



BIT, la Puglia si propone tutto l'anno con nuovi prodotti turistici

BIT, la Puglia si propone tutto l'anno con nuovi prodotti turistici : Alla Bit 2018 la Puglia è presente quest'anno con un folto gruppo di operatori turistici, oltre 90 di cui molti si sono messi insieme per presentare al meglio i territori. Nello stand organizzato da Pugliapromozione, dove è allestito un angolo cooking show e degustazione, gli operatori pugliesi hanno a disposizione per gli incontri btob, 44 desk dedicati al turismo leisure e 8 desk per il mice. Una delle novità di questa edizione 2018 è la partecipazione di molti comuni pugliesi che avranno la loro visibilità nello stand organizzato da Pugliapromozione ed in particolare nella sala stampa nella quale si susseguono incontri e conferenze di presentazione di nuovi itinerari e prodotti turistici. La Puglia è presente quest'anno alla Bit con un "medagliere" di tutto rispetto per il 2017. Può affermare di aver raggiunto e superato i 15milioni di pernottamenti e di essere stata la prima regione d'Italia per incremento dei pernottamenti nella decade dal 2006 al 2016. Può fregiarsi del secondo posto sul podio delle regioni costiere nella classifica del CNA Balneari per incremento di turisti stranieri, e del titolo di "Regina dell'estate italiana", secondo il Summer Vacation Value Report 2017 di TripAdvisor, con ben tre destinazioni fra le più gettonate: Gallipoli, in testa alla classifica italiana, Polignano a Mare e Lecce. E ancora nel 2017 Vieste è stata inclusa nella classifica dell'Istat (26 esimo posto) dei cinquanta comuni italiani per numero di presenze turistiche, mentre Monte Sant'Angelo è stata tra le venti città più belle d'Italia scelte da Skyscanner. Nel 2017 sono arrivati due importanti riconoscimenti alla Puglia turistica. Il primo da Federturismo che ha segnalato la Puglia come esempio di eccellenza in occasione dell'incontro in Senato di presentazione del Rapporto sulla Programmazione Regionale Turistica. Il secondo da Unicom, l'Unione Nazionale Imprese di comunicazione, che ha premiato a Milano, nella sezione "L'Italia che comunica l'Italia", la campagna di comunicazione "Puglia, lo spettacolo è ovunque", realizzata da LaboratorioCom per Pugliapromozione. Una campagna che ha avuto fra i soggetti una ballerina che volteggiava nella Basilica di Siponto con l'opera virtuale di Tresoldi, risultata poi al secondo posto nel 2017 come sito più visitato in Puglia. Nell'anno dedicato al Cibo dal Ministro Franceschini, la Puglia è, inoltre, fra le tre regioni italiane più scelte come meta enogastronomica, con Toscana e Sicilia, secondo il primo rapporto sul turismo enogastronomico italiano presentato da Roberta Garibaldi al Touring Club a Milano a fine gennaio scorso. La Puglia piace, attira, coinvolge, conquista. Anche sul web. Su Instagram è stato raggiunto il milione di foto di weareinPuglia e secondo il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio, la regione ha saputo conquistare "una rilevante reputazione puntando a intercettare l'interesse e l'attenzione dei potenziali turisti attraverso un adeguato impiego del portale istituzionale turistico e delle reti sociali". All'incontro di questa mattina, svoltosi alla BIT di Milano per dare il via concretamente all'accordo Puglia Lombardia, alla presenza di entrambi gli assessori regionali, è intervenuto anche il Direttore generale del Mibact Francesco Palumbo che, a nome del Ministro della Cultura, ha commentato positivamente l'accordo Puglia Lombardia. "Credo molto in questa collaborazione fra le due regioni. In un momento di evoluzione positiva ci vuole il coraggio di fare cambiamenti importanti e il fatto che due grandi regioni del turismo come Puglia e Lombardia lo abbiano compreso, è molto positivo. Occorre muovere sinergie e, in questo senso, l'accordo è un esempio affinché l'Italia si muova in questa stessa direzione".