



COMUNICATO STAMPA

**XXI Workshop Turistico Internazionale
20 – 23 settembre 2018**

XXI Edizione Workshop Buy Lazio: gli operatori turistici laziali incontrano 70 Buyer internazionali. 1.700 gli appuntamenti BtoB già registrati

Roma, 19 settembre 2018 - La **ventunesima edizione** del Workshop Turistico Internazionale Buy Lazio si terrà dal 20 al 23 settembre 2018, nella suggestiva cornice della **Sala del Tempio di Adriano** della Camera di Commercio di Roma.

L'iniziativa è promossa ed organizzata dall'Unione Regionale delle Camere di Commercio del Lazio, dalle singole Camere di Commercio del Lazio, in collaborazione con l'Enit, la Regione Lazio, tramite l'Agenzia del Turismo, e con il coinvolgimento delle Associazioni di categoria di settore.

Il Buy Lazio, prestigiosa iniziativa BtoB che si svolge nel Lazio, si conferma come una straordinaria piattaforma di incontro dove il sistema turistico delle province del Lazio viene valorizzato in tutti i suoi punti di forza: dall'attrattiva turistica del vasto e ricco patrimonio storico, artistico, culturale e religioso, alle risorse naturalistiche e paesaggistiche, dal mare, alla montagna alle coste, dai giardini ai parchi naturali, alle produzioni tipiche gastronomiche.

Alla XXI edizione partecipano:

- **70 Buyer**, provenienti dai mercati europei e del Nord America
- **165 Seller** del Lazio espressione dei vari prodotti turistici

Venerdì 21 settembre si svolgerà la giornata degli incontri BtoB tra *Buyer* e *Seller* (Domanda e Offerta) gestiti attraverso la piattaforma telematica di agenda *on-line*, con 1.700 appuntamenti, già registrati, tra gli operatori presenti.

Terminato il Workshop, i *Tour Operator* presenti al Buy Lazio potranno conoscere ed apprezzare le straordinarie bellezze di questo nostro territorio attraverso **cinque itinerari turistici** tematici che si svolgeranno, nelle giornate di sabato 22 e domenica 23, nelle diverse province del Lazio. Per questa edizione è stata effettuata una nuova edizione della pubblicazione "**Scegliere il Lazio**", una raccolta selezionata di oltre 50 itinerari, realizzati in ventuno edizioni del Buy Lazio, alla scoperta delle straordinarie ricchezze storico, artistiche, culturali, paesaggistiche ed enogastronomiche della regione. La pubblicazione propone

Sponsor:



nuovi itinerari con, in aggiunta, una sezione interamente dedicata ai “Cammini del Lazio”, percorsi creati dal sistema delle Camere di Commercio del Lazio che si sviluppano lungo i percorsi di fede e creati in occasione del progetto speciale dell’Anno Santo della Misericordia.

I DATI DELLA VENTUNESIMA EDIZIONE

Analisi Buyer

La ventunesima edizione del Buy Lazio fa registrare la presenza di 22 Mercati Esteri per un totale di 70 *Buyer* partecipanti.

La mappa geografica di provenienza dei *Buyer* si configura con la seguente ripartizione: Austria 2, Belgio 3, Canada 2, Danimarca 3, Estonia 2, Finlandia 3, Francia 2, Germania 11, Inghilterra 7, Irlanda 1, Lettonia 1, Lituania 1, Paesi Bassi 5, Repubblica Ceca 3, Russia 7, Slovacchia 1, Spagna 2, Svezia 4, Svizzera 2, Ucraina 2, Ungheria 3, USA 3.

17 sono i *Buyer* specializzati nel settore MICE (*Meeting, Incentive, Congress, Exhibitions*) di cui: Danimarca 1, Francia 2, Germania 5, Lettonia 1, Paesi Bassi 2, Russia 3, Svezia 1, Svizzera 1, Ucraina 1.

I *Buyer destination specialist (repeater)*, che hanno già preso parte ad edizioni precedenti e che hanno consolidato i rapporti con l’offerta del territorio, rappresentano il 48% dei partecipanti, mentre l’elevato numero di nuovi partecipanti (pari al 52% dei *Buyer* invitati) testimonia che sono sempre di più i nuovi operatori interessati ad avviare e potenziare la programmazione turistica nel Lazio.

I prodotti turistici richiesti dai *Buyer* partecipanti al Buy Lazio 2018, in ordine di preferenza, sono: città d’arte (21%), mare (18%), enogastronomia (18%), ambiente-natura-parchi (16%), wellness/SPA (11%), sportivo (7%), congressuale (6%), religioso (3%).

Per quanto riguarda il prodotto turistico, i *Buyer* hanno espresso delle preferenze sull’offerta dei *Seller* che possono essere così sintetizzate: hotel 4 stelle (15%), castelli, ville e dimore storiche (14%), hotel 5 stelle (13%), *tour operator incoming* (11%), DMC/PCO (9%), hotel 3 stelle (9%), agriturismi (7%). Seguono le voci: appartamenti/case vacanza (7%), trasporti (5%), bus operator (5%), camping (4%) e centri conferenze (3%).

Analisi Seller

L’offerta turistica del Lazio, in questa edizione, è rappresentata da **165 aziende**, con una proposta che riesce a presentare l’intero volto turistico della regione attraverso prodotti turistici personalizzati e rispondenti alle caratteristiche delle singole realtà provinciali.

I territori del Lazio presentano tematiche innovative e prodotti “forti” grazie alla presenza di qualificati operatori, così suddivisi: Roma (59%) e provincia (12%), Viterbo (13%), Rieti (8%), Latina (4%), Frosinone (4%). Questi dati mettono in evidenza due aspetti fondamentali: il primo conferma che il turismo nel Lazio è rappresentato principalmente da Roma, il secondo che gli operatori di Roma non si fermano ad aspettare che il turista arrivi ma sfruttano tutte le occasioni, come il Buy Lazio appunto, per proporre i propri prodotti e pacchetti.

I prodotti turistici rappresentati dai *Seller* sono così articolati: città d’arte (39%), ambiente-natura-parchi (15%), enogastronomia (13%), turismo congressuale (10%), mare (9%), sport (6%), turismo religioso (6%) e wellness/SPA (2%).

Il Buy Lazio rappresenta un appuntamento irrinunciabile per il 60% dei *Seller* iscritti e, allo stesso tempo, una nuova straordinaria opportunità per il 40% di imprese che per la prima volta parteciperanno alla manifestazione in questa edizione.

Questa la tipologia delle imprese laziali partecipanti in ordine di categoria: tour operator (31%), hotel 4 stelle (13%), hotel 3 stelle (10%), servizi turistici (9%), associazioni (7%), agriturismi (6%), appartamenti/case vacanze (3%), DMC (3%), b&b (2%), catene di hotel (2%), resort/camping (2%), ristoranti (2%), trasporti (2%), wine cellar (1%), castelli e dimore storiche (1%), country/guest house (1%), consorzi (1%), hotel 5 stelle (1%).

FOCUS Buy Lazio 2018

Il Buy Lazio 2018 avrà un focus dedicato al settore del turismo MICE ed in particolare al segmento congressuale. Il turismo congressuale è oggi un settore di mercato in forte espansione che colloca l'Italia tra i primi posti a livello mondiale considerati i tanti fattori di attrattività del paese, dall'arte, alla cultura, al cibo.

Roma e il Lazio vantano numerosi e prestigiosi poli congressuali, luoghi ideali per chi organizza meeting, convention e congressi di respiro internazionale. In particolare, le *location* di Roma, perfettamente inserite all'interno della città e strategicamente collegate con le stazioni ferroviarie e gli aeroporti, le strutture ricettive, rappresentano una garanzia di prestigio e funzionalità.

Roma è l'ottava città per Meeting e congressi in Europa, Medio Oriente e Africa.

Roma è la prima città italiana per Meeting e congressi (382 sedi che ospitano eventi congressuali, il 6,8% del totale). Nel Lazio le sedi sono 608 (10,8% del totale), la Regione è preceduta solo dalla Lombardia. (Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati su dati OICE)

Nell'ambito dei *Post Tour* che saranno organizzati per il Buy Lazio, ve ne sarà uno interamente dedicato ai *buyer* del settore MICE.

Il Post Tour è realizzato con il contributo e la partecipazione attiva di CNA Roma e Lazio e del Convention Bureau di Roma e Lazio.