

I-Archeo.S. - Integrated System of the Natural and Cultural Heritage and the Cultural Activities

PRIORITY AXIS 3 “ENVIRONMENT AND CULTURAL HERITAGE”

Specific objective 3.1 “Make natural and cultural heritage a leverage for sustainable and more balanced territorial development”

Title of deliverable (as in SIU): **projects of tourist thematic itineraries – Food and Wine**

Work package number, name of Work Package :

WP3 THE SYSTEM: NATURAL CULTURAL HERITAGE - ENTERPRISES - DEVELOPMENT

Activity number, name of activity:

3.3 CREATIVITY VOCATIONAL TRAINING

Partner in charge (author): **LP**

Partners involved: **LP**

Status (draft, final, N._ version, etc.): **Final**

Distribution (confidential, public, etc.): **public**

Date(s): **July 2018**

TEATRO PUBBLICO PUGLIESE PROJECTS OF TOURIST THEMATIC ITINERARIES

PUGLIA "TASTES OF THE PAST"

TABLE OF CONTENT

| | |
|---|-----------|
| EXECUTIVE SUMMARY | 3 |
| PREMESSA | 5 |
| ANALISI..... | 5 |
| L'ITINERARIO | 15 |
| ELENCO DELLE AZIENDE COINVOLTE | 19 |

Executive Summary

The proposed Thematic Touristic Itinerary consists of the innovative system of Widespread Hospitality (Ospitalità Diffusa O.D.)

The O.D. is a form of organization, management, promotion and marketing of a tourism offer proposed by a network of companies (not only accommodation).

Food and wine, in its broadest sense of cultural experience, has entered with force among the tourism trends.

Today, as the World Tourism Organization itself states, food and wine tourism is a rapidly growing segment and one of the most dynamic within the sector.

PUGLIA **"Tastes of the past"**

DAY I: Conversano (02.28.2019)

In the morning arrival in Conversano

10 am-1pm Reception and guided tour in the center of Conversano:

welcome by an "animated guide" who will accompany tourists through the white alleys of the historic center, telling legends and stories of one of the most important and bloody characters of the time: Giangirolamo II ° Acquaviva D'Aragona. Following a guided tour of the Castle and the Museum Complex *.

13.30-16-00 Tasting based on Dairy and Cheese, and guided tour in a typical local farm: "Masseria Montepaolo".

16 -18 guided tour of the Marchione Castle, a hunting estate immersed in an oak wood and Torre di Castiglione situated on a hill about 260 meters high.

20.30 themed dinner at a typical restaurant in Piazza Castello.

DAY II: Mola di Bari (01.03.2019)

After breakfast,

10 - 13 transfer to Mola di Bari for a guided tour of this small seaside village that is part of one of the stops on the Via Francigena del Sud. Guided tours of the city's monuments: Angevin Castle built by Charles I of Anjou for the purpose of defend the coast from frequent incursions and the Mother Church located within the ancient village not far from the sea.

13.30 - 16.00 Tasting of local fish and spirulina algae.

Stop at the typical fish market, knowledge of its most ancient traditions and participation in the Laboratory of taste. (by local producers)

16.30- 19.30. In the afternoon you can experience a unique experience at the Van-Westerhout Theater. Following a theatrical show and dinner with the actors.

Return to Conversano.

DAY III: RUTIGLIANO (02.03.2019)

Immediately after breakfast,

10 - 13 transfer to Rutigliano and guided tour of the Whistle Museum. All participants will have the opportunity to work the clay, trying the intoxicating magic of creating an artifact.

13.30 - 16 Tasting of Olive Oil and Organic Honey at Masseria Parco dei Fichi d'India: laboratory of taste guided by EVO BIO oil and BIO Honey by the Biol Prize curated by BUO ', initiative of the Good and Organic Profit Network Project: the network of local organic producers and social cooperatives that support pathways to social work for people in need

17: Return to Conversano and Relax

DAY IV: ALBEROBELLO (03.03.2019)

After breakfast,

09 - 11 transfer to Alberobello the "Queen of the trulli", UNESCO site, for a guided tour of the white grainy plasters of the conical domes, which emit a candid halo in the empty, blue air, with a stop at the characteristic Chiesa Trullo Sant 'Antonio.

11 - 12.30 Guided tour and wine tasting at the Wine Museum of Cantine Albea

13.00 Lunch in a typical restaurant in Alberobello

16 - 17 walk among the trulli of Alberobello

17 - 22 Taste Workshop at Masseria Santanna: let's learn how to make Panzerotti - Cooking and tasting workshop - dinner (during dinner you can expect a theatrical show by Pace theaters), in collaboration with Rete Utile Buono and Bio.

Return to Conversano and overnight stay.

DAY 5: POLIGNANO a MARE (04.03.2019)

Breakfast and departure for Polignano a Mare. Guided tour of the city animated by "Mister Volare" in person. Of particular interest is the historic center perched on a rocky outcrop overlooking the sea. Visit to the "Pino Pascali" Museum of Contemporary Art. Stop for lunch in a restaurant. In the afternoon Iyengar Yoga (at the museum) and / or excursion in ape calessino, and / or boat tour. At the Peppino Campanella Shop, tasting of local wines led by a sommelier A.I.S. Transfer to **Putignano** guided visit to the hangar of the "Cartapesta" giants and to the confetti shop. Participation in the Putignano Carnival Wagons Parade and the Rite of the "Carnival Funeral".

Premessa

La proposta di Itinerario Turistico Tematico è costituita dall'innovativo sistema di Ospitalità Diffusa (O.D.)

L'O.D. è una forma di organizzazione, gestione, promozione e commercializzazione di un'offerta turistica proposta da una rete di imprese (non solo ricettive) in un particolare contesto come quello in oggetto.

L'O.D. è sinonimo di autenticità dei luoghi: soddisfa i desideri di una clientela turistica esigente ed esperta; persone che amano viaggiare, che hanno soggiornato in diversi tipi di strutture ricettive e località e che sono alla ricerca di formule innovative, ma che al tempo stesso siano in grado di rispecchiare il più possibile le caratteristiche del luogo.

L'O.D., in generale, ha anche la funzione di "animare" dal punto di vista sociale, culturale ed economico piccole città o aree svantaggiate. Le parole d'ordine sono: esperienza, condivisibilità, autenticità.

Analisi

L'enogastronomia, nella sua più ampia accezione di esperienza culturale, è entrata con forza tra i trend del turismo.

Oggi, come afferma la stessa World Tourism Organization, il turismo enogastronomico è un segmento in forte ascesa e uno dei più dinamici all'interno del settore. La componente enogastronomica ha acquistato una rilevanza considerevole nelle scelte di viaggio: secondo la World Food Travel Association il 93% dei turisti leisure ha partecipato a esperienze a tema rilevanti nel corso delle sue più recenti vacanze e il 49% ha indicato il cibo e il vino la ragione principale di almeno un proprio viaggio negli ultimi due anni.

Un dato che evidenzia la nuova centralità assunta dall'enogastronomia, che da elemento accessorio si è trasformata in una componente in grado di influenzare il comportamento del turista.

D'altronde, il turista enogastronomico italiano mostra un maggiore interesse verso la fruizione di tutte le esperienze legate ai temi del cibo e del vino. Partecipa ad un'ampia gamma di attività, fra le più popolari: visitare mercati agricoli locali, degustare piatti tipici in un ristorante del luogo e partecipare ad eventi enogastronomici. Percorrere itinerari tematici, andare alla ricerca di cibo con un esperto locale e visitare aziende vitivinicole o birrifici, invece, sono le esperienze che hanno un maggiore appeal su questi turisti rispetto a chi viaggia per altre ragioni.

Sebbene l'interesse per l'enogastronomia sia primario, il turista enogastronomico ama affiancare alle esperienze a tema una serie di altre attività anche se in modo meno frequente rispetto alle altre tipologie di turista. Se le attività culturali sono di gran lunga le più diffuse, emerge una maggiore propensione del turista enogastronomico rispetto al turista non enogastronomico a partecipare ad eventi culturali, a tour organizzati (a riprova di un ricorso più frequente all'intermediazione) e alle attività sportive.

Il turista enogastronomico si sente più coinvolto: ama fare fotografie dei piatti assaggiati in vacanza; condivide più frequentemente le sue esperienze di viaggio sui social network; partecipa maggiormente alle esperienze di social eating; spende di più per cibo e bevande, a conferma di una maggiore propensione alla spesa di questi turisti rispetto al turista generalista. Inoltre quando soddisfatto, è più propenso a ritornare nella destinazione e a raccomandarla, stimolando un passaparola positivo.

Per quanto riguarda le fonti di informazioni utilizzate nel corso della vacanza, il turista enogastronomico si affida più spesso ai consigli del web. I social network e i blog rappresentano un preziosissimo canale che consente rapidamente di leggere e comparare le opinioni degli utenti e, quindi, di farsi un'opinione più completa. Si affida quindi meno ai suggerimenti di parenti e amici o ai consigli dello staff della struttura in cui pernotta. Questa tendenza a consultare maggiormente le opinioni online risulta particolarmente evidente per i Millennials. I Boomers, al contrario, prediligono consigli e suggerimenti di famigliari, amici e parenti¹.

In Puglia² il turismo del gusto interessa una nicchia di turisti, pari al 3,4% di coloro che trascorrono una vacanza nella regione.

Per gli italiani è un'esperienza da vivere in coppia (43,5%), ma gli stranieri amano viaggiare con i figli anche in queste vacanze più impegnative (62%).

Enogastronomia, tradizione, shopping e cultura sono gli assi portanti di questo stile di vacanza e si sviluppano come interessi strettamente interconnessi tra loro.

Diversamente dalle altre tipologie di vacanza, influenzate soprattutto dai consigli e dal passaparola, gli spunti per scegliere un tour del gusto si cercano in Rete (35,7%), attraverso le informazioni e le offerte messe online dagli operatori, canale cruciale soprattutto per gli stranieri (tra i quali il peso di Internet come fattore di scelta supera il 60%), si seguono le indicazioni fornite dalle guide turistiche, utili soprattutto per gli stranieri (oltre il 20%), che si rivolgono anche alle proposte presenti nei cataloghi delle agenzie di viaggio (14%), si resta affascinati dalle immagini e dalle suggestioni viste nei film o nei documentari (4,4% tra gli italiani) si costruisce la vacanza in occasione di un evento culturale (6,7% degli stranieri).

Quella enogastronomica è una vacanza prenotata con largo anticipo: il 73% si muove almeno due mesi prima della partenza, ma sono gli stranieri a prenotare la vacanza prima di partire (il 74% rispetto al 38% degli italiani), soprattutto contattando direttamente la struttura ricettiva.

Per l'alloggio i turisti stranieri cercano una maggiore caratterizzazione territoriale e scelgono B&B (10,7%) e agriturismi (8,6%) più spesso che nelle altre tipologie di vacanza, fermandosi più a lungo (17 notti in media, rispetto alle 11 degli italiani).

Forse anche a causa della presenza dei figli, gli spostamenti in bicicletta sono limitati (7% e solo tra gli italiani), a favore dell'auto o dei mezzi pubblici.

Per raggiungere la Puglia i turisti appassionati di enogastronomia spendono in media 178 € persona per il viaggio, e poco circa 45 € per ogni notte per l'alloggio. Per acquistare beni e servizi durante la vacanza, la spesa media pro capite è di 55 € al giorno.

¹ Primo rapporto sul turismo enogastronomico, world food travel association- Osservatorio sul Turismo Enogastronomico – unibg, 2018.

² Fonte: Osservatorio Turistico della Regione Puglia-Unioncamere Puglia; Focus sui mercati, sui prodotti e sui target

Quella per i pranzi e le cene nei ristoranti è la voce di spesa più diffusa (80%), insieme alla spesa effettuata nei supermercati e seguita dai bar e pasticcerie (72%).

Soltanto il 27% dei turisti acquista prodotti enogastronomici da portare via e il 14% manufatti artigianali, mentre sono più diffusi i souvenir (41%) e lo shopping di abbigliamento (33%). I turisti spendono anche per fruire di attività ricreative (28%), per gli ingressi ai concerti e per le attività culturali.

Provenienza

| | |
|---------------|--------------|
| Italiani | 81,4 |
| Stranieri | 18,6 |
| Totale | 100,0 |

Fonte: Osservatorio turistico della Regione Puglia, Unioncamere Puglia

Regione di Provenienza

| | |
|-----------------------|--------------|
| Lombardia | 20,8 |
| Lazio | 20,1 |
| Piemonte | 12,0 |
| Campania | 10,8 |
| Liguria | 7,7 |
| Emilia Romagna | 6,6 |
| Puglia | 6,1 |
| Veneto | 4,8 |
| Molise | 2,8 |
| Marche | 2,7 |
| Sicilia | 2,4 |
| Toscana | 1,8 |
| Calabria | 0,4 |
| Friuli Venezia Giulia | 0,4 |
| Umbria | 0,4 |
| Trentino Alto Adige | 0,4 |
| Totale | 100,0 |

Fonte: Osservatorio turistico della Regione Puglia, Unioncamere Puglia

Provenienza estero

| | |
|--------------------|------|
| Francia | 31,0 |
| Regno Unito | 29,6 |
| Germania | 24,6 |
| Stati Uniti | 8,0 |
| Austria | 2,6 |
| Paesi Bassi/Olanda | 2,3 |
| Spagna | 1,9 |

Fonte: Osservatorio turistico della Regione Puglia, Unioncamere Puglia

Professione svolta

| Professione | Italiani | Stranieri | Totale |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Dirigenti d'azienda | 4,4 | 2,6 | 4,1 |
| Piccoli imprenditori | 1,7 | 23,2 | 5,7 |
| Professionisti e tecnici | 29,5 | 20,4 | 27,8 |
| Ritirati dal lavoro benestanti | 0,4 | 0,0 | 0,3 |
| Lavoratori autonomi | 26,6 | 1,4 | 21,9 |
| Operai e impiegati dell'industria e dei servizi a elevata qualificazione | 21,2 | 8,4 | 18,9 |
| Operai e impiegati dell'industria e dei servizi a medio-bassa qualificazione | 8,5 | 33,4 | 13,1 |
| Lavoratori atipici | 7,7 | 10,6 | 8,2 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Osservatorio turistico della Regione Puglia, Unioncamere Puglia

Segmentazione

| Sesso | Italiani | Stranieri | Totale |
|---------------|--------------|--------------|--------------|
| Maschio | 43,7 | 31,9 | 41,5 |
| Femmina | 56,3 | 68,1 | 58,5 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

| Età | Italiani | Stranieri | Totale |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|
| fino a 20 anni | - | - | - |
| da 21 anni a 30 anni | 30,2 | 5,0 | 25,4 |
| da 31 a 40 anni | 26,4 | 39,9 | 28,9 |
| da 41 a 50 anni | 19,7 | 28,6 | 21,4 |
| da 51 a 60 anni | 3,7 | 5,4 | 4,0 |
| oltre 60 anni | 20,1 | 21,0 | 20,2 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

| Titolo di studio | Italiani | Stranieri | Totale |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Licenza elementare | 6,1 | 1,4 | 5,2 |
| Scuola media inferiore | 18,5 | 3,0 | 15,6 |
| Diploma scuola media superiore | 53,6 | 56,9 | 54,2 |
| Laurea | 21,8 | 38,7 | 24,9 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

| Professione | Italiani | Stranieri | Totale |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Occupato | 68,2 | 65,8 | 67,8 |
| Ritirato | 12,3 | 16,9 | 13,1 |
| Disoccupato/inoccupato | - | 1,4 | 0,3 |
| Casalinga | 13,9 | 13,5 | 13,8 |
| Studente | 5,6 | 2,4 | 5,0 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

| Stato sociale | Italiani | Stranieri | Totale |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Single | 20,9 | 22,2 | 21,1 |
| Sposato/convivente con figli | 43,0 | 75,2 | 49,0 |
| Sposato/convivente senza figli | 34,5 | - | 28,1 |
| Altro | 1,6 | 2,5 | 1,8 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Osservatorio turistico della Regione Puglia, Unioncamere Puglia

Altra motivazione principale al viaggio

| | Italiani | Stranieri | Totale |
|---|----------|-----------|--------|
| Bellezze naturali del luogo | 37,5 | 38,5 | 37,7 |
| Posto ideale per riposarsi | 28,3 | 38,3 | 30,2 |
| Partecipare a eventi folkloristici della cultura locale | 28,2 | 16,0 | 25,9 |
| Prezzi convenienti | 24,8 | 3,9 | 20,9 |
| Praticare sport | 18,9 | 8,1 | 16,9 |
| Il desiderio di vedere un posto mai visto | 12,5 | 34,9 | 16,7 |
| Località esclusiva | 10,9 | 22,7 | 13,1 |
| Abbiamo la casa in questa località | 10,3 | 2,5 | 8,8 |
| Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale | 7,5 | 11,4 | 8,3 |
| Per il gusto dell'avventura | 8,2 | 1,7 | 7,0 |
| Per conoscere usi e costumi della popolazione locale | 5,9 | 8,4 | 6,4 |
| Passeggiate | 7,8 | - | 6,4 |
| Decisione altrui | 7,8 | - | 6,3 |
| Ho i parenti/amici che mi ospitano | 6,2 | 5,1 | 6,0 |
| Eventi | 6,3 | 2,3 | 5,5 |
| Posto adatto per bambini piccoli | 2,0 | 12,2 | 3,9 |
| Shopping | 2,8 | 7,9 | 3,7 |
| Per i divertimenti che offre | 2,7 | 2,5 | 2,7 |
| Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di questa località | 1,5 | 2,4 | 1,7 |

Fonte: Osservatorio turistico della Regione Puglia, Unioncamere Puglia

Attività svolte durante il soggiorno

| | Italiani | Stranieri | Totale |
|---|----------|-----------|--------|
| Ho degustato i prodotti tipici locali | 44,0 | 43,2 | 43,9 |
| Ho acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale | 37,8 | 29,2 | 36,2 |
| Passeggiate | 34,6 | 34,4 | 34,5 |
| Praticato attività sportiva | 26,6 | 19,6 | 25,3 |
| Sono andato al mare/ lago | 22,1 | 36,3 | 24,8 |
| Escursioni | 16,3 | 54,8 | 23,4 |
| Partecipazione ad eventi folkloristici | 22,9 | 25,2 | 23,3 |
| Partecipazione ad eventi enogastronomici | 23,7 | 16,3 | 22,3 |
| Ho fatto shopping | 23,4 | 12,1 | 21,3 |
| Ho visitato il centro storico | 13,3 | 26,9 | 15,9 |
| Visita di musei e/o mostre | 13,0 | 18,4 | 14,0 |
| Ho assistito a spettacoli musicali | 11,9 | 20,7 | 13,5 |
| Visitato monumenti e siti di interesse archeologico | 12,6 | 15,7 | 13,2 |
| Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici | 5,3 | 9,0 | 6,0 |
| Ho svolto attività agricole | 5,4 | - | 4,4 |
| Gite in barca a noleggio | 1,5 | 6,7 | 2,5 |
| Ho lavorato | 1,5 | - | 1,2 |
| Gite in barca privata | 1,2 | - | 1,0 |

Fonte: Osservatorio turistico della Regione Puglia, Unioncamere Puglia

Canali di comunicazione che influenzano il processo decisionale di scelta della località

| | Italiani | Stranieri | Totale |
|--|----------|-----------|--------|
| Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari | 41,8 | 29,1 | 39,4 |
| Internet | 30,0 | 61,0 | 35,7 |
| Informazioni su Internet | 24,9 | 34,8 | 26,7 |
| Offerte su Internet | 9,9 | 27,5 | 13,1 |
| C'ero già stato/esperienza personale | 24,2 | 11,5 | 21,8 |
| Guide turistiche | 5,7 | 20,2 | 8,4 |
| Consiglio dell'agenzia di viaggi | 8,4 | 0,0 | 6,9 |
| Film/Documentari | 4,4 | 0,0 | 3,6 |
| Abbiamo la casa in questa località | 4,4 | 0,0 | 3,6 |
| Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi | 0,8 | 13,9 | 3,2 |
| Non ho scelto io/hanno deciso altri | 2,2 | 6,7 | 3,0 |
| Richiesto dai figli fino a 14 anni | 1,6 | 9,0 | 3,0 |
| Pubblicità | 3,3 | 0,0 | 2,7 |
| Pubblicità sulla stampa | 1,3 | 0,0 | 1,1 |
| Attrazioni / eventi culturali | 0,6 | 6,7 | 1,7 |
| DVD/CD/Giochi | 1,5 | 2,5 | 1,7 |
| Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato | 0,0 | 8,9 | 1,7 |
| Mostre/Convegni/Fiere | 2,0 | 0,0 | 1,7 |

Fonte: Osservatorio turistico della Regione Puglia, Unioncamere Puglia

Prodotto di destinazione del soggiorno

| | Italiani | Stranieri | Totale |
|---------------|--------------|--------------|--------------|
| Città d'arte | 24,5 | 28,0 | 25,2 |
| Mare | 39,7 | 69,0 | 45,2 |
| Natura | 35,7 | 3,0 | 29,7 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Osservatorio turistico della Regione Puglia, Unioncamere Puglia

Tempi di prenotazione della vacanza

| | Italiani | Stranieri | Totale |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Nell'ultima settimana | 3,2 | - | 2,2 |
| 8/15 giorni prima | 7,2 | 12,2 | 8,7 |
| Circa un mese prima | 17,0 | 15,1 | 16,4 |
| Circa 2 mesi prima | 29,7 | 32,3 | 30,5 |
| Circa 3 mesi prima | 12,6 | 18,7 | 14,5 |
| Circa 4 mesi prima o più | 9,9 | 17,7 | 12,3 |
| Non ricorda | 20,5 | 4,1 | 15,4 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Osservatorio turistico della Regione Puglia, Unioncamere Puglia

Modalità di prenotazione della vacanza

| | Italiani | Stranieri | Totale |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Contattando direttamente la struttura ricettiva | 23,0 | 36,2 | 25,6 |
| Direttamente tramite internet scegliendo solo il viaggio | 8,8 | 29,0 | 12,7 |
| Direttamente tramite internet scegliendo solo l'alloggio | 14,3 | - | 11,5 |
| Direttamente tramite internet scegliendo una proposta completa su un catalogo di un tour operator | 10,9 | 12,2 | 11,1 |
| L'agenzia di viaggi, scegliendo una proposta completa su un catalogo di un tour operator | 11,9 | - | 9,6 |
| L'agenzia viaggi, per un pacchetto completo, che però non ha utilizzato proposte da catalogo | 6,3 | 9,1 | 6,8 |
| Contattando direttamente la società di trasporto | 7,7 | - | 6,2 |
| L'agenzia viaggi prenotando solo il viaggio | 3,0 | 13,5 | 5,0 |
| Privati che mi hanno affittato l'appartamento | 5,3 | - | 4,3 |
| L'agenzia viaggi prenotando solo l'alloggio | 4,0 | - | 3,2 |
| Altro | 3,3 | - | 2,6 |
| Agenzia immobiliare | 1,7 | - | 1,4 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Osservatorio turistico della Regione Puglia, Unioncamere Puglia

Con chi viaggia

| | Italiani | Stranieri | Totale |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Sono da solo/a | 10,5 | 2,3 | 9,0 |
| Sono con mia moglie/mio marito/ fidanzato | 43,5 | 15,5 | 38,3 |
| Sono con più componenti della mia famiglia (bambini) | 13,5 | 61,8 | 22,5 |
| Sono con più componenti della mia famiglia (senza bambini) | 0,4 | 2,5 | 0,8 |
| Sono con amici e familiari | 10,1 | 3,0 | 8,8 |
| Sono con amici | 15,0 | 8,1 | 13,7 |
| Sono con colleghi di lavoro | - | 6,7 | 1,3 |
| Sono con un gruppo organizzato | 6,8 | - | 5,6 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Osservatorio turistico della Regione Puglia, Unioncamere Puglia

Tipologia di alloggio scelto

| | Italiani | Stranieri | Totale |
|------------------------------|----------|-----------|--------|
| totale alberghi | 19,7 | 30,8 | 21,8 |
| 1 stella | - | 13,0 | 3,4 |
| 2 stelle | 7,5 | 21,9 | 11,3 |
| 3 stelle | 86,4 | 43,1 | 75,0 |
| 4 stelle | 6,1 | - | 4,5 |
| 5 stelle | - | 21,9 | 5,8 |
| Casa privata | 36,2 | 2,5 | 29,9 |
| Residenze di amici e parenti | 25,2 | 20,8 | 24,4 |
| Casa privata in affitto | 3,6 | 17,5 | 6,2 |
| Villaggio turistico | 7,4 | - | 6,0 |
| B&B | 4,7 | 10,7 | 5,8 |
| Agriturismo | 1,7 | 8,6 | 3,0 |
| Campeggio | - | 9,0 | 1,7 |
| Altro | 1,5 | - | 1,2 |

Fonte: Osservatorio turistico della Regione Puglia, Unioncamere Puglia

Numero di notti trascorse e Permanenza Media

| | Italiani | Stranieri | Totale |
|-------------------------|----------|-----------|--------|
| 1-3 notti | 5,3 | 0,0 | 4,3 |
| 4-6 notti | 19,2 | 1,9 | 16,0 |
| 7-13 notti | 44,1 | 60,0 | 47,0 |
| 14-30 notti | 28,6 | 20,0 | 27,0 |
| più di 30 | 2,8 | 18,2 | 5,6 |
| totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| media n.notti | | | |
| permanenza media totale | 11,7 | 17,2 | 12,7 |

Fonte: Osservatorio turistico della Regione Puglia, Unioncamere Puglia

Spesa sostenuta per il viaggio e per l'alloggio

| | Spesa media a persona in euro | | |
|------------------------------|-------------------------------|-----------|--------|
| | Italiani | Stranieri | Totale |
| Viaggio A/R | 146,02 | 326,88 | 177,88 |
| Alloggio (media giornaliera) | 49,54 | 35,47 | 44,92 |

Fonte: Osservatorio turistico della Regione Puglia, Unioncamere Puglia

Spesa media giornaliera per persona e quota percentuale di turisti che effettua ogni singola voce di spesa

| | Italiani | Stranieri | Totale | Italiani | Stranieri | Totale |
|--|----------|-----------|--------|----------|-----------|--------|
| | euro | | | % | | |
| Pubblici esercizi | | | | | | |
| Ristoranti, pizzerie | 14,91 | 9,26 | 13,86 | 79,6 | 79,8 | 79,6 |
| Bar, caffè, pasticcerie | 3,91 | 3,10 | 3,75 | 71,3 | 77,3 | 72,4 |
| Agroalimentari | | | | | | |
| Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi | 13,87 | 12,16 | 13,64 | 83,6 | 57,6 | 78,8 |
| Acquisto di prodotti enogastronomici tipici | 5,19 | 8,18 | 5,74 | 26,6 | 26,5 | 26,6 |
| Abbigliamento | | | | | | |
| Acquisti di abbigliamento | 13,17 | 7,80 | 12,11 | 32,3 | 34,6 | 32,7 |
| Acquisti di calzature, accessori | 13,12 | 18,24 | 14,37 | 17,6 | 24,8 | 18,9 |
| Acquisto di abbigliamento per la pratica di sport | 3,94 | | 3,94 | 3,2 | - | 2,6 |
| Acquisto di calzature per la pratica di sport | 15,54 | 2,5 | 10,52 | 2,4 | 6,6 | 3,2 |
| Attività ricreative | | | | | | |
| Attività ricreative (cinema, discoteca, etc) | 11,04 | 11,79 | 11,35 | 19,9 | 62,2 | 27,8 |
| Spettacoli teatrali, concerti etc | 7,58 | 6,4 | 7,28 | 25,2 | 35,8 | 27,2 |
| Biglietti/card, musei e monumenti | 12,00 | 16,82 | 13,58 | 10,8 | 23,1 | 13,0 |
| Stabilimenti balneari | 5,95 | 10,49 | 7,84 | 6,4 | 20,0 | 8,9 |
| Servizi benessere | 16,35 | 40,4 | 22,31 | 6,3 | 9,1 | 6,8 |
| Bookshop nei musei | 8,40 | | 8,40 | 6,0 | - | 4,9 |
| Visite guidate | 2,38 | 3,1 | 2,85 | 1,6 | 13,4 | 3,8 |
| Attività sportive (lezioni, scuole) | | 25,00 | 25,00 | - | 13,9 | 2,6 |
| Trasporti pubblici | | | | | | |
| Trasporti pubblici/taxi | 4,39 | 4,37 | 4,38 | 31,6 | 5,1 | 26,7 |
| Parcheggi | 2,50 | | 2,50 | 0,9 | 0,0 | 0,7 |
| Tabacchi editoria | | | | | | |
| Tabacchi | 3,71 | 3,94 | 3,75 | 38,8 | 42,2 | 39,4 |
| Editoria, giornali, guide | 6,28 | 6,84 | 6,46 | 22,6 | 44,8 | 26,7 |
| Altre industrie manifatturiere | | | | | | |
| Souvenir | 7,85 | 11,93 | 8,45 | 42,7 | 32,3 | 40,8 |
| Igiene personale e salute | 10,19 | 12,91 | 10,70 | 18,9 | 19,4 | 19,0 |
| Acquisti di prodotti artigianali tipici | 5,16 | 22,0 | 7,99 | 14,4 | 12,8 | 14,1 |
| Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria etc | 8,46 | 16,37 | 9,91 | 9,3 | 9,2 | 9,3 |
| Altro shopping | 1,44 | 120,00 | 9,09 | 5,5 | 1,7 | 4,8 |

Fonte: Osservatorio turistico della Regione Puglia, Unioncamere Puglia

L'itinerario

PUGLIA

“Sapori di un tempo”



I GIORNO: Conversano (28.02.2019)

In mattinata arrivo a Conversano

ore 10-13 Accoglienza e visita guidata nel centro di Conversano:

accoglienza da parte di una “guida animata” che accompagnerà i turisti tra i vicoli bianchi del centro storico, raccontando leggende e storie di uno dei più importanti e sanguinari personaggi dell’epoca: Giangirolamo II° Acquaviva D’Aragona. A seguire visita guidata al Castello e al Polo Museale*.

ore 13.30-16-00 Degustazione a base di Latticini e Formaggi, e visita guidata in una azienda agricola tipica del territorio: “Masseria Montepaolo”.

16 -18 visita guidata presso Castello Marchione tenuta di caccia immersa in un querceto e Torre di Castiglione situata su una collina alta circa 260 metri.

20.30 cena a tema presso ristorante tipico in Piazza Castello.

II GIORNO: Mola di Bari (01.03.2019)

Dopo la prima colazione,

10 - 13 trasferimento a Mola di Bari per la visita guidata di questo piccolo borgo sul mare che fa parte di una delle tappe della Via Francigena del Sud. Visite guidate ai monumenti della città: Castello Angioino costruito da Carlo I d'Angiò allo scopo di difendere la costa dalle frequenti incursioni e la Chiesa Matrice situata all'interno del borgo antico a poca distanza dal mare.

13.30 – 16.00 Degustazione di pesce locale e alga spirulina: Rete Utile

Sosta al tipico mercato del pesce, conoscenza delle sue tradizioni più antiche e partecipazione al Laboratorio del gusto. (a cura di produttori locali)

16.30- 19.30. Nel pomeriggio si potrà vivere un'esperienza unica presso il Teatro Van-Westerhout. A seguire spettacolo teatrale e cena con gli attori.

Rientro a Conversano.

III GIORNO: RUTIGLIANO (02.03.2019)

Subito dopo la prima colazione,

10 – 13 trasferimento a Rutigliano e visita guidata al Museo del Fischiello. Tutti i partecipanti avranno la possibilità di lavorare l'argilla, provando l'inebriante magia di creare un manufatto.

13.30 – 16 Degustazione di Olio e Miele Bio presso Masseria Parco dei Fichi d'India: laboratorio del gusto guidati di olio EVO BIO e di Miele BIO a cura del Premio Biol curato da BUO', iniziativa del Progetto Rete Utile Buono e Bio: la rete di produttori biologici locali e cooperative sociali che sostengono percorsi di inclusione socio lavorativa per le persone in difficoltà

17: Rientro a Conversano e Relax

20.30 Cena a tema in ristorante tipico

IV GIORNO: ALBEROBELLO (03.03.2019)

Dopo la prima colazione,

09 – 11 trasferimento ad Alberobello la “Regina dei trulli”, sito UNESCO, per la visita guidata tra i bianchi intonachi granulosi delle cupole coniche, le quali emanano un alone candido nell’aria vuota e turchina, con sosta presso la caratteristica Chiesa Trullo di Sant’Antonio.

11 – 12.30 Visita guidata e degustazione di vino presso Il Museo del Vino delle Cantine Albea

13.00 Pranzo in ristorante tipico ad Alberobello

16 – 17 passeggiata tra i trulli di Alberobello

17 – 22 Laboratorio del Gusto presso Masseria Santanna: impariamo a fare i Panzerotti – Laboratorio di cucina e degustazione – cena (durante la cena si può prevedere uno spettacolo teatrale a cura di teatri di Pace), in collaborazione con Rete Utile Buono e Bio.

Rientro a Conversano e pernottamento.

V GIORNO: POLIGNANO a MARE (04.03.2019)

Prima colazione e partenza per Polignano a Mare. Visita guidata della città animata da “Mister Volare” in persona. Di particolare interesse il centro storico arroccato su uno sperone roccioso a strapiombo sul mare. Visita del Museo d’Arte Contemporanea “Pino Pascali”. Sosta per il pranzo in ristorante. Nel pomeriggio Iyengar Yoga (presso il museo) e/o escursione in ape calessino, e/o tour in barca. Presso la Bottega Peppino Campanella, degustazione di vini del territorio guidata da un sommelier A.I.S. Trasferimento a Putignano visita guidata all’hangar dei “giganti di Cartapesta” ed alla bottega dei coriandoli. Partecipazione alla parata dei Carri del Carnevale di Putignano e al Rito del “Funerale del Carnevale”. Rientro a Conversano.

* **Progetto artistico Bacco nelle Corti**

Bacco nelle Corti è una visita turistica guidata interattiva che mescola teatro, percorsi urbani e ed enogastronomia. La manifestazione è un tour turistico alla scoperta del centro antico di Conversano, con sosta per la degustazione di vini pugliesi. I turisti accompagnati da guidatori, attori in abiti d'epoca – un frate medioevale, due dame del '700, un popolano dell'800 – attraverso il gioco e la caccia del tesoro hanno potuto scoprire o riscoprire gli angoli più nascosti della città.

Relazione tecnico-artistica

La visita è destinata a gruppi di circa 50 utenti/visitatori per giornata. Una guida turistica qualificata, accoglie il gruppo presso piazza castello, spiegando le regole del gioco e accompagna i partecipanti alla prima postazione. Qui, un attore, in costume teatrale d'epoca, recita un breve monologo, che ha offerto ai partecipanti alcuni contenuti di carattere storico-artistico sul sito turistico di riferimento e sulle tradizioni legati ai luoghi e ai personaggi storici della città. Al termine del monologo, e dopo un'approfondita spiegazione da parte della guida, il guidatore propone al gruppo un gioco o di movimento (rubabandiera, trottola ecc.) oppure di contenuto (indovinello, filastrocca da completare ecc). Il gruppo, superando così la prova, ha la possibilità di raggiungere la successiva postazione, dove li attende un altro guidatore con nuovi contenuti e nuovi giochi.

I personaggi possono essere scelti a seconda della tematica generale che si vuole scegliere o a seconda del percorso turistico pensato.

Al termine del percorso sarà prevista una sosta presso una vineria del centro antico per la degustazione di vini del territorio.

Bacco nelle Corti lo si può considerare **un percorso di formazione** dei cittadini/utenti/pubblico, che, **attraverso il coinvolgimento interattivo**, acquisiscono maggiore consapevolezza del territorio in cui vivono. Data la natura interattiva e ludica della manifestazione, Bacco nelle Corti è risultato essere adatto ad un pubblico trasversale e garantisce la partecipazione attiva anche dei bambini in età scolare.

Elenco delle Aziende Coinvolte

| Associazione Ospitalità Diffusa "Visit Conversano" | | | |
|---|--|---|--|
| | | Posti Letto | Lingue parlate |
| 12 B&B residenti nel centro storico di Conversano | | 52 | Inglese Francese Spagnolo Tedesco Portoghese |
| Servizi Offerti | | | |
| <p>Spazi all'aperto</p> <ul style="list-style-type: none"> terrazza solarium spiaggia privata <p>Piscine e servizi benessere</p> <ul style="list-style-type: none"> pacchetti spa/benessere sala spa/area relax servizi di bellezza ombrelloni sdraio/lettini teli da bagno piscina all'aperto (stagionale) hammam (a pagamento) massaggi (a pagamento) solarium (a pagamento) sauna (a pagamento) <p>Servizi di pulizia</p> <ul style="list-style-type: none"> servizio lavanderia (a pagamento) <p>Servizi business</p> <ul style="list-style-type: none"> spazi per riunioni/banchetti (a pagamento) <p>Servizi generali</p> <ul style="list-style-type: none"> aria condizionata struttura interamente non fumatori riscaldamento autonoleggio | | <p>Animali</p> <ul style="list-style-type: none"> Animali non ammessi <p>Attività</p> <ul style="list-style-type: none"> snorkeling escursioni in bicicletta noleggio biciclette <p>Servizi di ristorazione</p> <ul style="list-style-type: none"> possibilità di colazione in camera bar ristorante <p>Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> Internet WiFi gratuito <p>Trasporti</p> <ul style="list-style-type: none"> navetta da e per l'aeroporto <p>Servizi di accoglienza</p> <ul style="list-style-type: none"> reception 24 ore su 24 <p>Intrattenimento e servizi per le famiglie</p> <ul style="list-style-type: none"> servizio baby-sitter (a pagamento) camere/strutture per ospiti disabili servizio in camera quotidiani (a pagamento) servizi VIP in camera | |

| Associazione Ristoratori "Piazza Castello" - Conversano | | |
|---|--------------|---------------------------------|
| | Posti a sede | Lingue parlate |
| 10 Ristoranti/Trattorie/Pizzerie residenti nel centro storico di Conversano | 650 | Inglese Francese Spagnolo |

Le aziende di seguito elencate, possono essere coinvolte anche direttamente nel processo di fruizione del turista.

Lingue parlate: Inglese

Sapori di casa: Via Catanzaro 57, 70014, Conversano (BA)

| Sottoli | Paté | Sughi | Confetture | Sciroppati |
|-----------------------|-------------------------------|----------------------|------------------------------------|----------------------|
| Melanzane; | Paté di carciofini; | Passata di pomodoro; | Confettura extra di mele cotogne; | Ciliegie sciroppate; |
| Lampagioni; | Paté di pomodori; | Sugo al basilico; | Confettura extra di fragola; | Percoche sciroppate; |
| Pomodori semi secchi; | Paté di olive nere; | Sugo all'arrabbiata; | Confettura extra di ciliegie; | Ciliegie in alcol. |
| Carciofini; | Paté di olive verdi | Sugo alle melanzane; | Confettura extra di fichi; | |
| Giardiniera; | Paté di lampagioni; | Sugo alla rucola. | Confettura extra di fichi d'india; | |
| Zucchine; | Paté di cime di rape; | | Confettura extra di amarena; | |
| Puntarelle; | Paté di peperoncini piccanti. | | Confettura di melagrana; | |
| | | | Confettura extra di uva; | |

Funghi cardoncelli;

Pomodori secchi

Cime di rapa;

Peperoni grigliati;

Peperoni ripieni al
tonno.

Confettura extra
di prugne;

Confettura extra
di albicocche;

Marmellata
extra di limoni;

Marmellata
extra di arance.

Frantoio D'Orazio: Via dell'Ulivo, 1, 70014, Conversano (BA)

Olio Evo Mediterranea Coll. AGNANO

Olio Evo Mediterranea Coll. CHIENNA

Olio Evo Mediterranea Coll. SASSANO

Olio Evo Mediterranea Coll. MONSIGNORE

Olio Evo Mediterranea Coll. SAN VITO

Olio Evo Mediterranea Coll. CASTIGLIONE

Olio Evo Mediterranea Coll. IAVORRA

Olio Evo Mediterranea Coll. PADULA

Olio Evo Mediterranea Coll. VIGNOLA

Olio Evo Mediterranea Coll. OLTREMARE

Olio Evo Mediterranea Coll. GIADA

Olio Evo Mediterranea Coll. VERMIGLIO

Cantine D'Alessandro: Via Polignano, 15, 70014, Conversano (BA)

| | |
|--------------------------------|---------------------------|
| Soffio | Primitivo |
| Cantoria | Negroamaro- Nero di Troia |
| Ardente | Primitivo-Negramaro |
| Sirio | Negroamaro |
| Conte Guercio (bianco e rosso) | Malvasia |

Nonna Rita: Via Adua, 15, 70014, Conversano (BA)

Produzione di confetture biologiche

La Bottega della Terracotta di Moccia – Pagliarulo: Via Gen. C. A. Dalla Chiesa, 14, 70018 Rutigliano (BA)

Produzione di fischietti in terracotta

La Nostra Terra -Artigianato Tipico: Via Carlo Collodi 31, 70018 Rutigliano (BA)

Produzione di suppellettili in terracotta

Kundalini -Artigianato Tipico: Via Vittorio Veneto 13, 70042 Mola di Bari (BA)

Produzione di oggetti in legno e pietra

Notarnicola Massimo - Artigianato Tipico: Via Fratelli Morea 38, 70017 Putignano (BA)

Produzione di oggetti in legno e pietra

Peppino Campanella oggetti di luce: via Conversano, 9, 70044 Polignano a Mare (BA)

Produzione di lampade in vetro e pietra

Vittoria Rutigliano –GalleriaVi: Via Monsignore Lamberti, 9, 70014 Conversano (BA)

Pittrice

Quartieri di Vitto Mario: Corso Umberto I, 30, 70014 Conversano (BA)

Produzione di oggetti in legno, pietra, vetro, rame

GiùinLab: Via Cavaliere, 32, 70043, Monopoli (BA)

Produzione di ceramiche

La Compagnia del Borgo: Via Adua 15, 70014, Conversano (BA); C.F. 93430820725

De Bernardios: produzione e lavorazione cuoio

Delle Site: produzione e lavorazione pietra locale

Graziano Paciello: produzione e lavorazione legno

Mirella kimy: produzione di piante cosiddette "dell'aria"

Linda Vacca: lavorazione corde e produzione di cesti

Rete Utile Buono e Bio: Via Mameli 5, 70125, Bari; PIVA e CF 07853230725