l'espansione del turismo nelle aree rurali (GAL);
7. Disponibilità di finanziamenti comunitari, statali, regionali e provinciali
8. Mettere a sistema l'economia delle seconde case presenti in zona
9. Alleanze e rapporti di collaborazione con partner (Istituzioni, Università, ecc.) appartenenti a diversi Paesi del Mediterraneo e non solo (dalla Grecia all'Albania, dalla Serbia alla Croazia, alla Turchia, Montenegro)

Analisi SWOT (desk) sui Turismi nel territorio del Comune di Mesagne - LE MINACCE

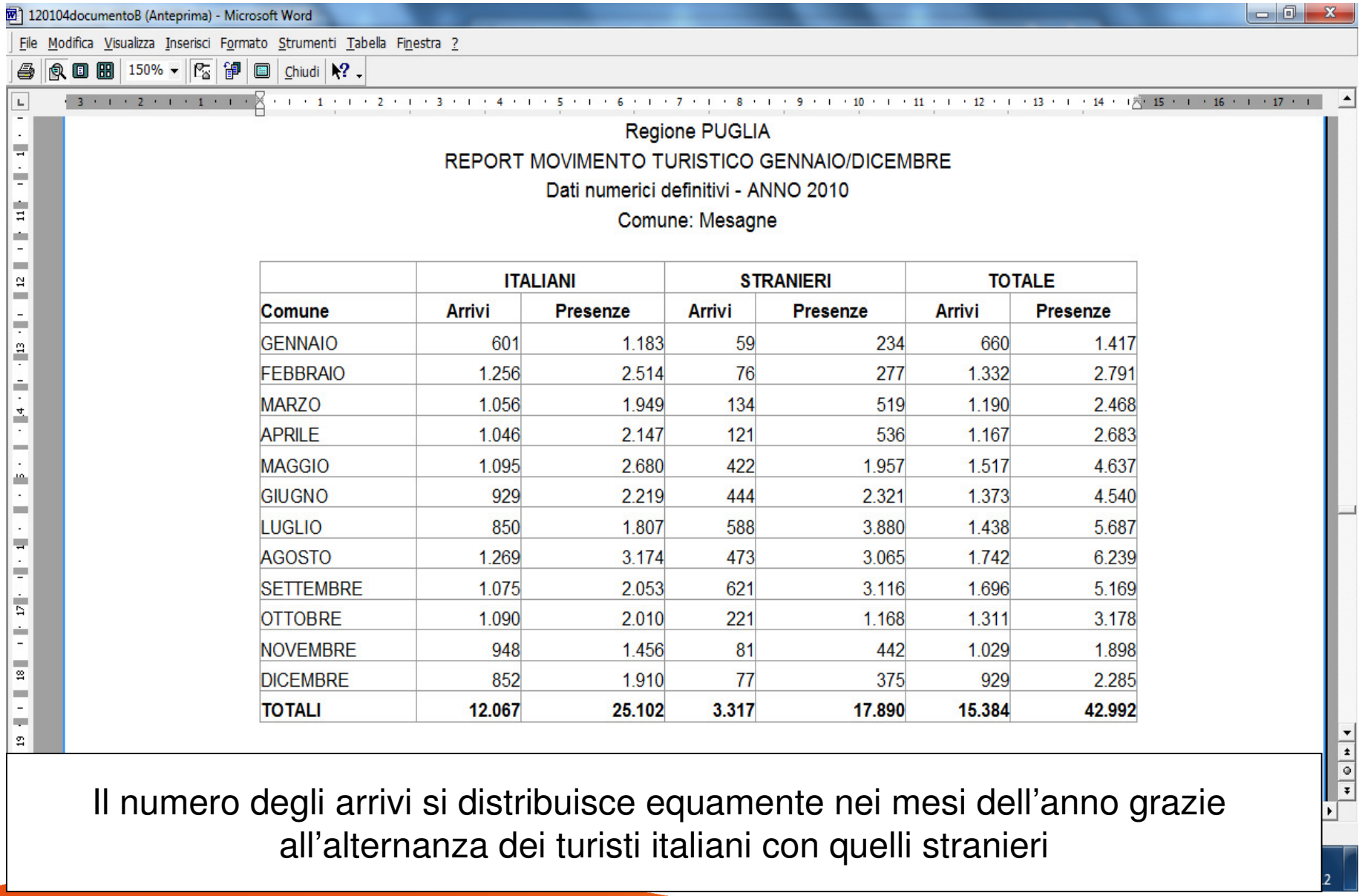
1. Perdita dell' identità dei luoghi e delle pr*o*duzioni tipiche,tendenza a deteriorare le risorse locali;
2. Presenza di fragilità ambientali: aree a rischio idrogeologico ed alluvionale, vulnerabilità delle aree di pregio ambientale e naturalistico.
3. Esistenza di un "Mercato nero" di beni culturali come 'chianche' (larghe lastre di pietra calcarea che pavimentano le strade dei centri storici), ulivi secolari e purtroppo anche di reperti archeologici.
4. Progressivo abbandono delle campagne da parte dei contadini, dovuto all'andamento dei mercati con prezzi agricoli tendenti al ribasso e non remunerativi dei fattori della produzione.
5. Riduzione del presidio ambientale in favore di insediamento di energie alternative (solare, eolico)
6. Congestionamento in alcune settimane estive con superamento della capacità di carico ambientale, sociale ed economica.
7. Crescente competitività dei mercati interni del sud italia (Campania, Sicilia, *in primis*) e internazionali
8. Forte concorrenza dei Paesi dell'area mediterranea (Spagna, Egitto, Croazia, Tunisia, Turchia e Marocco)

I dati APT

I turisti stranieri crescono =

+ 25% in 5 anni

	ITALIANI		STRANIERI	
	ARRIVI	PRESENZE	ARRIVI	PRESENZE
2010	12067	25102	3317	17.880
2009	10884	25988	2982	16132
2008	12491	28348	3313	16614
2007	11347	30844	3182	17123
2006	11958	28188	2664	12246



Regione PUGLIA

REPORT MOVIMENTO TURISTICO GENNAIO/DICEMBRE

Dati numerici definitivi - ANNO 2010

Comune: Mesagne

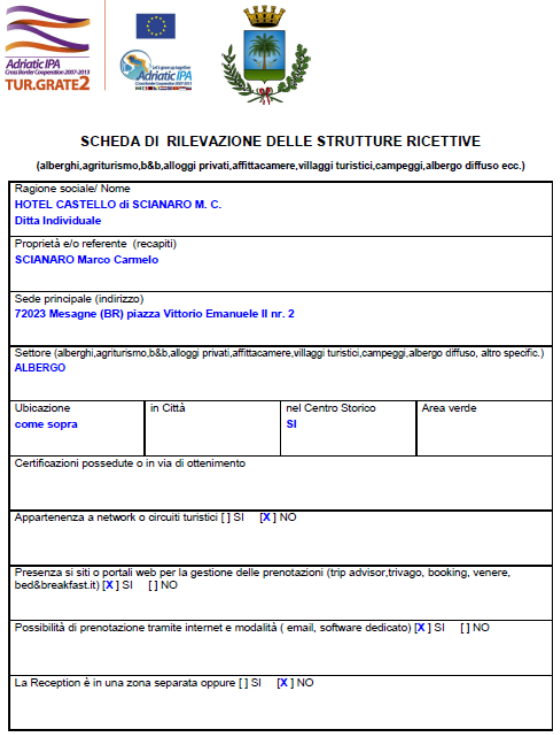
	ITALIANI		STRANIERI		TOTALE	
Comune	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
GENNAIO	601	1.183	59	234	660	1.417
FEBBRAIO	1.256	2.514	76	277	1.332	2.791
MARZO	1.056	1.949	134	519	1.190	2.468
APRILE	1.046	2.147	121	536	1.167	2.683
MAGGIO	1.095	2.680	422	1.957	1.517	4.637
GIUGNO	929	2.219	444	2.321	1.373	4.540
LUGLIO	850	1.807	588	3.880	1.438	5.687
AGOSTO	1.269	3.174	473	3.065	1.742	6.239
SETTEMBRE	1.075	2.053	621	3.116	1.696	5.169
OTTOBRE	1.090	2.010	221	1.168	1.311	3.178
NOVEMBRE	948	1.456	81	442	1.029	1.898
DICEMBRE	852	1.910	77	375	929	2.285
TOTALI	**12.067**	**25.102**	**3.317**	**17.890**	**15.384**	**42.992**

Il numero degli arrivi si distribuisce equamente nei mesi dell'anno grazie all'alternanza dei turisti italiani con quelli stranieri

Il Questionario:

E’ stato somministrato un questionario alle Strutture Ricettive nel Comune di Mesagne.
Sono Pervenute 8 risposte i cui risultati sono:

- **numero complessivo dei posti letti = limitato**
- **conduzione prevalentemente famigliare**
- **allocazione prevalentemente nel centro**
- **luoghi per dormire**
- **surroga per i mezzi pubblici**



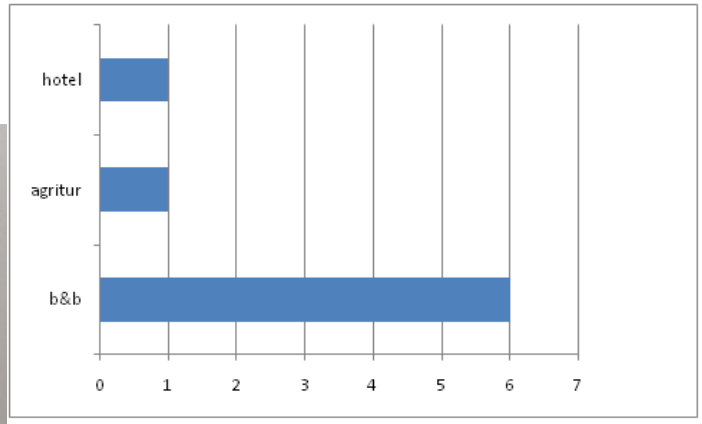
SCHEDA DI RILEVAZIONE DELLE STRUTTURE RICETTIVE

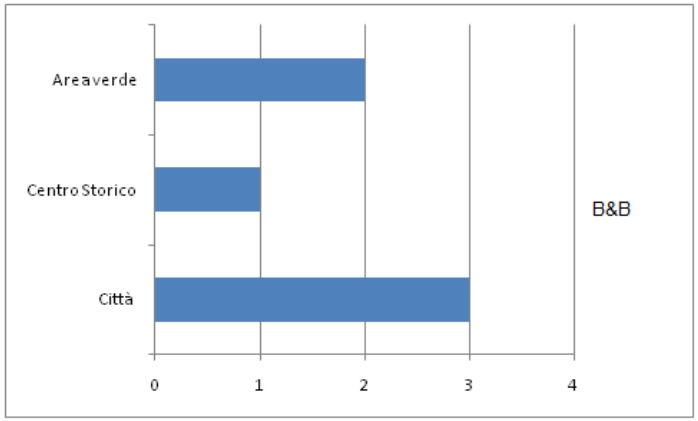
(alberghi,agriturismo,b&b,alloggi privati,affittacamere,villaggi turistici,campeggi,albergo diffuso ecc.)

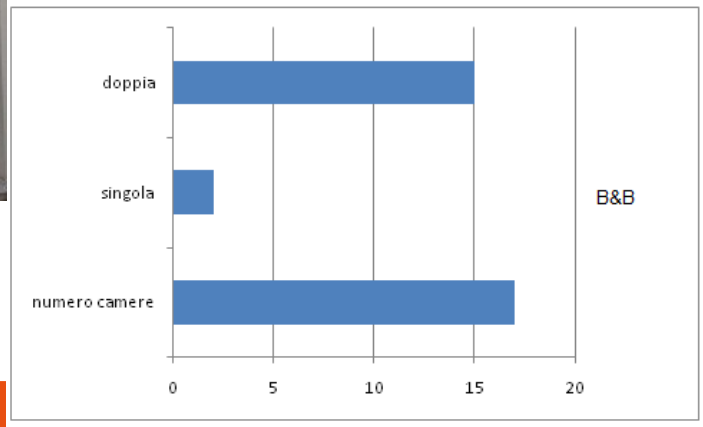
Ragione sociale/ Nome HOTEL CASTELLO di SCIANARO M. C. Ditta Individuale			
Proprietà e/o referente (recapiti) SCIANARO Marco Carmelo			
Sede principale (indirizzo) 72023 Mesagne (BR) piazza Vittorio Emanuele II nr. 2			
Settore (alberghi,agriturismo,b&b,alloggi privati,affittacamere,villaggi turistici,campeggi,albergo diffuso, altro specific.) ALBERGO			
Ubicazione come sopra	in Città	nel Centro Storico SI	Area verde
Certificazioni possedute o in via di ottenimento			
Appartenenza a network o circuiti turistici [ ] SI [X] NO			
Presenza si siti o portali web per la gestione delle prenotazioni (trip advisor,trivago, booking, venere, bed&breakfast.it) [X] SI [ ] NO			
Possibilità di prenotazione tramite internet e modalità (email, software dedicato) [X] SI [ ] NO			
La Reception è in una zona separata oppure [ ] SI [X] NO			

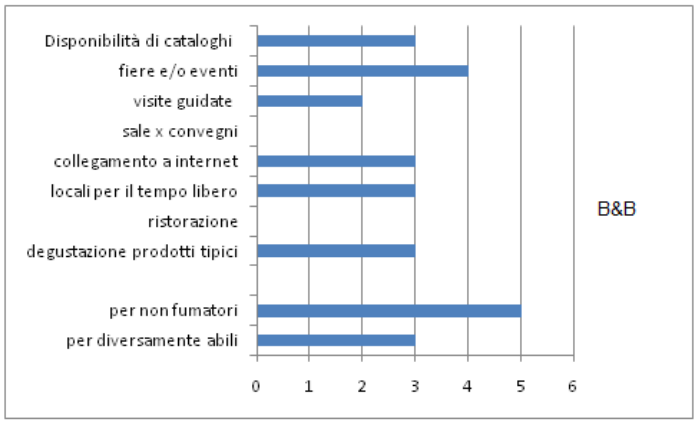
I Risultati del Questionario:

B&B in centro









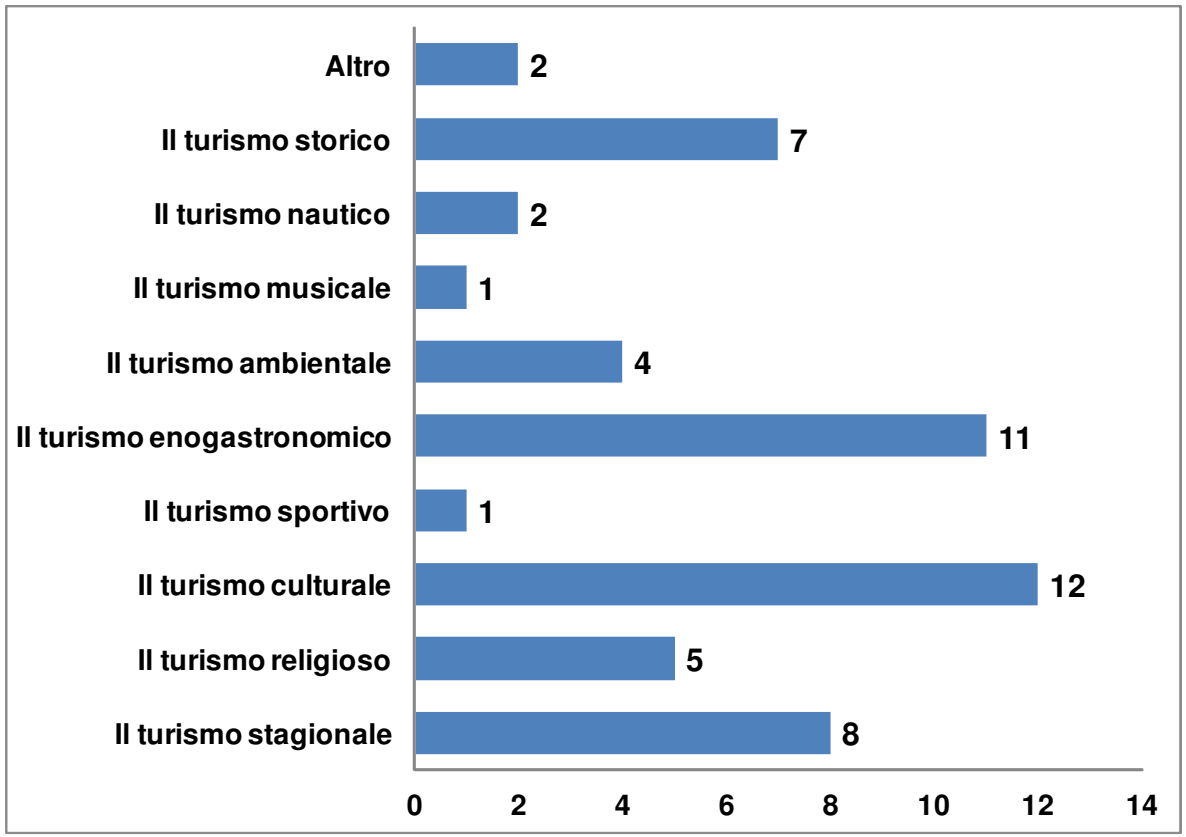
Analisi SWOT sui Turismi nel territorio del Comune di Mesagne
Progettazione Partecipata

6.12.2011

13.12.2011

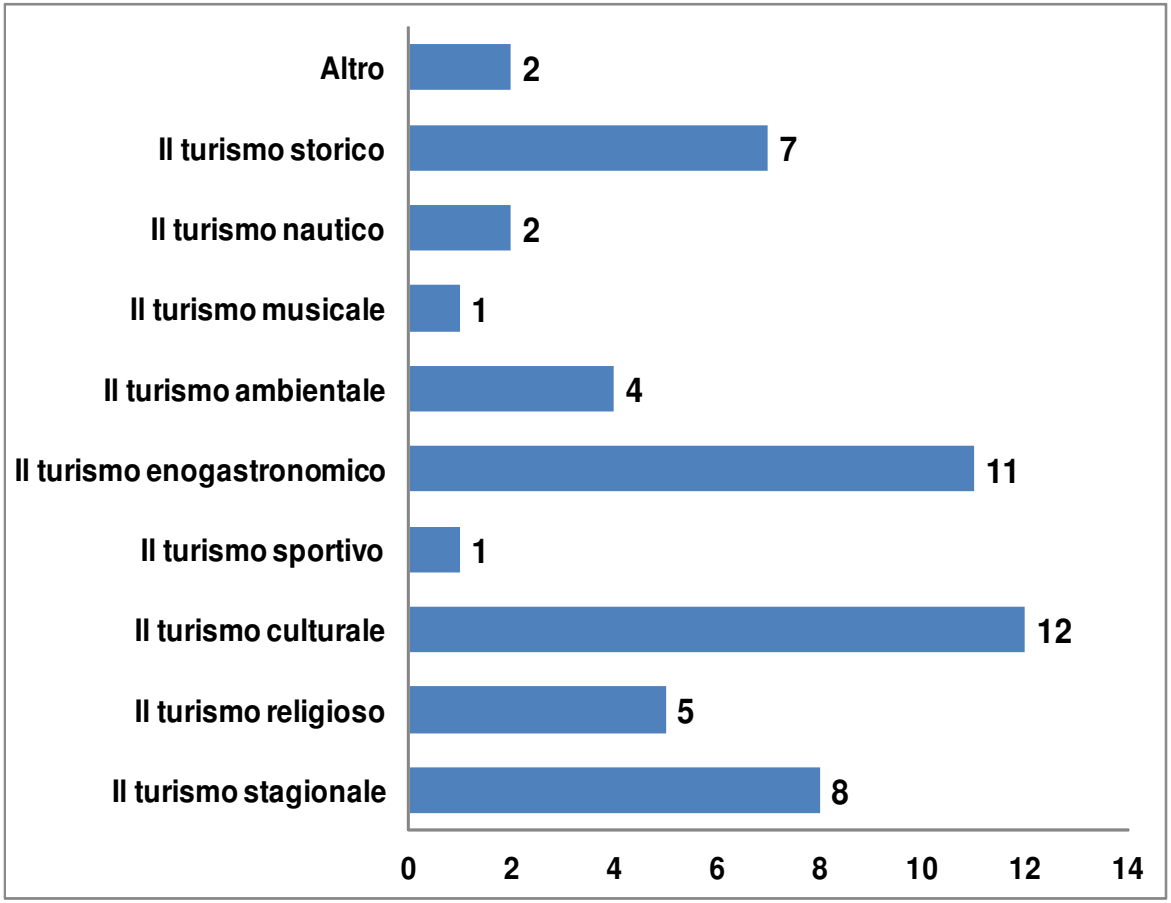
I turismi obiettivo per Mesagne

Il turismo culturale ed enogastronomico



I turismi obiettivo per TUR.GRATE 2

Il turismo culturale ed enogastronomico

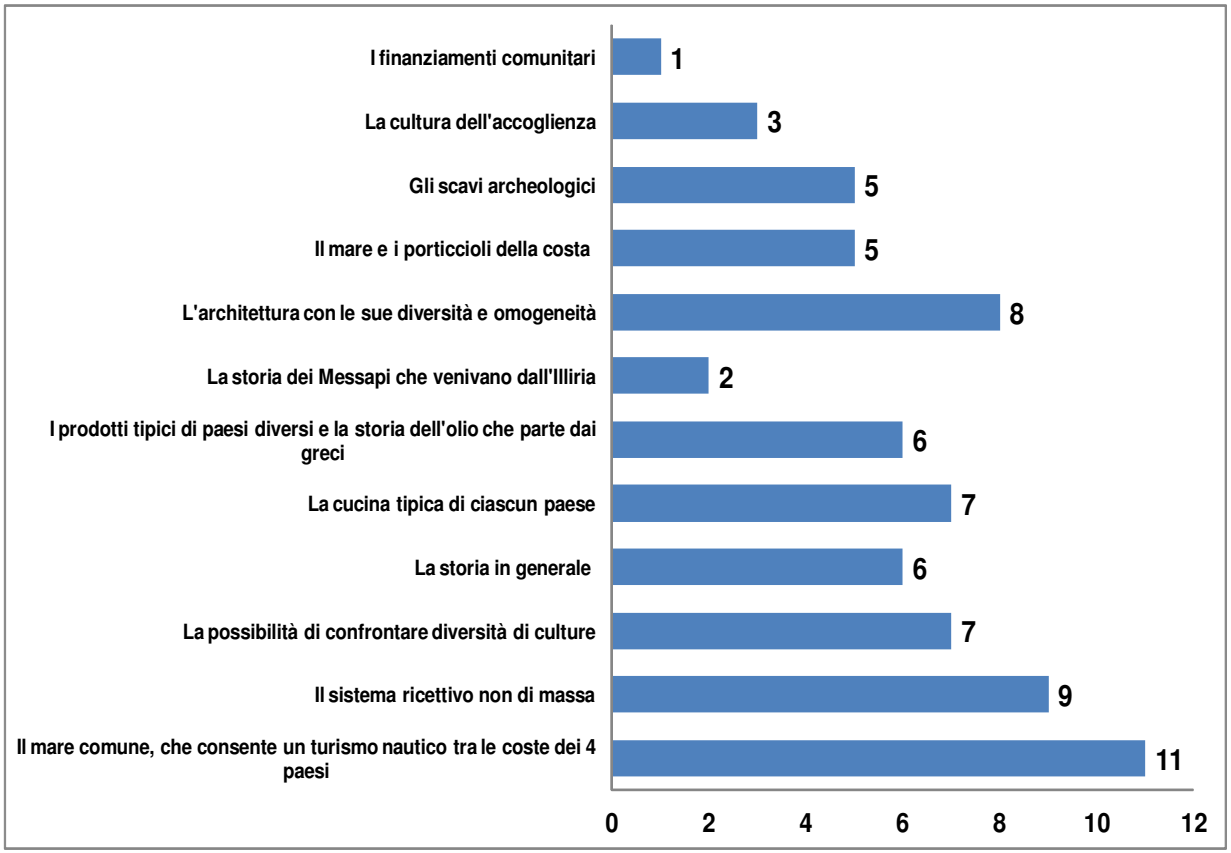


I punti di forza del turismo del territorio del TUR.GRATE 2

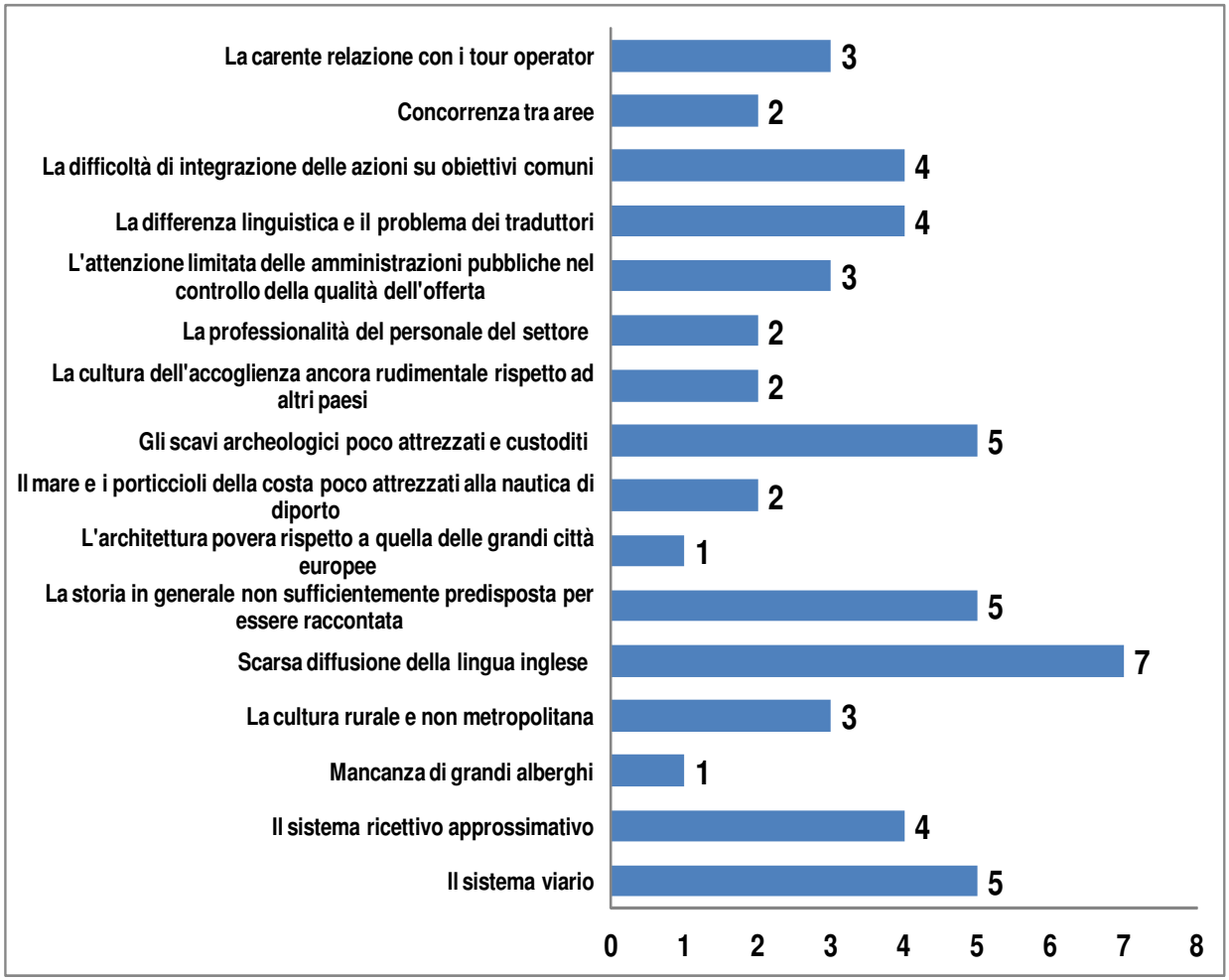
Il mare comune

La ricezione di qualità

Diversità e omogeneità



I punti di debolezza del TUR.GRATE 2



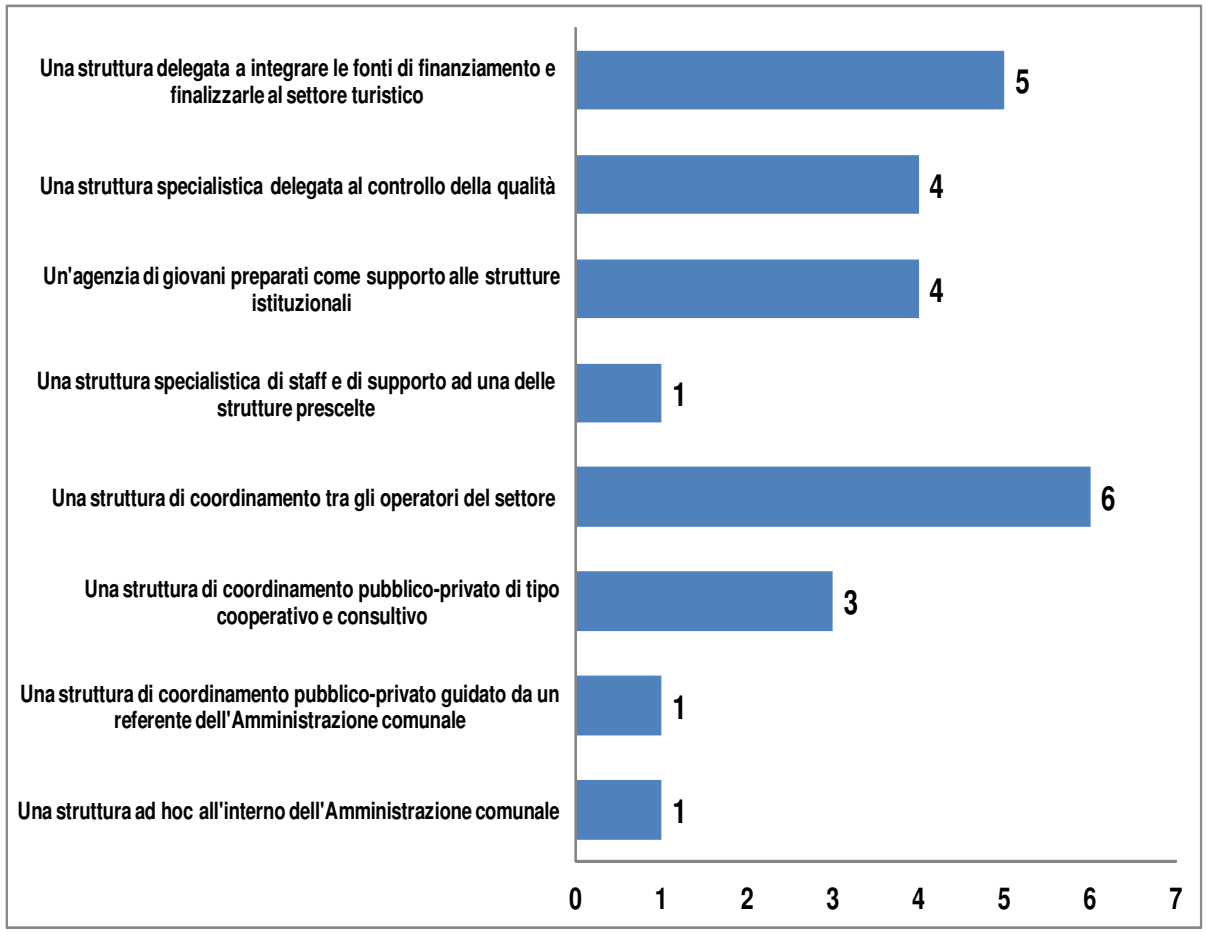
La lingua

I collegamenti

La scarsa cura dei beni

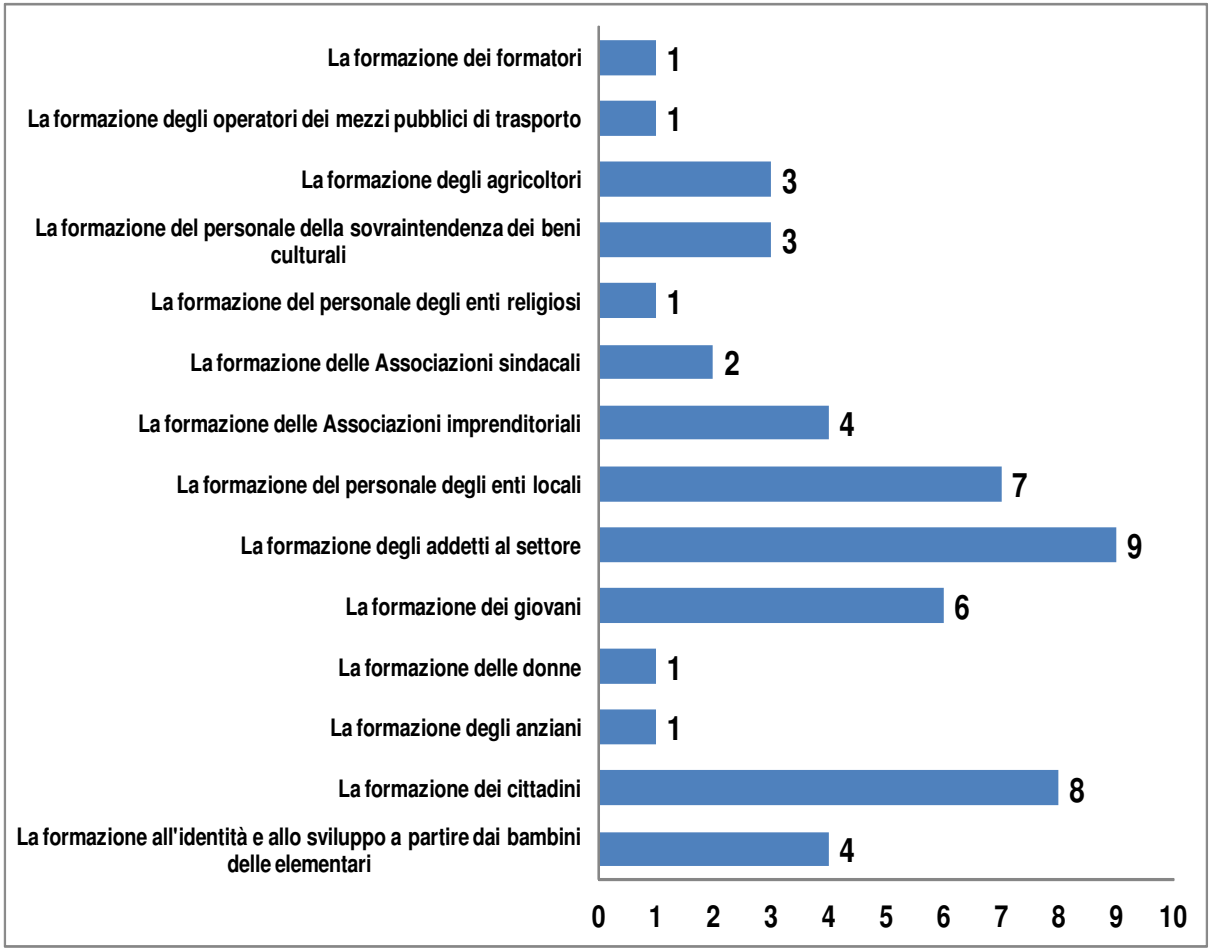
Per gestire il cambiamento

Le strutture per il coordinamento e i finanziamenti



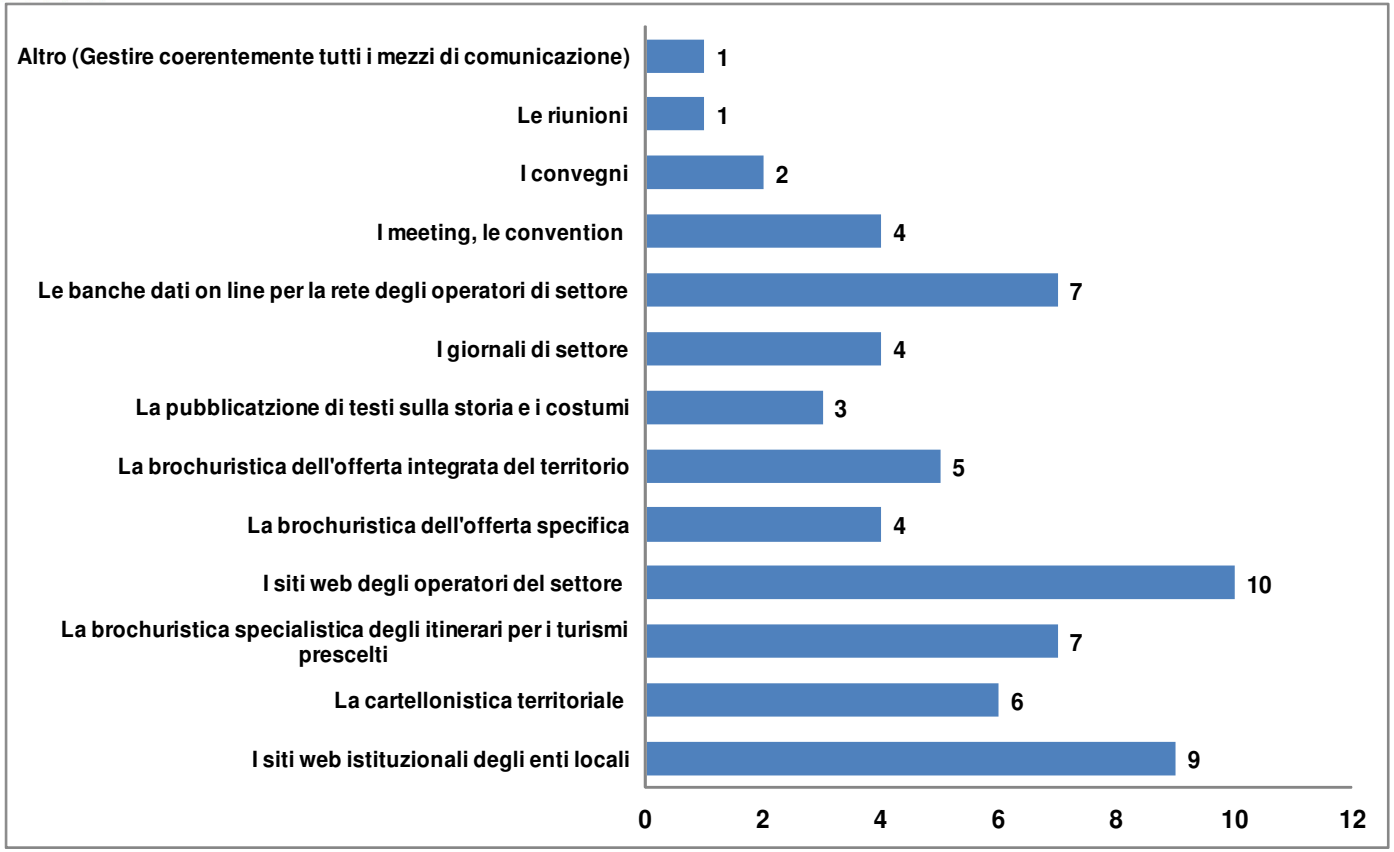
La formazione necessaria

Formazione per il settore, per la P.A.L. e per i cittadini



La comunicazione da migliorare

Siti web privati e pubblici, ma anche le banche dati



Turismo mesagnese-turismo del TUR.Grate 2

1. **Gli stessi turismi: storico culturale, enogastromomico**
2. **Gli stessi punti di forza: il mare, la qualità, la cultura**
3. **Qualche punto di debolezza : la lingua, i collegamenti, il volume della potenziale accoglienza**
4. **Necessità di strutture di coordinamento, formazione diffusa, integrazione della comunicazione, addestramento dei giovani**