

THE REGIONAL TOURIST ENTERPRISES MEET THE INTERNATIONAL TRADE

BUY EMILIA ROMAGNA



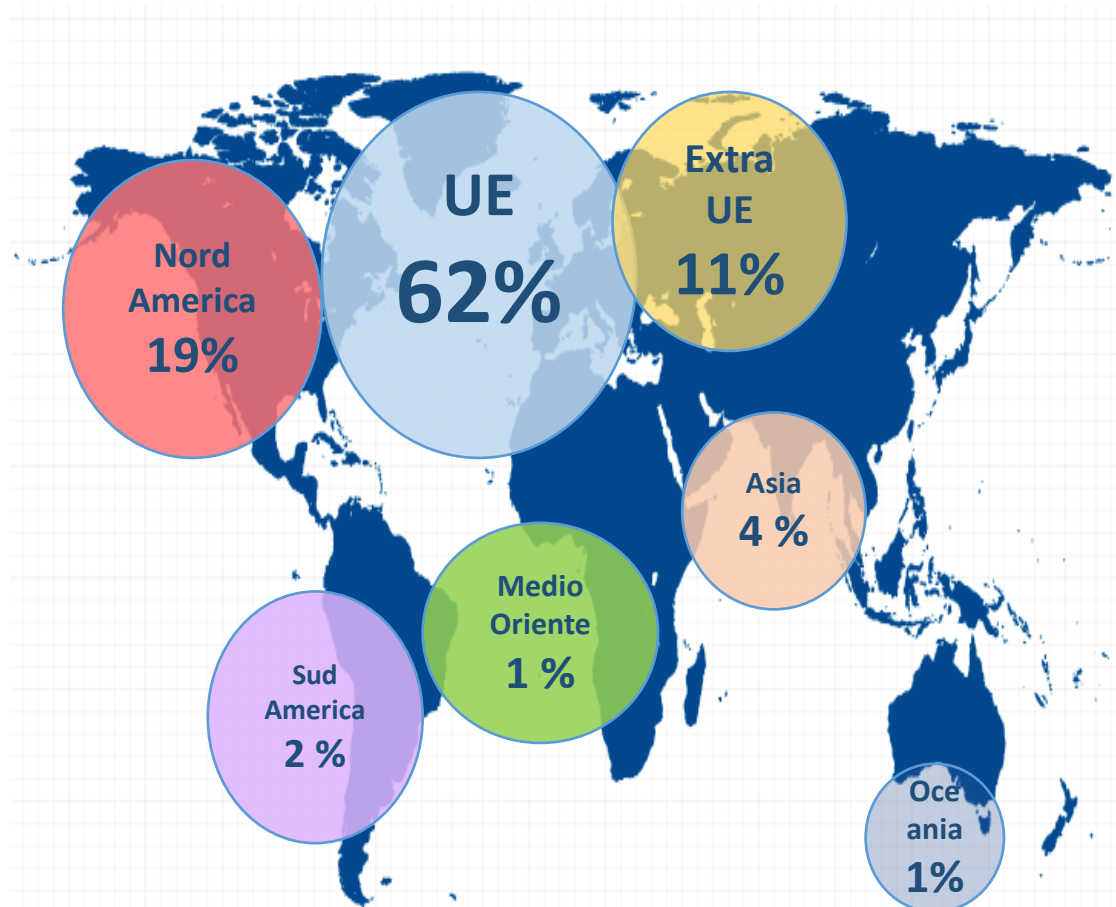
EDIZIONE DIGITALE

**29/09 - 02/10
2020**





I PARTECIPANTI 2020: 125 buyer da tutto il mondo | 28 paesi di provenienza



UE | 62%

Austria, Belgio, Danimarca, Francia, Germania, Irlanda, Italia, Paesi Bassi, Polonia, Regno Unito, Repubblica Ceca, Slovacchia, Slovenia, Spagna, Svezia, Ungheria

EXTRA UE | 11%

Turchia, Ucraina, Russia

NORD AMERICA | 19%

Stati Uniti, Canada

MEDIO ORIENTE | 1%

Libano

SUD AMERICA | 2%

Argentina, Brasile

ASIA | 4%

India

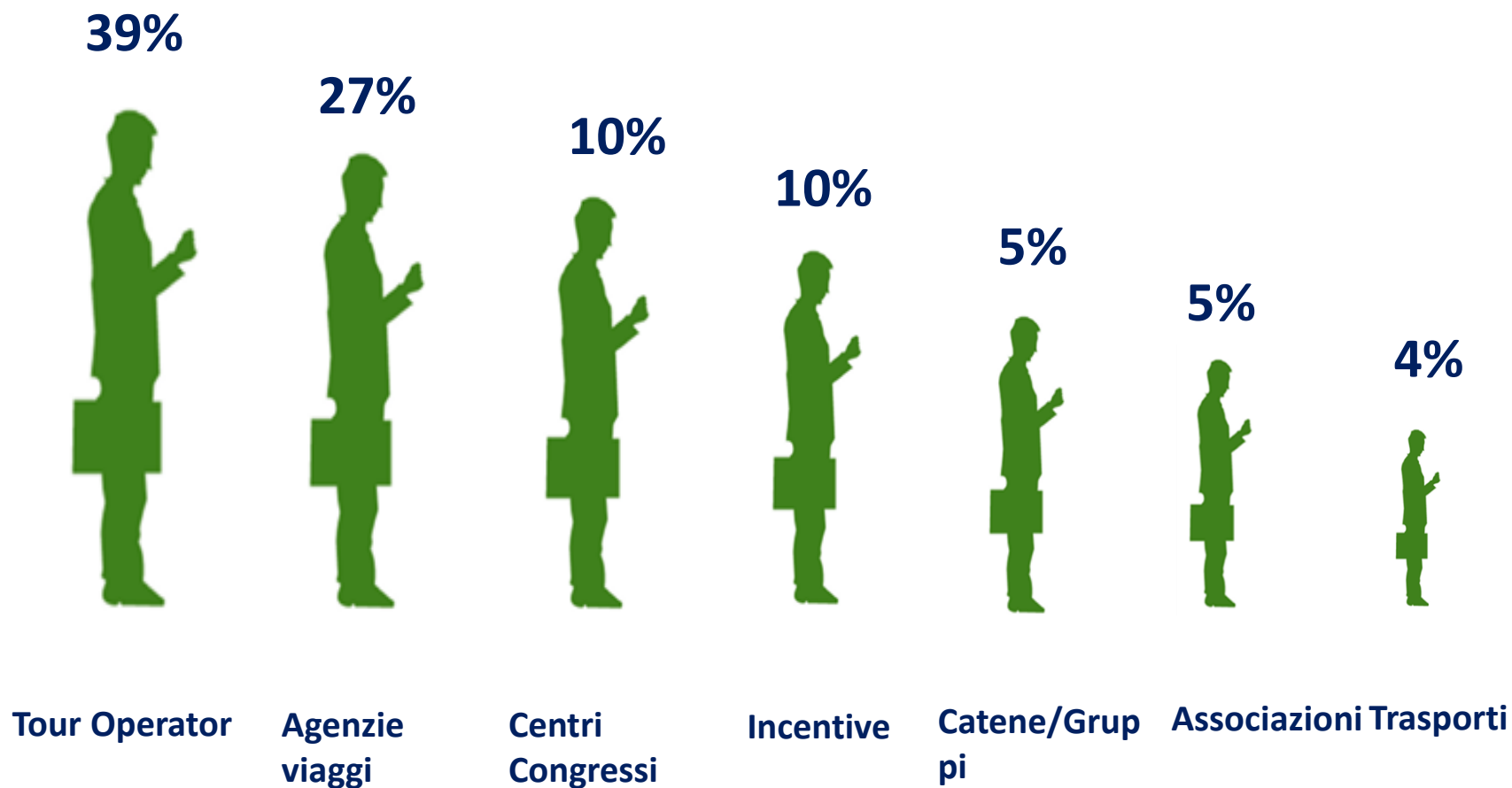
OCEANIA | 1%

Australia

Bozza - Programma in definizione



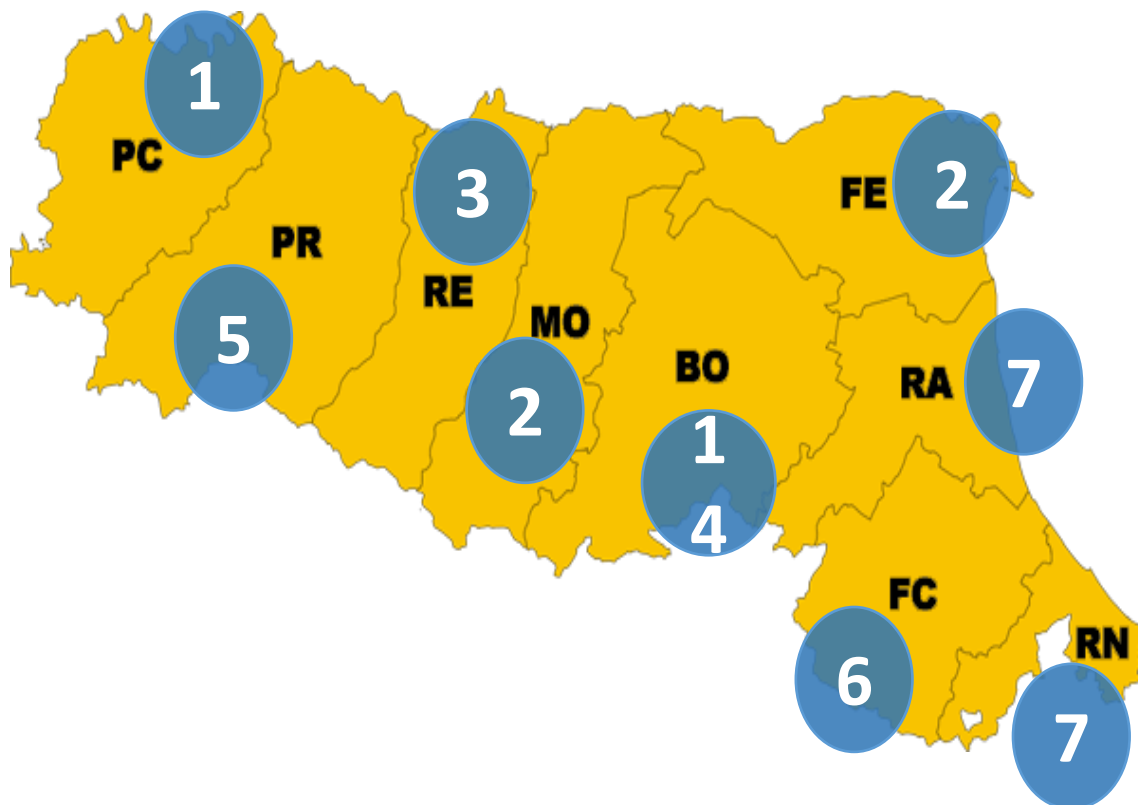
I PARTECIPANTI 2020: 121 buyer da tutto il mondo | 28 paesi di provenienza





I PARTECIPANTI 2018: 42 seller regionali attualmente iscritti* | 9 province

*iscrizione terminate a causa dell'emergenza Covid-19



Bologna	14
Forlì-Cesena	1
Ferrara	2
Modena	2
Piacenza	1
Parma	5
Ravenna	7
Reggio Emilia	3
Rimini	7



BUY EMILIA ROMAGNA 2020

1. Le nuove date del BUY Emilia Romagna 2020 sono:
 - 29 settembre - 1 ottobre: educational tour
 - **2 ottobre 2020**: workshop
2. Il BUY Emilia Romagna 2020 sarà organizzato **interamente on-line**
3. Si manterrà la struttura con:
 - **6 educational tour virtuali**
 - due momenti di **meeting** programmati



BUY EMILIA ROMAGNA 2020

In linea con il Piano APT servizi 2020 ci si concentrerà su:

- Fasce medio-alte con interessi specifici (sport, enogastronomia, cultura, eventi, motori, ecc.)
- Business traveller e MICE

MERCATI DI RIFERIMENTO:

- **DACH:** Germania, Austria
- **Europa:** Gran Bretagna, Irlanda, Paesi Bassi, Spagna, Svezia, Francia, Benelux
- **Est Europa:** Polonia, Repubblica Ceca, Ungheria, Slovacchia, Slovenia
- **Russia, Usa, Canada, Sud America, Australia, India**



EDUCATIONAL TOUR

TEMI PROMOSSI in linea con il Piano Marketing di APT 2020 e con la fase di rilancio post Covid-19:

- **Sport Experience**
- **Città d'Arte**
- **Cinema e spettacolo**
- **Motor Valley**
- **Wellness Valley**
- **Food Valley**



EDUCATIONAL TOUR

MODALITA' DI PROMOZIONE DEL TERRITORIO

1. Educational tour tematici della durata di 1 h
2. Prodotto **B2B**: informazioni per il target *business*
3. Focus sui **prodotti trasversali** dell'Emilia Romagna
 - Cibo
 - Motori
 - Arte e cultura
 - Sport
 - Wellness
4. Modalità interattiva
 - **Live chat** accessibile ai buyer
5. **Coinvolgimento attivo dei seller**
 - Presentazione live dei prodotti del territorio



L'EVENTO ONLINE

La promozione dell'evento è online con:

- Sito web
www.buyemiliaromagna.it
- Servizio di newsletter



Bozza - Programma in definizione





LA COMUNICAZIONE

Previste **due conferenze stampa** di annuncio e presentazione dell'evento nei mesi di **luglio** e **settembre**.

Anche quest'anno il Buy Emilia Romagna è anche su Facebook e Instagram per:

- Link al sito per le iscrizioni
- Utilizzo dell'hashtag **#buyemiliaromagna**

Bozza - Programma in definizione

