

## Buy Lazio 2016, oggi gli incontri BtoB, domani educational tour nel Reatino

16 settembre 2016

Vetrina internazionale alla 19esima edizione del Workshop turistico Buy Lazio, in corso oggi alla Sala del Tempio di Adriano di Roma, per le imprese reatine Agriturismo Cascina della Vachina di Poggio Bustone, Agriturismo Locanda Colle Cerqueto di Petrella Salto, Azienda Speciale Centro Italia Rieti, B&B La Terrazza Fiorita di Rieti, B&B Santa Vittoria di Monteleone Sabino, Hotel Relais Villa D'Assio di Colli sul Velino, Hotel Cavour di Rieti, Hotel della Fonte di Greccio, Asm Tour Operator.

L'iniziativa, promossa ed organizzata dall'Unione regionale delle Camere di Commercio, dalla Camera di Commercio di Rieti e dagli altri Enti camerali del Lazio, in collaborazione con Enit, Regione Lazio, tramite l'Agenzia del Turismo, e con il coinvolgimento delle Associazioni di categoria di settore, prevede oggi gli incontri dei 108 operatori turistici del Lazio con i 69 buyer internazionali, che domani parteciperanno ad educational tour alla scoperta delle meraviglie delle varie province della regione. A Rieti, l'itinerario, denominato "Cammino di San Francesco e food&wine" realizzato nell'ambito de "I Cammini della Valle Santa", porterà i visitatori alla scoperta di Poggio Bustone, della Riserva dei Laghi Lungo e Ripasottile, del Centro storico di Rieti (Teatro Flavio Vespasiano, Cattedrale di Santa Maria Assunta, Rieti Sotterranea) e di Greccio.

### Analisi Buyer

La diciannovesima edizione del Buy Lazio fa registrare la presenza di 24 Mercati Esteri per un totale di 69 Buyer partecipanti. La mappa geografica di provenienza dei Buyer si configura con la seguente ripartizione: Austria 1, Belgio 1, Danimarca 2, Estonia 1, Finlandia 1, Francia 4, Germania 8, Lettonia 2, Lituania 2, Messico 3, Norvegia 5, Paesi Bassi 2, Polonia 2, Regno Unito 6, Rep. Ceca 4, Russia 6, Slovacchia 2, Slovenia 2, Spagna 4, Svezia 2, Svizzera 1, Ucraina 3, Ungheria 2, USA 3. I Buyer destination specialist (repeater), che hanno già preso parte ad edizioni precedenti e che hanno consolidato i rapporti con l'offerta del territorio, rappresentano il 25% dei partecipanti, mentre l'elevato numero di nuovi partecipanti (pari al 75% dei Buyer 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 Buyer partecipanti al Buy Lazio 2016, in ordine di preferenza, sono: città d'arte (22%), mare (18%), enogastronomia (17%), ambiente-natura-parchi (15%), religioso (15%), wellness/SPA (7%), sportivo (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 (15%), castelli, ville e dimore storiche (13%), hotel 3 stelle (12%), tour operator incoming (10%), hotel 5 stelle (10%), appartamenti/case vacanza (8%), agriturismi (8%). Seguono le voci trasporti (8%), DMC/PCO (6%), bus operator (6%), camping (5%) e centri conferenze (1%).

### Analisi Seller

L'Offerta turistica del Lazio, in questa edizione, è rappresentata da 108 aziende, con una proposta che riesce a presentare l'intero volto turistico della regione attraverso prodotti turistici personalizzati e 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 (63%), Viterbo (17%), Rieti (8%), Latina (7%), Frosinone (5%).

I prodotti turistici rappresentati dai Seller sono così articolati: enogastronomia (35%), città d'arte (22%), ambiente-natura-parchi (13%), turismo congressuale (11%), mare (9%), sport (6%), wellness/SPA (2%) e turismo

Il Buy Lazio rappresenta un appuntamento irrinunciabile per il 70% dei Seller iscritti e, allo stesso tempo, una nuova straordinaria opportunità per il 30% 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 (29%), hotel 4 stelle (19%), agriturismi (8%), DMC (8%), servizi turistici (7%), associazioni (6%), B&B (6%), hotel 3 stelle (3%), appartamenti/case vacanze (3%), consorzi (2%), trasporti (2%), camping (2%), castelli e dimore storiche (2%), catene di hotel (2%), ristoranti (1%), congressuale (1%).

#### Speciale Giubileo della Misericordia

Per celebrare l'Anno Giubilare della Misericordia, il Workshop Buy Lazio vedrà al suo interno anche una sezione dedicata al Progetto Speciale per il Giubileo "I Cammini del Lazio", promosso dal Sistema delle Camere di Commercio del Lazio, per offrire una prospettiva ulteriore di conoscenza della nostra regione attraverso l'antica e sapiente formula del viaggiare camminando.

Obiettivo principale dell'iniziativa regionale è promuovere la conoscenza dei luoghi in una visione di sviluppo del sistema turistico basato sulla fruizione sostenibile del territorio, per dar risalto alle numerose eccellenze storiche, artistiche, architettoniche, paesaggistiche enogastronomiche di cui il Lazio è ricchissimo.

In particolare, il Progetto Speciale si è focalizzato sui "Cammini di Fede" che da secoli i pellegrini di tutta Europa e Oriente percorrono per giungere a Roma attraversando il Lazio.

I cinque Cammini interessati dal Progetto Speciale Giubileo realizzato dal Sistema Camerale laziale sono:

- Il Cammino di San Benedetto da Montecassino a Roma.
- I Cammini della Valle Santa da Rieti a Roma.
- La Francigena della Tuscia da Proceno a Roma.
- La Francigena del Sud da Montecassino a Roma.
- La Francigena del Sud da Priverno-Fossanova a Roma.