

TURISMO: Assessore Morandi: "Bit è tappa importante per la promozione. Spazio e priorità agli operatori con Regione a supporto e regia"

Date : 16 Febbraio 2015

"Il rilancio del turismo sardo ha percorso una tappa importante alla 35esima edizione della Borsa internazionale del turismo, la più prestigiosa fiera di settore in Italia e una delle maggiori al mondo. Un segnale molto incoraggiante e soddisfacente per i professionisti isolani, un riscontro confortante per la capacità organizzativa della Regione, anche in vista dell'Expo e, in generale, un successo per la Sardegna". E' il commento dell'assessore del Turismo, **Francesco Morandi**, al termine dell'appuntamento milanese.

Alla Bit erano rappresentati oltre due terzi dei posti letto totali, con 69 operatori isolani, accreditati dall'assessorato regionale del Turismo in rappresentanza di tutte le categorie del comparto ricettivo, che hanno avuto l'occasione di promuovere la loro offerta e chiudere contratti con compratori italiani e stranieri.

"Abbiamo tenuto fede al nostro presupposto di partenza – ha spiegato l'Assessore - La loro soddisfazione per l'andamento delle contrattazioni è il nostro miglior risultato. Ci presentavamo con l'intento di valorizzare e promuovere le eccellenze naturali, culturali, enogastronomiche, il settore dell'innovazione sostenibile, il benessere e la qualità della vita, anche in questo senso abbiamo ottenuto ottimi riscontri: è stato un interessante test di preparazione dell'imminente Esposizione universale di Milano".

Morandi vede nei Giganti di Mont'e Prama un ruolo da ambasciatori della Sardegna nel mondo ed a loro è stato riservato un importante spazio di promozione alla Bit: *"È iniziato un percorso di valorizzazione delle eccellenze culturali, il perno fondamentale intorno al quale costruire un progetto di comunicazione. La Regione ha avviato una prima fase dedicata al mercato nazionale, alla quale si affiancherà più avanti nel tempo un articolato e ambizioso progetto internazionale".*

"Abbiamo in programma – ha concluso – anche la realizzazione di una web agency regionale, diretta a favorire le strategie digital e social marketing, una ristrutturazione delle funzionalità del portale web e un ripensamento dell'Osservatorio regionale, componenti essenziali per proseguire nel trend di crescita dell'annata appena conclusa (11 milioni e mezzo di presenze turistiche sino al 30 novembre 2014, +9% rispetto al 2013) e riposizionare l'immagine della Sardegna sui mercati nazionali e internazionali". (red)

(admaioramedia.it)