

Tunisia, arrivi in crescita nel 2014, nuovi progetti per il 2015

Dati in positivo per la Tunisia. L'Ente Nazionale Tunisino per il Turismo ha reso noto che sono stati circa 240.165 gli italiani che hanno visitato il Paese tra il 1 gennaio e il 20 novembre 2014, facendo registrare un incremento del 9,4% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Questo trend positivo riguarda non solo il mercato italiano, ma in generale tutti i principali mercati di riferimento della Tunisia.

“Siamo soddisfatti e orgogliosi dei risultati ottenuti, e siamo convinti che nei prossimi anni potremo fare ancora meglio. **Da qui a 3 anni desideriamo infatti raggiungere l'ingresso di 500mila italiani in un intero anno**; un obiettivo ambizioso, ma che sicuramente riusciremo a conquistare grazie alle tante novità in programma e al prezioso supporto di tour operator, agenti di viaggio, giornalisti e di tutti coloro che ci aiutano ogni giorno nella promozione del nostro meraviglioso Paese. In questo momento stiamo lavorando per la **promozione della stagione invernale**: la Tunisia è perfetta per una vacanza durante le festività e i mesi invernali, per il suo clima mite e per la possibilità di scegliere tra diverse tipologie di viaggio” afferma la direttrice per l'Italia **Dora Ellouze**. Che anticipa che: “Tra le prime grandi notizie per il 2015, **il volo diretto da Milano Malpensa e Roma Fiumicino su Djerba, operato da Tunisair una volta a settimana**. E poi i nuovi voli Tunisair da Bari e Catania verso Tunisi”. In tema di avvicinamento tra Italia e Tunisia, “Il nostro sguardo è sicuramente rivolto a **Expo 2015**, dove l'Ente sarà presente con uno stand di forte impatto e basato su un concept innovativo ispirato all'Oasi di Gabès. **Siamo ora on air con la nostra campagna istituzionale**, declinata in sei differenti soggetti volti a promuovere i nostri prodotti turistici di punta, e tra le attività promozionali nel 2015 prevediamo una nuova campagna pubblicitaria, con una rinnovata creatività”.

Sul fronte dei prodotti turistici, oltre a continuare a promuovere i segmenti “forti” quali il mare, il benessere, il deserto, la cultura “punteremo sulla **promozione di prodotti di nicchia come il Mice e il turismo business** grazie a ottime strutture sulla costa, al centro e al sud” continua Dora Ellouze. “Inoltre, continueremo a promuovere le regioni tunisine, puntando in particolare sui plus e sulle curiosità di ciascuna: ad esempio, dal 1 dicembre 2014 lo spettacolare **sito naturale di Cap Angela, a 17 km da Biserta, è stato dichiarato il punto più settentrionale del continente africano** e l'intera regione sarà oggetto di altre iniziative del genere e di una intensa campagna promozionale nei prossimi mesi”.