



NEWSLETTER MARZO 2014

1. BANDO DEL MINISTERO

Gentili operatori,

vi segnaliamo, qualora non ne foste a conoscenza, una straordinaria opportunità di finanziamento per le reti di impresa nel settore del turismo.

Vi inviamo in allegato un bando del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, in scadenza il prossimo 9 maggio.

Oltre che essere una possibilità per richiedere finanziamenti, questo bando rappresenta l'occasione per la creazione dei Club di prodotto sui quali in Puglia stiamo lavorando.

Pugliapromozione è a vostra disposizione per ogni supporto, al fine di facilitare la proposta dalla Puglia di un adeguato numero di progetti in risposta a questa call.

[CLICK HERE](#) Scarica il bando

2. ROAD SHOW

A partire dal mese di aprile 2014 la Puglia sarà nelle principali città europee con un nuovo programma di eventi e attività finalizzati alla comunicazione del brand Puglia al grande pubblico: il Road Show 2014 #Weareinpuglia.

Sei le tappe previste per l'evento organizzato dalla Regione Puglia, Assessorato al Mediterraneo, Cultura e Turismo, tramite Pugliapromozione, Agenzia Regionale del Turismo: Vienna (MuseumsQuartier, 11-21 Aprile), due tappe in Germania, Berlino (Sony Center, 28 Aprile – 6 Maggio) e Monaco (Olympiapark, 15 -24 Maggio); quindi Londra (South Bank, 6-15 Giugno) e poi Parigi (Gare Montparnasse, 21-30 Giugno) e Dublino (George's Dock, 6-15 Luglio).

Un vero e proprio Villaggio Puglia, uno spazio di circa 250mq sarà allestito per dieci giorni nelle piazze di maggior transito delle città toccate dal Road Show dove il pubblico potrà sperimentare e vivere immagini, profumi, suoni, sapori, musica, tradizioni pugliesi: ogni giorno, infatti, è previsto un denso programma di attività gratuite per adulti e bambini.

- Sul DMS è attiva la procedura d'iscrizione ai Road Show riservata ai Tour Operator e alle Agenzie di viaggio.

Ricordiamo il termine ultimo per aderire ai workshop:

Berlino e Monaco, 1 aprile

Londra e Parigi, 4 maggio

Dublino, 2m giugno

[CLICK HERE](#) Per maggiori informazioni

- Nella sezione workshop del DMS è attiva la procedura di iscrizione ai B2B che si terranno nell'ambito dei Road Show 2014.

Possono iscriversi ai B2B Tour Operator, Agenzie di viaggio, strutture ricettive e servizi per il turismo.

[CLICK HERE](#) Per maggiori informazioni

3. CAMPAGNE ON AIR

PASQUA IN PUGLIA

Chi sceglie la Puglia per trascorrere il periodo di Pasqua può vivere un'esperienza straordinaria e suggestiva che lo porterà dal Gargano, luogo di antichi santuari, al Salento per assistere alle struggenti processioni di Galatina e Gallipoli ed a visitare Ostuni, la città bianca in cima alla collina. I riti della Settimanasanta tra marce funebri e canti religiosi si consumano tra le vie degli straordinari borghi pugliesi, scrigni di arte e di tesori gastronomici e offrono la possibilità di vivere esperienze inedite e suggestive.

Il 24 marzo è partita la campagna #PasquaInPuglia con focus su Taranto, Trani e le città di mare, Ostuni e alcuni tra i borghi più belli d'Italia.

Per questa campagna è stato creato l'hashtag #PasquaInPuglia su Facebook, Twitter, Instagram e Pinterest.

[CLICK HERE](#) Per maggiori informazioni

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 pugliesi che hanno organizzato pacchetti turistici ad hoc, ha lanciato una campagna di comunicazione che 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. Ma 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. Si può scoprire di più sui week end in Puglia visitando le landing page dedicate, sul sito www.viaggiareinpuglia.it: "cosa vedere", con itinerari inediti per scoprire la Puglia in pochi giorni al di fuori dei soliti schemi; "cosa fare", con le attività proposte ad hoc dagli operatori dei servizi per il turismo pugliesi, gli "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.

WEAREINPUGLIA

La campagna di comunicazione #WEAREINPUGLIA partirà ad aprile e interesserà le maggiori capitali europee.

Gli scatti della campagna - realizzati da fotografi Nikon - si focalizzano su prodotti diversi che Pugliapromozione vuole vendere sul mercato nazionale ed estero: Natura&Sport, Food&Wine, Romanticismo, Cultura&Divertimento.

Queste le tappe della campagna:

Aprile: Vienna Zurigo

Maggio: Amsterdam, Bruxelles, Berlino, Barcellona

Giugno: Londra, Parigi

Luglio: Dublino

Spot promozionale della Nuova campagna realizzata da Pugliapromozione con Nikon Italia. www.weareinpuglia.it

[CLICK HERE](#) Per maggiori informazioni

MY PUGLIA EXPERIENCE

Si ripete anche per il 2014 My Puglia Experience il contest per cercare giovani appassionati di viaggi che abbiano voglia di scoprire la Puglia autentica e condividere e raccontare le proprie esperienze.

Per l'edizione di quest'anno si prevedono elementi nuovi per dare all'iniziativa un respiro europeo ed una maggiore forza nel "racconto" dell'esperienza di viaggio.

Il lancio dell'iniziativa e delle candidature sarà fatta quindi, oltre che in Italia, anche in Svizzera, Francia, Germania, Gran Bretagna, Austria, Belgio e Olanda.

I ragazzi e le ragazze dei paesi coinvolti potranno candidarsi attraverso un'applicazione Facebook connected che sarà disponibile a breve.

Le candidature per l'edizione 2014 di My Puglia Experience cominceranno a fine aprile e ne sarà data notizia attraverso la newsletter e i social network di Pugliapromozione.

4. FIERE

- Prosegue la strategia di apertura della Puglia al mercato russo con una partecipazione alla MITT, la fiera internazionale di Mosca, quest'anno tutta concentrata sul rafforzamento dei rapporti business tra gli operatori. 100% Apulian Style è il titolo dell'evento targato Puglia, svoltosi al National di Mosca, sulla piazza rossa, che ha visto oltre 40 tour operator provenienti da tutta la Russia partecipare alla presentazione della destinazione, ad un workshop business to business ed a una cena tutta pugliese. Entusiasmo e affari, per un paese che sta sempre più individuando nella Puglia una nuova destinazione nel Mediterraneo, un autentico "posto al sole" in grado di offrire relax ed esclusività, ma anche devozione e wellness. Queste le principali richieste intercettate da Pugliapromozione e incrociate con l'offerta presentata dagli operatori pugliesi presenti a Mosca.

- La Puglia ha partecipato alla Fiera TUR di Goteborg a fine marzo in uno spazio angolare di 25mq all'interno dell'area Enit, il più grande, insieme a I borghi più belli d'Italia, Cinque Terre, Brescia Tourism, Sorrento e Lago Maggiore. Presenti due operatori pugliesi: Salento bici tour e Nicolaus tour. Il materiale in lingua svedese si è subito esaurito. La Puglia suscita molto interesse e curiosità. Hanno avuto molto successo gli itinerari cicloturistici, grandissimo entusiasmo per il mare, il trekking ed i percorsi alla scoperta delle masserie. I periodi maggiormente richiesti sono maggio/giugno e settembre. Da parte degli operatori turistici svedesi c'è richiesta di servizi e collegamenti diretti; attualmente i collegamenti diretti tra Puglia e Nord Europa, sono rappresentati da un volo Ryanair Stoccolma/Brindisi e uno Riga/Bari (air baltic). La fiera di Goteborg, ha registrato quest'anno un afflusso di 32,700 visitatori (11,700 del trade e 21,000 di privati).

Sono aperte le procedure di iscrizione alle fiere del 2014.

[CLICK HERE](#) Per maggiori informazioni

5. OPEN DAYS 2014

Anche quest'anno il patrimonio culturale pugliese apre le porte ai visitatori. Ogni sabato a cominciare dal 19 aprile aperture straordinarie e visite guidate gratuite ai beni culturali dalle 20.00 alle 23.00.

Offri queste attività ai tuoi operatori.

A breve il programma completo su agenziapugliapromozione.it

#weekendpuglia

Da Aprile a Giugno 2014 scopri le attività speciali a Bari, Taranto e Lecce per vivere l'emozione dell'arte e della storia nei tuoi weekend in Puglia.

NOVITA' 2014

Puglia Open Days for All

Il patrimonio culturale della Puglia è sempre più accessibile a tutti. Le visite guidate nei centri storici sono accessibili anche a persone con disabilità, grazie a un servizio dedicato alle esigenze specifiche. Inoltre sono disponibili interpreti LIS su richiesta.

Puglia Open Days Kids

I centri storici della Puglia si raccontano attraverso itinerari pensati appositamente per i più piccoli. Un linguaggio fiabesco per raccontare i centri storici e borghi pugliesi con visite guidate a portata di bimbo.

6. EDUCATIONAL

Troupe televisiva russa "Rossiya-2" (26 – 29 marzo)

Il canale televisivo "Rossiya-2" (un segmento della VGTRK, la holding mediatica più grande della Russia) sta lanciando la terza stagione del programma educativo e d'intrattenimento "Yas VS food", che si incentra specificatamente su "viaggi ed eventi gastronomici". Il programma è anche inteso come un viaggio nella geografia, nell'antropologia sociale e storia di ciascun paese.

Il presentatore è Viktor Goncharenko, un personaggio conosciuto con lo pseudonimo di "Yaz", molto popolare in rete, è in Puglia con una troupe televisiva per girare una puntata che sarà incentrata su 4 piatti tradizionali pugliesi: Riso, patate e cozze, Fave e cicorie, Ciceri e tria e infine una focaccia lunga un metro.

Giornalisti irlandesi con Ryanair (4 – 7 aprile)

In co-marketing con Ryanair con un gruppo di cinque giornalisti irlandesi in occasione dell'inaugurazione del volo diretto con Dublino. Visiteranno la città vecchia a Bari, Alberobello, Ostuni, Gallipoli, Galatona, Lecce, Trani, Castel del Monte, Ruvo.

Giornalisti russi in visita (7 – 12 aprile)

Con un gruppo di 15 giornalisti russi Bari che hanno chiesto di visitare Bari, il Nordbarese, la Valle d'Itria, Grottaglie, il Salento.

7. ATTIVITÀ SOCIAL

#weekendPuglia: con questo l'hahstag raccontiamo, insieme alla community Puglia Events e Viaggiareinpuglia, le attività che si possono svolgere in un fine settimana tipicamente pugliese;

#PasquainPuglia: è l'hahstag della campagna di Pasqua che stiamo iniziando a utilizzare con i contenuti della landing page;

#WeAreinPuglia: In occasione dei roadshow verrà popolato di contenuti (anche in inglese) relativi alle attività nelle varie piazze europee. Sarà chiesto alla community, inoltre, di raccontare la Puglia insieme a noi con questo hashtag. Al momento, inoltre, è attivo un challenge Instagram tramite il quale comporre il Instawall #weareinPUGLIA all'interno del Puglia Village. Alcune foto, poi, diventeranno vere e proprie cartoline della Puglia da spedire durante i Road Show.

[CLICK HERE](#) ITBGlobetrotter

[CLICK HERE](#) NullInFull

[CLICK HERE](#) Il racconto della nostra ITB Berlin è nello storify di Viaggiareinpuglia

Tutte le attività di comunicazione, come sempre, passeranno dai canali social Viaggiareinpuglia e Puglia Events.

LA PUGLIA INVADE L'EUROPA. ARCOBALENO DI CARTOLINE PER IL CONTEST INSTAGRAM

Un polpo "arricciato" a Parigi, una spiaggia bianca a Berlino e magari un trullo a Londra, per ribadire il concetto: "We are in Puglia". La Puglia del turismo è pronta a "invadere" l'Europa con le tonalità di colori più intense e gli odori e sapori caratteristici, grazie a un roadshow che toccherà le più importanti città del vecchio continente, in modo da veicolare in maniera diretta il messaggio di una regione tutta da visitare. In appositi spazi di 250 metri quadrati nelle piazze maggiormente frequentate, immagini, cibo e attività per bambini e adulti fungeranno da volano per attrarre nuovi visitatori, partendo dal dato fornito dall'assessore regionale Silvia Godelli di un +5% circa sugli arrivi e +7% sulle presenze nel 2013, con una spesa degli stranieri in Puglia in crescita del 6% a livello regionale con picchi superiori al 15 nelle province di Lecce e Brindisi. La manifestazione toccherà Vienna, dall'11 al 21 aprile, Berlino dal 28 aprile al 6 maggio e Monaco dal 15 al 24 maggio, Londra dal 6 al 15 giugno, Parigi dal 21 al 30 giugno e Dublino dal 6 al 15 luglio. Per invitare i pugliesi stessi a presentare il proprio territorio, l'appello dell'agenzia regionale Puglia promozione è rivolto agli "igers" della zona. La mostra di immagini, infatti, sarà composta dai più affascinanti scatti "filtrati" dal social network di foto Instagram, secondo i temi "arte e cultura", "food", "intrattenimento", "mare", "natura", "sport", "benessere", "tradizioni" e "spiritualità". L'hashtag da utilizzare fino al 2 aprile, ovviamente, è #weareinpuglia

8. DICONO DI NOI ALL'ESTERO

LIFESTYLE WOMAN - Svezia marzo 2014

"Un viaggio per tutti i sensi" di Caroline THÖRNHOLM con foto di Sergio De RICCARDIS

"Con Salento Bici Tour tra i borghi, le cattedrali e la bella costa del Salento troviamo un mix unico di mare, terra e tradizioni da gustare sul sedile di una bicicletta: le donne che tessono ritmicamente a mano, una natura deliziosa, un clima mite, buona cucina e un territorio pianeggiante per tutte le capacità".

THE DAILY STAR LEBANON - Libano - marzo 2014

Al Casinò del Libano un assaggio dei sapori di Puglia di Rasha Fattouh

"Cosa sarebbe l'Italia senza il suo tacco, una stretta striscia di terra chiamata Puglia circondata dal mare? Gli ospiti del Casinò del Libano, invitati dall'Ambasciatore italiano Giuseppe Morabito, hanno avuto la possibilità di fare un'esperienza pugliese convincente, grazie a Pugliapromozione".

NOUN - Libano - marzo 2014

Dolcezza di Puglia di Jeannine Y. Abi Khalil

"Regione poco conosciuta del Sud Est d'Italia, la Puglia è una destinazione di vacanza ideale. Il suo clima Mediterraneo, i suoi 800 km di costa, i borghi ricchi di storia, i siti archeologici, di cui alcuni patrimonio dell'UNESCO, senza dimenticare la cucina da assaporare senza moderazione, ne fanno una tappa obbligata per tutto l'anno".

L'HEBDO MAGAZINE - Libano - marzo 2014

Cucina dal vivo all'Ambasciata d'Italia: Zoom sulla Puglia

"Pupille e papille sedotte da una cucina diversa e un gusto eccezionale; e per le orecchie i ritmi insoliti e coinvolgenti della Taranta".

L'ORIENT LE JOUR - Libano - marzo 2014

La pasta all'onore del Casinò del Libano

"Un assaggio della Puglia, una delle più belle destinazioni turistiche del sud d'Italia".

THE ITALIAN INSIDER - Italy's first english language daily news paper - marzo 2014

La Regione Puglia vince il premio ITB di Berlino di Gianfranco Nitti

"L'oscar del turismo di ITB, la più importante fiera del turismo al mondo, è stato consegnato alla Puglia durante una cerimonia seguita da più di seicento ospiti da tutto il mondo. Fra i criteri d'assegnazione del terzo premio per la categoria Europa: innovazione, sostenibilità, design, creatività, accessibilità. Motivazione dello staff, qualità della organizzazione, budget".

[CLICK HERE](#) Per maggiori informazioni

9. INFORMAZIONI UTILI

NEO 400

Pugliapromozione sponsorizza il progetto armatoriale di Paolo Semeraro, olimpionico di vela, con il famoso progettista Giovanni Ceccarelli. Una imbarcazione performante sia da regata che da crociera (difficile unire le due cose nel mercato). La realizzazione è tutta barese, notevoli i risultati raggiunti nelle prime regate disputate, nonché i riscontri che sta avendo a livello internazionale.

[CLICK HERE](#) Guarda il video

Nuova rotta Ryanair in arrivo al Karol Wojtyla di Palese. A partire dal 4 aprile 2014 la compagnia irlandese collegherà Bari a Dublino. Avrà due frequenze settimanali (lunedì e venerdì) e si prevede che farà transitare in Puglia circa 28.000 passeggeri per questo primo anno di operatività.

Una conferma, anche quest'anno, con partenza dal 2 giugno, il volo Mosca - Bari della Mistral Airways. Sono stati raccolti a Mosca nuovi progetti per collegamenti aerei dal 2015 ed è stata inaugurata una antenna di Pugliapromozione in Russia sul segmento "turismo business", particolarmente interessato a Bari ed alla sua offerta congressuale e incentive.

PIATTAFORMA TELEMATICA EMPUGLIA

L'Agenzia ha scelto di privilegiare i canali telematici per la scelta dei contraenti privati a garanzia degli interessi pubblici perseguiti, nonché degli interessi degli stessi operatori. In particolare, per lo svolgimento di gare e procedure negoziate si avvale della piattaforma telematica EMPULIA, come stabilito in un regolamento interno. Per favorire il più possibile la concorrenza è importante che gli operatori economici attivi nei diversi settori merceologici/SOA (arredi, sicurezza, servizi informativi, produzioni artistiche/audiovisive, sistemi informatici, formazione professionale, impianti, lavori edili, produzioni editoriali, etc..) si iscrivano all'Albo Fornitori di EMPULIA per partecipare alle procedure selettive indette per soddisfare le esigenze più varie, tutte evidentemente strumentali ai compiti istituzionali dell'Agenzia.

RICHIEDI IL MATERIALE PROMOZIONALE ISTITUZIONALE PRONTO PER LA STAMPA

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.

[CLICK HERE](#)

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).