

“Questa 8^ edizione di Visituscia si distingue dalle precedenti per la concomitanza dell’Expo di Milano, rappresentando un’occasione straordinaria per mettere in mostra a livello internazionale tutti i prodotti del nostro territorio a cominciare da quello enogastronomico”. E’ quanto ha dichiarato Domenico Merlani, Presidente della Camera di Commercio di Viterbo, presentando l’annuale Borsa del Turismo Viterbese che in pochi anni ha raggiunto livelli di eccellenza a livello nazionale. “Prodotti, ha continuato Merlani, che gli ultimi dati sulle esportazioni ci dicono essere particolarmente graditi dai buyer esteri. La Tuscia Viterbese vede proprio nel turismo e nell’enogastronomia due punti di forza e l’integrazione tra questi settori è un processo ormai presente nel nostro territorio e che sta dando buoni frutti”

La manifestazione che apre i battenti il 23 Ottobre , con l’arrivo dei primi buyer, è riuscita nel breve termine di pochi anni a ritagliarsi un posto di primaria importanza nell’ambito delle borse di prodotto nazionale. Sono i numeri a giustificarlo: dal 2007 al 2013, la manifestazione ha ospitato 273 buyer e 763 seller in rappresentanza di Hotel, Campeggi, Villaggi Agriturismi, B&B, Agenzie di Viaggio, Tour Operator, Associazioni, Consorzi e Enti. Diversificate le provenienze dei buyer che, oltre dall’Italia, sono venuti da quasi tutti i mercati europei (Russia, Germania, Olanda, Francia, Norvegia, Ucraina, Ungheria, Polonia, Regno Unito, Austria, Romania e Slovenia) e anche da oltre oceano (Messico e Stati Uniti). Sempre nello stesso periodo sono stati registrati oltre 20 mila incontri b2b, il 30% dei quali ha prodotto contratti come dimostrano gli inserimenti della destinazione “Tuscia” in molti cataloghi.



In soli sei anni, nel corso della manifestazione, sono stati effettuati 12 Tour Post Workshop per la conoscenza del territorio in diverse aree (Maremma, Lago di Bolsena, Monti Cimini, Viterbo e dintorni e nella Teverina) con una media di

due all'anno, senza contare quelli extra-manifestazione. Attraverso un questionario che annualmente viene sottoposto agli operatori, è emerso che il 75% dei buyer ha dichiarato di essere molto soddisfatto della partecipazione al workshop, a fronte di un gradimento da parte dei seller pari al 70% e che ben il 90% i buyer ha espresso un giudizio estremamente positivo sui post tour.

“Lo slogan “VisiTuscia-Un Club di prodotto” ha detto Vincenzo Peparello, Presidente della Confesercenti di Viterbo e Patron della manifestazione, vuole sostanzialmente significare la strategia di marketing territoriale applicata che passa dal concetto di destinazione a quello della motivazione con linee di prodotto ben individuate che rappresentano dei plus per competere sul mercato del turismo con proposte diversificate e appetibili per un turista che si dimostra sempre più attento alle novità, ma soprattutto alla qualità di quanto viene loro proposto”. La manifestazione avrà il suo clou sabato prossimo, 24 ottobre, quando nei saloni dell'Hotel Salus Terme, 31 buyer, di cui 10 provenienti dall'estero, incontreranno un centinaio di seller italiani, in rappresentanza di oltre 120 aziende le cui linee di prodotto sono quelle espressamente richieste dalla domanda. Il mercato estero è rappresentato quest'anno da operatori provenienti da: Lettonia, Polonia, Regno Unito, Romania e Russia. *“In concomitanza con l'Expo, ha detto ancora Peparello, quest'anno abbiamo puntato principalment sull'enogastronomia di qualità. Per questo motivo saranno presenti anche alcune industrie dell'agroalimentare provenienti, oltre che dall'Italia, da altri paesi europei (Albania, Germania, Iran, Moldavia, Regno Unito e Romania) che hanno mostrato particolari interessi per i prodotti della Tuscia”.*

Rudy De Pol