

WORLD TOURISM EVENT 2019

Relazione per la partecipazione ai B2B

Durante il WTE Unesco, organizzato da M&C Marketing Consulting in collaborazione con la Regione Lazio e con il Polo Museale del Lazio, e patrocinato dal Ministero dei Beni Culturali, Ministero per le Politiche Agricole e Forestali e Turismo, Associazione Beni Italiani Patrimonio Mondiale, Enit, Confindustria, Federalberghi, Fiavet, il tour operator Feelitaly® ha avuto l'opportunità di partecipare agli incontri B2B organizzati in questa occasione, insieme ad altri 65 tour operator provenienti da 15 diversi Paesi rappresentativi di 120 siti Unesco.

Gli incontri hanno rappresentato un'ottima opportunità per presentare il pacchetto turistico sviluppato all'interno del progetto **INNOCULTOUR**, presentato nell'ambito del programma "ITALY CROATIA CROSS-BORDER COOPERATION" - ENVIRONMENTAL AND CULTURAL HERITAGE - SO 3.1.

Attraverso la partecipazione all'evento è stato possibile capire le reali esigenze del mercato turistico ragionando su trend, target, punti di forza e di debolezza.

Durante gli incontri il T.O. Feelitaly è entrato in contatto con 17 tour operator europei delle seguenti nazionalità:

- Belgio
- Danimarca
- Francia
- Germania
- Italia
- Regno Unito
- Spagna
- Olanda

I tour operator stranieri hanno mostrato particolare interesse per il Molise, presentato come un territorio inesplorato.

Allo stesso modo le imprese di viaggio italiane incontrate sono rimaste positivamente stupite della presenza di un'offerta turistica chiara e strutturata relativa al territorio regionale. Per loro il Molise può diventare un'ottima opportunità come nuova destinazione turistica rappresentando un mercato inesplorato, da affiancare ai territori già noti (Toscana, Umbria e Puglia).

L'esperienza, seppur positiva, è stata anche un'occasione per riflettere sulle criticità presenti. Il Molise, infatti, fatica ancora a dare un'idea dell'unicità territoriale, in quanto è totalmente assente una comunicazione identitaria che possa permettere di comprendere le peculiarità del territorio.

Pertanto, si ritiene opportuno lavorare sinergicamente tra istituzioni pubbliche ed operatori del settore al fine di implementare un modello di comunicazione coordinata del territorio che consenta agli operatori di presentarsi in maniera univoca in occasione di fiere ed eventi di settore.

Dall'esperienza diretta con i T.O. stranieri presenti ai tavoli emerge, inoltre, la richiesta di poter visitare la nostra regione attraverso degli Educational Tour che rappresentano una strategia di promozione del territorio molto efficace, in quanto permettono agli operatori di settore l'esplorazione diretta e concreta del territorio.

2

OBIETTIVI FUTURI:

Feelitaly auspica un naturale rafforzamento dell'immagine e della notorietà del proprio brand tramite la partecipazione futura a fiere e conferenze dedicate al turismo B2B e B2C, occasioni che consentono anche di migliorare la conoscenza dei target di riferimento dell'offerta turistica.

Al fine di migliorare l'impatto sull'incoming turistico molisano, Feelitaly propone:

1. Creazione di nuove collaborazioni tra operatori turistici del territorio molisano;

La creazione di workshop da parte degli enti regionali a favore degli operatori turistici del territorio stimolerebbe una concorrenza positiva finalizzata al generale miglioramento dei servizi offerti attraverso collaborazioni e scambi di idee.

2. Creazione di partnership strategiche;

Altro segnale rilevante è la necessità di una sinergia comune tra ente pubblico e operatori del settore per promuovere il territorio.

3. Incontri mirati e personalizzati con operatori del settore;

È auspicabile promuovere degli incontri specifici B2B tra gli operatori molisani del settore e quelli esteri. Questo mediante l'organizzazione di Educational Tours sul territorio, gestiti in collaborazione tra regione e operatori locali del settore.

Gli educational rappresenteranno una strategia di marketing diretto per agenzie di viaggio, giornalisti, travel blogger, Ota (Online Travel Agency) etc.