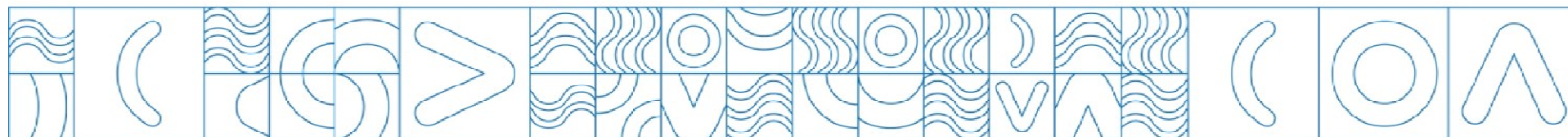


INDIRIZZI PER LA PROMOZIONE DEL CICLOTURISMO IN PUGLIA

Rocky Malatesta

Responsabile Sviluppo Prodotti Turistici

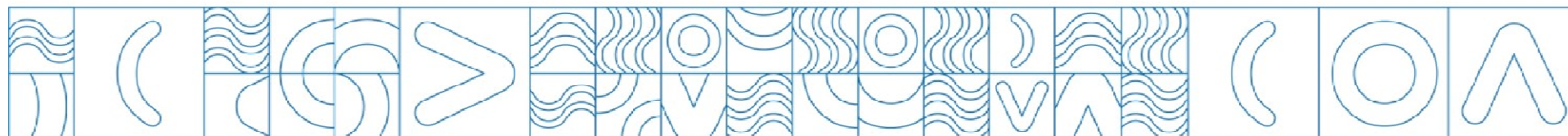
Pugliapromozione





Il Cicloturismo:

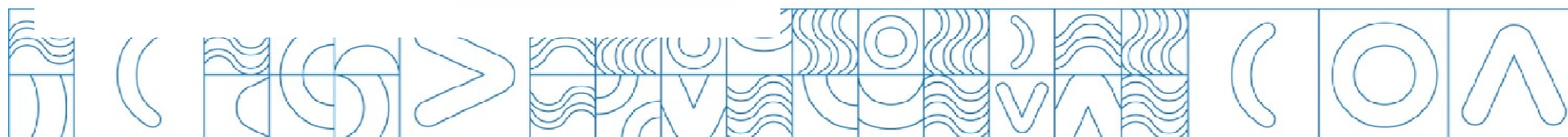
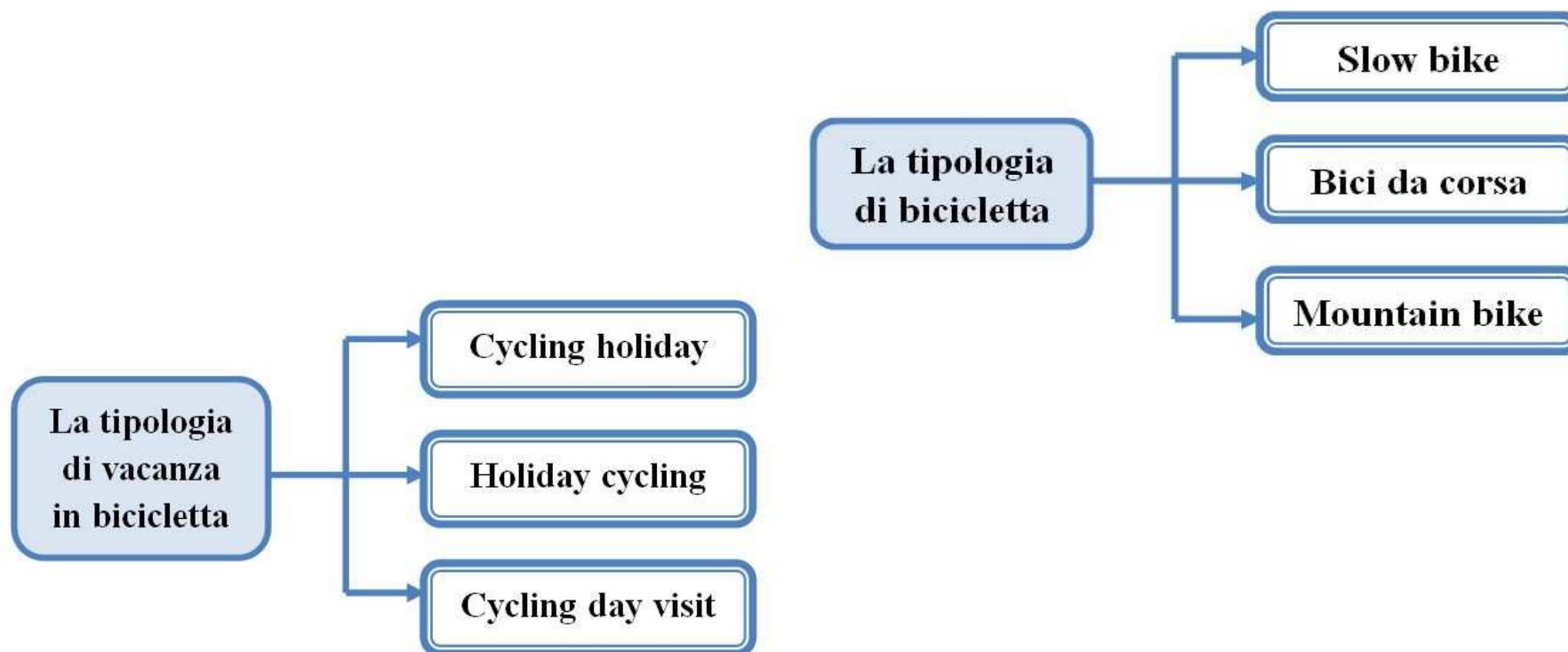
*il turismo praticato viaggiando
in bicicletta*





Il Cicloturista

Due logiche di segmentazione del cicloturista





Il Cicloturismo in Italia

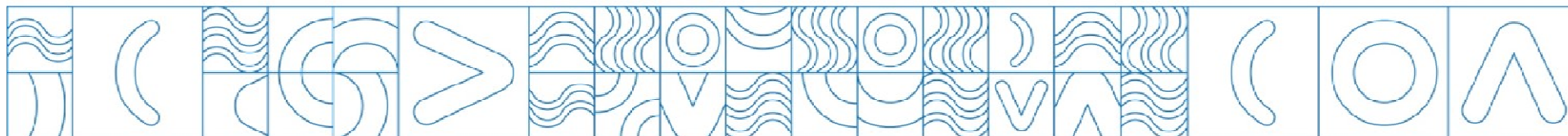
Massima concentrazione
in Nord Italia

Elevata presenza di turismo
internazionale

Concentrazione mesi:
Marzo/Aprile e Settembre/Ottobre

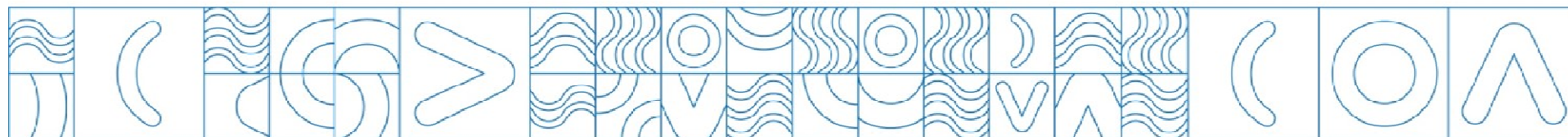
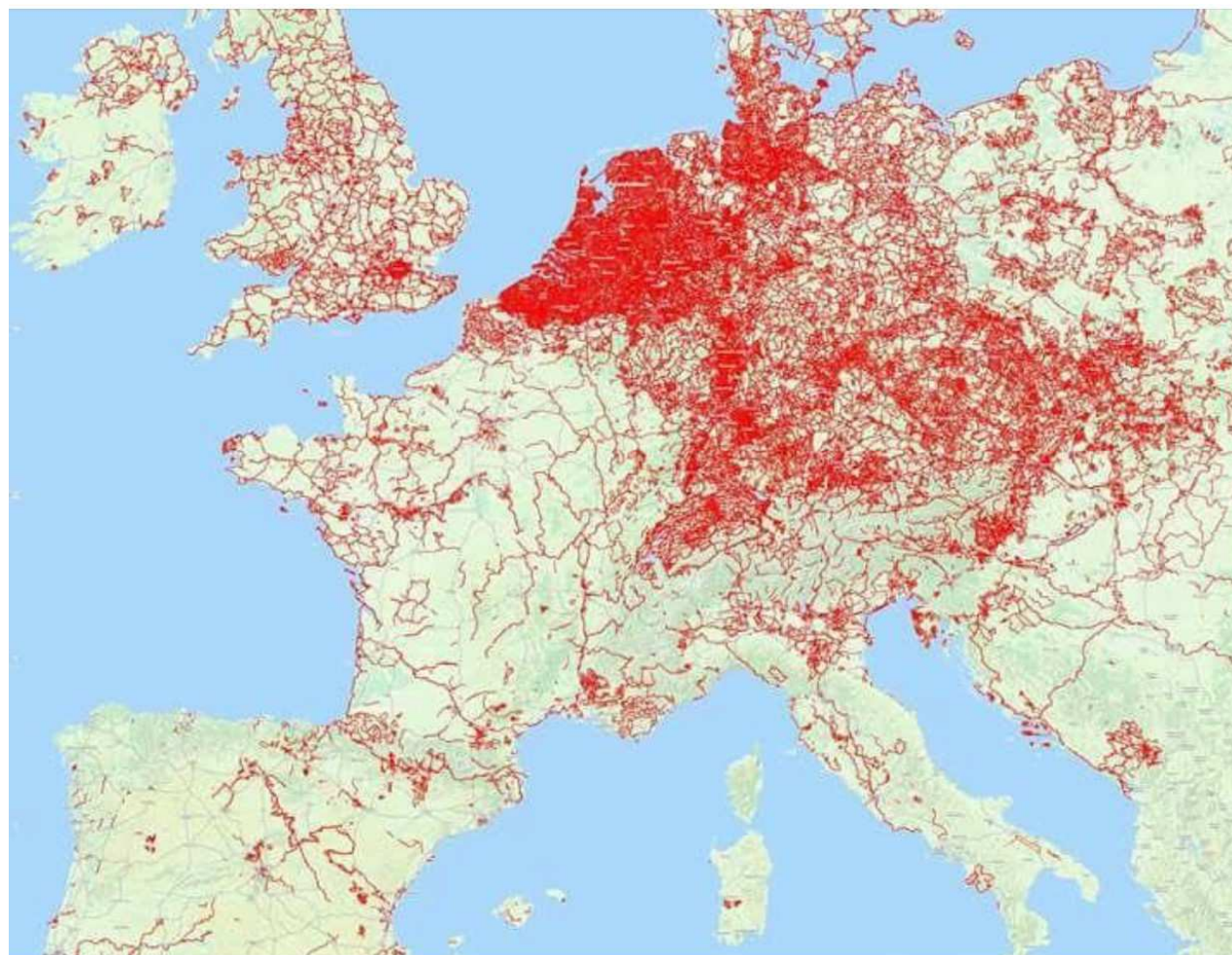
Mercati di provenienza:
Germania, Austria, Francia,
Gran Bretagna, Svizzera, USA,
Australia, Paesi del Nord Europa

Destinazioni “concorrenti”:
Paesi Bassi, Danimarca,
Germania, Francia, Gran
Bretagna, Svizzera



Il *Cicloturismo* in Europa

Mappa delle piste
ciclabili in Europa
Il «divario culturale» è
forse ben superiore a
qualsiasi «spread»

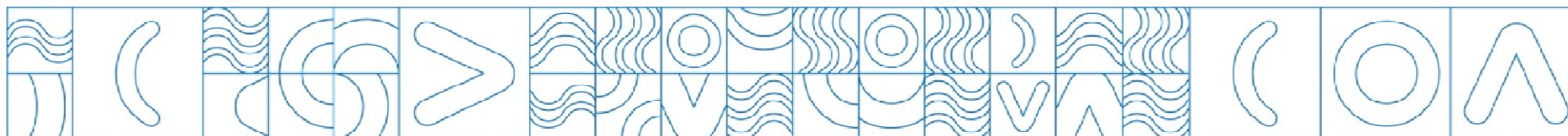




Il ruolo dell'intermediazione

I PRINCIPALI OPERATORI DEL SETTORE DIFFERENZIATI PER NAZIONE

NAZIONI	OPERATORI
GERMANIA	Velociped, Rotails, Pedalo, Eurobike, Frosch Sporteisen, Radissimo, Velotours
FRANCIA	Associasion Vélo- Nomade, Cyclomundo, Aventure et Cie, Club Aventure, Allibert, UCPA, Terre d'Aventure, Arcanson, La Bicyclette Verte
GRAN BRETAGNA	Hooked on Cycling & Walking Headwater, Inntravel, Exodus Travel, Saddle Skedaddle Cycling Holidays
SVIZZERA	Braumeler, Eurotrek, Imbach, Veloerlebnis, Twerenbold, EurobusBike Reisen
PAESI BASSI	Aktiva Tour, En Route Fietsreizen, Sindbad Reize, Eigen- Wijze Reizen, Cycletours, SNP Naturreizen.

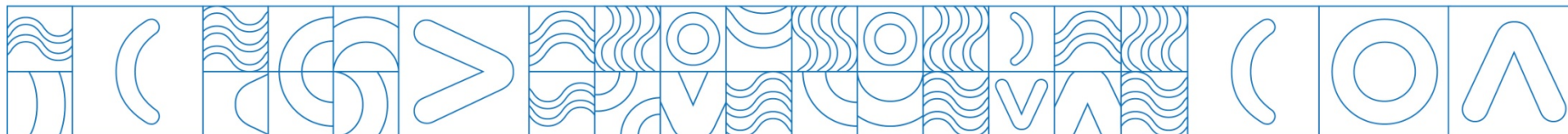


I PRODOTTI TURISTICI PUGLIESI

ARTE e CULTURA
MICE e WEDDING
ENOGASTRONOMIA
NATURA SPORT e BENESSERE

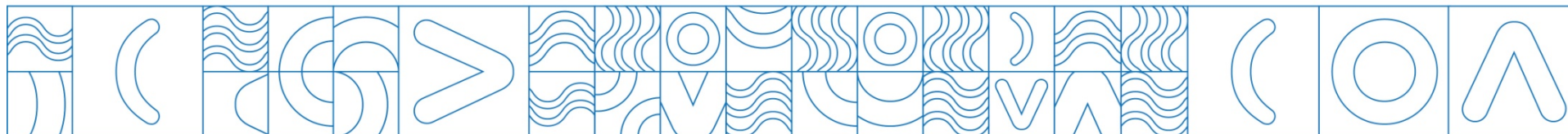
EVENTI e INTRATTENIMENTO
MARE
TRADIZIONE e SPIRITUALITA'

(Strutture ricettive profilate sul DMS: Mare 532, Enogastronomia 490, Arte e cultura 450, Natura, sport e benessere 375, Tradizione e spiritualità 235, Eventi e intrattenimento 228, MICE e Wedding 137)



OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Venire a conoscenza di tutte le realtà, relative alle aree di prodotto indicate, presenti sui territori
- **Creare per ogni tipologia di prodotto una piattaforma dell'offerta esistente**
- Lavorare sulla predisposizione di linee guida specifiche per elevare il livello di accoglienza e di promozione
- **Attivare processi locali virtuosi per generare reti di imprese e aggregazioni private, che implementino il dinamismo commerciale sui mercati**
- Ampliare la collaborazione tra gli operatori turistici, gli Enti locali e la Regione Puglia
- Favorire la nascita di agenzie territoriali di sviluppo del marketing turistico



DINAMICHE OPERATIVE

GIUGNO

Selezione Esperti Prodotto

Roberta **GARIBALDI** (ENOGASTRONOMICO)

Fabiola **SFODERA** (ARTE e CULTURA)

Pierfelice **ROSATO** (NATURA, SPORT e BENESSERE)

LUGLIO

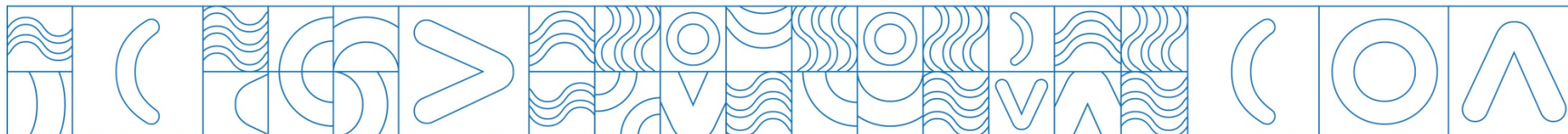
Incontri con le strutture degli Assessorati Regionali competenti, Agenzie e Stakeholder.

**SETTEMBRE
OTTOBRE**

Focus territoriali con Associazioni, Enti e Operatori.

**OTTOBRE
NOVEMBRE**

Analisi primi dati emersi e sviluppo strategie territoriali di aggregazione per prodotto. Presentazione report (Buy Puglia, Bari 25 Ottobre, FdL)



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Rocky Malatesta

Responsabile Sviluppo Prodotti Turistici
Pugliapromozione

r.malatesta@viaggiareinpuglia.it

