Redazione Omnis*magazine*
Via del Battirame, 6/3a · 40138
Bologna - Italy
Tel +39 051 531800
E-mail: redazione@omnismagazine.com
Website: www.omnismagazine.com

TESTO E FOTO DI

A.P

Dagli USA al Medio Oriente l'Emilia Romagna piace

Entusiasmo per l'offerta di vacanza della regione al Workshop "Buy Emilia Romagna". Gli operatori internazionali sono stati coinvolti in 12 educational tour per conoscere direttamente l'offerta turistica del territorio

"In Emilia Romagna c'è il meglio dell'Italia, fatelo scoprire sempre di più". È l'opinione dei tour operator internazionali presenti a Bologna al workshop della 24a edizione del Buy Emilia Romagna, promosso da Confcommercio Emilia Romagna in collaborazione con Apt Servizi Emilia Romagna.
L'incontro commerciale – che si è svolto a Palazzo De' Toschi (storica sede della Banca di Bologna) - ha visto la presenza di 75 buyer di 20 paesi e 70 operatori turistici regionali.
In questi giorni i tour operator internazionali sono stati coinvolti in 12 educational tour giornalieri alla scoperta delle Destinazioni Turistiche regionali: "Bologna-Modena", "Emilia" e "Romagna".
La prima impressione è quella che conta. E quella di Yousef Al Abdad, Sales Executive di Emirates Airlines (che ha un volo giornaliero Dubai-Bologna), per la prima volta in Emilia Romagna, è molto positiva: "L'Emilia Romagna è una destinazione molto interessante per il pubblico arabo: ad una buona offerta turistica si unisce la piacevolezza delle persone. Questa è una regione predisposta al sorriso e all'accoglienza, elementi che un turista arabo può apprezzare moltissimo. Fino ad oggi Italia era sinonimo di Roma, Venezia e Milano. Come Emirates ci impegneremo al massimo per promuovere Bologna come destinazione futura".
"Con questo evento Bologna e l'Emilia Romagna rivendicano il proprio ruolo sulla mappa delle destinazioni turistiche" conferma Javed Chaudhary di Al-Suhaimi Travel & Tourism, importante Tour operator saudita. "Inseriremo le destinazioni emiliano romagnole nella nostra offerta, proponendo Bologna come punto di partenza per la scoperta di un territorio eccellente dal punto di vista climatico, enogastronomico e lontano dal caos delle metropoli".
"L'Emilia Romagna – dichiara a sua volta Farhan Nisar di 'Global Travel Solutions' di Dammam (Arabia Saudita) - è una destinazione ideale per vacanze tra città d'arte, wellness e relax per famiglie. La vostra ricca offerta turistica ha poi una caratteristica importante: tutte le proposte sono vicine tra loro e facilmente fruibili".
"Per i prossimi due anni l'Emilia Romagna sarà il cuore dei nostri tour - commenta Elisabeth Condelli di Escape Artists, operatore statunitense specializzato in viaggi verso l'Italia -. Cavalcando il successo incredibile del romanzo di Karen Essex, "Leonardo's swans", che narra le vicende della famiglia d'Este, abbiamo costruito un percorso che ne ripercorre i luoghi, da Ferrara a Ravenna, a Bologna".
Sophia J. DeGraffenreidt di 'White Orchid Travel & Evenys, LLC' di New York ha scoperto la ricca offerta turistica dell'Emilia Romagna da diversi anni, considerandola "perfetta sintesi di un'Italia autentica, che risponde ai desideri più genuini dei turisti internazionali: dal cibo eccellente, di cui è possibile scoprire i segreti della preparazione, all'offerta artistica e culturale. L'Emilia Romagna è il luogo ideale per una vacanza dell'esperienza. Questa proposta unica, insieme al nuovo volo stagionale 'American Airlines' Filadelfia-Bologna sarà la chiave per incrementare i flussi turistici dagli Stati Uniti".
"Gourmet, vino, aceto balsamico, Parmigiano Reggiano: per i turisti indiani l'Emilia Romagna è una destinazione eccezionale - commenta Arum Varma di Allways Marketing & Traverl Services -. In India cresce sempre di più la passione per l'enogastronomia italiana, con la nascita di Food&Wine, club di altissimo livello guidati da esperti che vengono a formarsi proprio in Emilia Romagna, in un clima accogliente e in un contesto ricco di suggestioni".
"Buon vivere, la possibilità di gioire, curiosare e assaporare: così definirei la vostra offerta turistica che

proponiamo alla nostra clientela", dichiara Irina Fediouchkina, direttore generale di "CaRTINKa", operatore russo specializzato in viaggi incentive. "La vostra regione – aggiunge - offre molto con le sue città d'arte, la Motor e la Food Valley". Ed Elena Kornilova, del tour operator "Petrotour" di San Pietroburgo afferma: "E' tale la richiesta che, nei nostri tour in bus in Italia, prevediamo tappe (per degustazioni ed acquisti) nei luoghi di produzione delle vostre eccellenze enogastronomiche: dal Parmigiano Reggiano, all'Aceto Balsamico…".
"Buon cibo tipico, bellezze artistiche, forti tradizioni locali, design e creatività, accoglienza autentica: questa, e non solo, è l'Emilia Romagna e questa è l'idea di Made in Italy che piace al mondo" commenta l'assessore al turismo dell'Emilia Romagna Andrea Corsini. "L'incontro tra operatori turistici e buyer al Workshop del Buy Emilia Romagna – aggiunge Corsini - è l'occasione per raccontare al meglio chi siamo e valorizzare la nostra offerta sui mercati internazionali. La presenza di rappresentanti di mercati strategici, per le potenzialità e la capacità di spesa, come Stati Uniti e Arabia Saudita, oltre ai numerosi operatori europei, ci consentono senz'altro di creare ulteriori opportunità per le imprese della filiera turistica".
Per il **Direttore Regionale di Confcommercio Emilia Romagna Pietro Fantini** il Buy Emilia Romagna si conferma uno strumento per fare rete ed aggregare l'offerta turistica dell'Emilia Romagna sui mercati esteri. L'obiettivo è quello di consolidare il mercato domestico europeo e, in collaborazione con i grandi vettori aerei (Emirates per il volo da Dubai-Bologna e American Airlines per il nuovo collegamento da Filadelfia a Bologna), sostenere i flussi turistici di lungo raggio ad alta capacità di spesa".
Buy Emilia Romagna ha offerto ai partecipanti internazionali una apprezzatissima "Bologna experience", fra shopping trainer, city sigthseeing e hotel inspections.
Dalla prima edizione ad oggi hanno preso parte al Buy Emilia Romagna oltre 3.000 buyer internazionali e più di 2.500 operatori turistici regionali che hanno reso possibili oltre 50.000 incontri d'affari. Negli anni, con i buyer presenti nelle diverse edizioni, sono stati organizzati oltre 250 educational tour che hanno fatto conoscere tutte le eccellenze turistiche emiliano romagnole.