

**RELAZIONE DELLE ATTIVITÀ  
ANNUALI E TRIENNALI  
PER IL BILANCIO DI PREVISIONE 2025-2027**

## INDICE

<i>1 - L'Agenzia e le fonti di finanziamento</i>	<i>Pag. 2</i>
<i>2 - I progetti triennali POC del Piano strategico Puglia 3x6x5</i>	<i>Pag. 10</i>
<i>3 - Le attività annuali e triennali 2025-2027 POC del Piano Strategico Puglia 3x6x5</i>	<i>Pag. 13</i>
<i>4 - Altri progetti a valere su risorse a destinazione vincolata</i>	<i>Pag. 23</i>
<i>5 - Allegato attività POC</i>	<i>Pag. 34</i>



## L'AGENZIA E LE FONTI DI FINANZIAMENTO

Il Piano strategico del turismo Puglia365, introdotto nel biennio 2016 e il 2017, può essere menzionato tra le più importanti iniziative intraprese dalla Regione Puglia in ambito turistico e volto al rilancio e alla crescita del settore. Il Piano è stato redatto a seguito di un processo partecipativo che, per più di un anno, ha coinvolto amministrazioni locali, operatori del settore, associazioni e cittadini, con l'obiettivo di costruire una visione condivisa e di medio-lungo periodo per lo sviluppo turistico della regione.

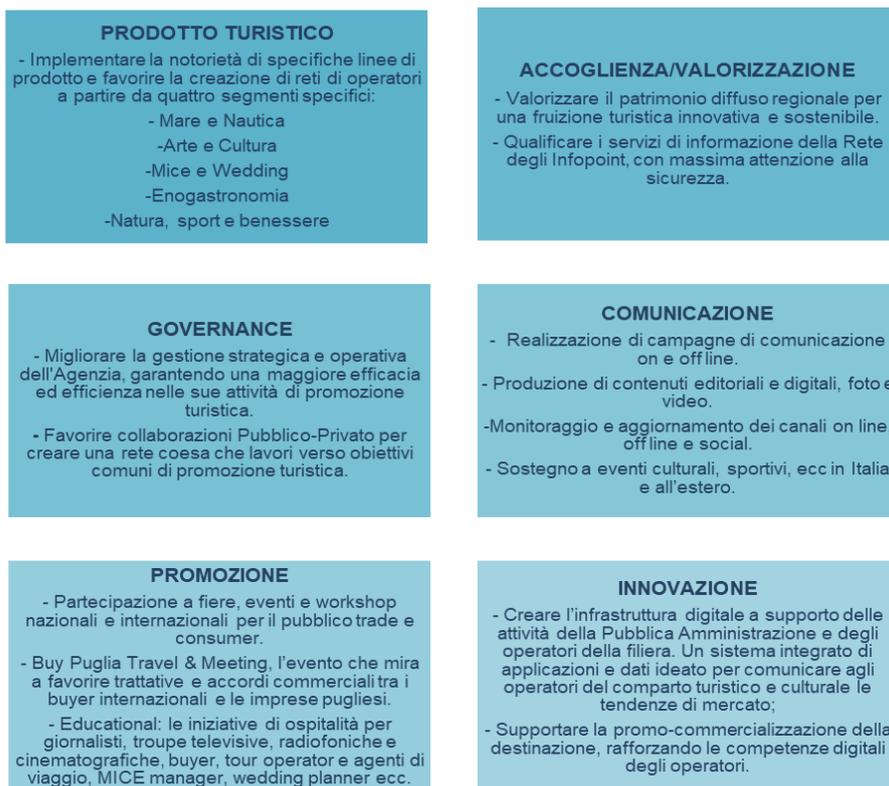
Il Piano Puglia365, che coinvolge trasversalmente i settori cultura, turismo, agricoltura, internazionalizzazione della Regione Puglia, ha negli anni tenuto conto della sfida che attendeva la Puglia nel nuovo millennio: far crescere la competitività della destinazione in Italia e all'estero, aumentare i flussi di turisti internazionali riducendo così il gap che la distanziava in termini di notorietà e raggiungibilità da altre regioni d'Europa e del Mediterraneo, e dare una spinta positiva alla destagionalizzazione, favorendo l'innovazione organizzativa e tecnologica. Le priorità di attuazione previste dal Piano Puglia365 sono state orientate lungo sei Aree d'intervento: Prodotto, Accoglienza/Valorizzazione, Promozione, Innovazione e Governance, per il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

1. Rendere più efficiente, semplice, razionale e rispondente ai fabbisogni il sistema del turismo, definendo le innovazioni necessarie di tipo operativo e regolamentare;
2. Valorizzare l'offerta turistica regionale attraverso un'azione integrata sulla qualità, l'innovazione e la specializzazione delle destinazioni e dei prodotti;
3. Ottimizzare gli impatti dei processi di valorizzazione delle risorse ambientali e culturali del territorio per accrescere la fruizione da parte dei turisti nazionali e internazionali, individuando e introducendo regole che consentano un uso turistico delle risorse compatibile con la loro conservazione e qualità.
4. Creare condizioni favorevoli per il consolidamento e lo sviluppo delle imprese turistiche e della filiera, la generazione di nuova imprenditorialità e l'occupazione anche attraverso la

promozione della digitalizzazione e dell'innovazione delle imprese del sistema turistico regionale.

5. Promuovere la diversificazione del prodotto turistico con una strategia volta ad ampliare l'offerta di esperienze e servizi per attrarre una gamma più ampia di visitatori, migliorare la competitività e ridurre la dipendenza da un unico segmento di mercato, per adattarsi ai cambiamenti della domanda e mitigare i rischi associati alla stagionalità.

### Schema 1 – Le sei Aree d'intervento e le principali attività



Fonte: Piano Strategico Puglia365

Nel 2022, a cinque anni di distanza dalla prima edizione, con il nuovo percorso Puglia3x6x5, e dopo i cambiamenti dettati dall'epidemia Covid-19, l'ARET e la Regione Puglia hanno aggiornato i contenuti e gli obiettivi della propria strategia turistica e culturale attraverso il Piano Strategico del Turismo e della Cultura 2030; una nuova visione di destinazione in un contesto post-pandemico.



Il Piano Strategico del Turismo 2022 della Puglia mira così a consolidare e rilanciare il settore turistico regionale attraverso una combinazione di promozione integrata, digitalizzazione, valorizzazione delle risorse locali e ai precedenti pilastri fondanti della strategia già introdotta nel 2017 se ne aggiungono di nuovi:

Superare la tradizionale stagionalità del turismo pugliese, ridistribuendo i flussi turistici lungo tutto l'anno, promuovendo eventi culturali, enogastronomici, sportivi e naturalistici anche nei mesi meno frequentati, in destinazioni ancora poco note.

Favorire uno sviluppo a basso impatto socio-ambientale, un principio che è stato tradotto in iniziative volte a preservare il patrimonio naturale e culturale della regione, incentivando pratiche di turismo responsabile, riducendo l'impatto ambientale, con attenzione ai processi che potrebbero ostacolare la piena inclusione sociale (overtourism, gentrificazione, inflazione e altri effetti indesiderati).

Digitalizzare, attraverso la creazione e il potenziamento di piattaforme digitali, di monitoraggio e analisi dei dati sulla domanda e sull'offerta turistica, la promozione di esperienze personalizzate e l'utilizzo di Big Data e Intelligenza Artificiale per comprendere in tempo reale le tendenze in corso, migliorando i servizi offerti.

Internazionalizzare, rafforzare la presenza della Puglia sui mercati internazionali anche di lungo raggio, attirando un numero crescente di visitatori stranieri e promuovendo la regione come una destinazione turistica di eccellenza e di riferimento a livello globale.

Diversificare la domanda e l'offerta turistica e ridurre il grado di dipendenza da uno o pochi segmenti di mercato, da una particolare stagione o da un determinato turismo diminuendo il rischio legato a eventuali cambiamenti nella domanda, crisi economiche, condizioni climatiche sfavorevoli o eventi imprevisti (come nel caso della pandemia Covid) che potrebbero impattare negativamente sull'intero sistema turistico.



## **LE FONTI DI FINANZIAMENTO**

### **Il Bilancio Ordinario**

La seguente relazione riepiloga le attività che l'A.Re.T. Pugliapromozione intende porre in essere nell'annualità 2025 e nel triennio 2025-2027, mediante l'impiego delle risorse finanziarie previste a Bilancio di previsione per le annualità 2025-2027.

Il Bilancio prevede in Parte Entrate l'assegnazione all'Agenzia di un Trasferimento Ordinario complessivo di euro 4.200.000,00, di cui circa tre milioni afferenti spese di personale comprensive di oneri e del compenso degli organi istituzionali dell'Ente (Direttore generale, dirigenti, collegio dei sindaci, collegio dei revisori) cui si affiancano risorse a destinazione vincolata previste per l'attuazione di specifici progetti di derivazione comunitaria, nazionale, regionale.

### **Le risorse per l'attuazione del PST per l'annualità 2024/2025**

Il Piano Strategico del Turismo "Puglia 365" (approvato con D.G.R. 14 febbraio 2017, n. 191) è uno strumento di pianificazione e sviluppo, scritto e costruito con un metodo funzionale e partecipato, che ha delineato la strategia pugliese di sviluppo del settore turistico con un arco temporale di lungo periodo.

Con la predetta Deliberazione la Giunta Regionale ha dato mandato al Dipartimento Turismo di sottoscrivere a far data dal 17/02/2017, un Accordo di cooperazione con l'Agenzia Pugliapromozione ai sensi dell'art. 15 della Legge n. 241/90 in applicazione delle indicazioni operative fornite dalla Segreteria Generale della Presidenza, con nota prot. n. 1083 del 15/11/2016 avente ad oggetto "Acquisizione di servizi delle Agenzie regionali e degli Organismi in house" stanziando nel tempo, in linea con i continui mutamenti dello scenario turistico regionale, nazionale ed estero, le risorse finanziarie necessarie a dare attuazione alla strategia turistica regionale, così come declinata nelle schede azioni annuali del Piano



strategico del Turismo – Puglia365 e approvato il Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia 2016/2025 denominato “Puglia 365”, che racchiude i seguenti obiettivi generali:

- far crescere la competitività della destinazione Puglia in Italia e all'estero,
- aumentare i flussi di turisti internazionali,
- dare una spinta positiva alla destagionalizzazione,
- potenziare l'innovazione organizzativa e tecnologica del settore, con l'intento di aiutare i territori pugliesi ad organizzarsi per un turismo che duri tutto l'anno.

Le priorità d'intervento sono: prodotto, formazione, accoglienza, promozione, legate dal filo dell'innovazione e saldamente poggiate su un sistema di infrastrutture e collegamenti interconnessi più veloci e che arrivino nel cuore delle Città e dei Territori;

Il Piano Strategico del Turismo si articola in programmazioni triennali delle politiche in materia di turismo, declinate in 6 macro-progettualità che trovano esplicitazione nei Progetti Attuativi annuali.

A seguito di un processo partecipato per l'aggiornamento delle strategie turistiche e culturali al 2030, che ha coinvolto n. 1041 partecipanti in presenza e più di n.13.000 utenti online (L.R. n. 28 del 13.07.2017), l'Agenzia Pugliapromozione ha pubblicato sulla piattaforma Puglia Partecipa il 19 dicembre 2023 il documento denominato “3x6x5 Piano di transizione al 2030” condiviso con l'Osservatorio Regionale del Turismo, adottato dal Direttore Generale con determinazione n. 39 del 13.02.2024.

## **Risorse 2024-2025**

Le risorse rinvengono dal POC Puglia - Programma Operativo Complementare al POR Puglia 2014-2020 (rif. DGR n.1034/2020) che prevede, nell'ambito dell'Asse VI Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali, l'Azione 6.8 “Interventi per il posizionamento competitivo delle destinazioni turistiche”, promozione e valorizzazione turistica degli attrattori culturali nelle aree turisticamente rilevanti della Puglia anche attraverso azioni di “destination marketing” coordinate e inquadrare all'interno di una complessiva strategia di marketing territoriale.



Tra le azioni che si intende attuare sono previsti interventi relativi alla promozione nei mercati intermediati, interventi di comunicazione dei prodotti turistici regionali, attività di coinvolgimento degli operatori della filiera per la condivisione delle strategie di promocommercializzazione e interventi di valorizzazione e potenziamento dell'offerta turistica regionale ed organizzazione dei Sistemi turistici locali.

Nel corso del 2024 la Giunta Regionale con Delibere n. 1502 del 30.10.2023 (€ 19.000.000,00 per tutti i n.6 progetti), n. 926 del 28.06.2024 (€ 2.500.000,00 solo per il progetto Comunicazione-Grandi Eventi) e n. 1692 del 29.11.2024 (€ 400.000,00 solo per il progetto Comunicazione-accordi Comuni) ha approvato gli interventi progettuali relativi all'annualità 2024 del Piano strategico del Turismo - Puglia 365" a cura dell'Agenzia Pugliapromozione, approvando lo schema di Addendum all'Accordo di cooperazione sottoscritto in data 17/02/2017 tra la Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione, assicurando la copertura finanziaria per la realizzazione delle attività progettuali previste per una somma complessiva pari a €21.900.000,00;

A seguito dell'indirizzo politico, la Sezione Turismo e Internazionalizzazione prende atto dei progetti esecutivi progettati dagli Uffici dell'A.RE.T. Pugliapromozione e impegna le somme in favore dell'Agenzia stessa. Di seguito le ASD che ci sono susseguite nell'annualità 2024:

- l'A.D n. 328 del 06/12/2023 con cui la Sezione Turismo e Internazionalizzazione, a seguito delle decisioni prese dal Comitato di Attuazione nella riunione del 05/12/2023 (come da verbale prot. n.r\_puglia/AOO\_056/PROT/05/12/2023/0004051) ha provveduto a prendere atto dei n.6 progetti attuativi POC 2024 e ad impegnare la somma di € 19.000.000,00, a valere sui competenti capitoli di spesa delle risorse P.O.C. Puglia 2014-2020 già stanziati con DGR n. 1502 del 30/10/2023;
- l'A.D. n. 177 del 16.07.2024 con cui la Sezione Turismo e Internazionalizzazione, a seguito delle decisioni prese dal Comitato di Attuazione nella riunione del 15.07.2024 (come da verbale prot. n. n. 0358226/2024) ha provveduto a prendere atto del nuovo progetto "Comunicazione Digitale e Brand Identity della Destinazione Puglia - CUP

- I59I23001370006” - Annualità 2024 ammontante a € 11.714.680,00, implementato delle risorse stanziato con la DGR n. 926/2024;
- l’A.D. n. 187 del 09.08.2024 con cui la Sezione Turismo e Internazionalizzazione, a seguito delle decisioni prese dal Comitato di Attuazione nella medesima riunione del 15.07.2024 (come da verbale prot. n. n. 0358226/2024) ha provveduto a prendere atto della variante tra progetti e approvare la rimodulazione dei progetti interessati;
  - l’A.D. n. 244 del 21.11.2024 con cui la Sezione Turismo e Internazionalizzazione, a seguito delle decisioni prese dal Comitato di Attuazione nella riunione del 04.10.2024 (come da verbale prot. n. 0481297/2024) ha provveduto a prendere atto della riprogrammazione delle diverse macroprogettualità del Piano Strategico del Turismo, attraverso la rimodulazione dei progetti interessati;
  - l’A.D. n. 4 del 20.02.2025 con cui la Sezione Turismo e Internazionalizzazione, a seguito delle decisioni prese dal Comitato di Attuazione nella riunione del 27.12.2024 (come da verbale n. prot. n. 0639642 /2024) - che al fine di garantire continuità progettuale ha approvato i sei progetti riprogrammati 2024/2025, secondo una rimodulazione che non prevede l’inserimento di nuove attività progettuali, ma soltanto una nuova calendarizzazione aggiornata fino al 31.06.2025, in modo da consentire all’agenzia e al suo personale di gestire le attività progettuali già avviate nel 2024 - ha preso atto dei progetti riprogrammati al 2025;

Con Delibera dell’11 febbraio 2025, n. 129 la Giunta Regionale ha approvato le schede progettuali presentate dalla Sezione Turismo e Internazionalizzazione a valere su risorse di cui al Programma operativo complementare al POR Puglia 2014-2020 – Azione 6.8 - Piano Strategico del Turismo di cui alla DGR nn. 191/2017 e ss.mm.ii. - Annualità 2024-2025 stabilendo:

- la Variazione al bilancio annuale 2025 e pluriennale di previsione 2025-2027 ai sensi dell’art. 51 comma 2 del D.Lgs. n.118/2011
- l’approvazione Addendum all’Accordo di cooperazione,



- l'assegnazione di euro 6.800.000,00 sulle risorse POC Puglia 2014-2020, per la realizzazione delle attività del primo semestre in favore di Pugliapromozione;

A seguito dell'indirizzo politico, la Sezione Turismo e Internazionalizzazione prende atto dei progetti esecutivi progettati dagli Uffici dell'A.RE.T. Pugliapromozione e impegna le somme in favore dell'Agenzia stessa. Di seguito gli atti dirigenziali:

**AD n. 34 del 20.02.2025**

Oggetto: POC Puglia 2014/2020 - Piano Strategico del Turismo (DGR n. 191/17 e ss.mm.ii. - n. 1502 del 30.10.2023). Presa d'atto dei progetti esecutivi del Piano Strategico del Turismo per l'Annualità 2024-2025: "Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia 2024" CUP: I59I23001370006" - MIR: C0608.2 e "Prodotto turistico" CUP I59I23001400006 - MIR: C0608.6. Accertamento entrata e impegno di spesa di € 5.719.570,78 in favore dell'Agenzia Pugliapromozione, per l'attuazione degli interventi progettuali approvati con DGR n. 129/2025.

**AD n. 35 del 20.02.2025**

Oggetto: POC Puglia 2014/2020 - Piano Strategico del Turismo (DGR n. 191/17 e ss.mm.ii. - n. 1502 del 30.10.2023). Presa d'atto dei progetti esecutivi del Piano Strategico del Turismo per l'Annualità 2024-2025: "Promozione della destinazione Puglia" CUP: I59I23001360006" - MIR: C0608.1 e "Qualificazione e potenziamento del sistema dell'accoglienza turistica regionale e valorizzazione dell'offerta" CUP: I59I23001390006 - MIR: C0608.3. Accertamento entrata e impegno di spesa di € 398.388,59 in favore dell'Agenzia Pugliapromozione, per l'attuazione degli interventi progettuali approvati con DGR n. 129/2025.

**AD n. 36 del 20.02.2025**

Oggetto: POC Puglia 2014/2020 - Piano Strategico del Turismo (DGR n. 191/17 e ss.mm.ii. - n. 1502 del 30.10.2023). Presa d'atto dei progetti esecutivi del Piano Strategico del Turismo per l'Annualità 2024-2025: "Innovazione della destinazione Puglia 2024-2025" CUP: I59I23001410006 - MIR: C0608.4 e "Piano strategico PUGLIA365 Comunicazione, diffusione, partecipazione, partenariato 2024-2025" CUP: I59I23001380006 - MIR: C0608.5.



Accertamento entrata e impegno di spesa di € 682.040,63 in favore dell'Agenzia Pugliapromozione, per l'attuazione degli interventi progettuali approvati con DGR n. 129/2025.

Per il secondo semestre 2025 e il biennio 2026-2027 allo stato non è possibile effettuare previsioni di spesa in attesa di registrazione da parte della Corte dei Conti del provvedimento del CIPESS che prevedibilmente avverrà entro giugno 2025.

Per il dettaglio economico delle attività 2024-2025 si rimanda all'allegato di pagina 34.

## **I PROGETTI TRIENNALI POC DEL PIANO STRATEGICO PUGLIA 3X6X5**

### **PROGETTO ACCOGLIENZA E VALORIZZAZIONE**

Il progetto concerne le attività di valorizzazione dell'offerta e qualificazione del sistema dell'accoglienza turistica regionale con la finalità di accrescere l'immagine della Puglia come destinazione accogliente e di offrire risposte ad una domanda sempre più attenta e consapevole.

progetto Comunicazione

Le azioni di comunicazione per l'inizio del 2025 riguardano il consolidamento del brand Puglia attraverso il piano media Italia ed estero, la produzione di nuovi contenuti con la relativa campagna di comunicazione, azioni di promozione in costanza di Grandi eventi e accordi pubblici con partner, a titolo esemplificativo, come Puglia Culture, Apulia Film Commission e altre collaborazioni.

### **PROGETTO PROMOZIONE**

Il progetto PROMOZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA, così come previsto dal Piano Strategico del Turismo PUGLIA 365 (approvato con D.G.R. n.191/2017) e dalle indicazioni fornite dall'Osservatorio Turistico regionale, intende perseguire per l'annualità 2025, sino al 2027, un piano di obiettivi articolato, individuando le seguenti priorità:

- rafforzare il Brand Puglia, promuovendo il sistema delle imprese turistiche, sui diversi mercati target;

- incrementare le quote di ospiti stranieri sia europei che extraeuropei provenienti, sia dal mercato intermediato che da quello non intermediato;
- supportare le imprese pugliesi nella partecipazione agli eventi internazionali dell'intermediazione;
- promuovere la conoscenza e l'attrattività del territorio nelle sue risorse tangibili e intangibili;
- promuovere l'incontro fra l'offerta regionale e i mediatori dei flussi internazionali di turismo.

### **PROGETTO COMUNICAZIONE**

Il progetto Comunicazione prevede azioni atte alla valorizzazione degli asset turistici e a un turismo attrattivo e sostenibile, che promuova la ricchezza culturale e naturale della Puglia e la partecipazione di tutti gli attori chiave, attraverso l'offerta di esperienze uniche, autentiche e memorabili. La disponibilità di budget e la vision verso l'internazionalizzazione e la promozione di un turismo esteso tutto l'anno, hanno reso possibile l'esecuzione di azioni importanti e vaste sia a livello nazionale che internazionale.

### **PROGETTO PRODOTTO**

Il progetto Prodotto si pone in continuità con le scelte strategiche del Piano Strategico Puglia365, tenendo conto dei cambiamenti dovuti alla crisi pandemica non ancora completamente conclusa, all'emergenza climatico-ambientale sempre più sentita, alla crisi geopolitica in corso, e alla inevitabile e conseguente crisi economico-sociale in cui l'intero continente versa.

Inteso come un sistema integrato di beni e servizi, il Prodotto Turismo si propone di promuovere un'offerta in grado di rispondere alle esigenze di specifici segmenti della domanda turistica, con elevato potenziale di sviluppo in Puglia (Enogastronomia; Mare e Nautica; Natura, Sport e Benessere; Wedding; Mice). Il progetto si svilupperà in continuità con quanto avviato nel corso del 2024.



### **PROGETTO GOVERNANCE (*Comunicazione, diffusione, partecipazione, partenariato*)**

L'Agenzia Pugliapromozione è chiamata a individuare nuove e innovative strategie di valorizzazione e promozione del territorio pugliese, avvalendosi in modo sempre più consistente del confronto con gli stakeholders e gli enti locali in funzione della prossima istituzione delle DMO.

La collaborazione con gli enti nazionali e internazionali per il raggiungimento degli obiettivi del Piano Strategico è il perno del progetto, approvato con D.G.R. n.129, che prevede ulteriori 250.000,00 euro per l'implementazione di nuove *Iniziative con stakeholders, altri enti regionali e partenariato locale* focalizzate principalmente sulla prossima partecipazione della Regione Puglia a Expo Osaka 2025.

### **PROGETTO INNOVAZIONE**

Il progetto Innovazione si pone in maniera trasversale con l'obiettivo di integrare le strategie dei progetti di comunicazione, promozione, valorizzazione, in modalità digitale, fornendo anche spunti e risultati dalle attività di ricerca e analisi sui dati disponibili nell'ecosistema turistico-culturale, in capo all'Osservatorio, utili alla nuova programmazione e alla rigenerazione delle strategie stesse.

L'innovazione è imprescindibile per una visione a lungo termine, anche e soprattutto attraverso il digitale e le nuove tecnologie, ma anche a nuovi processi e modelli organizzativi che possano garantire sicurezza, uguaglianza, riduzione delle complessità burocratiche, *intelligence* al servizio dello sviluppo del territorio e delle imprese. Il progetto tratta allora principi come *digital first* e *once only*, caratterizzanti il percorso di digitalizzazione e delle nuove tecnologie nel turismo, ma soprattutto si occupa di dati, processi, modelli di business e imprenditorialità, organizzazione, conoscenza e informazione, sperimentazione, evoluzione.



## **LE ATTIVITÀ ANNUALI E TRIENNALI 2025-2027 POC DEL PIANO STRATEGICO PUGLIA 3X6X5**

In vista dell'assegnazione delle ulteriori risorse POC rivenienti dai fondi del Patto per la Puglia 2021-2027 che dovrà prevedere per ogni anno una dotazione di circa euro 22.000.000,00 all'anno, qui di seguito le azioni di massima da prevedere fino al 2027:

### **PROGETTO ACCOGLIENZA**

L'Aret-Pugliapromozione, in continuità e coerenza con quanto sinora realizzato per l'ambito valorizzazione dell'offerta, intende consolidare i processi sinergici riferiti al potenziamento dei principali prodotti turistici con la finalità di promuovere la fruizione del territorio e di integrare e qualificare l'offerta turistica regionale.

L'obiettivo è quello di programmare attività gratuite di fruizione turistica del territorio regionale per la valorizzazione delle risorse materiali e immateriali e la destagionalizzazione dei flussi turistici secondo i principi-guida di autenticità, inclusione sociale, accessibilità, sostenibilità ambientale.

L'importanza strategica dell'informazione turistica richiede che siano potenziati i luoghi nevralgici per l'accoglienza dei turisti, elevando la qualità dei servizi e delle attività a ciò orientate, per la migliore soddisfazione di turisti e viaggiatori e per rafforzare la brand awareness della destinazione Puglia. Pugliapromozione, Aeroporti di Puglia S.p.a., e le due Autorità portuali si sistema (Mar Adriatico e Mar Ionio) perseguendo obiettivi di interesse pubblico congiunti, collaborano per il potenziamento dell'accoglienza turistica presso gli hub di Bari e Brindisi. In particolare si prevede la realizzazione di:

- azioni di potenziamento del servizio di informazione ed accoglienza turistica presso i due info-point ubicati nell'area arrivi degli aeroporti e nei porti di Bari e Brindisi;
- azioni di promozione e valorizzazione del territorio e del brand puglia nelle aree finalizzate all'accoglienza dei passeggeri in transito presso l'aeroporto di Brindisi attraverso la realizzazione di servizi di comunicazione negli spazi dell'area "vip lounge".



In continuità e coerenza con quanto realizzato nel 2023 sussiste da parte dell'ARET la necessità di consolidare azioni di networking e brand positioning che coinvolgano le compagnie nautiche e di crociera e i TO 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.

## **PROGETTO COMUNICAZIONE**

Gli obiettivi sono da attuarsi secondo un raggio di azioni di comunicazione che coinvolgono operatori privati e pubblici, attraverso:

- Media plan e Grandi Eventi;
- Media Partnership con Aeroporti di Puglia;
- Produzione e distribuzione di contenuti testuali e multimediali;
- Azioni di comunicazione per Cineturismo;
- Eventi e spettacoli dal vivo;

### Media plan e Grandi eventi

Si ritiene opportuno proseguire con azioni di comunicazione più orientate a un target estero, sebbene si prevedono anche azioni prettamente verticalizzate sui temi del prodotto turistico verso il target nazionale. La comunicazione sarà veicolata da opportuni media mix, intesi come combinazione di mezzi tradizionali e digitali, su cui veicolare le campagne di comunicazione nonché le strategie di promozione del territorio pugliese e dei prodotti turistici, tenendo anche conto del piano voli.

Per il 2025, i paesi target di riferimento sono:

- Estero: Unione Europea, Paesi extra UE (Regno Unito, Usa e Canada, Australia, Giappone, Brasile, Singapore, Corea del Sud);
- Italia;



Al contempo, si prevedono azioni di comunicazione nell'ambito di Grandi Eventi realizzati nella regione (riferiti ai settori di sport, musica, cinema, fashion style, enogastronomia, cultura e natura) e che sono centrali nel perseguimento degli obiettivi del progetto esecutivo in quanto validi attrattori per la valorizzazione e promozione del territorio

#### Mediapartnership con Aeroporti di Puglia

In ottica di dialogo con gli enti del territorio e di azioni condivise per la promozione del brand, si conferma la media partnership con Aeroporti di Puglia S.p.A. per la valorizzazione della Puglia attraverso azioni di comunicazione ON site, in tutte le sedi aeroportuali pugliesi, che dialogano con le campagne realizzate da Pugliapromozione.

#### Produzione e distribuzione contenuti testuali e multimediali

Le azioni di comunicazione si fondano su contenuti ideati dall'Ufficio Comunicazione, secondo gli indirizzi strategici ricevuti, che riguardano lo storytelling della destinazione e dei prodotti turistici. Nel 2025 il messaggio da veicolare nei contenuti sarà intorno a una Puglia rappresentata come "the place to be", quindi una regione dove non solo soggiornare ma anche vivere esperienze stabili e definitive.

#### Azioni di comunicazione per 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, si intende consolidare le azioni di promozione del brand Puglia nell'ambito di progetti di Cineturismo, secondo un piano di comunicazione integrata. Più precisamente, si intende promuovere il patrimonio materiale e immateriale della Puglia attraverso produzioni e rassegne cinematografiche a un target eterogeneo, in linea con gli obiettivi strategici e di sicura risonanza nazionale e internazionale.

#### Eventi e spettacoli dal vivo



Nell'ottica del dialogo con gli enti pubblici regionali (Teatro Pubblico Pugliese, Fondazioni, Comuni, eccetera) per la promozione congiunta del territorio, si prevedono azioni di comunicazione e promozione del brand Puglia tramite eventi artistico-culturali, sostenendone la realizzazione attraverso specifici accordi di cooperazione e interventi. Per gli eventi, si considerano gli ambiti della musica, dell'enogastronomia, delle arti e della creatività, dello sport, nonché della cultura in genere. Per la maggior parte, si tratta di grandi eventi già noti al pubblico nazionale e che diventano reale motivo di viaggio.

## **PROGETTO PROMOZIONE**

Il progetto PROMOZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA intende perseguire per l'annualità 2025 un piano di obiettivi articolato, individuando le seguenti priorità:

- rafforzare il Brand Puglia, promuovendo il sistema delle imprese turistiche, sui diversi mercati target;
- incrementare le quote di ospiti stranieri sia europei che extraeuropei provenienti, sia dal mercato intermediato che da quello non intermediato;
- supportare le imprese pugliesi nella partecipazione agli eventi internazionali dell'intermediazione;
- promuovere la conoscenza e l'attrattività del territorio nelle sue risorse tangibili e intangibili;
- promuovere l'incontro fra l'offerta regionale e i mediatori dei flussi internazionali di turismo.

## **FIERE, EVENTI E WORKSHOP**

La partecipazione a fiere e workshop b2b e l'organizzazione diretta di eventi e workshop b2b è realizzata in collaborazione con il sistema delle imprese (tour operator, strutture ricettive, servizi al turismo, ecc.) attraverso la piattaforma telematica DMS-Destination Management System. La cooperazione con il brand Italia e il sistema delle Regioni si realizza attraverso la collaborazione con l'ENIT Agenzia Nazionale del Turismo.



Le manifestazioni fieristiche nazionali e internazionali rappresentano uno strumento per presentare l'offerta turistica ad una platea composta da operatori della domanda, media specializzati e pubblico di viaggiatori. Il programma potrà essere ridotto o integrato con ulteriori iniziative in presenza di un numero significativo di operatori pugliesi aderenti o di specifiche esigenze promozionali.

I workshop di settore sono eventi particolarmente significativi nell'ambito dell'attività di supporto alla promo-commercializzazione e prevedono la partecipazione di Pugliapromozione in collaborazione con imprese singole o associate a giornate di incontri b2b tra Seller e Buyer internazionali con agende di appuntamenti organizzate in esclusiva da specialisti di settore. La partecipazione dell'Agenzia ai workshop b2b, oltre che in supporto al sistema delle imprese, è funzionale alla costruzione del portfolio di contatti buyer. La dimensione della partecipazione dell'Agenzia agli eventi b2b è proporzionale al numero di imprese pugliesi partecipanti.

### **BUYPUGLIA TRAVEL MEETING**

L'evento internazionale di Business Meeting (il workshop B2B) sarà organizzato nel 2025 con un nuovo format che prevederà diverse sessioni di intermediazione b2b per il sistema delle imprese pugliesi. Gli incontri B2B saranno orientati a soddisfare le esigenze dei diversi buyer 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, saranno implementate le azioni per garantire la qualità del matching attraverso la piattaforma online dedicata, *B2B Matching Platform*.

BuyPuglia è un evento che punta a far conoscere l'offerta turistica attraverso un'esperienza di viaggio personalizzata dedicata ai diversi tour operator nazionali ed internazionali. Gli itinerari di visita del territorio saranno definiti nei dettagli solo dopo l'accredito e la verifica del profilo dei buyer, al fine di soddisfare al meglio le esigenze della domanda.

### **PUGLIA MICE FUND**

Considerato che lo sviluppo del turismo e delle presenze turistiche rappresenta un importante fattore di sviluppo per l'economia regionale e che il settore M.I.C.E. (Meeting, Incentive, Congressi ed Eventi) rappresenta un segmento di mercato in crescita che offre alle destinazioni



la possibilità di attuare incisive politiche di destagionalizzazione dei flussi, l'ARET Pugliapromozione intende consolidare l'immagine della PUGLIA e del suo territorio nel comparto della Meeting Industry nazionale e internazionale, con lo scopo di:

- Promuovere eventi che attraggono potenziali visitatori con elevata propensione di spesa;
- Ospitare eventi di attestata storicità e notorietà nel loro ambito di riferimento;
- Consolidare il brand Puglia e promuovere la destinazione nel segmento MICE;
- Puntare su uno sviluppo sostenibile ed inclusivo del turismo.

### **PUGLIA ART & CRAFT**

In continuità coerenza con gli obiettivi strategici di promozione btoB e btoC definiti nel Piano Strategico del Turismo, il presente progetto si pone come obiettivo di valorizzare le piccole imprese del settore dell'artigianato come strumento di destination marketing per incrementare la brand awareness della destinazione, prolungare la brand experience della destinazione, e dunque raggiungere gli obiettivi principali delle attività di promozione e comunicazione dell'Agenzia Pugliapromozione.

### **PROGETTO PRODOTTO**

In sintesi con lo sviluppo del "Prodotto Turistico" si intendono continuare a perseguire i seguenti obiettivi:

- Rendere i "Brand di prodotto" ormai acquisiti "Brand territoriali" riconoscibili in Italia e all'Estero al fine di posizionare la Puglia tra le mete più ricercate d'Italia (position branding);
- Destagionalizzare la destinazione;
- Puntare sull'internazionalizzazione, l'inclusività e lo sviluppo sostenibile del territorio;
- Potenziare il consolidamento dei prodotti turistici individuati (Enogastronomia; Mare e nautica; Natura, sport e benessere; Wedding; Mice; Arte e Cultura), sviluppando e sostenendo i settori economici di riferimento, con ricadute positive sull'occupazione (impact on employment);
- Attivare processi locali virtuosi per realizzare azioni preliminari di costruzione dei Cluster



di Prodotto, generando la nascita di reti di imprese e DMO pubblico/private;

- Ampliare e migliorare la collaborazione tra gli operatori turistici, gli Enti locali e la Regione Puglia;
- Sostenere la nascita e la qualificazione di itinerari di fruizione ed attività esperienziali legate ai prodotti turistici, stimolando la promo-commercializzazione dell'offerta;
- Innovare e diversificare l'offerta turistica, per proporre soluzioni sempre nuove e attrattive ai viaggiatori in un mercato fortemente competitivo.

### **PROGETTO GOVERNANCE (*Comunicazione, diffusione, partecipazione, partenariato*)**

Le attività di promozione e comunicazione, aggiornamento e revisione del Piano Strategico Puglia3x6x5, nella fase di transizione alle DMO del prossimo triennio (2025-2027), prevedono il seguente ed eterogeneo piano di azioni:

- 1) coordinamento delle attività con Puglia Culture, Apulia Film Commission, Fondazione La Notte della Taranta, Fondazione Lirico-Sinfonica Petruzzelli e Teatri di Bari e altre fondazioni partecipate;
- 2) attività promozionali della destinazione Puglia e dei prodotti turistici regionali promosse in collaborazione con enti locali, nazionali e con la rete delle Federazioni e delle Associazioni dei Pugliesi nel Mondo iscritte all'Albo Regionale ex. L.R. 23/2000 ;
- 3) promozione delle attività dell'agenzia con il Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio per la messa in rete delle azioni business to business e business to consumer;
- 4) raccordo con la comunicazione istituzionale della Regione Puglia per promozione del brand Puglia attraverso una unica brand identity;
- 5) attività di comunicazione, organizzazione eventi, conferenze e sensibilizzazione per omogeneizzare la promozione turistica delle aggregazioni di Comuni con quella del brand Puglia e di Puglia3x6x5;
- 6) azioni di connessione con il Ministero del Turismo, il MAECI, l'ENIT e tutto il Sistema della Rappresentanza Italiana all'Estero (Ambasciate, Consolati, uffici ENIT, ITA/ICE, Istituti Italiani di Cultura, Com.It.Es.) sia a livello nazionale che internazionale, per una promozione del



Brand Puglia e delle strategie regionali sempre più connesse alle azioni nazionali sui mercati esteri;

7) altre forme di promozione e organizzazione di tavoli tematici per la rielaborazione costante del processo di governance del piano strategico del turismo PUGLIA3x6x5 e la transizione alla nuova organizzazione territoriale basata sulle DMO.

### **PROGETTO INNOVAZIONE**

Al fine di integrare le strategie dei progetti di comunicazione, promozione, valorizzazione, con attività digitali e più propriamente di Ricerca&Sviluppo utili alla nuova programmazione e all'integrazione con progetti trasversali, si intende:

- continuare le attività di ricerca e comunicare, in maniera mirata, profilata e misurabile, agli operatori la sintesi delle indagini e delle analisi di mercato, le opportunità offerte dalla Regione Puglia e gli aiuti regionali e nazionali (andando oltre le attività classiche da media plan);
- supportare la promo-commercializzazione della destinazione Puglia, rafforzando le competenze degli operatori del comparto turistico e culturale e riorganizzando la presenza e la consapevolezza dell'essere online, mediante azioni di coaching e di animazione digitale sul territorio;
- offrire a cittadini e turisti una vetrina istituzionale e internazionale non solo su strumenti propri, ma anche e soprattutto sulle piattaforme di promo-commercializzazione su cui avviene la ricerca del viaggio e mediante la diffusione dei dati aperti, autorevoli e di tipo *user generated content*, quindi frutto della reale offerta territoriale;
- supportare gli operatori e i policy maker con dati, approfondimenti scientifici e indicatori di performance necessari per la costruzione di strategie mirate e adeguate politiche dei prezzi.



## **E-TOURISM Innovazione e digitalizzazione del comparto**

L'azione mira a sostenere e a far evolvere principalmente, in ottica di servizi, sistemi e di contenuti, l'Ecosistema digitale del turismo e della cultura, in linea con le principali tendenze tecnologiche e le evoluzioni del mercato digitale. L'azione sostiene gli operatori del turismo registrati al DMS Puglia e abilita processi di gestione ed evoluzione dell'offerta, in termini di digitalizzazione e presenza sul mercato turistico mondiale.

In quest'ottica, oltre alle linee più standardizzate su gestione dei contenuti e affiancamento agli operatori, si guarderà alla Puglia Aumentata grazie alle potenzialità offerte dall'intelligenza artificiale, dalla block-chain, dalla realtà virtuale e aumentata, dai più sofisticati sistemi di monitoraggio e promo-commercializzazione.

## **CUSTOMER PROFILING Il valore dei dati e dei contenuti**

L'azione guarda al turista come cittadino temporaneo della Puglia, che si affianca al cittadino residente e, come tale, gode di servizi e offerta territoriale nelle sue più svariate sfaccettature. La gestione dell'utente, in questo senso, ricopre una grande importanza e sarà affrontata sia come Regione sia come Pugliapromozione, in termini di informazione, diffusione, comunicazione, promozione, con uno strumento ad hoc, configurato e personalizzato.

Inoltre, sempre in termini di customer profiling, si intende ampliare la platea di piattaforme che ascoltano e orientano il turista, mettendo in rete tutti questi operatori pubblici e privati che promuovono il territorio con servizi digitali che contestualmente promuovono il brand Puglia in tutto il suo immaginario. I progetti comprendono campagne di digital advertising e di social media marketing al fine di ampliare e animare le community, campagne sulla rete di ricerca Google e sul canale YouTube, campagne di Search Engine Management e campagne video, azioni di promozione innovative e integrate di content marketing e content curation, progetti digitali creativi in partnership con grandi player del turismo digitale, come Online Travel Agencies quali Booking, Tripadvisor, Musement, Expedia, AirBnb.



## **STUDI E RICERCHE dell'Osservatorio turistico**

Misurare l'impatto economico del turismo in Puglia, il valore aggiunto generato, la qualità dei prodotti e dei servizi, il sentiment, le preferenze e i giudizi dei turisti che ogni anno attraversano la Puglia. Sono questi i temi al centro delle indagini e delle ricerche condotte ogni anno dall'Ufficio Osservatorio di Pugliapromozione in collaborazione con Enti di ricerca e OTA italiani ed esteri.

Nel corso del 2025 si continueranno ad approfondire specifici segmenti turistici considerati rilevanti nella nuova strategia di sviluppo turistico regionale, facendo riferimento alla Call Indagini e Ricerche 2024, che ha già permesso di avviare tre ricerche di Prodotto (Enogastronomia e Oleoturismo, Cammini e Cicloturismo, MICE, Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions). Per il 2025 si intende ampliare la gamma di informazioni disponibili attraverso l'esplorazione di nuovi ambiti d'indagine (modelli di business, revpar, posizionamento brand e altri approfondimenti sui differenti target turistici).

### Data Platform e acquisizione dati da fonti terze:

- a) la nuova data platform permette il monitoraggio e l'analisi di grandi quantità di dati e consente di consultare autonomamente i flussi ma anche altre informazioni riguardanti le caratteristiche delle strutture ricettive, delle locazioni turistiche e di altre imprese turistiche presenti nel DMS Puglia. Per rendere la piattaforma sempre più strumento di Data Management e Business Intelligence si intende integrare la data platform con dati aggiuntivi provenienti da ISTAT o altre fonti (tramite API o altri sistemi di trasferimento dati).
- b) Prenotazioni e sistemi di analisi predittivi Per superare i tradizionali strumenti di analisi dei flussi turistici è indispensabile collegarsi a piattaforme che analizzano il comportamento del turista (off line e on line), la spesa sostenuta per il viaggio in Puglia, l'andamento delle prenotazioni. Particolare attenzione sarà data ai sistemi predittivi che consentono con i dati a disposizione (relativi ad esempio alle prenotazioni dei voli e/o dell'alloggio) di effettuare delle previsioni sui mesi successivi. Sistemi e piattaforme, quindi, che si affiancano alla nuova Data Platform e che sono a questa complementari.

## **ALTRI PROGETTI A VALERE SU RISORSE A DESTINAZIONE VINCOLATA**

Nel corso dell'annualità 2025 verranno inoltre gestite ulteriori risorse a destinazione vincolata per:

- Progetto C.Os.T.A. (Comunità Ospitali per il Turismo Accessibile), avviato nel 2023 verrà portato a completamento nel 2025, per la sua I Edizione. E' un progetto nato per dare sviluppo a un modello partecipato di turismo inclusivo e accessibile, coinvolgendo in maniera diretta gli operatori economici e sociali al fine di creare Comunità turistiche accoglienti e sostenibili, mediante un lavoro congiunto interdipartimentale tra Dipartimento Welfare e Dipartimento Turismo e Cultura (dotazione complessiva 1.760.000,00 euro; Esercizio 2025 dotazione di cassa 880.000,00);
- Fornitura di servizi di comunicazione per la promozione del territorio attraverso le società sportive (2024 - 300.000 euro, 2025 - 200.000,00);
- Attività per la gestione e manutenzione del SIRTUR - Ecosistema Turismo Cultura (814.215,34 euro) previste anche per il 2025 (203.553,84 euro), necessarie per la gestione degli adempimenti amministrativi a carico di strutture ricettive, agriturismi, stabilimenti balneari, per la trasmissione dei flussi turistici, per l'accreditamento a eventi ed educational, ecc.

Nelle pagine successive si descrivono brevemente i progetti e le attività che saranno realizzate dall'Agenzia Pugliapromozione per il 2025 con risorse a destinazione vincolata, con l'obiettivo di favorire il miglioramento degli standard qualitativi dell'offerta pubblica e dei servizi degli attrattori turistici regionali, al fine di favorire la promozione nazionale e soprattutto internazionale e l'allungamento della stagione nei mesi spalla (maggio - inizi di luglio, settembre - novembre):

## PROGETTO C.O.S.T.A. – COMUNITA’ OSPITALI PER IL TURISMO ACCESSIBILE

### Premessa

La Regione Puglia intende dare continuità al Progetto C.Os.T.A – Comunità Ospitali per il Turismo Accessibile (<https://progettocosta.it/>) in fase di esecuzione fino al 30.06.2025, che ha reso possibile il finanziamento di nr. 7 Progetti di Rete, selezionati a seguito di Avviso pubblico. I Progetti di Rete comprendono la partnership di Soggetti del Terzo settore, operatori economici, Amministrazioni locali (Comuni), imprese turistiche e associazioni di servizi turistici, di altri Soggetti pubblici, ricadenti in diverse aree del territorio regionale. Ciascun progetto di rete finanziato ha come Soggetto Capofila un ente del Terzo settore, in linea con la fonte di finanziamento (Presidenza del Consiglio dei Ministri - Ministro per le Disabilità). La Regione Puglia, mediante il Dipartimento Welfare, ha candidato la proposta progettuale e deliberato il coordinamento del Progetto all’A.Re.T Pugliapromozione, in qualità di Soggetto attuatore. In linea con il Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia, la progettualità intende raggiungere plurimi obiettivi volti all’inclusione sociale, allo sviluppo del territorio in chiave turistica, alla tutela del patrimonio culturale, all’attuazione di esperienze ad impatto sociale e turistico durante tutto l’anno, non solo per la fruizione del mare in senso stretto, ma anche per la valorizzazione dell’entroterra (borghi, bellezze naturalistiche e culturali), di mestieri e tradizioni, del patrimonio culturale enogastronomico. Il finanziamento di ulteriori reti territoriali, a scorrimento della graduatoria approvata costituita da nr. 27 progetti idonei, permetterà di ampliare la ricaduta socio-culturale e turistica del progetto, offrendo esperienze in tutte le aree territoriali pugliesi, oltre a valorizzare e consolidare il potenziale connesso alle partnership tra soggetti pubblici e privati già avviate sui vari territori, offrendo, altresì, occasione per l’avvio di nuove collaborazioni. Una proposta di *travel design inclusivo*, che mira alla scoperta approfondita e rispettosa dei luoghi, mediante percorsi formativi, che continua ad innovare l’offerta turistica, facendo vivere pienamente l’energia e la vitalità del territorio pugliese, in un connubio perfetto tra inclusione, accessibilità e turismo sostenibile, al fine di garantire il “diritto alla felicità”, nell’esperienza di viaggio, per tutti e tutte.



## **Territorio/i di attuazione del progetto e principali bisogni connessi allo sviluppo del turismo accessibile e inclusivo in Puglia**

La proposta progettuale candidata alla Presidenza del Consiglio dei Ministri – Ministro per le Disabilità, per le annualità 2025-2026, finalizzata al finanziamento di ulteriori nr. 13 Progetti di rete territoriali a scorrimento della graduatoria afferente all'Avviso pubblico attuativo del progetto C.Os.T.A., consente l'estensione territoriale dell'azione a 52 Comuni della Regione Puglia e altre aree territoriali, Parchi e aree marine, rispetto ai 53 nei quali si stanno svolgendo le attività del già avviato progetto C.Os.T.A., per un totale di 105 Comuni coinvolti. Tale estensione territoriale della proposta progettuale consentirà, dunque, lo svolgimento delle attività nell'ambito di tutte le province della Regione Puglia.

La candidatura in continuità del progetto C.Os.T.A. trova fondamento proprio nell'analisi dell'esperienza progettuale in corso. Infatti, l'esperienza maturata con l'attuazione della prima edizione del progetto C.Os.T.A. ha fatto emergere un notevole fabbisogno di esperienze e attività inclusive e accessibili, a beneficio sia dei destinatari finali che delle famiglie, caregiver e accompagnatori che sostengono la quotidianità della persona con esigenze specifiche. Lo stato emotivo di benessere dei partecipanti ha permesso di vivere con entusiasmo le nuove esperienze scoperte con il progetto C.Os.T.A., apprezzando la possibilità di poter andare al mare, partecipare a un laboratorio artigianale o passeggiare nella natura. In virtù di ciò, si rivela necessario estendere la varietà delle esperienze offerte dal territorio, con personale formato e qualificato. Pertanto, la II edizione del progetto C.Os.T.A. rappresenta un'opportunità di sviluppo del turismo sociale, favorendo il benessere psico-fisico dei partecipanti, sia residenti che cittadini momentanei del territorio. Il riscontro positivo dei partecipanti alle iniziative nelle diverse aree territoriali, proposte con la prima edizione di C.Os.T.A., si attesta su una media di 250 persone con disabilità partecipanti agli interventi proposti dai 7 progetti di rete già avviati. In particolare, un risultato positivo deriva dall'azione di integrazione con il Festival sul turismo responsabile Itaca, che ha fatto tappa a Taranto e nella terra delle gravine: 640 persone coinvolte di cui 200 persone con disabilità, grazie alle attività offerte da un progetto di rete che si sta attuando in quest'area del territorio pugliese che necessita di un riscatto sociale, culturale,

ambientale. Sensibilizzazione, informazione corretta e veritiera, formazione e comunicazione sono i fattori determinanti di questo processo di cambiamento in atto, che ha necessità di essere ampliato e rafforzato con l'attuazione della seconda edizione di C.Os.T.A. Il catalogo digitale che sarà implementato sulla piattaforma [dms.progettocosta.it](http://dms.progettocosta.it) è uno degli strumenti innovativi, realizzato durante la prima edizione, che raccoglie le esperienze, fornisce informazioni e contatti utili, fruibile in maniera accessibile e multilingua. Occorre ampliare i contenuti e offrire un'offerta di turismo accessibile ampia, diffusa sul territorio e facilmente raggiungibile. La mobilità sostenibile, in particolare, assume un ruolo decisivo ed è componente trasversale delle progettualità proposte e candidate con l'Avviso Progetti di Rete, di cui si intende scorrere la graduatoria.

La candidatura in continuità del progetto C.Os.T.A., punta, inoltre, a potenziare l'obiettivo dell'integrazione territoriale, atteso che le strategie di promozione turistica contenute nel Piano Strategico del Turismo vertono non solo sulla fruizione del mare in senso stretto, ma anche sull'integrazione tra territori vicini o collegati al mare, come l'entroterra, promuovendo azioni inclusive, ulteriori attrattori del territorio quali i borghi, le altre bellezze naturalistiche e culturali, nonché mestieri e tradizioni nate nei luoghi e patrimonio

Per completezza di analisi, va rilevato, inoltre, che da tempo, a fronte di un'attività turistica essenzialmente balneare, si è puntato sull'innalzamento degli standard qualitativi dell'ospitalità e sulla diversificazione dell'offerta ricettiva, con l'intento di connettere la costa con il paesaggio rurale e naturale circostante. Questa forma allargata di offerta è costruita su microimprese, che si collocano all'interno di comunità accoglienti, le quali puntano sull'autenticità dei territori e delle persone. Il concetto di comunità si diffonde e si afferma nel lavoro di valorizzazione dei prodotti turistici regionali, per la promozione della destinazione turistica Puglia, attuando la partecipazione pubblico-privata. L'offerta enogastronomica, culturale, naturalistica, legata al benessere, incrementando la qualità dei servizi "in verticale" su ogni singolo prodotto, affermano l'approccio sistemico del territorio regionale, non più generalista, a favore di esperienze turistiche autentiche, per tutti e tutte. Il valore dell'accoglienza è caposaldo dell'affermazione turistica della Puglia nello scenario nazionale ed



internazionale. La competitività della destinazione turistica Puglia si misura sulla declinazione di questo valore a più livelli, delle azioni nel settore privato e pubblico.

Questa modalità di accoglienza costituisce, di fatto, il prolungamento nello spazio e nel tempo del turismo balneare, fondato su un'offerta plurima e variegata, sul coinvolgimento delle comunità locali e su una maggiore attenzione al "turista".

Questo modello di accoglienza può, e certamente deve, comprendere l'accoglienza di persone con differenti esigenze e modalità di fruizione, agendo sulle persone piuttosto che sulle strutture e generando un sistema di accoglienza in forte relazione con i turisti.

Il progetto in sintesi:

nr. 7 Progetti di Rete finanziati

nr. 13 Progetti di Rete in corso di candidatura (II Edizione)

nr. 7 Progetti di Rete da finanziare (fabbisogno stimato € 1.533.000,00)

Si estenderebbe al 2026 e 2027 la possibilità di individuare, valorizzare e potenziare tutte le attrezzature, le infrastrutture e i servizi accessibili già presenti sul territorio ed elaborare un piano integrato di fruizione, intervenendo sulla creazione di nuovi servizi destinati prioritariamente a famiglie in cui vi siano persone con disabilità a compensazione dei punti deboli rilevati nel sistema di accoglienza turistica oggi in essere.

Si darebbe continuità anche per il prossimo biennio ai percorsi di formazione e rafforzamento della cooperazione locale oltre al coordinamento della promozione turistica complessiva delle iniziative messe in campo e dei servizi creati.

Le azioni previste a supporto dell'incremento dell'accessibilità, da parte dei Progetti di Rete sono di seguito elencate:

1) Valorizzazione delle reti locali in grado di realizzare un sistema integrato di accoglienza accessibile, coordinamento operativo delle reti attivate e supporto alle stesse in fase di gestione

degli interventi previsti dal progetto. Fra le attività a supporto sono ricomprese le azioni tese al rafforzamento ed all'allargamento della rete locale; l'integrazione con i servizi offerti dagli Ambiti Sociali e la connessione con tutti i servizi previsti dai Piani sociali di zona a favore delle persone con disabilità (ad es. Centri diurni, programmi di inclusione, ecc.); integrazione con i servizi sanitari di base;

2) Attività di formazione per gli operatori professionali delle reti selezionate, con particolare attenzione ai seguenti temi: competenze socio-educative per la presa in carico e l'inclusione di persone con disabilità, competenze professionali relative all'accoglienza turistica, formazione di operatori locali, competenze per la comunicazione;

3) Rilevazione territoriale, mappatura e organizzazione dei servizi turistici accessibili esistenti, composizione di un piano di offerta turistica accessibile e individuazione dei fabbisogni per la creazione di servizi integrativi per il completamento dell'offerta turistica accessibile; l'elaborazione dei pacchetti turistici; la promozione presso le fiere e gli eventi di promozione di settore;

4) Sviluppo di linee guida per la gestione e realizzazione di servizi per il turismo accessibile. Diffusione e gruppi di lavoro regionali per l'attuazione delle linee guida;

5) Piani di comunicazione turistica locale e piano integrato per la comunicazione a livello regionale. Miglioramento dell'accessibilità dei siti web locali e rafforzamento dell'accessibilità dei siti web regionali. Avvio, per le nuove progettualità, di una sperimentazione per l'accessibilità dei social media a favore della promozione di un'informazione veritiera, chiara e fruibile da tutti e tutte;

6) Piani per lo sviluppo della segnaletica locale, al fine di migliorare servizi esistenti e identificare quelli realmente fruibili da tutti e tutte;

7) Acquisizione di strumenti materiali per il miglioramento dell'accessibilità dei servizi e delle esperienze turistiche per persone con disabilità, in diverse forme (motoria, alimentare, socio-comportamentale, ecc.);

- 8) Acquisizione di attrezzature leggere per la mobilità accessibile per il trasporto nell'ambito di escursioni a piedi, con cicli e altri mezzi sostenibili, nonché per favorire la raggiungibilità dei luoghi anche all'interno della stessa regione per fruire di esperienze che insistono in territori differenti;
- 9) Acquisizione di attrezzature leggere per le attività sportive collegate al turismo del mare: attività subacquee, navigazione e altri sport acquatici sulla base delle richieste delle reti locali ed in ragione delle diverse forme di disabilità dei destinatari finali cui si intende rivolgersi;
- 10) Potenziamento dei servizi di trasporto, pubblici e privati, esistenti sul territorio per persone con disabilità per la fruizione dei servizi turistici;
- 11) Inclusione di persone con disabilità in percorsi formativi, mediante tirocini.

## **AVVISO PUBBLICO PER L'ACQUISIZIONE DI PROPOSTE PER LA FORNITURA DI SERVIZI DI COMUNICAZIONE (EX ART. 50 COMMA 1 LETT. B. DEL D. LGS. 36/2023 E SS.MM.II.) PER LA PROMOZIONE DEL TERRITORIO ATTRAVERSO LE SOCIETÀ SPORTIVE**

Al perfezionamento dell'azione strategica dell'A.RE.T. concorre il potenziale di attrazione ed attenzione che alcune discipline sportive producono in termini di impatto nella comunicazione sia nazionale che internazionale consentendo di veicolare la promozione dell'immagine unitaria della Puglia (brand visibility).

Al fine di dare attuazione a quanto previsto dall'art. 85 della L.R. n. 32/2022 e agli indirizzi strategici di promozione del brand Puglia, è stato pubblicato già nel corso dell'anno 2023 e 2024 Avviso Pubblico per acquisire manifestazioni d'interesse per la fornitura di servizi di comunicazione del brand Puglia e del territorio regionale attraverso le società sportive pugliesi dotate di maggiore attrazione mediatica, determinata sulla base della relativa audience.



Il suddetto avviso costituirà parte integrante delle attività che saranno realizzate anche nel corso dell'anno 2025 dall' A.Re.T Pugliapromozione.

L'Avviso pubblico persegue l'obiettivo di favorire la conoscenza dell'identità visiva della Puglia (brand awareness) attraverso lo sport, quale volano dello sviluppo economico e del benessere economico-sociale, nonché del rafforzamento delle relazioni tra individui, e di accrescere l'attrattività del patrimonio storico-artistico e paesaggistico regionale, anche al fine di incidere sull'incoming e sull'incremento dei flussi turistici lontano dai picchi stagionali;

L'Avviso è finalizzato a rendere aperta e comparativa la partecipazione delle società sportive pugliesi maschili e femminili in modo da effettuare una molteplicità di affidamenti funzionali al perfezionamento dell'azione strategica dell'A.RE.T.

I servizi di comunicazione acquisiti riguardano materiali di comunicazione di tipo on/off line utili a veicolare, su canali differenti, il brand Puglia. Essi consistono nella personalizzazione grafica di spazi fisici, digitali, virtuali e multimediali. Il contenuto della comunicazione del brand Puglia è fornito dall'A.RE.T Pugliapromozione, mentre mezzi, strumenti, personalizzazioni e adattamenti grafici sono ideati, elaborati e messi in opera dai soggetti proponenti;

La copertura finanziaria dell'Avviso è pari ad un importo di € **200.000,00** (IVA Inclusa).

L'importo di € **200.000,00** da assegnare alle "società sportive dotate di maggiore attrazione mediatica, determinata sulla base della relativa audience", a valere sull'anno sportivo 2025, sarà impegnato, liquidato e trasferito dalla Sezione Turismo e Internazionalizzazione in favore di Pugliapromozione.



## **ATTIVITÀ PER LA PER LA GESTIONE E MANUTENZIONE DEL SIRTUR - Ecosistema Turismo Cultura della Regione Puglia (stanziamento 2024: 814.215,34 euro PREVISTE ANCHE PER IL 2025 (203.553,84 euro)).**

La strategia digitale regionale in tema di Turismo e Cultura ha il suo fulcro nell'Ecosistema Digitale Integrato del Turismo e della Cultura, un'area di intervento settoriale e omogenea in cui si svolge l'azione del Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio e in cui vengono erogati servizi a cittadini e imprese attraverso il digitale, in conformità al "Modello strategico di evoluzione del sistema informativo della Pubblica Amministrazione" definito nel "Piano Triennale per l'informatica nella Pubblica Amministrazione".

L'Ecosistema, la cui porta di accesso è all'indirizzo [dms.puglia.it](https://dms.puglia.it), è stato progettato con l'obiettivo di realizzare una piattaforma ovvero un insieme di componenti e servizi che costituiscono aggregati sistemici denominati buildingblock "atomici" tramite i quali è possibile realizzare servizi e componenti sempre più complessi sino alla realizzazione di soluzioni verticali riferimento dell'intero ecosistema.

Parte integrante dell'ecosistema è il Sistema Informativo Regionale-Turistico (SIR.Tur), di cui la Regione si è dotata per supportare le attività di raccolta ed elaborazione, da parte dell'A.RE.T., di dati statistici concernenti la domanda e l'offerta turistica del territorio regionale, nonché provvedere alla raccolta e alla elaborazione dei dati statistici relativi al flusso del movimento turistico regionale" (art. 3, comma 1 del Regolamento regionale n. 9 del 2011) con adeguate tecnologie dedicate sia alla raccolta e alla elaborazione dei dati statistici che al controllo e al monitoraggio del fenomeno turistico.

Il SIR.Tur è caratterizzato da un unico archivio dati di settore, a livello regionale e da applicativi informatici disponibili a diversi livelli istituzionali e agli operatori del settore per la Gestione dell'offerta ricettiva (Anagrafe Strutture Ricettive e Balneari), la Gestione rilevazione e analisi movimentazione turistica (SPOT - Sistema Puglia per l'Osservatorio Turistico), la Gestione delle attività di promo commercializzazione turistica (ex DMS Destination Management System) e dal Portale Turistico Regionale [viaggiareinpuglia.it](https://viaggiareinpuglia.it) con l'app [weareinPUGLIA](https://weareinPUGLIA.it).



In applicazione della D.G.R. n. 573 del 02.04.2014 e della D.G.R. n. 22 del 13 gennaio 2020, l'A.Re.T. Pugliapromozione, a partire dal 1° marzo 2021 con D.D.G. n.399 del 24.09.2020, ha preso in carico la gestione e la conduzione operativa del Sistema Informativo Regionale Turistico, attraverso il fornitore RTI Engineering Ingegneria Informatica S.p.A. (Mandataria), Sincon S.r.l. (Mandante), Noovle S.r.l. (Mandante), Municipia S.p.A. (Mandante), Space S.p.A., (Mandante), in adesione all'A.Q. ICT Lotto 3 "Turismo e BBCC" istituito da InnovaPuglia S.p.A.. Sulla base delle predette disposizioni regionali e della D.G.R. n. 960 del 16.06.2021, l'A.Re.T. Pugliapromozione si occupa dei contenuti del SIR.Tur, consistente nella gestione operativa di SPOT, CPS, OTUR, SIGEA, rapporti con le imprese, gestione dati statistici, mentre la gestione dell'impianto architettuale è in capo alla nuova Sezione "Sviluppo, Innovazione Reti" istituita con Decreto del Presidente della Giunta Regionale n. 263 del 10 08.2021, che attribuisce alla stessa (rif. art. 8, lett. d), anche la funzione relativa all'Innovazione, transizione digitale ed ecosistemi integrati Cultura-Turismo" (ii).

Al fine di dare continuità ai servizi in essere, l'A.Re.T. definisce eventuali proroghe all'affidamento in attesa del nuovo Capitolato e delle nuove modalità di gestione dell'ecosistema, a cura della Sezione Sviluppo, Innovazione, Reti.

Al di là della gestione informatica, l'A.Re.T. continua a occuparsi della gestione dell'ecosistema in termini di contenuti e operatori, con le informazioni risultanti dai nuovi Sistemi Informativi impiegati all'interno dell'Ecosistema Digitale Integrato del Turismo e della Cultura della Regione Puglia. Il modello è anche impiegato nel portale di viaggiareinpuglia.it e nell'App weareinPUGLIA e riguarda diverse entità: Eventi e Attività, Aree territoriali, Località, Attrattori, Itinerari, Articoli, Infopoint, Multimedia, Schede Operatori del turismo e della Cultura.

La maggior parte dei contenuti presenti nel sito Viaggiareinpuglia.it, come i Servizi turistici, utili per pianificare e organizzare il proprio viaggio, per es. Dormire e Mangiare, ma anche Guide turistiche, Noleggio mezzi, ecc... proviene da soggetti pubblici o privati, in qualità di titolari dell'impresa/ente o referenti delegati dal titolare dell'impresa/ente, iscritti al DMS Puglia, il Digital Management System dell'Ecosistema Turismo Cultura della Regione Puglia. L'accesso al DMS Puglia avviene tramite Identità Digitale (SPID).



Infine, dalla pagina [dms.puglia.it](http://dms.puglia.it) si accede a una serie di servizi digitali, dedicati a persone, enti, imprese del turismo e della cultura:

- accesso e registrazione
- CIS, per ottenere il codice identificativo di struttura (per strutture ricettive e locazioni)
- CPS, comunicazione di prezzi e servizi, con livelli diversi di servizio per imprese (strutture ricettive, agriturismi e stabilimenti balneari) e Comuni
- SPOT, comunicazione e gestione dei flussi turistici con monitoraggio anche per i Comuni
- inFormati, e-learning e Rassegna Stampa
- SIGEA, promozione di eventi e attività
- accreditamento a eventi B2B e fiere di settore
- BuyPuglia Matching platform
- DAM, l'archivio digitale multimediale per la promozione
- SIGEO per la gestione dei luoghi e dell'offerta turistica e culturale

## ALLEGATO ATTIVITA' POC 2025-2027

Progetti, attività e budget 2024-2025  
 A.D. Sezione Turismo nn. 4/2025, 34/2025, 35/2025, 36/2025

Progetti 2024-2025	CUP progetto	Attività programmate (rimodulazione progetti con A.D. 4 del 23.1.2025)	Budget attività €	Budget progetto €	Impegni per attività €	Impegni per progetto €	Da impegnare per attività €	Da impegnare per progetto €
C0608.1 "Promozione della destinazione Puglia 2024"	I59123001360006	Risorse umane	168.086,62		168.086,62		-	
		Trasferte	67.547,13		47.547,13		20.000,00	
		FIERE ED EVENTI	2.545.180,25	3.298.388,59	2.215.180,25	2.948.388,59	330.000,00	350.000,00
		OSPITALITA' E ACCOGLIENZA	494.425,32		494.425,32		-	
		PROGETTAZIONE E GESTIONE DELLE ATTIVITA' DI PROGETTO	23.149,27		23.149,27		-	
C0608.2 "Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia 2024"	I59123001370006	Risorse umane	239.358,59		239.358,59		-	
		Rimborso spese per staff progetto e funzionari	36.000,00		18.000,00		18.000,00	
		Media plan e Grandi Eventi	10.362.917,98		7.862.917,98		2.500.000,00	
		Mediapartnerhip con Aeroporti di Puglia	532.000,00	17.360.548,57	532.000,00	12.588.846,57	-	4.771.702,00
		Produzione e distribuzione di contenuti festivali e multimediali	616.072,00		362.370,00		253.702,00	
		Azioni di comunicazione per Cineturismo	1.060.000,00		1.060.000,00		-	
		Eventi e spettacoli dal vivo	4.514.200,00		2.514.200,00		2.000.000,00	
C0608.3 "Qualificazione e potenziamento del sistema dell'accoglienza turistica regionale e valorizzazione dell'offerta 2024"	I59123001390006	Risorse umane	95.509,80		95.509,80		-	
		"MYPUGLIA WELCOME DESTINATION" CIRCUITO DI	250.000,00	945.509,80	250.000,00	845.509,80	-	100.000,00
		Potenziamento e qualificazione del sistema di accogli. turist. aeroporti di BA e BR	600.000,00		500.000,00		100.000,00	

Progetti, attività e budget 2024-2025

A.D. Sezione Turismo nn. 4/2025, 34/2025, 35/2025, 36/2025

Progetti 2024-2025	CUP progetto	Attività programmate (rimodulazione progetti con A.D. 4 del 23.1.2025)	Budget attività €	Budget progetto €	Impegni per attività €	Impegni per progetto €	Da impegnare per attività €	Da impegnare per progetto €
C0608.4 "Innovazione della destinazione Puglia 2024"	159123001410006	Risorse umane	177.401,20		177.401,20		-	
		Trasferte e missioni personale	6.000,00		3.000,00		3.000,00	
		E TOURISM – innovazione e digitalizzazione del comparto turistico	518.450,41	1.377.065,71	268.450,41	1.074.065,71	250.000,00	303.000,00
		CUSTOMER PROFILING – il valore dei dati	283.278,10		233.278,10		50.000,00	
C0608.5 "Piano strategico PUGLIA365 Comunicazione, diffusione, partecipazione, partenariato 2024"	159123001380006	STUDIE RICERCHE - osservatorio turistico	391.936,00		391.936,00		-	
		Risorse umane	391.420,12		391.420,12		-	
		Rimborso spese trasferta per staff progetto e funzionari	40.000,00		10.000,00		30.000,00	
		Iniziative di comunicazione e promozione con altri enti, nazionali ed internazionali	598.574,80	2.114.654,92	598.574,80	1.834.654,92	-	280.000,00
C0608.6 "Prodotto turistico 2024"	159123001400006	Creazione delle DMO territoriali	40.260,00		40.260,00		-	
		Iniziative con stakeholders, altri enti regionali e partenariato locale	1.044.400,00		794.400,00		250.000,00	
		Risorse umane	118.836,41		118.836,41		-	
		Rimborso spese per staff progetto e funzionari	40.000,00		20.000,00		20.000,00	
Totale			28.700.000,00	21.900.000,00	21.900.000,00	21.900.000,00	6.800.000,00	6.800.000,00



Bari, 20 marzo 2025

Il Direttore generale  
Dott. Luca Scandale