

## **Jata, l'Italia sfrutta poco le occasioni offerte dal mercato giapponese**

notizia pubblicata **27 Settembre 2006** alle ore **11:34** nella categoria **Territori**

---



L'Italia potrebbe proporsi come competitor agguerrito in quanto a mete turistiche e per la realizzazione di prodotti che corrispondano al mercato turistico giapponese dei viaggi all'estero, come variante alle scelte tradizionali. E' uno dei risultati emersi dalla manifestazione Jata (Japan Association of Tourist Agencies), secondo quanto rende noto Japanitaly, portale turistico che propone l'Italia sul mercato giapponese. La Japanitaly ha rilevato, inoltre, un deciso aumento di presenze di espositori e di visitatori professionali alla Jata con un miglioramento delle condizioni economiche della popolazione giapponese e un rinnovato interesse ai viaggi internazionali.

Nel 2005 hanno partecipato 800 organizzazioni da 117 nazioni ed aree geografiche al Congresso della Jata che si e' svolto nei giorni scorsi a Tokyo in cui l'Italia e' risultata essere uno tra i Paesi piu' competitivi sia per quanto riguarda i patrimoni mondiali (Unesco), che le Crociere e le Strade dei viaggi (vino, olio, castelli, ecc.), purché sappia formulare delle proposte interessanti e, soprattutto, ritorni ad offrire prodotti il cui rapporto prezzo-qualità sia accettabile e comparabile con altri paesi a vocazione turistica.

Hanno partecipato alla Jata 8 organizzazioni pubbliche (Regioni, Apt e Ept) piu' altre 26 organizzazioni private italiane. L'offerta turistica italiana – osservano infine gli operatori di Japanitaly – sembra non dare la giusta importanza a questo mercato che porta in Italia ogni anno oltre 4 milioni di presenze di turismo ricco e qualificato.