

Puglia regione più amata all'estero e sempre più cercata sul web

notizia pubblicata **20 marzo 2019** alle ore **11:50** nella categoria **Turismo**



Sarà la Puglia la regina delle vacanze 2019, almeno per quanto riguarda l'incoming turistico dall'estero. Ad affermarlo il presidente della Regione Puglia Michele Emiliano, intervistato all'ITB di Berlino. Un trend confermato anche dall'indagine svolta da Marketing01, Agenzia Google Premier, che ha indagato la 'reputazione online' della Puglia e delle sue città. Di questo e delle prospettive per i prossimi mesi si parlerà nel corso del prossimo convegno organizzato da Marketing01, che si terrà mercoledì 27 marzo 2019, dalle 9 alle 13, presso l'Hotel Vecchio Mulino, a Monopoli (info e prenotazioni: [h](#)). La ricerca svolta dall'azienda ha messo in luce un generale interesse nei confronti della Regione, evidenziando come la ricerca 'travel to Puglia' sia effettuata con una notevole frequenza, in particolare da utenti che risiedono nel Regno Unito, e come questa abbia registrato un aumento di quasi il 20% a partire dalla seconda metà di febbraio.

Negli ultimi 4 anni, la Regione aveva fatto registrare un numero crescente di presenze sul territorio e, stando alle ultime stime, i numeri per la stagione 2019 continueranno a seguire questo trend, con un aumento del 15% circa rispetto al 2018.

L'indagine di Marketing01 ha preso in considerazione un panel di 165 siti di aziende che operano sul territorio, comuni e associazione per la promozione del turismo. Di questi il 78% offre la possibilità di avere accesso alle informazioni anche in inglese e, in alcuni casi, anche in altre lingue, e sono proprio queste

pagine ad incidere maggiormente nell'aumento delle visualizzazioni.

Per quanto riguarda le ricerche online fatte all'interno dei confini nazionali, la Puglia, in particolare il Salento, continua ad essere la destinazione più amata per le vacanze al mare. Sui motori di ricerca le parole 'residence Salento' e 'hotel Salento' sono sempre molto digitate, con una leggera flessione negativa solo nei mesi di novembre e dicembre. Sempre restando nell'ambito dell'analisi fatta sugli accessi web da territorio italiano, emerge come questa Regione non sia più associata soltanto alle sue spiagge, ma inizino ad essere sempre più frequenti anche ricerche come 'arte in puglia', emergendo un generale crescente interesse per le singole città.

Tra quelle maggiormente cercate, figura Monopoli, che mantiene un tasso di ricerca costante in ogni periodo dell'anno. Negli ultimi mesi, inoltre, la parola appare spesso associata al termine 'trulli', le tipiche costruzioni pugliesi coniche realizzate in pietra, molto famose sia in Italia, sia all'estero.

“Analizzando approfonditamente i dati delle presenze turistiche, appare chiaro come la loro crescita sia strettamente connessa non solo ad una presenza sempre maggiore sul web da parte di Istituzioni e aziende locali, ma anche alla maggiore disponibilità di informazioni in altre lingue – ha commentato Paolo Bomparola, uno dei massimi esperti italiani nel web marketing per il turismo e direttore di Marketing01 – In generale, possiamo dire che grazie ad una maggiore presenza in rete di tutto il 'sistema Puglia', negli ultimi anni abbiamo avuto un aumento dell'incoming turistico dalle altre Regioni e dall'estero, ma anche una maggior diversificazione delle tipologie di vacanza. Se prima chi veniva in questi luoghi lo faceva solamente per il mare, ora gli utenti del web stanno scoprendo anche il ricchissimo patrimonio culturale e naturalistico, riuscendo a destagionalizzare un turismo che, altrimenti, sarebbe stato legato esclusivamente ai mesi caldi”.