Ad agosto nasce Mula, la Borsa del Turismo del centro Italia

Un progetto coinvolgente e con un importante messaggio di positività è stato presentato ieri, nella prestigiosa sede del Touring Club d'Italia: si tratta dell'edizione zero di Mula, la **Borsa del Turismo del Centro Italia**, che si terrà presso il Centro Agroalimentare di San Benedetto del Tronto dal 24 agosto al 2 settembre prossimi.
Un progetto che nasce dalla coesione di un Gruppo di Tour Operator, riuniti sotto il marchio Inside Marche e ha ricevuto un importante supporto economico dal Comitato Sisma Centro Italia, Confindustria, CGIL, CISL,UIL e dalla CM Viaggi. Inside Marche sta provvedendo per coinvolgere CRAL e Associazioni, Tour Operator nazionali e Internazionali e allestire l'expo village, sia per la parte più basicamente organizzativa., sia avviando un Tour pre-fieristico che con un camper sosterà nelle aree del cratere sismico per diffondere notizie e informazioni sull'evento.
MULA è l'acronimo della Fiera, che sta per Marche, Umbria, Lazio e Abruzzo, cuore dell'Italia Centrale e custode di valori, cultura, storia, arte, borghi antichi, attività produttive, artigianali, enogastronomiche che rappresenteranno la positività di territori che vogliono ripartire da un elemento negativo, rappresentato dal sisma, utilizzandolo come opportunità per una rinascita possibile.
Un'area che ancor prima del sisma ha subito un momento di crisi e di spopolamento a cui è necessario dare uno stop energico e forte ed è proprio da questa volontà che nasce l'idea della Borsa del Turismo del Centro Italia che si rivolgerà al pubblico mettendo in mostra tutte le peculiarità che possiede attraverso Convegni e Incontri, che si rivolgerà alle giovani generazioni con momenti di formazione e di contatto con Scuole e Università, che racconterà il proprio passato, la realtà presente ma innanzitutto il futuro possibile.
Certamente il numero zero rappresenterà anche un'agorà per discutere e ricevere suggerimenti e consigli, indicazioni e proposte, questo è quanto ci attendiamo dai giornalisti, dai visitatori attraverso una full immersion in questo Progetto nato per fare rete e per mettere a sistema relazioni e attività di tutti gli operatori, unendo i saperi e le esperienze di ognuno, attraverso messaggi mirati al target BtoB e BtoC.
Le quattro regioni, racchiuse nel brand MULA, rappresentano la possibilità di fruizione da parte del viaggiatore per 365 giorni l'anno, stabilendo un dialogo forte anche con i mercati stranieri abituati ad

una destagionalizzazione delle destinazioni da scegliere.
Maggiori info sul sito http://www.emulatravelexperience.com/