



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

CUP: I59I23001410006

INNOVAZIONE DIGITALE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA

Brief Piano di Ricerca

(Indagini, Dati e Ricerche)

approvato con D.D.G. n.261 del 04.07.2024

PREMESSA

Nell'ambito del Programma POC Puglia 2014-2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo", Asse VI – Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali - Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche e in attuazione del progetto "Innovazione digitale della destinazione Puglia", si illustra di seguito il **Piano di ricerca** propedeutico alla realizzazione delle azioni del progetto esecutivo di **Innovazione della destinazione Puglia (approvato con A.D. n. 328/2024)** e degli altri progetti esecutivi del Piano strategico del turismo, a cura dell'A.RE.T. Pugliapromozione per il biennio 2024-2026.

All'interno del progetto di "Innovazione della destinazione Puglia" ricadono interventi finalizzati a supportare la capacità dell'Agenzia di dotarsi di studi e strumenti innovativi – scientifici, tecnologici e digitali – a servizio della propria mission istituzionale e degli operatori del settore, nel pieno perseguimento del raggiungimento degli obiettivi strategici futuri.

La consultazione preliminare di mercato è diretta alla raccolta di informazioni anche di natura tecnica ed economica utili alla istituzione di un elenco di soggetti idonei da cui attingere nel prossimo biennio per avviare procedure di gara a trattativa diretta che hanno per oggetto la realizzazione di studi, ricerche e indagini e il reperimento di nuove fonti informative sulla destinazione turistica Puglia.

1. CONTESTO DIGITALE: L'ECOSISTEMA PUGLIA

Attraverso il progetto di Innovazione della destinazione è stata realizzata, nell'ultima decade, l'infrastruttura "naturale" a supporto delle attività della Pubblica Amministrazione e degli operatori della filiera turistica e culturale. Un sistema integrato di applicazioni e dati ideati per comunicare agli operatori del comparto turistico e culturale le tendenze di mercato, per supportare

ARET PUGLIAPROMOZIONE
Direzione Generale

aret.regione.puglia.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



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

CUP: I59I23001410006

la promo-commercializzazione della destinazione Puglia, rafforzando le competenze degli operatori e riorganizzando la presenza e la consapevolezza nell'uso degli strumenti online. Gli strumenti digitali di Pugliapromozione, ideati per offrire a cittadini e turisti servizi e risposte, sono i seguenti:

- dms.puglia.it
- osservatorio.dms.puglia.it
- viaggiareinPuglia.it
- app [weareinPUGLIA](#)
- aret.regione.puglia.it

2. AREE D'INTERVENTO

In linea con il Piano Strategico del Turismo e della Cultura 2030, con il presente Brief 2024 l'A.RE.T. Pugliapromozione mira a definire un elenco di fornitori idonei a realizzare e/o fornire per i prossimi due anni "Indagini e ricerche", "Progetti, dataset e piattaforme" che consentano di sviluppare sistemi d'avanguardia di monitoraggio e di analisi nelle seguenti macro aree di intervento:

- offerta turistica** (cluster di prodotto, presenza e qualità dei servizi, KPI e altri indicatori di performance aziendale, accessibilità e sostenibilità dei servizi, altri approfondimenti da valutare);
- domanda turistica** (target e segmenti specifici, dati e modelli previsionali, customer segmentation e profiling);
- esperienza di viaggio** (sentiment della destinazione a degli attributi turistici e altri strumenti di customer satisfaction);
- altri dati e informazioni sull'economia turistica e valutazione d'impatto:** acquisizione di dati provenienti da carte di credito, celle telefoniche, dataset, API Analytics e nuove fonti che possano integrare le informazioni attualmente contenute nella nuova Data Platform per la consultazione dei dati sul movimento turistico disponibile on line al seguente indirizzo <https://osservatorio.dms.puglia.it>.

ARET PUGLIAPROMOZIONE
Direzione Generale

aret.regione.puglia.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



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

CUP: I59I23001410006

3. AMBITI DELLA RICERCA

I fornitori dovranno avere esperienza e competenza nelle quattro aree di intervento sù descritte, ambiti di ricerca di interesse per l'ARET, con specializzazione in una o più Aree sulle quali l'Agenzia Pugliapromozione, in linea con quanto previsto dal Piano strategico Turismo e Cultura 2030, concentrerà i propri obiettivi di destagionalizzazione e distribuzione dei flussi turistici, e che necessitano di un maggior approfondimento scientifico.

Aree A e B: domanda e offerta turistica

- **TURISMO LENTO, OUTDOOR E CAMMINI:** analisi della domanda, dell'offerta e del potenziale di sviluppo delle Aree interne della Puglia con particolare riferimento alle zone della Daunia, dell'Alta Murgia e dell'Arco Ionico;
- **ENOGASTRONOMIA E OLEOTURISMO (SAPORE E TERRITORIO):** la food experience rappresenta la principale motivazione di viaggio per i turisti italiani e internazionali, un driver di scelta determinante nella definizione della destinazione. Pugliapromozione intende esplorare i fattori emozionali (lato domanda) e le potenzialità attuali e future della filiera enogastronomica regionale, con particolare riguardo verso l'oleoturismo come strumento di riscoperta dei luoghi e dei territori di produzione, della conoscenza della cultura, delle tradizioni e della popolazione locale.
- **CULTURA E ARTE CONTEMPORANEA:** stimolare la domanda interna ed esterna e valutare l'offerta di Arte Contemporanea in Puglia, per valorizzare e rendere fruibile il territorio, le aree interne, le aree industriali e agricole, in modo nuovo e originale.
- **MICE:** il comparto alberghiero regionale ha bisogno di un nuovo impulso, migliorando le marginalità di guadagno e contando su una stagione che duri dodici mesi l'anno, almeno



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

CUP: I59I23001410006

nelle principali destinazioni regionali, attraverso il rilancio del comparto congressuale e degli eventi dedicati al business. Al fascino connotato della Puglia si aggiunge la rete di professionisti del settore in grado di mettere in campo competenze, tecnologie e servizi personalizzati che rispondano al bisogno crescente di eventi e congressi. Gli studi si dedicheranno alla mappatura della domanda e dell'offerta, individuando nuove aree di sviluppo.

- **WEDDING:** l'organizzazione del matrimonio coinvolge un'ampia filiera di professionisti del commercio e del turismo (sale ricevimento, strutture ricettive, fotografi, catering, fiorai e altri specialisti) creando un indotto sempre più ampio che fa del wedding un'importante leva di sviluppo turistico. Indiscusso anche l'aumento della notorietà degli ultimi anni della Puglia come destinazione Wedding anche sui mercati internazionali; i turisti scelgono sempre di più la regione per celebrare le proprie nozze con il coinvolgimento di una rete sempre più ampia di maestranze.
- **BALNEARE E NAUTICA:** il mare è il prodotto di punta del turismo regionale e a distanza di un anno dall'ultimo approfondimento realizzato sul balneare in Puglia, si intende ripetere il monitoraggio e vagliare nuove opportunità sostenibili di sviluppo.

4

Aree C e D: esperienza di viaggio, informazioni sull'economia turistica ed effetto delle azioni della Regione Puglia/Pugliapromozione

- ❖ **VALUTAZIONE DELL'IMPATTO ECONOMICO** delle azioni di comunicazione, promozione e valorizzazione da supportare per una maggiore efficacia e raggiungimento di risultati per il periodo 2020-2025. Si richiede di ideare modelli econometrici, con gruppi di controllo, per misurare l'impatto generato sulla domanda e sull'offerta dalla spesa pubblica dell'Agenzia nell'ultimo quinquennio.
- ❖ **ACQUISIZIONE DATI DA FONTI TERZE:** sulla mobilità, sui trasporti, sugli spostamenti e le abitudini di consumo (carte di credito e altri strumenti).

ARET PUGLIAPROMOZIONE
Direzione Generale

aret.regione.puglia.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



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMUZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

CUP: I59I23001410006

❖ **PERCEZIONE, POSIZIONAMENTO E REPUTAZIONE** del brand Puglia e dei suoi derivati:
#weareinPuglia, viaggiareinpuglia, ecc.

❖ **NUOVI LUOGHI, NUOVI SERVIZI, DA INTEGRARE NELL'OFFERTA**

per la diversificazione dell'offerta e per rispondere a una domanda sempre più dinamica e sovra-stimolata, si considera la possibilità di considerare luoghi tradizionalmente adibiti al lavoro e alla produzione come luoghi di attivazione della cultura pugliese, in cui incontrare persone del posto e conoscere la cultura e l'identità territoriale: fattorie, masserie, caseifici, ma anche industrie e botteghe artigiane, luoghi di co-working, agenzie creative e altro..

❖ **DMO E ORGANIZZAZIONE TURISTICA**

Definizione e disciplina delle DMO, in diverse forme, analisi di possibili ambiti turistici territoriali con funzioni generali di accoglienza, organizzazione e coordinamento stakeholders. Si esamineranno ruoli, funzioni, forma giuridica, fonti di finanziamento per una organizzazione turistica territoriale pubblico-privata efficiente ed efficace, che si evolva rispetto agli esempi più famosi e consolidati nazionali e internazionali.

❖ **DIFFERENTI TIPOLOGIE DI TARGET**

indagini su differenti tipologie di target e personas, a cui puntare con le azioni di comunicazione e promozione: pantere grigie over 65, turismo giovanile e altri target.

❖ **APPROFONDIMENTI INTERDIPARTIMENTALI SU ALTRI TEMI:**

- Agricoltura (agriturismi, masserie didattiche, diversificazione del reddito in agricoltura, produzioni tipiche, turismo rurale, eno-turismo, oleo-turismo)
- Formazione (formazione scolastica, istituzione nuove figure, ...)
- Trasporti (piano dei trasporti, ...)
- Ambiente (rifiuti, clima, paesaggio, ...)



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMUZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

CUP: I59I23001410006

- Mondo del lavoro
- Intelligenza Artificiale

❖ ACCESSIBILITÀ

Le informazioni demografiche sulla popolazione italiana ed europea che vedono aumentare la quota di coloro che stanno per entrare nella terza età (boomers), impongono una riflessione sulla qualità dell'offerta turistica in termini di servizi e opportunità per le persone con disabilità (temporanea o definitiva) per favorire un turismo senza barriere per clienti con bisogni speciali.

Bari, 04.07.2024