Al via il Buy Puglia

Si inaugura domani a Bari il **Buy Puglia – Meeting & Travel Experience,** la IV edizione della **Borsa del turismo della Puglia**, ospitata fino al 25 novembre nel nuovo Centro Congressi di Fiera del Levante. Si tratta del più importante evento di business turistico della regione, ideato e organizzato dall'**Agenzia regionale Pugliapromozione** come occasione d'incontro e scambio tra i buyer internazionali e le imprese turistiche pugliesi. Quest'anno, alla manifestazione parteciperanno oltre 110 imprese del turismo pugliesi, singole e associate, e **100 buyer** provenienti da 32 paesi diversi, alcuni ormai mercati consolidati come la Germania, la Francia e il Regno Unito e fuori Europa gli Stati Uniti, ed altri emergenti, fra cui spiccano in Europa Repubblica Ceca, Norvegia, Svezia, Finlandia, Danimarca, Estonia e Lituania ed oltreoceano Canada, Brasile, Giappone, ma anche Cina, Argentina, Russia e India.

"È su una **Puglia aperta tutto l'anno** che puntiamo per questo Buy Puglia 2016, in linea con l'obiettivo di destagionalizzazione individuato dal **Piano strategico Puglia 365**. Sono proprio i turisti stranieri che apprezzano la Puglia anche fuori stagione; per questo concentriamo il massimo sforzo nel proporre la Puglia 365 giorni all'anno sui mercati internazionali consolidati, ma anche su quelli a grande potenziale di sviluppo – commenta l'Assessore all'Industria Culturale e Turistica della Regione Puglia, **Loredana Capone** - D'altronde i dati sui flussi turistici ci dicono che l'internazionalizzazione del turismo pugliese ha un trend di crescita deciso e costante (+60% dell'incoming dal 2007" Secondo quanto riferito dall'Assessore, le prime stime dell'Osservatorio regionale sul Turismo confermano un'ulteriore crescita del turismo straniero in Puglia: **+ 9% nei primi nove mesi del 2016** (sia per gli arrivi che per le presenze) rispetto agli stessi mesi del 2015 e un + 8% di strutture ricettive. Germania, Francia, Regno Unito, Svizzera e Stati Uniti sono i 5 mercati stranieri più consistenti in termini di arrivi. Con il Buy Puglia 2016 vogliamo costruire nuove opportunità per il territorio e le nostre imprese; per questo, oltre al workshop BtoB, sono molto importanti i sei nuovi itinerari che consentiranno ai buyer internazionali di vivere in due giorni una esperienza della Puglia decisamente al di fuori del periodo estivo. Il momento ci sembra particolarmente favorevole per una operazione promozionale di questo tipo. Il mondo del turismo mostra una grande vivacità e fra le tendenze si nota una decisa preferenza per gli short break in luoghi autentici, fuori dai circuiti di massa e in periodi di minor afflusso turistico. È in questo scenario che la Puglia si lancia per intercettare la sua fetta di mercato puntando sulla promozione internazionale".