

PRODOTTO

SESSIONE CULTURA e TERRITORIO

Report 7 Aprile 2016

Aldo Melpignano: Rispetto ai prodotti turistici già offerti quali le nuove tematiche?

Gabriele Abaterusso - vicesindaco del Comune di Patù: La Dott.ssa Mandurino ha individuato precisamente il problema di tradurre sui territori gli sforzi fatti dalla Regione. I distretti ed i sistemi turistici locali dovrebbero rendere operativi, sui territori, la politica di promozione della Regione. Vi è molta frammentazione e frantumazione delle attività sia a livello centrale regionale (è pertanto auspicabile un coordinamento tra assessorati) che a livello locale (Sac, Gal, etc...) e ad esempio anche la Diocesi lavora in autonomia alla promozione del prodotto turistico; è necessario un coordinamento forte per questa attività. I sindaci e gli operatori del Capo di Leuca, in modo cooperativo, stanno portando avanti un progetto per la promozione del turismo sostenibile. Noi vorremmo chiedere un 'club di prodotto' per cui pubblico e privato possano tradurre, sui territori, le attività di promozione di Puglia Promozione.

La promozione turistica deve rivolgersi ad un **turismo sostenibile** per i territori che, in prima istanza, dovranno valorizzare le proprie peculiarità che andranno sistematizzate e messe in rete.

Gaetano Armenio – Presidente Ass. 'Puglia Autentica'(Molfetta): La Regione Puglia necessita di un passo in avanti all'interno e nell'ambito della **promo-commercializzazione**. L'attività di promozione deve concentrarsi principalmente sulla vendita di prodotti turistici allettanti ed innovativi. Un esempio in questo senso è costituito dal **Turismo esperienziale**. Pertanto è opportuno andare vs la **promocommercializzazione**, ed organizzare **Club di Prodotto**.

Vito Ria - operatore turistico : tra i prodotti turistici che la Regione ha promosso, poiché la Puglia è una Regione a chiara vocazione marina e marittima, propongo lo sviluppo di un **turismo 'dal mare'**, turismo verso il mare, che non riguarda solo il turismo balneare ma attività altre quali pescaturismo, diving, turismo da diporto, altro.

Aldo Melpignano: il turista vuole vivere posti, necessita ormai di una nuova esperienza turistica; da questo punto di vista il **turismo esperienziale** appare fortemente auspicabile. Uno degli obiettivi di questo nuovo piano strategico sarà proprio quello di creare nuove esperienze.

Raffaella Zizzari - Direttore artistico del Castello di Gallipoli: una delle esperienze sperimentate in questo territorio è costituita dalla valorizzazione della tratta su binari Gallipoli-Otranto-Gallipoli . Le carrozze sono quelle storiche. Le tappe sono intervallate, sul treno, da intrattenimenti musicali, degustazioni di prodotti e piatti locali. Una volta giunti presso la prima tappa (Otranto), ci si reca in visita presso il centro storico e il Castello, si riparte per Gallipoli e la visita si conclude anche qui presso il castello. Proprio grazie a questa grande ricchezza, grazie a questo grande patrimonio costituito dai castelli, fondamentale sembra la realizzazione di una

'rete di castelli' per tutta la Regione Puglia. Una proposta sarebbe quella di rendere questo tipo di esperienze calendarizzate nel corso dell'anno e inserite nella programmazione regionale.

Si tratta di un tipo di esperienza, quella della visita presso un castello, che coniuga arte e cultura, ma anche cultura, sport e tradizioni. Nel nostro caso (castello di Gallipoli) c'è, ad esempio, una mostra, ormai permanente, dedicata a foto relative alla settimana santa. Anche attraverso questo tipo di proposte si può raggiungere un **Salento a 365°**. Unire i due mari. Questo può essere un nuovo **turismo esperienziale**. Come fare promozione? Prevedere anche forme di scontistica. Importante raccontare il contesto storico a tappe: contestualizzata in base ai luoghi, valorizzandone le peculiarità. **Turismo educativo e divulgativo**.

Luigi Migali – Fondatore Ass. 'Rotaie di Puglia': l'Associazione propone un nuovo turismo per la Puglia che promuove dal punto di vista turistico l'infrastruttura ferroviaria pugliese, coniugando tutti i campi: il mare, centri storici, il paesaggio, in modo da creare nuove esperienze; quello che è stato fatto tra Gallipoli e Otranto viene anche fatto tra Bari e Altamura e ritorno (Murgia Express). Per fare ciò abbiamo bisogno di enti che aiutino noi operatori.

Fiorella Congedo – Direttrice Congedo Editore: Casa editrice con quasi 50 anni di storia, attiva anche nel settore della promozione territoriale attraverso l'editoria. Fondamentale in campo turistico è anche la divulgazione libraria. La nostra è una Regione anche ricca di masserie, trulli, cucina. Una nostra proposta ha riguardato la pubblicazione dei volumi **'Secret Puglia'** (<http://www.congedoeditore.it/novita/secret-puglia-amazing-places-to-stay.html>): qui un turista può trovare indicazioni di indirizzi o riferimenti telefonici non sempre reperibili. Si è cercato così di dare inizio ad una attività che può realmente generare **legami, reti**, un turismo di nicchia ma diffuso, che rispetta il territorio ma che soprattutto investe sul territorio. Libro come potente mezzo, assieme al cinema (cartone animato 'Trulli Tales'). Facciamo sistema e siamo a disposizione.

Francesco Vergallo – Presidente Green Solution Touring: sono un operatore titolare della GST, sviluppo di reti di impresa che si è occupato della rete Ass. B&b, Taranto Terra di Sparta, curandone un catalogo dei B&B. Inoltre abbiamo prodotto un catalogo di servizi turistici 'Ionian Life'. Adesso sto varando una piattaforma di vendita, MoreItaly.it, ma chiedo a Puglia promozione se, come avviene in altre regioni (Toscana, Marche), saranno previste attività di promo-commercializzazione.

Massimo Chirivì - Assessore turismo del Comune di Salve: è bene iniziare a pensare ad un **turismo balneare destagionalizzato**; C'è stato un grande sviluppo di piccole strutture ricettive ma è ora necessario che si mettano in rete tra di loro e che vengano coordinate da Pugliapromozione. Sarebbe auspicabile che la **rete IAT fosse attiva tutto l'anno e che fosse in grado di dare informazioni su tutta la Puglia**. Spingere le strutture ricettive e i pubblici esercizi a restare aperti tutto l'anno, perlomeno anche nei periodi di scarsa affluenza.

Stefania Mandurino: il problema adesso è organizzare l'offerta; avendo ottenuto ottimi risultati in termini di comunicazione e branding, ora bisogna concentrarsi sull'organizzazione dell'offerta per costruire prodotti turistici di qualità; comprendiamo le esigenze riportate circa gli uffici di informazione turistica, in linea con quanto previsto dalla carta dei servizi della rete degli IAT, ma sappiamo che è difficile per i Comuni mantenere sempre attivo il servizio; per cui è importante realizzare partenariati pubblico-privati che consentano di dare un servizio continuativo e di qualità, così come previsto dalla dgr 2873/2012.

Aldo Melpignano: l'impegno deve esserci da parte di tutti ... anche e soprattutto da parte degli imprenditori.

Rita Mazzolani - Direttrice Gal 'Terre del primitivo': molte delle esperienze citate sono già presenti da tempo sul nostro territorio, dove abbiamo sviluppato 17 itinerari, il nostro Gal ha permesso di vivere il nostro **territorio come un'esperienza**. L'operazione successiva sarà quella di **mettere a sistema** tutto quanto fatto sin d'oggi sul nostro territorio. Viene richiesto un inserimento di Puglia Promozione all'interno dei Gal. A monte c'è bisogno di un'attività di coordinamento per stabilire le competenze ed evitare che si verifichino sovrapposizioni e dispersioni di risorse. In questa programmazione, nonostante la volontà di P. P. e dei Gal è stato molto difficile armonizzare gli interventi.

Graziano Di Bari - Proloco del Comune di Muro Leccese: grazie al progetto Puglia Open days le piccole realtà, hanno avuto la possibilità di essere inserite all'interno di un circuito turistico più ampio. Dopo aver ascoltato le diverse esperienze, quella del treno Gallipoli-Otranto ad esempio, sarebbe interessante riuscire a realizzare itinerari con fermate anche intermedie (a Muro per esempio). In un periodo di crollo del turismo scolastico, propongo di Investire sul futuro, invitando i ragazzi del posto a conoscere il proprio territorio. Infatti il nostro comune ha accolto scolaresche da tutto il Salento, coinvolgendo anche i GAL o altri strumenti.

Aldo Melpignano: Delle forme di aggregazione territoriale cosa trovate non funzioni e quali le soluzioni proposte?

Angelo Palmisano – vicesindaco del Comune di Ceglie Messapica: il problema non è aggiungere altri attrattori ma mettere insieme quelli esistenti, con modalità efficienti. Il sistema turistico locale della Valle D'Itria esiste ma non funziona perché ha difficoltà nel progettare e nell'interagire con gli altri attori. Vorremmo divenire territorio che raccordi il mare da Monopoli all'entroterra materano. Altro strumento è quello del PPTR che funziona in termini di vincoli ma non di **pianificazione**. Tra i compiti di Pugliapromozione ci dovrebbe essere quello di dare indicazioni per far funzionare questo sistema. Abbiamo quindi bisogno di una **regia** che ci indichi la strada.

Luca Scandale: la Valle D'Itria è molto importante poiché questa zona ha una sua identità e cultura, tutto deve partire da una consapevolezza territoriale. Puglia promozione diventerà un centro studi oltre che una semplice agenzia. Il piano strategico regionale è collegato a quello nazionale, che sarà presentato il 27 luglio. Sta per partire il piano strategico della cultura della Regione Puglia: cultura e turismo, paralleli ma uniti, collegate ad agricoltura e innovazione tecnologica. **L'identità non si costruisce, si riconosce.**

Aldo Melpignano chiede se le forme di aggregazione territoriale esistenti risultano troppe?

Votazione per alzata di mano, risposta positiva, quasi all'unanimità.

Giorgio Guacci - Ass. 'Fare valore Sud': è tempo ora di passare dal dire al fare, all'integrazione, superando gli steccati politici e la mediocrità. Proposta: Pugliapromozione, ente regionale che risente dell'indirizzo politico, deve ora organizzare un **tavolo permanente per fare matching** per il coordinamento delle strutture che operano nel settore e per poter fare sintesi e listino di quello che si può offrire. Presentare successivamente i risultati prima a livello provinciale poi regionale. Ricordo peraltro che l'Uniba aveva previsto un **master sul turismo nel matching** che però non è mai partito.

Antonio De Marco - Aps. 'Terra archeorete del Mediterraneo' Comune di Patù: Da dieci anni proponiamo chiese aperte nelle giornate del 24 e 25 aprile; le associazioni mettono a disposizione le proprie unità in maniera volontaria per le guide nei siti aperti



in questi giorni. Supporto di Puglia Promozione affinché queste due giornate diventino più giorni l'anno. In questa maniera miglioriamo la fruizione ma anche la tutela, evitando che diventino vittime del degrado.

Stefania Mandurino: bisogna ringraziare le associazioni per il contributo che hanno dato e che danno all'offerta turistica salentina e pugliese, con passione, e attività di volontariato. Il progetto chiese aperte e città aperte è stato da sempre infatti sostenuto dalla reg. sia con le apt che da pp, ma adesso è necessario passare alla **fase due**: fornire attività a pagamento, costruire **prodotti turistici** che aiutino le associazioni a diventare imprese e comunque ad auto sostenersi economicamente. Ed è proprio questo uno dei compiti di questo tavolo.

Stefano Crudele - Marketing territoriale, ex responsabile Gal monti dauni: come organizzare l'offerta? Il primo aspetto riguarda la dimensione della destinazione. I 6 territori individuati dalla Regione sono troppi in termini di comunicazione. Il secondo aspetto riguarda la ristrutturazione dell'offerta da fare in collaborazione con pp., mettendo a sistema gli attrattori e i servizi, analizzando i target e cercando di aiutare realtà turistiche che hanno piccole dimensioni mettendo i cluster in rete e sostenendoli nella commercializzazione.

Vito Carenza – operatore turistico: credo nell'aggregazione che debba riguardare le istituzioni e gli attori del settore, ma anche le risorse territoriali (il turismo convenzionale deve interessare anche agricoltura e artigianato). Da operatore sto sperimentando forme di integrazione e a tal proposito sto creando un'associazione.

Nevio D'arpa – Agenzia di comunicazione: si è appena concluso, organizzato da noi, l'evento Btm, che ha avuto una grande partecipazione, dimostrando l'interesse che gli operatori turistici hanno verso l'aggregazione e la promozione turistica e per le attività formative. I privati ed esperienze come Btm possono essere a supporto operativo di Pugliapromozione, sostenendo attività e funzioni nel rapporto con il territorio.