

La Turchia che non si arrende: per rilanciare il turismo sconto carburante di 6000 dollari ai charter

A Bit 2016 il viceministro turco al Turismo, **Huseyin Yayman**, era stato chiaro: "La Turchia è un Paese sicuro come gli altri: Istanbul è sicura come può esserlo Milano o Berlino".

Una presa di posizione che è suonata anche come un'accusa ai media, implicitamente complici di fare allarmismo sulla destinazione. Il corollario di questa affermazione è che la campagna 2016 di promozione della Turchia sarà incentrata principalmente sul patrimonio storico/artistico del Paese e sugli eventi in programma, come l'[Expo di Antalya](#).

Il viceministro aveva spiegato che le **misure di sicurezza in Turchia** sono sempre state di alto livello e che non si possono alzare ulteriormente. Aveva citato gli endorsement di Obama e Merkel che hanno classificato il Paese come sicuro e spiegato che il terrorismo è un problema globale e come tale va affrontato: una minaccia ai valori dell'umanità.

Anche l'attentato di **Ankara** avvenuto pochi giorni dopo, e per il quale oggi sono state [arrestate 14 persone](#), non ha fatto cambiare idea all'ente di promozione turco su quali siano le priorità di comunicazione in questo 2016: promozione del turismo classico (mare, cultura, storia) e delle nicchie come il Mice, il Golf e il turismo medico. Una promozione basata più sul rinsaldare gli accordi trade, da cui discende, ad esempio, la partecipazione alle fiere, a cominciare dalla Bit.

Al di là delle speculazioni mediatiche bisogna però rilevare che sono proprio gli accordi con gli operatori ad essere venuti a mancare in questo inizio d'anno, con [Msc](#) e [Norwegian](#) che hanno abbandonato gli scali in Turchia. In questa situazione viene difficile negare che non esista un problema di percezione della sicurezza.

Perse le crociere il governo turco non si è comunque perso d'animo e si è concentrato sugli incentivi per il trasporto aereo: a tutti i **charter** che atterreranno in Turchia verranno infatti riconosciuti 6000 dollari di sconto carburante ad ogni rotazione. Una misura che è stata sperimentata l'anno scorso sul mercato russo e che si è rilevata efficace, anche se sposta sulle spalle di tour operator e compagnie aeree il problema di vendere la destinazione.