



## UniCredit: con Made4Italy 5 miliardi per il turismo e l'agroalimentare

*Presentato oggi a Bari nel corso del "Forum Economie sul settore Turismo" il nuovo programma della banca per stimolare un sistema integrato turismo-agricoltura per la crescita e la valorizzazione dei territori italiani.*

*Siglato accordo tra UniCredit e Federalberghi Puglia*

*Studio UniCredit-Nomisma: le circoscrizioni "Altri Comuni Lecce", "Bari", "Altri Comuni Bari", "Vieste" e "Altri Comuni Foggia" spiccano nella Regione per alto indice di potenzialità e attrattività turistica.*

*Cresce del 20% l'export agroalimentare pugliese.*

*Studio Travel Appeal: la soddisfazione generale dei turisti che nel 2019 hanno soggiornato nelle strutture turistiche della Puglia è all'88,13%, superiore alla media del Paese (86,9%).*

Bari, 02 ottobre 2019 – Agroalimentare di qualità e turismo, un'opportunità per la Puglia. La regione, con 58 tra prodotti e vini a denominazione di origine, ed una crescita nel 2018 dell'export dei prodotti agroalimentari del 20%\* (superiore al dato italiano del 9%), conferma di puntare sulla valorizzazione dei prodotti di qualità per aumentare l'attrattività turistica.

Proprio per sostenere il trend in atto nella Regione, UniCredit lancia oggi "**Made4Italy**", la nuova iniziativa della banca per favorire un sistema integrato turismo-agricoltura, settori-chiave per la crescita dell'economia italiana e dei suoi territori, e destina un **plafond di 5 miliardi di euro per le PMI italiane nel triennio 2019-2021** per promuovere progetti legati alle identità regionali tipiche del Paese e attrarre nuovi flussi turistici.

Di turismo ed agricoltura come binomio per la crescita della Puglia si è discusso oggi a Bari, presso la sede della Camera di Commercio, nel corso del "**Forum Economie sul settore Turismo**" organizzato UniCredit per valorizzare il potenziale attrattivo del territorio pugliese in un'ottica di turismo sempre più legato all'enogastronomia e in grado di trainare la crescita dell'economia regionale.

Dopo i Saluti di **Alessandro Ambrosi**, Presidente della CCIAA Bari, **Annalisa Areni**, Regional Manager Sud di UniCredit e **Francesco Caizzi**, Presidente di Federalberghi Puglia, hanno siglato un **accordo** finalizzato alla realizzazione di azioni congiunte per il rafforzamento delle potenzialità del sistema industriale locale del settore. Grazie all'accordo UniCredit mette a disposizione finanziamenti e prodotti specifici per le imprese della regione, oltre a fornire consulenza strategica per sostenere le PMI del settore nel loro percorso di crescita, per la condivisione e la realizzazione di progetti d'investimento e per l'accesso a forme agevolate di sostegno.

La giornata è proseguita con l'intervento di **Massimo Macchitella**, Head of Small Business & Financing Products di UniCredit, che ha presentato i dati dello studio realizzato da UniCredit, in collaborazione con Nomisma\*\*, nato con l'obiettivo di sostenere gli imprenditori del settore nell'individuare gli asset strategici sui quali puntare. La Puglia si colloca all'**11° posto** nella graduatoria delle regioni italiane per numero di arrivi (4,1 milioni di arrivi nel 2018) e all'**8° posto** per numero di presenze. Il **26%** dei turisti che visitano la Puglia è straniero\*\*\*. Nella regione sono presenti 23 circoscrizioni turistiche, ovvero aree territoriali omogenee per caratteristiche di domande ed offerte. Le circoscrizioni "**Altri Comuni Lecce**", "**Bari**", "**Altri Comuni Bari**", "**Vieste**" e "**Altri Comuni Foggia**" spiccano per alto indice di potenzialità e attrattività turistica. Dall'indagine emerge inoltre che la Puglia sta puntando decisamente sulla qualità, con una crescita a due cifre della produzione dei prodotti alimentari DOP e IGP (**+56%** contro un incremento del 3,4% registrato a livello nazionale). Infine nel 2018 una bottiglia su 4 (il 25% della produzione regionale) è costituita da vini DOP o IGP, per un totale di oltre 2,4 mila ettolitri di prodotto\*.

**Nota:** lo Studio UniCredit-Nomisma si basa sull'analisi delle circoscrizioni turistiche; l'indice sintetico di potenzialità turistica UniCredit-Nomisma a livello di Regione e di circoscrizione è determinato dalla sintesi ponderata di 3 indicatori: lo Score Base, che misura la performance turistica di un territorio in termini di dotazione infrastrutturale e flussi turistici; lo Score Trend, che misura la potenzialità di un territorio in termini di trend presenti nelle circoscrizioni; lo Score Funding, che misura la quota di finanziamenti pubblici per l'attuazione di politiche di coesione finalizzate a migliorare l'attrattività turistica

*“Le eccellenze enogastronomiche della Puglia e le bellezze offerte da un immenso patrimonio culturale, artistico e naturale, contribuiscono a rendere la regione un territorio unico – ha affermato **Annalisa Areni**, Regional Manager Sud di UniCredit - UniCredit guarda con grande attenzione al turismo e all’agroalimentare e, per il prossimo triennio, il nostro impegno sarà volto a sostenere progetti che prevedono l’integrazione tra i due settori attraverso un plafond di 5 miliardi di euro per le PMI italiane, con l’obiettivo specifico di stimolare il fare-rete sui territori al fine di valorizzarli. Il turismo ed il settore agroalimentare sono strategici per questa regione: il primo vale circa il 9% del Pil regionale, ma anche l’agroalimentare gioca un ruolo importante, con oltre 83 mila imprese del settore che generano un valore della produzione globale di circa 400 milioni di euro e con un’incidenza sul PIL regionale pari al 6%. La vera sfida per la Puglia sta nel favorire lo sviluppo di un sistema integrato turismo-agricoltura, capace di creare una catena di valore tra le eccellenti risorse offerte dai due settori, innescando un circolo virtuoso in grado di apportare benefici all’intero territorio. E’ su questi presupposti che nasce il progetto Made4Italy su cui UniCredit intende lavorare”.*

Attraverso un modello dedicato, con **“Made4Italy”** la banca propone nello specifico una serie di azioni mirate a promuovere un’offerta congiunta tra strutture ricettive ed imprese agricole volta al potenziamento delle destinazioni turistiche, dei prodotti di eccellenza e del trend enogastronomico, con l’obiettivo di potenziare non solo l’asset turistico ma anche altri asset fondamentali delle nostre regioni, come l’arte, la cultura, la sostenibilità, il patrimonio storico e paesaggistico.

Nel dettaglio, il programma **“Made4Italy”** prevede le seguenti linee di azione strategica:

- **NUOVA FINANZA:** UniCredit destinerà 5 miliardi di euro di nuova finanzia nel triennio 2019-2021 per stimolare il “fare-rete” sui territori e per favorire un sistema integrato turismo-agricoltura. Questo si traduce anche nell’offerta di prodotti e servizi tarati sulle specifiche esigenze delle imprese che operano nei settori del turismo e dell’agroalimentare italiano;
- **CONSULENZA DEDICATA:** grazie al radicamento territoriale e al proprio know-how di banca internazionale, con banche leader in 14 mercati strategici e una importante presenza operativa in altri 18 Paesi in tutto il mondo, UniCredit mette a disposizione una consulenza specifica dedicata e tarata sulle esigenze di ogni singolo progetto selezionato sui territori, con il supporto di alcune leve quali:
  - **Networking:** facilitare sui territori italiani momenti di incontro (workshop e B2B) tra le imprese e attori di filiere differenti, anche con il possibile coinvolgimento di imprese sociali presenti sul territorio;
  - **Formazione:** supportare la competitività delle imprese, affiancandole nell’accrescere le competenze finanziarie, di marketing e di comprensione delle evoluzioni e dei trend dei mercati di riferimento degli operatori dei due settori, in particolare quelli più piccoli, grazie all’organizzazione di giornate di formazione avanzata e gratuita;
  - **Comunicazione:** diffondere i valori, la sostenibilità, la cultura e le eccellenze dei territori in cui si sviluppano i progetti, utilizzando i canali di comunicazione della banca.

Nel corso della giornata sono stati approfonditi i temi emersi dalla ricerca UniCredit-Nomisma nell’ambito di una “Tavola Rotonda” che ha visto la partecipazione anche di **Loredana Capone**, Assessore Industria Turistica e Culturale della Regione Puglia, di **Alessandro Laterza**, Amministratore Delegato Laterza Spa e di **Roberto Pagliara**, Amministratore Delegato di RG Holding Srl

Nel dettaglio, lo studio UniCredit-Nomisma evidenzia come alcune circoscrizioni, in particolare quelle di **“Bari”**, **“Foggia”**, **“Santa Cesarea Terme”**, **“Brindisi”** e **“Lecce”**, siano riuscite a mitigare la stagionalità grazie ai diversi asset territoriali e alla varietà dell’offerta. La Puglia si posiziona inoltre al **primo posto in Italia con 116 borghi** a spiccato interesse storico e artistico che, con una offerta turistica di oltre 4.600 strutture ricettive, generano un numero di arrivi totali superiore ai 2,8 milioni (il 26% è costituito da turisti stranieri) e costituiscono un mix importante per lo sviluppo eno-gastronomico e turistico della regione.

Un punto sicuramente a favore della Puglia è rappresentato dalle strutture alberghiere. Da un’indagine di Travel Appeal\*\*\* sui trend di cambiamento in atto nel comparto turistico, è emerso infatti che la **soddisfazione generale** (sentiment medio, ovvero l’indicatore che riflette la percezione delle strutture ricettive prendendo in considerazione le recensioni registrate sui principali portali) delle persone che nel 2019 hanno soggiornato nelle strutture turistiche della Puglia attesta all’**88,13%**, dato **superiore alla media Paese (86,9%)**, con una quota di attrazione di turisti stranieri che raggiunge il 36% sul totale degli arrivi. Il dato di soddisfazione generale dei turisti della Puglia è il risultato dell’analisi di oltre 500.000 contenuti testuali (recensione, testo o post) emersi sui principali social e sui siti specializzati (Booking.com è il canale nel quale si trova il maggior numero di recensioni, seguito da Google, TripAdvisor e Facebook).

Nota: lo Studio UniCredit-Nomisma si basa sull’analisi delle circoscrizioni turistiche; l’indice sintetico di potenzialità turistica UniCredit-Nomisma a livello di Regione e di circoscrizione è determinato dalla sintesi ponderata di 3 indicatori: lo Score Base, che misura la performance turistica di un territorio in termini di dotazione infrastrutturale e flussi turistici; lo Score Trend, che misura la potenzialità di un territorio in termini di trend presenti nelle circoscrizioni; lo Score Funding, che misura la quota di finanziamenti pubblici per l’attuazione di politiche di coesione finalizzate a migliorare l’attrattività turistica

Nello specifico focus sulla Valle D'Itria presentato da Travel Appeal emerge che il sentiment medio per l'area si attesta al 90.05%, dato superiore alla media della Regione, con una quota di attrazione di turisti stranieri che raggiunge il 40% sul totale degli arrivi. Per la Valle D'Itria il risultato del sentiment positivo si basa sull'analisi di circa 700 strutture ricettive del territorio appartenenti ai 9 principali Comuni dell'area, e dell'analisi semantica di oltre 51.677 contenuti testuali emersi sui principali social e sui siti specializzati, dove sono state rilevate circa 106.000 opinioni espresse su diversi aspetti riguardanti l'esperienza di soggiorno, con un sentiment medio positivo dell'88.87%".

**Contatti Stampa:**

**UniCredit – Media Relations Sud Italia:** Francesco Squitieri - Cell: 335.5494594 - Mail: [francesco.squitieri@unicredit.eu](mailto:francesco.squitieri@unicredit.eu)

\*Fonte: UniCredit-Nomisma, su dati Coeweb 2018

\*\*Fonte: UniCredit-Nomisma, 2017-2018

\*\*\*Fonte: Nomisma su anticipazioni dati ISTAT, 2018

\*\*\*\*Fonte: Travel Appeal, "Date Driven: come i dati cambiano il comportamento, la comunicazione e la promozione turistica"

**Nota:** lo Studio UniCredit-Nomisma si basa sull'analisi delle circoscrizioni turistiche; l'indice sintetico di potenzialità turistica UniCredit-Nomisma a livello di Regione e di circoscrizione è determinato dalla sintesi ponderata di 3 indicatori: lo Score Base, che misura la performance turistica di un territorio in termini di dotazione infrastrutturale e flussi turistici; lo Score Trend, che misura la potenzialità di un territorio in termini di trend presenti nelle circoscrizioni; lo Score Funding, che misura la quota di finanziamenti pubblici per l'attuazione di politiche di coesione finalizzate a migliorare l'attrattività turistica