Slovenia: focus outdoor per il 2022, Italia mercato prioritario

slovenia-308af0d3

Ci sarà l'Italia al centro degli investimenti di marketing della Slovenia nel corso del 2022. Il mercato del Belpaese, infatti, si è confermato nel corso del 2021 come uno dei top 3, dietro a Germania e Austria, con uno share degli arrivi stranieri 2021 dell'8,83% e un incremento del 1,71% degli arrivi rispetto al 2020.

Secondo i dati diramati in questi giorni dall'Head Office di Lubiana dell'**Ente Sloveno per il Turismo**, nel periodo gennaio-dicembre 2021 sono stati registrati 1.832.466 arrivi di turisti stranieri sul territorio sloveno, per un totale di 4.794.935 pernottamenti ed una crescita complessiva del 50,68% degli arrivi internazionali rispetto al 2020 e del 42,95% dei pernottamenti.
Slovenia
In particolare, sottolinea l'Ente, la Slovenia resta tra le mete predilette degli italiani che nel 2021 sono stati 161.796 a raggiungere il **Cuore Verde d'Europa**, per un market share dell'8,83% e un incremento del +1,71% rispetto al 2020 (353.571 i pernottamenti).
Buone notizie arrivano anche dai dati dell'**inverno in corso**. La Slovenia, grazie al rispetto degli elevati standard igienici e di sicurezza imposti, sta vedendo lavorare costantemente, anche in questi mesi, le proprie strutture turistiche, dai centri termali agli impianti sciistici, tanto che a dicembre 2021 i turisti stranieri hanno fatto segnare ben 82.249 arrivi e 219.899 pernottamenti. Tra i turisti stranieri, sempre a dicembre 2021, il maggior numero di pernottamenti è stato effettuato dai croati (13%), a seguire l'Italia (11%), l'Austria (8%), la Serbia (8%) e la Germania (6%).
Slovenia
"*È ormai da anni comprovata l'importanza per noi rivestita dagli agenti di viaggio e dagli operatori italiani, nostri partner commerciali preferenziali, con cui abbiamo nel tempo stabilito un rapporto di stima, professionale e personale, al quale non intendiamo venire meno*", sottolinea **Aljoša Ota**, direttore dell'Ente Sloveno per il Turismo in Italia.
Forte di un prodotto assolutamente testato e sicuro, l'ente intente ad affrontare i prossimi mesi al fianco di agenti ed operatori, con l'intenzione di voler giocare un ruolo da **player fondamentale nel**

corso della prossima estate.

“*Le fiere saranno uno dei momenti più importanti legati alla strategia di promozione, sicuramente con il pubblico finale ma, anche, di incontro con il settore. Un mix di attività che, se da un lato ci permetteranno di stimolare la domanda, dall’altro ci garantiranno l’occasione di informare chi produce e promuove offerta: operatori e agenti*”, conferma Ota.

Ma il settore avrà un trattamento speciale e particolare, grazie all’organizzazione di una fitta serie di appuntamenti formativi e informativi ad esso indirizzati. Tra i tanti segnaliamo i due **“Feel Slovenia Business Date”**, ovvero 2 on-line workshop (22 febbraio, il primo e a marzo il secondo) nel corso dei quali circa 20 operatori sloveni provenienti da diversi settori della filiera turistica locale, incontreranno virtualmente 40 operatori e agenti italiani con la formula dello speed-date.

“*Un fitto alternarsi di fiere, workshop, road-show, eventi (non dimentichiamo che la Slovenia quest’anno ospiterà la 19esima delle 23 tappe del Giro di Italia) che avranno l’obiettivo essenziale di stimolare l’attenzione degli italiani verso una meta che, in verità, amano già molto, ma che quest’anno intendiamo promuovere per quello che sarà il focus della nostra* ***strategia 2022, puntata sull’Outdoor****, su quanto a livello di prodotto, ambiente, territorio, produzione e persone, ha fatto della Slovenia il cuore verde d’Europa. Un cuore Green & Safe*”, conclude il direttore Ota.