



**A**ncora poche settimane e Napoli tornerà ad ospitare la più vasta platea di operatori del turismo che si possa incontrare nelle borse professionali che abitualmente si svolgono nel periodo primaverile.

Nonostante il fiorire di nuove imprese che allargano in questo senso l'offerta, anche in date vicine a noi, il mercato ha deciso anche quest'anno di premiare la nostra manifestazione, consacrando Napoli e la Bmt quale vero ed unico punto di riferimento del centro sud e dell'area mediterranea.

La fiducia nella nostra Bmt non è stata scalfita nemmeno dalle recenti emergenze napoletane, in parte risolte, e comunque non più preoccupanti per il territorio turistico, e cavalcate soltanto da chi non ha argomenti più convincenti per cercare di condizionare il mercato.

Siamo stati gli unici ad avvicinare una fiera al agenti di viaggio, anzi ci possiamo definire la fiera degli agenti di viaggio, forse perché noi sappiamo davvero cosa vogliono trovare sia loro che gli stessi operatori in una manifestazione del genere. Tutto il resto sono chiacchiere che si adoperano ad uso e consumo di chi decide di investire in questo settore. I migliori testimoni del nostro successo sono i nomi degli espositori e il loro numero che, piaccia o no, preferiscono la Bmt ad altre manifesta-

## BMT ACCELERA L'USCITA DALL'EMERGENZA

di Angelo De Negri

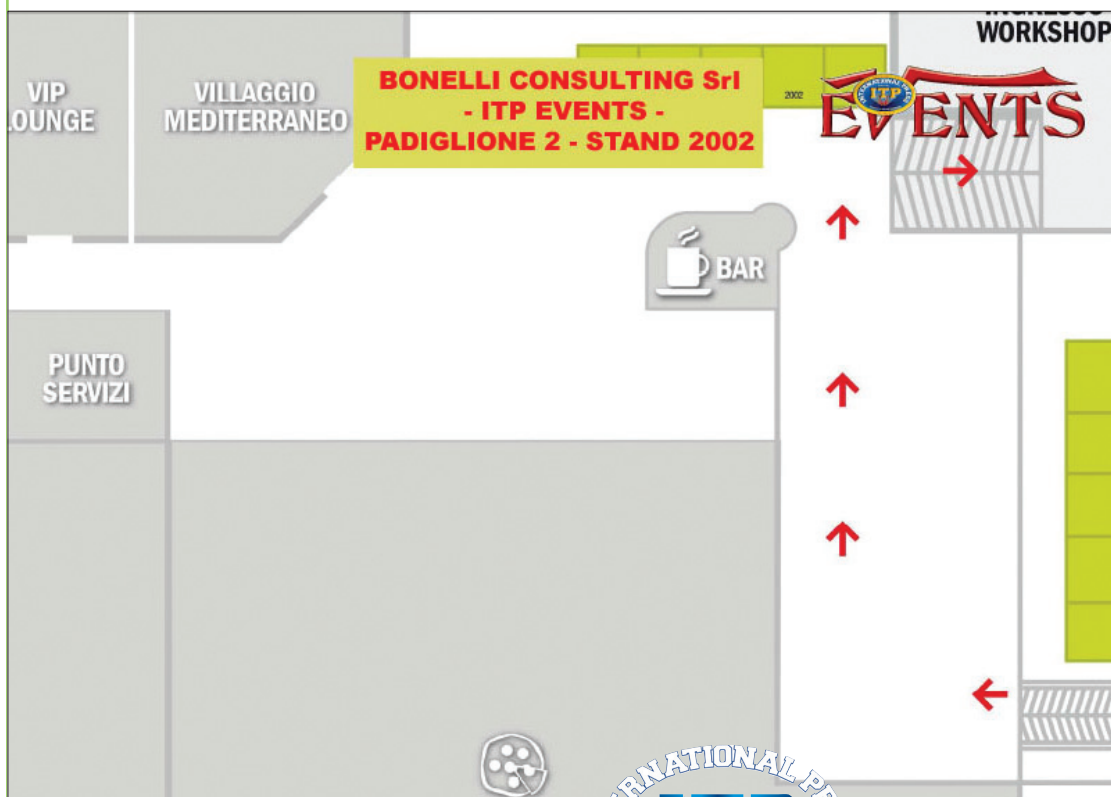


zioni. Sono elementi verificabili in qualsiasi sito internet di cui ogni fiera è dotata.

Aggiungo che non ci piace sparare numeri a caso, anche perché, ragionando

fra colleghi prima ancora che fra addetti al settore fieristico, sappiamo quante sono le aziende lavorano in Italia. I tour operator non sono più di 350 per cui a volte dichiarare di avere 1000 espositori lascia intendere che tutto quello che sta in vetrina con il tour operating ha poco a che vedere ma è piuttosto da ricercare nell'elenco dei comuni e delle amministrazioni. Allora tanto vale aprire le borse al pubblico.

Noi invece di investire sui numeri, che nel nostro caso vengono da soli, preferiamo investire sulla qualità.



Lo facciamo disegnando un layout nuovo per l'area dell'incoming, lo facciamo aumentando il livello delle aziende che partecipano ai workshop, lo facciamo guardando a segmenti che spesso trovano poco spazio come quello del lusso.

Come sempre non mancheranno le novità; la più importante sarà l'apertura della nuova sezione BMTI, ossia Borsa Mediterranea del Turismo Incoming. Si tratta della nuova area dove sarà concentrata tutta l'offerta ricettiva e i quattro Workshop (workshop Incoming, workshop Incentive & Congressi, workshop Turismo Sociale, workshop Montagna Sport & Benessere). In questa zona saranno protagonisti i più di 300 buyers che parteciperanno ai workshop e anche circa 40 buyers di Russia ed India che per la prima volta sperimenteranno in Bmt, su loro richiesta, la contrattazione libera fra gli stand espositivi. Aumenta anche il numero delle regioni italiane presenti in fiera, con il debutto dell'Emilia Romagna.

Questo nuovo aspetto della Bmt ritaglia meglio per la manifestazione la funzione di intermediaria dell'offerta italiana che è da sempre nella sua vocazione.

Massiccia la presenza degli enti del turismo che hanno scelto la Bmt per la promozione delle loro destinazioni. Fra queste, c'è da segnalare il debutto delle Repubbliche Baltiche, della Malesia e di Cabo Verde che da Napoli si affacciano per la prima volta sul Mediterraneo. Per la borsa è la conferma del suo ruolo di unica porta di accesso all'area Mediterranea non solo dal nord e dal centro Europa ma anche dai paesi di altri continenti.

Nell'area espositiva riservata ai tour operator arrivano i debutti di Gastaldi, Metemozioni, HRG, Olympia Viaggi, Space Eur, Atelier Vacanze, Earth e le conferme di Costa Crociere ed Msc Crociere che hanno scelto Napoli come unico evento di promozione di primavera.

La volontà di puntare sempre più in alto porterà quest'anno Bmt anche, sulla Luna! Fra gli espositori ci sarà Virgin Galactic, l'operatore americano che programma viaggi spaziali e che prevede di portare entro il 2010 i primi otto turisti nello spazio.

Confermata la presenza dell'Enit e più ampio spazio all'Alitalia che si conferma vettore ufficiale della manifestazione.

## BMT: LA SPAGNA PUNTA SUL MERCATO DEL CENTRO-SUD

**L'Ente del Turismo Spagnolo presenterà agli operatori le novità per quest'anno e un ambizioso piano di promozione che mette in risalto l'importanza e le potenzialità dell'outgoing dal centro-sud dell'Italia verso il paese iberico**

**L'**Ente del Turismo Spagnolo presenterà agli operatori le novità per quest'anno e un ambizioso piano di promozione che mette in risalto l'importanza e le potenzialità dell'outgoing dal centro-sud dell'Italia verso il paese iberico.

L'Italia è per la Spagna il quarto mercato outgoing, con un indice di crescita che l'anno scorso è stato dell'8,1% e che continuerà ad aumentare nel 2008 grazie ai nuovi collegamenti aerei con il meridione e le isole, alla collaborazione con i tour operator del centro-sud e, soprattutto ad un intenso piano di promozione dell'Ente Spagnolo del Turismo indirizzato ai professionisti della zona.

"Dal centro-sud proviene il 40% dei turisti italiani che visitano il nostro paese (1.453.380 di un totale di 3.633.456) e il 46% della spesa totale, dice Elena Valdés del Fresno, direttrice dell'Ufficio Spagnolo del Turismo di Roma. Vogliamo aumentare queste percentuali con delle azioni di promozione mirate sul mercato del centro-sud per approfittare delle circostanze favorevoli, come ad esempio, la proliferazione dei voli tradizionali e a basso costo fra i due paesi". Nel 2007 il numero di passeggeri dall'Italia alla Spagna su voli low-cost è aumentato del 77,9%, A questo incremento hanno contribuito i nuovi voli Myair da Bari a Barcellona, i collegamenti Napoli-Madrid, Roma-Malaga e Roma-Granada di Vueling, i voli Ryanair a Girona da Trapani e Pescara e a Madrid da Alghero e Cagliari e i voli Click Air da Napoli, Palermo e Roma su Barcellona e da Roma su Siviglia e Valencia.

Il primo appuntamento con il mercato del centro-sud avrà luogo fra pochi giorni alla BMT. Uno stand di 54 metri situato nel padiglione 6. Ospiti dell'Ufficio Spagnolo, la

Gran Canaria, la Catalogna, la Navarra, Iberia e Keytel.

In concomitanza con quest'appuntamento, la Spagna sarà protagonista della terza edizione di La Spagna a Roma, in cui la Cantabria (1-8 aprile), Madrid (9-15 aprile), la Catalogna (16-23 aprile) e l'Andalusia (24-30 aprile) distribuiranno materiale informativo e nella galleria Alberto Sordi. "Il nostro scopo, dice Elena Valdés, è quello di arrivare al pubblico finale in un momento in cui possiamo influire sulla scelta delle vacanze proponendo delle destinazioni e degli eventi culturali che gli italiani possano ritenere interessanti. Bisogna ricordare che Saragossa sarà la protagonista del turismo mondiale da giugno a settembre grazie alla celebrazione della Expo Internazionale dedicata all'acqua e allo sviluppo sostenibile, e che, ad esempio, Valencia, è diventata una delle destinazioni favorite per gli italiani grazie a degli eventi sportivi e alla sua offerta di arte moderna". Durante l'anno ci saranno presentazioni di Catalogna, Paradores, Girona, Saragossa, Cantabria, Valencia-Benidorm e Madrid in diverse città, l'Ente ospiterà dei tour operator della zona nelle borse di commercializzazione, fam trip e fiere che si terranno in Andalusia, Baleari, Canarie, Castiglia-Leon, Madrid, Extremadura, Galizia e Valencia, per presentare diversi prodotti turistici: ecoturismo, stazioni nautiche, turismo idiomatistico, flamenco, sub etc.

Fra le novità di Turespaña che quest'anno investirà sul mercato italiano quasi 4,3 milioni di euro (+23,4% con rispetto al 2007) troviamo la versione del sito [www.spain.info](http://www.spain.info) in lingua italiana ed il manuale di vendite per le agenzie totalmente aggiornato.

La Spagna alla BMT. Padiglione 6. Stand: 6113; 6114; 6115; 6125; 6126 y 6127