

TRAVEL and Food

a cura di Antonio Castello

Non ha disatteso le aspettative della vigilia la Preview di **Travelexpo**, *Borsa Globale dei Turismi*, tenutasi all'hotel Federico II di Enna lo scorso weekend. Nel corso della manifestazione gli operatori turistici presenti hanno confermato ottimismo per la stagione turistica appena avviata che indica incoraggianti segnali di ripresa accanto a una forte volontà di dotarsi degli strumenti più idonei e innovativi per favorire la ripartenza del settore.

Non solo incontri di lavoro tra i circa cento operatori turistici che hanno partecipato alla tre giorni ma anche momenti di riscoperta di territori e destinazioni dalle ricche potenzialità che vanno emergendo nel post-pandemia. E la scelta di Enna e del suo comprensorio ha rappresentato il valore aggiunto per questa Preview di **Travelexpo** che ha volutamente privilegiato la formula del "Business Party".

"La mission di **Travelexpo**, ha dichiarato **Toti Piscopo**, amministratore della **Logos srl Comunicazione e immagine**, che organizza la *Borsa Globale dei Turismi*, è di monitorare il settore in tutte le sue fasi evolutive, per fornire indicazioni utili alle imprese e agli amministratori pubblici. Riteniamo che questo sia il momento giusto per dare a tutto l'incoming siciliano un

La riscoperta di Enna e della sua provincia passa da Travelexpo

Ampio successo per la Preview della Borsa Globale dei Turismi



colpo di acceleratore verso obiettivi non più generici, affinché ogni area turistica individui un ben definito posizionamento strategico che valorizzi le proprie risorse umane e il proprio patrimonio culturale nella sua più ampia accezione. È stato questo lo spirito con cui abbiamo presentato, ha conclu-

so Piscopo, la nostra idea progettuale 'ENNA cuore di Sicilia' su cui abbiamo registrato ampie convergenze che ci fanno ritenere possa presto essere riconvertito in un progetto ben definito".

L'appuntamento, infatti, è stato anche occasione per fare conoscere i monumenti di Enna e

dintorni ai 20 operatori del turismo, ai 67 agenti di viaggio provenienti da tutte le province siciliane e ai 10 giornalisti che visitato il Castello di Lombardia e l'ex convento dei Cappuccini, prossima sede di un museo dedicato ai temi pasquali, a Enna, il museo di Aidone, la villa del Casale di Piazza Armerina by night e il suo territorio, il percorso delle chiese di piazza Armerina e quadri animati del Palio dei Normanni.

Tanti luoghi simbolo di una rinascita turistica in corso e che vedono Enna e la sua provincia mettersi in prima fila come luoghi dedicati a chi ama il turismo della salute, del benessere e all'aria aperta, valorizzando le sue risorse naturali e culturali. Un modello auspicato da Travelexpo che questa preview ha contribuito a far emergere e rilanciare.

Maggio, un mese da record per IOBUS

La risposta tutta italiana e digitalizzata per la mobilità turistica nella capitale



Lusinghieri risultati per l'esordio di **IOBUS**, la nuova compagnia tutta italiana per tours cittadini a Roma avviata solo due mesi fa e che in maggio ha registrato oltre 10.000 passeggeri-clienti. Una risposta innovativa, frutto di un sodalizio tra due gruppi imprenditoriali laziali guidati da Giuseppe e Umberto Cilia e da Elvio Stefanelli che da 60 anni operano nella mobilità turistica della capitale. Il nuovo brand **IOBUS** vuole anche essere un tangibile segnale di 'ripartenza' per tutto il settore turistico della città eterna: con una flotta di openbus

all'avanguardia e dotati di ogni confort ed uno staff di addetti adeguatamente formati, la Compagnia ha programmato - a partire dai primi di aprile - inediti tours esperienziali, avvalendosi di partner specializzati nella digitalizzazione. Nel dettaglio il Gruppo VOX ha sviluppato la 'POPGuide', una guida digitale in 8 lingue con oltre 100 punti di interesse, fruibile da smartphone e completamente personalizzabile, che permetterà a tutti i possessori del biglietto **IOBUS**, di esplorare la città eterna sia a bordo dei bus che attraverso percorsi tematici a piedi per le vie pedonali del centro storico di Roma, selezionabili dai visitatori in base alle loro preferenze. Un supporto tecnologico che consentirà anche la navigazione offline, con indicazioni stradali per attrazioni e fermate degli openbus, ed un carnet di itinerari tematici per i 'walking tours', con contenuti d'alto profilo, realizzati da storici dell'arte e appassionati della storia romana. Mentre con l'altro partner, il Gruppo Intent, tramite la sua società Digid, è stato messo a punto un sofisticato sistema che permette l'automazione di tutte le vendite della biglietteria **IOBUS**, sia quella online - attraverso il sito della compagnia, con voucher scaricabile direttamente su smartphone - sia quella erogata da oltre 100 distributori in città. Un sistema che assicurerà una rendicontazione complessiva in tempo reale, con grandi vantaggi per la gestione di tutta l'operatività. Nella stagione 2022 la Proprietà di **IOBUS** si prefigge di presidiare al meglio il mercato fortemente concorrenziale dei tours cittadini su Roma, allestendo una serie di servizi e di prodotti finalizzati ad intercettare un'ampia gamma di turisti. La strategia 'multitarget' di **IOBUS** infatti, presenta alcune peculiarità e novità che rendono questo nuovo brand unico nel suo genere, rivolto ad un ampio bacino di clientela, con caratteristiche in grado di soddisfare ogni tipologia di viaggiatore, ed uno sguardo attento sia alle famiglie che ai viaggiatori 'junior'.

Gli angoli remoti di Copenaghen visti attraverso Borgen

Sta per prendere il via la quarta stagione di "Borgen" la serie televisiva a tema politico girata a Copenaghen, vincitrice del BAFTA, che racconta la storia di Birgitte Nyborg, eletta Primo Ministro della Danimarca. Tutto è iniziato 10 anni fa, con la prima stagione andata in onda su BBC Four il 7 gennaio 2012. La serie danese è cresciuta rapidamente fino a diventare una delle più grandi serie televisive scandinave trasmesse all'estero, e ora ritorna



con Sidse Babet Knudsen nei panni del Ministro degli Esteri danese, che lavora a Copenaghen. Attraverso gli occhi di Birgitte Nyborg è possibile esplorare i luoghi di Copenaghen che il personaggio frequenta e vive quotidianamente come il Parlamento danese, Christiansborg e i suoi splendidi dintorni, dove è stata girata la serie. Passeggiare sotto le arcate dove tramano i politici e ascoltare come la serie ha ispirato e si è ispirata agli affari e alla poli-

tica danese. All'ingresso principale si può vedere dove Birgitte Nyborg parcheggia la sua bicicletta. Dall'altra parte dei canali, dietro il Black Diamond, si può riconoscere l'edificio di vetro dove lavora la redazione di TV1. Il tour si conclude nel quartiere dei canali di Christianshavn, dove Kasper Juul, lo spin doctor di Birgitte nelle stagioni precedenti, ha cercato ancora una volta di conquistare il cuore della bella giornalista Katrine Fønsmark.

I paesaggi austriaci sono uno spettacolo in ogni stagione: tra prati e boschi, si può passeggiare, arrampicarsi, pedalare. Il merito è di Madre Natura, ma anche di tutti quei contadini che nei secoli hanno permesso di mantenere un equilibrio e un benessere antichi e di mantenerlo fino ai nostri giorni. Ancora oggi, ogni inizio estate qualcosa come 300.000 bovini, 115.000 pecore e 10.000 capre lasciano le valli e salgono, accompagnati da 7.000 pastori e malgari, sugli alpeggi estivi. Il lavoro di tutte queste persone, agricoltori, pastori, malgari, continua quindi ad essere essenziale per la manutenzione del paesaggio, per la sua estetica, funzionalità e di territorio condiviso fra abitanti e ospiti.

La felicità in un bicchiere di latte

Acqua e aria pure, terreni fertili e sani sono gli ingredienti imprescindibili per prodotti agroalimentari di altissima qualità, a cui in Austria si aggiunge una lunga tradizione di agricoltura a gestione familiare: piccole aziende che, pur dotate di tecniche avanzate, continuano a lavorare come un tempo, assecondando i ritmi della natura e utilizzando le sue risorse in modo rispettoso e responsabile. L'Austria detiene il primo posto per l'agricoltura biologica nell'UE: il 26% della superficie coltivata è in regime biologico e un'azienda agricola su cinque è certificata bio. I prodotti bio spaziano dal latte allo yogurt e



ai formaggi, da carne e salumi a frutta e verdura, e poi uova, miele, e altri ancora. A garantire l'origine e la qualità dei prodot-

ti provvedono l'AMA Agrarmarkt Austria, (ente istituzionale dal 1995), l'AMA-Gütesiegel (marchio di qualità

AMA) e l'AMA-Biosiegel (marchio Bio). Quest'ultimo in particolare certifica la qualità dei prodotti da agricoltura biologica, il rispetto della normativa UE per il Bio e delle direttive specifiche di AMA-Marketing per il settore attraverso controlli neutrali e indipendenti, ed è ufficialmente riconosciuto dalle autorità. Soprattutto in piena estate quindi, quando la freschezza dei prodotti può essere messa a dura prova dal caldo, al piacere di accomodarsi all'aria aperta in quota, a tu per tu con i malgari, che servono i prodotti del territorio, semplici e saporiti, a prima colazione o a merenda, si aggiunge la consapevolezza della qualità dei prodotti, garantiti da una serie di controlli di enti pubblici.