

UnPOxExPO

With the Patronage of

MILANO 2015
FEEDING THE PLANET
ENERGY FOR LIFE


COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE
UFFICIO DI VENEZIA



Customercare Visetaly Tourism Gastronomic Culture Italian PO River – www.unpoxexpo2015.org

Incoming e outgoing lungo il fiume PO verso Expo 2015. Successo per i pacchetti-percorsi turistici culturali dei distretti agroalimentari

20-22 milioni di visitatori attesi durante i 184 giorni di Expo Milano 2015. UnPOxExPO ha chiuso una prima fase di incoming all'estero con il risultato di aver chiuso accordi/contratti/prenotazioni per 340.000 pacchetti turistici lungo il PO, da Cuneo a Venezia. Tutti dall'estero all'Italia, e sono ancora aperti diversi contatti per cui il numero può crescere. A fine gennaio si apre l'incoming in Italia con le agenzie viaggio e con i TO locali. In Italia tutti parlano di Expo, ma chi ha fatto incoming turistico per tempo sapendo coniugare metropoli, esposizione, territori locali, patrimonio diffuso, bellezze paesaggistiche? Molti lustrini e stellette, ma poca concretezza e capacità di rispondere alle domande globali. Una offerta italiana solita non soddisfa, particellare, orari da ufficio pubblico dei musei, problema lingue, staticità, lentezza bloccano il turista; meglio affidarsi ai territori incontaminati, alle piccole imprese, ai borghi fluviali, ai paesi di campagna, ai resort e agriturismi. Alcune province italiane hanno fatto investimenti anche cospicui, ma vedranno un ritorno? Hanno capito che cosa è Expo? Puntano su appeal e attrazione, rappresentano il sentiment che gli stranieri hanno dell'Italia? Oppure è sempre e solo un calcolo dell'offerta? Expo avrà successo se i #fuorisalone funzioneranno. Certo che muoversi in forte ritardo non aiuterà. UnPOxExPO ha iniziato a proporre il fiume Po come meta complementare o supplementare a Expo dal 2010 quando tutti pensavano a costruire il sito. UnPOxExPO ha puntato tutto su pacchetti-percorsi turistici da subito, creando un facsimile di meta-attività replicabile negli 11 distretti in cui è stato diviso il corso del fiume Po, non ha proposto solo pernotti e viaggi aereo! Ogni distretto ha un suo tema agroalimentare, presenta una arte culinaria salata o dolce, amara o acidula tipica dei prodotti coltivati e allevati in area umida-fluviale. Questo è stato il campanello che è servito per attrarre le strutture che propongono e vendono mete turistiche: Italia, Expo, fiume Po, Dolce o Salato? Contatti diretti con compagnie, uffici privati, oriundi, emigrati, lavoratori all'estero, manager di settori diversi, esperti di turismo e formazione turistica mondiale, cuochi italiani, imprenditori italiani di successo...questi i grandi "amici" del progetto UnPOxExPO. Il lavoro certosino che ha dato i suoi frutti. Torino e Venezia hanno fatto la parte del leone con oltre 150mila arrivi, solo 40mili su Torino per sport, esposizione Sindone, museo Egizio grazie al lavoro dell'aeroporto e circa 25mila giovani da diverse scuole e istituti per il bicentenario di don Bosco. Circa 24mila pacchetti-percorsi sono stati presi da appassionati di storia, memoria, fede, monumenti religiosi e vie dei pellegrini; oltre 100mila pacchetti-itinerari passano per il Porto Terminal di Venezia con tutta l'area del Prosecco doc; circa 30mila sono i pacchetti destinati e prenotati per la navigazione da Cremona al Delta con massima concentrazione a Comacchio e Ferrara. Il Polesine, il Mantovano e il Trevigiano hanno trovato molto appeal fra gli emigrati che vogliono rivedere i luoghi originari della famiglia. Aperte ancora diverse opzioni per le delegazioni estere di imprenditori alla ricerca di ville per meeting riservati: molte imprese mondiali hanno invitato i propri clienti e fornitori a incontri #fuorisalone in pace e con più riservatezza, e a costi minori, dicono. Fra i centri minori lungo il Po, bene: Ville Venete, Vigevano, Tortona, il Brenta, il fiume Sile, Valenza Po. Fra i prodotti più attrattivi: Culatello, Torrone, Gianduiotto, Riso, Grana, Aceto Balsamico, Prosecco. Ulteriore plus viene riconosciuto ai circuiti in bici, occasioni di svago, locande tipiche, musei e parchi, paesaggio fluviale e visite a cantine, pasticcerie, macellerie, salumifici, caseifici che apriranno le porte tutti i giorni per un assaggio no-stop delle eccellenze italiane direttamente dentro i veri luoghi di produzione. UnPOxExPO2015 si presenta con 500 pacchetti-percorsi in mano a 30 operatori turistici. Il turista straniero vuole "muoversi" nel Belpaese e non stare fermo, è entusiasta dei 6-8 diversi luoghi giornalieri da rincorrere. UnPOxExPO piace anche perché abbina cultura e formazione per un pubblico eterogeneo curioso ma non specializzato: la biodiversità si presenta come reale salvaguardia del terreno agrario, delle coltivazioni, del non-spreco e dell'alimentazione sana o benessere a tavola. Il plus della dieta "padana" è quello di aver coniugato sapientemente e con equilibrio i prodotti continentali e quelli mediterranei rappresentando il mix corretto della dieta mediterranea-italiana.

Online: www.unpoxexpo2015.org, all you need on your smartphone.



ITALY in SUD-EUROPE
(Expo 2015 in Northern Italy)



EXPO2015 in MILAN in NORTHERN ITALY
MAP PO VALLEY HOMELAND GREAT MADE IN ITALY ©
(Granted Fee of National Geographic Co)

IL GRANDE FIUME PO (da Torino a Venezia)
THE GREAT PO RIVER (Turin to Venice)



GIACIMENTI DISTRETTI A TAVOLA, NAVIGABILITA' E LUOGHI OSPITALI LUNGO IL PO
COMMODITIES FOOD&WINE DISTRICTS ON THE TABLE & HOST PLACES ALONG THE PO RIVER