Il Costa Rica lancia il piano di promozione in Italia con Aigo

L'Ente del Turismo del Costa Rica, ha assegnato dal mese di aprile ad Aigo la propria rappresentanza in Italia, uno dei mercati prioritari per il paese centro americano.
“La decisione di investire nel mercato Italiano è stata una scelta naturale: crediamo fortemente nei mercati europei e per questo abbiamo messo a punto, con il supporto del network Pangea (di cui Aigo fa parte, ndr), una strategia di medio periodo. Negli ultimi sette anni gli arrivi dal Bel Paese hanno registrato un trend positivo continuo: nel 2016 abbiamo accolto circa 30.000 visitatori italiani con un incremento del 5,5% rispetto all’anno precedente” afferma **Alejandro Castro Alfaro** Marketing Director dell’Ente del Turismo del Costa Rica, che prosegue “Siamo certi che grazie alla collaborazione con AIGO saremo in grado di continuare ad incrementare la crescita del mercato e il numero di visitatori facendo conoscere la nostra destinazione ai viaggiatori italiani e dando continuità ai partner trade che da anni lavorano con noi.”
“Siamo lieti di iniziare questa collaborazione e di promuovere per la prima volta in Italia il Costa Rica, una destinazione straordinaria e dal grande potenziale” commenta **Massimo Tocchetti**, Presidente di AIGO che aggiunge “Abbiamo messo a punto un piano di avvio attività molto solido che punta a valorizzare, attraverso un mix di attività marketing e pubbliche relazioni, collaborazioni, progetti di comunicazione e interazione sui social media, la naturale vocazione al turismo eco-sostenibile del Costa Rica e faccia conoscere la ricca varietà di prodotto e le esperienze autentiche che il Paese offre.”
Tra le attività previste dal piano: un’ampia e dettagliata analisi per comprendere la percezione della destinazione sul mercato italiano a livello consumer e trade; un robusto programma di formazione per l’industria turistica, educational inclusi; una campagna di pubbliche relazioni e digital PR per posizionare il Costa Rica nei principali magazine cartacei e online, l’organizzazione di viaggi stampa e una campagna integrata rivolta al consumatore. Le attività andranno a supportare i periodi di prenotazione della destinazione, da maggio a fine anno.