

Made In Liguria: Londra, Lione e Parigi per promuovere il turismo

di **Redazione**

16 Marzo 2017 - 12:34



Liguria. Prosegue l'intenso periodo di promo commercializzazione del Made in Liguria del turismo, a cura dell'Agenzia di promozione "In Liguria". Un vero e proprio tour de force che, dopo la Germania, toccherà anche la Francia e il Regno Unito.

Dopo la partecipazione della scorsa settimana all'International media marketplace di Berlino, ieri, l'Agenzia "In Liguria" era a Londra per l'International Media Marketplace UK, nella centralissima sede del Queen Elizabeth II Centre. L' Agenzia in Liguria ha incontrato 28 giornalisti rappresentativi delle più prestigiose testate, tra cui diversi importanti quotidiani inglesi, come The Telegraph, The Independent, The Sunday Times, The Daily Express, e riviste di settore come Lonely Planet, Fabulous Magazine, Family Traveller.

"La nostra campagna di internazionalizzazione dell'offerta turistica di eccellenza - spiega Carlo Fidanza, commissario dell'Agenzia "In Liguria" - prosegue puntando prima di tutto sui mercati europei più forti per la Liguria. Stiamo cavalcando l'onda di una crescita costante, che dura ormai da tempo e che premia la capacità della Liguria di fare turismo, grazie anche alle nostre azioni di comunicazione, abbiamo visto una crescita complessiva di turisti stranieri di oltre il 4%, con picchi del 10% e oltre per la Francia, dell'8,5% per la Germania e del 5,5 per il Regno Unito. Di fronte a questi dati la nostra sfida è quella di proseguire nella crescita, sviluppando prodotti turistici di qualità a fianco degli operatori liguri, sostenendoli nella distribuzione dell'offerta sui mercati. Dopo Berlino, oggi a Lione e Parigi, domani a Londra".

Tante sfide e anche una nuova capacità di fare squadra, come accadrà a Londra il 23 marzo in occasione di un workshop che vedrà la Liguria insieme a Lombardia e Piemonte: “Stiamo entrando nel vivo - commenta l’assessore regionale al Turismo Gianni Berrino - della realizzazione di tre progetti interregionali sul tema dell’enogastronomia, della vacanza attiva e delle ville e dei giardini con molte iniziative sui mercati europei. L’obiettivo dei progetti è quindi mettere in comune l’offerta diversificata delle tre regioni e sostenerne l’azione di distribuzione. Per questo lavorare in sinergia a livello interregionale può costituire un valore aggiunto per aumentare l’attrattività dei nostri territori”.

Nello scorso weekend l’attenzione dell’Agenzia “In Liguria” si è spostata sulla Francia e su Lione, dove è stato organizzato un importante workshop con una quarantina di buyers ed operatori turistici francesi che hanno incontrato una dozzina di imprenditori liguri. Giovedì 16 marzo, la campagna di promozione sbarcherà, poi, a Parigi nell’ambito del Salon Destination Nature, che è una delle maggiori rassegne dedicate al turismo attivo nel mondo. Dal 16 al 19 marzo, l’Agenzia “In Liguria”, presenterà il progetto Be Active, con promozione del Sentiero Liguria, l’itinerario hiking, che collega Luni con Grimaldi, percorribile in entrambi i sensi con uno sviluppo di oltre 600 km all’insegna dell’armonia dei contrasti, tra uliveti, vigneti e boschi di leccio, lidi e scogliere, percorsi della devozione e antiche strade romane, “creuze” e sentieri.

L’intenso programma del mese di marzo si chiuderà ancora a Londra, il 23 marzo è di scena un nuovo workshop con 45 seller italiani, 15 per ciascuna regione (Liguria, Lombardia e Piemonte) che incontreranno circa settanta di buyer inglesi, con il sistema di appuntamenti prefissati tramite agenda online. Dopo la promozione, insomma, arriverà il momento del business.