

**INFORM - N. 95 - 18 maggio 2007**

---

MADE IN ITALY

*Primo Salone in Germania dello stile italiano*

## **“Mondo Italia” a Stoccarda**

### **Anche la Puglia ci sarà: pronta a giocare le sue migliori chances**

STOCCARDA – “Mondo Italia” (<http://www.mondoitalia.info>): è il primo Salone del Made in Italy in Germania e già promette scintille. Dall’arte al cinema, dall’enogastronomia al design: griffe di grido dal 19 al 27 maggio esalteranno a Stoccarda il meglio della creatività italiana, mettendo in risalto gli aspetti culturali, turistici e produttivi dell’Italia. Occasione per Regioni, Province, enti territoriali e imprese di ogni settore, dai consorzi turistici e produttivi alle rinomate aziende industriali, per mettere in risalto i prodotti e servizi made in Italy.

E anche la Puglia ci sarà. Pronta a giocare le sue migliori chances.

Il titolo dell’evento parla da solo. Parla di un grande gioco di squadra in cui ogni territorio scende in campo con le proprie specificità ma all’interno di un brand unico - il Marchio Italia - che dà ad aziende, enti, consorzi, parchi naturali, strutture ricettive e, soprattutto, ai prodotti, alle bellezze e alle ricchezze del nostro territorio, l’opportunità di essere immediatamente identificabili, pur nel rispetto delle tipicità locali e dei marchi d’area.

La Puglia turistica, sottolineano dalla Regione, entra nel “Mondo Italia” di Stoccarda forte del suo consolidato feeling con la Germania, da sempre il suo principale mercato estero di riferimento. Nel 2006 gli arrivi sono cresciuti del 18 per cento. Segno più anche per le presenze (17 per cento). Le province più amate dai tedeschi lo scorso anno sono state quelle di Foggia e Lecce. La prima ha registrato un + 10 per cento negli arrivi rispetto al 2005 e + 13 nelle presenze. La seconda (di cui manca il rilevamento di dicembre) si è attestata a quota + 9 per cento negli arrivi e + 20 nelle presenze.

Sono dati assolutamente straordinari, tanto più se si considera che i mesi di maggior flusso sono aprile, giugno, settembre e finanche (Foggia) novembre.

Che cosa vuol dire? Il turista tedesco oggi cerca il contatto con l’arte, si nutre di natura, vuole tuffarsi nella storia e nella tradizione, immergersi nella cultura o rilassarsi visitando i centri artistici minori o curando se stesso in una beauty farm. Inoltre, le politiche di destagionalizzazione avviate dall’assessore al Turismo della Regione Puglia, Massimo Ostillio, iniziano a dare i primi considerevoli frutti.

Ma determinante è stato anche il contributo del fenomeno low cost e dell’azione di co-marketing avviata per la Regione dalla Seap nei mercati cosiddetti obiettivo.

Puglia nel cuore dei tedeschi, quindi. Ma, soprattutto, sempre più vicina, grazie ai collegamenti internazionali diretti attivati da Bari con Monaco, Colonia, Stoccarda e Francoforte; e da Brindisi per Norimberga.

A Stoccarda, quindi, la Puglia si presenta per accrescere gli ottimi risultati raggiunti nel 2006 e rafforzare il legame privilegiato con il popolo tedesco. Non a caso l’ultimo video promozionale (girato dal regista Alessandro Piva), ha per protagonista una famiglia tedesca che, rapita dalla natura e dall’ospitalità pugliese, le inventa tutte, persino il furto

dell'auto, pur di prolungare la vacanza. Come va a finire? Nell'unico modo possibile: resta in Puglia. (Inform)

---

**Vai a:**

- [l'articolo successivo](#)
- [l'indice dell'ultimo numero](#)
- [l'indice dei numeri precedenti](#)
- [INFORM - la pagina iniziale](#)