



1) LA PUGLIA DI FIERA IN FIERA

A Gennaio e Febbraio Pugliapromozione ha partecipato ad una vera e propria batteria di Fiere. La strategia di presentare insieme, pubblico e privato, l'offerta pugliese è stata ancora una volta vincente e la capacità di raccontare la Puglia attraverso colori, sapori, emozioni, immagini, suoni ha garantito il successo a Zurigo così come a Stoccarda, Utrecht, Vienna, Madrid e Dublino, Bruxelles, Monaco, e naturalmente a Milano alla Bit.

Alla **FESPO di Zurigo** la Puglia ha affascinato i visitatori che cercano il contatto con la natura per vivere la propria vacanza. Luoghi autentici come le masserie e i trulli i prodotti dell'offerta turistica pugliese più ricercati. Senza trascurare le strutture vicino al mare o con accesso facilitato. Ottobre il periodo di vacanza più richiesto, per la disponibilità di ferie di molti cittadini svizzeri. Lo stand della Puglia ha visto protagonisti 5 operatori turistici pugliesi, che hanno scelto di partecipare in co-marketing con Pugliapromozione. Protagonista indiscusso il cibo e i vini pugliesi nell'area dedicata allo show cooking, grazie alla professionalità e preparazione dei Food Sud System – "Apulia experience".

Se alla **Vakantiebeurs di Utrecht** è stata molto richiesta la Puglia in bicicletta, alla Fitur di Madrid, 3 milioni di visitatori da tutto il mondo, sotto l'egida dell'Enit, è stato dimostrato particolare interesse per natura, masserie ed enogastronomia. La TVE spagnola è pronta per la seconda edizione di "Paraisos Cercanos", dedicata questa volta al Salento. La prima edizione sul Gargano è andata in onda il 30 dicembre ed è stata vista da 1 milione di spettatori.

Ai viaggiatori che amano la vacanza all'aperto la Puglia ha proposto i suoi itinerari tra parchi, mare e campagna anche all'**Holyday World Show di Dublino**, manifestazione che assicura la partecipazione di 70 Paesi e duemila operatori. Il fatto di essere l'unica regione italiana presente ha favorito un grande interesse, sia di pubblico, che di giornalisti e t.o. Successo dello show coking, preso letteralmente d'assalto. Molto richieste le masserie, i trulli e il food and wine. Interesse per il lancio del volo diretto Ryanair Bari- Dublino il 4 aprile 2014.

Le altre fiere, il **Salon des vacances - Holiday show di Bruxelles** (6-10 febbraio) e la **IMTM di Tel Aviv** (11-12 febbraio), hanno preceduto l'appuntamento più atteso in Italia a febbraio, la **Bit, Borsa internazionale del turismo**, a **Milano**, alla quale la Puglia ha partecipato con una massiccia presenza di consorzi, associazioni e 35 operatori turistici pugliesi, coordinati dagli Assessorati al Turismo e alle Risorse Agroalimentari.

2) LA PUGLIA ALLA BIT 2014

Quest'anno la Puglia ha partecipato alla Bit con un impegno ridotto in termini di metri quadri dello stand e di costi in generale, in linea con la strategia di comunicazione che punta per il 2014 sui road show, fra i quali ne è previsto uno proprio a Milano. Tuttavia, a detta di tutti, lo stand della Puglia è stato il più visitato fra gli stand regionali. Grande afflusso anche di visitatori incuriositi che hanno provato a "girare" la Puglia su una bicicletta interattiva che permetteva, pedalando, di iniziare il viaggio in Puglia già a Milano. Qualche minuto di pedalata e poi una foto condivisa sui social network con l'hashtag #weareinPuglia per promuovere il territorio in rete. Grande successo, come sempre, anche dell'angolo show cooking con le orecchiette che l'hanno fatta da padrona. Nel frattempo tanti gli appuntamenti nei desk degli operatori turistici pugliesi che hanno partecipato alla fiera con Pugliapromozione.

Intenso anche il calendario degli incontri in programma nella saletta conferenze dello stand, dove fra l'altro è stato presentato anche Bari Convention Bureau.

Alla Conferenza stampa del 14 febbraio con il Presidente **Nichi Vendola** e gli assessori **Silvia Godelli** e **Fabrizio Nardoni**, il fotografo **Francesco Iacobelli** ha raccontato la sua esperienza di lavoro e di viaggio in Puglia. Sono sue le foto che girano sul portale di National Geographic Traveller che ha inserito la Puglia fra le Top Travel destinations del 2014.

E' stata anche l'occasione per presentare il piano di comunicazione 2014 messo a punto da Pugliapromozione che ha come punti di forza la campagna nelle capitali europee #WeareinPuglia", in co-marketing con Nikon, alla sua seconda edizione, "Follow your nature", una campagna che promuove la natura del Gargano come patrimonio da scoprire, anche attraverso lo sport, "Lunedì ti racconto", partita in questi giorni e legata ai week-end nei mesi non estivi nelle città d'arte e nelle masserie della Puglia, la terza edizione di Puglia Open days, e infine la novità dell'anno: i Road Show nelle capitali europee.

[CLICK HERE](#) per scaricare la rassegna Stampa monotematica sulla Bit 2014

E dopo la Bit "#WEAREINPUGLIA" è stata portata con successo alla **F.RE.E. di Monaco** e alla Fiera specializzata nel settore del Golf, **RHEINGOLF di Dusserldorf**; prossimo impegno a marzo, dal 5 al 9, a **Berlino** per la **ITB**.

Nell'anno del turismo Italia – Russia, assume particolare rilievo l'appuntamento a Mosca dal 19 al 22 marzo per il **MITT - Fiera Internazionale del Turismo di Mosca**, una delle cinque più grandi fiere del turismo del mondo e la più grande fiera turistica della Federazione Russa.

Il 20 marzo PugliaPromozione organizzerà un evento extrafiera. I 13 operatori turistici pugliesi accreditati potranno incontrare i tour operator russi in un b2b che si terrà presso l'Hotel National, sulla piazza rossa. A seguire ci sarà una presentazione del prodotto Puglia rivolta a t.o. e stampa specializzata. L'evento si concluderà con una cena a base di prodotti tipici pugliesi.

3) CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE

Gargano Running Week 2014 apre il sipario ufficialmente!

Dal bianco delle scogliere fino ai 1100 mt slm della Foresta Umbra: il Gargano diventa il regno dell'outdoor!

Dal 25 Febbraio alle 18.00 il sito www.garganorunningweek.com è attivo e sono acquistabili i pettorali per le 5 competizioni in programma nel primo grande evento di running e trail running in Italia a Mattinata dal 9 al 12 Ottobre 2014.

Tre giorni di sport per vivere un Gargano inedito con la manifestazione scelta da PUGLIAPROMOZIONE per una incisiva operazione di comunicazione del brand, organizzata dalla A.s.d. ORMA di Mattinata (Fg), legata al magazine leader del settore SOUL RUNNING.

FOLLOW YOUR NATURE, sarà il claim della campagna di destinazione internazionale lanciata da Pugliapromozione al via subito su tutti i mezzi di comunicazione di settore, e poi al grande pubblico a partire dalla prossima primavera.

Obiettivo: realizzare il primo evento del genere in Italia, che unisce in un'unica manifestazione running, trail, corsa in natura, vertical running, campestre, etc

Si tratta di un fenomeno in costante espansione in Italia e nel mondo!

Negli ultimi 5 anni il fenomeno della corsa in natura, legato indissolubilmente al turismo sportivo, ha generato un nuovo "prodotto" o meglio una nuova opportunità per i territori morfologicamente adatti a queste discipline: come nel running e come quasi sempre accade, vince chi arriva primo! Ed il Gargano si candida dunque a diventare la prima destinazione in Italia per queste discipline diffusissime in tutto il mondo.

E' partita la campagna "Lunedì ti racconto".

E' un invito a scoprire itinerari inediti, fra cultura, natura e intrattenimento durante i week end in Puglia. Anche per poterli raccontare, appunto, al rientro, il lunedì.

Pugliapromozione, in collaborazione con agenzie di viaggio e tour operator che hanno organizzato pacchetti turistici ad hoc, ha lanciato sul portale www.viaggiareinpuglia.it e con una campagna di comunicazione i week end in Puglia, a cominciare da quello legato a san Valentino .

Week end dove? A Bari per chi cerca in particolare la Movidà, a Lecce per chi preferisce la Cultura e naturalmente nelle masserie per chi vuole fare del turismo rurale ed enogastronomico. La campagna di comunicazione "Lunedì ti racconto", concentrata nei mesi di febbraio e marzo nelle Grandi Stazioni (MI, TO, VE, RM, NA, BO) e nel Circuito Metro (MI, RM), oltre che su mensili, periodici e sul web, mira alla promozione di weekend in Puglia con particolare riferimento al turismo leisure e d'intrattenimento, al turismo culturale e al turismo rurale ed enogastronomico.

Si può scoprire di più sui **week end in Puglia** visitando le landing page dedicate sul sito www.viaggiareinpuglia.it, un assaggio delle infinite possibilità offerte da queste destinazioni: itinerari inediti per scoprire la Puglia in pochi giorni al di fuori dei soliti schemi; attività proposte ad hoc dagli operatori dei servizi per il turismo pugliesi, eventi in programma e poi la sezione "dove dormire" con le interessanti offerte per il weekend.

Infine la possibilità di raccontare e condividere l'esperienza vissuta seguendo gli hashtag **#weekendBari**, **#weekendLecce** e **#weekendPuglia** sui canali social Facebook, Twitter, Instagram e Pinterest.

4) LIVE YOUR PUGLIA EXPERIENCE!

Negli educational di Pugliapromozione Itinerari insoliti, passeggiate curiose visitando angoli inediti e scoprendo tutto ciò che normalmente non si trova sulle guide "classiche".

E' lo stile con cui Pugliapromozione sta organizzando gli educational. Last but not least **"ROOTING" IN SALENTO** - Alle radici della bellezza e delle cultura, organizzato a fine gennaio da Agrifeudi con un innovativo format d'offerta turistica "partecipata. 4 giorni e tre notti, dal 29 gennaio al 1 febbraio 2014, per un itinerario insolito al quale hanno partecipato giornalisti e travel bloggers provenienti da tutto il mondo, dall'Australia al Canada, dagli Stati Uniti alla Spagna, dall'Olanda al Belgio, dalla Germania alla Svezia. I "rootisti" sono andati alla ricerca delle radici di un territorio fortemente identitario rappresentato da tutto il Salento e in special modo dalla Grecia Salentina. Coinvolti studiosi, artisti, compagnie, associazioni culturali insieme alla collaborazione e al patrocinio di Pugliapromozione, della Provincia di Lecce, dell'Unione dei Comuni della Grecia Salentina, del Comitato Unpli Provincia di Lecce, dei Comuni di Martano, Calimera, Galatina, Cutrofiano, Otranto, Lecce e Tricase e di selezionati operatori locali turistici e non.

A pochi mesi dalla programmazione nelle sale indiane, americane e britanniche del film **"Housefull"** del regista indiano **Sajd Khan**, girato in Puglia, la regione Puglia raccoglie i suoi primi frutti con un "Educational in Puglia" rivolto ad un gruppo di giornalisti e tour operator indiani accompagnati dal responsabile ENIT di Mumbai per un progetto più ampio **"Location & Moore"** che ha coinvolto anche altre regioni italiane. Sono arrivati a Bari domenica 9 febbraio accolti da Pugliapromozione in Puglia e hanno girato a caccia di location interessanti per le truppe cinematografiche di Bollywood. Un tour di tre giorni che ha previsto, per espressa richiesta degli ospiti indiani, una visita della "città vecchia" a Bari, e poi alla volta di Alberobello, patrimonio UNESCO. Quindi partenza per Lecce per una visita del centro storico con sosta presso le botteghe di artigianato locale. La sera cena nella movida leccese. Otranto con la visita del borgo antico e la Cattedrale e Santa Cesarea Terme saranno le due ultime tappe. E al ritorno in India **Gustasp** and **Jeroo Irani** hanno scritto un bellissimo articolo sulla rivista **Jet International** corredato di splendide foto, dal titolo "L'affascinate tacco d'Italia".

E intanto la tv giapponese TBS è stata in giro per la Puglia per il seguitissimo programma **"Viaggio fra i panorami più belli del mondo" (Zekkei Kikou)**. Una sosta sul lungomare di Bari per parlare con un pescatore non professionista che offre alla giornalista giapponese un assaggio di "allievi" crudi, una puntata allo IAT della stazione di Bari per recuperare alcune informazioni e poi il Castello Svevo e, sempre sulle tracce di Federico II, Castel del Monte. La troupe televisiva di TBS si è spostata poi a Torrecanne in barca con un pescatore ed è stata invitata a cena a casa sua: spaghetti ai frutti di mare! Molto apprezzati. Infine le "superbe" Grotte di Castellana. Questo in sintesi il lungo reportage per TBS. Oltre ai panorami mozzafiato, ai castelli e alle grotte, ha colpito nel segno la calda accoglienza della gente e naturalmente la cucina pugliese.

Prossimi educational a Marzo

Educational dedicato a giornalisti/ runner, ma non solo, per la promozione della manifestazione Gargano Running Week di ottobre (12 - 17 marzo 2014).

"EDUCATIONAL BUYER MEDITERRANEAN LUXURY CLUB" (26 - 29 marzo 2014) destinato a T.O. del segmento lusso.

Educational dedicato ai Presidenti regionali della FIAVET (28 - 30 marzo 2014).

5) LE NOVITÀ SUI ROAD SHOW

Il filo conduttore dei Roadshow è la rappresentazione interattiva e multi sensoriale proposta all'interno del Villaggio Puglia durante le varie tappe della manifestazione itinerante.

Il roadshow toccherà cinque città europee:

- **Vienna** **11 - 21 aprile**
- **Berlino** **28 aprile - 6 maggio**
- **Monaco** **15 - 24 maggio**
- **Londra** **6 - 15 giugno**
- **Parigi** **20 - 29 giugno**

In ogni tappa gli ospiti saranno immersi in uno spazio polisensoriale, ricco di fotografie, profumi, sapori e oggetti in grado di richiamare alla mente l'immagine di una regione ospitale, moderna e attrattiva.

6) PROGRAMMAZIONE

Dalla relazione annuale del Direttore Generale, **Giancarlo Piccirillo**, il report presentato alla Giunta Regionale sull'attività svolta e sui risultati conseguiti nel 2013, balza agli occhi un dato su tutti: con il passaggio dalle APT a Pugliapromozione si è ottenuto un **decremento progressivo del costo complessivo a carico del bilancio regionale**, con un **risparmio di oltre un milione di euro**. Contemporaneamente è cresciuta la comunicazione dei prodotti turistici regionali.

Le risorse del Bilancio ordinario della regione Puglia destinate all'attività promozionale sono state estremamente esigue, perché la quasi totalità dell'attività di promozione turistica dell'Agenzia si è svolta avvalendosi dei fondi FESR. Fondi europei erogati a Pugliapromozione grazie al D.P.R. n. 721 dell'11.04.2012 che ha approvato il **Programma Triennale di Promozione Turistica 2012/2014** di cui l'Agenzia si è dotata, per la prima volta.

7) STATISTICHE, DATI E RICERCHE

Nel Report trimestrale dell'Istat su **"Viaggi e vacanze"** di febbraio la Puglia entra per la prima volta in graduatoria fra le mete preferite delle famiglie italiane. Tra le mete prescelte per le vacanze lunghe, la Puglia conquista il primo posto durante il periodo estivo, seguita da Toscana , Emilia-Romagna , Sicilia , Sardegna e Trentino Alto Adige .

Nel 2013, la Puglia è la regione dove più frequentemente si trascorrono le vacanze lunghe anche nel periodo primaverile e rientra tra le regioni più visitate durante il periodo autunnale.

I primi dati del 2013 trasmessi con **SPOT** da circa 3.800 strutture ricettive del territorio (l'85% per cento circa del totale regionale) fanno registrare più di 3milioni di arrivi e 13milioni di presenze con un andamento degli arrivi in lieve calo e un trend stazionario delle presenze rispetto all'anno precedente. Incrementi superiori al 2% degli arrivi si registrano nel mese di marzo, durante il quale è ricaduta la Pasqua che ha portato a una forte richiesta - in particolare della componente straniera (+12%) - di turismo culturale e rurale.

La Puglia, che secondo le statistiche ISTAT è stata la regione più dinamica nel corso dell'ultima decade in particolare per l'incremento della domanda internazionale, anche quest'anno conferma una tenuta migliore rispetto al resto dell'Italia per la quale i dati provvisori pubblicati dall'Osservatorio nazionale del turismo, relativi ai primi nove mesi, fanno registrare una perdita di circa 5 punti percentuali sia per gli arrivi che per le presenze.

Nel 2013 la Puglia ha continuato a incrementare la propria quota di mercato straniero e a raggiungere il +2% degli arrivi e il +5% circa delle presenze. Nello stesso anno l'incidenza del turismo straniero sul totale regionale è aumentata di 2 punti percentuali circa, passando dal 17,9% degli arrivi del 2012 al 20,1%.

Anche la spesa turistica degli stranieri in Puglia - secondo la consueta indagine sul turismo internazionale della Banca d'Italia e relativa ai primi 10 mesi dell'anno - è cresciuta del +7% (370milioni di euro). Il dettaglio provinciale evidenzia una crescita in particolare a Brindisi (+45%), Lecce (+22%), Foggia (+14%).

Secondo i risultati della indagine commissionata da Pugliapromozione e realizzata dalla **Società Mercury sul turismo che non appare**, (nuove forme di "Sharing economy" , transazioni online consumer to consumer, nuove forme di ospitalità fondate sulla condivisione di mezzi e risorse favorite dalle funzionalità del web 2.0 che consentono ai turisti di utilizzare internet per la vendita, lo scambio, la condivisione e l'acquisto autonomo di servizi turistici bypassando altre forme di intermediazione) il turismo pugliese assume una dimensione quattro volte maggiore rispetto a quanto dichiarato dalle presenze ufficiali.

La Puglia si conferma una regione di forte appeal con potenzialità ma anche criticità che ne possono limitare lo sviluppo. Una recente indagine condotta per conto di Pugliapromozione da **"IZI – Metodi, Analisi e Valutazioni economiche"** che ha coinvolto alcuni big player del turismo, sia locale che nazionale, ha fatto emergere, infatti, come, a fronte di innumerevoli punti di forza, persistano aree di debolezza che rischiano di rallentare il processo di sviluppo del comparto. Il mare, l'enogastronomia, gli eventi culturali e folkloristici, l'eterogeneo e diversificato prodotto turistico e la notorietà del brand Puglia sono considerati i punti di forza su cui fare leva per migliorare performance e posizionamento rispetto ai competitor.

A queste potenzialità, tuttavia, vengono affiancate alcune criticità che sono associate in modo particolare alla gestione del territorio (rifiuti, cura delle spiagge e delle aree naturali), all'accessibilità esterna (aeroporti, strade e ferrovie) e alla dotazione di strutture di richiamo per la componente estera della domanda. Altro aspetto che necessita di attenzione è, secondo gli intervistati, la necessità di garantire una maggiore competitività del prodotto mare.

In generale le politiche di promozione dell'Agenzia sono considerate in modo positivo. Si apprezza in modo particolare l'attenzione sempre maggiore per i mercati esteri che possono compensare il calo della componente nazionale e l'approccio bottom-up per il coinvolgimento degli operatori nella definizione delle strategie di sviluppo e promozione della destinazione Puglia.

[CLICK HERE](#) per approfondimenti sulle attività dell'Osservatorio

Quanto si parla di Pugliapromozione sui media? Quanto si parla delle esperienze di vacanza in Puglia? L'ultimo studio di Mimesi 360 contiene dei risultati davvero incoraggianti per gli operatori che operano nel settore.

[CLICK HERE](#) per leggere e scaricare il rapporto

Novità per gli operatori

Pugliapromozione comunica la sua disponibilità a fornire i file di stampa per il materiale istituzionale agli operatori che ne faranno richiesta per dargli la possibilità di stamparli autonomamente. L'elenco dei materiali promozionali istituzionali disponibili è visualizzabile da questo [LINK](#).

Le domande vanno indirizzate a: comunicazione@viaggiareinpuglia.it specificando nella email i contatti del richiedente, la quantità ipotizzata per ogni titolo e i luoghi della distribuzione (un soggetto può fare richiesta anche per più d'una struttura).

8) DICONO DI NOI SULLA STAMPA ESTERA

[CLICK HERE](#) per leggere e scaricare gli articoli della rassegna stampa estera.

9) NOTIZIE E CURIOSITÀ

- Grande successo per Braccialetti Rossi , la miniserie TV in onda su Rai 1, a partire dal 26 gennaio 2014 e prodotta in co-marketing con Pugliapromozione.
E' possibile scaricare gratuitamente l'app della fiction che dispone di diversi contenuti, tra cui un **video delle scene girate in Puglia** che è possibile condividere sui propri account social con l'hashtag **#WeAreinPuglia**.
L'app, inoltre, stimola gli utenti a "giocare" e accumulare punti che permetteranno di vincere 5 weekend per due persone in Puglia per visitare i luoghi della fiction.
Vinceranno:
 - L'utente con il punteggio più alto alla chiusura del concorso
 - 4 utenti selezionati tra tutti coloro che abbiano raggiunto il punteggio minimo di 8.000;
- Continua la promozione di **Walking on the sunshine**, film/musical interamente girato in Puglia (Salento) e in uscita nei cinema di UK e in Europa da fine giugno 2014;
- **La Puglia sbarca a Beirut**

Grande successo a Beirut della serata di presentazione della Puglia come destinazione turistica organizzata da **Pugliapromozione** al Casinò del Libano, sotto l'Alto Patronato dell'Ambasciata Italiana in Libano e alla presenza dell'Ambasciatore, **Giuseppe Morabito**. A deliziare il palato dei presenti con stuzzichini della cucina tipica pugliese **Don Pasta**, poeta, chef, ecologista e filosofo culinario. Hanno partecipato all'evento oltre cento fra giornalisti e tour operator che hanno mostrato molto interesse per la destinazione Puglia. Pugliapromozione ha avviato già i primi contatti. Si apre così la possibilità di un nuovo mercato dalle potenzialità interessanti per il turismo pugliese. Grande successo anche della serata dedicata alla Pizzica con il gruppo "SULE", organizzata dall'Ambasciata Italiana a Beirut. Vi hanno partecipato oltre mille persone.