Carramba che.. Repubblica Dominicana

Nuove destinazioni da scoprire, **un ricco calendario di eventi** ed **esperienze diversificate** per i viaggiatori: sono gli atout con i quali la **Repubblica Dominicana** intende promuovere una stagione 2015 in grande spolvero.

“il 2014 è un anno positivo in termini di arrivi globali, in quanto da **gennaio ad agosto di quest'anno sono entrati nel Paese ben 3.608.955 stranieri** non residenti, con una crescita del **+9,11% rispetto allo stesso periodo del 2013**. Per i viaggiatori Italiani nello stesso periodo c’è stato un lieve aumento d**el +1,60%**, con **52.992 passeggeri rispetto ai 52.158 del 2013.** Dopo Stati Uniti, Canada e alcuni paesi del sud America come Argentina, Brasile, Venezuela e Cile, l’Italia è alla 6° posizione in Europa, dopo Francia, Germania, Russia, Spagna, Inghilterra. Ci si aspetta comunque un incremento maggiore durante i mesi invernali in quanto gli italiani si spostano ancora più volentieri verso mete tropicali" dice **Neyda García, Direttrice dell’Ufficio del Turismo della Repubblica Dominicana in Italia.**

Tra le linee strategiche per la prossima stagione ci sono attività di formazione per gli operatori attraverso presentazioni ed educational in collaborazione con alcuni dei principali t.o, e attività promozionali rivolte ai consumatori, in particolare per il **target MICE e golf**, che possono spaziare tra gli oltre 30 campi di alto livello in Repubblica Dominicana. Non mancheranno gli eventi legati a Expo 2015 che daranno la possibilità di comparire all’interno di una grande vetrina internazionale. Si sfrutteranno i tanti punti di forza di una destinazione nota per la varietà della sua offerta: dalla capitale Santo Domingo, tra storia, cultura e divertimento, all’ecoturismo nelle aeree di Barahona a sud ovest, Puerto Plata al nord e Samanà al nord est alle mete per sportivi come Cabarete. **La Romana e Punta Cana rimangono le zone dei grandi numeri che accolgono la maggior parte dei turisti italiani** mentre il comparto MICE sarà stimolato a organizzare viaggi incentive da parte di grandi aziende. La strategia di comunicazione punterà sempre di più, oltre che sui media tradizionali, sul digital tramite contest online e il profilo Facebook (www.facebook.com/turismorepubblicadominicana).