

COMUNICATO STAMPA

Business e Piacere il nuovo binomio del brand Puglia

Capone e Godelli: "Così promuoviamo la Puglia sui mercati esteri per attrarre investimenti e turismo"

*Presentata oggi a Berlino la campagna di comunicazione "Business or Pleasure? Puglia"
Puglia attrattiva per gli affari come per il turismo.*

Così la regione è stata presentata oggi alla Borsa Internazionale del turismo di Berlino (in programma dal 4 all'8 marzo), uno degli appuntamenti imperdibili per il turismo mondiale. L'assessorato allo Sviluppo economico e l'assessorato al Turismo della Regione Puglia con Pugliapromozione, Agenzia regionale del turismo, hanno promosso insieme questa mattina la campagna di comunicazione internazionale 2015 "Business or pleasure? Puglia" ad un folto gruppo di giornalisti e tour operator tedeschi nello stand della Puglia, sempre molto apprezzato a Berlino. La campagna promuove la regione come location ideale sia per gli affari (nella doppia accezione di turismo d'affari e di investimenti produttivi), sia per le vacanze.

"Business e Piacere diventano il binomio del brand Puglia", ha detto l'assessore allo Sviluppo economico Loredana Capone. "La Puglia è un partner dinamico e affidabile negli affari - ha aggiunto - con un sistema dell'innovazione e della ricerca avanzato, incentivi per le imprese di ogni dimensione e una crescente propensione all'internazionalizzazione. Con questa campagna vogliamo attrarre sia investimenti produttivi che turismo. Per la prima volta, infatti, sono coniugate in un'unica immagine scenari naturalistici ed architettonici e prodotti made in Puglia come velivoli da diporto, divani, abiti da sposa. Insomma il meglio della Puglia".

"Fondamentale la collaborazione tra l'assessorato al Turismo e quello allo Sviluppo economico - ha commentato l'Assessore al Mediterraneo, Cultura e Turismo Silvia Godelli - La Regione Puglia ha ormai creato un circuito virtuoso che, a partire dal successo del nostro brand, ci consente di sviluppare una profonda sintonia tra le diverse anime della iniziativa regionale, puntando sulle qualità speciali di uno sviluppo sostenibile che riconosce nel turismo il suo principale vettore".

A Berlino quest'anno la Puglia si è presentata con trenta aziende pugliesi; il mercato tedesco è uno dei più importanti sia per l'incoming in Puglia che per la internazionalizzazione del sistema economico pugliese.

Tra le prime venti destinazioni turistiche del 2014 secondo il National Geographic, la Puglia è famosa nel mondo per i suoi prodotti enogastronomici, la sua creatività, la moda, il design e l'innovazione tecnologica. Grazie al positivo clima imprenditoriale è anche una destinazione ideale per gli affari e gli investimenti. E' questa Puglia che la campagna vuole lanciare per promuovere il brand Puglia come una felice combinazione di eccellenze produttive, bellezze naturali, stile e innovazione, come destinazione per le attività Mice (Meetings, incentives, conventions, exhibitions, cioè il mondo del business che viaggia) e per il turismo leisure insieme (le attività di svago e tempo libero nel pacchetto della vacanza). Per la campagna che sarà su media internazionali e comprenderà anche eventi e workshop mirati, sono state anche realizzate delle cartoline in distribuzione a Berlino.

La partecipazione a ITB di Berlino e la campagna di comunicazione "Business or pleasure? Puglia" segnano il primo passo di una intensa collaborazione tra Assessorato allo Sviluppo Economico - Servizio Internazionalizzazione (Puglia Sviluppo) e Assessorato al Turismo - Servizio Turismo (Pugliapromozione).

Prossima tappa sarà Imex di Francoforte dal 19 al 21 maggio 2015 e Milano durante l'Expo quando sarà veicolata la campagna per attrarre investimenti e per promuovere la destinazione e il brand Puglia.

Bari, 5 marzo 2015

L'Ufficio stampa