Malta si promuove con iniziative trade e consumer

Malta Tourism Authority prosegue nella promozione dell'isola con una serie di iniziative rivolte al trade e al consumer. Proprio in questi giorni l'ente del turismo di Malta affianca il TO Twizz nella formazione rivolta agli agenti di viaggio, ed è sponsor della manifestazione Italia Travel Awards, organizzata da Turismo&Attualità. **Malta Calling** è invece il titolo del **road-show dedicato al settore MICE**, che sta portando 5 partner maltesi in 5 città italiane (Treviso/Padova/Verona/Brescia/Milano. **Colora il tuo autunno a Malta** è invece una delle attività di promozione dedicate al consumatore finale: si tratta di incursioni di **street marketing** che coinvolgono le città italiane da cui partono collegamenti aerei diretti per l'Arcipelago (Bologna, Pisa, Torino, Treviso, Bari e Lecce). Invitando ad usare l'hashtag #COLOURMEMALTA i promoter MTA si fanno fotografare circondati dai tre colori del logo MTA, per poi diffondere le immagini raccolte su Facebook. L'iniziativa prevede l'estrazione di un vincitore per città e il premio consiste in un volo a/r per due persone a Malta. Altro hashtag attualmente in uso è **#MyMalta** in partnership con Volagratis, grazie al quale MTA ha ospitato 7 blogger lo scorso ottobre.
Infine sono oltre 65.000 gli utenti registrati alle landing page create da MTA, che ricevono dem dedicate in base ai propri interessi specifici, come gli invii relativi al segmento cultura. In particolare quelli per la campagna promozionale del **Valletta International Baroque Festival** (16-30 gennaio 2016), rivolta sia al consumatore finale che al trade, a cui si affiancano gli spazi su ticketone.it E sempre al segmento cultura MTA ha dedicato la nuova brochure on-line **Riflessi di Malta.**