



La BMT lancia il progetto Gran Tour del Sud Italia

La Borsa Mediterranea del Turismo lancia il progetto Gran Tour del Sud Italia e chiude i battenti della 23 edizione incassando consensi da istituzioni, espositori e visitatori giunti numerosi nel capoluogo campano che si appresta ad ospitare l'evento dell'anno: le Universiadi a cura di **Tiziana Conte**

Un momento della conferenza stampa di apertura della BMT alla Mostra d'Oltremare.
A moment of the BMT opening press conference at the Mostra d'Oltremare

Mettere in rete l'offerta turistica di un territorio vocato all'ospitalità ma che non ha ancora saputo esprimere al meglio le proprie potenzialità. È la sfida lanciata dal patron della BMT, **Angelo De Negri**, con il Progetto Gran Tour del Sud Italia presentato nel corso della tre giorni che si è svolta nei padiglioni della Mostra d'Oltremare a

Napoli. Il progetto nasce dopo un'attenta valutazione dell'Osservatorio di Studi BMT guidato dalla professoressa **Valentina Della Corte** e sarà veicolato sui mercati internazionali attraverso il marchio Buy South Italy. «Vogliamo dare un segnale all'Italia, invitare le regioni a fare rete per far crescere l'incoming turistico. Le idee giuste ci sono, bisogna trovare il



sistema per tradurle in azione concrete», ha precisato De Negri. «Con la nostra Borsa in questi anni abbiamo favorito e visto crescere il turismo italiano ed oggi abbiamo l'ambizione di fare ancora di più con Il Gran Tour del Sud, ossia l'idea di favorire l'integrazione fra i diversi prodotti locali per agevolare la creazione di percorsi interregionali che toccando le varie realtà del sud, possano contribuire alla crescita comune del movimento in entrata dall'estero».

Le Universiadi

Nell'ambito della BMT è stato presentato l'evento di punta del 2019: le Universiadi, in programma dal 3 al 14 luglio 2019. Napoli si prepara ad accogliere sportivi, turisti e operatori della comunicazione da tutto il mondo con cards e pacchetti turistici realizzati per l'evento. Con diciotto discipline coinvolte, oltre 6.000 atleti in gara, e un numero ancor maggiore di visitatori. «La Summer Universiade Napoli 2019 rappresenta una grande opportunità per la Campania», hanno fatto sapere l'assessore al Turismo della Regione, **Corrado Matera** e il sindaco di Napoli **De Magistris** che ha precisato: «Napoli è prima nei risultati per crescita turistica, se prima c'erano i sacchetti dei rifiuti oggi ci sono i turisti. Abbiamo mosso l'economia della città: se non ci fosse stata la nostra amministrazione le Universiadi non sarebbero mai arrivate. Hanno scelto Napoli per come è cambiata». Il primo cittadino del Capoluogo campano ha aggiunto: «Gli eventi in generale, così come le Universiadi sono una grande opportunità per la città per la sua immagine nel mondo. Mi sembra che si stia andando alla grande, dobbiamo prepararci sui servizi e su questo abbiamo bisogno del contributo di tutti, anche per farci trovare al meglio». E che a Napoli si respiri un vento di positivo rinnovamento si percepisce passeggiando per le strade, pulite anche nei quartieri più popolosi; sbirciando nei negozi, bar e ristoranti sempre affollati; ma anche dagli investitori che credono nell'ulteriore sviluppo turistico: sono aumentati i posti letto e nel corso del 2019 saranno due le navi di MSC Crociere a fare tappa regolarmente nello scalo campano per un totale di 81



scali complessivi e una movimentazione stimata di circa 350.000 passeggeri. E sarà Msc Lirica la nave-albergo che ospiterà gli atleti impegnati nelle Universiadi, sospendendo quindi la sua stagione adriatica dall'home port di Venezia per circa un mese. Una volta terminati i giochi riprenderà il suo regolare servizio il 26 luglio.

Turismo in crescita

Napoli è il capoluogo di una regione in testa, fra quelle del Mezzogiorno, per flussi turistici: nel triennio 2016-2018, infatti, gli arrivi sono cresciuti ad un tasso medio annuo pari al 5,17%, più elevato rispetto al medesimo valore riferito all'intero Paese che si è attestato sul 3,1%. Nel 2018, gli arrivi e le presenze sono aumentati del 7,7% e del 3,3% che in valore assoluto corrispondono rispettivamente a circa 6.075 milioni e 21.132 milioni. La spesa dei turisti in Campania nel 2017 è stata pari a 6.041 milioni di euro, corrispondente al 6% di quella complessivamente effettuata da turisti stranieri ed italiani, posizionandosi al sesto posto dopo Lombardia (13,6%), Lazio (11,5%), Toscana (11,5%), Veneto (9,8%) ed Emilia Romagna (8%). I dati sono stati resi noti durante la BMT che ha acceso i riflettori sull'intera regione presente alla Mostra d'Oltremare, con uno spazio espositivo di circa 400 metri quadri (padiglione 4), cento espositori tra istituzioni, tour operator e strutture ricettive sintesi dell'offerta turistico-culturale del territorio. Particolare risalto nell'immagine degli spazi fieristici della Regione Campania è stato dato alle Universiadi. A cento giorni dall'evento che accenderà i

De Magistris: «Napoli è prima nei risultati per crescita turistica». De Magistris: «Naples is first in terms of tourism growth»



Corrado Matera, Assessore al Turismo della Regione Campania insieme al patron della BMT Angelo de Negri. *Corrado Matera, Councilor for Tourism of the Campania Region with the patron of BMT Angelo de Negri*

riflettori dei media su Napoli e sulla regione, sarà fondamentale l'accoglienza degli atleti, circa 8000 provenienti da 170 paesi, e degli ospiti. Si tratta di giovani che gravitano negli ambienti accademici: un target elevato e quindi in grado di attivare un ottimo effetto di ricaduta internazionale per l'offerta turistica campana che va ben oltre il turismo sportivo. «La nostra presenza alla BMT», ha affermato l'assessore regionale al Turismo, **Corrado Matera**, «giunge dopo un percorso che ci ha visti protagonisti nelle maggiori fiere internazionali dedicate al turismo. Partendo dai nostri tradizionali grandi attrattori abbiamo avviato una strategia di promozione agendo sugli elementi che qualificano e specializzano il prodotto turismo. Oggi sotto il marchio Campania riusciamo a raccogliere un'offerta diversificata che risponde alle nuove e mutate esigenze del mercato. Il nostro immenso patrimonio ambientale e culturale si coniuga con l'enogastronomia che esalta i sapori dei piccoli borghi e che si traduce nella valorizzazione di aree trasformate in itinerari permanenti utilizzando al meglio i territori meno conosciuti dei distretti turistici campani».

Un successo annunciato

L'edizione 2019 della BMT ha chiuso i battenti confermando un successo di presenze fra visitatori e operatori tra i quali Valtur, Nicolaus, Futura Vacanze, Kappa Viaggi, Seimondo, I Viaggi dell'Airone, Volonline, Naar, Alidays, Hertz, Skyteam Tailor Made T.O. di Londra, Travel Tour Operator, Partner Group, Trans Nordic Tours. Fra i protagonisti storici MSC Crociere che ha avviato la costru-

zione anche di altre 3 navi: MSC Grandiosa, in servizio da novembre del 2019, MSC Virtuosa che arriverà nell'autunno del 2020 e MSC Seashore nel 2021. Entro il 2027 la flotta arriverà a 29 navi e sarà in grado di ospitare 5,5 milioni di crocieristi all'anno. Presenti anche i maggiori parchi a tema italiani e stranieri, da Gardaland a Disneyland, da Mirabilandia a Rainbow e Cinecittà World. Grandi gruppi e associazioni di categoria hanno scelto BMT per incontrare agenzie e associati: è il caso di UVET o di ASTOI. Tra le novità presentate: il decollo di Flydubai che per la prima volta porterà nel golfo arabo passeggeri in partenza dal capoluogo campano. E da Napoli decollerà anche United Airlines per New York mettendo in evidenza ancora una volta le potenzialità e il grande sviluppo dello scalo partenopeo, notevolmente cresciuto negli ultimi anni. Fra i protagonisti di BMT Matera 2019 Capitale Europea della Cultura, evento clou per il turismo dell'Italia meridionale. Anche per questa edizione il Trentino Alto Adige ha riconfermato la sua presenza tenendo fede al rapporto storico con la Campania rilanciato dalla presenza del Calcio Napoli nella regione dolomitica per i ritiri precampionato. Allo stand gli operatori incoming e delle Apt locali con un focus particolare sulla vacanza estiva plein air che al sud comincia a crescere. Presenze consolidate in fiera e amate dagli italiani del centro sud: l'Emilia Romagna e l'Umbria, così come la Toscana, rappresentata dalla Camera di Commercio di Pisa e dalle Strade del Vino. Accanto a loro il debutto di San Marino. Ai tavoli dei workshop Incoming, la presenza della domanda estera è stata assicurata da 120 buyers mentre il workshop Incentive e Congressi ha visto protagonisti 25 meeting planner organizzatori di eventi nazionali ed internazionali già in procinto di programma re eventi per il 2019/2020. Il workshop Turismo associato e Cral ha ospitato i rappresentanti di un mercato che muove grossi gruppi anche fuori stagione e quindi utili per la tanto auspicata destagionalizzazione dei flussi turistici.

TOURISM SCENERIES

BMT launches the Southern Italy Grand Tour Project

The Mediterranean Tourism Exchange launches the Southern Italy Grand Tour Project and closes the doors of the 23rd edition, receiving acclaim from institutions, exhibitors, and visitors who arrived in numbers at the Campania capital, which is now preparing to host the event of the year: the Universiade **by Tiziana Conte**

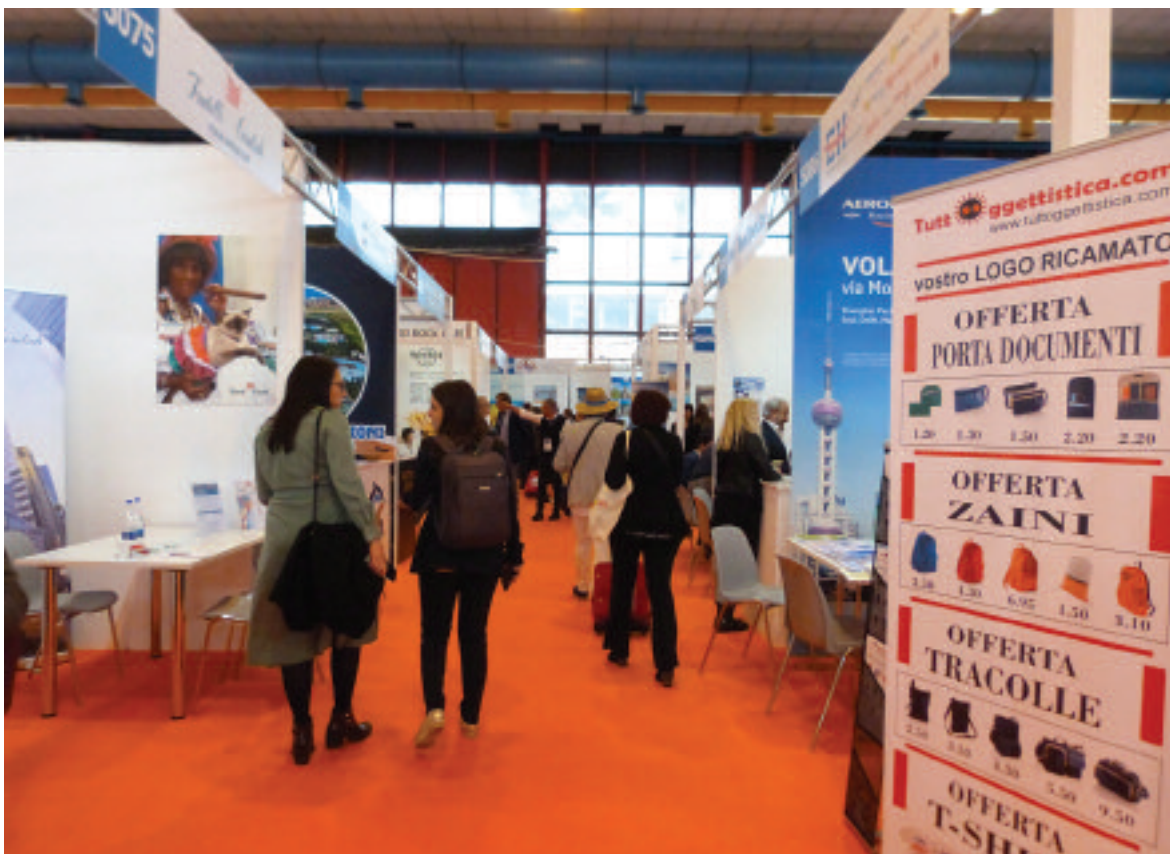
Networking the tourist offer of a territory with a natural affinity to hospitality that has not yet been able to express its full potential. This is the challenge launched by BMT's patron, **Angelo De Negri**, with the Southern Italy Grand Tour Project presented during the three-day event that took place in the halls of the Mostra D'Oltremare in Naples. The project is born after a careful evaluation of the BMT Studies Observatory led by Professor **Valentina Della Corte** and will be conveyed on the international markets through the Buy South Italy brand. «We want to give a signal to Italy, invite the regions to network in order to grow incoming tourism. The right ideas are there, we just need to find the

system to translate them into concrete action», stated De Negri. «With our Stock Exchange in recent years we have promoted and seen Italian tourism grow, and today we have the ambition to do even more with The Grand Tour of the South, i.e. the idea of promoting the integration between the different local products to facilitate the creation of interregional programs that, by touching the various businesses of the south, can contribute to the common growth of the incoming movement from abroad».

The Universiade

As part of the BMT, they presented the flagship event of 2019: the Universiade, scheduled from 3 to 14 July 2019.

L'edizione 2019 della BMT ha chiuso i battenti confermando un successo di presenze. The 2019 edition of BMT closed its doors confirming a successful attendance



Naples is preparing to welcome sportsmen, tourists, and communication operators from all over the world with tourist cards and packages made for the event. With eighteen disciplines involved, over 6,000 athletes competing, and an even greater number of visitors. «The Summer Universiade Naples 2019 is a great opportunity for Campania», said **Corrado Matera**, Regional Tourism Councillor, and the Mayor of Naples, **De Magistris**, who specified: «Naples is first in terms of tourism growth; if before there were garbage bags, today there are tourists. We have moved the economy of the city: if our administration had not been there the Universiade would never have arrived: they chose Naples for how it changed». Then he added: «Events in general, just like the Universiade, are a great opportunity for the city for its image in the world. I think it is going great; we must prepare ourselves for the services and for this we need everyone's contribution, to show our best». And you can sense the wind of positive change in Naples as you walk through the streets, clean even in the most populous neighbourhoods; peeking into the always crowded shops, bars, and restaurants; but also by the investors who believe in the further development of tourism: the number of beds has increased and during

2019 two MSC Cruises will be making regular stops at the Campania port for a total of 81 and an estimated movement of around 350,000 passengers. And Msc Lirica will be the hotel-ship that will host the athletes involved in the Universiade, thus suspending its Adriatic season from the home port of Venice for about a month. Once the games are over, it will resume its regular service on 26 July.

Growing tourism

Naples is the capital of a leading region, among those of the South, for tourist flows: in the 2016-2018 three-year period, in fact, arrivals have grown at an average annual rate of 5.17%, higher than the same value for the entire country which stayed at 3.1%. In 2018, arrivals and presences increased by 7.7% and by 3.3%, which in absolute terms translate approximately to 6.075 million and 21.132 million respectively. The expenditure of tourists in Campania in 2017 amounted to 6.041 million euros, which is 6% of the total carried out by foreign and Italian tourists, ranking sixth after Lombardy (13.6%), Lazio (11.5%), Tuscany (11.5%), Veneto (9.8%), and Emilia Romagna (8%). The data was disclosed during the BMT, which shone the spotlight on the entire region present at the Mostra d'Oltremare, with an exhibition space of around 400 square meters (Hall 4), a hundred exhibitors among institutions, tour operators, and accommodation facilities as synthesis of the tourist-cultural offer of the territory. Particular emphasis in the image of the Campania Region fairgrounds was given to the Universiade. At one hundred days from the event that will turn the media spotlight on Naples and the region, it will be crucial to properly accommodate the athletes, about 8000 from 170 countries, and the guests. These are young people who revolve around academic environments: a high target, and thus able to activate an excellent international spillover effect for the tourist offer in Campania that goes far beyond sports tourism. «Our presence at the BMT», said the Re-

Valentina della Corte durante la presentazione del progetto Gran Tour del Sud Italia.
Valentina della Corte during the presentation of the Grand Tour of Southern Italy project



gional Tourism Councillor, **Corrado Matera**, «comes after a journey that has seen us playing the main role in the major international fairs dedicated to tourism. Starting from our traditional big attractors we have started a promotion strategy by acting on the elements that qualify and specialize the tourism product. Today under the Campania brand we are able to collect a diversified offer that responds to the new and changed needs of the market. Our immense environmental and cultural heritage combines with the food and wine that enhance the flavours of the small towns, which translates into the enhancement of areas transformed into permanent itineraries by making the best use of the lesser known territories of the Campania tourist districts».

An announced success

The 2019 edition of BMT closed its doors confirming a successful attendance of visitors and operators including Valtur, Nicolaus, Futura Vacanze, Kappa Viaggi, Seimondo, I Viaggi dell'Airone, Volonline, Naar, Alidays, Hertz, Skyteam Tailor Made T.O. di Londra, Travel Tour Operator, Partner Group, Trans Nordic Tours. Among the historic protagonists there was MSC Cruises, which also started building 3 more ships: MSC Grandiosa, in service since November 2019, MSC Virtuosa, which will arrive in autumn 2020, and MSC Seashore, in 2021. By 2027 the fleet will reach 29 ships and will be able to accommodate 5.5 million cruise passengers per year. Also present were the major Italian and foreign theme parks, from Gardaland to Disneyland, from Mirabilandia to Rainbow and Cinecittà World. Large groups and trade associations chose BMT to meet companies and associates: this was the case with UVET or ASTOI. Among the news presented: the launch of Flydubai, which for the first time will bring passengers departing from the capital of Campania to the Arabian Gulf. And from Naples will also take off United Airlines towards New York, highlighting once again the potential and the great development of the Neapolitan air-

port, grown considerably in recent years. Among the protagonists of BMT there was Matera 2019 European Capital of Culture, key event for the tourism of southern Italy. For this edition too, Trentino Alto Adige reconfirmed its presence, keeping faith with the historical relationship with Campania re-launched by the presence of Calcio Napoli in the Dolomites for pre-season retreats. At the stand, the incoming and local APT (Tourism Agencies) operators with a particular focus on outdoor summer vacations, which are beginning to grow in the south. Consolidated and beloved presences at the fair by central south Italians: Emilia Romagna and Umbria, as well as Tuscany, represented by the Chamber of Commerce of Pisa and the Wine Roads. Next to them the debut of San Marino. At the tables of the Incoming workshops, the presence of foreign demand was assured by 120 buyers, while the Incentive and Conferences workshop featured 25 meeting planners, organizers of national and international events already in the process of planning events for 2019/2020. The Associated Tourism and CRAL workshop hosted the representatives of a market that moves large groups even out of season and therefore useful for the much desired "de-seasonalisation" of tourist flows.

Corrado Matera
Assessore al Turismo
della Regione Campania.
*Corrado Matera, Councilor
for Tourism of the
Campania Region*

