**Logos**

**Comunicato stampa**

**Trecento operatori e venti buyer alla Giornata mondiale del Turismo.**

**Pace: “Le Camere di commercio sostengono le imprese con un Marchio e un rating”**

**Towns of Italy investe con Cdp, ha aperto a Palermo e Taormina e assume in Sicilia.**

**Piscopo: “Ora ci sono le condizioni per allungare le stagioni turistiche”**

Palermo, 26 settembre 2023 – Circa 300 imprese siciliane e venti buyer del settore viaggi di lusso provenienti da India, Stati Uniti, Regno Unito, Germania, Bulgaria, Polonia, Repubblica Ceca, Kazakistan, Ungheria, Ucraina e Nord Italia, celebrano fino a domani a Palermo con la Logos la Giornata mondiale del Turismo organizzata da Travelexpo presso il San Paolo Palace.

Partendo dai numeri più che positivi di quest’anno, sono in corso serrati confronti B2b con l’obiettivo di incrementare i flussi di visitatori nelle prossime stagioni costruendo pacchetti vacanza nell’Isola capaci di attirare una parte dei 700 milioni di viaggiatori che si sono mossi quest’anno nel mondo dopo la pandemia.

Per fare questo, imprese e buyer stanno mettendo a punto nuovi percorsi esperenziali e servizi dedicati a fare conoscere la Sicilia delle origini, meno commerciale e più sostenibile. E se domani la ministra del Turismo, Daniela Santanchè, e gli assessori regionali Elvira Amata e Luca Sammartino illustreranno i nuovi strumenti messi a disposizione per sostenere le imprese e i lavoratori, promuovere l’immagine all’estero e migliorare l’offerta e i servizi, già oggi le istituzioni siciliane hanno fatto la loro parte. Con Pino Pace, presidente di Unioncamere Sicilia, la “casa delle imprese”, che ha spiegato: “Le Camere di commercio continuano a sostenere lo sviluppo delle attività turistiche della Sicilia sia appoggiando iniziative come questa della Giornata mondiale del Turismo, sia con nostri progetti che promuovono il territorio facendo incontrare le imprese e i buyer esteri. Lo facciamo da anni con la collaborazione di tanti enti e istituzioni pubbliche e private e continueremo su questa strada anche nel 2024 con nuovi progetti mirati, come il ‘Marchio Ospitalità Italiana’ gestito con Isnart e il rating attribuito alle imprese che si distinguono per il loro legame con il territorio”.

Fra i buyer presenti, la novità è rappresentata dal progetto di “Towns of Italy” che, con il sostegno di Cassa depositi e prestiti, sta investendo in Italia e che ha aperto sedi anche a Palermo e Taormina. Gabriele Scarpellini, Product development, illustra il progetto: “Il nostro gruppo ‘To Italy’ muove oltre 100mila viaggiatori l’anno in Italia, americani e non solo, e comprende l’agenzia di viaggi online ItalyXp, Arno Travel che organizza viaggi di lusso su misura e Towns of Italy che costruisce percorsi esperienziali sul concetto del ‘turismo delle origini’, coniugando la comunicazione all’estero e la comunicazione sul territorio. Significa costruire in loco percorsi per fare in modo che il visitatore possa conoscere l’essenza vera e genuina di un territorio, dalle ricette tradizionali preparate dal vivo al contatto con la natura, da visite su misura a servizi particolari, esprimendo il territorio in un linguaggio che sia comprensibile al viaggiatore straniero. Questo richiede anche preparare le imprese e il personale, sulla lingua come sulla garanzia della qualità e della resa dei servizi. Ciò comporta anche occupazione e, infatti, abbiamo già formato e assunto diverse unità. Siamo già presenti a Milano, Venezia, Firenze, Roma, Palermo e Taormina. Il progetto prevede l’ampliamento delle nostre sedi di produzione in tutta Italia, soprattutto al Sud. A fine luglio abbiamo aperto a Palermo una scuola di cucina e un hub creando una base operativa in Sicilia. Operiamo nell’experience business, cioè produciamo direttamente i tour e i servizi e abbiamo bisogno di personale qualificato per fare crescere i giovani e i territori. Prevediamo di creare occupazione in Sicilia e di allargare questo progetto a tutto il territorio del Sud Italia. Puntiamo tantissimo sulla Sicilia perché è una regione che offre bellezza a 360 gradi e deve essere raccontata nella maniera migliore possibile ad un pubblico vasto. Puntiamo a creare posti di lavoro, puntiamo a raccontare la Sicilia, quella più nota e quella meno nota, in maniera autentica e comprensibile”.

Una vivacità di mercato che spinge Toti Piscopo, Ceo della Logos e patron di Travelexpo, a proporre una strategia per le prossime stagioni: “Occorre credere nella possibilità di allungare le stagioni in Sicilia, attraverso un’alleanza strategica fra tutte le categorie del turismo, datoriali e sindacali, in una sinergia fra sistemi pubblico e privato. Il 2024 sarà l’anno perfetto per avviare questo processo, dopo un 2023 particolarmente magico per il turismo. La presenza oggi a Palermo di 20 buyer esteri conferma che le potenzialità sono davvero tante. Bisogna, però, creare condizioni favorevoli allo sviluppo del turismo, dai collegamenti a servizi funzionanti per tutto l’anno. Bisogna, cioè, creare un modello di organizzazione che superi gli individualismi che hanno caratterizzato il settore in questi anni”.

**N.b.: nelle foto, in allegato, da sx Pino Pace, presidente Unioncamere Sicilia, e Toti Piscopo, patron di Travelexpo, e un momento degli incontro B2b fra imprese siciliane e buyer esteri. Immagini di copertura e videointerviste disponibili nella chat di WhatsApp.**

Toti Piscopo: 336/280293

[t.piscopo@travelnostop.com](mailto:t.piscopo@travelnostop.com)

Michele Guccione: 348/2668034

[micheleguccione@neomedia.it](mailto:micheleguccione@neomedia.it)