

LA TENDENZA PRENOTAZIONI PER 142 MILIONI DI EURO IN STRUTTURE CHE CONIUGANO TRADIZIONE AGRICOLA E LUSO

E la Puglia crea il brand «masseria» che ora è sfruttato in tutta Italia

● **ROMA.** Non solo immersione totale nella natura e mare all'orizzonte, non solo olio, vino e prodotti biologici a chilometri zero, non solo tradizione e autenticità ma anche charme, centri benessere e addirittura campi da golf. Piacciono sempre di più le vacanze in masseria, mix sapiente tra realtà contadina e di lusso al centro dell'identità locale, che nel 2015 creeranno un fatturato da 142 milioni di euro con un incremento del 3,4% sullo scorso anno.

"Questa formula di ospitalità, che per il 65,1% raccoglie clientela nazionale e per il 46% è rappresentata da famiglie - afferma Massimo Feruzzi, amministratore unico della società Jfc che ha svolto una ricerca sull'argomento - è fortemente caratterizzata da una gestione curata dalla stessa proprietà (89,7%). Si tratta di una clientela la cui permanenza media è pari a 3,3 notti. È un'offerta che corre sull'onda del successo che stanno riscuotendo la Puglia e il Salento a livello internazionale, in quanto la maggior parte delle masserie italiane è localizzata in quest'area. Ma purtroppo attorno al brand "masseria" si è creato anche un mercato parallelo di residenze, agriturismi, palazzi che poco hanno a che fare con questa tipologia di ricettività e che abusano di questa definizione creando confusione nei confronti degli ospiti".

La dislocazione geografica delle masserie, costruite per la maggior parte tra il XVI e il XVIII secolo e poi ristrutturare e recuperate a partire dagli anni '90 - è concentrata appunto in Puglia ma anche in alcune zone della Campania orientale, in particolare in Irpinia e nel basso Sannio, nella Basilicata cen-

tro-orientale, soprattutto nella parte alta dell'altopiano murgeso, nell'estrema Calabria settentrionale, nell'entroterra centrale della Sicilia e dell'Abruzzo e Molise.

Sul mercato italiano le principali regioni che generano presenze sono la Lombardia (19,6%), il Veneto (11,9%), la Puglia (11,6%). A seguire Lazio (10,3%), Toscana (8,8%), Campania (8,6%) e, con percentuali minori, Emilia Romagna (8,0%), Piemonte (5,8%) e Trentino Alto Adige (3,5). Sui mercati esteri - anche se è ancora basso il livello di internazionalizzazione - le principali nazioni che generano presenze per le masserie sono la Germania (24% sul totale) e la Francia (18,8%).

Soggiornare in una masseria, con pernottamento e prima colazione, durante la media stagione costa mediamente 88,30 euro a persona, in camera doppia che sale a 152,80 euro - sempre come prezzo medio, per persona in camera doppia - durante l'alta stagione.

Il 75,9% delle masserie segue un'apertura annuale. La maggior parte dei soggiorni si concentra nei mesi estivi con, al primo posto, agosto (24,5%) seguito, a breve distanza, da settembre (23,0%) e da luglio (22,4%). Nel mese di settembre si concentra la quota più elevata di clientela "big spender".

Cinzia Conti



PUGLIA Natura e confort

