

L'ABRUZZO ALLA BORSA INTERNAZIONALE DEL TURISMO, DA REGIONE POCHE INFO

16 Febbraio 2018

MILANO – “Tre giorni sotto i riflettori dei media internazionali e nazionali che, insieme agli operatori di settore, hanno manifestato tutto il loro interesse a conoscere l’Abruzzo e a raccontarlo nella sua dimensione di destinazione turistica da scoprire”.

Si legge in una nota del dipartimento Turismo della Regione Abruzzo, l’unica fino ad oggi sulla spedizione abruzzese a Milano alla Borsa Internazionale del Turismo (Bit) dall’11 al 13 febbraio con 12 Destination management companies (Dmc) e la Product management company (Pmc) per presentare la propria offerta turistica.

Una nota riassuntiva che però non dà informazioni dettagliate, ad esempio su quanto l’Ente abbia speso per la spedizione e cosa sia stato messo in piedi concretamente grazie alla rassegna milanese.

LA NOTA COMPLETA

Tre giorni sotto i riflettori dei media internazionali e nazionali che, insieme agli operatori di settore, hanno manifestato tutto il loro interesse a conoscere l’Abruzzo e a raccontarlo nella sua dimensione di destinazione turistica da scoprire

Una presenza soprattutto “tecnica”, visto il programma della manifestazione che prevedeva una sola giornata di apertura al pubblico e ben due giornate dedicate agli operatori del settore, con incontri “b2b”, ossia “business to business”, per veicolare il prodotto turistico sui mercati.

L’attività di comunicazione e promozione svolta dalla Regione in merito alla Bit è stata quindi rivolta essenzialmente agli operatori e la scelta è risultata vincente: ben 316 i buyers di varia provenienza che hanno mostrato interesse per l’Abruzzo e che hanno incontrato i rappresentanti delle Dmc e Pmc abruzzesi.

Oltre ai tanti operatori italiani, si sono registrati contatti con operatori dei maggiori Paesi europei: Inghilterra, Germania, Danimarca, Olanda, Svezia, Polonia, Spagna ma anche Irlanda, Croazia, Grecia, Repubblica Ceca, Portogallo, Norvegia, Romania, Bulgaria.

Moltissimi anche i contatti con operatori provenienti da Paesi extraeuropei, quelli che hanno manifestato il maggior interesse per la meta Abruzzo: parliamo di Usa, Russia, Cina, Giappone, Canada e ancora Australia, Perù, Argentina, Uruguay, Kuwait, Thailandia, Kazakistan, Vietnam, India, Honduras, Oman, Emirati Arabi.

Per quanto riguarda i prodotti turistici, oltre alla prevedibile grande richiesta per le destinazioni mare e montagna, sia invernale sia estiva, è stato rilevato un forte interesse per i tour enogastronomici, per il turismo attivo (trekking, bike, sport estremi), nonché per gli itinerari di arte e cultura.

Nuove emergenti declinazioni del turismo riguardano viaggi business e di team building, wedding, corsi di cucina, turismo equestre e location di lusso per una clientela high profile.

Nei contatti sia con il pubblico sia con gli operatori del settore, ciò che è emerso fortemente è l’atteggiamento di grande curiosità verso l’Abruzzo, visto oggi come una meta da scoprire, una novità per i viaggiatori che conoscono già l’Italia ma che vogliono andare oltre le destinazioni classiche.

Lo stesso interesse che hanno dimostrato anche le 30 testate giornalistiche e riviste di settore e i 20 nuovi blogger nazionali ed esteri che hanno voluto e vogliono raccontare la meta Abruzzo e le sue particolarità, che vogliono venire a scoprire il nostro territorio attraverso press tour ed educational trip, ricevere notizie dalla newsletter regionale.

Tante anche le richieste di informazioni durante la giornata di apertura al pubblico, in cui sono state distribuite, solo da parte del desk regionale, oltre 4 mila brochures e cartine promozionali del territorio.

E per concludere, nell'area dedicata al turismo enogastronomico denominata "A Bit of Taste", l'Abruzzo ha dato un assaggio di sé presentando un cooking show incentrato sulla preparazione della chitarrina teramana con ragù di agnello e zafferano.