



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo



# RELAZIONE ANNUALE DEL **DIRETTORE GENERALE**

ANNO **2023**

**ARET PUGLIAPROMOZIONE**  
*Direzione Generale*

[agenziapugliapromozione.it](http://agenziapugliapromozione.it)  
[direzione.generale@aret.regione.puglia.it](mailto:direzione.generale@aret.regione.puglia.it)

Fiera del Levante, PAD. 172  
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411  
Fax +39 080 5821429

**Uffici Amministrativi**  
Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari  
Tel/fax +39 080 5242361

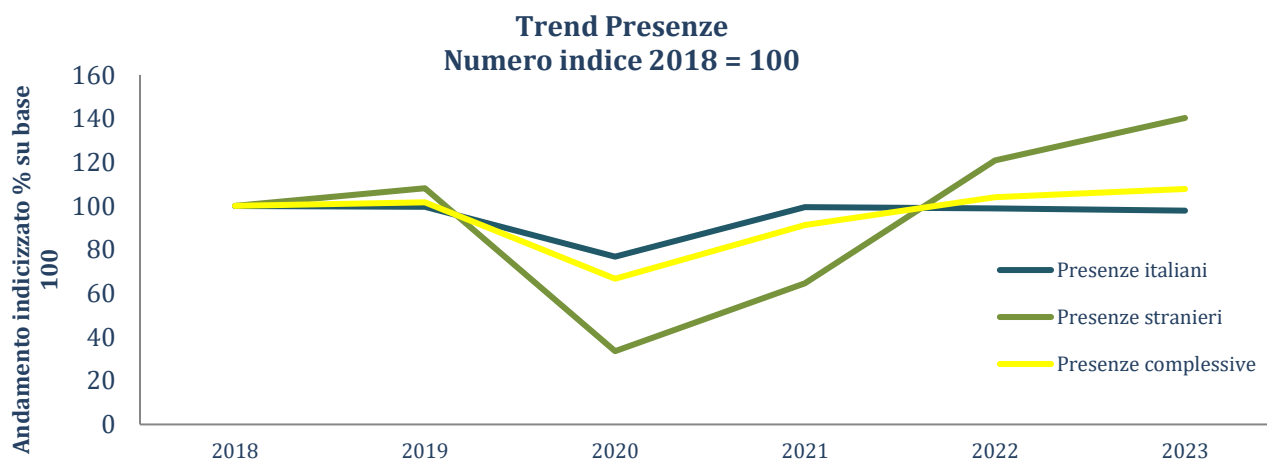
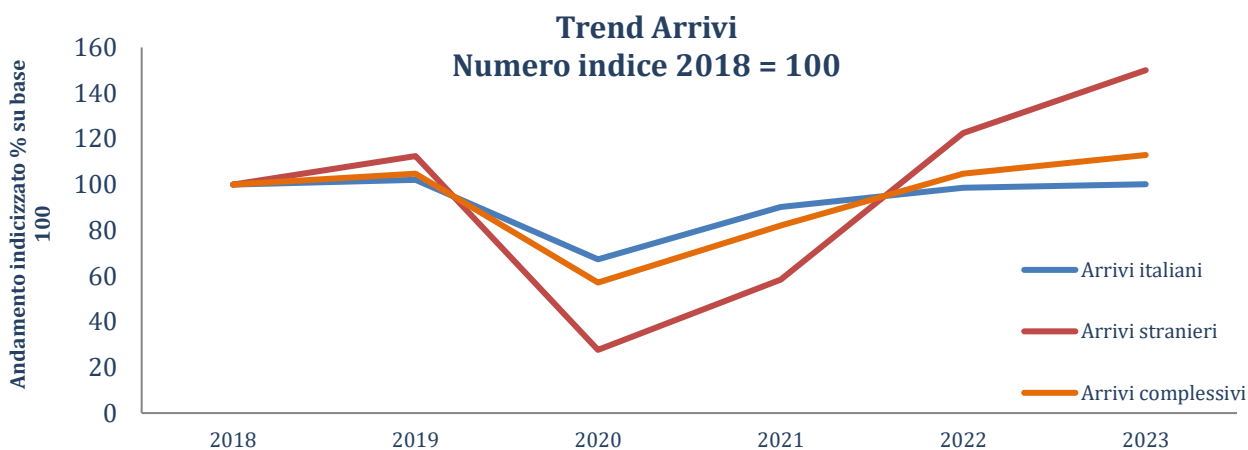
C.F. 93402500727

## Indice dei contenuti

Lo scenario turistico regionale nel 2023 .....	2
Comunicazione digitale e Brand identity .....	9
La Promozione della destinazione Puglia .....	38
Gli Educational Tour .....	59
Governance e Mercati Extra-UE .....	71
Il sistema di Accoglienza e la Valorizzazione della offerta turistica .....	78
Formazione e Trasporti.....	86
Progetto Innovazione e Transizione digitale .....	103
Il Prodotto turistico .....	113
Il Cerimoniale.....	125

## LO SCENARIO TURISTICO REGIONALE NEL 2023

Un anno di primati e riconferme per il turismo pugliese che nell'arco dei dodici mesi del 2023 ha visto incrementare arrivi e presenze rispettivamente del +8% e del +4% con riferimento all'anno precedente. Nel 2023 è stata superata anche la vetta dei 16,4 milioni di presenze ma i risultati più ragguardevoli hanno interessato la crescita del turismo internazionale aumentato del +23% per gli arrivi e del +16,5% per le presenze.

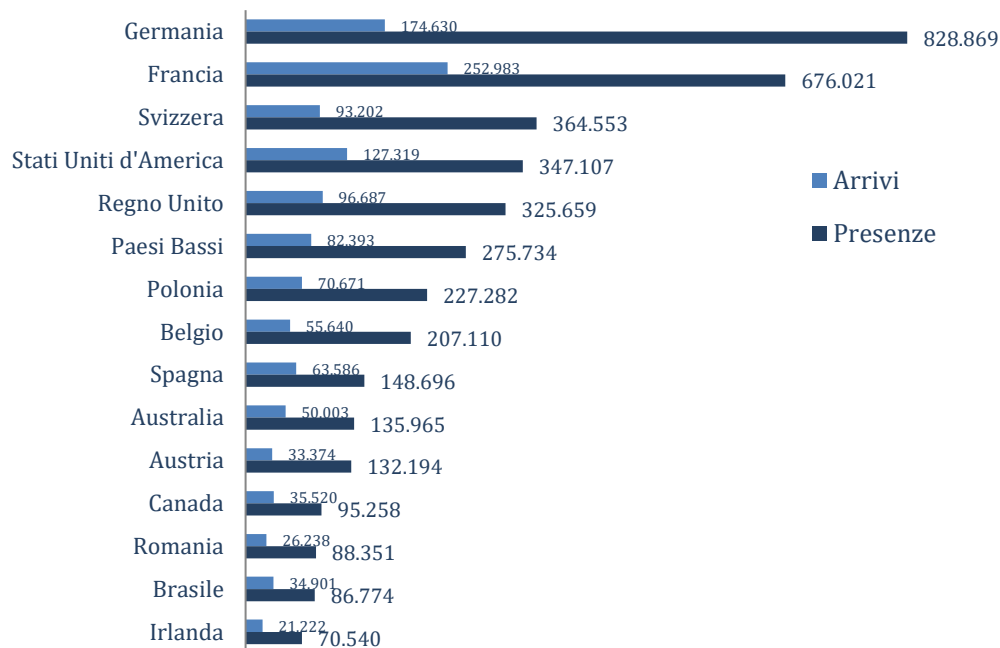


Fonte: elaborazioni a cura dell'Ufficio Osservatorio di Pugliapromozione su dati ISTAT/SPOT

L'internazionalizzazione degli arrivi (la quota di stranieri sul totale) è passata dal 29% al 34% nell'arco di un anno e nonostante l'andamento del turismo nazionale sia rimasto pressoché stazionario (+2% gli arrivi e -0,7% le presenze).

Nel 2023 è stato positivo anche il trend estivo che ha raggiunto il +3% gli arrivi e il +0,5% delle presenze per il periodo da giugno a settembre 2023 rispetto al 2022. Molto consistente poi l'incremento dell'incoming (arrivi) da ottobre a dicembre che è stato del +10% e del +5% per i pernottamenti/presenze. Nell'ultimo anno è stato ampiamente recuperato e superato il movimento turistico del 2019 per via della gran ripresa del turismo internazionale, anche dai mercati di lungo raggio: +34% gli arrivi e +30% le presenze nel 2023 rispetto al 2019 e +8% gli arrivi e +6% le presenze totali nel quinquennio.

### Top 15 per arrivi e presenze (2023)



Fonte: elaborazioni a cura dell'Ufficio Osservatorio di Pugliapromozione su dati ISTAT/SPOT

Rispetto al 2022 la domanda nazionale in Puglia è aumentata del +2% per gli arrivi a fronte di una lieve contrazione delle presenze del -1% mentre sul 2019 la riduzione è del -1,5% circa. Il comparto turistico ha mostrato la sua energica resilienza nonostante una congiuntura economica globale caratterizzata da crisi geopolitiche, inflazione e difficoltà di accesso al credito per la maggior parte della popolazione.

In Puglia, nel 2023, è cresciuto rispetto al periodo pre-pandemia il movimento turistico proveniente da Puglia e Campania ma sono stati registrati decrementi tra il 5 e l'8% da alcune regioni del Nord: Piemonte, Lombardia ed Emilia Romagna, anche come conseguenza di una riduzione della componente business per via delle molte attività lavorative delegate allo smart working e alla modalità d'incontro da remoto diffusasi durante la pandemia, oltre a una generale contrazione del potere d'acquisto degli italiani legata a inflazione e caro-vita. I viaggi dei pugliesi all'interno della regione rappresentano anche nel 2023 il 25% del totale del movimento turistico nazionale.

Ai 16,4milioni di pernottamenti registrati nel 2023 dal comparto alberghiero ed extralberghiero, si aggiungono anche gli oltre 2,5milioni di pernottamenti censiti nelle locazioni turistiche; di fatto, dall'introduzione del Cis (Codice Identificativo Struttura) e a partire dal 2021 la Regione Puglia raccoglie anche i dati sul movimento turistico nelle locazioni turistiche (LT) della regione, promuovendo la regolarizzazione e l'identificazione degli appartamenti utilizzati con finalità turistiche. Nel 2023 sono stati registrati nelle circa 39mila locazioni turistiche presenti in regione 733mila arrivi e 2,5milioni di presenze, con una durata media del soggiorno di tre notti. Le LT vengono utilizzate soprattutto dagli stranieri: la quota è del 40% sulla domanda complessiva, sei punti più elevata rispetto alla media regionale rilevata nell'alberghiero e nell'extralberghiero (34%).

## L'ANALISI DELL'IMMAGINE E DELLE POTENZIALITÀ DEL BRAND PUGLIA

Per meglio comprendere la qualità dei soggiorni in Puglia e la notorietà del brand turistico regionale, Pugliapromozione ha affidato alla società Yoodata l'indagine quali-quantitativa volta a caratterizzare le abitudini e le preferenze dei turisti. Nei mesi da giugno a settembre 2023, sono state realizzate 4.049 interviste CAWI (Computer Assisted Web Interview) a turisti provenienti da Italia, Francia, Regno Unito, Stati Uniti e dai mercati emergenti quali Canada, Polonia e Australia.

Secondo l'indagine, la Puglia evidenzia un profilo d'immagine decisamente positivo e soddisfacente sui turisti attuali e su coloro potrebbero sceglierla come meta di vacanza. L'analisi svolta sulla scelta della Puglia come destinazione turistica, mostra i punti di forza della regione rispetto a quelli che sono definiti Driver, ossia aspetti determinanti nel processo di scelta del luogo di vacanza. La Puglia è vincente per le bellezze naturali e le località di mare, la cucina, il clima, l'accoglienza della popolazione, i prodotti tipici da scoprire, la sicurezza.

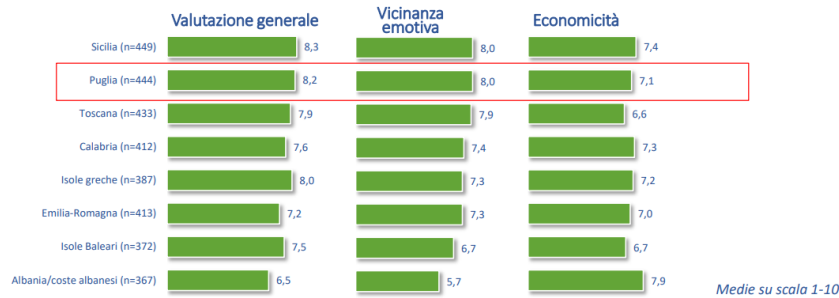
Per altri aspetti che possono essere determinanti nella scelta della destinazione di vacanza, la Puglia evidenzia invece alcune debolezze; in Italia sul tema dell'affollamento di alcune località nei periodi di alta stagione e dei trasporti, aspetto che influisce sulle scelte di vacanza in modo latente, ossia meno diretto e consapevole, la Puglia evidenzia una performance meno positiva. Nei mercati turistici esteri la Puglia mostra una notorietà ancora in via di definizione, anche rispetto a destinazioni mediterranee, italiane e straniere, più conosciute e consolidate; laddove è nota tuttavia, la regione mostra l'elevata capacità di suscitare empatia e vicinanza, e generare fedeltà.

Il Net Promoter Score, l'indicatore che misura la capacità della destinazione turistica di generare un passaparola positivo dei turisti e di quanti la conoscono, è molto alto per la regione. Tra quanti sono già stati in Puglia, sia tra italiani che stranieri, si osservano elevati valori di Conversion Rate nel cosiddetto funnel di consumo, il percorso che il turista intraprende per diventare cliente fedele: dal momento in cui il turista prova il prodotto Puglia, è elevata la quota di quanti ci ritornano e diventano clienti fedeli della destinazione.

Con riferimento alla valutazione del rapporto qualità/prezzo, la Puglia è considerata meno conveniente tra i turisti italiani rispetto ad altre destinazioni mediterranee; su questo aspetto è invece prima nel ranking di valutazione da parte dei turisti stranieri, rispetto ad altre regioni italiane o destinazioni estere. Oggi il brand Puglia mostra la sua maggiore forza in Francia e negli USA, e forti possibilità di crescita in tutti gli altri mercati analizzati, dove la ricerca evidenzia l'opportunità di lavorare per fare conoscere la regione e trasmettere i suoi valori caratterizzanti. Puglia vuol dire autenticità dell'esperienza, gioia e coinvolgimento, e risponde al bisogno di Great Expectations, il desiderio di fare esperienze gratificanti, che deliziano, mega-trend che si è affermato e consolidato a livello mondiale nell'ultimo decennio.

## VALUTAZIONI DI SINTESI SULLE DESTINAZIONI DEL MEDITERRANEO

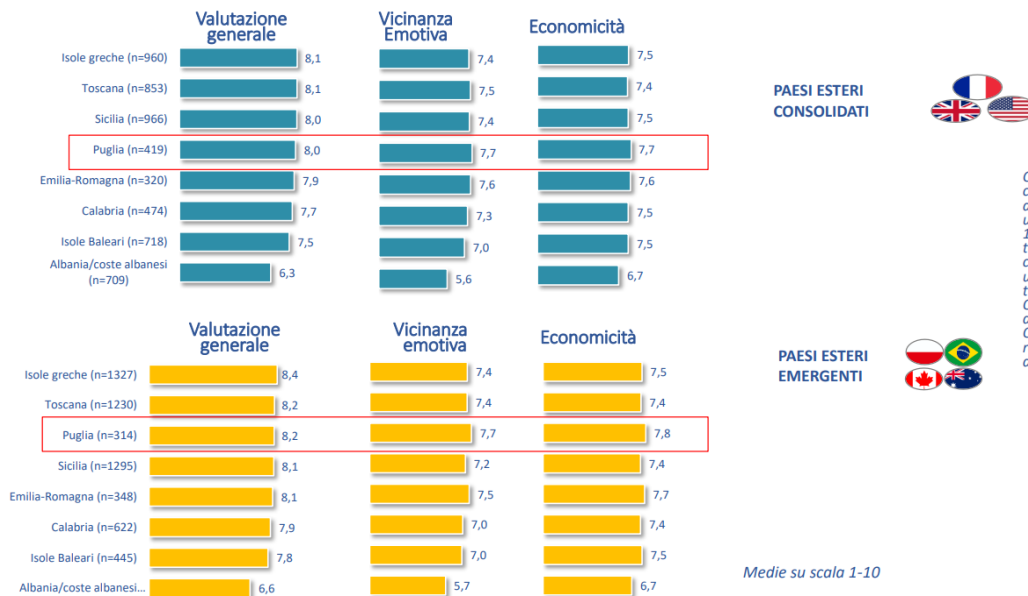
Per gli italiani la Puglia è prima per Vicinanza emotiva assieme alla Sicilia



Come valuti ciascuna delle seguenti destinazioni considerando le tue esigenze, quando decidi la destinazione di una vacanza? Per rispondere utilizza la solita scala di punteggi da 1 a 10, dove 1 significa che non potrebbe affatto soddisfare le tue esigenze, mentre 10 significa che potrebbe completamente soddisfare le tue esigenze; usando i punteggi intermedi potrai graduare la tua valutazione.  
Quanto ti senti vicino/a emotivamente a ciascuna delle seguenti destinazioni turistiche?  
Quanto reputi conveniente e con un buon rapporto qualità-prezzo una vacanza in questa destinazione?

BASE: Intervistati che conoscono ciascuna destinazione.

Tra i turisti dei Paesi consolidati la Puglia è prima per Vicinanza emotiva ed Economicità



Come valuti ciascuna delle seguenti destinazioni considerando le tue esigenze, quando decidi la destinazione di una vacanza? Per rispondere utilizza la solita scala di punteggi da 1 a 10, dove 1 significa che non potrebbe affatto soddisfare le tue esigenze, mentre 10 significa che potrebbe completamente soddisfare le tue esigenze; usando i punteggi intermedi potrai graduare la tua valutazione.  
Quanto ti senti vicino/a emotivamente a ciascuna delle seguenti destinazioni turistiche?  
Quanto reputi conveniente e con un buon rapporto qualità-prezzo una vacanza in questa destinazione?

Fonte: elaborazioni a cura di YOODATA



Nelle successive pagine vengono riepilogate le azioni realizzate nel corso dell'anno 2023 e attuate dall'A.RE.T Pugliapromozione nell'ambito del 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 e del PIANO STRATEGICO DEL TURISMO della Regione Puglia approvato con D.G.R. 14 febbraio 2017, n. 191 e successive DGR n. 256/2018, n. 1200/2018, n. 891/2019, n. 415/2020, n. 1224/2020.

Tra le altre fonti di finanziamento utilizzate per le attività del 2023 si menzionano l'intervento "Business or Pleasure" - CUP: B38I23001620001; il POC Puglia 2014-2020 - Azione 3.5. DGR n. 725 del 25/05/2023; il POC 2014-2020 parte FESR. Azione 6.8 – INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE, CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI AD AMMINISTRAZIONI (DGR n. 1502 del 30.10.2023) che ha riguardato parte delle attività dei Progetti di Comunicazione, Promozione, Prodotto, Governance, Accoglienza e Innovazione.

Infine il Progetto C.OSTA a valere sul Fondo per l'inclusione delle persone con disabilità (ART. 34 D.L. 22/03/21, N. 41, CONVERTITO CON L. 21/05/21, N. 69), Azioni in materia di Turismo Accessibile.



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

# COMUNICAZIONE DIGITALE E BRAND IDENTITY

CUP: B39D20002200009

---

**ARET PUGLIAPROMOZIONE**  
*Direzione Generale*

agenziapugliapromozione.it  
direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172  
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411  
Fax +39 080 5821429

**Uffici Amministrativi**

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari  
Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727

## **PREMESSA**

Il progetto esecutivo Comunicazione 2023 è stato ideato e realizzato secondo gli obiettivi del Piano Strategico del Turismo “Puglia 365”. Nello stesso anno, la decisione della Governance è stata anche quella di incrementare le azioni in considerazione dell’incremento dei residui dei FONDI FESR FSE 2014/2020. La disponibilità di budget e la vision verso internazionalizzazione e destagionalizzazione hanno reso possibile l’esecuzione di azioni importanti e vaste sia a livello nazionale che internazionale.

Le azioni di comunicazione, quindi, hanno puntato a rafforzare il brand Puglia sia attraverso la narrazione della destinazione che dei prodotti turistici.

Di seguito, la descrizione della strategia e delle azioni di comunicazione svolte nel corso del 2023.

## **PRODUZIONE CONTENUTI**

10

La comunicazione si è focalizzata sulla destinazione e sui prodotti turistici.

In merito alla destinazione, i temi hanno riguardato il mare, i borghi, la cultura e le tradizioni.

Sui prodotti turistici, sono state diffuse le campagne prodotte a fine 2022, declinate in formati di spot e scatti, su:

- Turismo sostenibile, bike destination e cammini;
- Turismo enogastroturistico;
- Wedding destination;

Questi contenuti, sono stati affiancati da azioni di comunicazione digitale finalizzata a far conoscere il territorio soprattutto nelle sue destinazioni meno note con l’obiettivo di

promuoverlo nella sua interezza (delocalizzazione) e per tutto l'anno (destagionalizzazione).

Si tratta del progetto Puglia&Leggende, prodotto nel 2022 e pensato dalla Noio srl, il cui rappresentante legale è Alessio Giannone, progetto realizzato a seguito di approvazione proposta candidata alla Manifestazione di interesse per la produzione di contenuti artistici audiovisivi e multimediali per affidamenti ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. b), nn.1-3 del D. Lgs n. 50/2016 e ss.mm.ii ovvero ai sensi dell'art. 36 comma 2), lettera a), del D.Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii nell'ambito della Campagna di Comunicazione della Destinazione e del Prodotto Turistico.

Il progetto è stato ideato e realizzato con l'obiettivo di promuovere e preservare il patrimonio culturale e storico della regione Puglia attraverso la divulgazione di leggende tradizionali tramite le piattaforme social.

L'iniziativa è stata promossa sulle pagine social di "Pinuccio" al fine di raggiungere un vasto pubblico interessato alle tradizioni locali. I 10 video realizzati per questo progetto sono stati arricchiti con elementi visivi innovativi, tra cui dronate spettacolari, musiche originali evocative e sottotitoli in inglese, al fine di rendere le leggende accessibili a un pubblico internazionale.

L'elemento narrativo della leggenda è stato usato per l'ingaggio con gli utenti, creando uno storytelling molto interessante e coinvolgente.

## **CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE E MEDIA PLAN**

Le campagne di comunicazione e promozione della destinazione Puglia per l'anno 2023 ideate dall'A.RE.T. Pugliapromozione sono state diffuse in Italia e all'estero secondo diversi concept e payoff.

Per l'Italia, accanto al "Puglia, autentica meraviglia" adottato per la comunicazione della destinazione dal 2022, sono stati definiti i payoff di prodotto.

Per il prodotto “Sport, natura e benessere” è stato usato il “Puglia, esplora la meraviglia”.

Per il prodotto dei cammini è stato adottato “Puglia, cammina nella meraviglia”.

Per il prodotto “Enogastronomia” è stato usato il “Puglia, assapora la meraviglia”.

Per il prodotto “Wedding destination” il “Puglia, innamorati della meraviglia”.

La differenziazione è stata applicata per personalizzare e valorizzare il messaggio promozionale stimolando alla scelta di un viaggio per vivere esperienze autentiche, complete, uniche.

Per l'estero, anche nel 2023 è stato confermato il “Puglia, unexpected Italy” per consolidare la conoscenza del brand, allo stesso tempo per farlo conoscere nei mercati emergenti e potenziali.

Le suddette campagne hanno visto la loro diffusione attraverso dei piani media organizzati in:

1. Internazionale
2. Nazionale
3. Regionale

## **PIANO MEDIA INTERNAZIONALE**

Le azioni di comunicazione all'estero hanno teso alla promozione della Puglia come destinazione turistica italiana dove scoprire scenari noti e meno noti, incontrando volti e sorrisi. Una terra che preserva nel tempo valori antichi come la lentezza e l'accoglienza, e per tutto questo si distingue dalle più conosciute mete turistiche italiane come l'Italia che non ti aspetti. Allo stesso tempo, è stato promosso il viaggio esperienziale in base agli interessi personali del turista straniero, attraverso il prodotto turistico pugliese

nelle sue principali declinazioni di Sport natura e benessere (Cicloturismo e cammini), Borghi, Enogastronomia, Wedding destination.

I Paesi target scelti in linea con l'indirizzo strategico dell'A.RE.T. Pugliapromozione: Unione Europa, UK, Svizzera, USA e Canada, Israele, Emirati Arabi, Brasile, Australia e Giappone.

Le azioni di comunicazione sono state dirette a un target differenziato ed eterogeneo, composto da viaggiatori, che si spostano per scoprire la destinazione, esplorare nuovi luoghi e provare esperienze autentiche in base ai propri interessi.

Nello specifico sui media internazionali sono stati veicolati:

- Spot e video cartoline trasmesse dalle emittenti televisive BBC, CNN ed Eurosport su scala globale;
- Soggetti OUT OF HOME nei circuiti negli aeroporti internazionali con IGP Decaux;
- Scatti fotografici e redazionali/native article su numerose testate giornalistiche e riviste quali National Geographic, Condè Nast Traveler, Vanity Fair, Vogue, Elle, The New York Times, Le Figaro, Der Spiegel, The Guardian, El Economista, The Asahi Shimbun, World heritage Review-Google Arts&Culture.

## **COPERTURA FINANZIARIA**

L'investimento totale per le azioni suindicate nel 2023 è stato di €3.161.138,61 Iva inclusa a valere sui Fondi PO FESR FSE 2024-2020, CUP B39D20002200009.

## PIANO MEDIA NAZIONALE

La campagna di comunicazione nazionale ha promosso la Puglia come destinazione sicura e di qualità, pronta ad accogliere i turisti residenti in Italia. Dunque, una regione che preserva nel tempo valori antichi come l'autenticità, la lentezza e l'accoglienza, confermandosi il luogo ideale dove trascorrere una vacanza confortevole. Una terra di cui innamorarsi per la prima volta o nuovamente nel momento del ritorno.

Il target scelto per le azioni di comunicazione è un pubblico residente in Italia, in modo temporaneo o permanente. Il pubblico è stato coinvolto sia attraverso i media che attraverso grandi azioni di portata nazionale riferite in particolar modo allo sport.

Infatti, per la prima volta, il brand Puglia ha accompagnato i messaggi di accoglienza, inclusività e benessere in linea con gli sport, a livello agonistico, dove la nazionale italiana ha raggiunto riconoscimenti internazionali per competenze, talento e valore.

Nel 2023, la Puglia è stata accanto alla FIGC, a FEDERVOLLEY e a FEDERCICLISMO. Insieme, quindi, agli Azzurri fuoriclasse del calcio, della pallavolo e del ciclismo. Le azioni di comunicazione hanno riguardato varie attività fra cui la brandizzazione dei campi di gioco, delle navi ammiraglie, finanche della maglia nazionale di ciclismo maschile.



Per quanto concerne i media, la promozione è stata rivolta a settori specifici per:

**ARET PUGLIAPROMOZIONE**  
Direzione Generale

agenziapugliapromozione.it  
direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172  
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411  
Fax +39 080 5821429

**Uffici Amministrativi**  
Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari  
Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727

- Prodotto Mice con Ediman srl la cui testata è “Mice&Congressi”;
- Prodotto cicloturismo con Bici.pro con la testata omonima e Mulatero editore con la testata “Alvento”;
- Prodotto borghi e wedding destination con COM.MA srl con la testata “Gay.it”.

Ulteriore promozione con i canali OUT OF HOME di:

- Grandi stazioni, nelle principali stazioni d’Italia



Roma Termini, Roma Tiburtina, Milano Centrale, Venezia Mestre, Verona P. Nuova, Genova Brignole, Genova Piazza Principe, Napoli Centrale, Palermo Centrale

- Urban Vision nelle città di Roma e Milano nelle vie e piazze centrali

## URBAN VISION



### COPERTURA FINANZIARIA

L’investimento totale per le azioni suindicate nel 2023 è stato di €1.029.021,54 Iva inclusa a valere sui Fondi PO FESR FSE 2024-2020, CUP B39D20002200009.



## PIANO MEDIA REGIONALE

Obiettivo della comunicazione regionale è stato l'incremento della brand awareness e della brand reputation della Puglia, da realizzare attraverso l'associazione del marchio del territorio e dei valori tangibili e intangibili a esso connessi con azioni di comunicazione, attività ed eventi efficaci in termini di riconoscibilità, notorietà e conseguente soddisfazione di utenti e visitatori. L'obiettivo ultimo di incentivare l'incoming di prossimità e invitare i pugliesi stessi a vivere il territorio nel periodo di bassa stagione dall'autunno alla primavera. Pertanto, il piano ha messo in campo azioni per la destagionalizzazione e promozione della destinazione e del prodotto turistico per l'anno 2023.

Il target scelto per le azioni di comunicazione è il potenziale turista autoctono, residente temporaneo e di prossimità: un target eterogeneo per età e gusti con particolare riferimento agli amanti dello sport a contatto con la natura, dell'arte, della cultura, delle tradizioni, dell'enogastronomia e dei borghi. Al contempo, il turista in vacanza/soggiorno in Puglia per offrire un maggior coinvolgimento grazie all'attrattività del territorio, di modo da stimolare l'innamoramento per la regione al fine di un ritorno (c.d. turista repeater).

La promozione è passata attraverso:

- Spot e redazionali televisivi. I redazionali televisivi dedicati sono stati focalizzati sul prodotto enogastronomico (Tele Bari), prodotto cammini (Tele Rama), prodotto borghi, sport natura e benessere (TRM, Antenna Sud);
- Adv e publiredazionali stampa e web su Repubblica ed. Bari, Corriere del Mezzogiorno, Nuovo Quotidiano di Puglia, La Gazzetta del Mezzogiorno, Amazing Puglia, Domani mi sposo;

- Spot promozionali nelle linee ferroviarie di Ferrotramviaria, Ferrovie Appulo Lucane e Ferrovie del Gargano e nelle linee degli autobus in circolazione a Bari, BAT provincia e Margherita di Savoia.

I media regionali hanno visto spazi su:



## COPERTURA FINANZIARIA

L'investimento totale per le azioni suindicate nel 2023 è stato di €370.655,53 Iva inclusa a valere sui Fondi PO FESR FSE 2024-2020, CUP B39D20002200009.

17

## COMUNICAZIONE DIGITALE E SOCIAL MEDIA MARKETING

Social network e canali digitali, più in generale, hanno rivestito un ruolo molto importante nelle attività di comunicazione dell'A.RE.T. durante l'anno 2023, dodici mesi ricchi di attività, di progetti, di impegni, di nuovi orizzonti e di sfide stimolanti.

I principali canali social, su cui l'ARET ha costruito una community sempre più importante e vivace nel corso degli anni, sono quelli di META (Facebook e Instagram), insieme al canale Youtube e, ultimo arrivato, anche TikTok, lanciato proprio in chiusura dell'anno, nel mese di dicembre, a ridosso del Natale.

L'attività ordinaria è stata pianificata su base quotidiana al fine di raccontare la Puglia come destinazione turistica, in Italia e all'estero e comunicare, inoltre, le attività che

Pugliapromozione attua in veste di agenzia regionale del turismo.

Tra i tanti progetti, temi e prodotti turistici che quotidianamente entrano a far parte del piano editoriale social, di sicuro quest'anno si sono ritagliati una fetta molto importante, in termini di visibilità, gli eventi.

Tutto l'anno la Puglia è uno straordinario palcoscenico a cielo aperto, a cui le attività di social media marketing hanno dato il giusto apporto, in termini di comunicazione e di storytelling.

Un grande lavoro è stato svolto, quindi, in termini di:

- Reperimento di contenuti;
- Interazione con gli operatori/organizzatori;
- Produzione di materiale foto/video con coinvolgimento diretto del social media team dell'ARET in alcuni degli eventi che si sono svolti sul territorio;
- Redazione di linee guida allo scopo di rendere quanto più inclusivo possibile, ma al contempo anche chiaro e utile, il piano editoriale di Pugliapromozione.

Allo scopo di organizzare al meglio le attività ordinarie è stato creato un piano di lavoro con relative linee guida per poter reperire contenuti da organizzatori di eventi, agenzie promotrici e anche altri enti con cui l'ARET ha un accordo quadro nella gestione di determinate manifestazioni, come il Teatro Pubblico Pugliese. Il suddetto documento di raccolta contenuti rappresenta uno snellimento e un modo per dare ordine e forma ad attività altrimenti dispersive e poco chiare, agevolando così la partecipazione alle attività dell'ARET da parte di stakeholder, quali organizzatori e promotori di eventi direttamente collegati all'agenzia.

Una volta diffuso il documento, i materiali utili alla promozione sono confluiti in una cartella creata su Google Drive, composta, a sua volta, di altre 94 cartelle nominate con il nome dell'evento.

Il lavoro si è rivelato utile, portando risultati positivi sia dal punto di vista qualitativo che

quantitativo, come nel caso del video pubblicato per Battiti che ha raggiunto da solo circa 150 mila visualizzazioni, oltre 300 mila account unici con diverse migliaia di interazioni al post.

Il racconto degli eventi in numeri:

Visualizzazioni: n. 6.088.571 circa  
(numero totale di volte in cui sono stati riprodotti i video)

Impression: n. 7.290.803,085 circa  
(numero totale delle volte in cui ogni contenuto è comparso su uno schermo)

Copertura: n. 6.713.749,28 circa  
(account unici raggiunti da ogni contenuto)

Interazioni: n. 305.012,00 circa  
(numero totale di azioni effettuate sul contenuto: like, commenti, condivisioni, altri click)

Di cui:

Copertura stories Instagram @weareinpuglia : 739.645,00 circa

Impression stories Instagram @weareinpuglia: 760.896,00 circa

Diffusione sui canali social gestiti dall'ARET degli spot di prodotto (wedding, bike ed enogastronomia)

Spot di prodotto (wedding, bike ed enogastronomia)

Presentati durante la BIT – Borsa Internazionale del Turismo, a Milano, gli spot sono stati diffusi sui canali social gestiti dall'ARET dapprima in maniera organica.

La pubblicazione dei 3 video è stata coordinata con:

- L'ufficio stampa, al fine di sincronizzare i tempi dell'uscita dei comunicati con la pubblicazione dei post;
- I colleghi della comunicazione istituzionale per ampliare la portata di ogni post, grazie ad attività di collaborazione;
- I colleghi di ENIT per coordinare la pubblicazione dei video sui relativi account

social;

- Gli autori degli spot per avere, soprattutto nel caso dei video sui temi wedding, cammini e leggende una pubblicazione congiunta.

I video di prodotto hanno collezionato oltre 200.000 visualizzazioni in organico sulle piattaforme social su cui sono stati pubblicati

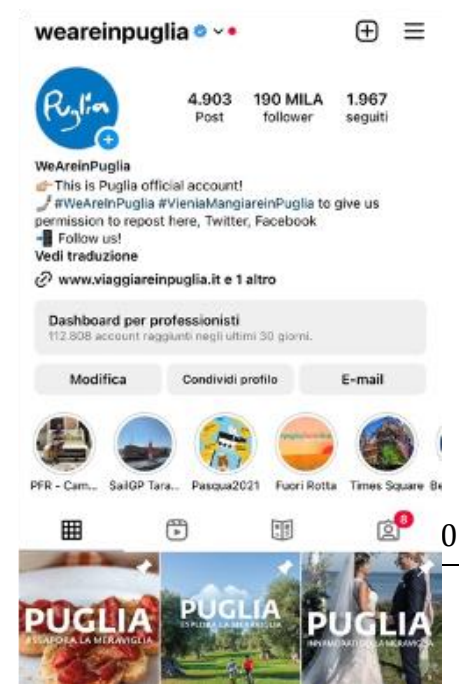
La Webserie “Puglia & Leggende”, ideata da Noio srl di Alessio Giannone, in arte Pinuccio

Le attività svolte per il già citato progetto “Puglia & Leggende” per una diffusione social e digital, hanno prefissato e raggiunto i seguenti obiettivi:

1. Ricerca e selezione di leggende tradizionali pugliesi.
2. Creazione di 10 video coinvolgenti e informativi basati su queste leggende.
3. Pubblicazione dei video sulle pagine social di “Pinuccio”.
4. Generazione di visualizzazioni e interazioni significative.

È stata condotta un’approfondita ricerca sulle leggende pugliesi, coinvolgendo fonti storiche, folkloristiche e locali. Sono state selezionate dieci leggende rappresentative e affascinanti che potessero offrire una panoramica variegata della cultura pugliese, comprendo l’intero territorio regionale.

Sono stati prodotti, inoltre, dieci video di alta qualità, ciascuno dedicato a una leggenda specifica. Ogni video è stato attentamente sviluppato per catturare l’attenzione del pubblico, combinando elementi visivi coinvolgenti, narrazione accattivante e musica appropriata. Sono state utilizzate grafiche e animazioni per arricchire l’esperienza visiva. Va



sottolineata la scelta della produzione di avvalersi di importanti professionalità. Difatti, la Noio srl ha voluto coinvolgere nella realizzazione della colonna sonora originale il giovane maestro compositore pugliese, Carmine Padula, stimato anche dal Maestro Morricone, che ha realizzato in questi ultimi anni, nonostante la sua giovane età, le colonne sonore di premiate fiction Rai e film internazionali. Dalla sua bravura è nato il brano originale “Puglia e Leggende” che ha accompagnato tutti i video della web serie.

Altrettanto interessante è stata la scelta dell’interprete per i sottotitoli in inglese, Marco Zonetti, già impegnato in importati progetti cinematografici come interprete e consulente. Grazie alla sua professionalità sono stati prodotti dei sottotitoli in stile cinematografico, ovvero, con il chiaro intento di far percepire all’utente straniero il senso della narrazione.

Tra gli output del progetto, anche il sito web “Puglia e Leggende”, un portale dedicato alla scoperta e all’esplorazione delle affascinanti leggende tradizionali della regione Puglia. Il sito offre un viaggio emozionante con la riproduzione dei video raggiungibili attraverso una mappa interattiva. Ad ogni video sono state correlate le informazioni necessarie per raggiungere i luoghi raccontati, attraverso Google Maps e numeri utili per organizzare, eventualmente, delle visite guidate. La home page accoglie i visitatori con un’immagine di sfondo che rappresenta un’iconica location pugliese, come un castello medievale o un paesaggio costiero. Qui vengono presentate le ultime leggende in primo piano e viene offerta una panoramica delle principali sezioni del sito. Una sezione dedicata all’esplorazione delle leggende offre una vasta raccolta di storie affascinanti, organizzate in categorie tematiche. Ogni leggenda è stata presentata con una descrizione accattivante e un’immagine rappresentativa.

Ogni video, infine, è stato incorporato in un’interfaccia intuitiva e accompagnato da una breve introduzione e da collegamenti ai social media di Alessio Giannone

(Pinuccio). Una mappa interattiva della Puglia consente ai visitatori di scoprire le leggende specifiche associate a luoghi particolari della regione. Facendo clic su una località, gli utenti possono accedere a dettagli e curiosità sulle leggende legate a quella zona. Si aggiunge un laborioso lavoro di grafica che ripropongono immagini simbolo delle leggende artisticamente elaborate per trasmettere nell'utente curiosità e fascino. Alla grafica si accompagna una galleria fotografica che offre immagini suggestive della Puglia, evidenziando i luoghi che hanno ispirato le leggende attraverso una combinazione di narrazione affascinante, immagini suggestive e risorse interattive.

Il sito offre ai visitatori un'esperienza educativa e culturale arricchente, promuovendo nel contempo l'importanza della preservazione delle tradizioni locali. Importanti anche i numeri con 450 mila utenti in 3 mesi (dettagli a lato) e visite dall'estero, con punte del 7,52% da utenti con lingua inglese o americano.

I video sono stati pubblicati su tutti gli account social di "Pinuccio", tra cui Facebook, Instagram, TikTok e YouTube. In media ogni leggenda ha superato le 200 mila visualizzazioni, generando migliaia di commenti ed interazioni che ancor oggi continuano a moltiplicarsi.

Gli insight più importanti sulle pubblicazioni effettuate sui canali social di Pinucci sono le seguenti:

Visualizzazioni Totali: 3.222.000+

Likes Totali: 74.000+

Condivisioni Totali: 13.000+

una media di 2 mila commenti a video

Oltre 5 milioni le visualizzazioni totali se si considerano anche le pubblicazioni effettuate su altri account social.

Tra gli output del progetto anche 560 fotografie, che hanno arricchito l'archivio fotografico di Pugliapromozione.

Diffusione della webserie “Cammini di Puglia”, ideata da Lorenzo Scaraggi

La Regione Puglia ha puntato alla diversificazione dell’offerta turistica mediante la promozione del turismo outdoor. Pugliapromozione ha lanciato la sua stagione autunnale e invernale con il trailer presentato alla Bit di Milano e con i documentari realizzati da Lorenzo Scaraggi, completamente dedicati ai Cammini di Puglia.

Paesaggio, cultura ed enogastronomia si mostrano in una magica alchimia che racconta una regione da attraversare, rigorosamente a piedi, tutto l’anno. Circa 400.000 le visualizzazioni totalizzate ad oggi con i video pubblicati.



Come spesso accade il lavoro è stato condiviso anche sugli account dell’ENIT, Ente Nazionale del Turismo.



## CAMPAGNE META E GOOGLE

Oltre allo storytelling della destinazione sui canali proprietari, la Puglia si è fatta conoscere in Italia e nel mondo attraverso contenuti ideati per la diffusione social, sia in maniera organica con un piano editoriale pensato per raccontare tutti i prodotti turistici



della regione, che con campagne ideate allo scopo di colpire mercati e viaggiatori target. I canali digitali e social hanno svolto a tal riguardo un ruolo fondamentale, sia per il numero di utenti potenzialmente coinvolti che per la portata dei messaggi di comunicazione e la misurabilità delle azioni intraprese.

Le campagne hanno portato ottimi risultati

- Su Meta sono stati raggiunti oltre 7 milioni di utenti unici;
- Su Youtube i video hanno totalizzato oltre 1,6 milioni di visualizzazioni;
- La campagna display ha erogato con un CPC estremamente contenuti (0,10€) e superato le 12Mil di impression, avendo totalizzato quasi 148.000 click.

## Risultati campagne dal 30 al 15 dicembre

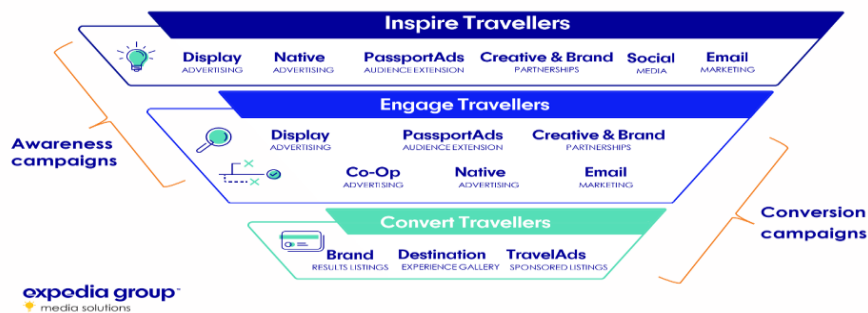
Campagna	Impressioni	Reach	Visualizzazioni	Costo	Clic
Google Ads: Display	12.198.313			14.951,55 €	147.638
Google Ads: Youtube	9.024.761		1.603.310	12.986,83 €	8.966
Meta	13.097.815	7.055.427	3.145.335	38.999,71 €	2.449
<b>Totale</b>	<b>34.320.889</b>	<b>7.055.427</b>	<b>4.748.645</b>	<b>66.938,09 €</b>	<b>159.053</b>

### Comunicazione digitale con OTA

Expedia è la Online Travel Agency (OTA) americana, leader di settore negli USA che vanta nella sua organizzazione aziendale un team dedicato alla realizzazione di campagne commerciali (Expedia Group Media Solutions), che permette di realizzare questo tipo di attività anche con enti del turismo, come Pugliapromozione.

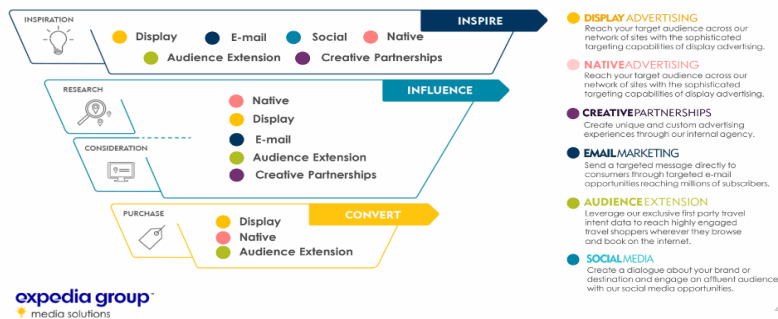
Le campagne possono avere diversi obiettivi e agire su un funnel strutturato come segue:

### Implement solutions to inspire, engage and convert



Gli utenti che navigano sulle varie piattaforme di proprietà di Expedia hanno, a loro volta, diversi interessi. La capacità che ha Expedia di profilare queste personas e colpirle con messaggi pubblicitari pensati ad hoc su diversi formati, rappresenta per Puglia-promozione un’occasione importante per diffondere il brand Puglia, far comparire la destinazione nei risultati di ricerca e, infine, farla acquistare.

### The Consumer Purchase Journey



La campagna si è sviluppata partendo dalla realizzazione di una landing page sulla Puglia, denominata in gergo Travel Spotlight, una piattaforma in cui sono state raccontate le caratteristiche e i prodotti turistici della Puglia, attraverso testi, foto e video forniti dall’ARET, in linea con gli asset precedentemente descritti. L’obiettivo principale è stato quello di coprire l’intero purchase funnel su tutti e tre i mercati scelti come target della campagna, USA, Canada e Australia, a partire dall’aspetto conversion/ROAS, passando poi al mid-funnel (fasi di ricerca e considerazione).

Il budget è stato allocato come segue:

- USA: 53% del budget (80.000€);
- Canada: 26% del budget (39.000€);
- Australia: 21% del budget (31.000€);

I prodotti presenti all'interno del piano media e distribuiti sui predetti mercati sono stati i seguenti:

- Display Onsite (obiettivo conversion) su tutti e tre i mercati;
- Awareness tramite mirate campagne Social (USA e Canada con campagne social con video);
- YouTube (obiettivo “Influence” su utenti già profilati) su mercato USA;
- Research-Consideration all'esterno dei nostri siti, con retargeting proveniente da dati di prima parte e obiettivo conversion (Canada e Australia).

La mission è stata quindi quella di facilitare il processo d'acquisto del cliente, migliorando la sua customer experience e il modo in cui arriverà a scegliere la destinazione Puglia, creando un collegamento netto tra le fasi di ispirazione, interesse e azione all'interno di un unico funnel. La campagna è stata attuata dal 7 Settembre fino al 25 Ottobre. Riguardo i driver di traffico per la landing page spotlight, si è fatto affidamento a Display Advertising (Onsite e Offsite), social, YouTube. Dopo essere stati ingaggiati dai banner o dai contenuti video, posizionati lungo tutte le sezioni dei siti Expedia, fuori da Expedia, sui loro social, YouTube etc., gli utenti sono atterrati su una homepage coinvolgente e interattiva che dove hanno potuto scoprire i prodotti turistici regionali mostrandone i lati più veri, nascosti e autentici (i contenuti sono in linea con la restante parte del piano media, con focus sui prodotti più che sulla destinazione).



Per la parte display, di seguito si possono vedere alcuni dei banner che sono stati realizzati, in base alle indicazioni fornite da Pugliapromozione su contenuti, foto, utilizzo corretto dei loghi

ON-SITE DISPLAY

Av CTR is 0.09%

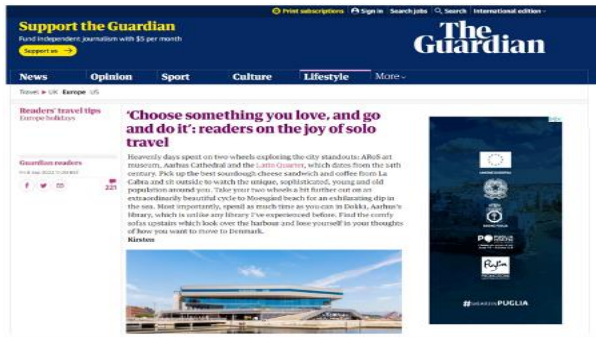
expedia group media solutions

004. Expedia Australia. Flights Search Results. Inline bundle 160x600

				
V1 160x600 CTR 0.115%	V2 160x600 CTR 0.105%	V3 160x600 CTR 0.095%	V4 160x600 CTR 0.105%	V5 160x600 CTR 0.105%

27

I banner realizzati, sono poi stati posizionati anche su siti esterni, quali quello del The Guardian.



La campagna ha generato ottimi risultati in termini di awareness, con 10 milioni di impressions e lo 0,22% di CTR aggregato (con punte di 1.73% su Social), 21.700 click totali e 14.630 utenti che sono stati ingaggiati con i contenuti della Landing Page Spotlight per più di 10 secondi.

Numeri nel dettaglio sotto:

- Expedia USA 9.988 site pageviews e 9.306 utenti unici , con una durata media di sessione di 16 secondi;
- Expedia CA 4.333 site pageviews e 4.093 utenti unici, con una durata media di sessione di 17 secondi;
- Expedia AU 1.363 site pageviews e 1.229 utenti unici, con una durata media di sessione di 18 secondi.

Ampliamento dello storytelling della destinazione turistica con utilizzo dell'account WeAreinPuglia su TikTok.

Il lavoro su TikTok è iniziato già lo scorso anno, quando l'handle @WeAreinPuglia era già stato creato, il canale attivato, e un data base di video era stato realizzato, video pronti per il lancio sulla nuova piattaforma.

Tramite un'attività di ricerca e l'attivazione di reti di contatti con aziende del settore, si è giunti ad avere un team di lavoro di TikTok con cui interfacciarci, dedicato agli enti governativi. Dopo diverse call e incontri, è stato definito il programma con cui lavorare denominato "Creative Exchange" che permette di avere un'agenzia creativa specializzata nella creazione di contenuti per TikTok per Pugliapromozione e che può rielaborare 10 video nel linguaggio idoneo alla piattaforma con una spesa di 35.000€ da impegnare interamente in ADV.

Il progetto risulta valido e con ottime potenzialità per diversi motivi, permettendo di

- Popolare un canale non attivo e con pochi follower;

- Creare contenuti con un linguaggio nuovo e pensato direttamente dalla piattaforma;
- Apprendere tecniche di realizzazione di video per contenuti futuri;
- Avere un budget da spendere in ADV.



Non sono tante le realtà a noi affini presenti su questa piattaforma. Questo ci ha stimolato a fare meglio e a parlare a una fetta di pubblico nuova, permettendoci così di ampliare la nostra community e posizionare il brand Puglia.

## GRANDI EVENTI



**LA LUNGA STAGIONE PUGLIESE 2023**

I Grandi Eventi dell'annualità 2023 sono stati selezionati direttamente attraverso l'Open Call Grandi Eventi promossa dal Dipartimento Turismo, Economia della cultura e Valorizzazione del territorio in collaborazione con l'Agenzia Regionale del Turismo (A.Re.T.) Pugliapromozione. Le proposte hanno riguardato grandi eventi ad alta capacità attrattiva.

L'Open Call nasce in attuazione del Piano Strategico del Turismo "Puglia365" (D.G.R. n. 191/2017 e D.G.R. n. 891/ 2019) e del Piano Strategico della Cultura "PiiiLCulturainPuglia" (D.G.R. n. 543/2019), al fine di sostenere il sistema turistico-culturale regionale, con l'intento di consolidare e rilanciare la strategia di promozione del brand Puglia quale destinazione turistica di eccellenza, attraverso i grandi eventi.

Gli eventi organizzati nel 2023 sono stati:

1. BTM BUSINESS TOURISM MANAGEMENT 1 > 3/03 Fiera del Levante Bari;
2. BIF&ST 2023 - BARI INTERNATIONAL FILM FESTIVAL 24/03 - 01/04 Bari;
3. FOODEXP 12 - 13/04 Lecce;
4. PARCO GONDAR SUMMER 2023 25/04 > 19/08 Gallipoli;
5. IL GIRO DEI VENTI 27/05 > 3/06 Leuca, Otranto, Gallipoli, Corfù;
6. BATTITI LIVE 21 - 24 - 25/06 Bari; 7 > 9/07 Gallipoli;
7. IL GRANDE VOLLEY IN PUGLIA 27/06 - 7/07 Taranto 9 - 12/09 Bari; (TBA) Lecce;

8. PALASUMMER 2023 1 > 9/07 Lecce
9. RED BULL CLIFF DIVING ED. 2023 - 2025 1 > 2/07 Polignano a Mare;
10. CIRCONAUTA FESTIVAL FESTIVAL INTERNAZIONALE DEL CIRCO CONTEMPORANEO 1 > 9/07 Nardò;
11. VEGA SUMMER 4/07 > 2/09 Gallipoli;
12. INTERNATIONAL TRANI TANGO X EDIZIONE 7 > 16/07 Trani;
13. FESTIVAL IL LIBRO POSSIBILE 5 > 8/07 Polignano; 18 > 22/07 Vieste;
14. FESTA DELLE LUCI 5 > 9/07; 7 > 31/12 Scorrano;
15. BROS'LAND VISIONARY FOOD IN A VISIONARY WORLD 7 > 8/07 Lecce; 9/07 Scorrano
16. P.U.M. FESTIVAL - PUGLIA URBAN MOOD 14 > 15/07; 21 > 22/07; 4 > 5/08; 8/08; 13 > 14/08 Castellaneta Marina, Gallipoli, Monopoli;
17. RDS SUMMER FESTIVAL 14 > 15/07 Barletta;
18. UN'EMOZIONE DAL SALENTO 15 - 22/07 Copertino, Magliano;
19. NOTTI DI STELLE SUMMER & WINTER EDITION 18 > 25/07; 24/09 > 3/12 Bari;
20. FESTIVAL GUSTOJAZZ - V, VI, VII ED. 21 > 27/07 Corato;
21. POLIFONIC 26/07 Cisternino; 27/07 Torre Canne; 28 > 29/07 Pezze di Greco; 30/07 Capitolo;
22. TEATRO DEI LUOGHI FESTIVAL INTERNAZIONALE (TBA) Lecce;
23. FISH AND GIN® FESTIVAL 27/07 > 5/08 Gallipoli, Marina di Ginosa;
24. STUPOR MUNDI FESTIVAL 30/07 > 24/08 Carovigno, Ceglie Messapica, Ugento, Francavilla Fontana, Mesagne;
25. MERCATINO DEL GUSTO 2023 1 > 6/08 Maglie;
26. FESTIVAL BIRRA E SOUND 1 > 7/08 Leverano;
27. TROFEO "SPONSOR" 9 agosto Bari;
28. FESTA DELLA MUNICEDDHA 10 > 14/08 Cannole;
29. GALLIPOLI NATURE FESTIVAL 11 > 15/08 Gallipoli;



30. NEGRAMARO - N20 BACK HOME 12/08 Aeroporto Fortunato Cesari di Galatina;
31. PANORAMA FESTIVAL 12 > 16/08 Santa Cesarea Terme, Monopoli;
32. LA NOTTE BIANCA DI SPECCHIA - XVII EDIZIONE 12 > 13 /08 Specchia;
33. LECCE, NEL CUORE DELLA TRADIZIONE 23 > 27/08 Lecce;
34. CASTEL DEI MONDI 30/08 - 10 > 11/09 Andria;
35. APULIA SPORT CONVENTION 1/09 Gallipoli;
36. 150 ANNI CAVALLERIA (TBA) Lecce;
37. WORLD TRIATHLON PARA CUP TARANTO 01/09 Taranto;
38. MEDITA FESTIVAL - ED. 2023-25 7 > 10/09 Taranto, Molfetta;
39. SALONE NAUTICO DI PUGLIA 11 > 15/10 Brindisi;
40. CASTRO LEGEND CUP. X LEGEND UCI (LA SFIDA INTERNAZIONALE IN PUGLIA)  
15/10;
41. NOVELLO SOTTO IL CASTELLO - VINO, GASTRONOMIA E MUSICA 10/11 Conversano;
42. CANTATOUR 2023 6-20-26-31/10 Polignano a Mare, Putignano, Matera, Acquaviva delle Fonti;
43. FESTIVAL MANIBUS DI ARTE E IMPRESA 14-16/10 Lecce.

Accanto ai suddetti eventi, va menzionato anche il grande e prestigioso momento dell'arrivo della casa di moda Dolce&Gabbana in Puglia, nella Valle d'Itria. L'evento ha visto l'organizzazione delle sfilate di presentazione di Alta Moda, Alta Sartoria e Alta Gioielleria dal 7 al 11 luglio e annunciate da una conferenza stampa congiunta tra Dolce&Gabbana e Regione Puglia. La risonanza degli eventi ha avuto un carattere mondiale in termini di impatto mediatico e diffusione, anche sui canali della Casa di Moda. Il ritorno in termini di comunicazione del brand Puglia ha superato le stime previste dimostrando che l'incontro tra Alta Moda e Destinazione genera un significativo coinvolgimento e una efficace promozione per attrarre flussi turistici.

## **COPERTURA FINANZIARIA**

L'investimento totale per i dieci eventi succitati realizzati nel 2023 è €5.389.709,74 a valere sui Fondi PO FESR, CUP B39D20002200009.

## **ACCORDI PUBBLICI – AEROPORTI DI PUGLIA**

Nell'ambito dell'accordo pubblico-pubblico con Aeroporti di Puglia e in riferimento alle attività di comunicazione e promozione del brand Puglia come destinazione turistica e meta di viaggio negli Aeroporti di Puglia, sono stati progettati e realizzati una serie di asset che definiscono la strategia di comunicazione negli aeroporti.

In un quadro generale l'azione di comunicazione ha riguardato la brandizzazione degli spazi interni ed esterni degli aeroporti di Bari, Brindisi e Foggia, alternando la pubblicità statica a quella dinamica e digital. Un grande lavoro di valorizzazione degli spazi è stato fatto nell'aeroporto di Foggia, con una brandizzazione che ricopre buona parte dell'aerostazione, che ha registrato nel 2023 dati di crescita del traffico passeggeri.

Nello specifico, si indicano di seguito i mezzi di comunicazione e i relativi periodi di esecuzione previsti dall'accordo PP-AdP:

Periodo 16.01.2023-15.07.2023:

- 1) Corridoio di collegamento tra i finger e la hall arrivi dell'aerostazione di Bari, realizzato con pannelli completi di grafica;
- 2) N. 2 elementi scultorei luminosi #WEAREINPUGLIA di cui uno ubicato presso l'aeroporto di Bari e uno presso l'aeroporto di Brindisi;
- 3) N.4 nastro ritiro bagagli hall arrivi con adesivo completo di grafica presso l'aerostazione di Bari;
- 4) N.3 nastro ritiro bagagli e relative colonne hall arrivi con adesivo completo di grafica presso l'aerostazione di Brindisi;

- 5) Personalizzazione n. 2 navette viaggiatori Cobus (n. 1 a Bari e n. 1 a Brindisi) con pellicole adesive;
- 6) Personalizzazione porte di entrata e di uscita esterno aerostazione di Foggia;
- 7) Personalizzazione dell'aerostazione di Foggia con n°22 pannelli di dimensioni varie presso aree land side e air side;
- 8) Circuito digitale totem di n. 20 facciate video: 15 aeroporto di Bari e 5 aeroporto di Brindisi.

Trasmissione delle immagini in sincrono su tutti gli impianti.

Periodo 20.06.2023-15.07.2023:

- N. 2 pannelli delle dimensioni ciascuno di mt 10X2, ubicati nella hall ritiro bagagli Aeroporto di Bari completi di grafica e luminarie;
- n. 8 pannelli retroilluminati delle dimensioni di cm 90X245, ubicati presso l'Aeroporto di Brindisi e del Salento;
- Noleggio ledwall indoor 48 moduli per un totale di mt 8x1,5 ubicato presso la hall arrivi dell'aeroporto di Bari;
- Corridoio arrivi aeroporto di Bari di collegamento tra piazzale aeromobili a hall ritiro bagagli, realizzato con pannelli completi di grafica;
- n.18 pellicole in pvc per personalizzazione delle porte esterne dei 9 ascensori aerostazione di Bari;
- n.8 pellicole in pvc per personalizzazione delle porte esterne dei 4 ascensori aerostazione di Brindisi;

Periodo settembre-dicembre 2023

- Personalizzazione n.20 Pannelli Aeroporto di Foggia e vetrofanie porte di entrata e uscita Aeroporto di Foggia;
- Personalizzazione delle porte ascensori Bari;

- Personalizzazione n. 2 nastro ritiro bagagli Bari;
- n. 2 elementi scultorei luminosi presso gli arrivi degli aeroporti di Bari e di Brindisi;
- Personalizzazione n. parete dell'aerostazione di Brindisi;
- Personalizzazione corridoio Finger Hall arrivi Bari.

## **COPERTURA FINANZIARIA**

L'investimento totale per le azioni suindicate nel 2023 è stato di €458.895,20 di cui:

- €213.895,20 a valere FSC 2014/2020 Patto per la Puglia, CUP B39I22001220009, per il periodo da gennaio a luglio 2023;
- €200.000,00 a valere sui Fondi PO FESR CUP B39D20002200009 per il periodo da agosto a dicembre 2023.
- €45.000,00 a valere su a valere sul capitolo Capitolo n. 10901 denominato "Spese per la promozione del territorio" del B.P. 2023-2025.

## **ACCORDI PUBBLICI - EVENTI E SPETTACOLI DAL VIVO**

Gli eventi e spettacoli dal vivo rientrano nell'ambito dell'accordo di cooperazione strategica tra Pugliapromozione con Enti pubblici terzi o Fondazioni a natura pubblica senza scopo di lucro. Nello specifico, nel 2023 sono stati sottoscritti interventi attuativi con Teatro Pubblico Pugliese finalizzati a valorizzare l'identità di beni culturali materiali e immateriali, con la finalità di creare sistemi territoriali e prodotti turistici di qualità, valorizzando le risorse culturali regionali e pertanto potenziare il prodotto turistico culturale.

Sono state realizzate congiuntamente attività relative alle rispettive mission concentrandosi nel campo degli interventi di innovazione e di valorizzazione del territorio come destinazione turistica e luogo di arti e spettacolo dal vivo, senza trascurare la possibilità di azioni congiunte anche nel campo della promozione BtoB e della comunicazione della

brand identity regionale. Fra le azioni attuate: Medimex, Tremiti Music Festival, Festa del Mare, Meraviglioso Modugno, Porto Rubino, PHEST.

## **COPERTURA FINANZIARIA**

L'investimento totale per le azioni suindicate nel 2023 è stato di €5.135.000,00 Iva inclusa a valere sui Fondi PO FESR FSE 2024-2020, CUP B39D20002200009.

## **ACCORDI PUBBLICI – AZIONI DI CINETURISMO**

In coerenza con l'accordo di Cooperazione strategica tra Pugliapromozione e Fondazione Apulia Film Commission, attraverso attività congiunte di interesse pubblico per la valorizzazione del territorio e del patrimonio culturale regionale, sono state messe in campo azioni di promozione del brand Puglia quale destinazione turistica con la comunicazione integrata nell'ambito di progetti di Cineturismo.

36

Le azioni eseguite nel 2023:

- Attività di Ufficio Stampa e di Comunicazione digitale e social;
- Ampia copertura dei contenuti a livello mondiale;
- Veicolazione del brand Puglia come destinazione e riferimento istituzionale, meta responsabile e di qualità. Il brand ha avuto visibilità in molti eventi in giro per il mondo, tra cui ad esempio la Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia, Buenos Aires Ventana Sur, Torino Film Festival Toronto International Film Festival, American Film Market, Festa del Cinema di Roma e MIA;
- Valorizzazione del turismo nazionale e di prossimità con Otranto Film Festival, QCine e Cinzella;
- Massima attenzione al target dei turisti di ritorno.

**RIEPILOGO DELLA COPERTURA FINANZIARIA AZIONI DI COMUNICAZIONE  
2023**

Piano media internazionale	€3.161.138,61 Iva inclusa a valere sui Fondi PO FESR FSE 2024-2020, CUP B39D20002200009
Piano media nazionale	€1.029.021,54 Iva inclusa a valere sui Fondi PO FESR FSE 2024-2020, CUP B39D20002200009
Piano media regionale	€370.655,53 Iva inclusa a valere sui Fondi PO FESR FSE 2024-2020, CUP B39D20002200009
Grandi eventi	€5.389.709,74 a valere sui Fondi PO FESR, CUP B39D20002200009
Accordi con Aeroporti di Puglia	€458.895,20 di cui: €213.895,20 a valere FSC 2014/2020 Patto per la Puglia, CUP B39I22001220009, per il periodo da gennaio a luglio 2023; €200.000,00 a valere sui Fondi PO FESR CUP B39D20002200009 per il periodo da agosto a dicembre 2023. €45.000,00 a valere su a valere sul capitolo Capitolo n. 10901 denominato "Spese per la promozione del territorio" del B.P. 2023-2025.
Azioni di Cineturismo	€1.560.000,00 Iva inclusa a valere sui Fondi PO FESR FSE 2024-2020, CUP B39D20002200009
Eventi e Spettacoli dal Vivo	€5.135.000,00 Iva inclusa a valere sui Fondi PO FESR FSE 2024-2020, CUP B39D20002200009



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

## LA PROMOZIONE DELLA DESTINAZIONE

CUP: B59D20001730009

38

---

---

**ARET PUGLIAPROMOZIONE**  
*Direzione Generale*

agenziapugliapromozione.it  
direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172  
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411  
Fax +39 080 5821429

**Uffici Amministrativi**

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari  
Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727

## IL RUOLO DELLE FIERE E DEI WORKSHOP

Le fiere e i workshop di settore rappresentano tutt'oggi lo strumento di comunicazione che, nell'ambito del piano di marketing della destinazione, permettono di entrare in contatto direttamente con i clienti consumer e business a seconda della tipologia di manifestazione. Nel settore turistico la tendenza degli ultimi anni è infatti quella di valorizzare le relazioni di networking. La partecipazione a fiere ed eventi permette di affermare che l'intermediazione per lo scambio diretto di esperienze rafforza la commercializzazione della destinazione e la costruzione di un network tra tutti gli stakeholder interessati, Enti pubblici di promozione come Pugliapromozione, operatori buyer internazionali e operatori turistici locali. La condivisione di esperienze durante gli appuntamenti in presenza e la convivialità nel business rafforzano l'efficacia e restano una delle leve più importanti per la scelta di investire in una destinazione.

Negli appuntamenti nazionali ed europei, Pugliapromozione ha scelto di partecipare strategicamente in collaborazione con l'Agenzia Nazionale del Turismo ENIT in modo da essere presenti congiuntamente ad altre regioni per la promozione integrata del sistema turistico italiano. La scelta di partecipare agli eventi inseriti nel programma deriva da un'attenta analisi dei contesti maggiormente favorevoli per le imprese e dall'analisi dei mercati internazionali che hanno mostrato negli ultimi anni i maggiori tassi di sviluppo. Nel 2023, l'orientamento di promozione della destinazione è stato quello di intercettare i mercati e i target alto spendenti, i quali consentono di accrescere lo sviluppo del territorio, delle strutture alberghiere ed extralberghiere come ad esempio le "Masserie" (*Unique Selling Proposition*: prodotto che maggiormente caratterizza l'autenticità dell'offerta turistica pugliese negli ultimi anni e sempre più ricercato dalla domanda estera). Si è scelto quindi di aderire al programma di workshop dell'ENIT in diversi mercati, privilegiando l'acquisizione di spazi che hanno consentito di facilitare l'interazione tra gli operatori. Il risultato più evidente di quest'azione è mantenere alta l'attenzione



della destinazione Puglia da parte degli operatori trade a riprova degli ottimi risultati raggiunti negli ultimi anni in termini di incremento dei flussi turistici.

## ATTIVITÀ REALIZZATE

### FIERE, EVENTI E WORKSHOP 2023

Il piano di Promozione della destinazione Puglia, nell'annualità 2023, ha compreso fiere prevalentemente B2B. E' stata curata la partecipazione di ogni singolo evento, dalla fase di progettazione alla fase esecutiva di realizzazione, alla partecipazione diretta, al procedimento amministrativo necessario fino alla rendicontazione finale delle attività. Le fiere hanno previsto la realizzazione dello stand Puglia, in appuntamenti rilevanti per il settore. Oltre **500 aziende** hanno confermato la partecipazione alle diverse attività promosse da Pugliapromozione nel 2023 manifestando il loro interesse attraverso la piattaforma DMS (*Destination Management System*).

40

Gli eventi B2B hanno consentito di supportare la commercializzazione delle imprese pugliesi, in particolare per specifici segmenti di mercato come il Luxury, il Wedding, il MICE (*Meeting Industry*). Si è scelto di aderire a circuiti internazionali che si stanno affermando come appuntamenti fissi per i professionisti dell'intermediazione turistica nonché al programma di workshop proposti dall'ENIT, per rafforzare sui mercati nazionali la notorietà del brand Puglia.

L'attuazione del piano di Promozione della destinazione Puglia ha previsto le seguenti attività:



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

## PIANO FIERE 2023

BIT AREA	12-14 FEB- BRAIO	MILANO	€ 121.356,60
BIT ALLESTIMENTO	12-14 FEB- BRAIO	MILANO	€ 258.591,20
BIT FOOD	12-14 FEB- BRAIO	MILANO	€ 31.964,00
IMTM	14-15 FEB- BRAIO	TEL AVIV (N.B. l'evento pre- cede i fatti del 7 ottobre 2023)	€ 3.050,00
BUYPUGLIA ALLESTIMENTO	1-3 MARZO	BARI E PUGLIA	€ 130.000,00
BUYPUGLIA OSPITALITA'	1-3 MARZO	BARI E PUGLIA	€ 320.000,00
SICUREZZA BIT + BUYPUGLIA			€ 8.000,00
ITB - BERLIN ENIT	7-9 MARZO	BERLIN	€ 88.755,00
DUCO ITALY	27 -31 MARZO	FIRENZE	€ 21.099,60
ATM DUBAI ENIT	1-4 MAGGIO	DUBAI	€ 60.000,00
ILTM LATIN AMERICA	9-12 MAGGIO	SAN PAOLO	€ 40.000,00
IMEX ENIT	23-25 MAGGIO	FRANCOFORTE	€ 40.000,00
MEETING DELL'AMICIZIA	20-25 AGOSTO	RIMINI	€ 130.000,00
TRUE	1-4 OTTOBRE	LECCE	€ 70.000,00
AMOUR GLOBAL WEDDING B2B	8-11 OTTOBRE	BUDAPEST	€ 50.000,00
TTG	11-13 OTTOBRE	RIMINI	€ 300.000,00
TEJ TOURISM EXPO	26-29 OTTOBRE	OSAKA	€ 40.000,00
WTM ENIT	6-8 NOVEMBRE	LONDRA	€ 58.866,08
DO NOT DISTURB	13-17 NOVEM- BRE	FASANO	€ 130.000,00
IBTM - International Business Travel Market World ENIT	28-30 NOVEM- BRE	BARCELLONA	€ 30.000,00
ILTM WORLDWIDE ENIT	4-7 DICEMBRE	CANNES	€ 130.000,00

41

**ARET PUGLIAPROMOZIONE**  
Direzione Generale

agenziapugliapromozione.it  
direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172  
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411  
Fax +39 080 5821429

**Uffici Amministrativi**  
Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari  
Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727

## **BIT**

**12-14 FEBBRAIO (MILANO)**

La Borsa Internazionale del Turismo è la più importante Fiera Internazionale del Turismo nazionale, un evento ideato appositamente per favorire i diversi canali di distribuzione e acquisto, nonché presentare novità e tendenze per comprendere e anticipare l'evoluzione delle abitudini di consumo turistico. BIT è l'evento di riferimento del turismo in Italia e tra le principali fiere in Europa. Il progetto ha confermato il format innovativo, già sperimentato gli scorsi anni, per valorizzare il business che faciliti l'incontro tra domanda e offerta, con un layout che valorizza le business communities nonché uno spazio di confronto per i professionisti di ogni area tematica: dal Leisure al Mice, dal Wedding al Tech, all'Experience e al Job.

L'edizione 2023 ha previsto un evento B2B e B2C, permettendo agli operatori del settore di confrontarsi e sviluppare nuove opportunità in un ambiente totalmente favorevole alla contrattazione. BIT si è articolata in tre giorni dedicati agli operatori del settore (Buyer italiani e internazionali provenienti prevalentemente dall'Europa - per questa edizione; Blogger, Professionisti della stampa; DMC e PCO; Agenzie di Viaggio; Tour Operator; Società di servizi per il turismo; Event, Travel Planner, PCO; Travel Blogger e Giornalisti); la prima giornata è stata aperta anche al pubblico Consumer.

L'edizione 2023, ha visto la partecipazione di:

- ✓ 1200 espositori (destinazioni italiane e internazionali, tour operator, network di agenzie, vettori e associazioni)
- ✓ 35.000 visitatori
- ✓ 7.500 incontri B2B
- ✓ 400 buyer selezionati da Fiera Milano e giunti da 50 Paesi

## **BUYPUGLIA**

---

**ARET PUGLIAPROMOZIONE**  
*Direzione Generale*

[agenziapugliapromozione.it](http://agenziapugliapromozione.it)  
[direzione.generale@aret.regione.puglia.it](mailto:direzione.generale@aret.regione.puglia.it)

Fiera del Levante, PAD. 172  
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411  
Fax +39 080 5821429

**Uffici Amministrativi**  
Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari  
Tel/fax +39 080 5242361  
C.F. 93402500727

## 28 FEBBRAIO-3 MARZO (BARI E LA PUGLIA)

L'Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione ha organizzato, dal 28 FEBBRAIO al 3 MARZO, la settima edizione di **BUYPUGLIA - ROUTES & EXPERIENCES**.

L'evento internazionale di Business Meeting (il workshop B2B) si è svolto venerdì 3 marzo alla Fiera del Levante di Bari in concomitanza con l'ultima giornata dell'evento **BTM - BUSINESS TOURISM MANAGEMENT**, offrendo l'opportunità al sistema delle imprese pugliesi di presentare la propria offerta a una selezione di operatori provenienti dai principali mercati europei ed extraeuropei.

**MERCATI** - Il workshop B2B è stato orientato a soddisfare le esigenze emerse nell'ambito dei lavori del Piano Strategico del Turismo Puglia 365. Il contingente di buyer invitati è stato composto da circa 100 operatori provenienti sia dai mercati di riferimento per la destinazione turistica Puglia che dai mercati emergenti. Sulla base del follow up ricevuto dai partecipanti alle ultime edizioni, sono state implementate le azioni per garantire la qualità del matching attraverso una nuova piattaforma online dedicata, BUYPUGLIA Matching Platform.

**TRAVEL EXPERIENCE** - BUYPUGLIA è un evento che punta a far conoscere l'offerta turistica attraverso un'esperienza di viaggio personalizzata per i diversi tour operator nazionali e internazionali. Dal 28 febbraio al 2 marzo i buyer, suddivisi in piccoli gruppi, hanno vissuto tre giornate pensate come una Travel Experience associata a specifici percorsi tematici dedicati sia alla Puglia più classica che a quella ancora da scoprire. Gli itinerari di visita del territorio sono stati definiti nei dettagli solo dopo l'accredito e la verifica del profilo dei buyer, al fine di andare incontro alle esigenze della domanda. **CO-MARKETING** - Gli operatori pugliesi hanno offerto servizi in co-marketing per l'organizzazione

dell'evento (ad esempio: ospitalità dei buyer nella propria struttura, escursioni, degustazioni, visite guidate, etc)

## **ITB - BERLIN ENIT**

**7-9 MARZO (BERLINO)**

La **ITB International Tourism Borse** è una manifestazione che dal 1966 ha luogo a Berlino: in breve tempo si è consolidata fino a diventare uno degli eventi di settore più grandi e importanti d'Europa e del mondo. Oggi gli enormi padiglioni della prestigiosa Messe, che ospitano la manifestazione fieristica, raggiungono i 160.000 metri quadrati di superficie.

Da oltre 50 anni il brand ITB è sinonimo di conoscenza del settore turistico in tutto il mondo 365 giorni all'anno, eventi di networking e di tendenza, in formato virtuale, di persona o ibrido. Ogni anno a marzo il mondo del turismo internazionale si riunisce al più grande evento di viaggio fiera, ITB Berlin.

44

Secondo i dati forniti dagli organizzatori di ITB, l'ultima edizione in presenza ha confermato in modo convincente il suo ruolo di indicatore economico affidabile e di trend-setter all'avanguardia. Con circa 113.500 visitatori specializzati, ITB Berlin è stata in grado di riaffermare la propria posizione come fiera leader nel settore dei viaggi. La Convention ITB Berlino rappresenta uno tra i maggiori think tank leader a livello globale nel settore dei viaggi, ospitando circa 200 sessioni con oltre 400 relatori di spicco. L'evento, quest'anno dal titolo "Smart Tourism for Future: Sustainable, Digital and Relevant", affronta tematiche innovative come ad esempio la sostenibilità, il nuovo turismo *luxury* e la digitalizzazione. La Convention offre un'eccellente opportunità di analisi delle tendenze del mercato internazionale e della domanda che preferisce sempre più prodotti

personalizzati, non di massa, in grado di dare un significato più profondo e “rilevante” al viaggio. Alla ricerca di un’esperienza turistica, spesso scelta secondo la crescente politicizzazione del viaggiatore, nuova componente delle decisioni d’acquisto.

Dal 7 al 9 marzo 2023, per un periodo di tre giorni, più di 10.000 aziende e organizzazioni provenienti da più di 180 paesi e regioni hanno esposto i loro prodotti ai visitatori in quasi 30 sale nel quartiere fieristico di Berlino. Ancora una volta, si è registrata un’alta percentuale di acquirenti con elevata capacità decisionale: l’81% dei visitatori specializzati hanno affermato di avere decisione d’acquisto o delega con potere d’acquisto sui prodotti di viaggio. I visitatori della fiera hanno dichiarato di spendere annualmente in media 3.097,00 euro in viaggi.

## **DUCO**

**27-31 MARZO (FIRENZE)**

DUCO ITALY è ormai un evento consolidato nel calendario internazionale dei workshop del settore luxury, un evento dedicato alla promozione dell’eccellenza dell’ospitalità italiana verso i più importanti intermediari del mondo del turismo di alta gamma con particolare riferimento al mercato nordamericano. La partecipazione a DUCO è solo su invito e coinvolge i migliori travel designer, consulenti di viaggio, provenienti principalmente dai Paesi di lingua anglofona nonché albergatori e fornitori di servizi turistici di qualità provenienti da tutta Italia. È un evento innovativo di nicchia, che per 3 giornate ha raccolto, nella splendida cornice di Firenze, oltre 160 top buyers qualificati dell’industria Luxury, interessati a contattare gli operatori italiani più importanti.

I Buyer sono stati accuratamente selezionati dai seguenti Paesi: 60% Stati Uniti d’America; 12% Regno Unito; 9% Australia; 8% Canada; 8% mercati europei (ad eccezione del Regno Unito); 3% altri Paesi del mondo.

Pugliapromozione ha aderito alla proposta di partnership ricevuta da DUCO SRL per partecipare all'evento DUCO ITALY 2023- Firenze 21-25 marzo e alle attività di comunicazione pre-evento per il rafforzamento del posizionamento del brand Puglia.

Attraverso la collaborazione con DUCO 2023 è stato possibile raggiungere i buyer partecipanti all'evento e condividere la diffusione dell'immagine turistica della Puglia. L'operazione di branding ha permesso di rafforzare la visibilità e il ricordo nell'immaginario collettivo delle esperienze pugliesi già vissute da chi conosce la destinazione; instaurare nuove relazioni con chi non la conosce ma intende commercializzarla; promuovere e illustrare le potenzialità della destinazione a chi non la conosce e intende proporre ai propri clienti high-end una nuova meta.

I principali risultati raggiunti sono stati in termini di contatti con Agenti e T.O. internazionali di alta gamma: i meeting e le attività di comunicazione hanno permesso di incrementare il database di contatti cui poter inviare e proporre attività di partnership e networking. Ciò in virtù anche dell'implementazione della nuova piattaforma 365BuyPuglia Matching Platform. È stato inoltre possibile recuperare il contatto di operatori già incontrati in altri eventi o che hanno partecipato alle edizioni passate di BuyPuglia.

## **ATM DUBAI ENIT**

### **1-4 MAGGIO (DUBAI)**

Giunto alla sua 30<sup>a</sup> edizione, ATM - Arabian Travel Market è il più importante evento internazionale dell'industria turistica in Medio Oriente e tra i principali appuntamenti per il mercato mondiale del turismo. L'edizione 2023, nel corso dei 4 giorni di fiera, ha visto la partecipazione di oltre 2.000 espositori da 150 diverse destinazioni, e oltre 35.000 visitatori professionali, inclusi rappresentanti dei media e stakeholder mondiali. Nell'ambito del progetto *Promozione della destinazione Puglia*, l'A.RE.T. ha partecipato alle seguenti manifestazioni in programma a Dubai (Emirati Arabi Uniti): 1) *Workshop*

ENIT Dubai 2023 in programma il 30 aprile 2023; 2) fiera ATM-Arabian Travel Market Dubai in programma dal 1° al 4 maggio 2023 come da nota prot. n. 4465 del 21-02-2023 nell'ambito della nuova programmazione per il rilancio della destinazione Italia sui mercati esteri e il rafforzamento della *brand awareness* nazionale.

L'agenzia regionale del turismo Pugliapromozione è stata presente con uno stand tutto suo all'interno del Padiglione Italia in ATM Dubai, realizzato e coordinato da Enit. La Puglia ha presentato le eccellenze della regione insieme a 4 operatori pugliesi, riconosciuti a livello internazionale per la qualità dell'offerta, l'approccio innovativo diretto al turismo alto di gamma e la particolare attenzione alla sostenibilità, tema portante della fiera ATM Dubai.

Pugliapromozione ha partecipato anche al Workshop Enit il 30 aprile, alla presenza dell'Ambasciatore d'Italia ad Abu Dhabi Lorenzo Fanara e dell'amministratore delegato Enit Ivana Jelinic. Il Workshop è stata un'occasione unica per gli operatori incoming italiani, e pugliesi in particolare, di incontrare buyers stranieri selezionati tra i migliori operatori turistici dell'area medio orientale e non solo: Emirati Arabi Uniti, Kuwait, Qatar, Oman, Arabia Saudita e Bahrain, Giordania, Libano, Iran e India.

## **ILTM LATIN AMERICA**

### **9-12 MAGGIO (SAN PAOLO)**

Pugliapromozione, per il secondo anno dopo il periodo di fermo dovuta alla pandemia, ha partecipato ad ILTM LATAM nella città di SAN PAOLO del Brasile dal 9 al 2 MAGGIO 2023. ILTM LATAM è il più importante evento internazionale dell'America Latina del settore del turismo intermediato di alta gamma. L'evento si è svolto in presenza e sulla base dell'esperienza dello ultima edizione, la partecipazione ha previsto attività di comunicazione business to business per affermare il brand Puglia sul mercato internazionale



dei viaggi di lusso e garantire il raggiungimento degli obiettivi del Piano Strategico del Turismo.

ILTM LATAM è ormai un evento consolidato nel calendario internazionale dei workshop di settore, un evento dedicato alla promozione dell'eccellenza dell'ospitalità internazionale verso i più importanti intermediari del mondo del turismo tailor made con particolare riferimento al mercato sudamericano in forte crescita verso la Puglia. La partecipazione ad ILTM LATAM avviene mediante l'acquisizione di una postazione brandizzata e di una agenda di appuntamenti per incontrare i migliori travel designer e consulenti di viaggio, provenienti principalmente dai Paesi di Sud e Centro America nonché albergatori e fornitori di servizi turistici di qualità provenienti da tutto il mondo. È un evento che per 4 giornate di lavori raccoglie, nella splendida cornice del parco Ibirapuera di San Paolo, oltre 200 top buyers qualificati del settore Luxury

Attraverso incontri mirati tra buyer e seller, i partecipanti possono conoscere e approfondire le reciproche opportunità di lavoro sia durante gli appuntamenti prefissati di quindici minuti, previsti da un'agenda organizzata e predisposta dagli organizzatori, sia mediante eventi di networking post meetings.

## **IMEX ENIT**

**23-25 MAGGIO (FRANCOFORTE)**

Nell'ambito del progetto "Promozione della destinazione Puglia", Pugliapromozione ha partecipato dal 23 al 25 maggio 2023 ad IMEX - The Worldwide exhibition for incentive travel, meetings and events in collaborazione con l'Agenzia Nazionale del Turismo ENIT. IMEX è un evento internazionale tra i più importanti nel settore della Meeting Industry. Gli incontri B2B previsti sono riconosciuti a livello mondiale e la partecipazione

offre l'opportunità di proficue relazioni commerciali per le aziende pugliesi nel mercato M.I.CE, in linea con gli obiettivi del Piano Strategico "Puglia 365". L'evento ha visto la partecipazione di 2.500 espositori provenienti da 170 Paesi. Gli oltre 3.400 hotels, enti turistici, aziende di eventi, agenzie, incentive, centri congressuali, compagnie aeree e crocieristiche, in una tre giorni ricca di workshop e incontri commerciali, hanno avuto l'opportunità di incontrare decision-makers di tutto il mondo dal notevole potere di acquisto.

Gli operatori turistici pugliesi hanno manifestato l'interesse a partecipare ad IMEX tramite la procedura online pubblicata sul DMS, cogliendo l'opportunità di sviluppare nuovi rapporti con gli operatori MICE internazionali, supportati da ENIT e da Pugliapromozione. La partecipazione ha previsto l'acquisizione di un'area espositiva brandizzata con 4 postazioni riservate agli operatori turistici regionali e 1 riservata a Pugliapromozione per la promozione della destinazione Puglia, onnicomprensiva dei servizi connessi (allestimenti, tavoli, sedie, connessione internet, utilizzo spazi comuni dello stand Italia) al servizio steward/hostess bilingue (n.1 unità per tutta la durata della manifestazione) pari a euro e quello di somministrazione di un Aperitivo Italiano con prodotti tipici

Durante le giornate della fiera IMEX Pugliapromozione, grazie al sistema di agenda appuntamenti online, ha potuto incontrare buyer internazionali interessati all'organizzazione di congressi ed eventi in Puglia. Numerosi sono stati anche gli appuntamenti fuori agenda che hanno ampliato l'elenco dei contatti di operatori esteri interessati al prodotto Puglia.

## **MEETING DELL'AMICIZIA**

**20-25 AGOSTO (RIMINI)**

Il Meeting di Rimini è un evento culturale finalizzato all'incontro e lo scambio di opinioni tra persone di fede e culture diverse e oggi è uno dei festival culturali che registra un elevato livello di affluenza e partecipazione. Ogni anno il Meeting ospita opinion leader

globali, leader politici e religiosi, manager dell'economia, attori culturali, intellettuali, artisti e personaggi dello sport, pertanto è ritenuto strategico ai fini promozionali della destinazione Puglia.

La partecipazione della Puglia al Meeting per l'Amicizia tra i Popoli è consistita in un'importante attività di promozione e comunicazione durante lo svolgimento dell'evento. Nello specifico, la Puglia ha avuto uno spazio espositivo di 100 mq all'interno del quale sono state presentate le attività al pubblico del Meeting. Per quanto riguarda la comunicazione, all'interno del programma definitivo del Meeting è stata inserita una pagina pubblicitaria della destinazione Puglia. Il programma contiene il calendario di tutti gli incontri, gli spettacoli e le mostre è stato stampato in 200.000 copie distribuite gratuitamente su tutta la Riviera Romagnola e all'interno della Fiera di Rimini. La stessa inserzione pubblicitaria è stata pubblicata anche nel numero di luglio/agosto del News Meeting & Partner, distribuito in formato digitale ad oltre 100.000 contatti. E' stato prodotto un banner e inserito nella home page del sito [www.meetingrimini.org](http://www.meetingrimini.org) con oltre 2.000.000 di contatti unici. Un banner della Regione Puglia è stato inserito nella newsletter di agosto inviata ad oltre 100.000 contatti e un banner popup è stato inserito all'interno della APP del Meeting.

## **TRUE**

### **1-4 OTTOBRE (LECCE)**

L'A.RE.T. Pugliapromozione, nell'ambito del progetto "Promozione della destinazione Puglia" ha partecipato alla seconda edizione dell'evento internazionale di promozione turistica TRUE 2023. L'evento si è svolto in una innovativa e interessante formula ibrida che ha previsto sia incontri virtuali prima dell'evento, che un evento b2b con attività di networking ed esperienze turistiche che vedranno insieme protagonisti sia gli operatori della domanda che quelli dell'offerta. La partecipazione si è realizzata attraverso

attività di comunicazione business to business per affermare il brand Puglia sul mercato internazionale di alta gamma e garantire il raggiungimento degli obiettivi del Piano Strategico del Turismo.

Inventure Life SRL è una società leader nella organizzazione di eventi di networking del settore della travel Industry per favorire l'intermediazione tra domanda e offerta del segmento luxury di tutto il mondo, con particolare riferimento al settore dei viaggi esperienziali in Italia, intercettando strutture che rispettano i requisiti di sostenibilità ambientale.

TRUE è un evento innovativo nel calendario internazionale dei workshop di settore che ha scelto la Puglia come sua sede naturale per la promozione dell'eccellenza dell'ospitalità italiana verso i più importanti intermediari del mondo del turismo tailor made. La partecipazione a TRUE avviene solo mediante invito e coinvolge i migliori travel designer e consulenti di viaggio, provenienti principalmente dai Paesi di lingua anglofona nonché albergatori e fornitori di servizi turistici di qualità provenienti da tutta la Puglia e dall'Italia. È un evento innovativo di nicchia, che per 4 giornate raccoglie, nella splendida cornice di lecce e del Salento, oltre 40 top buyers qualificati dell'industria Luxury, interessati a conoscere la destinazione Puglia e la sua offerta.

Gli operatori turistici pugliesi che hanno aderito alla manifestazione, hanno colto l'opportunità di conoscere nuovi buyers internazionali e di mantenere i rapporti con i nuovi operatori del trade interessati alla destinazione Puglia. L'esperienza offerta da TRUE 2023 ha inoltre permesso di aggiornare e incrementare le competenze specifiche del personale di Pugliapromozione. Pugliapromozione, ha partecipato, alla seconda edizione dell'evento internazionale di promozione turistica TRUE 2023, in programma in Puglia dal 1 al 4 ottobre 2023.

## **TTG**

**11-13 OTTOBRE (RIMINI)**

Pugliapromozione ha previsto la partecipazione alla fiera internazionale TTG Travel Experience che si è tenuta a Rimini presso il quartiere fieristico, nei giorni 11-13 ottobre 2023 (<https://www.ttgexpo.it>). TTG Travel Experience è una manifestazione italiana di riferimento per la promozione del turismo mondiale in Italia e per la commercializzazione dell'offerta turistica italiana nel mondo. Richiama in tre giorni operatori provenienti da tutto il mondo, key player delle principali aziende del comparto: enti del turismo, tour operator, agenzie di viaggi, compagnie aeree, trasporti, strutture ricettive, servizi per il turismo, tecnologia e soluzioni innovative. L'evento fa parte della piattaforma The Italian Marketplace for Travel&Hospitality, il brand firmato Italian Exhibition Group, che rappresenta la risposta di qualità tutta italiana a una domanda internazionale in continua evoluzione; è un nuovo modello di sviluppo strategico del business, che unisce in un unico evento le community delle tre più importanti fiere di settore: TTG Travel Experience, SIA Hospitality Design - il Salone Internazionale dell'Accoglienza e SUN Beach&Outdoor Style - il Salone B2B di riferimento per il mondo dell'outdoor, degli stabilimenti balneari e dei campeggi. Un unico marketplace per favorire il business e le opportunità di networking tra chi realizza il prodotto e chi lo distribuisce in Italia e all'estero. TTG Travel Experience è una manifestazione fieristica, giunta alla 59<sup>a</sup> edizione, che rappresenta un evento di riferimento per la promozione e la commercializzazione dell'offerta turistica italiana nel mondo.

È una fiera B2B che permette alle imprese turistiche pugliesi di incontrare le più qualificate aziende internazionali che acquistano il prodotto turistico: un unico marketplace per favorire il business e le opportunità di networking tra chi realizza il prodotto e chi lo distribuisce in Italia e all'estero. Pertanto, per la promozione della destinazione Puglia, si conferma essere uno degli appuntamenti più importanti del panorama fieristico nazionale. Strategico per le imprese, è inoltre, il panel di incontri formativi proposti

dall'ente organizzatore che consentono di accrescere e incrementare la conoscenza delle nuove tendenze del settore.

## **TEJ TOURISM EXPO E WORKSHOP ENIT**

**26-29 OTTOBRE (OSAKA, TOKYO E SEOUL)**

Tourism Expo Japan (TEJ) è la più importante fiera del turismo in Giappone: organizzata da Japan Association of Travel Agents (JATA), Japan Travel and Tourism Association (JTTA), Japan National Tourism Organization (JNTO), TEJ promuove il turismo outbound, inbound e domestico, riunendo i principali attori del settore. La fiera offre molteplici opportunità, che vanno dagli incontri di lavoro alla condivisione delle informazioni, alle discussioni, alla promozione diretta business to-business e business-to-consumer di prodotti, strutture e destinazioni nazionali e internazionali.

L'ENIT – Agenzia Italiana del Turismo ha partecipato con uno stand di 72 mq, inaugurato dall'Ambasciatore d'Italia a Tokyo, S.E. Gianluigi Benedetti, coinvolgendo n.3 destinazioni nazionali oltre la Puglia (Lazio, Basilicata e Bologna) insieme ad alcuni operatori italiani. Pugliapromozione ha acquisito dall'ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo un'area espositiva di 20mq personalizzata con il brand Puglia, situata all'interno del Padiglione Italia, al fine di assicurare la massima visibilità ed agevolare nella fruizione degli spazi sia il pubblico giapponese. L'edizione 2023 nei 4 giorni di fiera ha registrato un'affluenza complessiva di 130.000 visitatori.

53

### **Workshop ENIT Tokyo e Seoul**

I workshop di Tokio e Seoul sono stati organizzati dall'ENIT al fine di ottimizzare la presenza in Asia delle destinazioni e degli operatori italiani che hanno deciso di partecipare alla fiera TEJ di Tokyo. Entrambi i workshop, di fatto, hanno offerto un'importante

opportunità di matching fra il personale di Pugliapromozione e gli operatori giapponesi e coreani del segmento luxury. Al workshop di Tokyo hanno partecipato 50 buyer giapponesi, a quello di Seoul i buyer presenti sono stati 45.

## **WTM**

**6- 8 NOVEMBRE (LONDRA)**

WTM si tiene ogni anno a Londra ed è uno degli eventi fieristici internazionale fra i più importanti al mondo. La manifestazione dura quattro giorni ed è considerata un must per il settore turistico. Durante il World Travel Market vengono presentate numerose destinazioni e le novità proposte dal settore turistico davanti a un pubblico specializzato di professionisti provenienti da tutto il mondo. Si tratta di una opportunità unica per l'intera industria del turismo di incontrarsi e confrontarsi sulle proprie esperienze. Per i partecipanti al WTM, la manifestazione rappresenta un vantaggio competitivo e la possibilità di essere continuamente aggiornato sullo sviluppo del settore.

54

## **DO NOT DISTURB**

**13-17 NOVEMBRE (FASANO)**

L'A.RE.T. Pugliapromozione nell'ambito del progetto "Promozione della destinazione Puglia" ha partecipato all'evento "DND - DO NOT DISTURB 2023" in Puglia, essendo stata selezionata la Puglia come destinazione per ospitare la prima edizione in presenza di questo importantissimo evento dedicato all'intermediazione di alto profilo nel contesto del programma di eventi di THIS IS BEYOND società organizzatrice dei più importanti eventi di ospitalità di top buyer internazionali che ricercano nuove esperienze di viaggio.

Do Not Disturb Ltd fa parte del gruppo This is Beyond Ltd, una società leader nella organizzazione di eventi di networking e business per favorire l'intermediazione tra domanda

e offerta del segmento luxury di tutto il mondo con particolare riferimento al settore dei viaggi esperienziali nel pieno rispetto della sostenibilità ambientale.

L'A.RE.T. ha partecipato a diversi eventi in presenza e digitali promossi da THIS IS BEYOND già dal 2018 in qualità di destination partner. L'evento a Savelletri del novembre 2023 ha coinvolto per 4 giorni i principali travel designer del mondo, le proprietà di maggior prestigio del territorio pugliese, insieme ad esperti di fama internazionale e ai giornalisti delle più importanti testate del settore turismo luxury. DND è una manifestazione cui è possibile prender parte solo su invito dopo una accurata selezione aperta esclusivamente alle figure apicali delle migliori aziende del settore. I partecipanti sono una vera e propria community, i cui principi guida sono la capacità di creare avventure su misura in destinazioni che ispirino i viaggiatori, avendo come obiettivo la salvaguardia del pianeta e delle comunità locali.

- ATTIVITA' BUSINESS: appuntamenti prefissati di 20 minuti ciascuno con travel designer leader nel settore dei viaggi privati, operatori della stampa di fama mondiale;

- ATTIVITA' DI NETWORKING: attività collaterali e di team building con i buyer che consentono di intrattenere rapporti commerciali e approfondire la conoscenza dei nuovi prodotti;

- ATTIVITA' ESPOSITIVA: la presenza all'evento ha garantito il posizionamento tra gli espositori di punta di DND, l'opportunità di interagire con i top buyer del settore e di posizionarsi come destinazione leader nel viaggio esperienziale di fascia alta;

- ISPIRAZIONE: panel di formazione in cui confrontarsi con i nuovi modelli e le tendenze più recenti, mediante incontri peer-to-peer, confronto diretto con professionisti del settore, colloqui one-to-one, panel di discussione e workshop;

L'attività espositiva ha previsto l'allestimento di un'area brandizzata Puglia dedicata per gli appuntamenti e la distribuzione di materiale informativo sulla destinazione. Nell'area sono stati esposti e distribuiti, oltre al materiale cartaceo promozionale, anche i gadget promozionali prodotti da Pugliapromozione e in loco distribuiti a tutti i partecipanti alla



manifestazione; Gli operatori turistici pugliesi che hanno aderito alla manifestazione tramite invito da parte del fornitore DND, hanno colto l'opportunità di conoscere nuovi buyers internazionali e di mantenere i rapporti con i nuovi operatori del trade interessati alla destinazione Puglia. L'esperienza offerta da DND 2023 ha inoltre permesso di aggiornare e incrementare le competenze specifiche del personale di Pugliapromozione.

## **IBTM**

### **28-30 NOVEMBRE (BARCELLONA)**

IBTM World 2023 - Barcelona | Global MICE Industry Expo è una delle fiere internazionali più importanti nel settore meeting, incentive, congressi eventi e viaggi d'affari, organizzata da oltre 30 anni. Con oltre 15.500 professionisti del settore provenienti da tutto il mondo, 150 paesi rappresentati e 3.000 marchi leader in mostra, IBTM si conferma essere un must per il settore M.I.C.E. con suppliers di qualità pronti ad incontrarsi in un ambiente altamente professionale in cui sono presentate tutte le offerte di rilievo e le novità.

L'ENIT – Agenzia Italiana del Turismo ha partecipato con uno stand di 400 mq. (stand E30) in rappresentanza di oltre 60 espositori: 18 imprese private, Convention Bureau Italia e con il coinvolgimento delle Regioni: Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Marche, Piemonte, Puglia, Sicilia, Süd Tirol-Alto Adige, Veneto, Yes Milano e di Roma Capitale. Durante i 3 giorni della Fiera, lo stand Italia ha promosso incontri b2b con una ricca agenda di appuntamenti che ha consentito di far incontrare gli espositori con i buyer provenienti dai mercati internazionali.

Oltre 3mila sellers cin incontri con 15mila professionisti del settore, provenienti da oltre 100 paesi da tutto il mondo (Fonte: Reed Exhibitions).

Pugliapromozione ha acquisito dall'ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo un'area espositiva personalizzata con il brand Puglia situata all'interno del Padiglione Italia e n. 5

postazioni, al fine di assicurare la massima visibilità ed agevolare nella fruizione degli spazi il pubblico internazionale.

## **ILTM**

**4-7 DICEMBRE (CANNES)**

*L'International Luxury Travel Market (ILTM)* è un network di eventi dedicati al turismo di alta gamma con appuntamenti in varie nazioni. Il principale evento si tiene annualmente a Cannes. È un'occasione strategica cui partecipano complessivamente oltre 2000 buyers, specializzati nel segmento Luxury provenienti da oltre 80 Paesi, accuratamente selezionati dagli organizzatori dell'evento che si svolge ormai da 18 anni. Si concentra in 4 giorni di incontri e attività di networking che consentono di incontrare il meglio degli operatori del settore sia mediante appuntamenti preschedulati, che in momenti più informali. ILTM, infatti, offre agli operatori un sistema di agenda di appuntamenti in grado di favorire il migliore incontro tra domanda e offerta per la propria tipologia di attività e ospitalità alberghiera.

weddings & honeymoons.

*The Luxury Travel Market International (ILTM)* è l'evento principale per il settore business-to-business per i viaggi di lusso, una rete esclusiva di industrie d'élite, per lo sviluppo delle imprese, l'innovazione e il networking. Pugliapromozione ha acquisito dall'ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo un'area espositiva personalizzata con il brand Puglia situata all'interno del Padiglione Italia e n. 15 postazioni, al fine di assicurare la massima visibilità ed agevolare nella fruizione degli spazi il pubblico internazionale

57

## **OBIETTIVI RAGGIUNTI**

Nel 2023 le attività realizzate hanno permesso di dare continuità alla promozione

della destinazione Puglia a livello nazionale e internazionale. Il tasso crescente di internazionalizzazione della regione, raggiunto negli ultimi anni, ha subito un drastico cambiamento che ha comportato nuovi orientamenti per la promozione della destinazione Puglia. La partecipazione a webinar formativi e l'incontro con gli operatori del trade internazionali ha consentito di ripensare il modo di proporre il sistema di offerta pugliese. Si rafforza la necessità di focalizzare l'attenzione sull'*experience design*, basando la progettazione su valori quali il benessere, l'autenticità, il contatto con la natura e individuando nuove opportunità di sviluppo come l'enoturismo.

Il posizionamento nei mercati europei è consolidato e, seppure occorre dare continuità ad alcune azioni per esempio in Germania e Francia, siamo nella fase in cui il brand Puglia si sta affermando in mercati potenziali a forte crescita economica come USA, Canada, Brasile, Messico, Emirati Arabi e nuovi mercati a lungo raggio come l'Australia. Il secondo importante obiettivo raggiunto è il tasso di fidelizzazione delle imprese turistiche pugliesi che continuano a dare fiducia alle politiche attuate con il Piano di "Promozione della destinazione Puglia", confermando la propria presenza negli appuntamenti fieristici e negli eventi B2B promossi e proposti da Pugliapromozione.



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

## GLI EDUCATIONAL TOUR

59

---

---

**ARET PUGLIAPROMOZIONE**  
*Direzione Generale*

agenziapugliapromozione.it  
direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172  
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411  
Fax +39 080 5821429

**Uffici Amministrativi**

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari  
Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727

## INTRODUZIONE

Per l'intera annualità 2023 le attività di Educational Tour, Fam Trip e Press Tour sono state organizzate sia su iniziativa della Direzione Generale, sia tenuto conto delle manifestazioni di interesse raccolte e valutate in relazione agli obiettivi strategici, allo stato di attuazione del Piano Strategico del Turismo e alle risorse finanziarie disponibili stanziare con il Piano Strategico del Turismo – progetto “Promozione della Destinazione Puglia” 2023.

## ATTIVITÀ SVOLTE

1. Educational tour e attività di ospitalità in occasione della VII edizione di *BuyPuglia Routes & Experiences* (28 febbraio - 3 marzo 2023):

Durante l'evento, sono stati organizzati educational tour e attività di ospitalità per promuovere le attrattive turistiche della Puglia. Queste iniziative hanno offerto agli operatori del settore turistico l'opportunità di conoscere direttamente le esperienze offerte dalla regione, contribuendo così a stimolare l'interesse e a promuovere la destinazione.

2. Educational tour tematici nell'ambito della Call Educational Tour 2023:

Sono stati organizzati educational tour tematici, mirati a esplorare specifici settori e attrazioni turistiche della Puglia. Queste iniziative hanno consentito agli operatori turistici di approfondire le loro conoscenze su particolari segmenti di mercato o prodotti turistici, favorendo una maggiore specializzazione e competenza nel settore.

3. Educational tour a titolarità diretta:

Sono stati organizzati educational tour su diretto input della Direzione Generale, al fine di promuovere specifici prodotti turistici e soddisfare specifiche esigenze

strategiche. Queste iniziative hanno contribuito a aumentare la visibilità e l'apprezzamento delle risorse turistiche della regione nell'ambito di specifiche opportunità e delegazioni di elevato profilo.

4. Attività attraverso servizi in Economato:

Sono stati forniti piccoli servizi di ospitalità attraverso l'Economato, al fine di supportare le attività di promozione turistica. Questi servizi hanno incluso accoglienza e assistenza volte a garantire il comfort e la soddisfazione di stakeholders/delegati istituzionali ospiti durante visite nella regione.

**Educational tour e attività di ospitalità in occasione della VII ed. *BuyPuglia Routes & Experiences* (28 febbraio al 3 marzo 2023)**

Il progetto “Promozione della destinazione Puglia”, approvato con atto dirigenziale della Sezione Turismo del 10.01.2023 n. 1, tra le iniziative di promozione business da attuare prevedeva, dal 28 febbraio al 3 marzo 2023, la realizzazione dell'evento internazionale *BuyPuglia Routes & Experiences*, con l'obiettivo principale per il sistema delle imprese pugliesi di presentare la propria offerta a una selezione di buyer (la selezione dei buyer e gli inviti agli stessi sono stati a cura del Responsabile Ufficio Promozione, dott. Alfredo de Liguori) e punta, dunque, a far conoscere l'offerta turistica attraverso un'esperienza di viaggio personalizzata per prodotto dedicata ai diversi tour operator nazionali ed internazionali.

Gli itinerari di visita del territorio sono stati definiti nel dettaglio dopo l'accredito e la verifica del profilo dei buyer, al fine di soddisfare al meglio le esigenze della domanda.

Il risultato atteso è stato quello di favorire, sia a breve che medio termine, un incremento dell'incoming turistico e della conoscenza della destinazione Puglia soprattutto nei mercati esteri, esteso a tutti i mesi dell'anno, aumentando altresì la differenziazione dei segmenti di mercato e dei prodotti comportando, di conseguenza, la possibilità di

consolidare il posizionamento competitivo della Puglia come meta di viaggio e la capacità di innovare l'offerta attraverso la raccolta delle esigenze della domanda.

Ai fini della organizzazione, acquisizione dei servizi di ospitalità e titoli di viaggio nell'ambito del *BuyPuglia Routes & Experiences* è stato necessario selezionare un soggetto esterno (Agenzia di viaggi) con una procedura di gara ad evidenza pubblica, sub specie di procedura negoziata ex art. 36, comma 2, lett. b), del Codice dei Contratti Pubblici (D.Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii.).

Pertanto con Determinazione del Direttore Generale di Pugliapromozione del 16.01.2023 n. 2 è stata indetta una procedura di gara negoziata telematica Empulia sotto soglia, ex art. 36, comma 2, lett. b) del D.Lgs. n. 50/2016 per l'affidamento dei "Servizi relativi all'organizzazione e alla gestione di educational tour e attività di ospitalità in occasione del *BuyPuglia Routes & Experiences* (28 febbraio - 3 marzo 2023).

Si è proceduto invitando 5 operatori economici iscritti nella categoria merceologica Empulia n. 2500000000 – *Servizi di agenzie di viaggio, operatori turistici e servizi di assistenza turistica*.

Con Determinazione del Direttore Generale di Pugliapromozione del 02.02.2023 n. 41 i servizi sono stati affidati alla sola ditta partecipante, *Systemar Viaggi srl* con sede in Via XXIV Maggio n.36, 70121 Bari C.F./P.ta I.V.A. 0694792072.

All'arrivo dei n. 73 ospiti, tra buyer, rappresentanti di compagnie aeree, agenti di viaggio e tour operator nazionali ed internazionali il giorno 28 febbraio è stata organizzata una serata inaugurale, dal titolo "ONE NIGHT IN BARI", in cui buyer, anche alla presenza di stakeholders e rappresentanti istituzionali, accompagnati da guide turistiche incaricate, hanno potuto ammirare gli scorci del centro storico, le bellissime chiese e scoprire i sapori della cucina locale.

Il giorno seguente, gli ospiti suddivisi in gruppi hanno partecipato ciascuno ad uno dei 10 tour tematici agli educational tour programmati su tutto il territorio regionale, dal Gargano fin giù nel Salento, attraversando le Murge, le Gravine e la Valle d'Itria:

TOUR 1) EXPLORE THE UNDISCOVERED NORTH

TOUR 2) WORLD HERITAGE AND THE SEASIDE

TOUR 3) ACROSS MAGNA GRAECIA AND LOWER MURCIA HILLS

TOUR 4) WHITEWASHED DREAM

TOUR 5) TAKE IT SLOW

TOUR 6) OUTDOOR AND MASSERIE

TOUR 7) HIGH CLIFFS AND RAVINES

TOUR 8) IONIAN DELICACIES

TOUR 9) CASTLES AND NATURE

TOUR 10) SOUTHERN LIFESTYLE

Il giorno 3 marzo, infine, all'interno della Fiera del Levante, si è svolto il workshop B2B, il quale ha dato l'opportunità di incontrare fornitori locali, approfondire le offerte turistiche e stabilire contatti commerciali utili per future collaborazioni. Al termine del workshop, per la maggior parte dei buyer è stato pianificato il rientro nei rispettivi Paesi di residenza. Tuttavia, alcuni di loro hanno manifestato l'interesse a prolungare la propria permanenza per approfondire ulteriormente le opportunità di business sul territorio regionale. A tal fine, hanno deciso di rimanere nei giorni successivi, programmando ulteriori visite sul territorio a proprie spese.

La spesa complessiva è stata pari a € 226.978,62 su € 320.000,00 disponibili





## **EDUCATIONAL TOUR TEMATICI NELL'AMBITO DELLA CALL EDUCATIONAL TOUR 2023**

Con Determinazione del Direttore Generale n. 195 del 04 maggio 2023 è stato approvato l'Avviso pubblico (Call) con il quale sono stati definiti il calendario, i programmi dei tour per i quali manifestare interesse, i destinatari dell'ospitalità, le modalità di presentazione, le modalità di organizzazione e di erogazione dei servizi di ospitalità necessari.

L'Avviso è stato pubblicato sul Bollettino Ufficiale della Regione Puglia (BURP) 11.05.2023, n. 44 e sulle Gazzette Ufficiali della Repubblica Italiana (G.U.R.I.) e dell'Unione Europea (G.U.U.E.).

In maniera del tutto innovativa, si è proceduto per la prima volta all'organizzazione di educational tour, fam trip e press tour sulla base di un calendario di attività riservati a tour operator, agenti di viaggio, giornalisti, blogger e fotografi in relazione agli obiettivi strategici, allo stato di attuazione del Piano Strategico del Turismo e alle risorse finanziarie disponibili (stanziare con il Piano Strategico del Turismo – progetto Promozione della

Destinazione Puglia 2022).

L'obiettivo finale è stato quello di far crescere, in Italia e all'estero, la notorietà della destinazione sia in termini di patrimonio che di offerta di servizi, attraverso itinerari di visita che permettano agli ospiti professionali la scoperta diretta dei luoghi e dei prodotti turistici, nell'ottica della promozione e della commercializzazione dell'offerta turistica della regione, sia nei mercati consolidati che in quelli emergenti e potenziali.

Gli educational tour sono stati declinati in dieci proposte di itinerari specifici che hanno puntano alla valorizzazione delle eccellenze lungo tutto il territorio regionale, in attuazione degli obiettivi del Piano Strategico del Turismo, nel dettaglio, il calendario ha previsto tre press tour riservati alla stampa nazionale ed internazionale, due blog tour dedicati ai new media, ed infine cinque fam trip indirizzati ad operatori del settore (tour operator e agenti di viaggio).

La novità è stata l'accreditamento on line sia dei partecipanti ai tour (attraverso la registrazione sul portale [dms.puglia.it/buypuglia](https://dms.puglia.it/buypuglia)) che degli operatori turistici iscritti alla piattaforma tecnologica di Destination Management System (DMS) che operano nel territorio pugliese (attraverso l'accesso al [dms.puglia.it](https://dms.puglia.it)), questi ultimi hanno potuto arricchire gli itinerari con proposte di co-marketing che valorizzano le unicità dell'offerta turistica regionale.

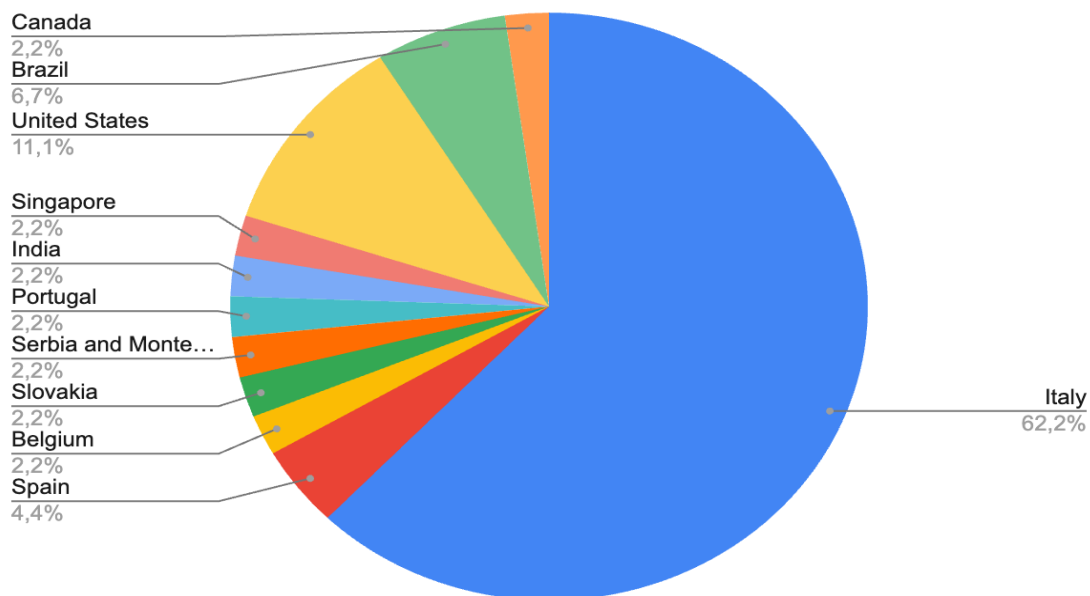
L'incontro tra domanda e offerta di servizi turistici è avvenuto attraverso la profilazione sulla BuyPuglia Matching Platform, il sistema digitale della Regione Puglia utile a creare opportunità tra operatori e imprese dell'ecosistema turistico.

Nel periodo da maggio a dicembre, sono stati realizzati i seguenti 9 tour con la partecipazione di 45 ospiti selezionati da un Organo di Valutazione all'uopo nominato (atto di nomina del Direttore Generale del 23.05.2023 prot.n. 00014694-U-2023), su complessivi

204 accreditamenti:

1. Press tour “I Mari di Puglia, Riserve Naturali e i Trulli. Puglia en plein air”, da venerdì 9 a martedì 13 giugno 2023
2. Fam trip for trade “Le Acque Cristalline dell’Adriatico e le Isole Tremiti. Inseguendo il respiro del mare”, da lunedì 12 a venerdì 16 giugno 2023
3. Blog tour for new media “Patrimoni Culturali da Brindisi al Salento. Perdersi nella storia”, da venerdì 29 settembre a martedì 3 ottobre 2023
4. Fam trip for trade “La Puglia in movimento. Parola d’ordine: Avventura”, da lunedì 2 a venerdì 6 ottobre 2023
5. Fam trip for trade “Patrimoni Culturali tra Taranto, Brindisi e la Valle d’Itria. Meraviglie d’arte tra i due mari”, da giovedì 5 a lunedì 9 ottobre 2023
6. Press tour “La Via Ellenica e La rotta dei due Mari. A passo lento nella meraviglia”, da venerdì 13 a martedì 17 ottobre 2023
7. Blog tour for new media “La Puglia del Gusto. Sapori antichi per palati fini”, da giovedì 26 a lunedì 30 ottobre 2023
8. Fam trip for trade “L’arte Culinaria di Puglia. Il viaggio dei golosi”, da lunedì 6 a venerdì 10 novembre 2023
9. Press tour “Culture, arti e mestieri tra i borghi di Puglia. Sulle tracce del passato”, da venerdì 1 a martedì 5 dicembre 2023

Il fam trip for trade “Sposarsi in Puglia”, programmato da giovedì 9 a martedì 14 novembre 2023, è stato annullato per mancanza del numero minimo di ospiti accreditati e approvati dall’Organo di Valutazione.



### Paesi di provenienza degli ospiti



Ai fini dello svolgimento e dell'organizzazione degli educational tour *supra* è stato necessario indire con Determinazione del Direttore Generale di Pugliapromozione del 01.08.2022, n.1535 una procedura negoziata telematica Empulia, ai sensi dell'art. 36,

comma 2, lett. b), del D.Lgs. n. 50/2016 per l'affidamento dei servizi relativi alla organizzazione e gestione di educational tour, fam trip e press/blog tour per specifici target di destinatari, invitando alla suddetta gara n.5 operatori economici iscritti nella categoria merceologica n. 250000000 – *Servizi di agenzie di viaggio, operatori turistici e servizi di assistenza turistica.*

Con Determinazione del D.G. n. 1817 del 03.10.2022 è stata aggiudicata all'agenzia viaggi Losurdo Viaggi s.r.l. - con sede legale in Via Aldo Moro n. 59, Rutigliano (BA), C.F. 06591380727 P.ta I.V.A. 06591380727 - la procedura di gara negoziata telematica Empulia sotto soglia, ex art. 36, comma 2, lett. b) del D.Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii., per l'affidamento dei "Servizi relativi all'organizzazione e alla gestione di educational tour, fam trip e press/blog tour per specifici destinatari".

La Losurdo Viaggi s.r.l. ha curato tutti i servizi di accoglienza e ospitalità dei 45 ospiti partecipanti ai nove tour realizzati nel corso del 2023.

68

La spesa complessiva è stata pari a € 142.747,67 su € 234.585,61 disponibili

## **EDUCATIONAL TOUR A TITOLARITÀ DIRETTA. ATTIVITÀ ATTRAVERSO SERVIZI IN ECONOMATO PICCOLI SERVIZI DI OSPITALITÀ**

Educational e fam trip, press tour e blog tour organizzati per iniziativa diretta dell'A.Re.T., con cui si è proposto a giornalisti, opinion leader, tour operator nazionali ed internazionali itinerari coerenti con la promozione dell'offerta turistica pugliese e la diffusione a livello mediatico nazionale ed internazionale, tenendo conto dei prodotti turistici del territorio.

I circa xxxx destinatari dei servizi di ospitalità, portatori di un interesse specifico rispetto alla destinazione Puglia e/o alla materia turistica, sono stati:

- Giornalisti di settore appartenenti a testate nazionali ed internazionali o free lance (online e offline), quali direttori, redattori, inviati, titolari di rubriche, editori, fotografi;
- Blogger, influencer, social community;
- Buyer, Tour operator e agenti di viaggio nazionali ed internazionali, compagnie aeree e altri vettori di trasporto;
- Soggetti che operano nel campo delle produzioni cinematografiche, televisive, documentaristiche, radiofoniche;
- MICE manager e wedding planner;
- Manager, esperti di fama nazionale/internazionale interessati a promuovere promuovere turismo, entertainment, eventi, incontri d'affari, congressi, gare e competizioni sportive.

I nove ulteriori progetti di ospitalità a titolarità diretta A.Re.T. hanno avuto come obiettivo la promozione di una immagine della Puglia quale destinazione sicura, la familiarizzazione della destinazione caratterizzata da un'offerta turistica differenziata specializzata in un turismo attivo fatto da esperienze uniche, volti dunque al consolidamento e al posizionamento competitivo della Puglia come destinazione capace di innovare l'offerta anche alla luce delle mutate esigenze di mercato.

Tra questi nove segnaliamo alcuni tra i più significativi educational tour organizzati a titolarità diretta realizzati nel 2023: il press tour dal 31 maggio al 9 giugno riservato a Jean Tiffon per la realizzazione della prestigiosa Guide du Routard PUGLIA; dal 1 all'8 luglio il blog tour dal titolo 'Pippi Piazzolla: alla scoperta delle radici pugliesi' in collaborazione con ENIT Argentina riservato al noto musicista argentino e sua band, erede del

celebre Astor; dal 27 al 29 settembre Educational tour con Sabrina Gander, per la realizzazione del podcast LISTEN2ITALIA, in collaborazione con ENIT Monaco.

La spesa complessiva per i servizi di ospitalità per educational a titolarità diretta è stata pari a € 52.131,64 sulle economie dei servizi previsti sul Buypuglia 2023 pari a complessivi € 320.000,00 disponibili

## CONCLUSIONI

Le attività di educational tour, fam trip e press tour svolte nell'ambito del progetto "Promozione della destinazione Puglia" durante l'anno 2023 hanno contribuito in modo significativo alla promozione e alla valorizzazione delle risorse turistiche e degli operatori turistici pugliesi. Attraverso queste iniziative, è stato possibile coinvolgere operatori del settore, giornalisti e altri stakeholder, promuovendo la Puglia come una destinazione turistica di grande interesse e attrattiva.

## RIEPILOGO COSTI

€226.978,62 iva inclusa a valere su Fondi FESR-FSE Puglia 2014 - 2020 CUP: B59D20001730009 "Promozione della destinazione Puglia".
Educational tour a titolarità diretta 2023 € 52.131,64 iva inclusa a valere su Fondi FESR-FSE Puglia 2014 - 2020 CUP: B59D20001730009 "Promozione della destinazione Puglia".
Educational tour Call annualità 2023 €142.747,67 iva inclusa a valere su Fondi FESR-FSE Puglia 2014 - 2020 CUP: B59D20001730009 "Promozione della destinazione Puglia".



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

## MERCATI EXTRA UE/GOVERNANCE

CUP: B39D20002250009

---

**ARET PUGLIAPROMOZIONE**  
*Direzione Generale*

agenziapugliapromozione.it  
direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172  
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411  
Fax +39 080 5821429

**Uffici Amministrativi**

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari  
Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727



## **ATTIVITA'**

Il 2023 è stato caratterizzato da una duplice criticità iniziale: oltre alla scarsità di risorse disponibili a chiusura della programmazione 2014-2020 che ha imposto, fra le altre cose, un intenso lavoro di liquidazione di tutti i fornitori prima della naturale scadenza prevista per fine anno, si è aggiunta la difficoltà nella definizione delle nuove attività di promozione nei mercati extra-UE a causa dell'improvvisa esplosione del conflitto israelo-palestinese e dello stallo di quello russo-ucraino che hanno generato ulteriore incertezza sullo scacchiere geopolitico internazionale, con evidenti ripercussioni sulla programmazione degli operatori turistici globali.

Le crescenti tensioni dell'area euro-asiatica e la conseguente impennata dell'inflazione, segnata anche dai rincari dei costi di trasporto, hanno caratterizzato questo nuovo complesso scenario proprio nella fase in cui la Puglia iniziava a smaltire le conseguenze nefaste della pandemia con il recupero e il superamento dei livelli di flussi record di incoming registrati nel 2019.

In continuità con la strategia attuata nel 2022, anche nel 2023 si è deciso di investire su nuovi paesi target sostituendo quelli cosiddetti 'chiusi': Federazione Russa (per la chiusura dello spazio aereo e la difficoltà dei viaggiatori russi a recarsi in Italia) e Repubblica Popolare Cinese (per le tensioni geopolitiche globali in corso).

La nuova strategia di promozione della destinazione nel 2023, quindi, è stata focalizzata su Stati Uniti, Canada, Israele (almeno fino al 7 ottobre, giorno dell'attacco di Hamas), Paesi del Golfo, Giappone e Corea del Sud, puntando sul rafforzamento della promozione nei mercati extra-europei consolidati (Nord America) e continuando con il percorso di diversificazione avviato nel periodo precedente la pandemia che ha guardato con crescente attenzione ai principali paesi del Far East (Giappone e Corea del Sud).

Il processo di definizione della nuova strategia crossprogettuale, oltre ad essere basata sui progetti *Promozione* e su *Comunicazione, diffusione, partecipazione, partenariato*, ha tenuto in considerazione anche il nuovo progetto denominato *Business or Pleasure*, avviato a partire dalla primavera del 2023 in collaborazione con la Sezione promozione del commercio, artigianato ed internazionalizzazione delle imprese della Regione Puglia, Dipartimento Sviluppo Economico che ha segnato, e segnerà negli anni a venire, il quadro generale delle attività di promozione nel suo insieme.

Tra gli obiettivi previsti nel Piano Strategico del Turismo, infatti, vi è l'integrazione tra la promozione dei prodotti turistici e della destinazione Puglia con la promozione delle realtà produttive manifatturiere, e non, presenti nella regione. Le azioni previste per la realizzazione di tale obiettivo sono: la partecipazione collettiva a fiere specializzate ed eventi settoriali di particolare rilevanza internazionale, la realizzazione di missioni incoming, l'attrazione e l'organizzazione di un calendario di business convention di rilevanza internazionale in Puglia e, in ultimo, il coinvolgimento delle comunità dei Pugliesi nel mondo.

In questo innovativo quadro, fra le iniziative più importanti di promozione della destinazione Puglia nei mercati extra-UE realizzate nel 2023, vanno ricordate: l'organizzazione della Festa della Repubblica Italiana a Singapore, su invito dell'Ambasciatore d'Italia, la partecipazione all'Italian Festival ai Gardens by the Bay, l'organizzazione delle missioni istituzionali regionali a Chicago a ottobre in occasione delle celebrazioni del Columbus Day, così come quella in Giappone a novembre, in occasione della *Settimana della Cucina Italiana* (Tokyo-Osaka-Kyoto-Kobe), tutte manifestazioni alle quali Pugliapromozione ha aderito in qualità di ospite d'onore.

In ultimo, nell'ambito del progetto *Comunicazione, diffusione, partecipazione, partenariato* diverse azioni sono state realizzate con l'obiettivo di promuovere il brand Puglia

in Italia e all'estero in partenariato con partner istituzionali regionali, nazionali e con tutto il sistema della rappresentanza italiana all'estero (Ambasciate e Consolati d'Italia, ENIT, Istituti Italiani di Cultura, ICE-ITA, Camere di Commercio).

Di seguito una panoramica delle attività realizzate:

- Organizzazione del *BARI INTERNATIONAL FILM FESTIVAL – BIF&ST 2023*: festival internazionale del cinema e della cultura audiovisiva della città di Bari, con l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica Italiana, è giunto alla sua tredicesima edizione e vanta una ricca storia di ospiti nazionali ed internazionali e numerose anteprime di opere cinematografiche di rilievo. L'edizione 2023 ha posto il cinema in rilievo quale fondamentale fattore di promozione e di sviluppo culturale, economico e sociale, nonché di promozione del territorio regionale al fine di rafforzare il brand Puglia collocandosi al principio della primavera e, così, permettendo di puntare sulla destagionalizzazione dei flussi.
- Accordo *RAICOM*: è stato rinnovato il protocollo d'intesa con la RAI dopo il successo ottenuto nel biennio 2021-2022, che ha dato vita a format televisivi dedicati alla Puglia (Linea Verde Sentieri, Camper, Prix Italia, Uno Mattina, Trani in Onda, Meraviglioso Modugno Show), con l'obiettivo di comunicare e promuovere il patrimonio paesaggistico, ambientale, artistico e culturale pugliese inclusi i territori meno conosciuti, focalizzandosi sul prodotto enogastronomico, utilizzando sia programmi televisivi generalisti come Camper, sia programmi di approfondimento e dal taglio naturalistico come Linea verde, I tre eventi realizzati sul territorio (Prix Italia, Trani in onda e Meraviglioso Modugno Show) hanno completato l'azione di comunicazione, con la duplice valenza di attrarre visitatori sul posto e coprire un ampio target mediatico attraverso l'utilizzo del mezzo televisivo e di quello radiofonico, ma anche dei social e del web.
- *Unexpected Israel – Unexpected Puglia (UIUP)*: progetto di collaborazione bilaterale tra enti ed istituzioni culturali e museali pugliesi e israeliane per la promozione del

brand Puglia in Israele. Il progetto nasce con l'istituzione del volo diretto Bari-Tel Aviv, nonché in continuità con le azioni avviate nel 2019, vista del Presidente della Regione Puglia in Israele, per poi completarsi nel 2022, missione istituzionale in occasione della Settimana della Cucina Italiana dedicata alla Puglia, per poi interrompersi a ottobre 2023 con l'infuocarsi delle tensioni in Medio Oriente.

Il progetto ha visto la partecipazione di alcune note influencer israeliane che hanno documentato l'organizzazione e l'apertura, nel corso della settimana di Sukkot (la Festività ebraica delle Capanne), delle seguenti tre mostre di alcuni fra i più importanti artisti israeliani viventi dal titolo *Shades of Israel*: Tsibi Geva, che ha rappresentato il padiglione israeliano nel corso della Biennale di Venezia del 2015, presso il Museo Pino Pascali di Polignano a Mare; Maria Saleh, artista palestinese-ucraina vincitrice nel 2023 del premio come miglior artista israeliana dell'anno, presso il Castello di Trani; *My Altneuland*, una mostra collettiva di cinque artisti israeliani rappresentanti le diverse voci, religioni e identità di Israele, presso il Museo Ebraico di Lecce.

ATTIVITA'		
	Azione	Budget
02.01	Iniziative di comunicazione e promozione con altri enti, nazionali ed internazionali - accordo RAICOM	406.108,45
02.02	Iniziative di promozione con il Sistema della Rappresentanza Italiana all'Estero - Festa della Repubblica a Singapore, Settimana della Cucina Italia in Giappone, Shades of Israel	190.000,00
02.04	Iniziative di promozione in occasione di grandi eventi musicali - Festival La Notte della Taranta	150.000,00
02.05	Iniziative di promozione in occasione di grandi eventi cinematografici - BIF&ST/Bari International Film Festival	1.000.000,00

## RISULTATI RAGGIUNTI

I dati parziali del 2023, relativi ai flussi turistici di incoming dai mercati extra-UE, hanno delineato un trend estremamente positivo e di gran lunga superiore a quello nazionale ed europeo, con una crescita di arrivi rispetto allo stesso periodo del 2022, ma anche rispetto allo stesso periodo del 2019 (prima della pandemia), evidenziando il maggior dinamismo del mercato giapponese (+232,6%), americano (+27%, primo per crescita in valore assoluto) e di altri extra-UE con in testa Australia, Israele e in forma aggregata i paesi dell'Asia Orientale.

Questo vero e proprio boom di flussi dai paesi extra-UE dimostra come l'interesse verso la destinazione Puglia sia altissimo, grazie alla visione e alla strategia messa in campo negli ultimi anni. Tale risultato è stato conseguito grazie alle azioni di promozione dedicate a questi mercati, come nei casi emblematici di Stati Uniti, Israele, Estremo Oriente, sempre più declinate sui singoli prodotti turistici individuati dal Piano 3x6x5.

Un ulteriore risultato che va menzionato, come accennato prima, è stato quello relativo alla definizione (con DGR 725 del 25.05.2023) dello schema di Accordo di cooperazione tra Regione Puglia - Dipartimento Sviluppo Economico Sezione Promozione del Commercio, Artigianato e Internazionalizzazione delle imprese e l'A.Re.T. Pugliapromozione, unitamente alla scheda progettuale *Business or Pleasure - Promozione e valorizzazione delle eccellenze produttive pugliesi per l'internazionalizzazione e l'attrazione degli investimenti* – finanziati con le risorse dell'Azione 3.5 “Interventi di rafforzamento del livello di internazionalizzazione dei sistemi produttivi”, nella quale sono stati riportati gli obiettivi comuni delle parti e il piano di azioni annuale che ha visto attivare, rafforzare e finalizzare la collaborazione interdipartimentale finalizzata alla promozione della destinazione,

all'internazionalizzazione del sistema produttivo regionale e alla promozione della competitività dei sistemi economici locali.

Grazie a questa nuova collaborazione, infine, si è rafforzata la sinergia fra le diverse funzioni di governo, di indirizzo e programmazione strategica proprie della Regione e quelle di coordinamento e consulenza tecnico-amministrativa proprie di A.Re.T. e degli altri assessorati regionali, ampliando lo spettro di azione sul piano globale grazie a nuove forme di cooperazione rafforzata con il Sistema della Rappresentanza Italiana.



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

# IL SISTEMA DI ACCOGLIENZA E LA VALORIZZAZIONE DELLA OFFERTA TURISTICA

CUP B39D20002220009

78

---

---

**ARET PUGLIAPROMOZIONE**  
*Direzione Generale*

agenziapugliapromozione.it  
direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172  
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411  
Fax +39 080 5821429

**Uffici Amministrativi**

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari  
Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727

## DESCRIZIONE

Con riferimento alle attività strategiche realizzate nel 2023 per la qualificazione e il potenziamento del sistema dell'accoglienza e la valorizzazione dell'offerta turistica regionale [programmazione FESR 2014-2020-Asse VI, Azione 6.8. CUP B39D20002220009 - programmazione FSC CUP B39I22001220009] si riferisce quanto segue.

Gli obiettivi generali dell'intervento, così come previsto dal Piano Strategico del Turismo (DGR 191/2017), consistono nel:

- qualificare il sistema dell'accoglienza turistica della destinazione;
- favorire la crescita del valore identitario delle comunità locali e di una intelligenza collettiva sull'accoglienza;
- valorizzare il patrimonio diffuso regionale in un'ottica di fruizione turistica.

79

In continuità con le politiche dell'Assessorato all'Industria Turistica e Culturale e in armonia con le direttrici della strategia di promozione turistica emerse dal programma "PUGLIA 365" per l'elaborazione del Piano strategico del Turismo, si riportano di seguito gli obiettivi specifici perseguiti dal progetto:

- migliorare l'accesso alle informazioni e ai luoghi;
- potenziare i servizi di informazione connessi alla fruizione del territorio;
- sostenere lo sviluppo di sistemi innovativi e sostenibili per la fruizione integrata di beni e servizi;
- potenziare l'immagine coordinata della destinazione contribuendo al miglioramento della sua reputazione;



## **POTENZIAMENTO DELL'ACCOGLIENZA NEGLI AEROPORTI DI BARI E BRINDISI**

Pugliapromozione e Aeroporti di Puglia S.p.a. attraverso il quarto e quinto intervento attuativo previsto dall'Accordo pubblico in essere, perseguendo obiettivi di interesse pubblico congiunti, collaborano per il potenziamento degli standard di qualità e funzionamento degli Info-point turistici dei due aeroporti di Bari e Brindisi.

In continuità con il 2022, sono stati realizzati per l'anno 2023 interventi di **potenziamento e qualificazione del servizio di front-office turistico** nei due hub aeroportuali con il coinvolgimento di personale qualificato, anche attraverso la distribuzione di materiale editoriale promozionale, e la somministrazione di indagini di customer e profilazione degli utenti.

### ***Procedura per l'attuazione dell'intervento***

*L'intervento è realizzato in collaborazione con Aeroporti di Puglia in attuazione dell'Accordo di cooperazione Pubblico-Pubblico ai sensi dell'art. 7 comma 4 del D.Lgs. n. 36/2023 e dell'art. 15 della Legge n. 241/1990.*

*Copertura finanziaria: € 269.375,00*

### ***Indicatori di realizzazione/risultato***

Il servizio di front-office turistico, reso attraverso unità di personale ai desk, ha previsto una più efficace integrazione con i servizi aeroportuali presenti all'interno dell'aeroporto. L'informativa al pubblico a fini turistici (raggiungibilità dei luoghi, itinerari turistici, ricettività, ristorazione, eventi di interesse, somministrazione questionari per il rilevamento della customer satisfaction, ecc), è stata integrata ad informativa su

servizi di biglietteria, lost & found, check-in e imbarchi, con particolare riferimento ai passeggeri a ridotta mobilità.

**Stato attività:** in corso

**Avanzamento della spesa:** liquidazione degli importi a saldo conclusa

## **STAMPA E DISTRIBUZIONE MATERIALE EDITORIALE E PROMOZIONALE**

Tra le attività complementari, oltre che strumentali, alla qualificazione del processo dell'accoglienza turistica, vi è la realizzazione e distribuzione dei materiali editoriali e promozionali (dépliant, mappe, guide tematiche, volumi di pregio, oggetti promozionali). Ciò garantisce l'accesso alle informazioni da parte di determinati target di utenza, in prevalenza in visita agli Uffici Info-point turistici della Rete Regionale, consentendo di innescare processi di fidelizzazione e consolidamento della brand identity. Il fabbisogno fa inoltre riferimento alle esigenze rappresentate dalla partecipazione dell'Agenzia alle fiere del turismo in Italia e all'estero, alle esigenze di rappresentanza e comunicazione istituzionale, nonché alle ordinarie richieste di materiale promozionale al pubblico in occasione di convegni ed eventi congressuali. Sono state realizzati interventi di editing e restyling dai principali prodotti editoriali curati dall'Aret e si è proceduto all'acquisto dei diritti per l'utilizzo della cartografia della Puglia.

81

### **Procedura per l'attuazione dell'intervento**

1. **PROCEDURA NEGOZIATA EX ART. 76, COMMA 2, LETTERA B) n.3, DEL D.LGS. N.36/2023 E SS.MM.II. ACQUISTO DEI DIRITTI TOURING CLUB ITALIANO PER LA LICENZA DI UTILIZZO DELLA MAPPA PUGLIA PER L'ANNUALITÀ 2023-2024.**
2. **Richiesta di preventivo finalizzata all'affidamento ai sensi dell'art. 50, comma 1, lettera b) del d.lgs.36/2023 per la fornitura di volumi di pregio in lingua inglese CASA EDITRICE ADDA EDITORE**

3. *AFFIDAMENTO DIRETTO TELEMATICO EX ART. 50 LETT.B), DEL CODICE DEI CONTRATTI PUBBLICI E SS.MM.II., PER IL SERVIZIO DI PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE DI MATERIALE EDITORIALE DA REALIZZARSI IN OCCASIONE DELLE ATTIVITA' DI PROMOZIONE, COMUNICAZIONE, ACCOGLIENZA E VALORIZZAZIONE TURISTICA - DITTA GRAFICA 080*

*Copertura finanziaria: € 175.000,00*

### ***Indicatori di realizzazione/risultato***

Distribuzione di materiali editoriali quali flyer in lingua inglese, russa, miniguide prodotto, miniguide tematiche in lingua italiana e inglese, brochure Tavel guide, oltre alle mappe di alcune delle principali località turistiche, volumi di pregio PUGLIA in lingua inglese.

***Stato attività:*** conclusa

***Avanzamento della spesa:*** liquidazione degli importi a saldo conclusa.

82

### **“TURISMO NEI PORTI: ACCOGLIENZA E POTENZIAMENTO DEL BRAND PUGLIA”**

Le sinergie messe in campo negli ultimi anni da parte di Pugliapromozione insieme alle due Autorità Portuali di Sistema del Mar Adriatico e del Mar Ionio sono state orientate a promuovere e valorizzare la Puglia come destinazione turistica e meta di viaggio secondo obiettivi di interesse pubblico congiunti. Nel solco di questa linea, sono state avviate nel corso del 2023 iniziative congiunte di qualificazione dell'accoglienza turistica presso i terminal crociere di Bari e Brindisi e Taranto. Nella prospettiva del rafforzamento e consolidamento dell'identità della Puglia quale destinazione turistica e meta di viaggio, sono stati altresì attuati interventi di brand awareness attraverso la personalizzazione di spazi e superfici da individuarsi presso i principali porti pugliesi del Mare Adriatico

Meridionale e del Mar Ionio, anche in occasione dell'evento Italian Cruise Day - Taranto, 27 ottobre 2023.

### **Procedura per l'attuazione dell'intervento**

*L'intervento è realizzato in collaborazione Autorità di Sistema Portuale del Mar Ionio e Mar Adriatico in attuazione dell'Accordo di cooperazione Pubblico-Pubblico ai sensi dell'art. 7 comma 4 del D.Lgs. n. 36/2023 e dell'art. 15 della Legge n. 241/1990.*

*Copertura finanziaria: € 36.600,00 (Mar Ionio)*

### **Principali indicatori di realizzazione/risultato**

**PUGLIAPROMOZIONE e ITALIAN CRUISE DAY**

A seguire i materiali che sono stati realizzati in occasione di Italian Cruise Day e in cui compare il vostro logo.

**Qualche indicatore:**

1. Oltre 5.000 destinatari per i mailing promozionali di Italian Cruise Day/ Risposte Turismo
2. Oltre 300 accreditati al Forum
3. Profili social Risposte Turismo: 2.000+ follower su LinkedIn, 570+ su Twitter
4. Profili social Italian Cruise Day: 2.600 follower su LinkedIn, 770+ su Twitter

**Il materiale realizzato è stato raggruppato in tre sezioni:**

1. Pre forum
2. Durante il forum
3. Post forum

ITALIAN CRUISE DAY  
Taranto | 27.10.2023

Pagina 1 / 9

Realizzazione di attività a valere su Progetto esecutivo 2022 -conclusione della prima parte dell'opera di riqualificazione e di valorizzazione delle strutture di stoccaggio presenti in porto, i silos ad opera dell'artista Guido van Helten.



**Stato attività:** conclusa

**Avanzamento della spesa:** liquidazione degli importi a saldo conclusa.

## **MARITIME TOURISM: NETWORKING E BRAND POSITIONING PER IL SETTORE NAUTICO E CROCIERISTICO**

Sono state realizzate azioni di networking e brand positioning nell'ambito del turismo nautico che hanno coinvolto le compagnie di crociera che effettuano collegamenti marittimi verso la Puglia facendo leva sulle scelte di investimento degli stakeholders del traffico marittimo e della filiera turistica collegata all'incoming turistico nazionale e internazionale con l'obiettivo di aumentare la notorietà della Puglia come destinazione di turismo nautico e crocieristico.

### ***Procedura per l'attuazione dell'intervento***

*Manifestazione di interesse per acquisire offerte di servizi di comunicazione e promozione del brand puglia nell'ambito del maritime tourism, con la finalità di costituire un elenco di fornitori in regime di esclusività, ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. b), n. 3, del d. lgs n. 50/2016 - Contratto Costa Crociere Spa*



**PROMOZIONE**

Agenzia Regionale del Turismo

Copertura finanziaria: € 100.000,00



NAVE	PORTO	PERIODO	ITINERARIO
<b>COSTA DELIZIOSA</b>	<b>BARI</b>	<b>MAG '23 – DIC '23</b>	<b>MEDITERRANEO (Isole Greche)</b>



NAVE	PORTO	PERIODO	ITINERARIO
<b>COSTA PACIFICA</b>	<b>TARANTO</b>	<b>GIU '23 – OTT '23</b>	<b>MEDITERRANEO (Isole Greche)</b>



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

## FORMAZIONE E TRASPORTI

CUP: I59I23001380006

86

---

---

**ARET PUGLIAPROMOZIONE**  
*Direzione Generale*

agenziapugliapromozione.it  
direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172  
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411  
Fax +39 080 5821429

**Uffici Amministrativi**

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari  
Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727

## DESCRIZIONE OBIETTIVI STRATEGICI

Nell'anno 2023, in linea con il Piano Strategico del Turismo, sono state realizzate attività in due ambiti tematici che rappresentano le nuove leve di sviluppo e funzioni dell'A.Re.T Pugliapromozione per la promozione della destinazione Puglia: Trasporti e Formazione.

In un momento strategico per lo sviluppo della destinazione turistica Puglia, incidere sulla qualificazione dei servizi piuttosto che sulla promozione del brand ha rappresentato un'innovazione di processo di forte impatto per un ente pubblico di gestione della destinazione.

In particolare, gli obiettivi strategici sono:

- Instaurare relazioni interdipartimentali con i Dipartimenti regionali, in materia di Formazione, Politiche Giovanili e Mobilità;
- Agevolare la creazione di percorsi formativi strutturati e progettati di concerto con il tessuto produttivo regionale;
- Sviluppare attività di ricerca dirette alla valorizzazione dei processi formativi e del patrimonio culturale con l'obiettivo di far crescere in consapevolezza e in riflessività le identità distintive e di generare valore;
- Fornire elevata preparazione professionale di primo, secondo e terzo livello a figure che si collocano nei settori del turismo e della cultura;
- Internazionalizzare i rapporti di ricerca e di collaborazione didattica, con attenzione ai paesi delle due sponde del Mediterraneo. Obiettivo, quest'ultimo perseguibile grazie alla collaborazione con attori locali, nazionali e internazionali, per l'innovazione dei processi di ricerca e didattica. Pugliapromozione intraprende collaborazioni con le Università, gli Istituti e gli Enti di formazione, tese a costruire una rete di scambi reciprocamente proficua ed attua: 1) progetti ex alternanza scuola-lavoro con gli Istituti scolastici di scuola Secondaria Superiore; 2) percorsi di tirocinio curriculare con



studenti laureandi secondo le esigenze dei rispettivi uffici dell'ente; 3) visite aziendali da parte di Istituti e Scuole di formazione italiane ed estere;

- Sviluppare Accordi con gli organi di alta formazione per raggiungere obiettivi condivisi in tema di sostenibilità, design, mobilità, digitalizzazione;

- Organizzare incontri formativi e di networking tra Imprese senior e giovani imprese nonché start up, per facilitare (Training on the job e Talk on), in occasione di eventi nazionali e internazionali.

## **TURISMO E FORMAZIONE**

Le attività realizzate nel 2023 sono state orientate al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

### **OBIETTIVO GENERALE: FORMAZIONE OPERATORI DEL TURISMO**

La Regione Puglia, attraverso l'A.Re.T Agenzia regionale del Turismo Pugliapromozione e di concerto con l'Assessorato alla Formazione e Politiche del Lavoro della Regione Puglia, ha avviato una serie di iniziative rivolte a: qualificare e diversificare l'offerta turistica della Puglia; individuare e mettere a punto un sistema di eccellenze regionali; sviluppare la cultura dell'accoglienza in sintonia con le Associazioni di categoria del settore. In questo contesto risulta centrale individuare nella formazione una risorsa strategica per lo sviluppo del settore ed, in particolare, creare un sistema stabile di formazione continua per gli addetti e per i titolari delle PMI della filiera turistica, per meglio comprendere le nuove sfide del mercato globale al fine di innovare l'accoglienza, promuovere l'identità e la sostenibilità, valorizzare e gestire il patrimonio culturale.

89

### **OBIETTIVO GENERALE: FORMAZIONE STUDENTI E GIOVANI INOCCUPATI**

La priorità è stata quella di garantire l'efficacia di azioni rivolte alla qualificazione dell'offerta turistica, per promuovere strategie più innovative, inclusive e sostenibili in cui i giovani siano i protagonisti.

## **A.1 - VISITE AZIENDALI E TIROCINI**

E' stata curata l'accoglienza degli studenti di alcuni istituti scolastici, che offrono percorsi formativi in ambito turistico, presso la sede della Direzione Generale di Pugliapromozione. E' stato realizzato un primo momento di confronto collettivo e presentazione dell'organizzazione dell'Agenzia. Successivamente gli studenti sono stati accompagnati per un tour delle varie aree di Pugliapromozione al fine di presentare le esperienze personali dei dipendenti e trasmettere ai ragazzi il proprio background professionale e motivazionale.

L'A.Re.T ha accolto altresì due studentesse universitarie per svolgere le attività di tirocinio presso l'Agenzia. Una studentessa dell'Università degli Studi di Bari ha affiancato l'Ufficio Comunicazione con riferimento al percorso formativo di Master di I Livello in "Manager delle Imprese turistiche e della Promozione del Territorio". E' stato altresì attivato un altro tirocinio per il Master MATOM – Tourism & Hospitality Management della School of Management dell'Università LUM G. De Gennaro.

90

## **A.2 - SEMINARI UNIVERSITARI**

E' stata avviata la collaborazione con l'Università di Bari per la realizzazione di seminari di approfondimento per il corso di studi in Geografia del Turismo (Dipartimento DIRIUM – Ricerca e Innovazione Umanistica) che si sono tenuti nell'annualità 2023, con il coinvolgimento degli imprenditori del settore turistico. In tale contesto Pugliapromozione ha svolto il ruolo di facilitatore per rafforzare la collaborazione e il network tra imprese e Università, mediante l'intervento di affiancamento didattico. L'obiettivo è stato quello di favorire l'interazione docenti-discenti-operatori-governance pubblica.

Sono stati inoltre programmati e realizzati, altresì, i DM Lab – Destination Management Laboratory che si sono tenuti per la terza edizione in collaborazione con il corso di studi di Economia e Management delle aziende turistiche dell’Università LUM G. De Gennaro. Il successo delle scorse edizioni ha permesso di rendere permanente il modello di **“Laboratorio di sviluppo turistico e destination management”** che sarà fruibile da tutti gli studenti interessati, provenienti anche da altri percorsi di studio in modo da favorire la multidisciplinarietà del comparto.

### **A.3 - NETWORKING CON GLI OPERATORI DEL SETTORE PER LA PARTECIPAZIONE A MASTER DI ALTA FORMAZIONE**

Nell’ambito dell’Accordo Quadro con l’Università LUM, sono stati curati i rapporti con gli operatori locali per promuovere il coinvolgimento come docenti nella prima edizione del Master di alta formazione in Tourism and Hospitality Management. Tenuto conto della collaborazione con Pugliapromozione e dei risultati raggiunti, il Master è stato confermato anche per l’annualità 2024, con l’obiettivo di rendere sinergico il rapporto di scambio e collaborazione tra governance pubblica e realtà accademica.



*Master MATOM, 11 gennaio 2023*

## **A.4 – INCONTRI E WORKSHOP CON OPERATORI PER START UP DI IMPRESE**

E' una delle attività innovative realizzate nell'anno 2023, per favorire incontri di *coaching* rivolti agli operatori turistici del settore. E' stato realizzato un primo incontro online con gli operatori che stanno avviando attività di impresa, nell'ambito del progetto "Percorsi d'impresa" in collaborazione con l'ARTI Puglia. L'incontro è stato impostato come "question time" al fine di rispondere ai quesiti, chiarimenti e dubbi rivolti a Pugliapromozione da parte degli operatori partecipanti.

Sono stati inoltre organizzati due importanti incontri in ambito fieristico.

Il primo incontro, dal titolo "Conessioni: attori e mercato - BTM 2023", si è realizzato durante l'evento BTM, il giorno 2 marzo e si è svolto a Bari in Fiera del Levante. Con la collaborazione di ARTI Puglia, l'Agenzia Pugliapromozione ha coordinato l'incontro tra i 20 giovani imprenditori, aderenti alle iniziative nonché sviluppatori di idee innovative nel settore turistico, e gli operatori che hanno esperienza consolidata nel comparto. La presenza è stata determinante per facilitare il dialogo tra nuove e vecchie leve dell'imprenditoria turistica.



## A.5 – CONVENZIONI E ACCORDI QUADRO CON UNIVERSITA' E ITS

E' stato curato il rinnovo di alcuni strategici Accordi Quadro e l'avvio di nuove convenzioni e Accordi ovvero i seguenti:

- Accordo Quadro Triennale 2022 -2025 con l'Università LUM G. Degennaro;
- Accordo Quadro con l'Università degli Studi di Bari;
- Convenzione con la School of Management dell'Università LUM G. Degennaro;
- Convenzione/Accordo Quadro con Unisalento, in definizione
- Accordo Quadro con Politecnico di Bari (avviato e già definito al momento di stesura della presente relazione)
- Convenzione con ITS, in definizione

Le Università e l'Agenzia Regionale per il Turismo Pugliapromozione, con i suddetti Accordi e Convenzioni e nel rispetto dei propri fini istituzionali, si impegnano a collaborare alla programmazione e realizzazione di attività di formazione, studio, ricerca, partecipazione a bandi nazionali e/ internazionali di comune interesse.



Gli ambiti di collaborazione sono i seguenti:

- progettazione e realizzazione di percorsi formativi con livelli crescenti di specializzazione e di approfondimento, compreso quelli post laurea (a titolo esemplificativo Short Master, Master e Corsi di Alta Formazione);
- incontri, seminari e attività formative sui vari temi di interesse comune ed in coerenza con gli obiettivi del Piano Strategico Regionale del Turismo e delle priorità legate al PNRR;
- valutazione dei contesti territoriali e delle risorse che costituiscono la struttura dei piani e dei progetti nella dimensione naturale, culturale e di sistema territoriale per l'organizzazione turistica delle
- destinazioni e per una comunicazione e un marketing territoriale efficace, legato a modelli identitari;
- partecipazione a bandi nazionali e/o internazionali di interesse comune;
- scambio di esperienze e professionalità ai fini della ricerca/divulgazione scientifica e della formazione;
- realizzazione di tirocini e stage aziendali a favore degli studenti iscritti ai diversi Corsi di Studio dell'Università che evidenziano un'attinenza con i temi del turismo;
- collaborazione nell'ambito delle attività di placement dell'Università;

- design e organizzazione di spazi fieristici;
- condivisione obiettivi e sviluppo di azioni per la mobilità sostenibile;
- partecipazione congiunta a progetti di ricerca;
- innovazione e digitalizzazione delle imprese del settore turistico

## **A.6 - PIANO STRATEGICO DEL TURISMO (AGGIORNAMENTO) – COORDINAMENTO TAVOLI DI LAVORO CON GLI STAKEHOLDER E AVVIO DEL TAVOLO INTERDIPARTIMENTALE TURISMO E FORMAZIONE DELLA REGIONE PUGLIA**

In qualità di referente e Responsabile delle aree tematiche oggetto della presente relazione, sono stati coordinati i Tavoli di Lavoro previsti per l'aggiornamento del Piano Strategico sul tema Formazione e Trasporti. E' stato avviato il confronto proficuo con gli stakeholders di settore, in particolare il partenariato sociale ed economico, il Dipartimento Formazione, Politiche Giovanili, nonché Formazione Professionale e Mobilità della Regione Puglia, finalizzato alla programmazione congiunta di azioni strategiche per la qualificazione dei servizi turistici. E' stato avviato il Tavolo Interdipartimentale e costituito il Gruppo di lavoro con i referenti regionali per la condivisione dei contenuti di Avvisi e Misure inerenti la formazione in ambito turistico.

E' stato pubblicato altresì l'Avviso pubblico, da parte del Dipartimento Turismo e Cultura della Regione Puglia – Sezione Sviluppo, Innovazione, Reti per "Progettazione e realizzazione di corsi di formazione per operatori di turismo esperienziale" rivolti a occupati o inoccupati del settore per orientare l'accrescimento delle competenze degli operatori turistici, mediante la collaborazione con l'ARET Pugliapromozione per le attività da svolgere in tema di istruttoria e costituzione del Nucleo di Valutazione delle proposte progettuali.



## **TURISMO E TRASPORTI**

Le attività realizzate nel 2023 sono state orientate al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

### **OBIETTIVO GENERALE: PROMOZIONE DELLA MOBILITA' TURISTICA, SOSTENIBILE E ACCESSIBILE**

L'A.Re.T, di concerto con l'Assessorato regionale al turismo e l'Assessorato regionale ai trasporti intende garantire l'innalzamento della qualità dei servizi offerti dalla rete dei trasporti in termini di sostenibilità e accessibilità. Tra le azioni previste per il raggiungimento dei suddetti obiettivi, l'A.Re.T Pugliapromozione è stata designata dalla Regione Puglia come soggetto attuatore del PROGETTO MINISTERIALE "C.Os.T.A" - Comunità ospitali per il turismo accessibile - Progetti pilota per il turismo accessibile lungo le coste pugliesi".

La Regione Puglia, attraverso la propria Agenzia specializzata Pugliapromozione, intende in particolare individuare, mediante avviso pubblico, alcuni territori lungo la costa adriatica e ionica in cui dare sviluppo a un modello partecipato di turismo accessibile, coinvolgendo in maniera diretta gli operatori economici e sociali ivi presenti. Il progetto prevede la sperimentazione di progetti pilota in diverse zone del territorio regionale attraverso il coinvolgimento di soggetti del Terzo settore e di imprese turistiche che dovranno promuovere apposite manifestazioni di interesse utili allo scopo. Nell'ambito del progetto si andrà a sperimentare un modello di lavoro congiunto fra i due Dipartimenti regionali interessati (Welfare e Turismo), con il coinvolgimento dell'Agenzia Regionale Strategica per il Turismo, come previsto dalla DGR 1926 del 19.12.2022.

## **B.1 – COORDINAMENTO DELLE ATTIVITA' PROGETTO C.OS.T.A IN COLLABORAZIONE CON IL DIPARTIMENTO WELFARE DELLA REGIONE PUGLIA**

Per l'avvio del progetto sono state curate le relazioni con il Dipartimento Welfare e la Sezione Turismo e Internazionalizzazione della Regione Puglia per condividere gli obiettivi dell'Accordo di collaborazione, che descrive compiutamente le attività in capo a Pugliapromozione e alla Regione Puglia per dare seguito alle attività di progetto.



Dopo il momento di presentazione pubblica del progetto ministeriale, nell'ambito del contesto fieristico di BTM a Bari, si è dato seguito alle procedure amministrative e all'elaborazione dei documenti tecnici di seguito riportati:

1) **SERVIZI DI COMUNICAZIONE** - Importo 109.978,12 - RDO Trattativa Diretta M.e.P.A. ai sensi dell'Art. 50 comma 1, lett. b) del D.lgs. 36/2023 - CIG: A011411207

Si è conclusa positivamente la procedura di consultazione di mercato (ai sensi dell'art. 77 del nuovo codice sui contratti pubblici 36/2023) mediante pubblicazione sul nostro portale, MIT, BURP. La consultazione di mercato è stata propedeutica alla procedura

negoziata (RDO Trattativa Diretta M.e.P.A.) necessaria per l'affidamento diretto dei servizi (art. 50, comma 1 lettera b) del d.lgs. 36/2023). L'esito della consultazione, l'avvio della Trattativa Diretta, l'impegno di spesa sono stati approvati con Determinazione del Direttore Generale del 22.09.2023 nr. 430. I documenti relativi alla procedura sono consultabili sul portale dell'A.Re.T.

L'attività riguarda la comunicazione coordinata di progetto, a supporto dei Progetti di Rete, per declinare il messaggio di una "Puglia per tutti". Con Determinazione del Direttore Generale del 20.10.2023 nr. 494, si è provveduto all'aggiudicazione dei servizi di comunicazione e a formalizzare l'atto negoziale con il fornitore, per la durata di 12 mesi. Si è avviata la programmazione dell'evento di kick off per la diffusione dell'Avviso, previa pubblicazione.

## **2) SERVIZI DI ANIMAZIONE TERRITORIALE E FORMAZIONE SULL'ACCESSIBILITA' TURISTICA - Budget 192.000,00**

98

E' stato redatto il Documento tecnico per l'avvio di una procedura negoziata mediante MEPA (invitando almeno 5 operatori economici iscritti nelle categorie: "Supporto specialistico" e "Formazione" - art. 50, comma 1, lettera c) del d.lgs. 36/2023). L'attività fa riferimento all'assistenza tecnica per aggregare i soggetti che parteciperanno ai progetti di Rete nonché attività di formazione sul territorio, su temi specifici relativi all'accoglienza, all'inclusione sociale, all'accessibilità.

## **3) AVVISO PUBBLICO PER PROGETTI DI RETE - Budget 1.314.000,00**

E' stata completata la stesura definitiva dell'Avviso. L'Avviso prevede il finanziamento di almeno n.6 progetti di Rete caratterizzati indicativamente da n. 1 Soggetto del Terzo Settore (Capofila) + n. 2 Operatori turistici + enti pubblici (minimo 1 Comune

costiero) su cui insiste la Rete. Alla Rete possono partecipare altri soggetti pubblici e privati che svolgono attività sportive, ricreative, culturali, ecc.

**4) RISORSE UMANE ESTERNE** - Importo stimato: 48.721,92 (Budget 50.000,00) -  
Avviso pubblico

Sono previste n. 2 risorse esterne per "Esperti Junior supporto operativo: n. 1 Segreteria tecnica di progetto; n. 1 supporto giuridico-amministrativo e rendicontazione".

Si è provveduto ad Interpello interno e successivamente alla pubblicazione dell'Avviso esterno (approvato con Determinazione del Direttore Generale del 5.10.2023 nr. 463. A seguito della presentazione delle candidature si è provveduto alla nomina della Commissione (giusta nomina con nota prot. 0044227 del 28.11.2023).

**B.2 - ATTIVITA' DI INFORMAZIONE, COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DEI  
SERVIZI DI TRASPORTO AFFERENTI LA MOBILITA' TURISTICA**

99

E' stato curato l'aggiornamento costante dei contenuti del portale viaggiareinpuglia.it, rafforzamento la comunicazione online dei servizi relativi alla mobilità regionale, riorganizzando i contenuti informativi presenti nella sezione "In pratica/Muoversi in Puglia", in sinergia con il Servizio Comunicazione Istituzionale di A.Re.T per la diffusione e condivisione sui canali istituzionali e social.



### B.3 - PIANO STRATEGICO DEL TURISMO (AGGIORNAMENTO) – COORDINAMENTO TAVOLI DI LAVORO CON GLI STAKEHOLDER E AVVIO DEL TAVOLO INTERDIPARTIMENTALE TURISMO E TRASPORTI DELLA REGIONE PUGLIA

100

Nella fase di start up del nuovo Servizio, è stato avviato il confronto con gli stakeholders di settore, in particolare il partenariato sociale ed economico, il Dipartimento Formazione, Politiche Giovanili, nonché Trasporti della Regione Puglia e di ASSET, finalizzato alla programmazione congiunta di azioni strategiche per la crescita dei servizi turistici.

#### 1. Obiettivi raggiunti

Si è dato seguito allo sviluppo di azioni correlate alla *qualificazione dell'offerta turistica*, filo conduttore di due aree tematiche ritenute strategiche per la gestione della destinazione turistica Puglia: formazione e trasporti.

L'aggiornamento del Piano Strategico del Turismo ha individuato nella *formazione* una leva strategica per lo sviluppo del settore. I lavori hanno permesso di rilevare la necessità di creare un sistema stabile di formazione continua rivolta agli addetti e agli

operatori turistici, in particolare di PMI, per meglio comprendere le nuove sfide del mercato globale al fine di innovare l'accoglienza, promuovere l'identità e la sostenibilità, valorizzare e gestire il patrimonio culturale nonché aggiornare le competenze in tema di innovazione e digitalizzazione investendo nel *capitale umano*, a favore dell'inclusione sociale.

Attualmente, tutte le attività, illustrate dettagliatamente, sono state realizzate nell'ambito della governance dell'Agenzia innovando i processi. Si è dato seguito anche a percorsi di aggiornamento professionale per i dipendenti di Pugliapromozione, sulla base di progetti ministeriali, quale in particolare Syllabus.

Si rileva inoltre l'attività di team building, a favore dei dipendenti di Pugliapromozione, svolta mediante il programma formativo **Apulia Felix**. Il percorso formativo effettuato nel 2023 ha agito su due livelli: sull'assetto organizzativo dei ruoli apicali di Pugliapromozione, rafforzando la capacità di gestire le relazioni e i conflitti; sull'assetto comportamentale favorendo il dialogo tra le risorse umane, anche mediante focus group, al fine di favorire un clima positivo e il benessere organizzativo.

Si è proposto per l'annualità 2024 di prevedere un budget specifico per le progettualità afferenti il tema della Formazione e dei Trasporti in ambito turistico, per dare seguito al percorso avviato con particolare riferimento alle attività rivolte agli operatori turistici.

## RIEPILOGO

Rif	AMBITO TEMATICO	BUDGET
<b>A</b>	<b>FORMAZIONE</b>	
<b>A.1</b>	PREMIUM - N. 50 Voucher per partecipazione libera delle imprese a percorsi formativi (prezialità per chi trasmette i dati SPOT)	200.000,00
<b>A.2</b>	COACHING -Workshop formativi per gli operatori turistici n. 3 in un anno	120.000,00
<b>A.3</b>	Borse di studio per studenti e ricercatori universitari n. 5 (Avviso pubblico) in collaborazione con le Università pugliesi	100.000,00
<b>A.4</b>	Hub digitale per matching tra domanda e offerta formativa in ambito turistico (Procedura di gara)	100.000,00
	<b>Sub Totale A</b>	<b>520.000,00</b>
<b>B</b>	<b>TRASPORTI</b>	
<b>B.1</b>	Servizi di collegamento tra siti di interesse turistico e/o Comuni turisticamente rilevanti (Avviso pubblico per soggetti privati)	300.000,00
<b>B.2</b>	Strumenti digitali per l'unificazione dei servizi informativi su più mezzi - es. disponibilità in tempo reale di auto a noleggio (Procedura di gara)	180.000,00
	<b>Sub Totale B</b>	<b>480.000,00</b>
	<b>TOTALE</b>	<b>1.000.000,00</b>



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

# PROGETTO INNOVAZIONE E TRANSIZIONE DIGITALE

CUP: B39D20002240009

103

---

---

**ARET PUGLIAPROMOZIONE**  
*Direzione Generale*

agenziapugliapromozione.it  
direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172  
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411  
Fax +39 080 5821429

**Uffici Amministrativi**

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari  
Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727



## DESCRIZIONE

Nel progetto di Innovazione della destinazione ricadono interventi finalizzati a supportare la capacità di Pugliapromozione di dotarsi di strumenti innovativi – tecnologici e digitali – a servizio della propria mission istituzionale e degli obiettivi strategici da porre in essere.

Nel corso delle attività progettuali sono realizzati interventi volti a:

- dotarsi di strumenti di “ascolto” dei turisti e di informazione sulla reputazione della Destinazione Puglia, monitorando conversazioni, feedback dei turisti e recensioni.
- acquisire dati dal territorio per studiare il comportamento del turista, al fine di analizzare a livello aggregato e anonimo il comportamento e il movimento collettivo dei turisti in Puglia attraverso i Big Data,
- approfondire specifici aspetti della destinazione Puglia con attività di ricerca per approfondire profili dell’offerta turistica, con particolare riferimento a prodotti turistici.

104

Al fine di integrare le strategie dei progetti di Comunicazione, Promozione, Valorizzazione, con attività digitali e più propriamente di Ricerca&Sviluppo, si è provveduto a:

- comunicare, in maniera mirata, profilata e misurabile, agli operatori del comparto turistico e culturale la sintesi delle indagini e delle analisi di mercato, le opportunità offerte dalla Regione Puglia, la strategia integrata della ripartenza
- supportare la promo-commercializzazione della destinazione Puglia, rafforzando le competenze degli operatori e riorganizzando la presenza e la consapevolezza dell’essere online
- offrire a cittadini e turisti una vetrina istituzionale sulle piattaforme di promo commercializzazione in cui avviene la ricerca e lo “zapping” 2.0.

Sono proseguite per tutto il 2023 le **attività digitali istituzionali**, con l'aggiornamento e l'evoluzione del sito istituzionale dell'A.Re.T. Pugliapromozione, anche per l'adeguamento whistleblowing con il RPCT Miriam Giorgio.

L'A.RE.T., attraverso l'operato della Responsabile Transizione Digitale e del Gruppo di Lavoro Digitale, in sinergia con il team DPO, aderisce alle Linee Guida Agid su formazione, gestione e conservazione di documenti informatici del 9 settembre 2020 e s.m.i., che aggiornano il quadro normativo e tecnologico definito dalle regole tecniche D.lgs. 82/2005 CAD, per cui nel 2023 ha definito e approvato il "Regolamento Pubblicazione Atti in Albo Pretorio dell'A.Re.T. Pugliapromozione", e il "Manuale di Gestione Documentale dell'A.Re.T. Pugliapromozione".

Per quanto riguarda la **comunicazione turistica**, l'A.Re.T. Pugliapromozione ha completato l'evoluzione del sito ufficiale del turismo della Regione Puglia [Viaggiareinpuglia.it](http://Viaggiareinpuglia.it) e l'app [weareinPUGLIA](http://weareinPUGLIA), entrambi pubblicati nel 2023.

Sono entrati inoltre a regime i nuovi servizi digitali dell'Ecosistema:

- archivio digitale multimediale per la promozione (DAM)
- SIGEO per la gestione dei luoghi e dell'offerta da veicolare su [Viaggiareinpuglia](http://Viaggiareinpuglia) e app.

L'obiettivo dei lavori digitali del 2023 sull'**Ecosistema** era molto ambizioso, con il completamento di tutti i servizi progettati negli scorsi anni e la realizzazione della nuova piattaforma dei dati dell'ecosistema.

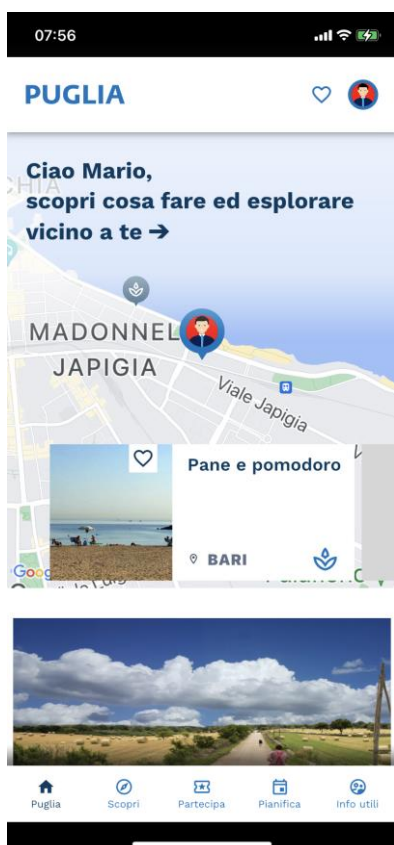
Principali output di progettazione e potenziamento:

- [Viaggiareinpuglia.it](http://Viaggiareinpuglia.it)

Il portale premia la fruizione da dispositivi mobili, asseconda la navigazione e interazione preliminare all'esperienza on-site, valorizza l'esperienza utente legata alla scoperta del territorio e facilita la pianificazione chiara e informata del viaggio.

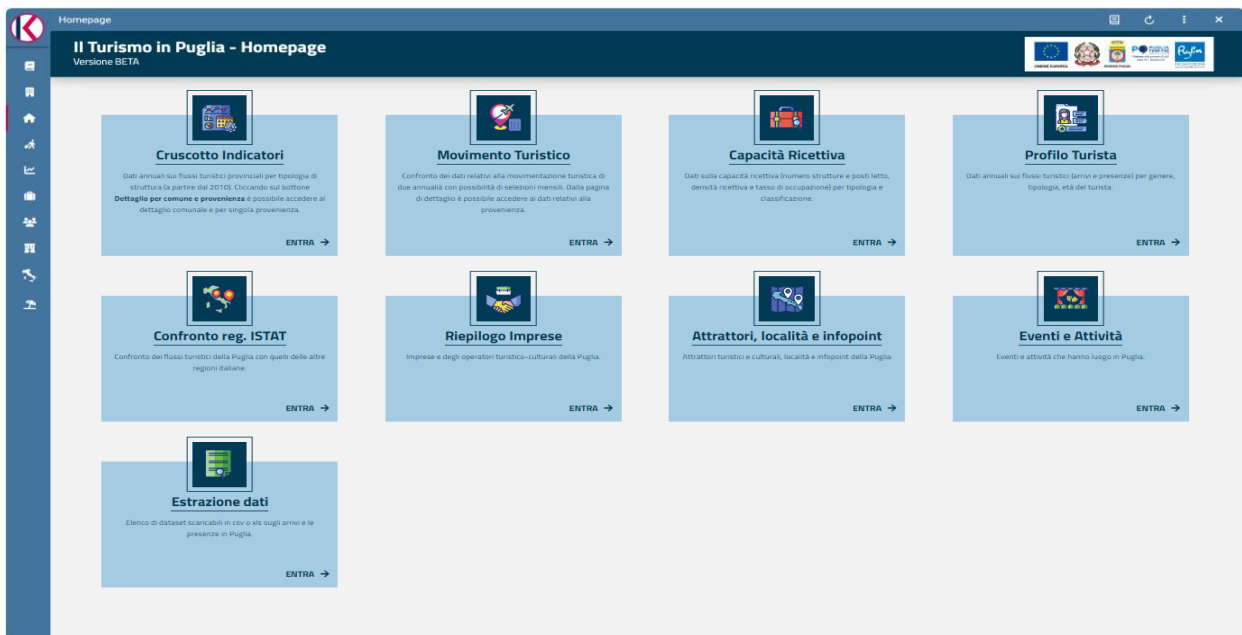
- app weareinPUGLIA

L'app per una esperienza più immediata, intuitiva e immersiva, la guida digitale personale per una navigazione on-site oggi geolocalizzata e domani via realtà aumentata.



- Data Platform Knowage

La Business Intelligence interamente open source ha integrato i dati della ricettività e movimentazione turistica alle informazioni relative all'esperienza che i turisti fanno dell'offerta turistico/culturale regionale.



Nell'ambito delle attività di comunicazione, si è reso necessario supportare la Comunicazione digitale, acquisendo servizi di manutenzione evolutiva e di **content management**, per aggiornare, modificare, creare contenuti ad hoc in linea con la strategia di comunicazione. Inoltre, si è provveduto ad attività di UX/UI design che supportino l'ARET e la Regione per le attività di progettazione dell'esperienza utente, dell'interfaccia e dell'interazione sia dei turisti sia degli operatori con gli strumenti dell'ecosistema digitale, La consultazione già avviata nel 2022, ha permesso di avere un fornitore di content management, ritenuto efficacissimo per supportare le strategie di comunicazione in continuo aggiornamento. L'agenzia LaboratoriCOM ha contribuito all'aggiornamento di contenuti all'interno dell'Ecosistema Turismo Cultura Puglia, con la massima dedizione e professionalità, supporto fondamentale per la gestione interna dell'A.RE.T, con attività di:

- Revisione e aggiornamento dei contenuti dell'Ecosistema Turismo Cultura, al fine di assicurare che le informazioni presenti nell'ecosistema siano aggiornate, precise e facilmente fruibili, sia in italiano che in altre lingue, principalmente l'inglese.

- Produzione di contenuti redazionali e multimediali originali per strumenti e canali digitali, e relativo adeguamento per redazionali e brochure
- Caricamento su canali e strumenti digitali dell'Ecosistema Turismo Cultura, passaggio fondamentale per la loro fruizione da parte del pubblico.
- Supporto alla elaborazione e gestione dei piani editoriali e alla gestione di progetti di comunicazione verticali per iniziative di promozione territoriale, tematica o di eventi, sia con l'organizzazione di eventi di coinvolgimento territoriale, sia con l'implementazione e la gestione di campagne di digital advertising.
- Creazione di pagine specifiche per le campagne di destinazione e contenuti per l'app Weareinpuglia, con landing page specifiche relative a prodotti turistici quale il Natale, il wedding, lo sport fuori dalla stagione estiva e landing stagionali;
- riprese ulteriori foto-video per il portale, per le attività social e per i media con scatti professionali dedicati al food e alle tipicità, riprese specifiche relative agli sport e alle ricette tipiche del nostro territorio;
- Ricerca e analisi esperienza utente/UX Research, al fine di testare la continuità dell'esperienza utente tra i vari touch-point

Nel corso del 2023, nell'ambito del Progetto Innovazione, l'ARET Pugliapromozione, il Dipartimento Turismo Cultura della Regione Puglia, insieme al Consorzio Teatro Pubblico Pugliese e all'Apulia Film Commission hanno incontrato il territorio per riprogrammare le risorse finanziarie e le strategie turistiche e culturali di Puglia365 e PIIL Cultura Puglia, guardando al 2030, con l'affiancamento della società Alkemy, incaricata di supportare l'ARET in un percorso di **transition design**, nell'analisi, nel coinvolgimento degli stakeholders e nella scrittura di questo aggiornamento del Piano Strategico. Dopo i tre mesi di partecipazione territoriale e rielaborazione generale, nel 2023 il lavoro ha portato alla definizione di 5 tavoli tematici e 5 tavoli di governance: workshop più ristretti e

strutturati con amministratori locali, operatori del settore e altri stakeholders nella definizione delle priorità e delle attività da declinare nel nuovo Piano Strategico del Turismo 2030.

Il percorso di Transition Design si è concluso con l'elaborazione di un documento denominato **"3x6x5 Piano di transizione al 2030"** che delinea il percorso, gli obiettivi, la vision, le macro-strategie, i principi guida che orienteranno le scelte fino al 2030, in termini di Comunicazione, Promozione, Qualificazione, Sviluppo dell'Offerta turistica e culturale pugliese. Il documento è stato pubblicato sulla piattaforma Puglia Partecipa il 19 dicembre 2023 e condiviso con l'Osservatorio Regionale del Turismo da metà dicembre 2023, in vista di approvazione e pubblicazione ufficiale.

Gli obiettivi della strategia turistico-culturale da raggiungere nei prossimi anni sono trasversali al lavoro interdipartimentale della Regione Puglia, pilastro fondante dell'aggiornamento e sono così individuati:

- ***Sviluppo economico e lavoro***

- § Promuovere lo sviluppo economico e una rinnovata cultura d'impresa che permetta di acquisire nuovo valore competitivo da parte delle PMI nei settori turistico-culturali

- § Innescare economie collegate alla fruizione dei settori culturali creativi

- ***Crescita del capitale umano***

- § Contrastare le povertà educative e raggiungere (con l'ambizione poi di superare) gli standard di eccellenza nella gestione e nella crescita del capitale umano e integrare la promozione del welfare culturale e rafforzare il ruolo della cultura, lavorando anche sulla domanda

- ***Territorio e ambiente***

- § Rendere compatibile e sostenibile (tutelare, valorizzare, rigenerare) l'utilizzo del territorio e delle risorse, dalle aree urbane a quelle rurali, ai borghi e all'entroterra, con le esigenze del turismo

§ Contrastare il rischio di perdita di identità territoriale e del patrimonio culturale

- **Mobilità e accessibilità**

§ Migliorare la fruizione dei contenuti informativi, la gestione delle infrastrutture e i servizi di trasporto, soprattutto in punti cardine, come gli aeroporti, i siti Unesco, le coste, ecc.

- **Innovazione e efficientamento**

§ Incrementare la coesione e l'uguaglianza sociale verso lo sviluppo di una destinazione turistica che punti alla qualità della vita e alla generazione di benessere.

Per integrare i dati relativi alla movimentazione turistica con altre informazioni utili, qualitative oltre che quantitative, nel 2023 si sono portati avanti lavori serrati con l'**Osservatorio Regionale del turismo**, per il quale si è nominato Giuseppe Chiarelli come coordinatore e con il quale son stati definiti vari ambiti di **indagine e ricerca**.

Le analisi principali hanno riguardato:

<p><b>Turismo delle radici e flussi turistici</b></p>	<p>Approfondimento sul turismo delle Radici legato ai flussi turistici pugliese-discendenti e di oriundi pugliesi nel mondo.</p> <p>Il progetto di ricerca ha avuto come obiettivo finale la definizione di linee guida e indicazioni strategiche per definire meglio offerte turistiche e le relative modalità di promozione, rivolte a questo particolare target.</p>
<p><b>Sugar Enterprise</b></p>	<p>Acquisizione nr. 50 licenze SugarCRM per utilizzo della piattaforma dedicata alla relazione con il turista - Customer Relation Management collegata a portale e app della Regione</p>

<b>Advanced Analytics</b>	Analisi movimentazione, presenze, cluster dei turisti mediante le celle telefoniche WindTre
<b>Analisi e studio della domanda turistica -impatto eventi sui flussi turistici</b>	Servizio di analisi e studio della domanda turistica con lo scopo di analizzare l'impatto di specifici eventi sui flussi turistici della destinazione Puglia
<b>Analisi e ricerca prodotto mare</b>	Servizio di analisi e ricerca relativo al prodotto Mare con lo scopo di approfondire questo specifico segmento turistico e supportare il lavoro dell'Osservatorio Turistico regionale
<b>Brand Equity _Turismo culturale in puglia</b>	Servizio di analisi e ricerca relativo a: <ul style="list-style-type: none"> <li>- il Turismo Culturale con l'obiettivo di definire la percezione dell'offerta culturale pugliese in Italia e nei principali paesi esteri;</li> <li>- il Brand Puglia con la finalità di comprendere l'immagine percepita in Italia e all'estero e definire le migliori modalità comunicative e promozionali della destinazione Puglia</li> </ul>
<b>Analisi forecast prenotazioni</b>	Servizio di analisi <i>forecast</i> sulle prenotazioni delle strutture operanti in Puglia con lo scopo di comprendere in anticipo l'andamento dei flussi regionali
<b>Data Appeal Studio - Destination</b>	Licenza di utilizzo della piattaforma Data Appeal Studio, uno dei più grandi data lake del mercato, che attinge a oltre 100 fonti online, permette di conoscere le performance del proprio territorio, i suoi visitatori, i competitor.





**SPESA PER L'ACQUISIZIONE DI BENI E SERVIZI ANNUALITÀ' 2023 (COMPENSIVO DI QUANTO APPROVATO CON ATTO DIRIGENZIALE N. 1 DEL 10/01/2023)**

	DESCRIZIONE	BUDGET 2023
<b>1</b>	<b>E_TOURISM – innovazione e digitalizzazione del comparto turistico</b>	<b>€300,000.00</b>
1.01	Manutenzione evolutiva sistemi e gestione contenuti digitali	€100,000.00
1.02	Progettazione e grafica digitale (interfacce, landing page, kit&tool)	
1.03	Sviluppo sistemi e procedure digitali	€200,000.00
<b>2</b>	<b>CUSTOMER PROFYLING – il valore dei dati</b>	<b>€219,936.60</b>
2.01	Acquisizione dati da fonti terze	€50,000.00
2.02	Transition Design	€19,936.60
2.03	Comunicazione digitale data-driven	€150,000.00
<b>3</b>	<b>STUDI E RICERCHE - OSSERVATORIO TURISTICO</b>	<b>€350,000.00</b>
3.01	Data Warehouse	€50,000.00
3.02	Indagini e ricerche	€300,000.00
	<b>TOTALE IVA INCLUSA</b>	<b>€869,936.60</b>



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

# IL PRODOTTO TURISTICO

## CUP: B39I22000810009

113

---

---

**ARET PUGLIAPROMOZIONE**  
*Direzione Generale*

agenziapugliapromozione.it  
direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172  
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411  
Fax +39 080 5821429

**Uffici Amministrativi**

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari  
Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727

## **PREMESSA**

Il progetto Prodotto Turistico è stato avviato nel corso dell'anno 2022, con Determinazione del Direttore Generale nr. 431 del 15 giugno 2022, al fine di attuare azioni mirate alla costruzione di prodotti turistici, definite e finalizzate a sostenere la ripresa del settore turistico, dopo la criticità prolungata e significativa dettata dalla pandemia da Covid19.

Inoltre il Piano Strategico Nazionale del Turismo, formulato dal MIBACT, con un orizzonte temporale di sei anni 2017-2022, ha riconosciuto il prodotto turistico come volano per un ampio potenziale di crescita e di occupazione nel turismo e nelle filiere produttive ad esso collegate.

L'anno 2023 si è caratterizzato come "l'anno del recupero" nel settore del turismo, messo a dura prova dai precedenti due anni di pandemia da Covid-19, e anche l'anno in cui sono continuate a permanere per il settore le grandi incognite legate ai venti di guerra, alla situazione geo-politica generale, all'inflazione e al caro energia.

In questo mutato contesto globale il nuovo Piano Strategico Nazionale del Turismo 2023-2027 ha indicato come macro obiettivo quello di elaborare una "nuova visione del turismo", intercettando le nuove tendenze globali e, al tempo stesso, facendo fronte alle complesse sfide del momento attuale. Lo stesso si è sviluppato attraverso l'individuazione di cinque pilastri principali da cui partire: sostenibilità, innovazione, qualità e inclusione, formazione e governance; con una sessione di approfondimento dedicata al turismo enogastronomico.

In tale ottica, anche il Piano Strategico del Turismo "Puglia 365", in linea con quanto previsto dal PST 2023-2027 e dall'Agenda Onu 2030, ha previsto tra le azioni e le attività imprescindibili da attivare in ambito turistico quelle riferite al prodotto turistico.

Pertanto, in continuità con il lavoro svolto sul prodotto turistico nell'anno 2022 ed al termine della stagione turistica 2022, dopo un attento studio sui dati economici riferiti ai singoli prodotti turistici e al PIL indicativo previsto, è iniziato un lavoro improntato sulla costruzione della nuova programmazione, con l'obiettivo principale di implementare la competitività della Regione Puglia, proprio in tema di prodotto turistico, rispetto alle grandi destinazioni concorrenti del mercato nazionale ed internazionale.

Per aumentare la competitività, inoltre, si è reso necessario rendere tangibile la destinazione, facilitando la comprensione e la conoscenza dei prodotti turistici e costruendo l'offerta dal punto di vista del turista. Si è, dunque, immaginato di realizzare azioni che, in un'ottica di sistema complementare, rendessero tangibile la destinazione, partendo dai seguenti obiettivi specifici:

- sviluppare i diversi “*Brand di Prodotto*” mediante la riconoscibilità degli stessi come “*Brand Territoriali*” in Italia e all'estero, in grado così di rispondere alle esigenze di specifici segmenti della domanda turistica e posizionare la Puglia tra le mete più ricercate d' Italia (position branding);
- destagionalizzare i flussi;
- puntare sull'internazionalizzazione e lo sviluppo sostenibile del territorio e favorire l'inclusività;
- sviluppare e sostenere i settori economici di riferimento dei quattro prodotti (Enogastronomia; Mare, natura, sport e benessere; Wedding e Mice; Arte e Cultura), dai quali scaturiscono altri sottoprodotti strettamente collegati, con ricadute positive sull'occupazione (impact on employment);
- attivare processi locali virtuosi per realizzare azioni preliminari di costruzione del Cluster Prodotto Turistico, generando la nascita di reti di imprese e DMO pubblico/private;
- ampliare la collaborazione tra gli operatori turistici, gli Enti locali e la Regione Puglia.

la finalità principale del lavoro svolto nel corso dell'anno 2023 sul Prodotto Turistico, è stata quella di trasformare i prodotti turistici in una componente chiave dell'offerta turistica regionale e fare in modo che potessero diventare da mero elemento accessorio della destinazione, una componente chiave dell'offerta turistica, contribuendo a diffondere l'immagine della Puglia come destinazione di esperienze autentiche.

## **ATTIVITA' PROGETTUALI**

In previsione della ripartenza dei flussi turistici a seguito delle misure restrittive vissute per il contenimento dalla pandemia Covid 19 nel 2022, è nata l'esigenza di comunicare e promuovere la

Puglia operando, dunque, su due *target* di turisti: il turista generalista e il turista che sceglie la Puglia con motivazioni specifiche (es. enogastronomia, cammini, sport, bike, wedding, mice, arte e cultura).

Si è inteso, pertanto, realizzare una serie di azioni che, correlate alla strategia di promozione della destinazione, potessero rafforzare l'offerta, stimolando gli operatori del territorio ad arricchire ed innovare il ventaglio delle esperienze turistiche offerte, puntando ad una narrazione della Puglia come terra autentica, genuina, luogo di accoglienza, di benessere, di tradizioni enogastronomiche, artigianali, storiche e culturali.

Le azioni previste hanno riguardato nello specifico:

- Azioni di comunicazione del prodotto turistico e preliminari attività di qualificazione dell'offerta esistente;
- Attività di promozione b2c del prodotto turistico;
- Azioni preliminari di costruzione del Cluster Prodotto Turistico.

Di seguito il dettaglio delle stesse:

- **Azioni di comunicazione del prodotto turistico e preliminari attività di qualificazione dell'offerta esistente**

Azioni di comunicazione volte alla mappatura delle esperienze turistiche esistenti legate ai prodotti turistici (enogastronomia, cammini e itinerari culturali, bike, sport e benessere, wedding, arte e cultura, mare), che mettendo in risalto la genuinità, la qualità e l'autenticità del territorio e dei prodotti legati al territorio, siano uno strumento utile per comunicare al turista non generalista, in modo coordinato e coerente, un calendario di eventi e di esperienze turistiche "pure", strutturato e differenziato per prodotto turistico. Strettamente connessa alla "mappatura dell'esistente" è l'attivazione di azioni volte a qualificare l'offerta esistente (ad. es. mappature, studi di fattibilità, comitati scientifici ecc.), sviluppando nuove competenze che, secondo standard riconosciuti a livello internazionale e mediante la definizione di linee d'indirizzo regionali, accompagnino gli operatori, anche mediante incontri territoriali, alla nascita di DMO pubblico/private per rafforzare le specializzazioni turistiche della nostra Regione.

## **COPERTURA FINANZIARIA**

- L'investimento totale per tali azioni è stato di € 250.000,00 a valere sui Fondi PO FESR 2014 - 2020, CUP B39I22000810009.

- **Attività di promozione b2c del prodotto turistico**

Azioni mirate di promozione dei prodotti turistici (fiere settoriali, workshop, congressi, sponsorizzazioni ad eventi e incontri di settore nazionali ed internazionali specializzati per prodotto), da realizzarsi sul territorio regionale, nazionale ed internazionale, e rivolte ad un pubblico ed un contesto specializzato.

Realizzazione di Forum settoriali per prodotto turistico particolarmente rilevanti al fine di puntare l'attenzione su tematiche di grande rilevanza per la nostra regione quali lo sviluppo sostenibile, l'inclusione e l'attenzione all'ambiente.

Matching tra operatori della domanda e dell'offerta, attraverso l'organizzazione e la partecipazione ad eventi in presenza e virtuali, sulla base dei segmenti/prodotti/mercati individuati.

I risultati attesi dalle suddette attività di promozione mirano al potenziamento dei flussi turistici attraverso un'azione operativa professionale sul piano del *prodotto-destinazione* e del *destination marketing*.

Gli eventi organizzati nel 2023, con personalizzazione istituzionale mediante apposizione di loghi Fesr, di Pugliapromozione e di hashtag #weareinPuglia, e finalizzati a favorire lo sviluppo dei diversi "brand di prodotto" ed a consolidare la "brand reputation" della destinazione Puglia sono stati:

- **1St International Wedding Congress LGBT+**, Molino Stucky Hilton- Venezia, dal 16 al 18 febbraio 2023.

Il primo appuntamento internazionale sul turismo del matrimonio LGBTQ+, con la partecipazione di oltre 150 operatori nazionali ed internazionali della filiera wedding, sviluppato intorno al tema della sostenibilità sociale come valore di un segmento dal punto di vista etico, ma anche economico. Un'occasione per formarsi ed informarsi sulla "*Wedding Industry Inclusiva*" e su come far diventare la Puglia, un punto di riferimento per questo importante segmento di mercato in forte crescita;

- **Forum Puglia Bike Destination 2023**, Bari presso Fiera del Levante Pad. 152, 17 e 18 marzo 2023.

Due giornate di attività congressuali e di confronti con gli operatori e i maggiori stakeholder territoriali di riferimento (ad es. albergatori, tour operator, agenti di viaggio e travel advisor, associazioni di categoria, comuni) per scoprire la destinazione Puglia attraverso l'uso della bicicletta.

Durante il “Puglia Bike Destination” sono stati presentati alla stampa anche gli ultimi dati nazionali e internazionali legati al bike, i target e le nuove tendenze, nuovi itinerari e percorsi legati al cicloturismo in Puglia.

➤ **Fa la cosa giusta! 2023**, Milano presso Fieramilanocity, dal 24 al 26 Marzo 2023. La principale fiera nazionale del consumo critico e stili di vita sostenibili. L’evento rappresenta un’occasione unica di promozione per i cammini pugliesi e per i nuovi itinerari bike grazie anche alla grande visibilità offerta dal contesto esclusivo e dalla partecipazione di un pubblico di stakeholder e opinion leader potenzialmente interessato a conoscere e visitare la nostra regione. Per l’edizione 2023 è previsto un focus sull’Atlante dei Cammini di Puglia e sulle attività in essere sul tema del cicloturismo, rispetto alla cui progettazione la Regione Puglia sta progressivamente assumendo un ruolo di leadership;

➤ **Trofeo dei Siti Unesco della Puglia**, svolto in tre tappe: il 16 Aprile ad Alberobello (Ba), il 16 Settembre ad Andria (Bat) e il 17 Settembre 2023 a Monte Sant’Angelo (Fg).

Una manifestazione sportiva dedicata alle attività agonistiche giovanili che mira a promuovere il Prodotto Sport e Bike in Puglia e a destagionalizzare il turismo. L’evento è stato organizzato con il coinvolgimento dei Comuni pugliesi sede dei siti Unesco e con un collegamento anche con Matera.

La manifestazione ha visto il coinvolgimento di oltre 700 persone tra atleti, accompagnatori e tecnici ed oltre agli aspetti prettamente sportivi e sociali ha perseguito la finalità di contribuire alla conoscenza e alla valorizzazione del territorio regionale e del suo inestimabile patrimonio culturale, proprio attraverso l’organizzazione di manifestazioni sportive ciclistiche agonistiche giovanili.



- **Giro Di Puglia Challenge Under 23 / Élite 2023**, svoltosi nei comuni di Modugno, Locorotondo, Ceglie Messapica, Martina Franca e Polignano a Mare, dall' 08 al 10 Settembre 2023.

Una manifestazione sportiva ciclistica dedicata alle categorie Under 23 ed Élite che ha visto circa 200 atleti iscritti (numero massimo previsto dalla Normativa Federazione Ciclistica Italiana), 30 squadre provenienti da tutte le regioni Italiane e 3 squadre straniere provenienti dal Messico, dalla Francia e dalla Svizzera. La manifestazione ha mirato alla promozione ed allo sviluppo dei comuni coinvolti, utilizzando il prodotto sportivo/bike come volano promozionale;

- **Wta 125 Open Delle Puglie 2023**, Bari presso il Circolo Tennis, dal 03 al 10 settembre 2023.

Evento unico nel panorama sportivo internazionale, vista la grande affluenza di atlete e team provenienti da ogni parte del mondo (circa 150 atlete provenienti da Italia, USA, Argentina, Brasile, Canada, Germania, Francia, Spagna, Australia, Corea del Sud, Giappone, Cina, Ucraina, Polonia, Ungheria, Bulgaria, Croazia, Serbia, Russia, Austria, Belgio).

All'evento hanno preso parte le regine del grande tennis femminile, tra le prime 50 del ranking mondiale, con i rispettivi team, nonché le massime autorità della WTA e tanti altri nomi dello sport internazionale. Bari e la Puglia, pertanto, sono state al centro delle cronache e dell'attenzione nazionale ed internazionale dei più importanti media regionali, nazionali ed internazionali, con una pianificazione pubblicitaria di forte impatto. Inoltre, ulteriore valore aggiunto è stato il coinvolgimento di aziende leader Pugliesi nel settore dell'enogastronomia (ad es. Lapietra Pomodori, Vini San Marzano, il Pastaio di Maffei), elemento fondamentale per l'integrazione tra sport ed enogastronomia;

- **Sail GP Grand Prix 2023**, Taranto, dal 23 al 24 settembre 2023.

Uno straordinario evento sportivo di carattere internazionale. Uno degli eventi veloci più importanti al mondo che si conferma di grande impatto territoriale e mediatico, rilevante per la città per diversi ordini di ragioni, a partire da quella della connessione diretta con il mare, quale elemento di valore imprescindibile per la cultura tarantina. Oltre al valore sportivo insito nella competizione, caratteristiche del circuito SailGP sono state anche la ricchezza e la qualità della copertura multimediale dell'evento su scala mondiale, in diretta su Rai Sport, e l'esposizione internazionale insieme al relativo potenziale economico che ne sono derivati. Attraverso il programma "Race For The Future", SailGP è la prima organizzazione sportiva che produce eventi ad impatto climatico positivo, difendendo un mondo alimentato dalla natura, con l'obiettivo finale di accelerare la transizione verso l'energia pulita e green.

- **Campionati Mondiali Di Coastal Rowing E Beach Sprint 2023**, Barletta, dal 28 settembre al 08 Ottobre 2023.

Il Mondiale di Coastal Rowing Endurance e le Beach Sprint Finals, sono stati oltretutto una vetrina internazionale del settore sportivo legato al canottaggio, anche una grande vetrina per il nostro patrimonio naturale, turistico e culturale, rafforzando uno degli obiettivi strategici del "Prodotto Turistico". Hanno visto la presenza di circa 900 tra atlete e atleti provenienti dai cinque continenti, con accompagnatori ufficiali accreditati dalla Federazione Mondiale, familiari, 50 componenti di giuria e 150 scafi;

- **Festa Nazionale del Cuoco 2023**, Bari, dal 24 al 26 Ottobre 2023.

Questo evento ha rappresentato un appuntamento identificativo per tutta la filiera enogastronomica. Un momento nel quale le grandi espressioni del cibo e della tavola hanno stimolato la riflessione sui valori di aggregazione, dell'integrazione culturale e della condivisione, dei quali la cucina è sempre stata portatrice. Ha visto la presenza di 19 delegazioni regionali, con circa 600 cuochi, oltre alle delegazioni estere, provenienti dall'Europa,

dagli Stati Uniti, dal Brasile, dall'Australia e dai Paesi Baltici. Presenti anche 20 testate giornalistiche di settore accreditate. Oltre ai cuochi professionisti sono stati coinvolti gli istituti Professionali Alberghieri con la partecipazione attiva dei ragazzi;

- **Salone Internazionale Promessi Sposi 2023**, Bari, Fiera del Levante, dal 09 al 12 Novembre 2023.

Una fiera internazionale dal respiro globale, che abbraccia l'universo della “*Wedding Destination*” e mira a far conoscere il territorio regionale e le sue location di nozze a 14 Wedding Planner internazionali e nazionali selezionati e specializzati in incoming, outgoing e in matrimoni LGBTQ+, interessati a individuare quante più strutture ricettive e fornitori possibili in Puglia, da consigliare alle coppie estere di futuri sposi che vorranno pronunciare il loro “Sì” proprio in Puglia.

## **COPERTURA FINANZIARIA**

122

L'investimento totale per le azioni suindicate nel 2022 è stato di € 600.000,00 (iva inclusa), sui Fondi PO FESR 2014 – 2020, CUP B39I22000810009.

- **Azioni preliminari di costruzione Cluster Prodotto Turistico**

In una fase di ripresa e ripartenza del settore turistico, si è ritenuto opportuno prevedere azioni preliminari e specifiche di costruzione del “Cluster Prodotto Turistico” mediante un processo partecipato di ascolto dei territori e delle imprese ed ampliando la collaborazione tra gli operatori turistici, gli Enti locali e la Regione Puglia. Azioni che qualificando l'offerta esistente, potessero sviluppare nuove competenze secondo standard riconosciuti a livello internazionale e che potessero riflettere l'autenticità e la genuinità del territorio assieme all'alta qualità del prodotto offerto.

Tali azioni necessarie per definire e generare nuovi modelli aggregativi che rispondono alle nuove esigenze della domanda e dei territori, porteranno anche alla definizione di un modello innovativo di collaborazione pubblico – privato, volto a rafforzare le specializzazioni turistiche della Regione Puglia e ad incrementarne lo storytelling.

Importante anche attivare momenti formativi/informativi sui nuovi modelli di governance operativa e sulle reti di imprese e DMO pubblico/private intese come soggetti puramente operativi e funzionali.

## **COPERTURA FINANZIARIA**

L'investimento totale per tale azione nel 2023 è stato di €150.000,00, sui Fondi PO FESR 2014 – 2020, CUP B39I22000810009.

## **RISULTATI ATTESI**

In sintesi, i risultati a cui ha mirato il presente progetto nel corso dell'anno 2023 sono stati finalizzati a:

- attivare processi virtuosi per favorire lo sviluppo e la costruzione dei diversi prodotti turistici e dei relativi “*brand di prodotto*” e la riconoscibilità degli stessi come “*brand territoriali*” in Italia e all'estero;
- attuare azioni sinergiche tra i diversi uffici dell'Agenzia Pugliapromozione (Comunicazione, Promozione, Innovazione e Valorizzazione) essendo il prodotto turistico tema trasversale;
- valorizzare le professionalità coinvolte nei diversi settori relativi ai prodotti turistici di riferimento;
- mappare le esperienze turistiche esistenti e avviare azioni specifiche per lo sviluppo dei prodotti, favorendo la creazione di reti di imprese e/o DMO pubblico/private, in base all'esito del processo partecipato di sviluppo territoriale;

- effettuare il controllo ed il monitoraggio delle esecuzioni relative agli affidamenti a terzi, analizzando i punti di forza e di debolezza, per il miglioramento delle performance future.

Questo anche attraverso la sinergia e la collaborazione con gli altri uffici dell'Agenzia Pugliapromozione (Comunicazione, Promozione, Innovazione e Valorizzazione) essendo il prodotto turistico un tema trasversale.

## RELAZIONE ANNUALE CERIMONIALE

Le attività del Cerimoniale svolte dall'A.RE.T. - Pugliapromozione si collocano nel contesto di una collaborazione alle attività di comunicazione e rappresentanza istituzionale della Regione Puglia e della Presidenza della Giunta Regionale. La collaborazione tra la Regione Puglia - Gabinetto del Presidente della Giunta Regionale e l'Agenzia Regionale del Turismo – Pugliapromozione, finalizzata alla promozione dell'immagine unitaria della Regione Puglia, è disciplinata attraverso Protocolli d'Intesa approvati con Deliberazioni di Giunta Regionale e sottoscritti dalle parti ex art. 15, comma 1 e 2, della Legge 7 agosto 1990, n.241 e ss.mm.ii. recante "Norme in materia di procedimento amministrativo". In particolare, le attività svolte nel corso dell'annualità 2023 si collocano nell'ambito delle seguenti Convenzioni/Accordi:

- *Convenzione per l'organizzazione di eventi e manifestazioni di rilievo nazionale e di interesse per la comunità regionale ai sensi dell'art. 1 lett. a) della Legge regionale 30 aprile 1980 n. 34 promossi dalla Presidenza della Regione Puglia, approvata con D.G.R. n. 2200 del 27.11.2019.*
- *Accordo di Collaborazione tra Regione Puglia – Sezione Direzione Amministrativa Gabinetto della Presidenza della Giunta Regionale e A.Re.T. – Pugliapromozione per l'organizzazione e gestione delle attività ai sensi dell'articolo 1 lett. a) della Legge Regionale 30 Aprile 1980, n. 34, approvata con D.G.R. n. 1884 del 19.12.2022.*

Nel corso dell'annualità 2023, sulla base degli indirizzi definiti dalla Direzione Amministrativa del Gabinetto della Presidenza della Giunta Regionale, l'A.Re.T. ha partecipato, anche mediante l'acquisizione di servizi, all'organizzazione delle seguenti iniziative:

- *Convegno **La cultura popolare religiosa tra Italia e Spagna**, Taranto, 29 aprile 2023;*
- *Tavola Rotonda sul tema "Merging the hydrogen production and CO2 conversion"*

into a Circular Economy Strategy” nell’ambito del Congresso Internazionale “*20th International Conference on Carbon Dioxide Utilization-ICCDU*” - Bari, 25 giugno 2023;

- Convegno Nazionale sulla Medicina di Genere, Bari, 4-5 ottobre 2023.

Inoltre, si è proceduto all’acquisizione di servizi in occasione di incontri ed eventi istituzionali di particolare rilievo nazionale e internazionale:

- Visita istituzionale dell’Ambasciatrice d’Irlanda, servizi di interpretariato, Bari, 21 febbraio 2023;
- Visita istituzionale dell’Ambasciatore della Macedonia del Nord, servizi di interpretariato, Bari, 15 marzo 2023;
- Visita istituzionale del Ministro dell’Agricoltura della Giordania, servizi di interpretariato, Bari, 6 luglio 2023;
- Visita istituzionale dell’Ambasciatrice del Canada, servizi di interpretariato, Bari, 25 luglio 2023;
- Convegno “*Il ruolo della prevenzione - anticorruzione, antiriciclaggio e Tutela dei dati - Obblighi della Pubblica Amministrazione e responsabilità dei Dirigenti*”, servizi di logistica e ospitalità, Bari 13 ottobre 2023;
- Corso di Formazione Specialistica su L.234/2012: “*Le funzioni europee delle Regioni e delle Province autonome*”, servizi di accoglienza e ospitalità, Bari 23-27 ottobre 2023;
- Visita istituzionale dell’Ambasciatore dell’Estonia, servizi di interpretariato, Bari, 16 novembre 2023;
- Visita istituzionale dell’Ambasciatore Americano presso la Santa Sede, servizi di accoglienza e ospitalità, Bari 29 novembre 2023.

La compartecipazione alle suddette iniziative, per un importo complessivo pari a



€ 24.417,48, ha consentito, coerentemente con gli obiettivi dell'A.RE.T. - Pugliapromozione e con le finalità delle Convenzioni con la Direzione Amministrativa del Gabinetto della Presidenza della Giunta Regionale sopra richiamate, alla promozione dell'immagine unitaria della Regione Puglia in importanti contesti istituzionali ed ha altresì consentito la promozione ed attuazione di valori condivisi nei quali la comunità territoriale pugliese si identifica e si riconosce.





PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

## INFORMAZIONI E CONTATTI

WEB: <https://aret.regione.puglia.it/gli-uffici>

E-mail: [direzione.generale@aret.regione.puglia.it](mailto:direzione.generale@aret.regione.puglia.it)

128

---

**ARET PUGLIAPROMOZIONE**  
*Direzione Generale*

agenziapugliapromozione.it  
direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172  
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411  
Fax +39 080 5821429

**Uffici Amministrativi**

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari  
Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727