

Tutta l'Italia a Milano

Prodotti, promozioni e risultati delle Regioni. Molti i progetti dedicati all'intermediazione turistica per destagionalizzare e diversificare le vendite.

a cura di *Andrea Lovelock*

LAZIO

Pad. 13 - St. G2-33/H33/L26 - C. GHL

Il territorio, in bassa stagione

«La propensione dei tour operator a vendere il Lazio in pacchetto con Roma - dichiara **Claudio Mancini**, assessore regionale al Turismo - conferma che la nostra linea è corretta: la promozione internazionale del Lazio è possibile solo attraverso un'offerta che valorizzi i percorsi regionali collegandoli al soggiorno nella Capitale. Rafforzeremo la nostra presenza sul mercato globalizzato, promuovendo pacchetti integrati su Roma e dintorni, puntando



Claudio Mancini

anche sulla destagionalizzazione del turismo, che oggi ha il suo picco nel mese di maggio».

► **PROMOZIONE** Varata la nuova legge sul turismo, la regione si muoverà effettuando indagini mirate sui diversi mercati internazionali, alle quali seguirà il lavoro di analisi e poi di promozione, anche attraverso un articolato calendario di workshop, per coinvolgere tutta la filiera del settore su progetti mirati.

«Dobbiamo impegnarci per diffondere il messaggio che per i turisti europei, e in particolare inglesi, il Lazio rappresenta un tesoro da scoprire, con i suoi parchi, l'ar-

ALTO ADIGE-SÜD TIROL

Pad. 9 - St. D36/B43 - C. DE

2008 sul tema della mobilità

Quest'anno l'Alto Adige-Süd Tirol punta al consolidamento e si presenta come destinazione a 360°, per cui oltre al turismo sono importanti anche i prodotti, il *made in Alto Adige*. «In particolare però - afferma l'assessore regionale al Turismo **Thomas Widmann** - puntiamo sul tema della *mobility* con i trasferimenti low cost, con proposte treno e bici, con percorsi a piedi e a cavallo».

► **MERCATI** Circa i mercati di riferimento, oltre alla Germania (primo), si punta su Svizzera, Paesi Bassi, Belgio, Gran Bretagna, Po-

lonia e Repubblica Ceca. Ovviamente lo strumento primario per il dialogo operativo con agenti di viaggio è internet con, il supporto telefonico.



Thomas Widmann

► **FLUSSI** Lo scorso anno si è chiuso con buone performance: circa 5,2 milioni di arrivi e 27,2 milioni di presenze, pari ad un incremento del +4%. Gli italiani in vacanza in Alto Adige sono stati oltre 2 milioni, che equivale ad una quota mercato del 37%.

cheologia, i monumenti e le meravigliose abbazie vicine a Roma, come Subiaco e Fossanova. Riguardo poi al futuro - continua Mancini - vogliamo dare il massimo supporto agli eventi sportivi che si terranno sul territorio, a partire dai *Mondiali di Nuoto* del 2009, nella convinzione che la comunicazione agli addetti ai lavori dell'incoming è il modo migliore per investire nel futuro turistico della regione».

de della filiera congressuale. Partendo dal territorio dell'Eur, quartiere a fortissima vocazione congressuale, si sono unite in associazione le maggiori aziende della meeting industry per rendere omogenea e pertanto competitiva, a livello internazionale, l'offerta del turismo congressuale, settore che è al primo posto come fatturato nazionale rispetto al turismo d'arte e al turismo balneare. A tal

fine è stato definito un progetto globale di marketing, promozione e comunicazione: creazione di un sito internet, eventi promozionali, missioni commerciali con buyer esteri, convegni e partecipazioni a fiere nel mondo. Il tutto al fine di promuovere per la prima volta un'offerta unica del prodotto congressuale, connotata da una carta dei servizi, un codice etico e una certificazione di qualità.

LITORALE SPA

La costa laziale fa incontrare domanda e offerta

Termineranno alla fine di marzo i week-end lanciati dalla Litorale SpA, insieme alla Regione Lazio, con il claim *Mordi e Resta*.

Le iniziative future di Litorale SpA seguiranno questo solco. Per il 2008 la Litorale SpA punta a creare una convergenza tra l'offerta degli operatori alberghieri del litorale del Lazio e la domanda di t.o. internazionali. **Romolo Guasco**, direttore generale della società, spiega: «Puntiamo prevalentemente a grandi operatori turistici dei mercati nord europei. Stiamo selezionando, anche facendo sopralluoghi, le strutture ricettive presenti sul litorale laziale da presentare, divise per target, agli operatori interessati ad alcune località del litorale laziale, potranno così proporre alla loro clientela sui cataloghi dell'intermediazione organizzata».



LAZIO IN CIFRE

Arrivi esteri 2007	6.400.000
Presenze estere 2007	25.300.000
Spesa visitatori esteri (in milioni)	5.600
Viaggiatori laziali all'estero	1.750.000
Spesa turisti all'estero (in milioni)	1.400
N. agenzie di viaggio nella regione	1.172

Fonti: stime da Uic Eurosystema-Regione

PORTA I TUOI CLIENTI IN ISLANDA CON LA LORO AUTO

ESPLORERANNO L'ISLANDA E LE ISOLE FAROE

Gli affascinanti panorami dell'Islanda e delle Isole Faroe li attendono. Proveranno emozioni uniche: un'aria di una trasparenza incredibile, panorami mozzafiato, vulcani, scenari lavici, ghiacciai e cascate uniche in Europa. Il mare è popolato da balene ed altri mammiferi marini e l'aria da migliaia di uccelli. Il tutto in paesi dove le code non esistono e dove spesso calcheranno terreni mai percorsi da orme umane.

Tutto questo offre la Smyril Line che da più di 25 anni solca il Nord Atlantico e conosce ogni angolo dell'intera regione, proponendo anche prodotti unici in connessione alla navigazione con la moderna nave traghetto Norrona, l'unica a solcare questi mari.



ICELAND · FAROE ISLANDS
SHETLAND · SCOTLAND
NORWAY · CRUISE

WWW.SMYRIL-LINE.COM

AGAMARE S.R.L. · VIALE TUNISIA 38 · I-20124 · MILANO · ITALY · TEL 02 673 972 1 · FAX 02 673 972 99 · AGAMARE@AGAMARE.IT · WWW.AGAMARE.IT