Data: 1 marzo 2025 **COMUNICATO STAMPA**

**NEW YORK CITY – BARI, EVENTO ENIT NEGLI USA CON REGIONE PUGLIA E BASILICATA E NEOS AIR**

**Mancano 94 giorni al primo volo diretto, si scaldano i motori con le iniziative promozionali**

Mancano 94 giorni al decollo del primo volo di Neos Air che collegherà direttamente New York City a Bari e, su iniziativa dell’ENIT (Italian National Tourist Board) in collaborazione con NEOS e la Regione Puglia / Pugliapromozione e la Regione Basilicata, ci sarà un evento speciale di promozione.

L’appuntamento è a New York City, martedì 4 marzo 2025, alle ore 17.30 in Park Avenue 686 nella prestigiosa sede dell’Enit, con la partecipazione di buyers, tour operators, media e rappresentanze delle due Regioni Puglia e Basilicata, con le proiezioni di video e degustazioni che anticiperanno le emozioni di chi sarà sul primo volo diretto US – Puglia. Inoltre, saranno messi in palio fra i partecipanti all’evento due biglietti andata e ritorno per questo volo che rappresenta un primo importante traguardo.

“La strategia avviata negli ultimi anni dalla Regione Puglia attraverso Pugliapromozione di riposizionamento del brand sui mercati Extra-UE, in particolare su quelli nordamericani, è stata sviluppata lungo tre direttrici – ha detto **Luca Scandale**, direttore generale di Pugliapromozione - . Innanzitutto, la partecipazione alle più importanti manifestazioni fieristiche nordamericane, quindi le attività promozionali realizzate con il coinvolgimento delle federazioni dei pugliesi negli Stati Uniti, con una accelerazione grazie alle campagne di comunicazione in partnership con i più importanti broadcast statunitensi”.

“Ringraziamo Aeroporti di Puglia per l’ottimo lavoro fatto e per aver portato al risultato del volo diretto NYC – Bari che era già nel nostro Piano Strategico 3x6x5. Tutto ciò rappresenta una nuova sfida e, per questo, quando l’Enit ci ha chiesto di partecipare a questa iniziativa abbiamo accettato, successivamente si è aggiunta la Regione Basilicata che ringraziamo per la condivisione – ha evidenziato il direttore generale di Pugliapromozione **Luca Scandale** - . Questo percorso è stato tracciato già da molti anni. Voglio ricordare, per esempio, che nel 2018 abbiamo partecipato come Regione Puglia in veste di ospite d’onore al Columbus Day di New York. Nel 2019 al Seatrade di Miami, il più importante evento mondiale sul turismo crocieristico e organizzazione di un evento off in collaborazione con ENIT USA. Fino ad arrivare, perché impossibile qui citare tutte le attività, a gennaio 2025 con l’evento di successo per il wedding nella sede del più importante quotidiano americano The New York Times”. “In Puglia, nel 2024, con 181.540 arrivi e 484.849 presenze, gli Stati Uniti spiccano come il terzo mercato turisticamente rilevante, subito dopo Germania e Francia. Il volo diretto darà senz’altro una svolta”, ha concluso il direttore generale di Pugliapromozione **Luca Scandale**.

In cifre, ecco il grafico (con dati dell’Osservatorio del Turismo della Regione Puglia) che riporta l’impetuosa crescita dei flussi turistici di *outgoing* dagli Stati Uniti verso la Puglia degli ultimi anni (ad eccezione della parentesi pandemica), caratterizzata dal raddoppio di arrivi e presenze dei viaggiatori che registrano la spesa media turistica più alta al mondo.

**In allegato**: file in grafica evento a NYC del 4 marzo. Qui di seguito schede dati azioni Pugliapromozione negli USA – Dati turismo americano in Puglia dell’Osservatorio Turistico Regionale.

*Per disiscriversi dalla mailing list, rispondere a questo messaggio inserendo in oggetto "CANCELLAMI"*

***Antonella Millarte, Senior Press Officer Pugliapromozione***

**SCHEDA**

**L’impatto economico del turismo dagli Stati Uniti in Puglia**

**(\*Fonte: Osservatorio Turistico della Regione Puglia)**

L’incoming turistico dagli Stati Uniti rappresenta per la Puglia un’importante opportunità di crescita e come destinazione di rilievo internazionale, con benefici economici, culturali e sociali che possono contribuire a uno sviluppo duraturo del territorio. I flussi turistici dagli Stati Uniti rientrano tra i più importanti anche per l’Italia, contribuendo significativamente all’economia del Paese con una spesa turistica che secondo la Banca d’Italia ha raggiunto i 5,1miliardi di euro nei primi nove mesi del 2024, una cifra che rappresenta circa il 12% della spesa totale turistica straniera in Italia. La spesa media giornaliera dei turisti statunitensi e stimata tra i 170 e 180 euro al giorno, rispetto a una media di 110-120 euro per i turisti internazionali.

In Puglia, nel 2024, con 181.540 arrivi e 484.849 presenze, gli Stati Uniti si configurano come il terzo mercato turisticamente rilevante, subito dopo Germania e Francia. Rispetto al 2023 la crescita registrata è stata del +20% per arrivi e presenze, in linea con l’incremento medio annuo registrato in regione nell’ultimo quinquennio. La spesa per la ricettività e una delle voci principali; i turisti americani preferiscono generalmente hotel 4-5 stelle o boutique hotel, con una spesa media per notte che può variare tra i 150 e 300 euro a seconda della tipologia ricettiva prescelta. In Puglia, per esempio, il 52% dei turisti statunitensi opta per strutture alberghiere, in particolare, masserie e hotel a 4 e 5 stelle.

Tra le destinazioni regionali maggiormente visitate vi sono il capoluogo Bari, che accoglie il 26% dei flussi, cui seguono Lecce con il 20%, Fasano (18%) e infine Polignano e Ostuni ex aequo con il 12% dell’incoming. Il 47% dei turisti americani visita la regione con la propria famiglia, il 39% effettua viaggi in gruppo con tour organizzati e il 14% sceglie di visitare la Puglia individualmente.

Le previsioni per il turismo dagli Stati Uniti verso la regione, sono più che positive anche per via del nuovo collegamento aereo diretto Bari-New York operato della compagnia Neos e attivo da giugno.

La Puglia continua a essere una regione in forte espansione nel panorama turistico Nord - americano, anche per via degli investimenti in infrastrutture e alla crescente promozione dei suoi attrattori culturali e naturali.

**Scheda AZIONI DI PUGLIAPROMOZIONE NEGLI USA**

Sintesi delle azioni precedenti:

* 2018: ospite d’onore alla Festa della Repubblica, al Columbus Day di New York, alla Settimana della Cucina Italiana negli USA alla cena della NIAF – National Italian American Foundation
* 2019: partecipazione al Seatrade di Miami, il più importante evento mondiale sul turismo crocieristico e organizzazione di un evento off in collaborazione con ENIT USA
* 2019 e 2020: partecipazione al The Travel Show (il più grande evento fieristico di settore del Nord America) a New York. Premio vinto nella categoria ‘Miglior nuovo espositore’ nel 2019 (partecipazione del Sindaco Decaro e di Nunzia con laboratorio di orecchiette dal vivo)
* 2023: ospite d’onore al Columbus Festival di Chicago, nell’ambito del progetto Business or Pleasure, in collaborazione con Ass. allo Sviluppo Economico, ICE Chicago e l’ass. Joint Civic Committee of Italian Americans. Focus della manifestazione: *Puglia wedding destination*
* 2024: ospite d’onore all’Hollywood New Filmmaker Festival di Los Angeles in collaborazione con AFC;
* 2024:ospite d’onore all’*Hoboken Italian Festival 2024* (New Jersey) in collaborazione con le ass. dei pugliesi di Hoboken
* 2024: ⁠partecipazione alla Miami Design & Art Week
* 2025: organizzazione dell’evento b2b sul prodotto wedding nella sede del The New York Times

Comunicazione

* 2019: presenza sul maggior ledwall di Times Square
* 2019-2024: collaborazione con The New York Times e CNN per la promozione del brand Puglia negli USA

L’obiettivo di AreT e Regione Puglia di rafforzare la *brand awareness* regionale negli Stati Uniti si inserisce in un contesto molto favorevole in cui la Puglia è al centro dell’attenzione mondiale con l’incremento dei flussi turistici e la forte crescita del valore dell’export da e verso questo mercato (anche grazie alla visibilità offerta dal recente summit G7).