Il rilancio della Tunisia passa per l'Italia

Nel corso di Bit 2016 abbiamo intervistato **Riad Dkhili**, direttore dei mercati turistici per l'ente del turismo della **Tunisia**, che ci ha fornito i dettagli del piano di rilancio della destinazione mediterranea che passerà in particolare attraverso una campagna promozionale rivolta al mercato italiano.
Nel video, in francese, Dkhili spiega che "il piano 2016 si svilupperà su due principali aree d'azione. La prima riguarderà il piano di sicurezza nazionale, che coinvolgerà non solo il settore turistico ma anche il Ministero dell'Interno e quello della Difesa: un piano a tutti gli effetti nazionale sul quale c'è un importante investimento di risorse. L'altro focus sarà il **piano di promozione per l'Italia, un mercato chiave per la Tunisia**: proprio per questo si è deciso di mantenere lo stesso budget dell'anno precedente, senza nessuna riduzione per il 2016"
Se da una parte è dunque previsto un investimento di **17 milioni di euro** solo per la sicurezza aeroportuale, dall'altra non mancheranno agevolazioni per aiutare i tour operator a spingere le vendite.
"Il piano per l'"Italia - prosegue Dkhili - prevede un grande aiuto per i TO al fine di migliorare e spingere le vendite: in quest'ottica abbiamo scelto di lasciare loro più libertà, fornendo anche maggiori possibilità per realizzare campagne di promozione rivolte ai consumatori. Inoltre, sosterremo i TO anche con la programmazione aerea, con dei **premi erogati in base al volume delle vendite:** questa è per noi una nuova sfida, che siamo felici di intraprendere per aiutare e incentivare i nostri partner. Con loro organizzeremo inoltre infatti dei "fam trip", con due grandi progetti di educational, uno in collaborazione con la compagnia nazionale Tunisair e uno con la compagnia privata tunisina Nouvelair, per un totale di 600 persone".
"Anche dal punto di vista della comunicazione abbiamo diversi progetti - conclude il direttore - come ad esempio la partecipazione a manifestazioni importanti, quali appunto la BIT, e il **consolidamento dei rapporti con il panorama mediatico e trade italiano** inclusi gli agenti di viaggio. Non ultimo, lanceremo in Italia una campagna pubblicitaria di grande impatto che passerà soprattutto attraverso i mezzi di comunicazione più innovativi".