

Enti del turismo stranieri in Italia Chi è il più attivo del reame?

La risposta è l'India, con circa 30 grandi eventi promozionali organizzati durante l'anno e una campagna di advertising, su tutti i canali, ad alto impatto emozionale

➡ Mario Masciullo



Sopra, danze tipiche al Ristorante Shiva di Milano. In basso, da sin. Gangadhar Chilka, direttore India Tourism di Milano, Ms. Sini Mathew Tour Leader Madras Travels, Mr. Nandakumar, Ceo Madras Travels, la proprietaria di un'agenzia di viaggio vincitrice di un tour in India, Shashi Kant Kaundal, Station Manager Air India

Da anni, l'Italia si è qualificata territorio fertile per il turismo outgoing verso ogni parte del mondo, contribuendo a cambiare il modo di viaggiare: da un turismo "mordi e fuggi" – anche nei casi di tours di media durata dove persino in 10-15 giorni, il soggiorno non superava le 24 ore

in una località in programma – a un turismo sempre più selettivo, di nicchia e desideroso di vivere un'autentica life experience nella destinazione prescelta, favorito in questo anche dagli stimoli sempre più numerosi e interessanti forniti dagli enti del turismo, in gran parte europei.

Tra i soggiorni balneari in località esotiche, in prevalenza dell'emisfero Est, dove abbondano strutture altamente qualificate a costi più contenuti rispetto a quelle situate in Occidente, si sono inseriti i viaggi tematici, in particolare quelli culturali, della spiritualità (in prevalenza buddismo), dei viaggi di nozze, del turismo medico e delle cure del corpo e della mente, come lo Yoga. In particolare, quest'ultima disciplina identifica come patria millenaria l'India. Destinazione che gli Italiani hanno imparato a conoscere sempre meglio negli ultimi tre anni, grazie all'insediamento del direttore dell'ente del Turismo Indiano (India Tourism) con sede a Milano, il Sig. Gangadhar Chilka la





cui giurisdizione copre Grecia, Cipro e Malta e al quale va il merito di aver promosso l'India nel nostro Paese e nel Mediterraneo come nessun altro prima di lui aveva mai fatto, attraverso un'eccellente e variegata campagna pubblicitaria su tutti i media. Di certo il suo successore avrà parecchio filo da torcere se vorrà stare al passo con il suo dinamismo.

Un impegno full time: da gennaio a dicembre, agosto incluso

«La campagna», spiega il direttore Gangadhar, «include la partecipazione alle maggiori fiere del turismo tra cui c'è anche quella del Turismo Archeologico di Paestum ma anche l'intervento a fiere minori attraverso, per esempio, la sponsorizzazione di eventi sportivi o culturali. È previsto inoltre un tourbillon di "presentazioni" vale a dire di incontri con operatori turistici e/o economici per illustrare la destinazione India, a cui, in genere, partecipano sempre anche l'ambasciatore indiano e il Console (con sede a Milano)».

Quanti eventi riesce ad attuare personalmente in un anno?

«All'incirca 30, organizzati tra Italia, Grecia, Cipro e Malta. Ma ne occorrerebbero di più, motivo per cui sacrifico volentieri anche il mese di agosto per presenziare, in qualità di sponsor, agli incontri folkloristici che si svolgono in estate. L'India è un Paese dalla grandezza infinita e le sue attrattive - che interessano una moltitudine sempre maggiore di potenziali turisti - richiederebbero una vita per essere visitate».

Tra pubblicità ed eventi, qual è l'asset più redditizio?

«Sono attività distinte ma assolutamente complementari. La pubblicità è pianifica-



A sinistra, maestro yoga durante un evento. Sopra, ospiti della serata indiana al Ristorante Shiva di Milano

ta in abbondanza sulle testate del settore, delle agenzie di viaggi e degli operatori turistici, e contribuisce a mantenere sempre viva l'immagine della destinazione, proponendola come meta appealing per diversi tipi di turismo. La partecipazione agli eventi ha forse il valore aggiunto del rapporto umano diretto».

Quali sono le destinazioni che suggerisce di visitare oltre a quelle più conosciute?

«Il Sud dell'India, una parte che ancora in pochi conoscono veramente, dove esiste un ricchissimo patrimonio di cultura, arte, archeologia e riserve ecologiche, che vale davvero la pena scoprire».

Come riesce a mantenere un ritmo così "frenetico", a districarsi brillantemente tra mille impegni, senza mai perdere di vista i dettagli?

«Pratico la disciplina Yoga ogni giorno. L'esercizio costante, che cerco sempre di condividere il più possibile anche con il mio prossimo, aiuta a pensare con maggiore chiarezza ed agire con più efficacia in ogni circostanza, oltre a liberare corpo e mente dallo stress».

Ha un messaggio particolare da inviare al suo pubblico?

«Sì, un messaggio rivolto a tutti coloro che si recano in India. Da poco tempo è stata istituita una linea verde per assistere i turisti di ogni paese nel territorio indiano: la *Tourist Help line*, attiva giorno e notte per assistenza in 12 lingue. Il numero verde è 1800-11-1363».

Degno di andare in rete per un voto al dinamismo? ■

www.indiatourismmilan.com - info@indiatourismmilan.com
L'operatore indiano specializzato verso il Sud India è Madras Travels and Tours www.madratravels.in. Rappresentanza in Italia, Roma: mario@madratravels.in; tel. 3492503664