

[Leggi l'articolo su www.travelquotidiano.com](http://www.travelquotidiano.com)

Il gruppo Alpitour rilancia l'incoming in Sicilia

La Sicilia è grande protagonista del Progetto Destinazione Italia, il piano di sviluppo dell'attività di incoming del gruppo Alpitour avviato lo scorso anno. Le prossime iniziative sono state presentate dai vertici aziendali in Sicilia, in una conferenza stampa organizzata presso il Club Baia di Tindari, la nuova struttura (aperta nel 2007 a metà estate, vede quest'anno la sua vera stagione di lancio) del gruppo AW Hotels and Resort sul litorale tirrenico messinese. «Il progetto incoming è un asset fondamentale dello sviluppo del nostro gruppo. L'Italia è la prima destinazione per noi, con oltre 500 mila passeggeri nel 2007, di cui la metà italiani e la metà stranieri» ha sottolineato Daniel John Winteler, presidente e a.d. del gruppo Alpitour. E la Sicilia ha e continuerà ad avere un ruolo chiave nell'offerta: «Nel 2007, la Sicilia è la regione che ha registrato la crescita maggiore di flussi turistici dall'estero, con 1,6 milioni di arrivi stranieri. E' una destinazione privilegiata, dotata di una identità un appeal forti e riconosciuti a livello internazionale. Ma bisogna migliorare i servizi, segmentare meglio l'offerta e superare il problema della stagionalità. La Sicilia dovrebbe essere un prodotto vendibile tutto l'anno». Dopo il primo grande investimento nel resort di Arenella, Siracusa (450 camere) e la gestione dell'albergo di Tindari, il gruppo Alpitour continuerà a investire sulla destinazione: «A settembre apriremo un ufficio Jumbo Tours Italia a Catania e nel 2009 avremo una nuova struttura in gestione nei dintorni di Selinunte». «In Sicilia abbiamo messo in campo una stretta integrazione fra le divisioni del nostro gruppo, incoming, t.o e alberghiero. E' un prodotto simbolo dell'evoluzione dell'attività di Alpitours World - ha sottolineato Bruno Sgobba, responsabile del progetto Destinazione Italia -. E oggi puntiamo sempre di più a un legame forte con il territorio, per poter offrire ai diversi mercati a cui ci rivolgiamo un prodotto sempre più ricco e articolato. L'obiettivo è riuscire a organizzare i format di prodotto alberghiero in modo diverso e innovativo, per attirare diverse tipologie di clienti».

[TravelQuotidiano](http://www.travelquotidiano.com)