

Rassegna stampa Nazionale

web



travelnostop
il portale del travelling italiano

Travelnostop.com

Quando i fatti diventano notizie!

per saperne di più:

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Iniziativa promossa da Agriturist Lazio con il sistema Xenia di Seneca Spa

L'agriturismo italiano si apre ai Gds

Agriturist Lazio, insieme ad 8 sedi regionali dell'Associazione, ha deciso di sfruttare le potenzialità dei Gds che, servono oltre 163.000 adv nel mondo. L'obiettivo del progetto, evidenzia Mario Pusceddu presidente di Agriturist Lazio e membro dello Skal International Roma, è quello di saper sfruttare la grande distribuzione rappresentata dai Gds.

Tramite i Gds le adv hanno accesso al prodotto di oltre 550 compagnie aeree, 90.000 hotel, 30.000 autonoleggi e centinaia tra i principali tour operator e compagnie di crociere. Proprio per questa caratteristica possono rappresentare una grande opportunità nella distribuzione e nella commercializzazione del prodotto delle aziende Agriturist.

L'iniziativa è nata nel corso del Forum Nazionale dell'Agriturismo di Tarquinia durante il quale Antonio Percario, vicepresidente dello Skal Roma, ha messo a fuoco l'esigenza dell'internazionalizzazione dell'offerta agrituristica italiana e l'importanza del rapporto con l'intermediazione organizzata.

Attualmente il progetto ha raccolto l'adesione di altri 8 Agriturist regionali: Piemonte, Toscana, Marche, Abruzzo, Campania, Calabria, Puglia e Sardegna.

La società Seneca SpA, partner del progetto, ha messo a disposizione il suo sistema Xenia, che consente alle aziende che offrono ospitalità di promuovere la vendita dei propri spazi attraverso i Gds in tutto il mondo.

Xenia si occupa di introdurre il prodotto dell'agriturismo italiano nella rete di vendita delle agenzie di viaggio di tutto il mondo.

“È una svolta davvero epocale - sottolinea Mario Pusceddu - perché l'agriturismo italiano già ospita un 35% di turisti stranieri, pur senza alcuna promozione da parte delle pubbliche istituzioni. Con Xenia si può puntare al superamento della soglia del 50% di ospiti nelle nostre aziende, rivolgendosi a nuovi mercati dell'incoming non influenzati dalla crisi. È in grado di garantire alle agenzie e alle aziende loro clienti