Mauritius presenta a #BIT2017 le novità della destinazione

Mauritius Tourism Promotion Authority (MTPA) partecipa all'edizione rinnovata di **BIT 2017** per incontrare a Milano operatori e consumatori e presentare le novità della destinazione; allo stand di **Mauritius** presso il Padiglione MiCo - Ala Sud - Livello 0 - stand B17/C20, accanto a MTPA saranno presenti i partner dell'industria turistica mauriziana: la compagnia aerea nazionale Air Mauritius, gli hotel Beachcomber Resorts and Hotels, LUX* Resorts and Hotels, Sun Resorts e Marriott International. Il primo giorno di manifestazione - domenica 2 aprile dalle ore 16 presso la Suite 3 - il pubblico potrà conoscere il meglio della destinazione durante l'evento di presentazione "Mauritius: l'isola dell'armonia".

Roselyne Hauchler, Tourism Promotion Officer per il mercato italiano, ha dichiarato: "Con la partecipazione a Bit 2017, MTPA vuole continuare il dialogo con gli operatori di viaggio italiani, presentando Mauritius come prodotto turistico e aumentando la conoscenza dell'isola, oltre che condividere le novità e gli aggiornamenti relativi alla destinazione. Anche in questa occasione potremo contare sulla presenza dei partner dell'hotellerie per presentare la nostra offerta ricettiva ampia e di ottimo livello ."

"Nel 2016," continua Mrs. Hauchler, "Mauritius ha totalizzato 1.275.227 arrivi internazionali, registrando per il secondo anno consecutivo una crescita a doppia cifra: +10,8% rispetto al 2015. L'Europa resta il più grande bacino con uno share del 55%, seguito da Africa (25%) e Asia (17%)., ed ha fatto registrare un incremento di arrivi nel 2016 pari al 16,3%. L'Italia da sempre rappresenta un mercato chiave per la destinazione occupando il 9° posto a livello internazionale e il 5° a livello europeo dopo dove Francia, UK e Germania e Svizzera."

"A seguito del successo registrato nel 2016, con un +7,4% degli arrivi italiani a fine anno, i dati di inizio 2017 riconfermano la crescita, registrando +8,7% nei mesi di gennaio e febbraio rispetto allo stesso periodo nel 2016, per un totale di 6.771 visitatori provenienti dal nostro paese. Tali risultati sono stati raggiunti grazie alle attività di comunicazione e marketing sviluppati da MTPA in collaborazione con i partner dell'industria turistica. Le attività in programma per i prossimi mesi avranno l'obiettivo di mantenere costante il trend di crescita e raggiungere risultati ancora migliori." afferma **Massimo Tocchetti**, Presidente di AIGO, Rappresentante MTPA per Italia e Canton Ticino.

Il trade è da sempre tra gli interlocutori principali per l’Ente del Turismo, che continua ad investire con programmi di formazione e attività dedicate. Per gli agenti di viaggio, l’ente organizzerà nel corso del 2017 webinar dedicati a diversi temi di approfondimento, realizzati in collaborazione con compagnie aeree e catene alberghiere partner, newsletter mensili per aggiornare gli operatori con le principali novità e curiosità che riguardano l’isola di Mauritius come nuove aperture, servizi ed attrazioni. Il #MyMauritius Roadshow che si terrà nelle città di Napoli (11 aprile), Roma (12 aprile) e Firenze (13 aprile), in collaborazione con i principali partner della destinazione.
In programma dal mese di aprile, MTPA realizzerà inoltre una campagna online e outdoor in collaborazionecon eDreams che prevede banner pubblicitari e un microsito completamente dedicato a Mauritius, nel quale saranno disponibili informazioni, consigli di viaggio e offerte speciali, oltre ad un video della destinazione. La campagna prevede anche visibilità outdoor nella città di Milano, dove un jumbo tram personalizzato circolerà nelle vie cittadine per tutto il mese di aprile.