



COMUNICATO STAMPA

Buy Puglia 2015. Emiliano e Capone

Intercettare i nuovi mercati a grande potenziale di sviluppo per il turismo pugliese. È questa la novità della terza edizione del Buy Puglia (Bari, 19 - 22 ottobre), il più importante evento di business turistico della regione ideato e organizzato dall'Agenzia regionale Pugliapromozione come occasione d'incontro e scambio tra i buyer internazionali (tour operator, agenzie di viaggio, agenzie di viaggio on line, Organizzatori di meeting, congressi ed eventi, ecc.) e le imprese turistiche pugliesi.

Il Buy Puglia dichiara il Presidente della Regione Puglia, Michele Emiliano, è un evento che ci permette di connettere, in un circolo virtuoso, buyer internazionali e imprese turistiche pugliesi. È una cartina al tornasole che ci consente di leggere quanta strada abbiamo percorso, in termini di appetibilità del nostro territorio, e quanta ancora ne resta da fare per rendere sempre più la Puglia un brand turistico di qualità.

L'industria turistica è, senza altro, il cuore di una politica che vuole investire sulla bellezza. La bellezza non può essere un esercizio praticato in solitudine da qualche bravo volonteroso, ma deve diventare il contenuto della azione del governo regionale. Il Buy Puglia 2015 rappresenta una grande occasione per crescere, il tentativo di uscire dalla logica microlocalistica e di costruire una politica regionale del turismo che sappia destagionalizzare e offrire un paniere turistico in grado di attivare la buona economia per 365 giorni all'anno.

Quest'anno, alla Borsa del Turismo pugliese, in Fiera del Levante, oltre 130 imprese del turismo pugliesi, singole e associate, stringeranno accordi commerciali e nuove trattative con 120 buyer provenienti da 37 paesi diversi fra i cui spiccano anche per consistenza Stati Uniti, Canada, Brasile, Giappone, ma anche Cina, Argentina, Emirati Arabi, Australia, Russia, India.

È su questi nuovi mercati internazionali a grande potenziale di sviluppo che il Buy Puglia 2015 ha voluto concentrare il massimo sforzo. Ha detto l'assessore all'industria culturale e turistica della Regione Puglia, Loredana Capone. Abbiamo voluto ragionare sul futuro, costruire nuove opportunità per il territorio e le nostre imprese e lo abbiamo fatto in un momento che ci sembra particolarmente favorevole. Sebbene il mondo del turismo, infatti, sia in continuo movimento, oggi, mostra una grande vivacità. D'altronde i dati sui flussi turistici e sulle imprese ci dicono che l'internazionalizzazione del turismo pugliese ha un trend di crescita deciso e costante (+45% dell'incoming dal 2007).

Nei primi otto mesi del 2015 i turisti stranieri in arrivo in Puglia sono cresciuti dell'8% rispetto allo stesso periodo del 2014 e nello stesso periodo la linea internazionale in Puglia, secondo le stime di Aeroporti di Puglia, cresce di oltre il 22% rispetto all'anno precedente, una percentuale destinata a salire se si aggiunge la quota dei passeggeri di linea nazionale che utilizzano gli aeroporti di Roma e Milano per usufruire delle connessioni internazionali. L'Osservatorio sul Turismo della regione stima l'incidenza del turismo straniero sul totale regionale pari al 20% nel 2014 (era del 15% nel 2007) e, quel che è più interessante, si stima che possa raggiungere il 30% entro il 2020, riducendo quel gap che la distanzia dalle altre regioni d'Italia e d'Europa.

È in questo scenario che ha concluso l'assessore - che la Puglia si lancia per intercettare la sua fetta di mercato puntando sulla promozione internazionale. Con alcuni successi consolidati sui mercati esteri grazie a un intenso programma di iniziative di diffusione del brand Puglia, e con alcuni obiettivi ancora da realizzare come l'attrazione degli investimenti per potenziare l'offerta e il miglioramento dell'offerta stessa e dei servizi turistici, anche con una maggiore presenza online. Perché cambia il turismo e cambia anche il modo di promuoversi e acquistare.

Bari, 22 ottobre 2015

Ufficio Stampa Regione Puglia