"Buy Veneto" da record in una regione che si accinge a battere nuovi primati nel turismo

“La nostra è una terra straordinariamente ricca di attrattive, ma non dobbiamo avere la presunzione che tutti i diversi luoghi che compongono la prima regione turistica d’Italia siano ugualmente conosciuti. Allora perché non identificarla con quattro parole che possono diventare anche il nuovo motto del turismo regionale, lo slogan che con efficacia e immediatezza la individua geograficamente e ne fa intuire il valore e la bellezza: The Land of Venice”.
Con questa suggestione il presidente della Regione ha aperto a Mestre (Ve) la sedicesima edizione di **“Buy Veneto”**, il più importante evento di marketing turistico regionale, “la nostra fiera internazionale del Business-to-Business – come l’ha definita l’assessore al turismo –, dove il turismo è economia concreta, dove si fanno contratti, dove si tocca con mano sia l’interesse mondiale che suscita l’offerta veneta nel suo complesso, sia la professionalità dei nostri operatori nel vasto ambito dell’industria dell’ospitalità”.
“Un’industria che con i suoi 17 miliardi di euro di valore – ha sottolineato il presidente – rappresenta più del 10 per cento dei 150 miliardi del Pil regionale, che ha una storia tutto sommato recente nel corso della quale ha saputo crescere e affermarsi costantemente nelle destinazioni più note, come il mare, che da solo fa numeri da record, le città d’arte, il lago, la montagna, ma che si fa apprezzare anche per tante altre forme di vacanza e di ospitalità che oggi stanno conoscendo un grande successo di interesse e di adesioni. Il Veneto, insomma, è tutto fuorché una destinazione statica, è un ambito turistico in continuo movimento, che crea e che regala emozioni, grazie anche all’importante spinta che stanno dando i giovani nelle imprese”.
“La strada del cosiddetto ‘turismo emozionale’ – ha ribadito il presidente – è quella che dobbiamo percorrere con convinzione, favorendo la creazione, anche con la semplificazione burocratica e con opportune deroghe, di strutture ricettive come il glamping, gli alloggi sugli alberi, o nei masi più sperduti. Nuove forme di ospitalità che hanno un mercato in espansione e che noi possiamo utilmente intercettare”.
Sono circa 6.000 gli appuntamenti già fissati e che avranno per protagonisti oggi al centro congressi dell’hotel NH Laguna Palace di Mestre, 200 buyers provenienti da 47 Paesi di tutti i cinque continenti, e 360 rappresentanti di 245 imprese turistiche dell’offerta veneta. Domani, invece, sono in programma

undici educational tour, grazie ai quali gli operatori stranieri potranno conoscere da vicino la vasta offerta turistica del Veneto, dal Delta del Po alle Dolomiti, dal golf nelle Ville al Lago di Garda, dalle terme di Abano e Montegrotto alle proposte di shopping e benessere, dalle città d'arte alle cantine del Soave e Valpolicella.

"La grande novità del 'Buy Veneto' 2017 è il suo esordio in terraferma – ha spiegato l'assessore regionale al turismo –, una svolta organizzativa che risponde alle esigenze logistiche dei partecipanti, a una precisa richiesta proveniente in particolare dalle nostre aziende turistiche, e che nel contempo assicura, nonostante il workshop richiami di anno in anno un numero crescente di operatori, un contenimento dei costi".

"Il successo di questo ormai tradizionale appuntamento d'affari, che vede per la prima volta una numerosa adesione di operatori provenienti dall'India e dalla Cina – ha aggiunto l'assessore –, è anche una conferma dell'andamento positivo del turismo nel Veneto, che si accinge a bissare l'anno dei record 2016, in quanto le stime del 2017 oggi parlano di un ulteriore aumento sia degli arrivi, più 5,1 per cento, sia delle presenze, più 4,3 per cento. Dati che se verranno confermati consolideranno la nostra leadership in Italia".

"Il nostro obiettivo – ha concluso l'assessore – è conquistare spazi sempre più ampi nei cataloghi dei tour operator stranieri, promuovendo e proponendo una gamma sempre più ampia di prodotti, come il turismo slow e quello green, come la rete di itinerari cicloturistici e i percorsi enogastronomici, unendoli tra loro con sapienza e professionalità, come già sta accadendo in molti territori che stanno scoprendo una vocazione turistica sino a ieri inesplorata. Non è un caso se le province di Treviso e Vicenza sono quelle che hanno segnato quest'anno la maggior crescita percentuale di presenze della regione".