



**REGIONE  
PUGLIA**

**ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE  
GESTIONE E VALORIZZAZIONE BENI CULTURALI  
L'ASSESSORE**

Bari, 09/11/2018

AOO\_SP6/0000612  
PROTOCOLLO USCITA

Trasmissione a me-  
sensi dell'

tronica ai  
/2005



Presidente della Giunta Regionale pugliese

Dott. Michele Emiliano

[presidente@regione.puglia.it](mailto:presidente@regione.puglia.it)

[segreteria.presidente@regione.puglia.it](mailto:segreteria.presidente@regione.puglia.it)

[s.miani@regione.puglia.it](mailto:s.miani@regione.puglia.it)

e, p.c.

Presidente del Consiglio Regionale della Puglia

Dott. Mario Loizzo

[presidente@consiglio.puglia.it](mailto:presidente@consiglio.puglia.it)

[segretario.generale@pec.consiglio.puglia.it](mailto:segretario.generale@pec.consiglio.puglia.it)

Consigliere regionale "Gruppo Forza Italia"

Avv. Giacomo Diego Gatta

[gatta.giacomo@consiglio.puglia.it](mailto:gatta.giacomo@consiglio.puglia.it)

**OGGETTO:** Interrogazione urgente a risposta scritta n.1238/2018 presentata dal Consigliere Giacomo Diego Gatta del Gruppo Forza Italia ad oggetto: "Italia Top Destination" - Inviata dal dott. Pierluigi Ruggiero con nota prot. 4345 il 24/10/2018.

In risposta all'interrogazione in oggetto si trasmette, in allegato, la relazione inviata dall'ARET Pugliapromozione.

Cordialità

**L'Assessore all' Industria Turistica e Culturale**

**Avv. Loredana Capone**

[www.regione.puglia.it](http://www.regione.puglia.it)

Assessorato Industria Turistica e Culturale - Gestione e Valorizzazione dei Beni Culturali

Via P. Gobetti, 26 - 70125 Bari - Tel: 080 540 6512 - 6513

mail: [segreteria.turismoecultura@regione.puglia.it](mailto:segreteria.turismoecultura@regione.puglia.it)

pec: [segreteria..turismoecultura@pec.rupar.puglia.it](mailto:segreteria..turismoecultura@pec.rupar.puglia.it)



Egregio  
*Dott. Aldo Patrino*  
Direttore Dipartimento Turismo, Economia della  
Cultura, Valorizzazione del Territorio

E p.c.

*Dott. Salvatore Patrizio Giannone*  
Dirigente Sezione Turismo

*Avv. Loredana Capone*  
Assessore all'Industria turistica e  
culturale, Gestione e valorizzazione dei  
beni culturali

- REGIONE PUGLIA -

**OGGETTO: Chiarimenti dell'ARET Pugliapromozione in merito alla Interrogazione del Consigliere Giacomo Diego Gatta n. 1238/2018.**

Egregio Direttore,  
avuto riguardo alla Sua richiesta del 31.10.2018 (prot. AA004\_0003691), sono a riferirle quanto segue.

In premessa, occorre precisare che *"Italia Top Destination"* è un progetto riconosciuto e promosso dall'Ambasciata d'Italia a Pechino e da quella della Repubblica Popolare Cinese a Roma. Esso verte sulla collaborazione con il China Travel Group attraverso un accordo di partenariato con uno dei suoi membri, ossia il CITS (*Chinese International Travel Service*), di proprietà statale, operante sotto il controllo diretto del Governo Cinese; peraltro, esso è l'unico soggetto autorizzato a rilasciare visti in uscita per l'estero: i cinesi per organizzare il proprio viaggio in Italia, oltre al rilascio del visto dell'Ambasciata d'Italia, hanno bisogno anche dell'autorizzazione del Governo Cinese che può avvenire esclusivamente tramite il CITS.

Il CITS, tour operator dello Stato cinese, ha stretto accordi con alcune regioni italiane per la promocommercializzazione dei rispettivi *"prodotti turistici"* con la finalità di cambiare il modo di viaggiare dei cinesi, superando il cosiddetto *"turismo mordi e fuggi"* in favore di un turismo che punti sulla qualità e sulla scoperta di valori e luoghi autentici. È questo, in breve, l'obiettivo di *"Italia Top Destination"* il progetto che il general manager *outbound* di CITS, Zhang Chunlei, ha pensato di realizzare affinché l'Italia possa essere amata puntando su una esperienza turistica autentica, capace di stupire e incantare valorizzando le bellezze dei territori regionali. Le prime regioni coinvolte dal progetto *"Italia Top Destination"*, oltre la Puglia, sono la Calabria, la Campania e l'Umbria. Se ad oggi in Italia i turisti cinesi sono 1 milione e 300.000, secondo le previsioni di CITS, grazie agli accordi con le singole Regioni italiane, si registrerà un incremento progressivo del 10% anno per anno. Soggiornare in luoghi alternativi e autentici, preparare la pasta fatta in casa, danzare al ritmo della pizzica, deliziare il palato con un buon calice di vino, trascorrere il tempo seduti al bar di un piccolo borgo, sono alcune delle esperienze che il CITS intende favorire per promuovere l'incoming dalla Cina. Queste finalità sono state

---

**PugliaPromozione**  
[www.agenziapugliapromozione.it](http://www.agenziapugliapromozione.it)

Direzione Generale / General management  
Fiera del Levante, PAD. 172,  
Lungomare Starita, 70123 Bari  
tel 080.5821411 fax 080.5821429  
[direzione.generale@viaggiareinpuglia.it](mailto:direzione.generale@viaggiareinpuglia.it)

Sede di Bari / Office in Bari  
piazza A. Moro 33/A, 70122 - Bari  
tel 080.5242361 fax 080.5242361  
[bari.promozione@viaggiareinpuglia.it](mailto:bari.promozione@viaggiareinpuglia.it)



accolte dalle Regioni italiane sopra dette, tra cui la Puglia, perché in linea con le finalità promozionali dei rispettivi territori.

Zhang Chunei ha dichiarato *"Siamo sicuri che Italia Top Destination possa essere davvero il nuovo modo di far viaggiare il turista cinese: farlo tornare a casa con un ricordo indelebile. Basta soltanto foto, è giunto il momento di vivere il viaggio per poi raccontarlo agli amici e alla propria famiglia affinché questi a loro volta possono sognare e apprendere quello che veramente è l'Italia"*.

Il 16 luglio 2018 l'Ambasciata d'Italia a Pechino ha ospitato la conferenza stampa per la presentazione ufficiale del progetto in parola alla presenza dell'Ambasciatore italiano a Pechino S.E. Ettore Francesco Sequi e della delegazione istituzionale italiana in rappresentanza delle Regioni coinvolte. In seguito, il progetto ha suscitato l'interesse della Commissione Europea che ha attivato il progetto *"Europe Top Destination"* e ha dichiarato il 2018 l'Anno del Turismo Europa-Cina.

L'accordo sottoscritto tra CITS e ARET Pugliapromozione, per conto della Regione Puglia, prevede un investimento comune in azioni di *co-marketing* rivolte esclusivamente alla Puglia, secondo un cronoprogramma condiviso con il Dipartimento Turismo, Economia della Cultura, Valorizzazione del Territorio, perseguendo l'obiettivo di stimolare la cooperazione in campo turistico ed accrescere flussi di *incoming* dalla Cina in Puglia.

Sulla scorta della premessa sin qui esposta, si riportano di seguito le risposte ai quesiti formulati nell'interrogazione del Consigliere Giandiego Gatta:

- 1) Con riferimento al primo quesito: *"sia stata espletata una procedura di evidenza pubblica, avente ad oggetto lo stanziamento dei 500 mila euro"*

L'accordo sottoscritto tra CITS e ARET Pugliapromozione, per conto della Regione Puglia, non rientra nell'ambito di applicazione della disciplina del Codice dei Contratti Pubblici (D.Lgs. n.50/2016), ai sensi dell'art. 49 dello stesso Codice, atteso che non vi sono accordi internazionali con la Repubblica Popolare Cinese sul riconoscimento delle 'condizioni di reciprocità' in materia di appalti pubblici. Peraltro, per quanto esposto in premessa, sussistono significativi profili di esclusività dell'operatore di Stato CITS relativi alla sua natura e al controllo diretto esercitato su esso dal Governo Cinese. Infine, si precisa che lo stanziamento pari a 500.000 euro da parte della Regione Puglia è complementare ad un investimento complessivo a carico di CITS pari a 2.462.081 euro, interamente rivolto alla promozione della Puglia presso il mercato turistico cinese.

- 2) Con riferimento al secondo quesito: *"siano a conoscenza delle modalità precise e termini in cui avverrà la promozione della nostra offerta turistica e se sappiano, riferendone, in cosa consisterà la campagna di promozione e comunicazione sui media cinesi"*;

L'intervento oggetto dell'accordo con il CITS prevede azioni integrate di promozione, informazione e divulgazione della destinazione Puglia nel territorio della Repubblica Popolare Cinese presso i turisti e gli operatori di viaggio cinesi. L'intervento può essere così sintetizzato:

- Conferenza stampa (Pechino, luglio 2018): presentazione ufficiale dell'accordo e della destinazione Puglia alla presenza di 200 giornalisti ed operatori specializzati del settore turistico;
- Campagna di promozione e comunicazione del brand Puglia: Lonely Planet (2 uscite, pagina intera, novembre 2018-gennaio 2019), Beijing Youth Newspaper (3 uscite, mezza pagina, ottobre 2018-gennaio 2019), Global Times (3 uscite, mezza pagina, ottobre-dicembre 2018), Traveller Magazine (3 uscite, pagina intera, ottobre 2018-gennaio 2019);
- Campagna di promozione outdoor: proiezione video Puglia su led 14.6 x 23.8 metri (42 giorni su Jinbao st. Pechino); proiezione video Puglia su led 4.35 x 3.33 metri (42 giorni su Jinbao st. Pechino); interni di 1600 ascensori delle diverse sedi CITS (90 giorni);

---

**PugliaPromozione**  
[www.agenziapugliapromozione.it](http://www.agenziapugliapromozione.it)

Direzione Generale / General management  
Fiera del Levante, PAD. 172,  
lungomare Starita, 70123 Bari  
tel 080.5821411 fax 080.5821429  
[direzione.generale@viaggiareinpuglia.it](mailto:direzione.generale@viaggiareinpuglia.it)

Sede di Bari / Office in Bari  
piazza A. Moro 33/A, 70122 - Bari  
tel 080.5242361 fax 080.5242361  
[bari.promozione@viaggiareinpuglia.it](mailto:bari.promozione@viaggiareinpuglia.it)



- Campagna di comunicazione web: layout su Wechat (equivalente a Whatsapp in Cina, 3 mesi); sito web del CITS ([www.cits.cn](http://www.cits.cn), 3 mesi);
- Attività BTL: roll up, vetrine led e desk informativi delle agenzie CITS dedicati alla destinazione Puglia (3 mesi);
- Comunicazione televisiva: telepromozione su SV TV (1 mese, novembre 2018);
- Divulgazione e formazione degli operatori cinesi della rete CITS: due incontri per ciascun anno rivolti a 500 agenti di viaggio sulla Puglia, i suoi attrattori e il suo mercato turistico.

3) Con riferimento al terzo quesito: *"abbiano verificato se vi siano tour proposti da "CITS" esclusivamente per la Puglia, e se sì per quali territori pugliesi e secondo quale logica promozionale"*

I tour organizzati e promossi dal CITS prevedono soggiorni in Puglia di due o tre notti e interessano gran parte del territorio regionale; quasi tutti i tour prevedono una permanenza dei turisti cinesi in Italia. La logica promozionale è mossa dall'intento di accrescere la *brand awareness* della Puglia in Cina, diffondendo la conoscenza di luoghi e attrattori del territorio regionale che possano corrispondere ad interessi di viaggio propri del viaggiatore/turista cinese: beni artistici e culturali, prodotti eno-gastronomici e artigianali, piccoli borghi e bellezze naturali dell'entroterra pugliese, stili di vita *slow* e autentici, etc. Ciò determina una perfetta armonia tra l'accordo con CITS, orientato appunto al mercato turistico cinese, e la finalità di "destagionalizzazione" dei flussi turistici, propria del Piano Strategico del Turismo "Puglia365" (D.G.R. n. 191/2017). Quest'ultimo, infatti, è teso al raggiungimento dell'obiettivo di *"vivere la Puglia tutto l'anno"*, anche incentivando la scoperta di luoghi non ancora interessati da importanti flussi turistici. I turisti cinesi, infatti, viaggiano prevalentemente nei mesi di gennaio-febbraio, maggio e ottobre che coincidono con le principali festività nazionali cinesi.

4) Con riferimento al quarto quesito: *"non ritengano eccessiva la spesa rispetto alla reale attività di promozione effettuando, segnatamente per la nostra regione";*

Per quanto sopra esplicitato, la spesa relativa alle attività di promozione da effettuare presso il mercato turistico cinese non risulta eccessiva, anzi essa appare adeguata e proporzionata in relazione all'ampio raggio di diffusione della campagna e all'enorme numero di potenziali turisti da raggiungere. A questo proposito si deve considerare, altresì, il grado di conoscenza che i cinesi hanno della Puglia per cui si rendono necessarie azioni di impatto sul pubblico e un'accurata attività di informazione degli agenti di viaggio cinesi. Ne consegue che l'intervento, nel suo complesso, è significativo in punto di quantità e qualità delle attività da realizzare, sicché lo stesso CITS investe una cifra pari a circa 2,5 milioni di euro per la promozione turistica della Puglia, rivolgendosi a centinaia di milioni di cinesi attraverso una rete di circa 1.800 agenzie CITS presenti in tutta la Cina. Infine, è il caso di evidenziare che si tratta di un investimento con una ricaduta economica certa per il territorio pugliese a favore della crescita e dello sviluppo dell'economia regionale anche in relazione alla capacità di spesa dei turisti cinesi che sono considerati tra i *top spender* a livello mondiale.

5) Con riferimento al quinto quesito: *"possano fornire delle previsioni, e se sì indicando su quali analisi e/o studi le stesse sarebbero fondate, sul numero di potenziali turisti cinesi in arrivo in Puglia"*

Al momento, nonostante la campagna di promozione turistica del CITS sia ancora in fase di avvio, e punti, come detto, ad un periodo destagionalizzato da ottobre ad aprile, sono stati già registrati 1.200 arrivi in Puglia (dati parziali ancora oggetto di aggiornamento).

---

**PugliaPromozione**  
[www.agenziapugliapromozione.it](http://www.agenziapugliapromozione.it)

Direzione Generale / General management  
Fiera del Levante, PAD. 172,  
Lungomare Starita, 70123 Bari  
tel 080.5821411 fax 080.5821429  
direzione.generale@viaggiareinpuglia.it

Sede di Bari / Office in Bari  
piazza A. Moro 33/A, 70122 - Bari  
tel 080.5242361 fax 080.5242361  
bari.promozione@viaggiareinpuglia.it



Secondo le anticipazioni fornite dal CITS, il trend è positivo e in crescita e a fine anno si prevede di diffondere i primi dati consolidati. Già negli ultimi quattro mesi i flussi turistici cinesi verso l'Italia sono aumentati del 6%, come annunciato dallo stesso CITS, stando al numero di visti rilasciati. In tal senso, è fondamentale che, in una prima fase, la Puglia sia legata ad un tour più ampio che non vede più Roma come punto di arrivo, ma come punto di partenza. L'obiettivo dichiarato è quello di arrivare progressivamente a 3 pernottamenti e 4 giornate in Puglia. Per completezza di informazioni si fa presente che la spesa media del turista cinese è di circa 2.500 euro per un tour di 10-12 giorni (volo e soggiorno, oltre il vitto). Il target turistico di riferimento è dunque medio-alto e colloca i cinesi, prima ancora degli americani, tra i maggiori *top spender* nel mondo, con una spesa media pro capite di 918 euro. All'inizio del 2019 sarà possibile fornire dati consolidati anche grazie all'analisi dei flussi ad opera dell'Osservatorio del Turismo dell'ARET Pugliapromozione.

Bari, 08 novembre 2018

dott. Matteo Minchillo  
Direttore Generale ad interim  
ARET Pugliapromozione

---

**PugliaPromozione**  
[www.agenziapugliapromozione.it](http://www.agenziapugliapromozione.it)

Direzione Generale / General management  
Fiera del Levante, PAD. 172,  
lungomare Starita, 70123 Bari  
tel 080.5821411 fax 080.5821429  
[direzione.generale@viaggiareinpuglia.it](mailto:direzione.generale@viaggiareinpuglia.it)

Sede di Bari / Office in Bari  
piazza A. Moro 33/A, 70122 - Bari  
tel 080.5242361 fax 080.5242361  
[bari.promozione@viaggiareinpuglia.it](mailto:bari.promozione@viaggiareinpuglia.it)