

COMUNICATO STAMPA

Un autunno 2018 ricco di esperienze da vivere in Puglia che si prolungherà nell'inverno e primavera 2019

Presentato in Fiera del Levante il nuovo bando InPuglia365

*Riflessioni sullo stato di avanzamento del Piano Strategico del Turismo
Puglia365*

*Loredana Capone: "L'investimento sulla qualità è il nostro attuale punto di
svolta"*

La Puglia turistica allunga sempre di più la sua stagione oltre l'estate ed offre un autunno 2018 e un inverno/ primavera 2019 ricchi di nuove esperienze che riguardano la cultura, la natura e il cibo. Il nuovo bando ancora in corso InPuglia365 - Cultura, Natura, Gusto è stato presentato alla 82esima Fiera del Levante - insieme allo stato di avanzamento del Piano Strategico del Turismo Puglia365 - dall'Assessore all'Industria Turistica e Culturale, Loredana Capone e dai referenti di Pugliapromozione, con la moderazione del responsabile del Piano Strategico del Turismo, Luca Scandale.

"È un bel momento per la Puglia - ha detto in apertura l'Assessore Capone - L'industria turistica conferma il suo ruolo d'importante motore dell'economia della Puglia. In questi anni siamo cresciuti molto e abbiamo fatto un grande lavoro di squadra che oggi finalmente comincia a dare i primi frutti, nonostante il tormentone sui dati di questa estate: nei primi 7 mesi del 2018 la Puglia e si posiziona positivamente sui mercati esteri: +10% di arrivi e presenze. E nei primi tre mesi emerge un'accelerazione della Puglia verso la destagionalizzazione: +15% di presenze complessive a marzo e +26% di presenze straniere (Paesi Bassi, Polonia, Usa, Francia, Belgio, Spagna, Regno Unito, Germania, Austria e Lettonia; e poi Canada, Stati Uniti e Brasile). Nel 2017, dati della Banca d'Italia, il turismo è diventato per la prima volta trainante della Puglia mentre secondo Unioncamere il numero di addetti del turismo è cresciuto del sedici per cento nei primi sette mesi del 2018.



E non è solo una questione di numeri ma di tutto quello che li muove, ovvero una regione che ha scelto di andare oltre la popolarità di un brand per investire sui servizi, sulla qualità, sulle strutture. Per essere sempre più pronta a misurarsi con i gusti dei diversi turismi che i nostri territori sono capaci di attrarre, ciascuno con le proprie peculiarità.

L'investimento sulla qualità è il nostro attuale punto di svolta, quest'anno lavorando sul Prodotto; il prossimo anno sarà l'anno della destinazione. In questo senso il bando Inpuglia365 punta proprio su servizi di qualità e sull'identità dei territori pugliesi, sulla loro capacità di esprimere un'unicità, sull'esperienza emozionale da offrire al turista che deve sentirsi a tutti gli effetti "cittadino" del luogo che lo ospita, anche se solo per un breve periodo. E il prossimo bando che faremo dopo la primavera 2019 sarà ancora più pregnante nel disegnare degli itinerari a tema trasversali su tutta la Puglia. Ma al miglioramento della qualità non puntiamo solo con i bandi che sono un sostegno economico a chi investe. Puntiamo davvero sulla determinazione di tutta la regione, sia parte pubblica e che privata, a migliorare la propria accoglienza."

Il bando si rivolge agli operatori turistici pugliesi per una programmazione di attività gratuite da ottobre 2018 a maggio 2019, con l'obiettivo di allungare la stagione dei flussi turistici oltre l'estate, puntando sul turismo internazionale.

Itinerari di fruizione e conoscenza, attività sportive ed escursionistiche; visite guidate ai luoghi di interesse storico-artistico-culturale; laboratori di pratica e conoscenza; apertura straordinaria e fruizione organizzata di luoghi interessanti sotto il profilo turistico-culturale; attività culturali ed artistiche innovative, caratterizzate dall'incontro tra autenticità, genuinità e creatività.

Queste alcune delle attività che saranno messe in campo gratuitamente grazie all'avviso di Pugliapromozione. Venire in Puglia nei week end dal 29 ottobre 2018 al 31 maggio 2019 sarà quindi ancora più interessante e ricco di esperienze legate alla enogastronomia, alla cultura e al turismo slow. L'obiettivo è anche quello di accrescere la consapevolezza del vissuto, l'irripetibilità dei luoghi autentici, stimolare comportamenti responsabili verso il territorio, godendo appieno dell'esperienza turistica in Puglia come esperienza di vita. In questa edizione di InPuglia365 anche un focus su **Matera 2019** che costituisce un'importante occasione di promozione turistica del territorio pugliese, anche in virtù della continuità territoriale tra le due regioni.



Sullo stato di avanzamento del Piano Strategico del Turismo, Luca Scandale ha messo a fuoco quanto emerso dagli ultimi incontri fatti ad aprile scorso con istituzioni, operatori turistici e stakeholder pugliesi.

“Gli oltre 500 fra sindaci pugliesi, rappresentanti delle istituzioni e operatori della filiera turistica incontrati in 6 masserie didattiche ci hanno consentito di ascoltare e condividere i diversi punti di vista e creare insieme nuove strategie per lo sviluppo turistico integrato e partecipato. I Prodotti di maggiore interesse per gli operatori sono proprio quelli su cui stiamo, arte e cultura ed enogastronomia, mentre al primo posto fra i bisogni sono emersi i collegamenti interni e la creazione di reti” .

Bari, 11 settembre 2018

L'Ufficio Stampa