

## COMUNICATO STAMPA

### **AGRICOLTURA E TURISMO: VISITA DEL MINISTRO CENTINAIO CON IL PRESIDENTE EMILIANO NEI PADIGLIONI DELLA REGIONE IN FIERA**

Il Ministro dell'Agricoltura e Turismo, Gian Marco Centinaio, ha visitato oggi gli spazi espositivi della Regione Puglia nella Fiera del Levante con il presidente della Regione, Michele Emiliano.

Ha iniziato la sua visita dal padiglione dell'Agricoltura, dove è stato accolto dall'assessore Leonardo di Gioia. Centinaio ha fatto un vero e proprio tour delle realtà produttive agricole pugliesi, soffermandosi tra gli stand delle aziende e in quello dello show-cooking. E di agenzie come l'Arif.

Emiliano ha ringraziato Centinaio per la sua visita: "In questo momento - ha detto - il governo è chiaramente impegnato su moltissimi fronti e quindi avere la disponibilità qui del ministro è una cosa assolutamente importante, un segno di attenzione: è già la seconda volta in poche settimane che il ministro è qui.

La Puglia sta tentando di risolvere alcuni problemi soprattutto di natura tecnico-giuridica che riguardano il PSR e pensiamo di essere a un passo della soluzione. Poi è evidente che con i risultati che sono stati ottenuti dall'agricoltura pugliese, che ha fatto il risultato più eclatante nell'incremento del PIL locale, il nostro vero impianto strategico è questa macchina industriale che si connette anche alla filiera agroalimentare che è l'agricoltura.

Aggiungo che con il ministro c'è una grande sintonia e volontà di collaborazione anche sulla questione Xylella dove noi abbiamo dimostrato carte alla mano di aver messo a punto un sistema, per quello che una Regione può fare, che è il più imponente del mondo sul monitoraggio delle piante per individuare quelle infette; adesso abbiamo solo bisogno di normative che rendano più veloci i tagli perché allo stato non abbiamo altro mezzo per rallentare l'infezione.

Su questo punto, devo dire, il ministro è sempre stato chiaro anche con quella parte della sua maggioranza che ha delle perplessità. Noi siamo pronti ad accogliere altre strategie diverse dal taglio, ma questo deve passare da Bruxelles, non è una decisione che possiamo prendere da soli sulla base di ciò che è scientificamente possibile dimostrare in modo oggettivo.

Quindi la comunità pugliese si è ricucita anche sulla strategia contro la Xylella e speriamo di poter dare il nostro contributo ed impedire che questa patologia possa allargarsi in maniera troppo rapida”.

Inoltre, secondo l'assessore Leo Di Gioia “La Regione Puglia ha dimostrato di avere grandi numeri e grandi capacità produttive, l'obiettivo è quello di avere un'agricoltura sempre più innovativa che tramite la ricerca possa essere in grado di produrre con minore risorse, con minori costi e soprattutto con un utilizzo intelligente dell'acqua. Questa è la sfida del futuro e questo è il motivo per il quale oggi anche in questa fiera esponiamo tutte le cose buone che già il nostro sistema ha prodotto, con in più tutte le opportunità che arriveranno anche grazie all'innovazione che riusciremo a produrre” .

Successivamente il ministro, con il presidente Emiliano, si è spostato nella sede del Polo territoriale delle Arti, Cultura e Turismo della Regione Puglia, dove è stato accolto dall'assessore Loredana Capone.

Lì ha potuto osservare le numerose attività del padiglione con particolare attenzione agli spazi dedicati alla promozione del turismo e alle attività della agenzia Pugliapromozione.

Centinaio è poi intervenuto, insieme al presidente Emiliano e all'assessore Capone, all'incontro organizzato da Confindustria Puglia su “Turismo 4.0 - politiche di attrattività tra web reputation e competenze manageriali”.

Il presidente Emiliano ha ricordato nel suo intervento che “I numeri dicono che la Regione Puglia è tra le prime in Italia. Il nostro è un turismo esperienziale: non seguiamo il modello di Rimini o Ibiza. La nostra programmazione non mira al turismo mordi e fuggi, ma a una più lunga permanenza.

Abbiamo iniziato la programmazione di Puglia365 che ha già dato i suoi primi risultati per distribuire le presenze durante l'arco di tutto l'anno, non solo d'estate. In più abbiamo puntato sulla sicurezza: e per questo c'è bisogno della collaborazione da parte di tutti, non è una questione che può essere affrontata solo le forze di polizia. Abbiamo firmato protocolli come quello di Gallipoli con la Prefettura per mettere in sinergia tutte le informazioni possibili tra le forze dell'ordine, operatori turistici, Comune e Regione, ed è stato un buon lavoro. Così come sul Gargano.

Dobbiamo quindi sostenere sul territorio non il turismo di massa ma quello esperienziale: questa strategia premia dal punto di vista dei numeri, del fatturato e dei risultati".

L'assessore Loredana Capone ha concluso che "La Puglia sta lavorando alla digitalizzazione dei flussi e dell'offerta turistica. Da oggi è online un nuovo sistema CPS per comunicare prezzi e servizi, oltre che la nuova piattaforma BuyPuglia, un'agenda B2B che, dopo l'evento BuyPuglia di ottobre, diventerà una piattaforma di matching tra buyer e seller, disponibile 365 giorni l'anno.

Lavoriamo affinché l'offerta turistica pugliese sia sempre più online.

Ecco perché partirà, in collaborazione con Confcommercio e Federalberghi, un corso di formazione digitale turistica che servirà proprio a migliorare la presenza online degli operatori pugliesi sui nostri sistemi ma anche sulle piattaforme di promo-commercializzazione e di Google (il corso sarà tenuto da Pugliapromozione e da Noovle, società Google PremierPartner). Inoltre, il nostro sistema di gestione della Destinazione si sta trasformando da classico DMS in un vero e proprio strumento di Business Intelligence di supporto alle analisi dell'Osservatorio, e in una piattaforma di servizi digitali ad uso e consumo degli operatori.

Abbiamo attivato l'ascolto della rete e delle conversazioni online (fondamentale che l'hashtag #weareinPuglia ha superato il milione di post ed è diventato un hashtag usato da tutti), abbiamo studiato la reputazione delle strutture ricettive (abbiamo un indice di soddisfazione alto pari all'86% secondo Travel Appeal).



---

E' partita la collaborazione con Google: la campagna ha l'obiettivo di orientare e massimizzare la presenza del brand Puglia nei risultati di ricerca di Google e condurre il traffico digitale, da mobile e da desktop, verso i siti della Puglia ([www.viaggiareinpuglia.it/weareinpuglia.it](http://www.viaggiareinpuglia.it/weareinpuglia.it)).

Il turismo online è sempre in corsa ma noi siamo pronti a stargli dietro, ma anche ad anticiparlo con la strategia Puglia365, con un budget e due uffici destinati alla Ricerca, all'Analisi e all'Innovazione, che per noi non è solo digitale, ma riguarda anche e soprattutto i processi e le persone".

Bari, 10 settembre 2018

L'Ufficio Stampa