

Nel 2018 l'Italia turistica punterà prevalentemente sul cibo e la Basilicata si presenta a questo appuntamento con una importante novità di sicura efficacia per la promozione territoriale attraverso un settore divenuto ormai di primaria importanza. Buone notizie che provengono dalla WTM – World Travel Market, la fiera turistica in programma a Londra e a cui la Basilicata ha partecipato in collaborazione con Enit Italia che, nella conferenza di presentazione di risultati e strategie, ha diffuso la ricerca da cui risulta che i ristoranti della Basilicata sono i più apprezzati d'Italia dai turisti e godono del miglior sentiment online. Il risultato si aggiunge ai recenti riconoscimenti ottenuti alla TTG e agli Hospitality Day di Rimini, dove la Basilicata è stata premiata per la migliore reputazione online tra gli stranieri e per il secondo posto assoluto dopo l'Alto Adige e dove è salita al terzo posto per la migliore attività di social media marketing tra destinazioni turistiche e prima fra tutte le regioni. “Alla WTM – commenta il direttore generale dell'APT Basilicata Mariano Schiavone - il Ministro alla Cultura e Turismo Dario Franceschini ha annunciato che il 2018 sarà proprio l'anno del cibo e non è un caso che il Mibact decide di investire in promozione turistica chiamando le regioni a tenere unita la promozione al cibo. Si tratta di uno dei principali canali di marketing e dunque va posta particolare attenzione, oltre che agli aspetti relativi alla produzione ed alla distribuzione, anche a come questo settore diventi strategico per il turismo. Nello stesso tempo diventa una responsabilità dell'intero sistema che dovrà mantenersi all'altezza della reputation che in questi anni ci viene attribuita. Dal WTM di Londra e dalla conferenza di Enit e Mibact è emerso che la Basilicata avrà grandi possibilità nei prossimi due anni grazie proprio al suo food, allo slow tourism e a Matera”