Data: 27 febbraio 2023 COMUNICATO STAMPA

**TURISMO ENOGASTRONOMICO: PUGLIA, ASSAPORA LA MERAVIGLIA**

**Oggi on line lo spot di Regione Puglia e Pugliapromozione**

Puglia, il luogo ideale tutto l’anno per il turismo enogastronomico. Da oggi è disponibile on line cliccando su <https://youtu.be/bzEwcvkqpMg> il terzo spot in lingua inglese della campagna di comunicazione 2023: Puglia, assapora la meraviglia, a cura della Regione Puglia e dell’Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione.

Nell’immaginario turistico collettivo, l’offerta eno-gastro-turistica pugliese si contraddistingue per genuinità, spontaneità ed approccio tradizionale alla produzione. La ricchezza e la varietà delle produzioni agroalimentari e vitivinicole della Puglia sono un ottimo punto di partenza per la costruzione di un prodotto turistico a tema enogastronomico.

La Puglia è ai primi posti in Italia per la produzione di vino e di olio di oliva. Inoltre, la Puglia possiede una fitta rete di ristoranti e trattorie di qualità che rappresentano una cucina tanto variegata quanto lo sono le diverse aree territoriali della Puglia, dai rilievi della Daunia fino al Capo di Leuca.

“Le nostre tipicità enogastronomiche e una tradizione culinaria affermata sono una garanzia di qualità per il brand Puglia, in Italia e nel mondo – afferma **Gianfranco Lopane**, assessore al Turismo della Regione Puglia - . Una grande opportunità per tante imprese ed operatori turistici che promuoviamo ora con un nuovo contenuto di comunicazione.

Dal Gargano al Salento, passando per i paesaggi naturali della Terra delle Gravine e per la Valle d’Itria, l’offerta enogastronomica pugliese può contare su oltre 10 mila ristoranti, quasi 200 masserie didattiche, 1.800 agriturismi e circa 50 mila aziende a superficie vitata, numerosi luoghi del gusto tra musei, frantoi e birrifici, oltre che sui DOP, Igp e più di 300 prodotti riconosciuti tradizionali. La Regione Puglia è accanto a queste importanti realtà per ampliare l’esperienza dei viaggiatori e per affrontare le sfide che arrivano dal mercato, penso in primis alla difficoltà nel reperimento di personale nel mondo della ristorazione e dell’accoglienza”.

“Il lavoro del prossimo futuro sarà, quindi, orientato alla qualificazione dell’offerta, anche in ottica di formazione professionale e ricerca dell’eccellenza – prosegue l’assessore **Lopane** - . Temi che hanno già animato diverse iniziative, come quella con Identità Golose negli Istituti alberghieri pugliesi, e che andremo a dettagliare nei tavoli di consultazione con i rappresentati di categoria e gli operatori economici nel contesto dell’aggiornamento del Piano strategico del Turismo”.

Sono due gli obiettivi generali per sviluppare il prodotto enogastronomico. Da un lato, valorizzare la componente enogastronomica a 360° verso il grande pubblico e rendere fruibile ai turisti che viaggiano con motivazioni differenti (mare, arte e cultura, natura, tradizione e folklore) la pluralità di esperienze enogastronomiche disponibili lungo tutto il territorio. Dall’altro, attivare azioni volte all’incremento delle presenze dei turisti che si muovono con motivazione enogastronomica pura. La forte propensione dimostrata nelle indagini di mercato verso la scelta della Puglia come meta eno-gastro-turistica dimostra quanto possa essere attrattivo il tema, anche per una domanda in crescita come quella del turista enogastronomico puro.

“Il turismo enogastronomico è strettamente legato al territorio – dice **Luca Scandale**, direttore generale dell’Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione - essendo una delle più importanti espressioni di valori culturali e identitari. La finalità principale del nostro lavoro sarà quella di trasformare il prodotto enogastronomico pugliese in una componente chiave dell’offerta turistica regionale e far sì che, da mero elemento accessorio di viaggio, diventi motivazione principale, contribuendo a diffondere l’immagine della Puglia come destinazione enogastronomica”.

Il target al quale si rivolge lo spot è il potenziale turista enogastronomico con un’età che va mediamente dai 30-35 ai 65 anni e vuole vivere un ventaglio di esperienze: dal food truck al ristorante stellato. Insomma, il turista enogastronomico è un viaggiatore che desidera vivere un insieme variegato di esperienze e l’enogastronomia, già di per sé multisensoriale e culturale, soddisfa al meglio questo suo bisogno. Grande interesse suscitano i luoghi di produzione pugliesi, sempre più organizzati per l’accoglienza turistica in aziende vitivinicole, birrifici, frantoi, caseifici, pastifici come luogo in cui gustare e, soprattutto, poter conoscere origini e modalità di produzione dei prodotti tipici pugliesi.

Lo spot, on line da oggi e presentato in anteprima alla BIT di Milano, è a cura di **Paolo Marchi**, gastronomo, ideatore e curatore di “Identità Golose”, inviato di “Striscia la Notizia”, ed è stato realizzato da MagentaBUREAU srl, con il coordinamento di **Pugliapromozione**. Accoglienza, autenticità, sapori e tradizioni, bellezza della destinazione, produzioni locali di alta qualità/eccellenze, riconosciute su piano nazionale e internazionale sono racchiusi in questo spot che potrà stimolare un viaggio in Puglia. Sarà fruibile, oltre che su Youtube, anche sugli account Facebook e Instagram di Assessore Lopane, Regione Puglia, WeAreinPuglia, Puglia365 a partire dalle ore 11 in poi.