



Puglia, turismo tutto l'anno



La Puglia alla Bit 2018 © n.c.

Alla Bit 2018, la Borsa internazionale del turismo di Milano, 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 cucina e degustazione, gli operatori pugliesi hanno a disposizione 44 postazioni dedicati al turismo.

Una delle novità di questa edizione 2018 è la partecipazione di molti comuni pugliesi che avranno la loro visibilità nello stand organizzato da Pugliapromozione e 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 15 milioni 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 (26esimo 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 della Cultura, 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 Ministero dei beni culturali, Francesco Palumbo che, a nome del ministro, ha commentato positivamente l'accordo: «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».