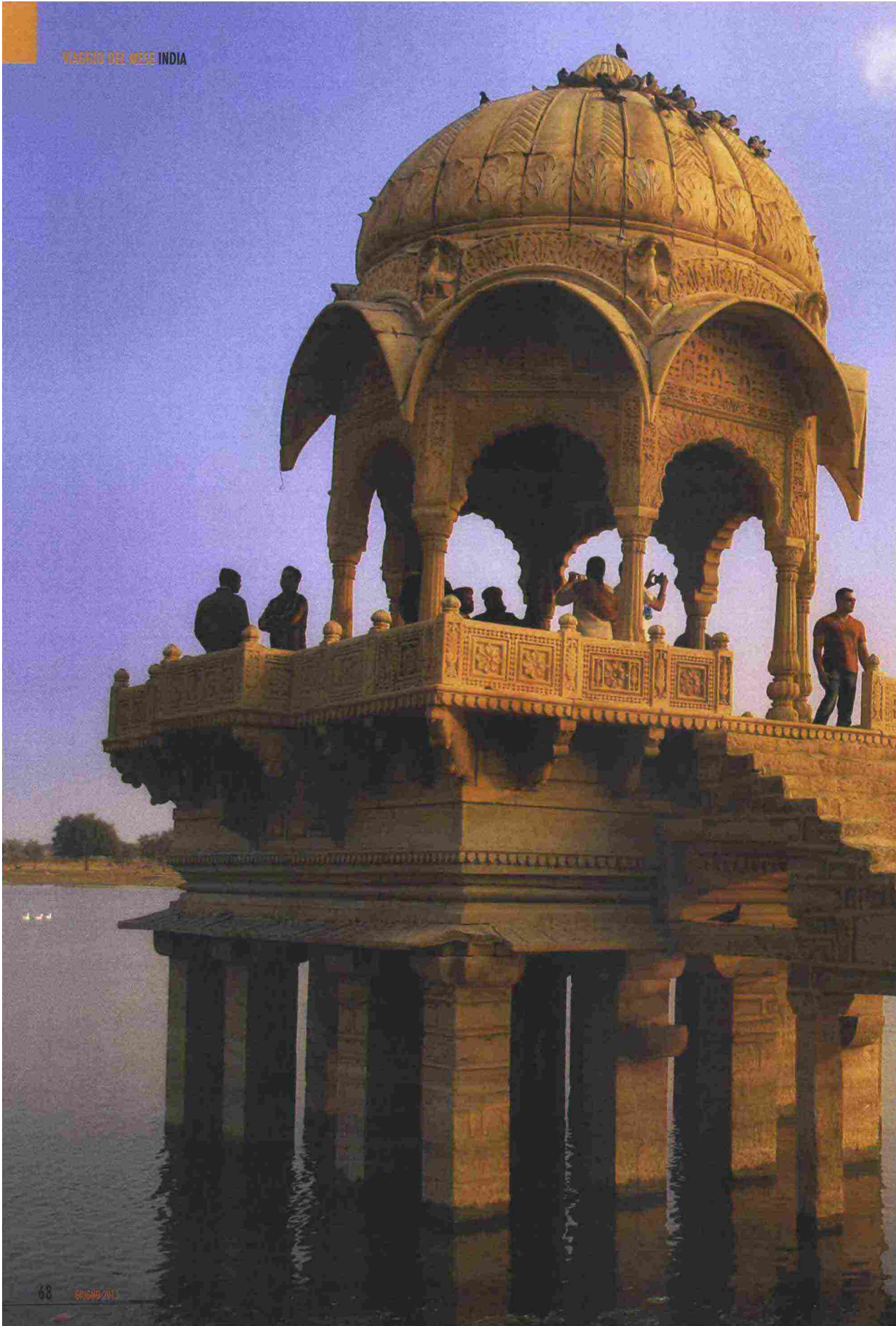


VIAGGIO DEL MESE INDIA



68 GIUGNO 2015

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 046770

VIAGGIO DEL MESE INDIA

METE DA SOGNO

di Franco Dell'Arciprete

INCREDIBLE INDIA!

Crescita e diversificazione dell'offerta turistica sul mercato italiano da parte dell'Ente del Turismo Indiano con nuove attrazioni



VIAGGI A SU PROGRESSONLINE.IT 69

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

VIAGGIO DEL MESE INDIA

**"100 PORTE PER ENTRARE,
NESSUNA PER USCIRE"**

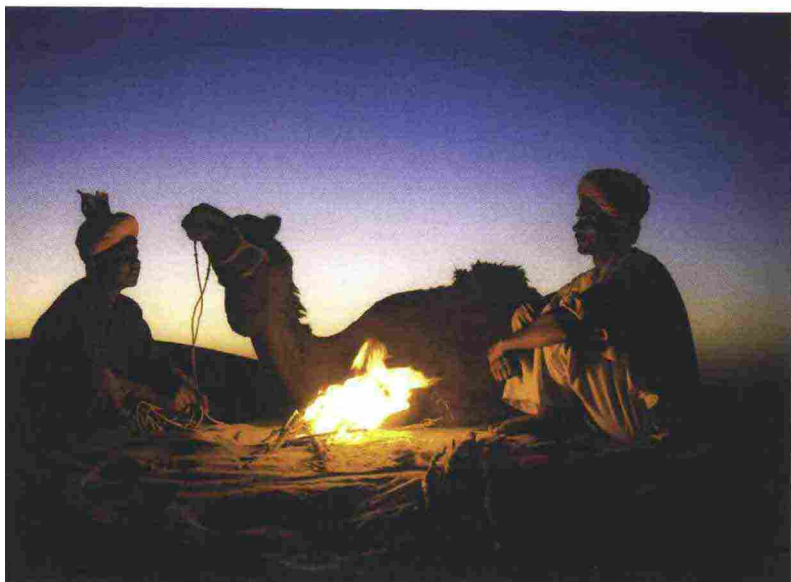
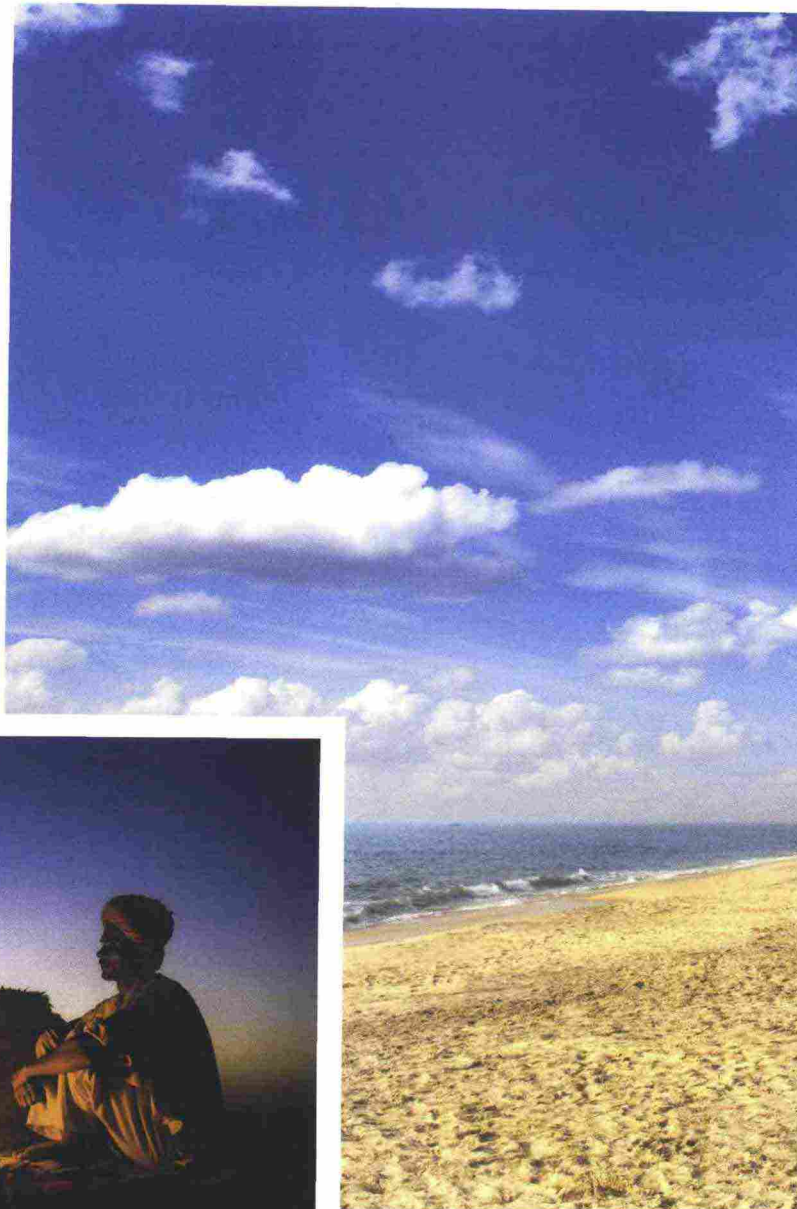
È questo l'incanto dell'India agli occhi del viaggiatore occidentale. Che non si stanca mai di tornare più e più volte, sapendo di non riuscire ad esaurirne la conoscenza.

I 1000 volti dell'India sono stati al centro dell'incontro che l'Ente del Turismo Indiano ha organizzato a Milano per presentare con soddisfazione i risultati conseguiti finora e le prospettive future.

L'anno passato è stato un anno di grande crescita: 7.70 milioni di arrivi dall'estero nel 2014, con una crescita del 10.6% rispetto al 2013.

Merito della quantità di collegamenti aerei per raggiungere la destinazione, la disponibilità di sistemazioni per ogni budget e una buona infrastruttura turistica, elementi che favoriranno un probabile incremento anche nei prossimi anni.

Il Console Generale dell'India Mr. Manish Prabhat ha sottolineato come questo importante risultato incoraggi Incredible India, l'Ente per il Turismo Indiano, ad affrontare le sfide del futuro con grande ottimismo. In particolare l'at-



tenzione si concentra sull'Italia, uno dei mercati chiave in Europa per Incredible India, che intende continuare a investire per accogliere i turisti nel miglior modo possibile. Proprio nei riguardi dei turisti italiani, attenti e sofisticati, il

Direttore dell'Ente, Mr. C. Gangadhar, ha annunciato l'intenzione di valorizzare ed esplorare nuove nicchie di turismo meno conosciute.

Il focus della promozione si sposta così dai luoghi alle esperienze: benessere e Ayurveda, re-

lax e Yoga, lusso e viaggi di nozze, incentive, spiagge, natura, avventura, crociere, ecologia, turismo rurale.

Questo nuovo approccio si inserisce all'interno della strategia 'Find What You Seek' che vede l'offerta turistica avvicinarsi concretamente ai bisogni e alle necessità del turista con proposte su misura.

Si punta ad attrarre visitatori con interessi specifici, che sono poi spesso i più fidelizzati ver-



so la destinazione e interessati a tornare più volte. L'ampliamento della proposta verso un turismo esperienziale e nuove nicchie di mercato contribuirà anche a rinnovare l'immagine dell'India, trasformandola in una destinazione a 360°, visitabile tutto l'anno.

Un ampliamento che non prescinde ovviamente dai classici punti di forza dell'offerta turistica più consueta: un patrimonio ricchissimo e variegato, dal punto di vista culturale e religio-

so, che spazia dall'epoca preistorica vedica all'era Mughal, con templi, palazzi, forti, sculture e opere d'arte unici al mondo. Accanto a mete di grande interesse naturalistico: il deserto del Rajasthan, le montagne innevate dell'Himalaya, le backwaters di Kerala, le spiagge di Goa, solo per citarne alcune.

L'India vanta infatti ben 32 siti Patrimonio UNESCO che includono monumenti storici e meraviglie naturali.

Marco Restelli, docente di Cultura Indiana all'Università Statale di Milano, ha compiuto un affascinante excursus fotografico sulle meraviglie indiane, spaziando appunto dal Rajasthan all'Orissa, dal Gujarat al Kerala, dimostrando, se ancora ce ne fosse bisogno, come l'India non finisca di sorprendere anche il turista più disincantato.

La strategia di promozione da parte dell'Ente del Turismo Indiano, oltre alla diver- ►

VIAGGIO DEL MESE INDIA

PER SAPERNE DI PIU'

INDIATOURISM

info@indiatourismmilan.com
www.indiatourismmilan.com
www.incredibleindia.org

sificazione dell'offerta, punta ad un miglioramento generale dei servizi messi a disposizione dei viaggiatori.

Attualmente l'India offre aeroporti ben attrezzati e ben collegati in città come Nuova Delhi, Hyderabad, Mumbai e Bangalore, dove operano compagnie aeree di rilievo come Jet Airways, Etihad, Emirates, Qatar Airways ed Air China.

La vicinanza tra i due paesi sarà aumentata ulteriormente soprattutto con l'introduzione dei voli diretti Air India tra Nuova Delhi, Milano e Roma.

Anche dal punto di vista della ricettività, l'offerta si sta ampliando e diversificando, per rispondere alle esigenze più varie.

Oggi i visitatori che scelgono di trascorrere una vacanza in India possono scegliere una ampia gamma di sistemazioni, dal bed&breakfast, alle guest house, dagli hotel di ogni categoria agli hotel palace approvati dal Ministero del Turismo: una sistemazione per ogni budget e per ogni desiderio.

Ulteriore facilitazione che va incontro alle esigenze di un turismo moderno è la possibilità di acquistare i biglietti online per alcune delle maggiori attrazioni turistiche indiane come il Taj Mahal ad Agra e la Tomba di Humayun a Nuova Delhi.

Infine il Direttore Mr. C. Gangadhar ha annunciato un maggiore investimento pubblicitario per migliorare la visibilità dell'India in Italia, e, nei riguardi del trade, l'organizzazione di seminari, workshop, road show e fam trip per illustrare la destinazione agli agenti di viaggio e ai tour operator.

Iniziative che consentiranno agli operatori di disporre di informazioni e strumenti necessari per promuovere l'India sul territorio italiano.

Parallelamente, l'Ente prenderà parte alle più importanti fiere sul turismo e i viaggi in Italia come, ad esempio, il No Frills a Bergamo (25-26 settembre 2015), il TTG Incontri a Rimini (8-10 ottobre 2015), la BMTA - Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico a Paestum (29 ottobre-1° novembre 2015), la BTC - Borsa del Turismo Congressuale di Firenze (24-25 novembre 2015) e la BIT - Borsa Internazionale del Turismo a Milano (10-12 febbraio 2016).

