



## Comunicato Stampa

### **Chiusa la XI edizione della BTSA che ha eletto Viterbo Capitale Italiana del Turismo Sociale.**

*Un coro di consensi da parte dei numerosi tour operator stranieri affascinati dal territorio e dai suoi prodotti. Unanime il consenso per una manifestazione che viene annoverata tra le più proficue tra le borse di prodotto nazionali*

Si è chiusa con un affollato workshop cui hanno preso parte 100 buyer e 300 seller in rappresentanza di oltre 400 aziende, la XI edizione della **Borsa del Turismo Sociale e Associato**, svoltasi a Viterbo. Ad aprire la manifestazione è stato giovedì scorso il **Convegno Nazionale “Le opportunità del Turismo Sociale in Italia”**, cui hanno preso parte alcuni fra i massimi esperti del settore tra i quali Benito Perli, Presidente della Federazione Italiana Turismo Sociale (FITuS), il Prof. Tommaso Paolini, Docente di Economia del Turismo presso l'Università dell'Aquila, e la d.ssa Caterina Cittadino, Capo Dipartimento del Ministero del Turismo, che ha relazionato sulla situazione dei “buoni vacanza”, recentemente introdotti dal Governo a favore delle famiglie più bisognose. Nel corso del Convegno è stato presentato anche il **3° Rapporto sul Turismo Sociale in Italia**, curato dall'Isnart in collaborazione con l'Osservatorio permanente costituito in ambito BTSA, dal quale è emerso che questo particolare segmento del turismo nazionale ha generato nel corso del 2010 un fatturato globale di **1,2 miliardi di euro**.

La manifestazione, organizzata dal CAT/Confesercenti di Viterbo e da Cralnetwork by InRETE in collaborazione con l'Assessorato al Turismo della Regione Lazio, la Provincia, il Comune e la Camera di Commercio di Viterbo, godendo del patrocinio del Ministero del Turismo, dell'Enit/Agenzia Nazionale per il Turismo e delle Associazioni di categoria, ha conseguito un successo che gli stessi operatori hanno definito straordinario.

Tra i Buyer (Cral aziendali, Associazioni sportive, culturali, religiose ecc.), erano presenti anche 16 tour operator provenienti dall'estero, in particolare da Albania, Danimarca, Germania (4), Inghilterra (3), Irlanda, Olanda, Polonia (2), Russia e Spagna., a dimostrazione di una sempre più accentuata internazionalizzazione della manifestazione.

Cospicua anche la presenza di giornalisti in rappresentanza di quotidiani, radio, tv e stampa specializzata che, oltre a seguire i lavori del Convegno, hanno preso parte ad un educational tour organizzato in collaborazione con la locale Camera di Commercio, che li ha portati in particolare a visitare Montefiascone, le Terme del Bacucco (ospiti dell'Azienda Agricola Monte Jugo), il Museo Civico di Viterbo e Caprarola dove sono stati ospiti del Centro Tuscia Doc.

Entusiastici i commenti. Per **Irina Fedeiouchkina**, russa, della Carinka Tour, “il workshop è stato molto efficace. Mi ha dato la possibilità, ha dichiarato, di conoscere un territorio con il quale vogliamo lavorare dopo averne conosciuto le grandi potenzialità. I contatti sono stati tantissimi, forse un centinaio e di questi, almeno una ventina mi sono sembrati meritevoli di sviluppi. Noi abbiamo due portali on line e da subito, la Tuscia con la sua offerta entrerà a farne parte, per iniziare la commercializzazione dal prossimo anno”. In rappresentanza dei Tour Operator tedeschi ha parlato **Giuseppe Pintaudi** della “Pintaudi Tours” di Velbert, secondo cui il “workshop è stato all'altezza del prodotto locale” aggiungendo che la manifestazione “rappresenta una rivelazione che di anno in anno migliora dal punto di vista qualitativo, sia per quanto concerne la domanda che l'offerta.”. Per **Mayte Cruz** della International Cintas di Madrid, è stata la quantità dei contatti (difficile da quantificare) ad impressionarla. “Una giornata intensissima, ha dichiarato, che avrà sicuramente i suoi effetti quando andremo a stringere i rapporti intrapresi”. Mentre per **Klaus E. Prufer**, della Vin Og Gourmet-Rejser di Kolin/Syddjurs (Danimarca), che organizza principalmente tour in gruppo (minimo 50 persone), si sono rivelati molto efficaci i contatti con le grandi strutture alberghiere. “La manifestazione, ha detto, è assolutamente fantastica. Partecipo spesso, selezionato dall'Enit/Agenzia, a questi workshop che mi vedono spesso in Italia. Ma questo si è rivelato del tutto particolare: per la calorosa accoglienza degli organizzatori, per i cibi e i vini che ci hanno consentito di apprezzare le eccellenti produzioni enogastronomiche locali. L'assoluto rispetto dei programmi, poi, e la scelta dei post tour, ci hanno anche consentito di visitare ed apprezzare in tutta tranquillità, le grandi potenzialità della Tuscia”. Non è mancata la voce degli operatori italiani. Per tutti ha parlato **Guido Pezzutti**, responsabile dell'ARVU, l'Associazione Romana Vigili Urbani che associa 4.500 dipendenti e 700 pensionati. “Per associazioni come la nostra, ha dichiarato, questa manifestazione ci mancava, Perché è soltanto attraverso la partecipazione a questi workshop che noi riusciamo ad ottenere offerte da proporre ai nostri associati che, come è facile intuire, non hanno molte possibilità per divagarsi, tenuto conto dei loro stipendi e soprattutto delle loro pensioni. Anche per questo voglio cogliere l'occasione per ringraziare gli organizzatori e quanti si adoperano per lo sviluppo di questo particolare tipo di turismo”..

Grande soddisfazione anche da parte degli organizzatori. Per **Nicola Ucci**, presidente di CralNetwork, “il settore, sia per le presenze, sia per il fatturato che genera, non può essere più considerato ai margini del grande turismo, ma deve anzi godere di maggiori attenzione da parte delle istituzioni, anche perché, per sua natura ha come target di riferimento le categorie più deboli e bisognose”. Mentre per **Vincenzo Peparello**, Presidente del CAT, “la Borsa del Turismo Sociale e Associato è diventata un riferimento innovativo per il turismo italiano e dà l'occasione all'Italia e al Viterbese di competere in questo settore con i Paesi europei concorrenti e, soprattutto, con la Francia e la Spagna. Per vincere la sfida occorre fare gioco di squadra, puntare sull'innovazione, sugli eventi, e la strada che abbiamo imboccato con il modello BTSA, ha concluso, sembra proprio essere quella giusta».

Viterbo, 6 marzo 2011

*Ufficio Stampa: Antonio Castello – cell. 330.982975*