

PIANO STRATEGICO DEL TURISMO

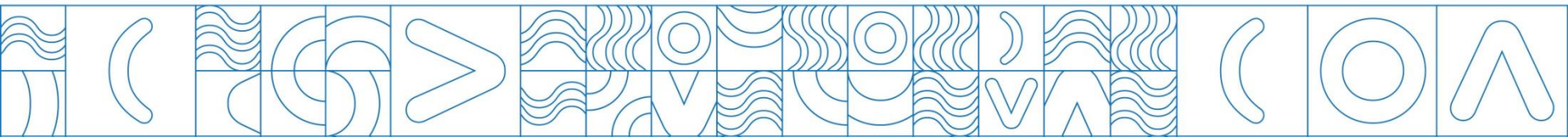
PUGLIA365

stato di avanzamento

FIERA DEL LEVANTE - 11 Settembre 2018



VALORIZZAZIONE



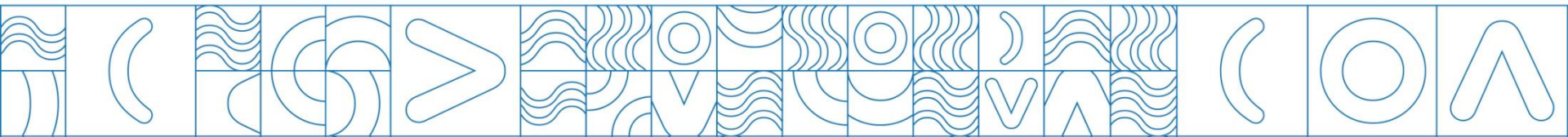
POR Puglia FESR – FSE 2014-2020
Asse VI – Tutela dell’ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali
Azione 6.8 – Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche

**QUALIFICAZIONE E POTENZIAMENTO DEL SISTEMA DELL’ACCOGLIENZA
TURISTICA REGIONALE E VALORIZZAZIONE DELL’OFFERTA**

**PROGETTO DI ATTUAZIONE
2018-2019**

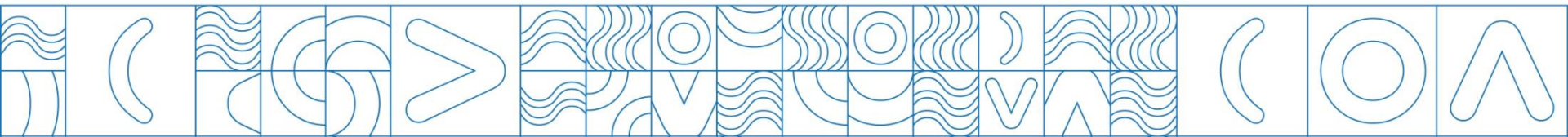
Follow up

11 settembre 2018, Bari - Fiera del Levante



“Avviso pubblico per la predisposizione di un elenco di fornitori di servizi di fruizione ed animazione del territorio regionale per l’attuazione del programma
InPuglia365 - cultura, natura, gusto
edizione 2018 e 2019”

(BURP n°105 pubblicato il 9 agosto 2018)



InPuglia365 – edizione 2017 (agosto-dicembre)



Spesa : **1.530.000,00**

Operatori coinvolti: **121**

Località interessate: **264**

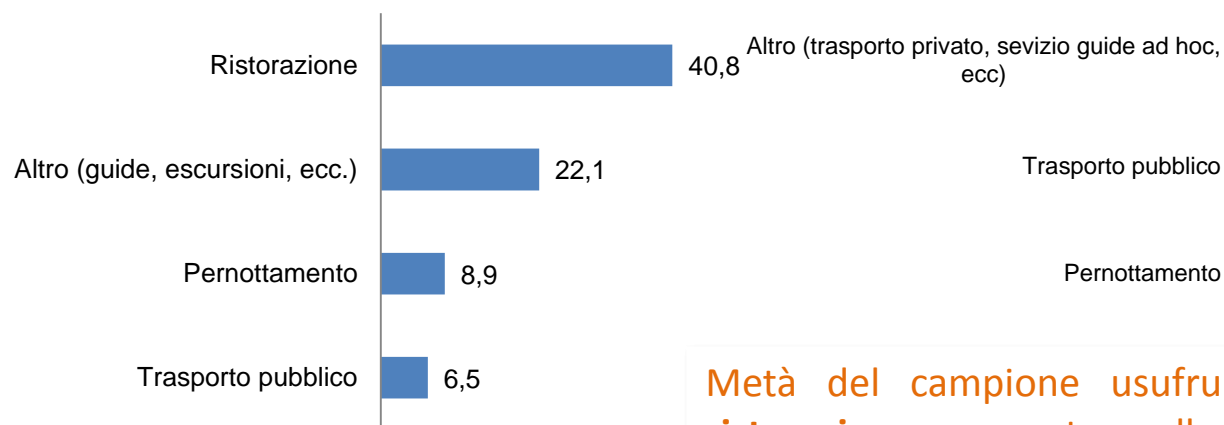
Attività realizzate: **960**

Visitatori autunno: oltre **40.000** *InPuglia 365 Autunno: - campione 10.000 visitatori : media 23 visitatori a giornata.

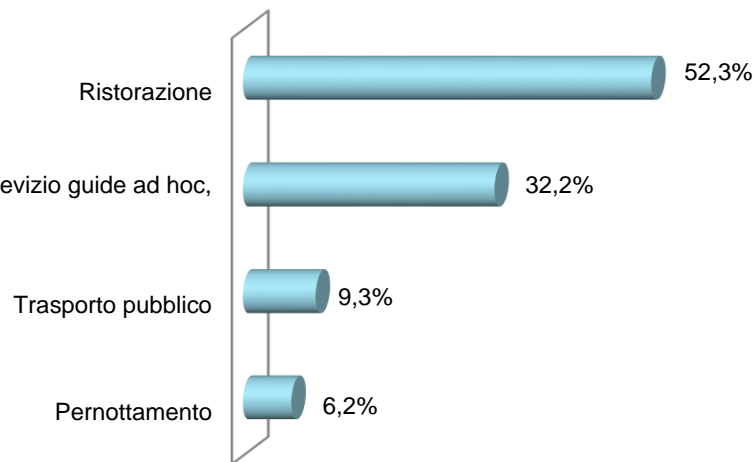
Customer satisfaction: **3.9/4** - Indagine effettuata tramite somministrazione questionari e controlli sul territorio

Edizione 2017 - Indicatori risultato/punti di forza

Impatto sul territorio



*InPuglia 365 Estate
Campione di 3.200 visitatori

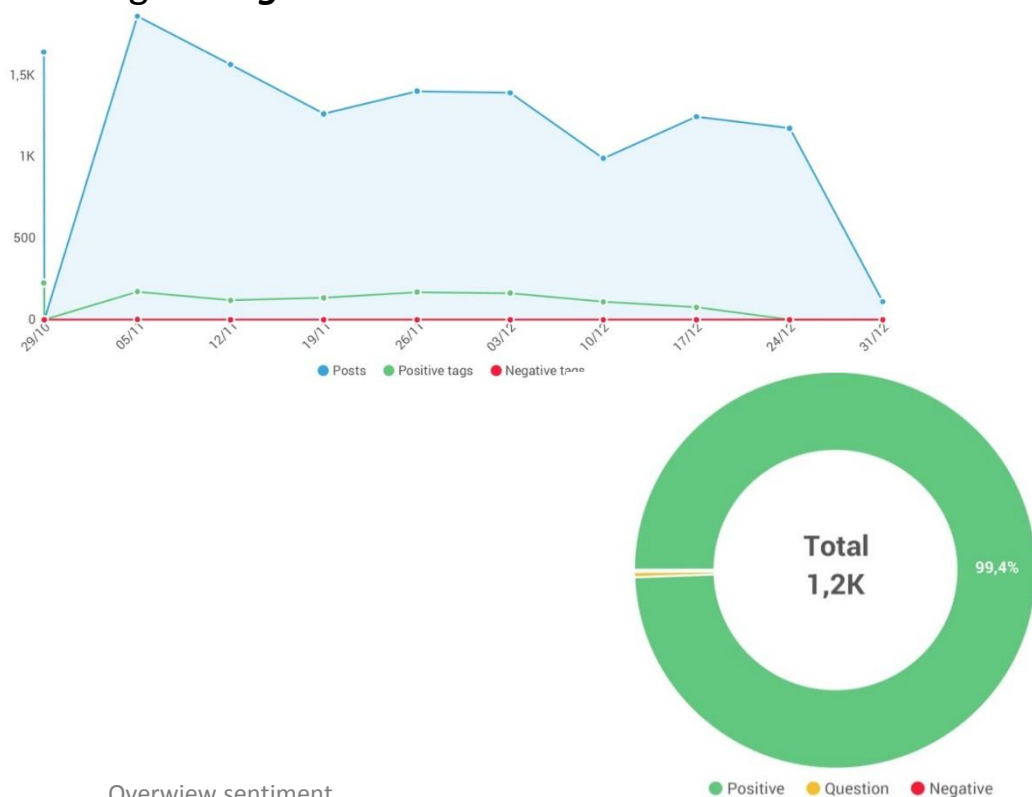


Metà del campione usufruisce anche di un servizio di **ristorazione** presente nella località coinvolta dall'attività InPuglia365. Solo per questo servizio si può stimare un **indotto economico diretto**.

Edizione 2017 - Indicatori risultato/punti di forza

Reputazione on-line

Strumenti di social media monitoring e analytics della reputazione on-line associata all'uso degli hashtag #InPuglia365



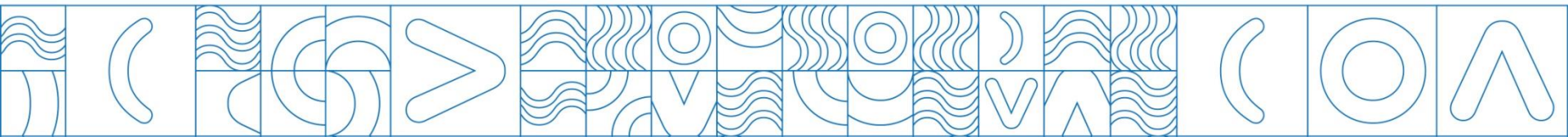
Overview sentiment

● Positive ● Question ● Negative

Il 99.4% dei contenuti postati in rete con #InPuglia365 esprime **positività**.

Le attività che riscuotono maggior successo sia in termini di engagement che numero di post sono quelle relative a **enogastronomia** (46% del totale) e **arte&cultura** (37% del totale).

Sono stati condivisi in rete circa **200 post al giorno** nell'intervallo di tempo considerato.

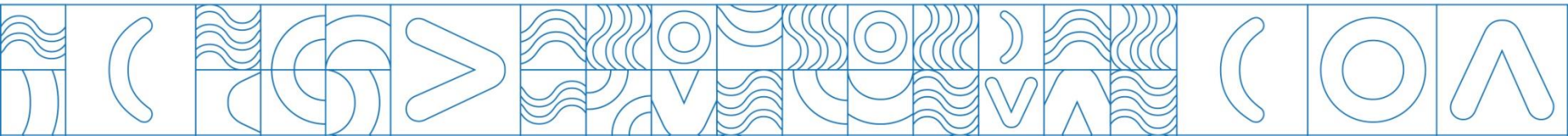


Edizione 2017. Punti di debolezza

Tipologia utenti: in prevalenza residenti in Puglia/regioni limitrofe (turismo interno)

Offerta: eccessiva frammentazione dell'offerta (programma), limitato coinvolgimento degli stakeholder locali (amministrazioni comunali, enti, operatori di settore).

Territorio: disomogeneità nella distribuzione delle attività all'interno dei diversi territori.



inPUGLIA365

AUTUNNO 2018

UNA TERRA AUTENTICA, APERTA TUTTO L'ANNO



CULTURA



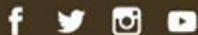
NATURA



GUSTO



#WEAREINPUGLIA



UNIONE EUROPEA



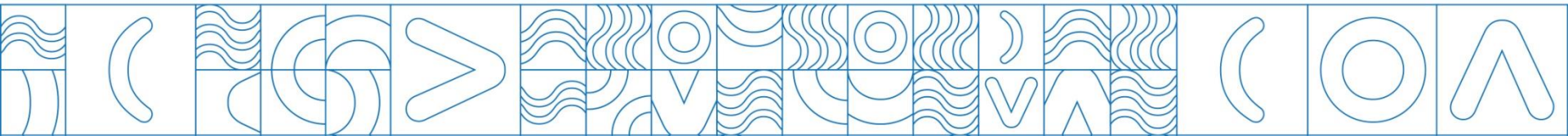
OBIETTIVI: valorizzazione delle risorse materiali e immateriali regionali e *destagionalizzazione* dei flussi turistici.

STRUMENTO: Avviso pubblico per la predisposizione di un elenco di fornitori di servizi di fruizione turistica del territorio regionale per l'attuazione di un *programma di attività di valorizzazione del patrimonio e animazione territoriale*.

FOCUS: enogastronomia, paesaggio, cultura e turismo lento.

DURATA DEL PROGRAMMA: dal 29 ottobre 2018 al 31 maggio 2019.

RISULTATI ATTESI: miglioramento della customer experience connessa all'accoglienza (maggiore accesso alle informazioni e ai luoghi), miglioramento della reputazione on-line, ricadute sul territorio in termini di spesa (alloggio, cibo e bevande, trasporto, shopping, ecc.).



AMBITI DI INTERVENTO:

1. *Saperi e sapori nei piccoli borghi*
2. *Cultura culinaria tra percorsi urbani e città d'arte*
3. *Enogastronomia e patrimonio rurale*
4. *Archeologia della produzione tra tradizione e innovazione*
5. *Sport, gusto e benessere*
6. *Arti creative e performance open space incentrate sul binomio arte-cibo.*

CALENDARIZZAZIONE DELLE INIZIATIVE:

periodo A: dal 29 ottobre 2018 al 28 febbraio 2019

periodo B: dall'1 marzo al 31 maggio 2019.

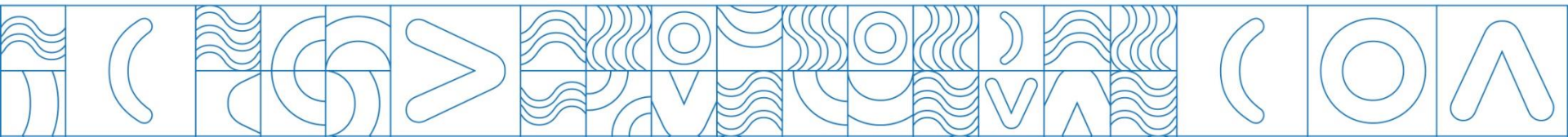
I servizi si svolgono per **n. 2 week-end** (sabato e domenica inclusi per ciascun week-end), e/o in **concomitanza con eventi di interesse** (almeno 4 giornate).

SERVIZI DA REALIZZARE:

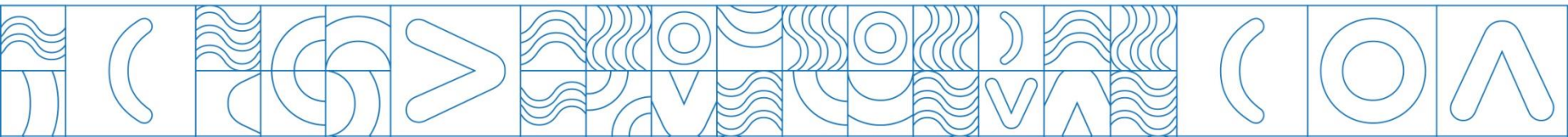
- a) itinerari di fruizione e conoscenza
- b) attività sportive ed escursionistiche
- c) visite guidate ai luoghi di interesse storico-artistico-culturale
- d) laboratori di pratica e conoscenza
- e) apertura straordinaria e fruizione organizzata di luoghi interessanti sotto il profilo turistico-culturale
- f) attività culturali ed artistiche innovative

LOCALIZZAZIONE DELLE INIZIATIVE:

Tutta la Puglia - i singoli servizi di fruizione e animazione si svolgono prevalentemente all'interno di **un unico ambito territoriale definito su base provinciale.**



- ☆ **Costruzione/presentazione dell'offerta integrata di servizi** (attori differenti della filiera turistica: amministrazioni comunali, Info-point della Rete Regionale, operatori turistici, ecc.)
- ☆ **guerrilla marketing**: organizzazione di happening, performance con finalità di promozione e divulgazione delle iniziative nei 30 giorni precedenti
- ☆ realizzazione e diffusione di **materiale promozionale dall'immagine coordinata** e attività di **comunicazione on/off-line** (uso hashtag, strumenti digitali di promozione turistica di Pugliapromozione)
- ☆ **Matera 2019**: realizzazione di specifiche attività di comunicazione e divulgazione delle iniziative previste dal programma nella città di Matera (o nelle ulteriori località coinvolte dal programma *Matera 2019*)
- ☆ **giornate di attività: n. 4** (n. 2 week-end: sabato+domenica/concomitanza eventi interesse)
- ☆ i singoli servizi di fruizione realizzati durante ciascuna giornata **non si replicano nelle giornate successive**, ovvero sono **differenti e/o complementari** per tipologia, modalità di realizzazione, durata
- ☆ accoglienza e booking center al pubblico per tutta la durata del programma e coinvolgimento degli **Uffici Info-point della Rete Regionale** nelle località interessate dalle iniziative
- ☆ realizzazione di attività che coinvolgano **un numero potenziale di partecipanti non inferiore a 30** e ricorso a **guide turistiche abilitate** all'esercizio della professione.



DOTAZIONE FINANZIARIA: € 1.600.000,00 (IVA inclusa)

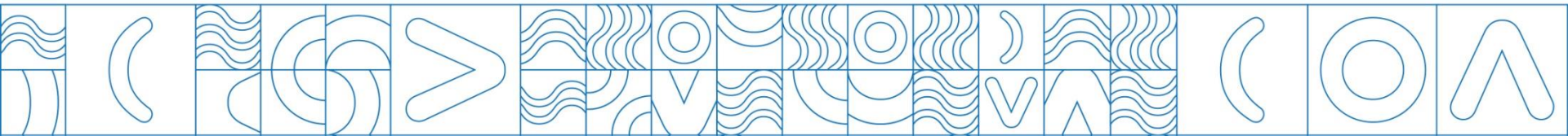
periodo A: **€ 800.000,00**

periodo B: **€ 800.000,00.**

Valore massimo delle offerte: **€ 22.000,00 (IVA inclusa).**

SOGGETTI AMMESSI A PRESENTARE OFFERTE: operatori economici (aziende) con sede legale in Italia o in altri Paesi UE o extra UE, con Partita IVA, impegnati nel campo della valorizzazione turistica e culturale, costituiti in forma giuridica, singola o associata.

In caso di **associazioni** o soggetti comunque diversi da ditte individuali/società/consorzi/RTI, la partecipazione al presente Avviso è possibile solo ove sia comprovata una specifica attività economica svolta sul mercato – coerentemente con gli scopi stabiliti nei rispettivi atti costitutivi o statuti – e ove gli stessi soggetti siano muniti di Partita IVA.



TERMINI E MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE OFFERTE:

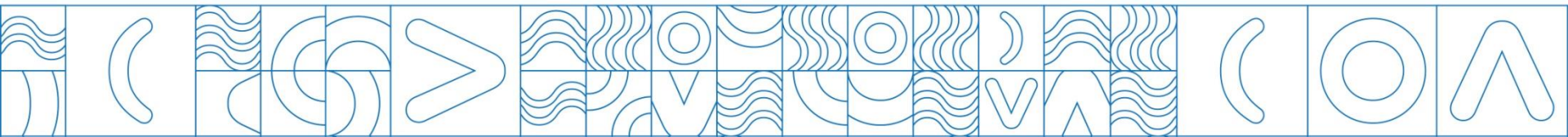
Periodo A: presentazione delle offerte dal 3 al 18 settembre 2018 entro le ore 12;

Periodo B: presentazione delle offerte dal 19 novembre al 4 dicembre 2018 entro le ore 12.

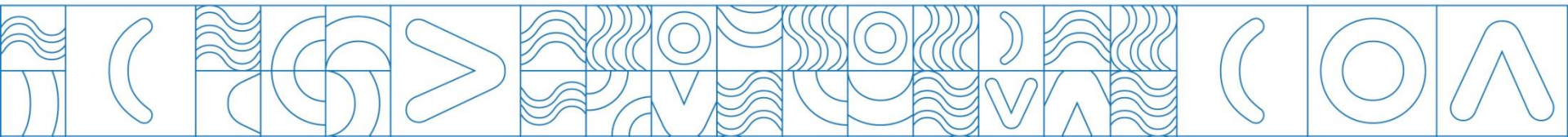
ATTENZIONE:

- ogni soggetto può presentare un'unica offerta per ciascun periodo
- l'offerta farà riferimento ad un solo ambito di intervento
- I singoli servizi di fruizione/animazione devono svolgersi prevalentemente all'interno di un unico ambito territoriale definito su base provinciale

AFFIDAMENTO DEI SERVIZI: ex art. 36, comma 2, lett. a), del D. Lgs. n. 50/2016 previa verifica integrale dei requisiti formali e sostanziali, idoneità qualitativa delle offerte, congruità del prezzo e rispondenza alle finalità dedotte nell'Avviso e alle scelte strategiche dell'Agenzia in tema di accoglienza e valorizzazione dell'offerta.



[Le risposte alle FAQ sul sito dell'Agencia](#)



LA RETE REGIONALE DEGLI UFFICI INFO-POINT TURISTICI (D.G.R. 876/2017)



Info-point della Rete Regionale (Comuni)

Avviso potenziamento Info-Point della Rete Regionale 2018/19

Burp n. 38 pubblicato il 15.03.2018

Periodo A (18 maggio 2018 - 9 settembre 2018)

Spesa totale **€ 1.035.485,06**

Comuni finanziati: **n. 67**

Interventi: **prolungamento orari, animazione on-site, attività comunicazione/promozione**

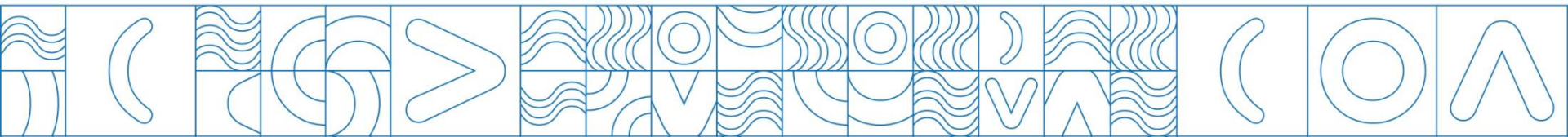
- ✓ *Le attività sono in chiusura. Il monitoraggio e la valutazione dei risultati si concluderanno nel mese di dicembre 2018.*

Gate: porti e aeroporti

Potenziamento accoglienza presso **aeroporti di Bari e Brindisi**

Infrastrutturazione info-point presso **porto di Bari** e servizio on-desk presso **porto di Brindisi**

- ✓ *Le attività nei **porti** sono in chiusura (concomitanza flussi crocieristici). Il monitoraggio e la valutazione dei risultati si concluderanno nel mese di novembre 2018.*
- ✓ *Potenziamento accoglienza presso il **porto di Taranto (2019)***



Accoglienza digitale

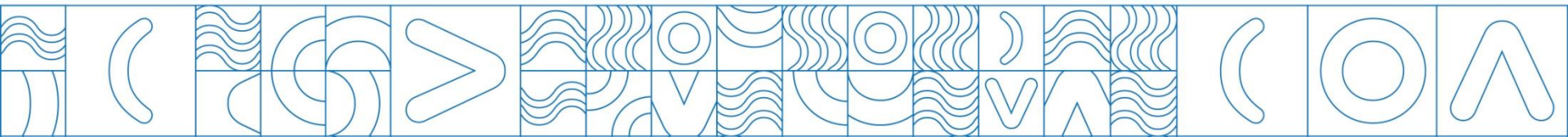
Progetto-pilota **WayTo Puglia**

A supporto dei Comuni titolari di Info-Point n. **80 centraline hot-spot** che in queste ore forniscono:

*connettività gratuita
info su fruibilità territorio
report e statistiche/profilazione degli utenti*

Le attività sono in chiusura. Primi risultati (46 bluedoor, periodo 30 maggio-14 agosto):

88.460 accessi complessivi sul territorio regionale
ranking: **Polignano a Mare** n. 5.125 accessi, **Vieste**
n. 4.092 accessi
nazionalità utenti: 75% di essi proviene dall'Italia, il
restante 25% proviene da Spagna, Grecia, Inghilterra,
Olanda, Francia, Germania, Polonia, Bulgaria,
Finlandia, Danimarca, Repubblica Ceca, Turchia,
Russia.

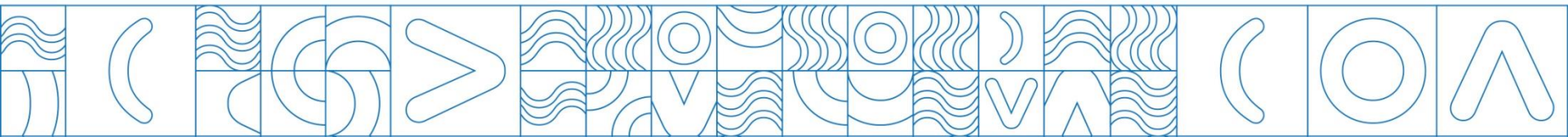


Info e contatti:

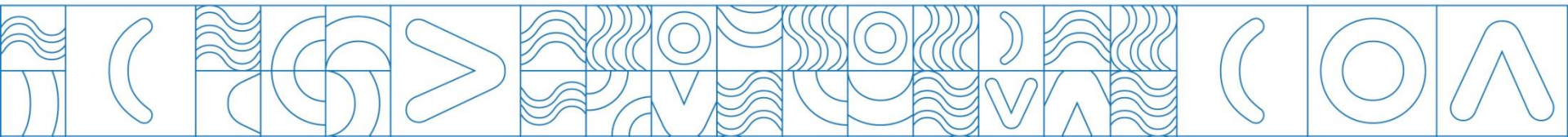
Sito istituzionale Pugliapromozione
www.agenziapugliapromozione.it

Area Valorizzazione
www.agenziapugliapromozione.it/portal/web/guest/valorizzazione

E-mail
valorizzazione@viaggiareinpuglia.it



COMUNICAZIONE

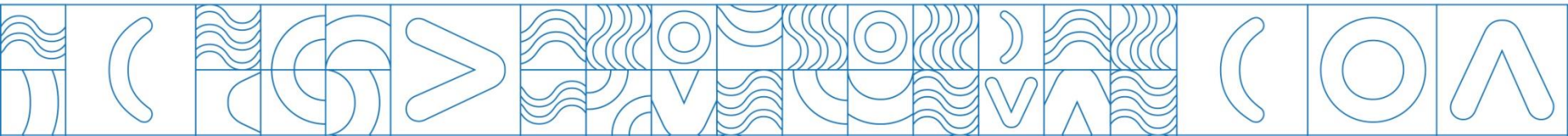


Comunicazione

Comunicare la Puglia è una sfida per il territorio e per i suoi attori.

Il progetto pone in essere una serie di misure destinate al pubblico dei viaggiatori come utenti finali **dell'esperienza turistica** attuale e digitale, considerati come cittadini temporanei e cittadini permanenti del territorio pugliese.

Obiettivo primario è quello di rafforzare il brand su segmenti specifici in termini di prodotto, rivolgendosi al cittadino, al viaggiatore nazionale e al viaggiatore internazionale.



PIANO DI COMUNICAZIONE 2018

OBIETTIVO 1

Incremento
brand awareness/
brand
reputation

- Campagne digital e social

OBIETTIVO 2

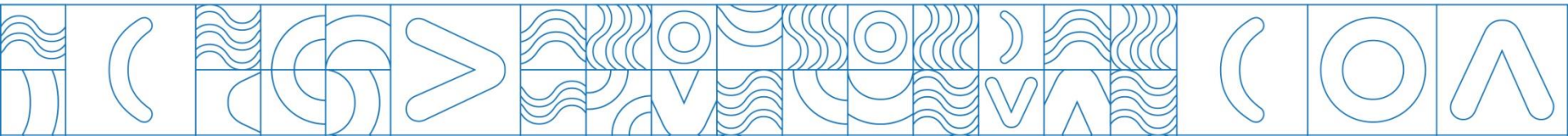
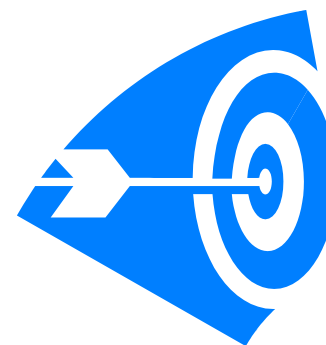
Consolidamento
Brand awareness
e reputation
Rinnovamento
brand image

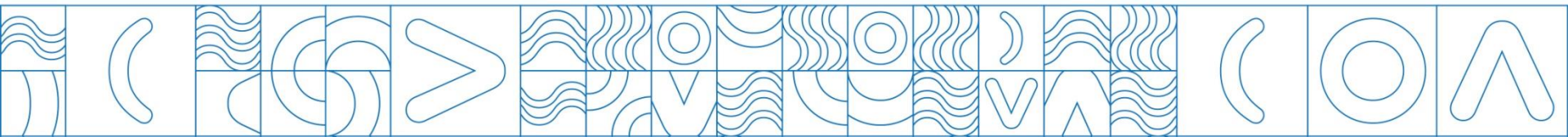
- Campagne istituzionali on e off line

OBIETTIVO 3

Governance empowerment
Migliorare la
partecipazione
degli stakeholder
di settore

- Informazione agli operatori





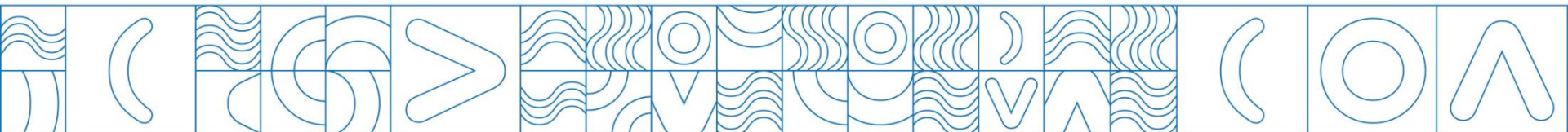
**ECOSISTEMA DIGITALE
DEL TURISMO**

Campagne di destinazione  

- Youtube & Google
- Universal App campaign
- Informazione DMS
- Social media Adv

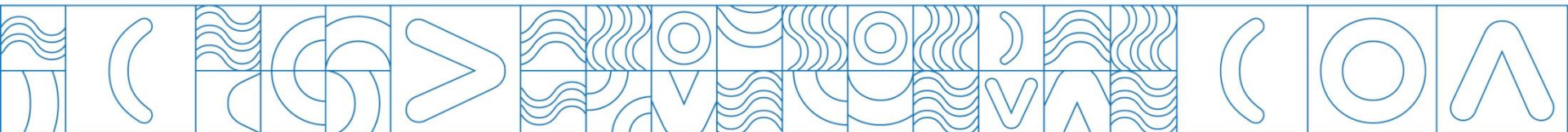
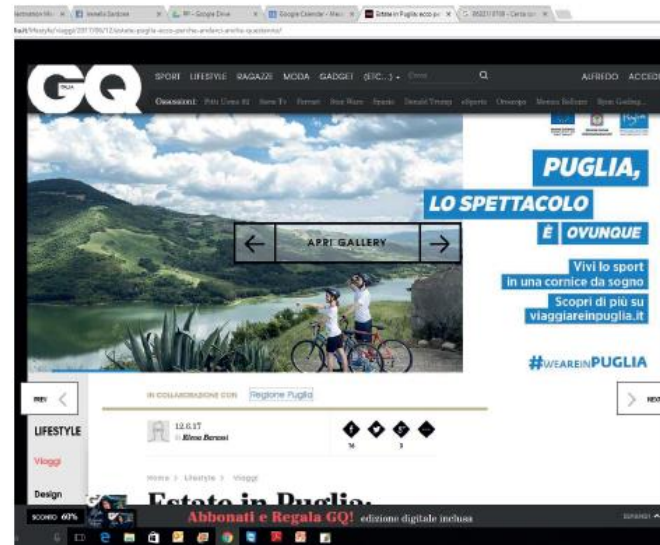


viaggiareinpuglia.it



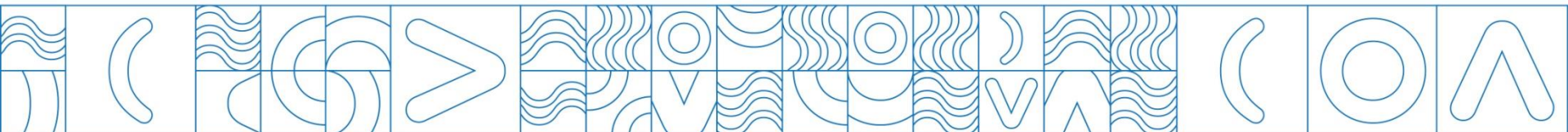
Piano di comunicazione della destinazione

- Maxi affissioni
- Aeroporti di Puglia
- Redazionali stampa specializzata
- Redazionali on line
- Banner web, Video Youtube/
Facebook/Instagram/Expedia
- Influencing marketing
- Diffusione Italia /estero



Piano di comunicazione degli eventi

- Dipartimento Cultura – Bandi per il sostegno alle attività culturali, spettacolo dal vivo, teatro e danza
- Distribuzione miniguide alla rete degli info point
- Accordo di cooperazione con Apulia film commission e Teatro Pubblico Pugliese



Piano di comunicazione
Social media

@WeAreinPuglia
destinazione turistica

@Puglia365
Piano strategico
del turismo

@PugliaEvents
Eventi come
attrattori turistici

#WeshowPuglia

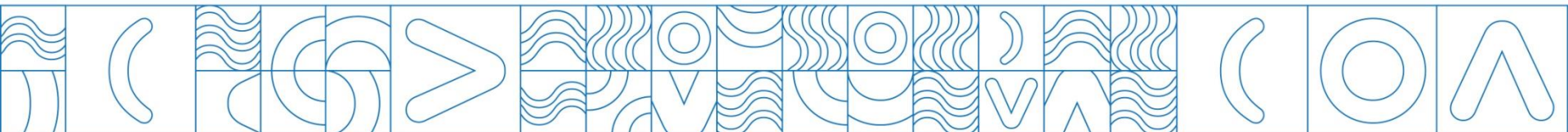
Tre influencer pugliesi che
coinvolgono le community locali



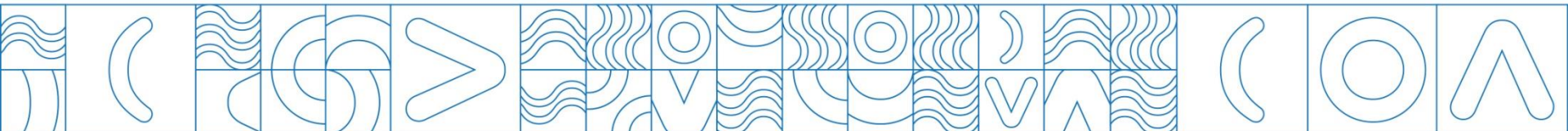
RISULTATI ORGANICI

Blogpost, foto, video,
dirette streaming per
un totale di:

- 5 eventi raccontati
- Circa 4 milioni di account raggiunti
- Forte incidenza delle stories IG
- 4 milioni di visualizzazioni dei contenuti

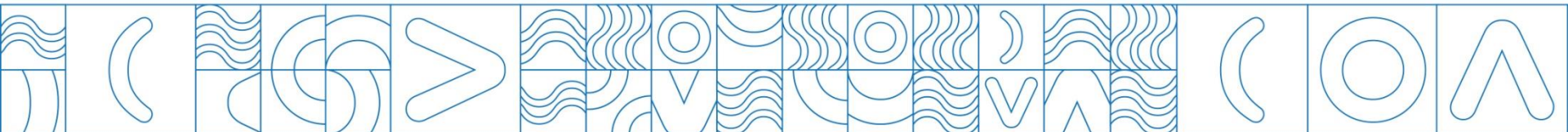
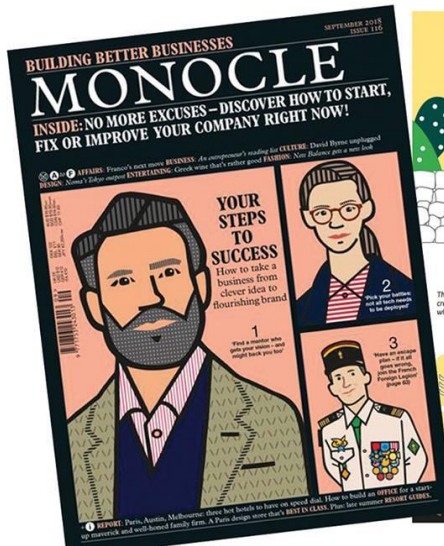


La Community WeareinPuglia



Bandi e avvisi

Media plan Italia e estero

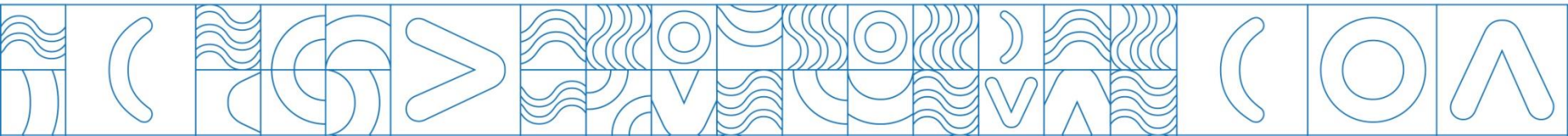


Comunicazione: conclusioni

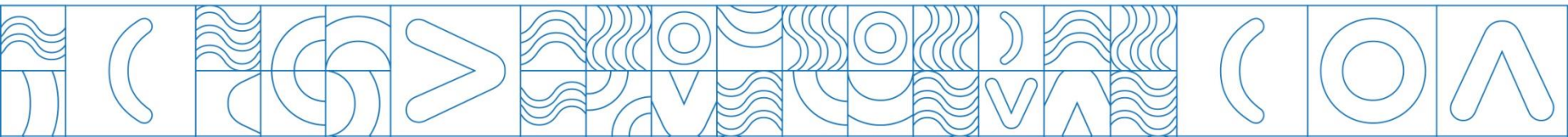
Il progetto **Comunicazione** punta alla condivisione di strategie e buone prassi comuni per influenzare le scelte dei turisti potenziali nelle fasi del viaggio:

- Il sogno
- La pianificazione
- l'acquisto
- l'esperienza.
- la condivisione

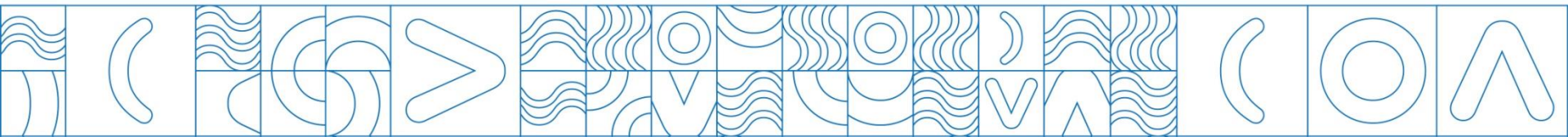
Il successo dell'hashtag **WeareinPuglia** dimostra quanto sia importante creare sinergie con il territorio, e con tutti gli attori che proattivamente promuovono la **Puglia** come destinazione di viaggio.



#bettertogether!

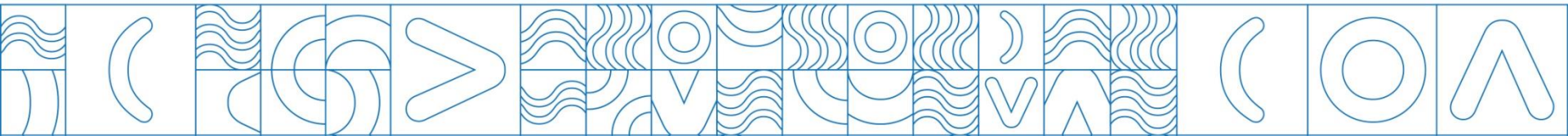


PROMOZIONE



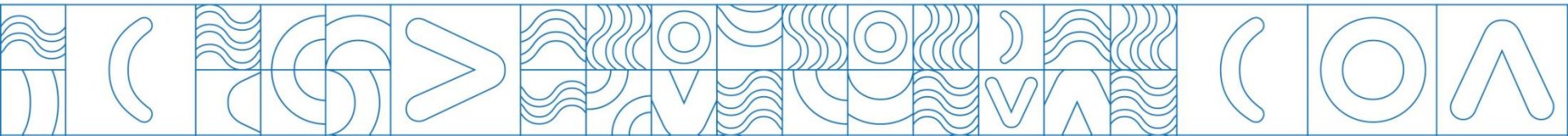
Promozione della Destinazione Puglia

- ✓ **Sviluppare azioni sistematiche di promozione business to business per valorizzare i fattori identitari del sistema delle imprese pugliesi, con specifiche attività di supporto alla commercializzazione dei prodotti turistici regionali;**
- ✓ **Accrescere l'awareness del brand Puglia e dei suoi prodotti, in un'ottica innovativa focalizzata sulle nuove esperienze di viaggio in Puglia attraverso azioni business to consumer;**



Promozione della Destinazione Puglia

- ✓ **Differenziare le attività di promozione in base ai prodotti e ai mercati, italiano ed esteri, cui proporre l'offerta turistica regionale;**
- ✓ **Pianificare interventi formativi per il sistema delle imprese turistiche pugliesi, al fine di qualificare l'offerta turistica da proporre sui mercati;**
- ✓ **Integrare le azioni di innovazione e ricerca derivanti dall'Osservatorio Turistico regionale;**

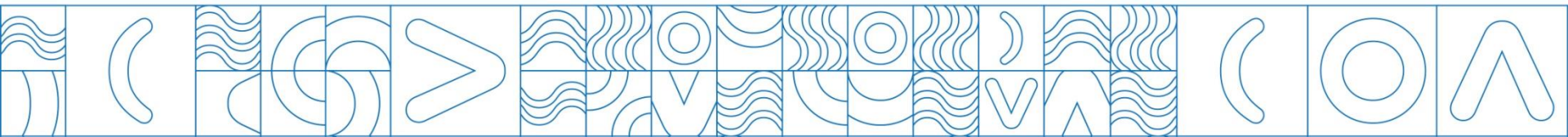


Promozione della Destinazione Puglia

Il progetto prevede la realizzazione di attività di promozione della destinazione Puglia, in Italia e all'estero, mediante le seguenti macro tipologie di azioni:

Fiere e Workshop

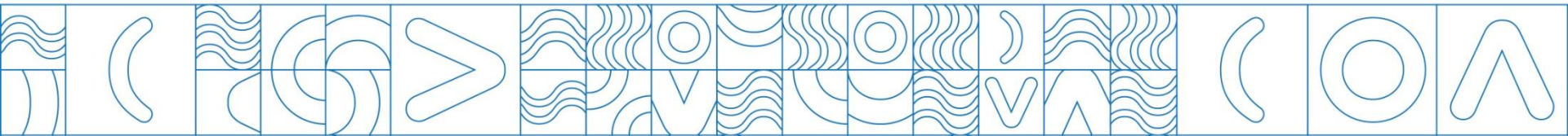
- ✓ Fiere di settore
- ✓ Workshop business to business
- ✓ Buy Puglia Tour
- ✓ Buy Puglia



Promozione della Destinazione Puglia

Fiere di settore

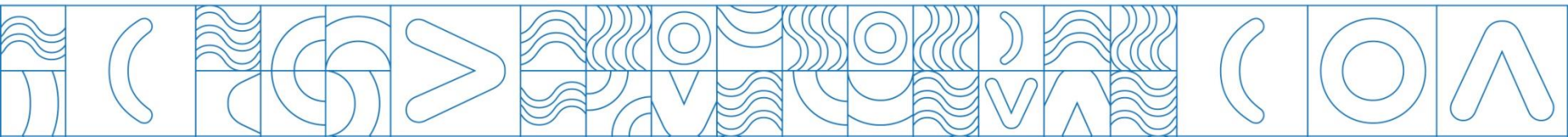
- ✓ TOURISM EXPO JAPAN, Tokyo 20 – 23 settembre- ENIT
- ✓ TOP RESA, Parigi 25 – 28 settembre
- ✓ WTE UNESCO, Siena 28 – 30 settembre
- ✓ TTG, Rimini 10 – 12 ottobre
- ✓ WTM, Londra 5 – 7 novembre
- ✓ TT Warsaw, Varsavia 22 – 24 novembre
- ✓ IBTM, Barcellona 27 – 29 novembre - ENIT
- ✓ ILTM, Cannes 3 – 6 dicembre



Promozione della Destinazione Puglia

Piano Fiere 2019

- ✓ FOIRE VAKANZ, Lussemburgo 18-20 gennaio
- ✓ FITUR, Madrid 23-27 gennaio - ENIT
- ✓ SALON DES VACANCES, Brussels 7-10 febbraio
- ✓ BIT, Milano 10-12 febbraio
- ✓ BTM, Lecce 22-24 febbraio
- ✓ ITB, Berlino 6-10 marzo
- ✓ MITT, Mosca 12-14 marzo – ENIT
- ✓ BTO, Firenze, 20-21 marzo
- ✓ ATM, Dubai 28 aprile-1 maggio ENIT
- ✓ IMEX, Francoforte 21-23 maggio - ENIT
- ✓ TOURISM EXPO, Tokyo 20-23 settembre*
- ✓ IFTM top resa, Parigi 25-28 settembre*
- ✓ TTG, Rimini 10-12 ottobre*
- ✓ WTM, Londra 5-7 novembre*
- ✓ IBTM, Barcellona 27-28 novembre - ENIT*
- ✓ ILTM, Cannes 3-6 dicembre*

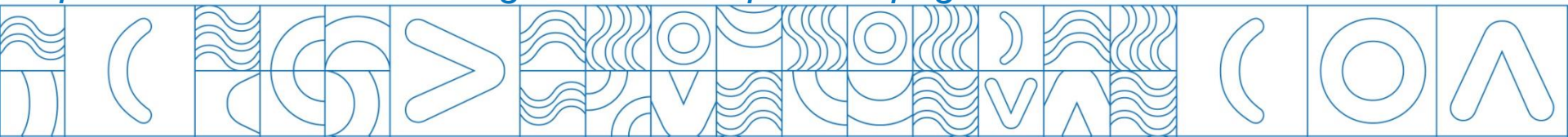


Promozione della Destinazione Puglia

Workshop

- ✓ ILTM Latin America, San Paolo 8 - 11 maggio
- ✓ ILTM Asia Pacific, Singapore 21- 24 maggio
- ✓ ENIT workshop, Madrid 21 giugno
- ✓ PURE LIFE EXPERIENCES, Marrakech 9 -13 settembre
- ✓ ILTM North America, Cancún 24 - 27 settembre
- ✓ CONNECTIONS ADVENTURE, Lubiana 28 – 31 ottobre
- ✓ ILTM China, Shangai 31 ottobre – 2 novembre
- ✓ MEET THE BEST, Milano 15 - 17 novembre
- ✓ ILTM China, Shangai 31 ottobre - 2 novembre

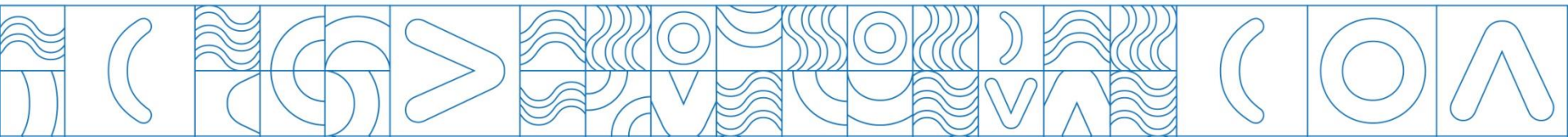
Ulteriori iniziative sono in fase di valutazione e la partecipazione si realizzerà in presenza di un numero significativo di operatori pugliesi aderenti



Promozione della Destinazione Puglia

Workshop 2019

- ✓ ILTM Arabia, Dubai 28-29 aprile
- ✓ ILTM Latin America, San Paolo 14-17 ,maggio
- ✓ ILTM Asia Pacific, Singapore 27-30 maggio
- ✓ ILTM North America 24-27 settembre*
- ✓ ILTM China, Shangai 31ottobre-2novembre*
- ✓ Travelux club, Venezia 24-27 marzo
- ✓ PURE Life Experiences, Marrakech 9-13 settembre*
- ✓ Le Miami, 17-20 giugno2019
- ✓ EMOTIONS, Buenos Aires 5-8 maggio
- ✓ EMOTIONS, Brooklyn 19-21 agosto
- ✓ EMOTIONS, Barcelona 11-14novembre*
- ✓ Connections Luxury, Costa Del Sol 17-20 febbraio
- ✓ Private Luxury forums, Istanbul 29 maggio-1 giugno
- ✓ Private Luxury forums, Palm Beach 23-26 giugno
- ✓ Private Luxury forums, Tenerife 6-9 ottobre
- ✓ MICE & INCENTIVE forums, Malmo 12-14 febbraio
- ✓ MICE & INCENTIVE forums, Sibenik - Croazia 19-22 giugno
- ✓ MICE & INCENTIVE forums, Stoccolma 7-11 luglio
- ✓ MICE & INCENTIVE forums, vienna 22-26 settembre



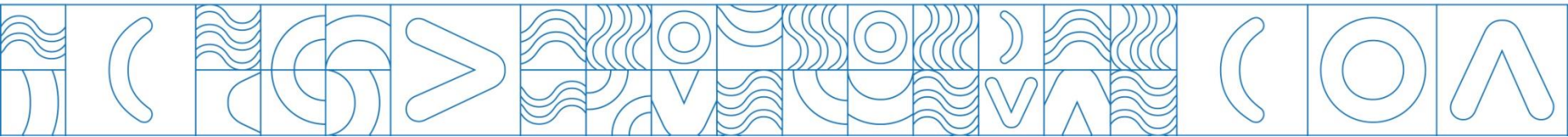
Promozione della Destinazione Puglia

Buy Puglia Tour 2018 - 2019

Organizzazione di eventi di promozione **B2B e B2C**, in 14 capitali europee collegate con voli diretti o comunque rappresentative di mercati target per la Puglia: Inghilterra, Germania, Francia, Polonia, Spagna, Scandinavia, Stati Uniti, Russia, Repubblica Ceca, Ungheria, Lettonia, Bulgaria, ecc.

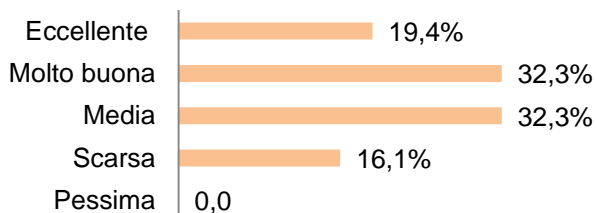
Le prime tappe in programma:

Mosca, Vilnius, Riga, Varsavia, Francoforte e Madrid.

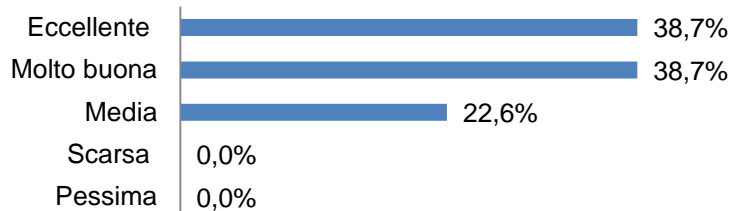


Buy Puglia Tour Seller Satisfaction

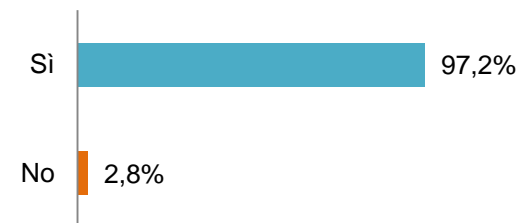
Qualità ed efficacia degli incontri in agenda:



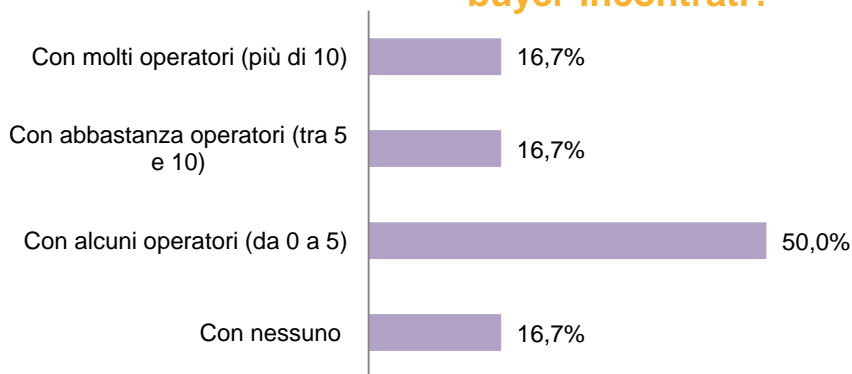
Organizzazione complessiva dell'evento:



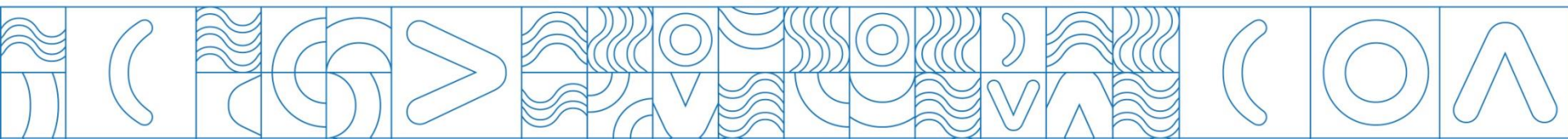
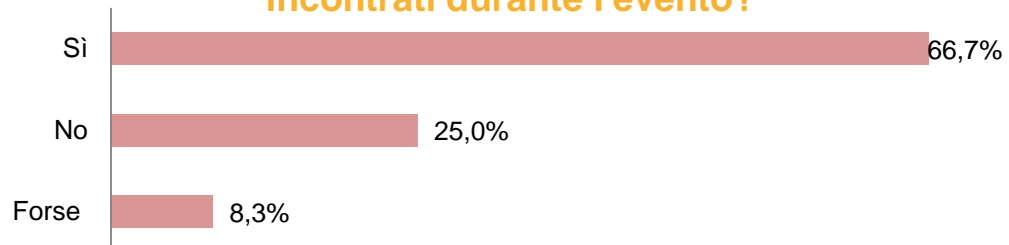
Utilità di Buy Puglia tour



Hai mantenuto relazioni commerciali con i buyer incontrati?



Sono in corso o hai avviato contratti commerciali tra la tua attività e gli operatori incontrati durante l'evento?

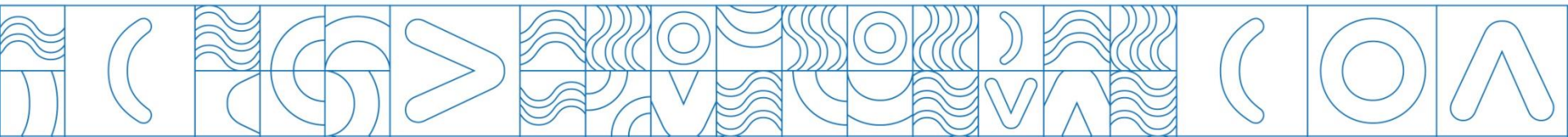


Promozione della Destinazione Puglia

Buy Puglia VI edizione, 22-26 Ottobre 2018

Organizzazione della sesta edizione dell'evento internazionale **Buy Puglia Meeting & Travel experience.**

La tradizionale formula degli itinerari tematici previsti in tutta la Puglia e le attività del B2B saranno affiancate, per il secondo anno, dalla giornata di formazione per gli operatori **Buy Puglia Education** e dalla presentazione delle opportunità di investimento in Puglia nel Real Estate, **Buy Puglia Investment.**

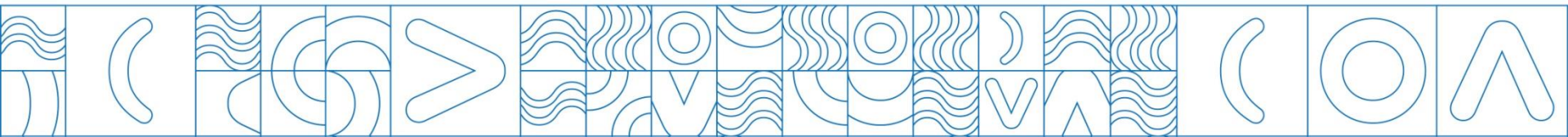


Promozione della Destinazione Puglia

Promozione della destinazione in co-marketing

- ✓ **Co-marketing con tour operator e compagnie aeree**
Progettazione di eventi e iniziative di promozione a sostegno delle attività svolte da tour operator e compagnie aeree che operano verso la Puglia.
- ✓ **Promozione della destinazione nell'ambito di grandi eventi**
Promozione del Brand Puglia attraverso forme di partnership e co-marketing per la partecipazione a grandi eventi nazionali e internazionali

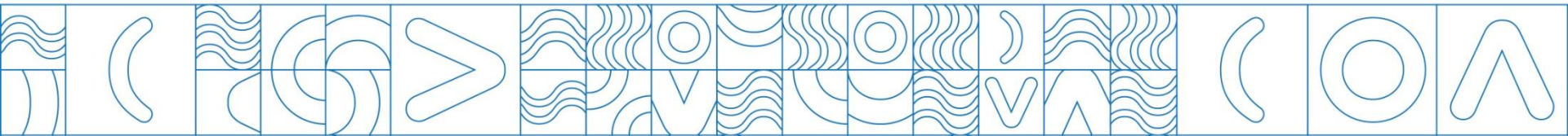
Il co-marketing è una formula particolarmente efficace per aumentare la brand awareness della destinazione, legandola sia a manifestazioni e/o brand di notorietà internazionale sia a specifiche nicchie di mercato.



Promozione della Destinazione Puglia

Educational tour, servizi di ospitalità e accoglienza

- ✓ Azioni di promozione integrate da un programma di educational tour, servizi di ospitalità e accoglienza per giornalisti, tour operator, travel blogger e influencer.



Promozione della Destinazione Puglia

Educational tour, servizi di ospitalità e accoglienza

Ad aprile Pugliapromozione ha approvato l'Avviso Pubblico per l'acquisizione di proposte di iniziative di ospitalità ed educational-tour per giornalisti, buyer, tour operator e agenti di viaggio, MICE manager, ecc., finalizzati a far conoscere gli attrattori turistici del territorio e l'offerta di settore in Puglia.

Sono stati individuati tre periodi di realizzazione degli Educational tour per l'annualità 2018 :

1)

PERIODO A: dal 25 maggio al 30 giugno 2018

2)

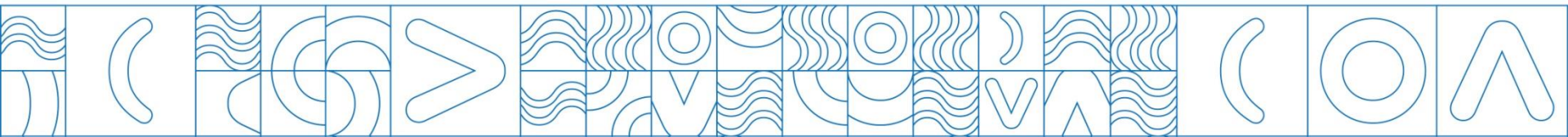
PERIODO B: dal 10 settembre al 31 ottobre 2018

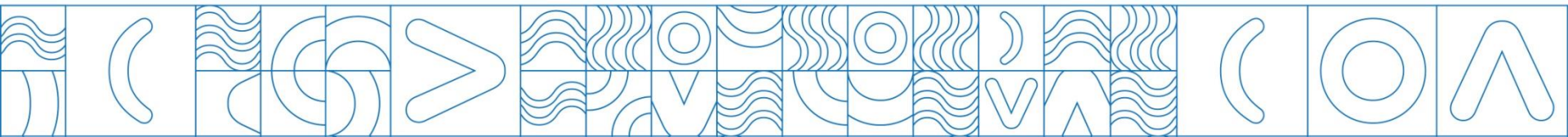
3)

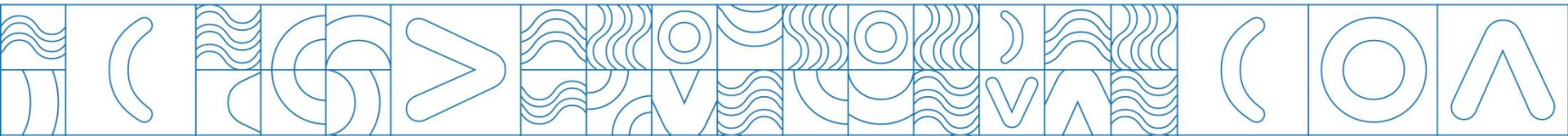
PERIODO C: dal 10 novembre al 16 dicembre 2018

Presentazione proposte dal 10 settembre al 15 ottobre 2018 ore 13.00 - Ad oggi l'unico slot aperto

L'Avviso ha validità fino al 16 dicembre 2018.





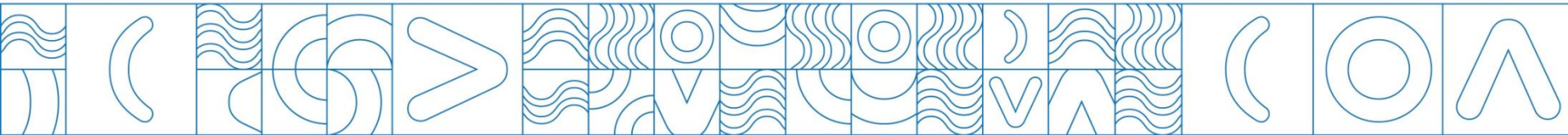
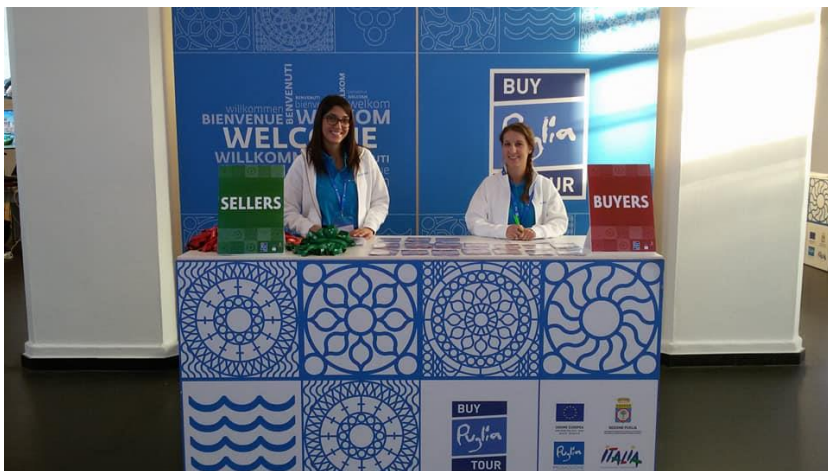


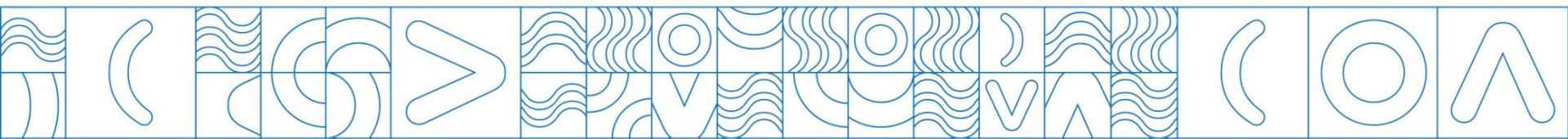
Piano strategico del turismo

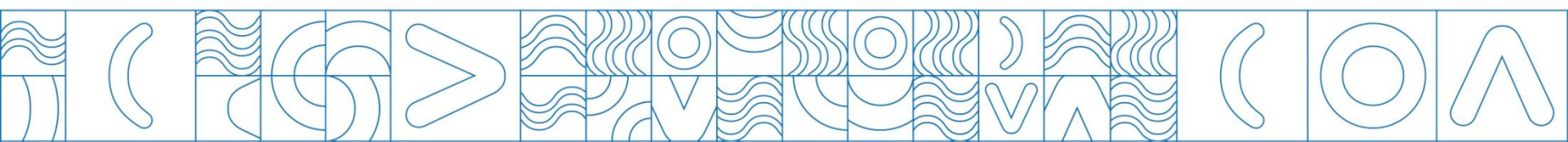
il viaggio continua

#PUGLIA365

www.agenziapugliapromozione.it





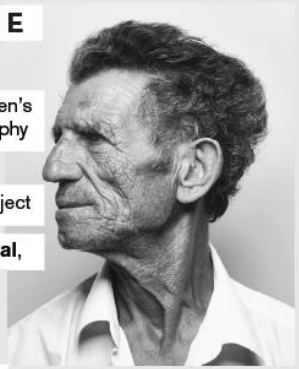


BEHIND EXCELLENCE

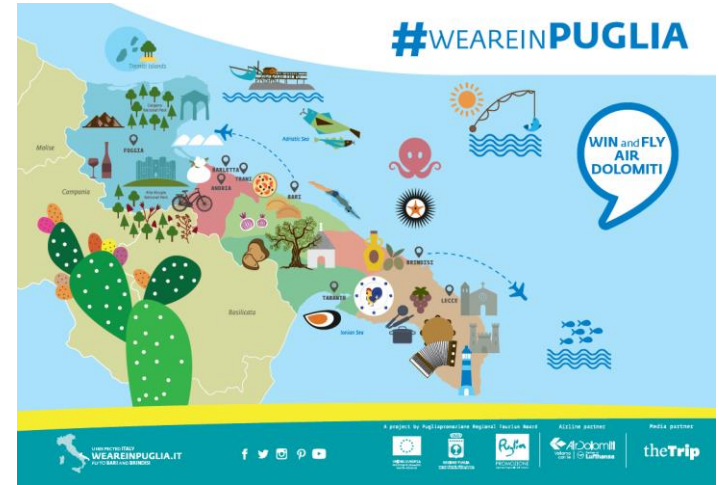
Neptune's Gladiators

Puglia invites you to discover the fishermen's faces from **Monopoli** through a photography exhibition in **Munich Airport**.

Behind Excellence is a photography project promoted by **Air Dolomiti** and **PhEST-International Photo Festival**, conceived to promote Italian territories through people's faces, creating excellence with their daily work.



When: September 6-30
Where: Art Gallery, Level 04-Terminal 2



La Puglia ha ispirato gli occhi e la mano dell'artista Vito Savino che, in questa tavola, ha interpretato un'inedita avventura oasi viaggio.

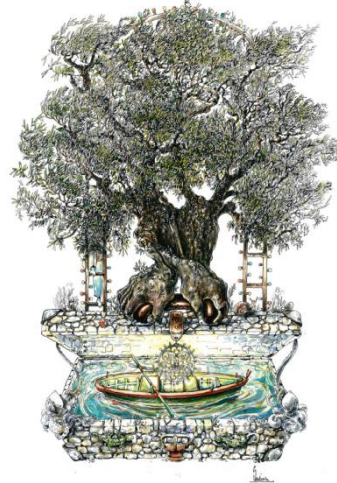
La foresta cromata di un ulivo secolare rivetta verso raito, e si ramifica nel sottosuolo tra le pietre squarrate di un muretto a secco. I simboli della campagna pugliese sono evocati da una valigia semi-aperta, ai cui intarsi riassume un geografo. La luce promana da una luna immaginaria, composta dalle luminarie delle feste popolari, con effetti cromatici vibranti e poetici. I sentacoli di un popolo adoraciano con voracità le estreme oasi valigie, sormontate da piumi, a ricomporre le savonarioni in ceramica che decorano i balconi dei centri storici.

Puglia, una valigia aperta ai sogni oasivagliatore.

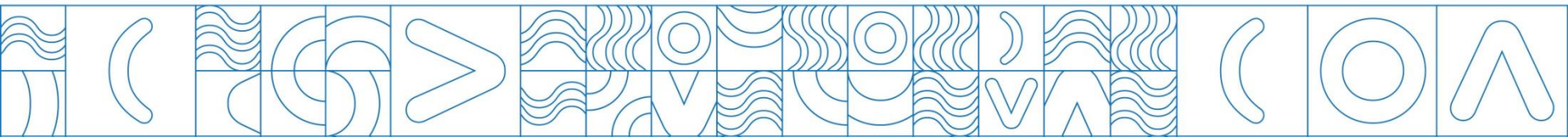
www.puglia.it/areinpuglia.it

WE ARE CREATIVE IN PUGLIA

HOLYSTIC



INNOVAZIONE





Booking.com



Cerco suggestioni e ispirazione

Cerco dove dormire e cosa mangiare

Cerco info su come arrivare



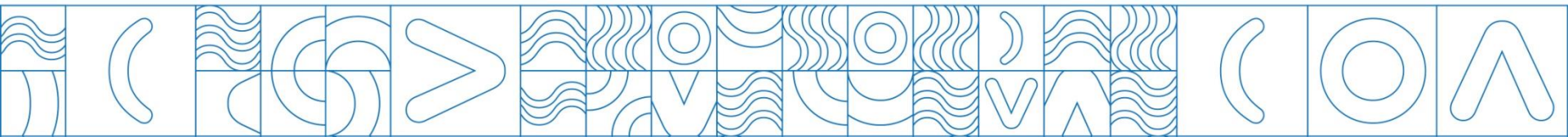
Cerco info sui trasporti su GoogleMaps

Cerco info su cosa fare



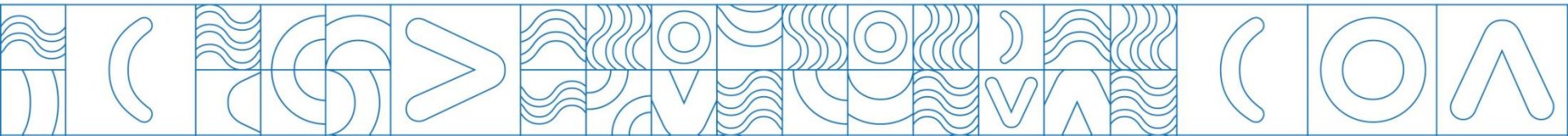
Cerco info di altri viaggiatori

Cerco consigli e incontri speciali

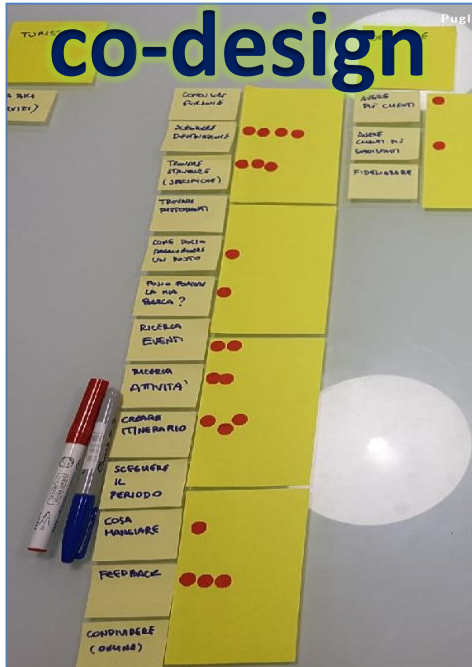


Andiamo incontro ai bisogni degli utenti:

- Chi sono i nostri turisti?
- Come convinciamo un utente a **scegliere** la Puglia come destinazione?
- Cosa vogliamo **raccontare** della Puglia?
- Come possiamo offrire al turista il **servizio giusto** per lui?
- Cosa possiamo fare per supportare le **agenzie di viaggio**?
- Come possiamo far incontrare al *buyer* giusto il *seller* giusto?
- Cosa fanno i turisti in Puglia? Come raccogliamo **feedback**?
- Come interveniamo nelle **community** di «Pugliesi nel mondo» o di nicchie specifiche (camperisti, motociclisti, buongustai, ecc.)



APP - VIP - DMS - CPS



Innovapuglia

- Indra
- Fifth Beat

Sito desktop/mobile



Visit Puglia Official App



APP – VIP - DMS - CPS



PUGLIADMS

DESTINATION MANAGEMENT SYSTEM
servizi per la gestione e la promozione
della destinazione turistica Puglia



ACCEDI

SCOPRI I PRODOTTI

SCEGLI I MERCATI

PARTECIPA A EVENTI E FIERE

PROMUOVI LA PUGLIA CON NOI

CERCA GLI OPERATORI TURISTICI

SPOT

CPS



Aree più utilizzate

Nome area più utilizzata 1

Nome area più utilizzata 2

Nome area più utilizzata 3

Nome area più utilizzata 4

Tool



Vai al tuo profilo



Gestione codice abbinamento



Gestione delegati



CPS



SPOT



Documenti di normativa



Promozione



Partecipazione a fiere



Educational

Informazioni utente



Aggiungi immagine

Nome operatore

Via Roma 1 70131 Bari BA

PIATTAFORMA DI INCONTRO VIRTUALE buyer/seller 365 giorni l'anno

#WEAREINPUGLIA



BUY PUGLIA

MATCHING PLATFORM
Discover Puglia highlights and
meet top local tourism suppliers



UNIONE EUROPEA



PUGLIA
REGIONE PUGLIA



REGIONE PUGLIA



Puglia
PROMOZIONE

Already Sign-up?

LOGIN

Welcome to BUYPUGLIA MATCHING PLATFORM

Fill in the registration form to discover Puglia highlights and meet top local tourism suppliers.

COMPANY

PRIVACY

Company Name*

Company Email*

Phone Number*



Country*



City*

Address*

Postal Code*

Website*

Company description*

You've been invited to BuyPuglia by*

Pugliapromozione



Describe your business (e.g. Tour Operator, Travel Agent, Travel Designer, etc.) What's your typical customer target? Do you already sell Puglia?

L'offerta online (con NOOVLE)



> Integrazione scheda Google MyBusiness



> Presenza su Google Maps

SEO+SEM

> Formazione SEO/SEM



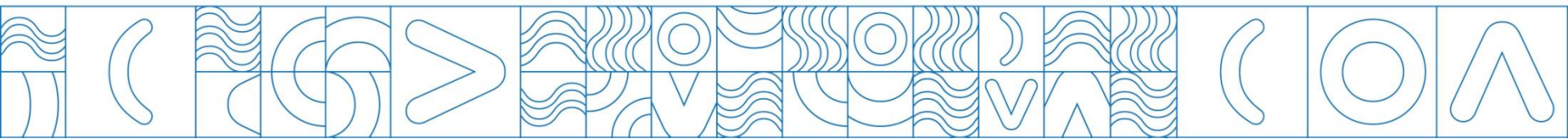
> Email periodiche personalizzate di analisi del profilo online

Promuovi la tua azienda con noi

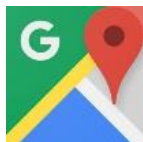
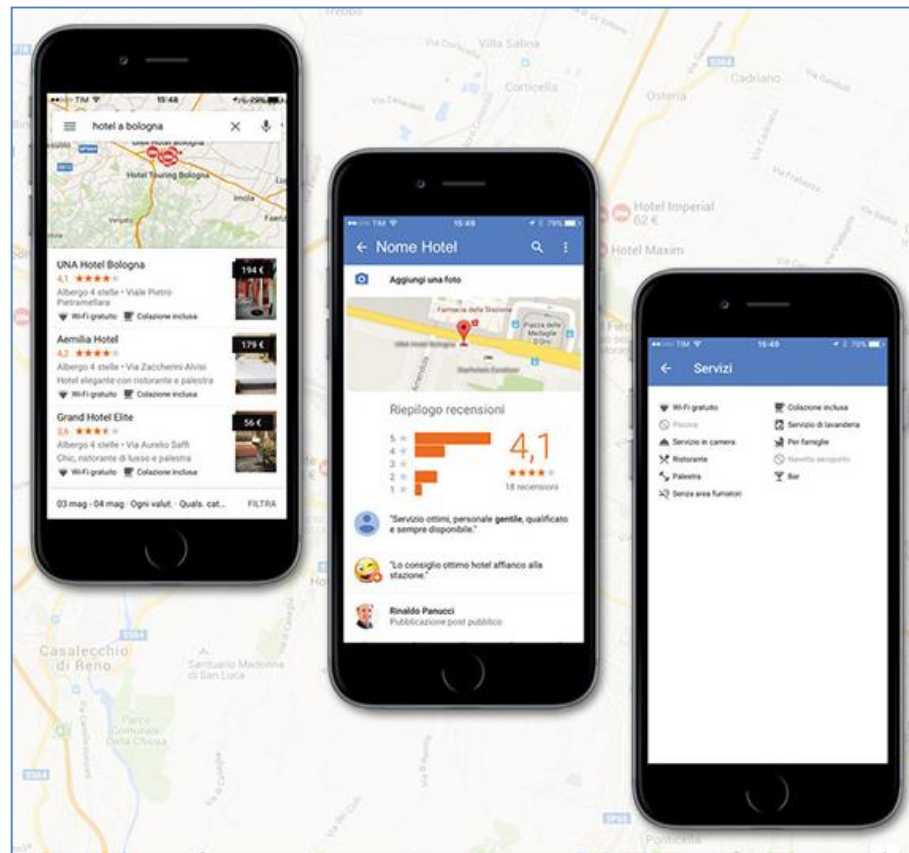
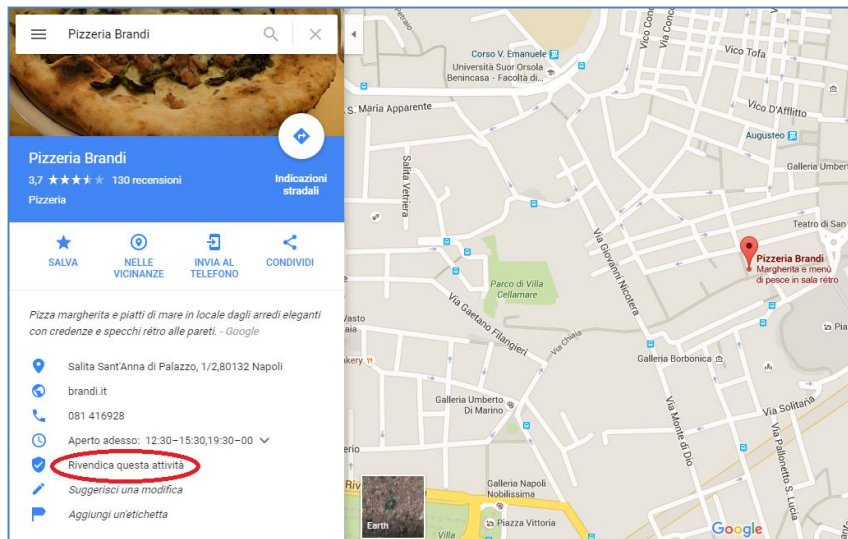


> Video tutorial

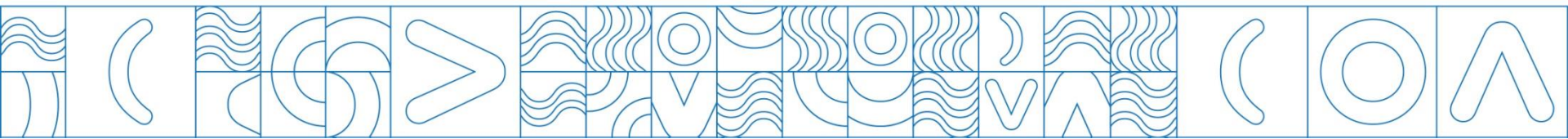
Coming soon > corso di formazione digitale su
TURISMO DIGITALE – Tecniche di marketing online
in collaborazione con le associazioni di categoria



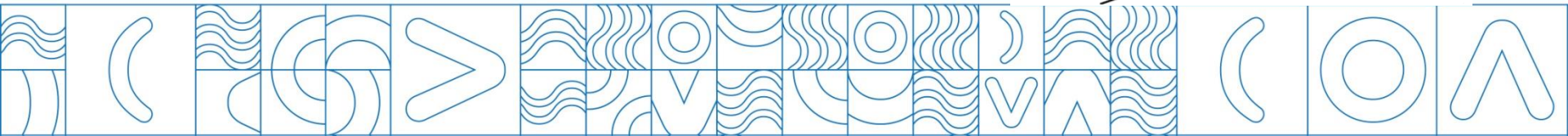
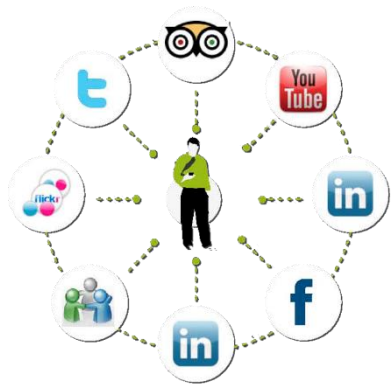
L'offerta online (con NOOVLE)



SEO + SEM



ANALISI E RICERCHE A SUPPORTO DELLE DECISIONI STRATEGICHE



ACQUISIZIONE E DIVULGAZIONE DATI

File View

Opened ▾

direzione_generale ▾

Saiku Analytics x

Cubi

Movimentazione_Mensile ▾

Misure Add

arrivi
partenze
presenze

Dimensioni

CLASSIFICAZIONE
COMPARTO
COMUNE (All)
Comune
NAZIONE ALLOGGIATO (All)
Nazione
PERIODO (All)
Anno
Mese
PROVENIENZA
PROVINCIA

Misure

arrivi
presenze

Colonne

PERIODO

Anno

Righe

COMUNE

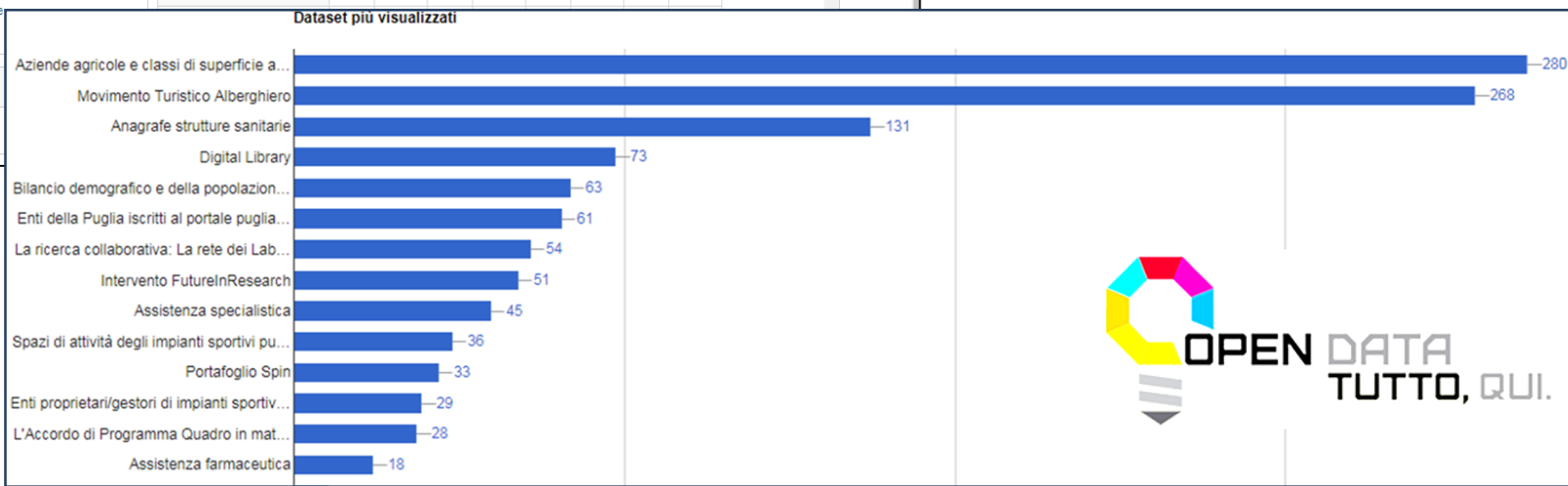
Comune

Filteri

You are using Saiku Community Edition, please consider upgrading to [Saiku Enterprise](#), or entering a [sponsorship agreement with us](#) to support development. Or [contribute by joining our community and helping other users!](#)

Info: 11:40 / 9 x 245 / 0.21s

Comune	2013		2014		2015		2016	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
ACCADIA	60	858	70	202	88	666	31	77
ACQUARICA DEL CAPO	65	647	151	696	120	632	136	704
ACQUAVIVA DELLE FONTI	329	733	344	814	497	1.011	807	2.427
ALBEROBELLO	99.190	205.455	97.332	192.632	100.999	197.712	108.556	208.231
ALBERONA	136	459	95	337	487	1.330	515	1.345
ALESSANO	1.524	8.038	1.556	5.415	1.808	7.640	1.873	6.298
ALEZIO	227	1.490	525	2.416	729	3.008	994	4.310
ALLISTE	2.457	11.388	2.744	12.781	3.063	13.803	3.846	17.500
ALTAMURA	8.349	15.145	8.544	16.490	9.875	19.070	11.709	21.358
ANDRANO	344	3.562	319	1.600	342	1.542	416	1.681
ANDRIA	10.739	20.728	11.054	20.600	13.547	25.700	17.619	33.678



ACQUISIZIONE E DIVULGAZIONE DATI



Agenzia Regionale del Turismo PUGLIAPROMOZIONE

Cerca



REGIONE PUGLIA

Home Amministrazione trasparente Albo Pretorio Governance SPOT CPS Area stampa News

SCOPRI
I PRODOTTI TURISTICI

ANALIZZA
I MERCATI

PARTECIPA A
EVENTI E FIERE

PROMUOVI
LA PUGLIA CON NOI

CERCA GLI
OPERATORI TURISTICI

Accedi al DMS >

Registrati >

INFORMATI SU

Destination Management System > PUGLIA 365 > Osservatorio

PUGLIA 365

Osservatorio

Comunicazione

Promozione

Valorizzazione

Innovazione

Progetti speciali

Normativa

Accordi e partnership

Osservatorio del turismo

In questa sezione del DMS è possibile reperire sia dati quantitativi sulla ricettività e sui flussi turistici della Puglia e delle sue aree turisticamente rilevanti, sia rapporti relativi a indagini e ricerche quali-quantitative sulla domanda e sull'offerta del sistema turistico pugliese. Tutti i documenti sono inseriti in tre sezioni distinte:

- ▶ **RAPPORTI (CONTIENE I RAPPORTI SUL TURISMO IN PUGLIA REALIZZATI DALL'OSSERVATORIO REGIONALE SUL TURISMO);**
- ▶ **INDAGINI E RICERCHE (CONTIENE I REPORT DEGLI STUDI REALIZZATI DALL'OSSERVATORIO O DA UNIVERSITÀ E DA ALTRI ENTI DI RICERCA);**
- ▼ **STATISTICHE (CONTIENE TABELLE DI SINTESI DEI PRINCIPALI INDICATORI TURISTICI REGIONALI);**

Anno di pubblicazione

2018 ▾

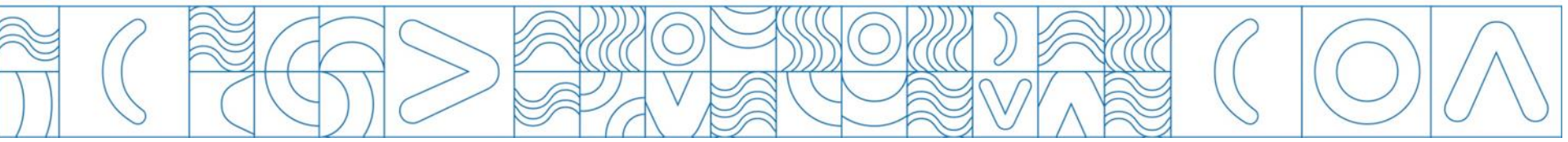
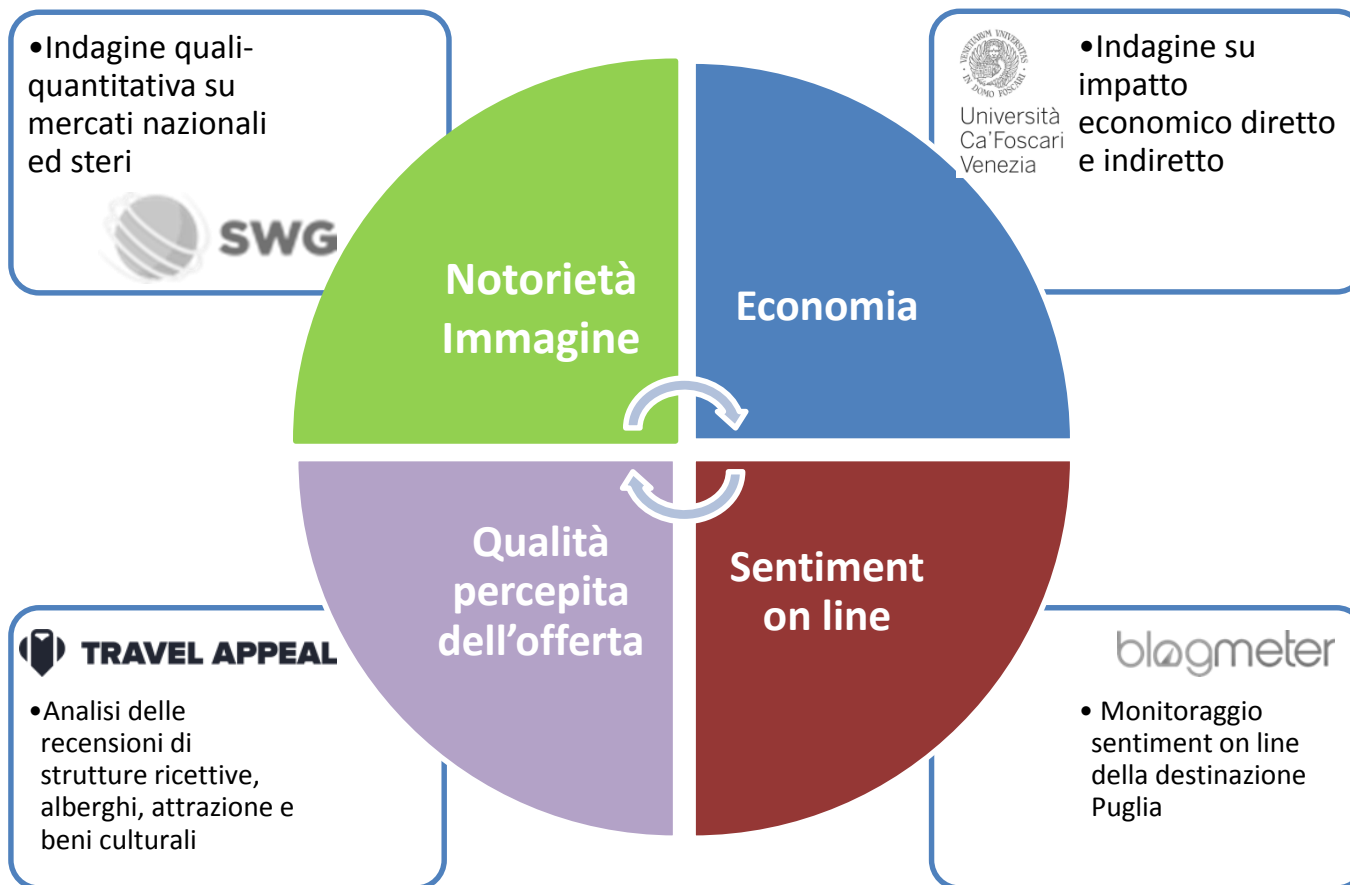
1 elemento trovato

Titolo	Descrizione	Data pubblicazione	Data scadenza	Scarica
I dati turistici regionali del 2017	Raccontano di un'economia solida e in espansione i dati del turismo in Puglia 2...	06.04.2018		Report dati comunali 2017 Report dati paese estero 2017 Report dati regione italiana Report dati tipologia ricettiva Report dati mese 2017 Report dati offerta ricettiva 2017

Ogni altra informazione può essere richiesta a osservatorio@viaggiareinpuglia.it

Per informazioni relative a SPOT (Sistema Puglia per l'Osservatorio Turistico), [clicca qui](#).

STUDI E RICERCHE



LA PERCEZIONE DELLA QUALITA' DELL'OFFERTA



PUGLIA ?

84.8%

▼-1.2% Rispetto ai 3 mesi precedenti

▲ Numero complessivo di strutture analizzate: 8770

📅 Ultimi 3 mesi ▼

📍 Provenienza turisti ▼

👤 Tipologia di turisti ▼

🗺 Tutte le lingue ▼

Analizza

RICETTIVITÀ ?

84.8%

▼-1.3% Rispetto ai 3 mesi precedenti

LOCALI E RISTORAZIONE ?

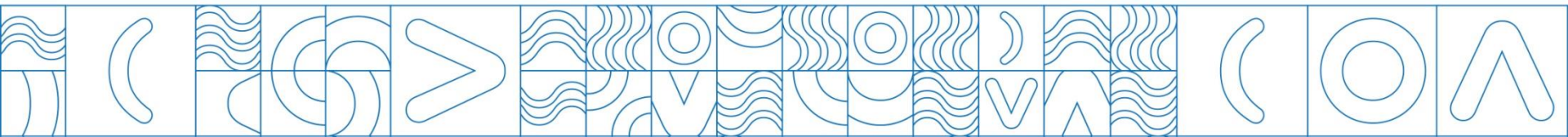
85.0%

▲0.3% Rispetto ai 3 mesi precedenti

MUSEI E ATTRAZIONI ?

87.4%

▼-7.2% Rispetto ai 3 mesi precedenti

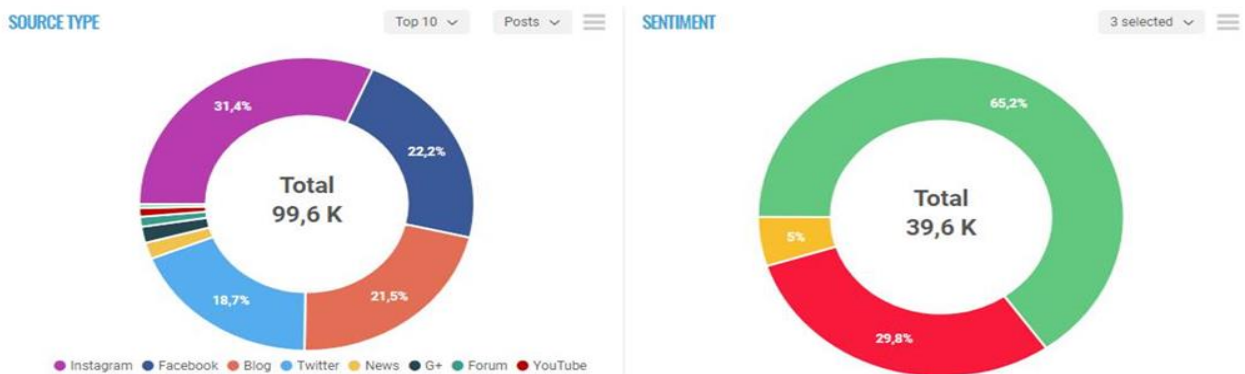


MONITORAGGIO CONVERSAZIONI ONLINE

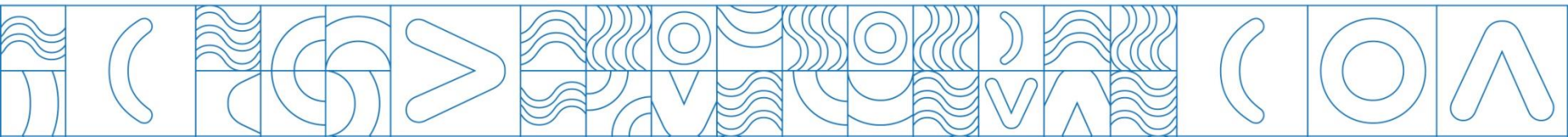


Monitoraggio del
sentiment on line

GALLIPOLI
(dal 01/06 al 30/06
2018)



blogmeter



DATI DELLE CELLE TELEFONICHE

Analisi dei dati provenienti dalle celle telefoniche al fine di monitorare le effettive presenze nella nostra regione e i relativi spostamenti per comprendere:

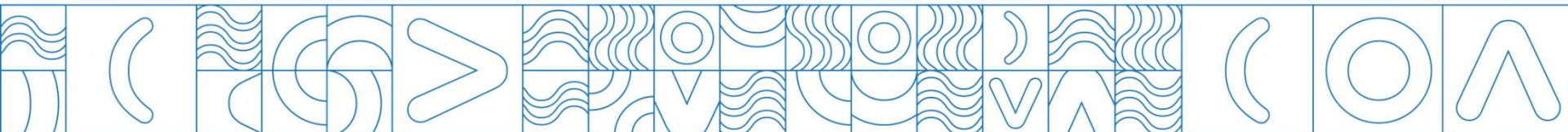
- Qual è il numero di persone rilevate all'interno dell' area di analisi?
- Quanti uomini e quante donne?
- Quanti italiani e quanti stranieri?
- Quanti business/consumer?
- Qual è la fascia di età?



PRESENZE

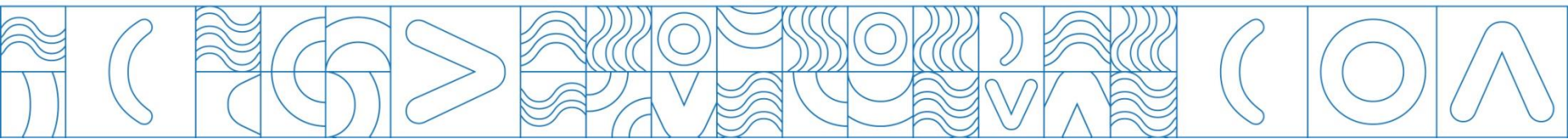


MOBILITA'

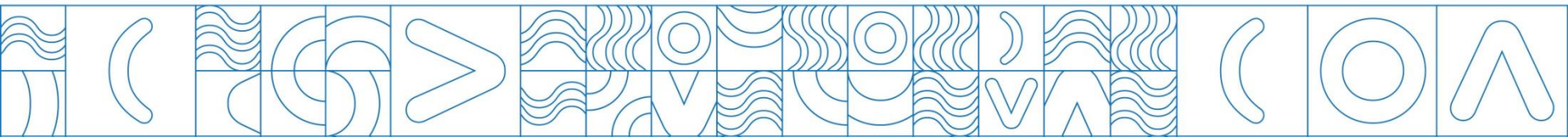




innovazione@viaggiareinpuglia.it
osservatorio@viaggiareinpuglia.it

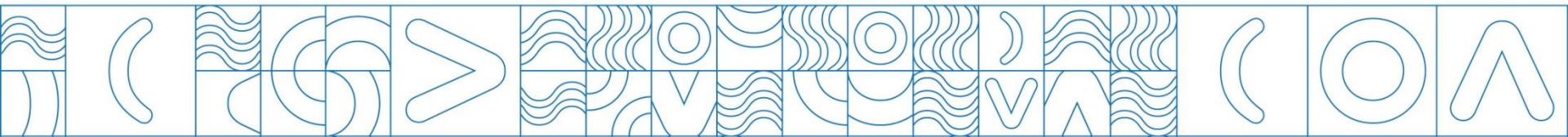


PRODOTTO



PRODOTTO

Per **prodotto turistico** si intende
l'insieme di **beni e servizi** di un territorio
che, messi a sistema,
compongono un' **offerta**
in grado di rispondere alle **esigenze** di
specifici segmenti della **domanda** turistica.



GLI ELEMENTI DELL' ECOSISTEMA

Attrazioni territoriali

Attrazioni naturali
Attrazioni antropiche

Il visitatore

Cittadini residenti
Cittadini temporanei

Sistema di trasporto

Mezzi di accesso alle località
Mezzi di mobilità all' interno delle località

Infrastrutture

Vie di accesso

PRODOTTO

Attori extraturistici

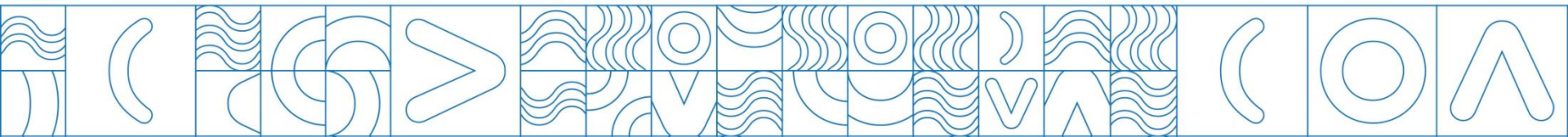
Servizi di sicurezza
Servizi sanitari
Servizi bancari

Attori turistici

Intermediazione
Strutture ricettive
Ristorazione
Accoglienza (infopoint, pro loco)
Fruizione (guide)

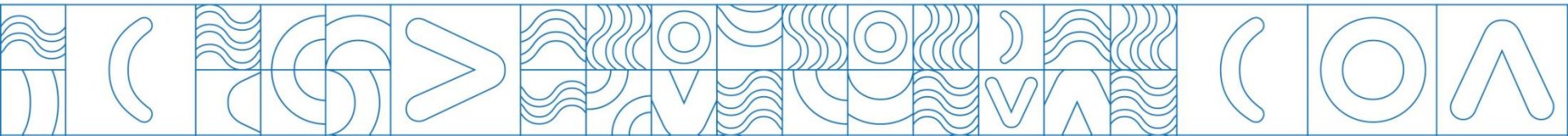
Istituzioni

Organi di governo
Istituzioni intermedie
Associazioni di categoria



OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Venire a conoscenza di tutte le realtà, relative alle aree di prodotto indicate, presenti sui territori
- Creare per ogni tipologia di prodotto una piattaforma dell'offerta esistente
- Lavorare sulla predisposizione di linee guida specifiche per elevare il livello di accoglienza e di promozione
- Attivare processi locali virtuosi per generare reti di imprese e aggregazioni private, che implementino il dinamismo commerciale sui mercati
- Ampliare la collaborazione tra gli operatori turistici, gli Enti locali e la Regione Puglia
- Favorire la nascita di agenzie territoriali di sviluppo del marketing turistico

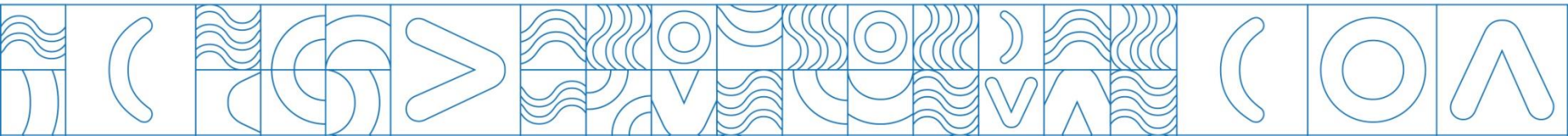


I PRODOTTI TURISTICI PUGLIESI

ARTE e CULTURA
MICE e WEDDING
ENOGASTRONOMIA
NATURA SPORT e BENESSERE

EVENTI e INTRATTENIMENTO
MARE
TRADIZIONE e SPIRITUALITA'

(Strutture ricettive profilate sul DMS: Mare 532, Enogastronomia 490, Arte e cultura 450, Natura, sport e benessere 375, Tradizione e spiritualità 235, Eventi e intrattenimento 228, MICE e Wedding 137)



DINAMICHE OPERATIVE

GIUGNO

Selezione Esperti Prodotto

Roberta **GARIBALDI** (ENOGASTRONOMICO)

Fabiola **SFODERA** (ARTE e CULTURA)

Pierfelice **ROSATO** (NATURA, SPORT e BENESSERE)

LUGLIO

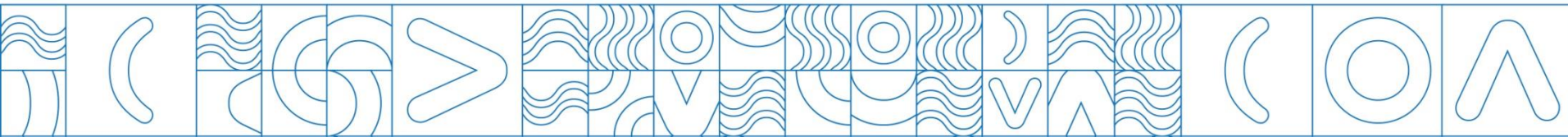
Incontri con le strutture degli Assessorati Regionali competenti, Agenzie e Stakeholder.

SETTEMBRE
OTTOBRE

Focus territoriali con Associazioni, Enti e Operatori.

OTTOBRE
NOVEMBRE

Analisi primi dati emersi e sviluppo strategie territoriali di aggregazione per prodotto. Presentazione report (Buy Puglia, Bari 25 Ottobre, FdL)



GRAZIE

