

Con EasyJet Torino attrae turisti anche in bassa stagione

notizia pubblicata **27 Settembre 2006** alle ore **09:56** nella categoria **Territori**



Nonostante i recenti risultati positivi in termini turistici registrarti a Torino ed Area Metropolitana nel 2004, Turismo Torino non si ferma e continua la sua attività promozionale studiando nuove strategie di marketing turistico.

La nuova sfida di Turismo Torino è portare turisti francesi nel capoluogo subalpino durante i mesi estivi con l'obiettivo di limitare il normale calo di occupazione alberghiera del turismo d'affari durante il periodo di bassa stagione per la città di Torino e per mantenere alta l'attenzione turistica sulla città come destinazione competitiva anche nel periodo estivo dal punto do vista culturale.

A tal fine Turismo Torino ed easyJet Francia, la compagnia area a basso costo leader in Europa, hanno messo in piedi una strategia di promozione per incentivare gli arrivi da Parigi omaggiando i passeggeri, che prenotano il volo a determinate condizioni, di una Torino Card 48H dal 15 luglio al 30 agosto.

Per dare voce a tale iniziativa tutti gli utenti del sito web di easyJet (oltre 250.000 francesi) iscritti alla mailing hanno ricevuto in questi giorni una speciale newsletter on line dove Torino è presentata come destinazione turistica interessante accanto ai molteplici eventi culturali, artistici, enogastronomici e sportivi che la vedranno protagonista nei prossimi mesi prima dei Giochi Olimpici.

La collaborazione di Turismo Torino con easyJet non si limita solo a questa iniziativa ma ha già in programma una serie di azioni promozionale a partire da settembre che vedranno inoltre partecipe il mercato inglese e, nello specifico, il capoluogo londinese.

Siamo convinti – come sottolinea il Presidente di Turismo Torino Livio Besso Cordero – che la strada intrapresa da Turismo Torino di attrarre turisti in un periodo tradizionalmente considerato di bassa stagione è la più difficile ma anche la più necessaria, ma che grazie ad un partner d'eccezione come easyJet porterà buoni risultati. Tale iniziativa è compresa in una più ampia politica di destination management che guarda sin da ora al mantenimento dell'interesse turistico verso Torino soprattutto dopo i Giochi Olimpici".