

COMUNICATO STAMPA

XVIII Workshop Turistico Internazionale
24 – 27 settembre 2015
Roma

L'offerta turistica laziale incontra 72 buyers internazionali: fissati 1.500 appuntamenti BtoB

Roma, 22 settembre 2015 - **La diciottesima edizione** del Workshop Turistico Internazionale Buy Lazio si terrà dal 24 al 27 settembre 2015, nella splendida cornice del Tempio di Adriano, sala storica della Camera di Commercio di Roma. L'iniziativa è promossa e 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.

Quest'anno, in coincidenza con l'Expo di Milano, il Workshop Buy Lazio è inserito nella programmazione ufficiale del palinsesto "*Lazio verso Expo*" condiviso tra la Regione Lazio, Roma Capitale e Unioncamere Lazio.

Il Buy Lazio 2015 si conferma come una straordinaria opportunità, dove il sistema-Lazio potrà essere valorizzato in tutti i suoi punti di forza: dall'attrattiva turistica alla qualità dei prodotti tipici, dal patrimonio storico, artistico e culturale alle risorse naturalistiche, dal mare alle coste e dai giardini ai Parchi naturali.

Questi i numeri della XVIII edizione:

- **72 buyers**, provenienti dai mercati esteri
- **155 sellers** del Lazio accreditati.

Il Workshop si articola in un'intera giornata, venerdì 25 settembre nella suggestiva cornice del Tempio di Adriano, dedicata agli appuntamenti btob tra Buyer e Seller gestiti attraverso l'ausilio di una piattaforma telematica di agenda on-line, con già 1500 appuntamenti fissati tra buyer e seller.

Al termine del Workshop seguono due giornate sabato 26 e domenica 27, dedicate ai tour nelle province del Lazio, per far conoscere ai Buyer le numerose e variegata ricchezze del nostro territorio.

Gli itinerari predisposti per il Buy Lazio, oltre a offrire l'opportunità ai Buyer di apprezzare le straordinarie bellezze della nostra regione, costituiscono un patrimonio strategico per promuovere e accogliere i turisti nel Lazio.

Con il Patrocinio di:

Nell'anno di Expo 2015, l'evento si arricchisce di una sezione speciale dedicata interamente al settore dei prodotti enogastronomici di qualità. Il format del Buy Lazio vedrà, al suo interno, la *special edition* "Buy Lazio: una scelta di gusto *Food is good*". I Buyer invitati e selezionati con il supporto di Azienda Romana Mercati incontreranno una selezione di imprese del Lazio. Un segno molto concreto per le aziende e le loro aspettative nell'anno di Expo.

Inoltre, anche per la sezione food, sono previsti degli "Educational Food Tour", itinerari nuovi e inediti, dedicati agli operatori esteri, capaci di far emergere le esperienze positive delle aziende agroalimentari laziali collegandole, il più possibile, agli aspetti culturali, naturalistici e turistici dei diversi territori toccati.

Analisi Buyer

La diciottesima edizione del Buy Lazio fa registrare la presenza di 25 Mercati Esteri per un totale di 72 Buyer partecipanti.

La mappa geografica di provenienza dei Buyer si configura con la seguente ripartizione: Austria 2, Belgio 1, Brasile 2, Cina 1, Danimarca 4, EAU 1, Finlandia 1, Francia 5, Germania 7, Lettonia 1, Lituania 3, Norvegia 3, Paesi Bassi 2, Polonia 6, Regno Unito 10, Rep. Ceca 5, Russia 3, Slovacchia 2, Spagna 2, Sud Africa 1, Svezia 1, Turchia 1, Ucraina 3, Ungheria 3, USA 2.

I *Buyer destination specialist (repeater)* che hanno già preso parte a edizioni precedenti e che hanno consolidato rapporti con l'offerta del territorio rappresentano il 28% dei partecipanti, mentre l'elevato numero di nuovi partecipanti (pari al 72% dei Buyers invitati) testimonia che sono sempre di più i nuovi operatori interessati ad avviare e potenziare la programmazione turistica nel Lazio.

I prodotti turistici richiesti dai Buyers partecipanti al Buy Lazio 2015, in ordine di preferenza, sono: città d'arte (23%), mare (21%), enogastronomia (19%), ambiente-natura-parchi (14%), wellness/SPA (9%), sportivo (6%), religioso (4%), congressuale (3%).

All'interno del prodotto turistico, i Buyer hanno espresso delle preferenze sull'offerta dei Seller che possono essere così sintetizzate: hotel 4 stelle (14%), castelli, ville e dimore storiche (13%), *tour operator incoming* (12%), hotel 3 stelle (12%), appartamenti/case vacanza (11%), agriturismi (10%), hotel 5 stelle (9%). Seguono le voci DMC/PCO (6%), camping (5%), trasporti (5%), bus operator (4%) e centri conferenze (2%).

Analisi Seller

L'offerta del Lazio, in questa edizione, è costituita da **155 aziende del Lazio**, con un'offerta che riesce a presentare l'intero volto turistico della regione attraverso 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%), Viterbo (20%), Latina (19%), Rieti (10%), Frosinone (6%),

I prodotti turistici rappresentati dai Seller sono così articolati: enogastronomia (25%), città d'arte (23%), ambiente-natura-parchi (14%), mare (10%), turismo congressuale (9%), wellness/SPA (7%), sport (7%) e turismo religioso (5%).

Il Buy Lazio rappresenta un appuntamento irrinunciabile per il 43% dei Seller iscritti e, allo stesso tempo, una nuova straordinaria opportunità per il 57% di imprese che per la prima volta parteciperanno alla manifestazione in questa edizione.

Questa la tipologia delle imprese laziali partecipanti in ordine di categoria: **tour operator (33%), hotel 4 stelle (21%), servizi turistici (9%), associazioni (7%), hotel 3 stelle (7%), agriturismi (6%), trasporti (4%), camping (4%), castelli e dimore storiche (3%), ristoranti (2%), DMC (2%), hotel 5 stelle (2%), appartamenti/case vacanze (1%), catene di hotel (1%).**

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.

Info stampa:

Ufficio Stampa Azienda Speciale Asset Camera

tel. 06 6781178

e-mail: ufficiostampa@assetcamera.it



MILANO 2015

