



Turismo - "Patrimoni di Puglia": il racconto dei siti Unesco nella campagna di marketing

Bari - 22 lug 2024 (Prima Notizia 24) Cinque influencer per promuovere quattro patrimoni Unesco in Puglia e far crescere il turismo di nuova generazione. I numeri sono incoraggianti con la Puglia in cima alle mete turistiche europee.

Oltre un milione e mezzo di visualizzazioni sui social, 197 contenuti pubblicati di cui 45 video, più di un milione di utenti raggiunti con circa 65.000 interazioni. Questi i numeri principali della nuova campagna di marketing "Patrimoni di Puglia", dedicata ai siti Unesco, promossa dall'assessorato al Turismo della Regione Puglia e dall'Agenzia regionale del Turismo Pugliapromozione. Svincolandosi dalle tradizionali strategie di comunicazione, l'azione è stata mirata ad abbracciare, con un linguaggio diverso, anche i turisti di nuova generazione. La Regione Puglia ha, così, coinvolto nel progetto cinque influencer provenienti da alcuni Paesi europei oltre l'Italia. Manuela Vitulli, Laura Masi, Valentina Miozzo, Giulio Grobert ed Elena Wuest: sono loro che, attraverso uno storytelling evocativo ed educativo, supportato da una comunicazione interattiva, virale e ingaggiante, hanno raccontato il cosiddetto "prodotto turistico culturale". Il riferimento è all'heritage tourism che viene narrato dalla micro alla macro-valorizzazione, costruendo una narrativa in cui ogni sito possa essere rappresentativo del singolo Comune, della Puglia e, infine, della ricchezza collettiva mondiale, così da coinvolgere target con interessi differenti e attrattori internazionali. Ma l'obiettivo di "Patrimoni di Puglia" – che ha acceso i fari su Castel del Monte e sul Comune di Andria, sul santuario di San Michele Arcangelo e sulle faggete del Parco Nazionale del Gargano nonché sul Comune di Monte Sant'Angelo, sui trulli di Alberobello – è anche un altro: ampliare a tutto l'anno il turismo in una Regione come la Puglia, dove la ricca offerta, non solo enogastronomica, trova nel clima un validissimo alleato. È stata un'operazione senza precedenti in Puglia: i tre Comuni, sedi di quel patrimonio Unesco da tutelare e valorizzare, hanno deciso di unire le forze, fare rete e promuovere una campagna innovativa di comunicazione che guardasse anche alle nuove generazioni e ai nuovi modi di "fare comunicazione". Affidandosi non solo agli influencer e al loro stile tutto particolare di parlare ai follower, ma anche a una ricchezza di foto e video in doppia lingua italiano e inglese, hanno lavorato in sinergia per far conoscere la meraviglia di luoghi e monumenti a un pubblico di turisti che, anno dopo anno, dimostra di apprezzare sempre più le bellezze di Puglia. "Il turismo culturale in Puglia è in continua crescita e rappresenta una componente fondamentale della nostra offerta turistica – ha evidenziato Gianfranco Lopane, assessore al Turismo della Regione Puglia -. Con la campagna 'Patrimoni di Puglia', abbiamo voluto promuovere i siti UNESCO attraverso gli occhi e i racconti di influencer pronti a meravigliarci e con un video davvero evocativo. Al centro, un patrimonio inestimabile che fa parte di un

prodotto turistico, quello Cultura, che parla del cuore dell'identità pugliese: delle ricche tradizioni locali, delle feste patronali, dell'artigianato artistico, delle nostre chiese, palazzi e attrattori storici. I risultati ottenuti con questa attività di marketing - oltre un milione e mezzo di visualizzazioni sui social e circa 65mila interazioni - dimostrano l'interesse che possiamo catalizzare rivolgendoci a pubblici sempre più mirati con contenuti 'instagrammabili'. Un successo che ci spinge a continuare su questa strada, valorizzando le esperienze uniche per i visitatori, in ogni periodo dell'anno. Insomma, la Puglia, con i suoi 4 siti UNESCO, con un patrimonio culturale variegato e autentico, è una destinazione pronta ad accogliere turisti da tutto il mondo, offrendo emozioni indimenticabili". "Il turismo culturale continua a crescere senza sosta e, con questa campagna di marketing che ha portato numeri importanti di visualizzazioni, di fatto, inauguriamo un nuovo itinerario: quello dei siti Unesco in Puglia – evidenzia Luca Scandale, direttore generale di Pugliapromozione -. L'Italia esprime il maggior numero di siti nella lista dei patrimoni dell'umanità con 58 siti, di cui 4 sono in Puglia. Questa nuova sfida proietta la Puglia, anche nell'ambito culturale, in un universo internazionale in cui vogliamo distinguerci ancora di più fra i circa 1.157 siti riconosciuti dall'Unesco, di cui 900 siti culturali, 218 naturali e 39 misti, distribuiti in 167 Paesi del mondo". "In questi giorni un report di Pugliapromozione premia Alberobello con un 15% in più di viaggiatori culturali rispetto al periodo gennaio/giugno 2023 – fa notare Francesco De Carlo, sindaco di Alberobello (Bari) -. Un risultato che riconosce il valore delle politiche turistico/culturali regionali messe in campo con la campagna promozionale 'Patrimoni di Puglia', ma anche comunali con le mostre internazionali (Frida Kahlo, Andy Warhol), i concerti, le rassegne teatrali, che puntano a comunicare una Città, Patrimonio mondiale dell'Umanità, che prende forza dalla tradizione per comunicare con nuovi linguaggi ad un target più giovane, più digital. I riflettori accesi sui quattro patrimoni Unesco pugliesi ci chiamano alla responsabilità che 'fare rete', essere 'connessi', sia importante e virtuoso nella narrazione dei nostri incantevoli luoghi". "Promuovere il prodotto cultura di una regione come la Puglia è fondamentale per aggiungere qualità ad una proposta di destinazione già importante e riconosciuta – dice Rosa Palomba, vicesindaco e assessore alla Cultura e Turismo del Comune di Monte Sant'Angelo (Foggia)- . Un lavoro che facciamo con i patrimoni UNESCO, massimo riconoscimento mondiale per i Beni culturali e naturali e Monte Sant'Angelo ha l'onore e l'onore di custodirne ben due, unica città al Sud. Con questo progetto, per il quale ringraziamo la Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione per il supporto, ampliamo il nostro target di riferimento attraverso un linguaggio internazionale e social raggiungendo un pubblico giovane e diversificato. Siamo felici che questo progetto sia partito nell'anno speciale in cui Monte Sant'Angelo riveste il ruolo di Capitale della cultura della Puglia. Continuiamo così un lavoro di costruzione di reti e ponti a livello regionale, nazionale ed internazionale perché siamo convinti che, come dicono gli inglesi, 'better together', insieme è meglio". "Un linguaggio giovane e inclusivo per trasmettere un messaggio sempre nuovo: la Puglia ha un patrimonio culturale, artistico, enogastronomico e turistico che non ha nulla da invidiare a nessuno – afferma Cesareo Troia, assessore alle Radici del Comune di Andria (BAT) - . Questo progetto ha portato il nome dei quattro siti Unesco, ed Andria Castel del Monte in particolare, alla ribalta mondiale grazie al ruolo degli influencer provenienti da diverse parti del mondo che hanno percorso, narrato, fotografato, assaggiato

questa meravigliosa parte di Puglia, raggiungendo un pubblico trasversale, nuovo, interessato alla scoperta. Voglio ricordare che questo territorio rappresenta 2/3 dell'intera Puglia e interessa due Parchi Nazionali, collegato da alcune vite storiche come la via Traiana, la Via Appia, la Via Francigena ed è attraversata da altri riconoscimenti immateriali UNESCO come la via della Transumanza e l'arte dei Muretti a Secco e per l'enogastronomia la Dieta Mediterranea".

(*Prima Notizia 24*) Lunedì 22 Luglio 2024