

Dal 20 al 22 febbraio torna a Lecce il BTM, incontro tra domanda e offerta con focus sull'enogastromia. Tanti i ...

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

4 **L'Attacco** GIOVEDÌ 23 GENNAIO 2020

PORTFOLIO



Marina Gabrieli e altri di Raiz Italiana



Francesco Muciaccia



Fenomeno in aumento

SCENARI

Turismo di ritorno o delle radici, la carta in più che i Monti Dauni e l'intera Capitanata devono giocare

In crescita il segmento che vede i discendenti degli emigrati viaggiare alla scoperta dei luoghi d'origine



“Abbiamo notato incrementi negli arrivi da Brasile e Australia, ma giungono anche dall'Argentina”

LUCIA PIEMONTESE

Per i territori di Capitanata non ci sono solo da intercettare i segmenti del turismo culturale, sportivo, naturalistico, enogastronomico e religioso. C'è anche il turismo delle radici, cui saranno dedicate le iniziative del 2021 nell'ambito del Piano triennale 2019-2021 di marketing e promozione del brand Italia redatto dal Ministero del turismo. Sono i flussi relativi agli italiani nati all'estero o ai discendenti degli emigrati italiani, che vogliono riscoprire i piccoli paesi d'origine dei loro avi. Come spiegato a settembre scorso a Manfredonia dallo staff di Pugliapromozione, oggi "tra i mercati stranieri che stanno performando meglio, c'è al primo posto la Germania, poi Belgio, Paesi Bassi, Francia, Bulgaria anche per via dei voli lowcost recentemente attivati, Russia, USA, Polonia e Spagna. Ma nell'ultimo biennio è straordinaria la crescita che si sta registrando da Australia e Brasile. Pur non avendo elementi certi, supponiamo che si tratti di turismo di ritorno, ovvero delle radici". Un segmento che i Monti Dauni, il Gargano, il resto della provincia di Foggia non possono lasciarsi sfuggire. "Quello del turismo di ritorno o delle radici è un tema che è stato portato di recente all'attenzione dal Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale, che ha delegato l'associazione Raiz Italiana a fare una ricerca ap-

posita, al fine di favorire tali flussi turistici", spiega a L'Attacco **Francesco Muciaccia** di Pugliapromozione, l'agenzia regionale del turismo. "Questa associazione ha contatti specifici con l'Argentina e nella speciale guidata creata una delle 4 regioni studiate è proprio la Puglia. Peraltro, il Ministero ha indetto il 2021 come anno del turismo delle radici. Come Pugliapromozione abbiamo notato che da Australia e Brasile arrivano negli ultimi anni grossi incrementi in termini di flussi turistici. Siccome in nessuno di questi due Paesi la Puglia ha realizzato una strategia promozionale forte, ipotizziamo che tali flussi siano collegabili anche alle motivazioni del turismo di ritorno dal momento che lì vi sono comunità pugliesi", continua Muciaccia. "E' sempre difficile capire le motivazioni che spingono un viaggiatore a scegliere la Puglia. Il turismo delle radici è legato a ragioni quali il desiderio di ritrovare i luoghi degli avi. Alcuni hanno perso completamente il contatto con le famiglie di origine e cercano di ritessere i rapporti. Ma anche alcuni tour operator iniziano a specializzarsi in questo. Tali persone cercano informazioni presso gli uffici comunali, associazioni, biblioteche, registri parrocchiali. Oppure cercano collegamenti con pezzi delle famiglie di origine". Non solo Brasile e Australia, ma anche Argentina. "In Argentina, nonostante la crisi economica forte che attanaglia il Paese, ci sono tantissimi pugliesi che negli ultimi an-

L'EVENTO

Dal 20 al 22 febbraio torna a Lecce il BTM, incontro tra domanda e offerta con focus sull'enogastromia. Tanti i buyer esteri per la quinta edizione del salone specializzato



L'edizione dello scorso anno

È italiano (72,5%), proviene dalla Lombardia (18%), è uomo e ha tra i 31 e i 55 anni. La vacanza è il principale motivo del suo viaggio (95% per gli stranieri e 73% per gli italiani), cerca in primis il relax, poi l'arricchimento culturale e, infine, vivere nuove esperienze. Richiede la guida turistica e cerca buon cibo. Sceglie la Puglia principalmente per il buon clima. Questo è l'identikit del turista tipo che decide di visitare la Puglia, una regione super gettonata come dimostrano anche i dati tu-

ristici: oltre 4 milioni di arrivi nel 2018 (+4% rispetto al 2017), di cui un milione dall'estero e oltre 15 milioni di presenze. Anche nel 2019 il trend di crescita è proseguito e questi i primi dati riferiti all'estate (da giugno ad agosto): +3% per gli arrivi e +4% per le presenze mentre l'incremento dall'estero si è attestato al +8% e +12%. Un turista su quattro è straniero (23,5%) e la maggior parte proviene dalla Francia (22%) seguita dalla Germania (17%). E su questi dati che sta per aprire i battenti la VI edizione di BTM

-Business Tourism Management, una delle più interessanti manifestazioni internazionali sul turismo. Dal 20 al 22 febbraio 2020 a Lecce (Lecce Fiere) l'evento metterà in comunicazione i principali attori del settore turistico quali buyer e seller, enti, esperti, operatori turistici. Un focus particolare sarà poi riservato al turismo enogastronomico. Il programma completo sarà presentato martedì 11 febbraio in occasione della BIT di Milano nell'area espositiva di Pugliapromozione.