Buy Puglia: dal Gargano al Salento, la regione si mette in vetrina

Tutto pronto per **Buy Puglia – Meeting & Travel Experience**, il workshop turistico regionale ideato dall'**Agenzia Pugliapromozione** e in programma dal 27 ottobre al 1° novembre. L'evento, giunto alla seconda edizione, mette a confronto i buyer internazionali e gli operatori turistici pugliesi. Quest'anno, ed è questa una delle novità, l'evento comprende anche una sezione dedicata esclusivamente al **turismo d'affari e congressuale** con l'incontro B2B che si svolgerà in concomitanza con l'appuntamento dedicato al leisure il 30 ottobre alla **Fiera del Levante** a **Bari**.

La formula del Buy Puglia è rivolta esclusivamente al mercato internazionale, nel quale la Puglia è capace di presentarsi non solo tutta insieme, ma finalmente organizzata per prodotti turistici "moderni". Divertimento, turismo attivo, esperienze slow, cultura, ma anche l'offerta del lusso, il wedding, la Puglia romantica, la Puglia autentica delle tradizioni e dei piccoli borghi. I prodotti tradizionali (il mare e l'enogastronomia) trasversali a tutte le offerte.

A questi target corrispondo i dieci itinerari del pre-tour, vere e proprie 'travel experience' che porteranno i tour operators in ogni angolo della regione, prima di avviare le trattative d'affari che avranno luogo durante il B2B del 30 ottobre: We are authentic (Salento), We are slow (Monti Dauni), We are exclusive (Valle d'Itria), We are magnificent (Puglia Imperiale), We are funny (Salento) , We are timeless (Costa Jonica), We are wild (Alta Murgia), We are romantic (Valle d'Itria), We are active (Gargano), We are spiritual (Gargano).

La seconda edizione del Buy Puglia consolida i risultati ottenuti negli ultimi anni per la promozione della destinazione Puglia sui mercati internazionali con un considerevole aumento sia dei buyer che dei seller rispetto allo scorso anno.

Erano ben più di 300 le richieste di partecipazione da parte dei tour operators e Pugliapromozione si è vista costretta a selezionare le richieste, chiudendo al numero finale dei 227 tour operators. Questo per garantire un giusto equilibrio domanda/offerta ed un corretto funzionamento del workshop.

Fra le altre novità rispetto alla prima edizione 2013 le azioni di comarketing per l'ospitalità dei buyer realizzate con la collaborazione di tanti operatori turistici pugliesi che hanno voluto cogliere l'opportunità offerta dal Buy Puglia.

Ai tavoli del workshop siederanno 135 operatori dell'offerta turistica pugliese leisure e 56 dell'offerta MICE per presentare le proprie proposte ai potenziali compratori arrivati dai principali mercati europei ed extraeuropei. L'agenda degli incontri di ogni operatore pugliese viene organizzata in base alle indicazioni espresse da buyer e seller al momento dell'accreditamento, per garantire che l'incontro e la contrattazione siano il frutto di un reale e reciproco interesse.

"Nel momento in cui registriamo un ulteriore segno positivo sull'ingresso, soprattutto dall'estero, di turisti nel nostro territorio, cerchiamo di lanciarci in nuove avventure" ha dichiarato il **Presidente della Regione Puglia Nichi Vendola** intervenendo alla presentazione del Buy Puglia. "Arriveranno in Fiera – ha spiegato Vendola – centinaia di tour operator da tutto il mondo. Li abbiamo selezionati guardando quelle porzioni di economia turistica che non conoscono la Puglia, che non orientano i turisti verso il nostro territorio. Con questi operatori, che determinano tanta parte dei flussi turistici, attraverseremo "le Puglie", dal Salento ai monti dauni, identificando ogni territorio per la varietà degli ingredienti che rendono attrattiva questa terra, che non è soltanto mare, ma è anche paesaggio, gastronomia, cultura, storia". "Per noi si tratta di guardare – ha concluso Vendola – a un pubblico internazionale che è sempre più esigente, alla varietà degli ingredienti che sono nel paniere dell'offerta turistica, perché su questa partita noi giochiamo tanta parte del nostro futuro".

La Borsa del turismo pugliese giunge dopo una stagione di nuova crescita degli arrivi e si annuncia già come un'edizione dai grandi numeri rispetto a quella alla sua prima volta.

"La seconda edizione del Buy Puglia realizza già nelle sue premesse delle straordinarie evoluzioni rispetto allo scorso anno: triplicati i tour operator iscritti, moltiplicati e diversificati i prodotti turistici pugliesi proposti, un grande fermento dei nostri operatori pronti a cogliere questa grande occasione per presentare la nostra destinazione e fare accordi - ha commentato l'**Assessore al Turismo, Silvia Godelli** - Tutto ciò all'indomani dell'alta stagione turistica, che anche quest'anno ha visto la Puglia come "oggetto del desiderio" degli stranieri, incrementati ancora del 5% rispetto all'anno scorso".

In totale sono 37 i Paesi di provenienza dei buyer del segmento leisure, 10 i Paesi del segmento MICE. La selezione dei buyer è avvenuta con la collaborazione dell'**ENIT** e di una rete di pubbliche relazioni internazionali predisposta da Pugliapromozione.

"La strategia seguita dalla Puglia sta dando i suoi frutti – ha aggiunto il **Direttore Generale di Pugliapromozione Giancarlo Piccirillo** - L'aver puntato con la comunicazione ed una moderna promozione sui mercati esteri ci consente di portare a casa un più 5% di arrivi di turisti stranieri anche quest'anno. Importante è stato creare e usare strumenti nuovi, proprio come il Buy Puglia, molto più efficace rispetto alle fiere tradizionali: l'80% dei buyer che sono venuti alla prima edizione dello scorso anno hanno poi comprato la Puglia".