

## **Turismo, al via il Buy Lazio: 18 aziende reatine partecipanti**

19 settembre 2019

Al via la ventiduesima edizione del Workshop Turistico Internazionale Buy Lazio si terrà da domani al 22 settembre 2019, nella suggestiva cornice della Sala del Tempio di Adriano della Camera di Commercio di Roma. L'iniziativa, presentata oggi nel corso di una conferenza stampa a Roma, è promossa ed organizzata dall'Unione Regionale delle Camere di Commercio del Lazio, dalla Camera di Commercio di Rieti e dalle altre Camere del Lazio, in collaborazione con l'Enit, la Regione Lazio, tramite l'Agenzia del Turismo, Roma Capitale e con il coinvolgimento delle Associazioni di categoria di settore.

Il Buy Lazio, prestigiosa iniziativa BtoB che si svolge nel Lazio, si conferma come una straordinaria piattaforma di incontro dove viene valorizzato l'intero sistema turistico delle province del Lazio: dall'attrattiva turistica del vasto e ricco patrimonio storico, artistico, culturale e religioso, alle risorse naturalistiche e paesaggistiche, dal mare, alla montagna, alle coste, dai giardini ai parchi naturali, alle produzioni tipiche gastronomiche, ai prodotti turistici sportivi, d'affari. Alla XXII edizione partecipano: 70 Buyer, provenienti dai mercati europei e dalla Cina, 166 Seller del Lazio espressione dei vari prodotti turistici.

Venerdì 20 settembre si svolgerà la giornata degli incontri BtoB tra Buyer e Seller (Domanda e Offerta) gestiti attraverso la piattaforma telematica di agenda on-line, oltre 1.800 appuntamenti, già registrati, tra gli operatori presenti.

A rappresentare l'offerta turistica reatina al Buy Lazio 2019 ci saranno 18 imprese reatine: Abbazia di San Pastore, ASM Tour Operator, Azienda Agricola Cantina Le Macchie, Azienda Speciale Centro Italia Rieti, B&B La Terrazza Fiorita, Escursioni Sabine, Federalberghi Rieti, Grande Albergo Quattro Stagioni, Hotel Cavour, Lago Secco Bed & Breakfast - Country House, Locanda Colle Cerqueto, Relais Villa D'Assio, Rieti da Scoprire, Riserva Naturale Regionale Monti Navegna e Cervia, Ristorante Cintia, Ristorante L'Altravista, Ristorante Papilla, Hotel Cristallo.

Terminato il Workshop, i Tour Operator presenti al Buy Lazio potranno conoscere ed apprezzare le straordinarie bellezze di questo nostro territorio attraverso gli itinerari turistici tematici che si svolgeranno, nelle giornate di sabato 21 e domenica 22, nel territorio regionale. Per quanto riguarda il Reatino, sono 18 i Buyer che visiteranno alcune aree di particolare interesse turistico e sportivo, tra cui il Santuario di Greccio, il centro storico di Rieti (Teatro Flavio Vespasiano, Cattedrale di S.Maria Assunta e Borgo Medievale, Rieti sotterranea), Rivodutri, il Golf Club Centro Italia con esplorazione del campo da golf e simulazione gioco con i maestri federali. Il tutto all'interno di un programma che prevede anche degustazioni ed una panoramica sull'offerta ricettiva locale.

Per questa edizione del Buy Lazio è stata effettuata una nuova ristampa della pubblicazione "Scegliere il Lazio", una raccolta selezionata di oltre 50 itinerari, realizzati nelle passate edizioni del Buy Lazio, alla scoperta delle straordinarie ricchezze storico, artistiche, culturali, paesaggistiche ed enogastronomiche della regione. La pubblicazione propone 2 anche una sezione interamente dedicata ai "Cammini del Lazio", percorsi creati dal sistema delle Camere di Commercio del Lazio che si sviluppano lungo i percorsi di fede e creati in occasione del progetto speciale dell'Anno Santo della Misericordia.

### **I DATI DELLA VENTIDUESIMA EDIZIONE**

Analisi Buyer La ventiduesima edizione del Buy Lazio fa registrare la presenza di 21 Mercati Esteri per un totale di 70 Buyer partecipanti.

La mappa geografica di provenienza dei Buyer si configura con la seguente ripartizione: Austria 3, Belgio 2, Canada 4,

Cina 6, Danimarca 2, Estonia 1, Finlandia 1, Francia 2, Germania 9, Lettonia 2, Lituania 2, Norvegia 2, Paesi Bassi 5, Regno Unito 3, Repubblica Ceca 3, Russia 6, Spagna 3, Svezia 2, Ucraina 4, Ungheria 4, U.S.A. 4. 16 sono i Buyer specializzati nel settore MICE (Meeting, Incentive, Congress, Exhibitions) di cui: Danimarca 1, Francia 2, Germania 3, Lettonia 1, Norvegia 1, Paesi Bassi 1, Regno Unito 3, Russia 3, Svezia 1.

I Buyer destination specialist (repeater), che hanno già preso parte ad edizioni precedenti del Buy Lazio e che hanno consolidato i rapporti con l'offerta del territorio, rappresentano il 24% dei partecipanti, mentre l'elevato numero di nuovi partecipanti (pari al 76% 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 2019, in ordine di preferenza, sono: città d'arte (23%), mare (19%), enogastronomia (16%), ambiente-natura-parchi (16%), wellness/SPA (9%), congressuale (8%), sportivo (6%), religioso (2%).

Per quanto riguarda il prodotto turistico, i Buyer hanno espresso delle preferenze sull'offerta dei Seller che possono essere così sintetizzate: hotel 4 stelle (15%), hotel 5 stelle (13%), castelli, ville e dimore storiche (12%), tour operator incoming (12%), hotel 3 stelle (10%), DMC/PCO (10%), agriturismi (7%). Seguono le voci: appartamenti/case vacanza (6%), trasporti (4%), bus operator (4%), camping (4%) e centri conferenze (3%).

Analisi Seller L'offerta turistica del Lazio, in questa edizione, è rappresentata da 166 Seller, 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 (46%) Provincia di Roma (9%), Viterbo (25%), Rieti (11%), Latina (5%), Frosinone (4%). I prodotti turistici rappresentati dai Seller sono così articolati: città d'arte (22%), enogastronomia (16%), ambiente-natura-parchi (15%), turismo congressuale (14%), sport (10%), turismo religioso (9%), mare (8%), e wellness/SPA (6%). 3

Il Buy Lazio rappresenta un appuntamento irrinunciabile per il 68% dei Seller iscritti e, allo stesso tempo, una nuova straordinaria opportunità per il 32% di imprese che per la prima volta parteciperanno alla manifestazione. La tipologia delle imprese del Lazio partecipanti in ordine di categoria è la seguente: tour operator (28%), hotel 4 stelle (20%), servizi turistici (12%), associazioni (10%), hotel 3 stelle (7%), agriturismi (7%), appartamenti/case vacanze (3%), ristoranti (3%) Seguono le voci: castelli (1%), casale (1%), catene di hotel (1%), country/guest/historical house (1%), DMC (1%); hotel 5 stelle (1%); ostelli (1%), resort/camping (1%), wine cellar (1%).

Focus Mercato cinese: quest'anno il Buy Lazio torna ad ospitare una delegazione di operatori provenienti dalla Cina. La scelta è anche legata alla forte crescita del turismo proveniente da questo mercato verso Roma testimoniata anche dall'apertura di nuove tratte di voli diretti inaugurati questa estate tra alcune città cinesi e Roma. Aeroporti di Roma ha recentemente lanciato nuovi collegamenti diretti con Hangzhou, Shenzhen e Chengdu. Il Lazio è tra le prime regioni d'Italia di arrivo dei turisti cinesi. Ed è proprio da queste aree che, in un'ottica di collaborazione e sinergia interistituzionali, il Buy Lazio ha selezionato, con il supporto di Enit, i buyer cinesi invitati.

Focus Mercato Canada: Buy Lazio ospita anche una delegazione di Buyer dal Canada. Il mercato canadese è un mercato di forte vivacità che da gennaio a luglio ha fatto registrare un aumento di circa il +10% in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente. Si conferma così la previsione di crescita a doppia cifra entro l'anno, grazie anche alle ottime performance dei tre vettori, Air Canada, Air Transat e Alitalia.