



*Regione Puglia
Assessorato al Mediterraneo,
Cultura, Turismo*

l'Assessore



COMUNICATO STAMPA

“ QUESTA E’ TARANTO ”

Campagna di comunicazione di Pugliapromozione per il rilancio del territorio di Taranto come destinazione turistica

L'Assessorato al Mediterraneo, Cultura, Turismo e l'Assessorato alle Risorse Agroalimentari della Regione Puglia, con Pugliapromozione, lanciano una campagna di comunicazione, integrata on/off line, sulla destinazione turistica “Magna Grecia e Costa Ionica”, con l’obiettivo puntato in particolare sulla città di Taranto. Nelle Grandi Stazioni italiane, nelle stazioni di servizio delle autostrade, nei taxi di Roma e Milano, le immagini della città di Taranto e del suo mare strepitoso racconteranno, a partire dal 24 maggio prossimo, un territorio che magari non ci si aspetta. “Questa è Taranto” è il claim della campagna che raggiungerà gli italiani anche sulla stampa, specializzata e non, e soprattutto sul web, utilizzando anche un video, molto divertente.

" Ho sempre considerato Taranto come uno dei luoghi più affascinanti della Puglia, con i suoi due mari, con la potenza della sua storia, con il suo grande porto mediterraneo, con la magia delle sue spiagge. Una capitale, la cui memoria collettiva occorre oggi tornare a vivificare per poterne parlare al grande mondo del turismo – ha dichiarato l'Assessore al Mediterraneo, Cultura e Turismo della Regione Puglia, **Silvia Godelli** - Un’occasione dunque per l'intera Puglia e per l'antica Magna Grecia, che potrà ritrovare nelle trasparenze del Mar Ionio e nella archeologia le ragioni di una vera rinascita di immagine e di economia".

L'intento della campagna, nella situazione di crisi generata nell'arena mediatica dalla controversa vicenda della vicina Ilva, è quello di lanciare il territorio di Taranto sul mercato turistico italiano quale prodotto del *brand of experience* Puglia. La campagna di comunicazione di Pugliapromozione si aggiunge tempestivamente al fermento nuovo che agita Taranto nel quale alla protesta si affianca uno straordinario laboratorio

di iniziative, grazie anche al contributo del mondo associativo.

“ Per chi si occupa di promozione del territorio uno dei primi compiti è quello di gestire le situazioni di crisi e dare pronte risposte alle emergenze. Taranto, uno dei territori più importanti dal punto di vista turistico, si è ritrovata in una situazione difficile che ha anche in parte offuscato la sua preziosa immagine turistica. Pugliapromozione ha dimostrato un’immediata capacità operativa, coinvolgendo anche tutti gli attori locali e di questo siamo veramente contenti”. Con questa campagna di comunicazione la Regione vuole proporre ai viaggiatori italiani un soggiorno in quest’area che ha asset turistici fantastici e un’offerta di strutture turistiche variegata di fascia media.

Nel territorio di Taranto convivono spiagge sabbiose e fondali cristallini, strutture attrezzate e angoli incontaminati; musei d’eccellenza per l’archeologia a Taranto, chiese rupestri nella zona di Mottola e Massafra, un fiorente barocco a Martina Franca, sotto i riflettori d’estate con il Festival della Valle d’Itria, nonché raffinati manufatti d’artigianato locale come le ceramiche di Grottaglie; la scoperta dell’autentico è veicolata da percorsi come la cosiddetta Green Road, itinerario tra le cento masserie di Crispiano, in un connubio di riscoperta delle usanze contadine, sport all’aria aperta con passeggiate a cavallo nei canyon delle gravine e soggiorni in strutture d’epoca cinquecentesca recuperate e ammodernate.

A giugno aprirà il nuovo info Point della Regione Puglia nel castello aragonese, giusto in tempo per informare sull’edizione di Puglia Open Days 2013 che vedrà tutto il patrimonio artistico archeologico e culturale di Taranto aperto e fruibile per tutta l’estate.

Tante sono anche nel programma di Open days le iniziative che riguardano la natura e le tradizioni gastronomiche che a Taranto sono legate alla pesca e alla coltura dei mitili, specialità che si coniugano con quelle coltivazioni tipiche che danno origine a marchi d’eccellenza come gli agrumi di Palagianello, il pane di Laterza, l’olio e il vino primitivo di Manduria Dop.

“ Il *pay-off* della campagna voluta dalla Regione recita “la città” o “il mare” che non ti aspetti. Da tarantino e da assessore regionale alle risorse agroalimentari so invece che è possibile, visitando Taranto, vedere le proprie aspettative addirittura notevolmente migliorate nel confronto con la realtà di quei luoghi.” – ha affermato l’Assessore alle Risorse Agricole, **Fabrizio Nardoni** - Luoghi dall’importante valore storico, naturalistico, culturale, archeologico ma anche scrigno di produzioni di eccellenza garantite e controllate, come le nostre produzioni mitilicole. Il programma di pesca turismo che vede le nostre cozze e i nostri rosati di Puglia protagonisti di un suggestivo e originale aperitivo in “paranza” in tipico *apulian style*, pone l’accento, così come tutte le altre iniziative che stiamo predisponendo con l’assessore Godelli in occasione degli Open Days, su un connubio sempre più forte e vincente, ad esempio, tra la fruizione di un bellissimo Museo e la degustazione di un vino o di un piatto tipico che racconta la Puglia dei pugliesi”.