

**Piscopo: vacanze da ottobre a marzo. A Terrasini pure russi e ucraini**

# Travelexpo punta sull'inverno

**Antonio Giordano****PALERMO**

La 24ª edizione di Travelexpo, la Borsa Globale dei Turismi, si apre venerdì al CDS Hotel Città del Mare di Terrasini all'insegna di una stagione record per il settore. Un'edizione che si prepara a varare un programma denso che sarà caratterizzato dalla presentazione dell'idea progettuale che punta a favorire l'allungamento della stagionalità. In questo senso, Travelexpo, che già dallo scorso anno ha affiancato al settore dell'outgoing l'interesse anche per l'incoming, conferma questa tendenza ospitando una trentina di buyer provenienti dal mercato europeo e quello americano.

Di rilievo pure la presenza degli Enti del Turismo Estero in Italia ma anche di operatori russi e ucraini. «La stagione ha mantenuto le sue promesse», dice Toti Piscopo, patron dell'organizzazione, «e abbiamo capito che il turismo può davvero essere un pilastro della nostra economia». La novità del 2022 è stata una concentrazione dei turi-

sti «non solo sulle mete "tradizionali"; i turisti hanno imparato a conoscere anche angoli più nascosti della nostra regione». E, soprattutto, di questo aumento di arrivi ne hanno beneficiato sia le strutture più stellate che i semplici b&b. Secondo i dati riguardanti il settore alberghiero ed extralberghiero, elaborati dal dipartimento del Turismo della Regione Siciliana, da gennaio alla fine di luglio 2022 gli arrivi complessivamente sono cresciuti dell'89,3 per cento rispetto all'anno scorso, le presenze del 93,6 per cento. Adesso serve fare un passo in più, ed è quello che si studierà nel corso della manifestazione. Una strategia nuova per il turismo che lo veda non come un settore «a sé» ma come un comparto fortemente connesso a tutti gli altri: beni culturali per primo ma anche agricoltura e agroalimentare, ad esempio. Non solo: serve anche allungare la stagione «e fare comprendere che in Sicilia è possibile fare le vacanze anche da ottobre a marzo», spiega ancora Piscopo, «oggi ne abbiamo la possibilità, forti anche dei numeri realizzati in questa estate». In questo senso va l'idea progettuale di Travelexpo, già condivisa dall'assessorato regionale al Turismo, Unioncamere Sicilia, Anci Sicilia e dagli abituali partner di Travelexpo, ovvero le organizzazioni regionali di Confindustria, Confcommercio, Con-

fesercenti, CNA oltre che da alcuni tour operator siciliani.

Si punta alla formulazione di alcuni pacchetti turistici che, rispetto alle normali condizioni di vendita, riserveranno benefit dedicati a quei turisti e/o viaggiatori che sceglieranno la Sicilia come destinazione da novembre 2022 ad aprile 2023. Saranno loro infatti gli «special guest», che è il brand che la Logos srl mette a disposizione dei tour operator, che godranno di un'azione di comunicazione integrata per stimolare questo specifico prodotto turistico.

Il progetto sarà presentato ai 30 buyer presenti Travelexpo oltre che a un gruppo di giornalisti della stampa specializzata. «Un test», spiega Piscopo, «per sviluppare sinergie tra pubblico e privato e creare una forte motivazione emozionale ai consumatori in un periodo sicuramente non facile ma possibile per sostenere l'idea della vacanza d'inverno anche in Sicilia».

(\*AGIO\*)

**Travelexpo. Toti Piscopo**

Peso: 18%