

COMUNICATO STAMPA

XVII Workshop Turistico Internazionale
18 – 21 settembre 2014
Rieti

L'offerta turistica laziale incontra 85 buyers internazionali: già fissati 2.000 appuntamenti BtoB

Roma, 16 settembre 2014 - La diciassettesima edizione del Workshop Turistico Internazionale Buy Lazio si terrà dal 18 al 21 settembre 2014, nella splendida Abbazia di San Pastore, in provincia di Rieti, organizzata dall'Unione Regionale delle Camere di Commercio del Lazio e dalle singole Camere di Commercio del Lazio, in collaborazione con l'Enit e l'Agenzia del Turismo della Regione Lazio, e con il pieno coinvolgimento delle Associazioni di categoria di settore e i Comuni di Rieti, Contigliano e Greccio.

L'iniziativa beneficia, ormai da anni, del patrocinio del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo e, per quest'anno, vanta anche il patrocinio dell'Esposizione Universale "EXPO Milano 2015". Quest'ultima sarà, infatti, anche l'occasione per accogliere nella nostra regione i milioni di visitatori che si recheranno in visita all'Expo.

Questi i numeri della XVII edizione:

- **85 buyers**, provenienti dai mercati esteri
- **146 sellers** del Lazio accreditati.

Il **Workshop tra buyers e sellers** si svolgerà venerdì 19 settembre, nella suggestiva cornice dell'Abbazia di San Pastore mentre sabato 20 e domenica 21 gli operatori esteri parteciperanno a 4 specifici tour post-workshop nelle diverse province del Lazio durante i quali potranno visitare, conoscere e apprezzare le maggiori attrattive del nostro territorio.

Per organizzare gli incontri BtoB, gli operatori utilizzeranno anche quest'anno la piattaforma **on-line** attraverso l'incrocio di domanda e offerta tra **buyers e sellers**, grazie alla quale sono stati già programmati 2.000 appuntamenti.

Il "Workshop Turistico Internazionale Buy Lazio" è la più grande e storica vetrina dell'offerta turistica del Lazio, che permette di attivare politiche di destagionalizzazione, di offrire prodotti specifici e di nicchia, caratteristici di un territorio che è in grado di soddisfare le esigenze dei turisti di tutto il mondo e di tutte le tipologie. Un modello d'eccellenza per lo sviluppo economico della regione che ha per protagonista il sistema imprenditoriale turistico romano e laziale.



Con il Patrocinio di:



Il Buy Lazio rappresenta ormai da anni un appuntamento irrinunciabile, una piattaforma d'affari di alto profilo che consente alle imprese turistiche del Lazio di incontrare il mercato nazionale e internazionale e proporre un prodotto diversificato e di notevole qualità.

Il Buy Lazio, con i suoi post-tour, rappresenta il miglior canale di promozione e commercializzazione del turismo della nostra regione, in quanto è capace di creare, attraverso la sua formula itinerante, una nuova identità, più efficace e distintiva, di tutta l'offerta turistica del Lazio. Infatti, sono particolarmente apprezzati, dagli ospiti stranieri, i vari itinerari tematici che generalmente si propongono nelle diverse edizioni: "Mare del Lazio"; "Città d'arte e Cultura"; "Ambiente e Natura"; "Terme e Benessere"; "Enogastronomia"; "Sport e Golf"; "Religioso"; "Business e Congressi".

Analisi dei buyers

La diciassettesima edizione del Buy Lazio è dedicata ai mercati dell'Europa e fa registrare la presenza di 19 Paesi per un totale di 85 *buyers* partecipanti. In particolare, quest'anno, è stata invitata a partecipare un'importante delegazione di 18 T.O. (*Tour Operator*) provenienti dalla Russia.

La mappa geografica di provenienza dei *buyers* si configura con la seguente ripartizione: Belgio 2, Danimarca 8, Estonia 1, Francia 5, Germania 2, Lettonia 6, Lituania 3, Norvegia 2, Paesi Bassi 2, Polonia 4, Regno Unito 7, Repubblica Ceca 4, Russia 18, Slovacchia 2, Slovenia 2, Spagna 2, Svezia 6, Ucraina 5, Ungheria 3.

Inserito nel calendario ufficiale Enit dei *Workshop* internazionali, il Buy Lazio è considerato dai *buyers* come l'evento di riferimento per un'approfondita e diretta conoscenza dell'offerta turistica regionale di qualità del Lazio. Lo conferma anche il dato relativo ai *repeater* (22%), ovvero i *buyers* che hanno già partecipato a edizioni precedenti e che, grazie al Buy Lazio, hanno potuto tessere e consolidare rapporti con l'offerta del territorio, diventandone un gruppo di *destination specialist* (esperti di destinazione turistica), mentre l'elevato numero di nuovi partecipanti (pari al 78% dei *buyers* invitati) testimonia che sono sempre di più i nuovi operatori interessati ad avviare o potenziare la programmazione turistica nel Lazio.

In questa edizione, in occasione dell'Anno del turismo incrociato Italia-Russia, è presente una rappresentativa delegazione russa anche allo scopo di incrementare ulteriormente i flussi turistici provenienti dalla Russia verso il nostro Paese e nel Lazio in particolare. Nel 2013, in Italia, sono stati registrati gli arrivi di oltre un milione di viaggiatori russi, con un indotto della spesa pari a 1,3 miliardi di euro (Fonte: dati Banca d'Italia). Un trend in continua crescita verso l'Italia negli ultimi anni (+67,6% la variazione dei flussi turistici dalla Russia nel periodo 2010/2013).

I prodotti turistici richiesti dai *buyers* partecipanti al Buy Lazio 2014, in ordine di preferenza, sono: città d'arte (82%), mare (74%), enogastronomia (61%), ambiente-natura-parchi (53%), wellness/SPA (45%), sportivo (20%), religioso (16%), congressuale (16%).

All'interno del prodotto turistico, i *buyers* hanno espresso delle preferenze sull'offerta dei *sellers* che possono essere così sintetizzate: hotel 4 stelle (72%), castelli, ville e dimore storiche (63%), *tour operator incoming* (58%), hotel 5 stelle (55%), hotel 3 stelle (48%), agriturismi (38%), appartamenti/case vacanza (30%), *resort camping* (26%). Seguono le voci DMC/PCO (Destination Management Company/Professional Congress Organizer) (25%), trasporti (22%), bus operator (22%) e centri conferenze (13%).

Analisi dei sellers

L'offerta del Lazio, in questa edizione, è costituita da **146 aziende del Lazio**, con un'offerta che punta a presentare l'intero volto turistico della regione per linee di prodotto, così da facilitare la commercializzazione di prodotti turistici più personalizzati e più rispondenti alle caratteristiche delle singole realtà provinciali. I territori del Lazio presentano tematiche innovative e prodotti "forti" grazie alla presenza di qualificati operatori, così suddivisi: Roma e provincia (45%), Latina (16%), Rieti (14%), Frosinone (13%), Viterbo (12%).

I prodotti turistici rappresentati dai *sellers* sono così articolati: **città d'arte (58%), ambiente-natura-parchi (36%), mare (27%), enogastronomia (26%), turismo congressuale (19%), turismo religioso (10%), sport (10%) e wellness/SPA (10%)**.

La percentuale dei *sellers* iscritti che ha già partecipato al Buy Lazio è del 71%: un segnale chiaro che il *Workshop* è diventato, ormai, per le imprese turistiche della regione, un appuntamento irrinunciabile e, allo stesso tempo, una nuova straordinaria opportunità per il 29% di imprese che per la prima volta parteciperanno alla manifestazione in questa edizione.

Questa la tipologia delle imprese laziali partecipanti in ordine di categoria: **hotel 4 stelle (25%), tour operator (18%), servizi turistici (11%), associazioni (11%), hotel 3 stelle (8%), trasporti (5%), ristoranti (4%), agriturismi (4%), consorzi (4%), appartamenti/case vacanze (3%), DMC (2%), resort camping (1%), castelli e dimore storiche (1%), congressuale (1%), hotel 5 stelle (1%), catene di hotel (1%), cantine vini (1%)**.

Info stampa:

Ufficio Stampa Azienda Speciale Asset Camera

tel. 06 6781178

e-mail: ufficiostampa@assetcamera.it