

il Giornale del Turismo magazine

Turks & Caicos

Viaggio inedito alla scoperta
del nuovo paradiso dei Caraibi

NoFrills

A Bergamo parte
la stagione delle fiere




Costa
CROCIERE

Grande novità: il Mar Rosso
Egitto, Giordania e Israele in un unico straordinario itinerario

A woman with short blonde hair is shown in profile, looking upwards. She is wearing a dark blue, draped garment. Around her neck is a necklace consisting of five light green globe pendants, each with a white map of the world. The background is a clear, bright blue sky.

AIRFRANCE 

*Con i nostri voli quotidiani su Parigi, ti offriamo
il più grande network del mondo e Miglia Flying Blue,
insieme a tutti i nostri partner SkyTeam
FAREMO DEL CIELO IL POSTO PIU' BELLO DELLA TERRA.*

 Euronor

AIRFRANCE KLM

www.airfrance.it



in partnership con



Sommario

- 5 **Un giornale è un figlio da far crescere** Angelo De Negri
In copertina
- 6 **Mare d'inverno con Costa Crociere** Antonio Del Piano
Reportage
- 14 **Turks & Caicos, paradiso nascosto** Antonio Del Piano
Enti del Turismo
- 20 **Atene presenta la candidatura a capitale del city break**
- 22 **Fiere**
- 22 **NoFrills, contenuti e servizi in primo piano** Giulia Gorgazzi
- 26 **Preconsuntivo estate 2010: Bit guarda agli indicatori emersi per mettere a punto un'edizione 2011 di successo**
- Tour operator**
- 28 **Per il Viaggio focus speciale su Abu Dhabi e Zimbabwe** V.M.
29 **Alcor Viaggi si converte all'outgoing versione lusso** V.M.
32 **News dal turismo**
- 34 **Più attenzione ai servizi nella strategia Alpitour**
- Economia**
- 35 **ECC: i crocieristi europei sono aumentati del 9%**
35 **Osservatorio Federalberghi, non aiuta il calo delle tariffe**
- Primo piano**
- 36 **La crisi c'è** Valentina Maresca
- Viaggi di nozze**
- 39 **Viaggiatori propongono evasioni incantevoli agli sposi**
39 **On line il portale www.viaggidinozze.it**
- Italia**
- 40 **Green Road: il filo verde che attraversa la Puglia** Ughetta Lacatena
44 **Franchini spinge il turismo ecosostenibile in Puglia** V.M.
45 **L'Italia non è più il Paese delle Meraviglie** M.G.
- Traghetti**
- 46 **Grimaldi Lines ripropone la Crociera con Delitto**
46 **GNV, la tariffa boomerang raddoppia**
- Compagnie aeree**
- 47 **Un network transatlantico senza uguali al mondo**
48 **Swiss scommette sul nuovo volo giornaliero Bari-Zurigo**
- Hotel**
- 49 **Trivago, settembre al rialzo per i prezzi alberghieri**
49 **Aprire l'UNA Hotel Modena**
- Tecnologia**
- 52 **Le soluzioni web di Datagest**
- Tour operator, Network e Agenzie**
- 54 **Le 5 criticità di una rete di agenzie di viaggi** Roberto Gentile
55 **Intervista a Marco Ficarra, A.D. BluHolding**
- Autonoleggio**
- 56 **Budget Autonoleggio: nuova partnership con Miles&More**
- Rubriche**
- 57 **Le offerte del mese**
58 **L'oroscopo dei Viaggi** Carlotta Del Conte

invernoduemila10/11
settemari club
Mar Rosso, Tunisia, Canarie
Settemari
Tel.0112338833 - www.settemari.it

estateduemila11
Grecia
Settemari
Tel.0112338833 - www.settemari.it



CINA



华亚旅行社
CHINASIA
TOUR OPERATOR

Piazzale Asia, 21 | 00144 Roma
Tel. 0659601.499 r.a. | Fax 0659601.565
www.chinasia.it | Email: info@chinasia.it

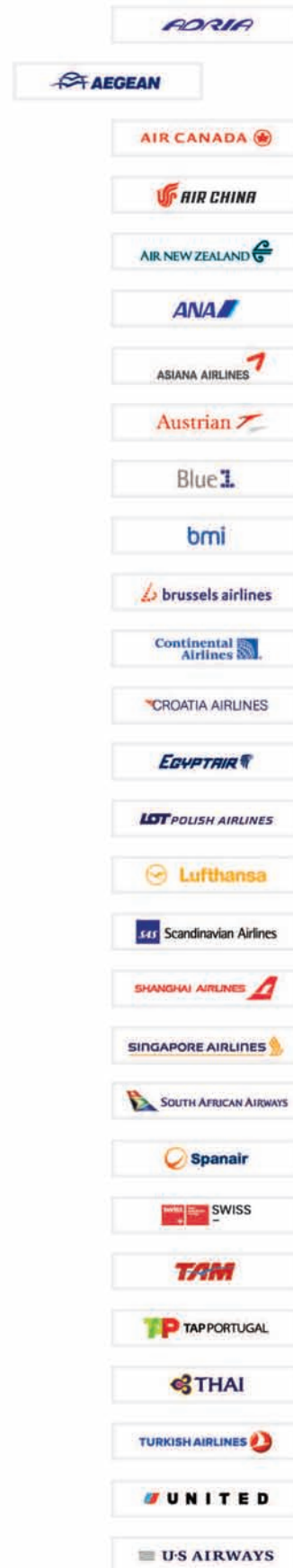
Aegean Airlines has joined Star Alliance
Making it easier to travel all over Greece
For business or leisure, in style.

I've earned it.



Sophia Kokosalaki
Fashion Designer and Star Alliance Gold Status Plus

staralliance.com



STAR ALLIANCE ™
THE WAY THE EARTH CONNECTS



Un giornale è un figlio da far crescere

L'attività editoriale di Progetca compie dieci anni e per l'occasione ho pensato che il regalo più bello per i nostri lettori fosse quello di trasformare Il Giornale del Turismo da settimanale in un magazine che con la sua veste grafica, la foliazione di 64 pagine e la cadenza mensile, diventasse uno strumento di consultazione permanente e da archivio e desse alla pubblicità un effetto di visibilità maggiormente presente e non quello di "sfoglia e getta"

Il Giornale del Turismo così com'era rischiava di essere uno strumento ripetitivo di notizie lette e rilette fra carta stampata, internet e le varie newsletters che ogni testata edita elettronicamente. Il Giornale del Turismo è una delle creature di Progetca che in questi quindici anni di vita ha realizzato già cinque grandi iniziative di successo diventando importante in vari settori.

La prima è del 1997, quando vide la luce la BORSA MEDITERRANEA DEL TURISMO. "Nata Grande" campeggiò nei titoli della stampa specializzata. E da qui, successo dopo successo, diventò un appuntamento fisso a Napoli, per tutto il mondo del turismo nazionale ed internazionale.

La seconda è del 2008 ed è Pharmexpo, l'unica fiera annuale del settore farmaceutico con sempre più numerosi corsi ECM. Un vero successo che quest'anno giunge alla terza edizione.

La terza iniziativa è SHOWCOLATE: 50.000 visitatori già alla prima edizione del 2009. Ha evidenziata l'alta potenzialità dell'artigianato Campano e Nazionale nell'ambito del mondo del cioccolato.

La quarta iniziativa di successo di Progetca è proprio il GIORNALE DEL TURISMO, nato nel 2000, edito dal sottoscritto, gestito da Progetca e diretto oggi da Antonio Del Piano che far nascere e crescere un giornale sia come allevare un figlio; te lo tieni, lo curi, ne subisci pregi e difetti e lo mantieni per la vita.

La quinta attività che viaggia con il marchio Progetca sono i ROADSHOW che sviluppano in tutt'Italia incontri b2b nel settore turismo. Si svolgono con grande interesse, oltretutto con un piccolo investimento che consente il contatto fra fornitori ed intermediari turistici, durante tutto l'anno con un rapporto costo/contatto veramente irrisorio.

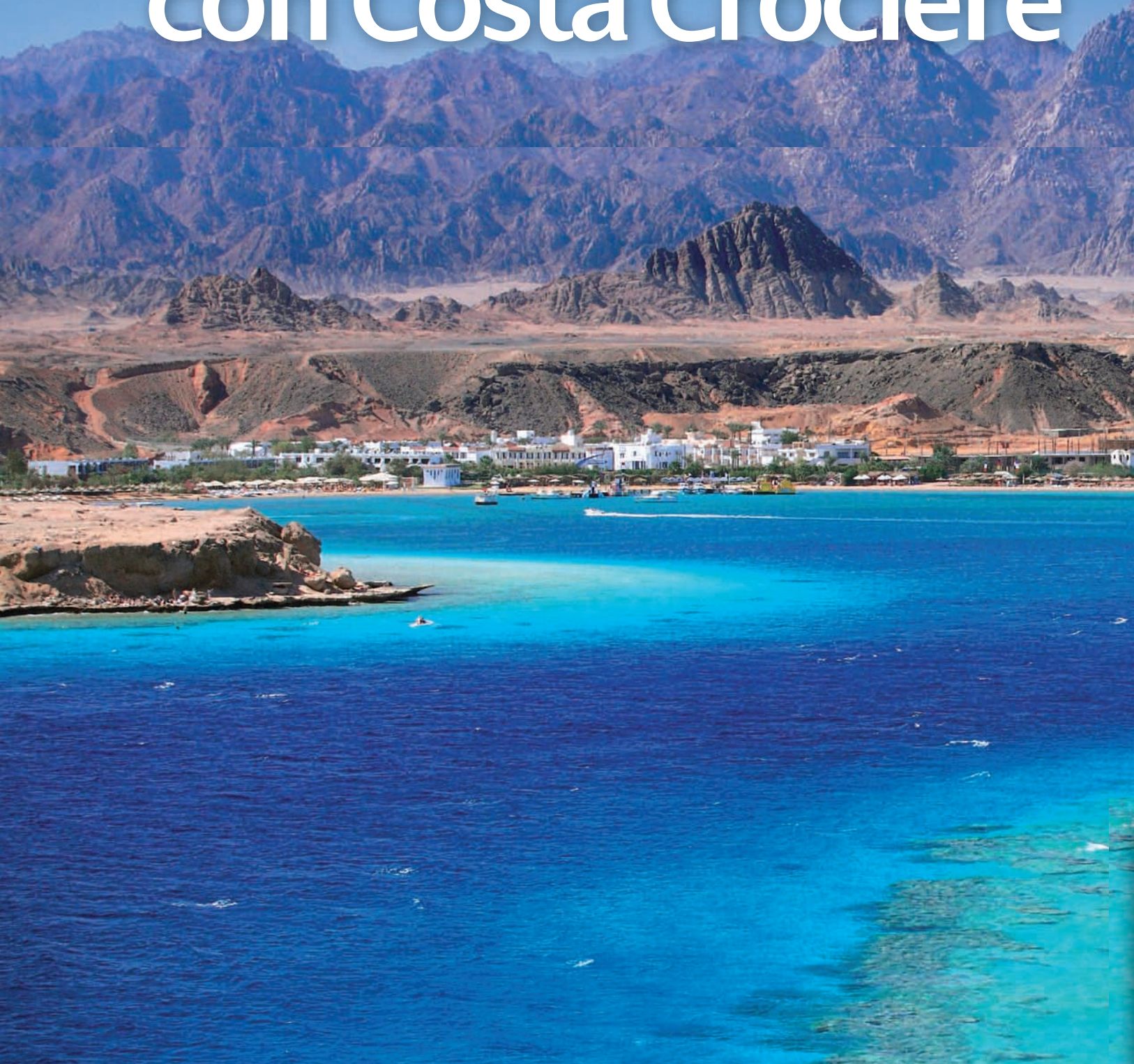
Progetca con le sue Fiere e il rinnovato Magazine, produrrà ogni sforzo affinché i suoi sostenitori ritrovino il gusto del rischio e della creazione di business e di ricchezza, per se e per gli altri, di scoprire, di investire, di emulare, di spendere e di riprendere a credere sempre più nell'arte del fare.

Angelo De Negri



In copertina

Mar Rosso d'inverno con Costa Crociere



La Compagnia genovese protagonista da novembre a marzo su inediti ed esclusivi itinerari di otto giorni, lungo la via che porta dal Cairo alle Piramidi, da Menfi a Luxor, da Petra in Giordania a Masada in Israele. Ampia offerta di crociere da otto e dodici notti anche nel Mediterraneo



Costa Crociere apre la via del mar Rosso. Con la programmazione invernale, la compagnia leader del settore in Europa veste ancora una volta i panni del pioniere sul mercato del turismo, con una novità esclusiva per l'inverno 2010/2011. Con la programmazione winter, l'azienda genovese, oltre a presentare la novità Mar Rosso, consolida la presenza a Dubai per rivivere "Le mille e una notte" a bordo di Costa Deliziosa e Costa Luminosa, conferma il Mediterraneo e le Canarie con tre itinerari tra cui il nuovo "Profumo d'agrumi" di Costa Magica,

ripropone i tanti itinerari ai Caraibi con la nuova tappa a Barbados e navigherà nell'Oceano Indiano con Costa Romantica.

Una crociera per tutti i gusti quindi, dedicata quest'anno a chi vuole inseguire il sole d'inverno pur avendo pochi giorni a disposizione. Un desiderio che diventa realtà grazie alle crociere di otto giorni che da novembre 2010 a marzo 2011, navigando sull'inedito itinerario "Coralli e antichi Tesori", condurranno gli ospiti di Costa Marina e Costa Allegra alla volta di Egitto, Giordania e Israele.

In copertina

CORALLI E ANTICHI TESORI con Costa Marina e Costa Allegra

Durata: 8 giorni/7 notti

Partenze: dall'Italia ogni lunedì e ogni giovedì da novembre 2010 fino a marzo 2011

Prezzi: da 620 Euro
p/p con tariffa

PrenotaSubito, volo incluso

LE MILLE E UNA NOTTE con Costa Luminosa e Costa Deliziosa

Durata: 9 giorni/8 notti

Partenze: dall'Italia ogni domenica e ogni lunedì da novembre 2010 a marzo 2011

Prezzi: da Euro 920
p/p con la tariffa

PrenotaSubito, volo incluso

PROFUMO D'AGRUMI Con Costa Magica

Durata: 8 giorni/7 notti

Partenze: da Savona tutti i mercoledì da novembre a marzo 2011; da Civitavecchia il giorno successivo e da Palermo due giorni dopo

Prezzi: da Euro 420

p/p con tariffa PrenotaSubito

RITORNO IN TERRA SANTA con Costa Pacifica

Durata: 12 giorni/11 notti

Partenze: da Civitavecchia, da novembre 2010 ad aprile 2011; da Savona il giorno successivo

Prezzi: da Euro 590

p/p con tariffa PrenotaSubito

ISOLE DEL SOLE con Costa Concordia

Durata: 12 giorni/11 notti

Partenze: da Civitavecchia da dicembre 2010 a marzo 2011; da Savona da novembre a dicembre 2010 tutti i giorni successivi alla partenza da Civitavecchia

Prezzi: da Euro 590

p/p con tariffa PrenotaSubito

GIOIELLI DELL'OCEANO INDIANO con Costa Romantica

Durata: 17 giorni/16 notti

Partenze: volo da/per Milano a Mauritius l'11° e 25 dicembre 2010, l'8 e 22 gennaio 2011, il 5 e 19 febbraio 2011 e il 5 e 19 marzo 2011

Prezzi: da Euro 1.960

p/p con la tariffa

PrenotaSubito, volo incluso

**Riduzione di Euro 800
a cabina sulla partenza
di Natale dell'11 dicembre**

Un viaggio di relax e conoscenza, da una sponda all'altra del cosiddetto "Corridoio delle meraviglie", per lasciarsi sorprendere da una natura straordinaria e al tempo stesso da tesori di inestimabile valore: dal Cairo alle Piramidi, da Menfi a Luxor, da Petra in Giordania a Masada in Israele.

Quello firmato Costa è un Mar Rosso visto dal mare, come nessuno lo ha mai vissuto. Una novità assoluta che non solo amplia la vasta gamma di destinazioni offerte da Costa per l'inverno, ma che si presenta come una proposta unica nel panorama turistico mondiale. La scoperta del Mar Rosso inizia all'estremità meridionale della penisola del Sinai. La crociera prevede una sosta di oltre un giorno a Eilat, un'oasi naturalistica con il deserto del Negev, la fortezza di Masada e i meravigliosi paesaggi del Mar Morto. A seguire Aqaba, in Giordania, con tutto il misterioso fascino della città rosa di Petra che racchiude millenni di storia. È poi la volta di Safage, dove sarà possibile sostare per due giorni durante i quali concedersi escursioni verso Luxor e la Valle dei Re, visitando le tombe dei Faraoni oppure goden-



dosi le bellezze naturali di Hurghada e le acque cristalline dell'isola di Mahamya. Ultima tappa del viaggio Sokhna, da cui raggiungere Il Cairo, le Piramidi di Gizah e l'enigmatica Sfinge. Grande vacanza, ma anche grandissima convenienza grazie alla tariffa PrenotaSubito, ai prezzi speciali per gli sposi, alla tariffa New Generation, riservata ai giovani di età compresa tra i 18 e 34 anni e alle tante promozioni dedicate alle famiglie. Alla New Generation, Costa riserva un ulteriore sconto sulle crociere con data di partenza dopo l'Epifania.



Protagonisti anche nel Mediterraneo

Quello delle crociere è un prodotto che ormai non ha più stagionalità. Si naviga dodici mesi l'anno, che sia Nord Europa o Mediterraneo, che siano Caraibi oppure Oriente. E così Costa trasforma l'inverno in un'eterna primavera grazie a tre avvincenti itinerari dal Mediterraneo alle Canarie, alla scoperta di antiche civiltà e bellezze naturali del Mare Nostrum.

La novità di quest'anno è l'itinerario di otto giorni a bordo di Costa Magica, l'esclusivo "Profumo d'agrumi", con partenze da novembre 2010 a fine marzo 2011, che va ad affiancarsi a quelli della durata di dodici giorni. Un itinerario che saprà stupire e affascinare, toccando di volta in volta Tunisia, Baleari, Spagna e Francia. Ideale per chi vuole fuggire dal grigiore invernale ma non ha molti giorni a disposizione, l'itinerario "Profumo d'agrumi", a bordo di Costa Magica, ha inizio a Savona e prosegue alla volta di Civitavecchia. Tappa successiva è Palermo, capoluogo di arte e cultura, seguita dallo scalo nell'affascinante Tunisi. Il viaggio continua con le maestose bellezze architettoniche di Palma di Maiorca passando sulla via del ritorno per Barcellona e per la vitale Marsiglia, uno dei porti più antichi del Mediterraneo. I prezzi partono da 420 euro a persona con tariffa PrenotaSubito.

Per avventure tra terra e mare con una durata maggiore, di 12 giorni, si potrà invece scegliere Costa Pacifica, l'ammiraglia della flotta Costa Crociere, che percorrerà l'itinerario "Ritorno in Terra Santa", per un viaggio sotto il segno della cultura che tocca tre continenti: l'Europa, l'Asia e l'Africa. Con partenze da fine novembre 2010 a fine aprile 2011, dal porto di Civitavecchia, oppure da Savona il giorno successivo, la crociera fa scalo in Grecia con tappe a Olimpia e Atene, toccando poi Smirne in Turchia, da cui si raggiungono Efeso e Pergamo dalle preziose testimonianze archeologiche.

Il Mar Rosso che non c'era, adesso c'è.



**Egitto, Israele e Giordania.
Solo con Costa: tre paesi, una crociera unica.**

Da novembre 2010 a marzo 2011, per la prima volta in assoluto, le esclusive crociere Costa alla scoperta del Mar Rosso vissuto dal mare.

Una crociera con tappe di eccezionale interesse e lunga durata, con tutta la giornata a disposizione dei tuoi clienti per visitare siti archeologici di inestimabile valore, o godersi il mare e la straordinaria barriera corallina. Un'opportunità senza precedenti con le eleganti Costa Allegra e Costa Marina, da **€ 620*** **INCLUSI voli speciali o di linea da Milano, Verona e Roma.**

* Tariffa PrenotaSubito p/p in cabina doppia cat. 11 (nr. 20 posti disponibili) riferita alla partenza di C. Marina (25/11 - 2,9,16/12) e C. Allegra (29/11 - 6,13/12). Sono escluse tasse portuali (€ 120) e quota di servizio (€ 49 per adulto). I ragazzi fino a 18 anni (non compiuti) viaggiano gratis in cabina con 2 adulti, esclusi voli, tasse portuali e quota di servizio.



In copertina

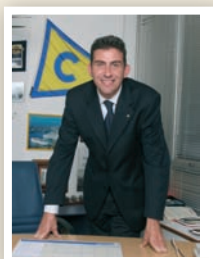
La navigazione prosegue poi alla volta di Israele, terra ricca di fascino, spiritualità e suggestioni, con tappa a Ashdod, il porto da cui si raggiungono le sponde del Mar Morto, la mistica Betlemme o Gerusalemme, con le sue testimonianze di fede e di arte. Il percorso di Costa Pacifica si conclude con due emozionanti tappe in Egitto: Il Cairo, con la sua affascinante storia e i suoi ricchi tesori lasciati dalla civiltà egizia e Port Said, il cui ingresso nel Ca-

nale di Suez ha cambiato la storia del Mediterraneo. I prezzi partono da 590 euro a persona con tariffa PrenotaSubito.

Costa Concordia invece, navigherà sulla rotta delle "Isole del Sole", in un interessante viaggio di 12 giorni a contatto diretto con un mare e una natura straordinari, alla scoperta di Spagna, Marocco, Canarie e Madera. Con partenze da dicembre 2010 a fine marzo 2011, da Civitavecchia oppure da Savona il giorno successivo, l'itinerario fa scalo a Barcellona, per poi oltrepassare lo Stretto di Gibilterra e toccare Casablanca, da dove si raggiungono le altre città imperiali del Marocco dalla stupenda architettura araba. Si prosegue poi verso le Canarie, le isole dell'eterna primavera, con tappa a Tenerife, ammirata per i suoi contrasti naturali affascinanti e per il suo vulcano ancora attivo, il Pico del Teide. Si ripartirà successivamente alla

Andrea Tavella: Tradizione ed innovazione, la storia siamo noi

Sessant'anni e non sentirli. Costa Crociere ha celebrato da poco il suo importante anniversario regalandosi un'altra stagione da incorniciare. Estate da grandi numeri, nuovi programmi esclusivi per l'inverno, navi sempre più moderne, per assecondare un fenomeno che vive un trend in ascesa ormai da oltre dieci anni. E che presenta ampi margini per un'ulteriore crescita. Per questo la storica azienda genovese non ci sta a recitare il ruolo della vecchia Signora ma cerca di affrontare il mercato sempre con lo stesso piglio aggressivo.



"Abbiamo radici profonde ma in realtà siamo grandi innovatori. Non è un azzardo affermare che la Storia, in questo settore, siamo noi - sostiene Andrea Tavella, sales & marketing director di Costa Crociere. Ed a supporto del suo azzardo, porta nuove motivazioni: "Basta pensare ai prodotti nuovi di zecca: il mar Rosso con Costa Allegra e Costa Marina, che sta riscuotendo un successo incredibile a tal punto che stiamo rinforzando la caratteristica da Roma e Milano e poi il Mediterraneo di sette giorni, novità assoluta e storica per il mondo crocieristico. Per tutto l'inverno avremo Costa Magica che scalerà a Palermo, Civitavecchia e Savona, per quella che rappresenta una novità soprattutto per il mercato del centro sud Italia". Il nuovo prodotto è realmente fruibile: "Sette giorni è una durata compatta, acquistabile da una fetta di mercato molto ampia a prezzi interessanti". In aggiunta c'è l'offerta Dubai, sempre più ricca, soprattutto a dicembre e gennaio; Tavella prevede la conferma del successo dell'anno scorso nel corso del quale "sono stati fatti numeri incredibili, generando fra i clienti un tasso di soddisfazione molto elevato".

D'altra parte non è un mistero che il "customer satisfaction" sia il segreto del successo della crociera intesa come prodotto turistico. Con tutto il rispetto per le attività che facciamo sulle agenzie di viaggi, la nostra migliore promozione è proprio quella che ci viene dalla soddisfazione del nostro ospite". La rete di distribuzione resta comunque al centro dei pensieri dell'operatore. Continuano a pieno ritmo infatti le attività di formazione con nuovi materiali focalizzati sul magnifico inverno di Costa. "Serviranno a consolidare il concetto che il nostro prodotto è davvero unico e incredibile e ci fa posizionare sul mercato come l'unica compagnia di crociera in grado di offrire una proposta così completa e eterogenea". Il passo da qui all'inverno è breve e quindi la prossima primavera si avvicina a grandi passi con il suo carico di ulteriori novità. "A febbraio sveleremo la programmazione 2012 ed a luglio presenteremo Costa Favolosa alla distribuzione, insieme a nuovi itinerari che serviranno ad allargare il mercato e catturare l'attenzione di nuove fasce di clienti. Fra le novità, avremo Costa Magica con un itinerario di dieci giorni che toccherà le maggiori capitali del Nord Europa. Sarà un itinerario esclusivo che partirà dal 28 maggio e che insieme a Costa Favolosa sarà la grande novità della programmazione 2011".



volta di Madera, terra di splendidi fiori, mentre l'ultima tappa del viaggio sarà Malaga, capitale culturale della Costa del Sol, in Andalusia. I prezzi partono da 590 euro a persona, sempre usufruendo della formula PrenotaSubito.

A bordo di Costa Pacifica e Costa Concordia si potrà inoltre trasformare la propria vacanza in una vera e propria 'esperienza dei sensi', godendo di momenti di assoluto relax nei preziosi centri benessere Samsara Spa: oltre 6.000 mq di puro benessere affacciati sul mare - con cabine e suite riservate, con accesso diretto alla Spa, e ristorante dedicato - in cui lasciarsi avvolgere dall'effetto rigenerante di trattamenti benessere assolutamente all'avanguardia, ispirati agli antichi rituali dell'Ayurveda. Una Spa sui due punti più alti della nave con ambienti intimi, raffinati ed esclusivi e un personale esperto e altamente qualificato.

Servizio a cura di Antonio Del Piano



*“e poi mamma mi ha detto che potevo essere
una sirena per tutto il giorno...”*



Egitto

L'inizio di tutte le storie.
Anche la tua.

Quanti itinerari in giro

Mauritius, Seychelles, Madagascar, Reunion: nel regno di Madre Natura

Costa Crociere è la prima ed unica al mondo ad offrire crociere regolari nell'Oceano Indiano, e ripropone anche per l'inverno un esclusivo itinerario di 17 giorni verso i più bei gioielli di Madre Natura da scoprire a bordo di Costa Romantica. Con l'itinerario "Gioielli dell'Oceano Indiano" si parte da Mauritius, la meta più seducente per trovare il sole tropicale d'inverno. Un'isola lussureggiante, contornata da spiagge bianchissime, incastonata in un



mare colore turchese, su cui cresce rigogliosa una vegetazione sorprendente. Tra le sue meraviglie L'le-aux-Cerfs e il giardino botanico di Pamplemousses. A seguire le Seychelles, con una sosta di due giorni a Mahé, dove le spiagge madreperlate di Praslin punteggiate da palme di cocco e la Vallée de Mai, la cui foresta è popolata dal rarissimo Black Parrot, lasciano tutti davvero senza fiato. Rotta quindi verso il Madagascar per scoprire Nosy Be, "l'isola profumata", inebriante con fragranze di spezie e di fiori dell'ylang ylang; Diego Suarez, con una delle più belle baie al mondo dominata dal "Pan di zucchero" che ricorda il famosissimo omologo brasiliano, e Tamatave con il Paco Nazionale di Ivoloina. Ultima tappa l'incontaminata e antichissima isola di Réunion che offre un'incredibile varietà di paesaggi naturali: foreste, vallate, cascate, spiagge candide e due imponenti vulcani.

Paradisi lontani, mare turchese e spiagge bianche da vivere in inverno: le navi di Costa offrono tanti itinerari e destinazioni uniche con la novità dello scalo a Barbados

Spiagge bianche, vegetazione lussureggiante e acque cristalline: sono i Caraibi di Costa Crociere. Il relax inizia già a bordo di Costa Mediterranea e Costa Atlantica che offrono, con il Programma Wellness, la possibilità di soggiornare in cabine e suite Wellness, per vivere un'esperienza di puro benessere durante tutta la vacanza. L'itinerario "Perle del Caribe" dura 9 giorni ed è perfetto per chi vuole scoprire le isole più caratteristiche del Mar dei Caraibi e conoscere la loro cultura, lingua, etnia e tradizione. La prima tappa dell'itinerario, dopo l'imbarco a Guadalupa, è St. Maarten dal particolare fascino metà olandese metà francese. Si prosegue poi per la Repubblica Dominicana, con due tappe di un giorno ciascuna a La Romana e all'Isola Catalina, la spiaggia privata di Costa Crociere, per rilassarsi sulla sabbia bianca e nuotare in un mare stupendo. Infine l'arrivo alle Isole Vergini Britanniche, con scali a Tortola, la più grande delle isole dalla natura rigogliosa, e ad Antigua, vero e proprio gioiello delle Piccole Antille. Novità assoluta di quest'anno è lo scalo a Barbados, splendida isola con grandi piantagioni di canna da zucchero. A bordo di Costa Atlantica si potrà invece vivere l'"Arcobaleno tropicale", ovvero due itinerari della durata di 9

giorni, da novembre 2010 a fine marzo 2011, che partono da Miami o da Fort Lauderdale in Florida e toccano le isole più belle dei Caraibi. Trecento isole e migliaia di isolotti compongono questo famosissimo arcipelago, che si estende come un arco dal sud degli Stati Uniti alle coste settentrionali dell'America del Sud: le baie incantate delle Bahamas, le splendide Isole Vergini, la spiagge da sogno della Repubblica Dominicana, fino al Turks e Caicos, con una incontaminata barriera corallina. Con "Caraibi Magici", il terzo itinerario di 9 giorni proposto da Costa Atlantica, da novembre a marzo 2011, si potranno vivere le atmosfere degli Stati Uniti alla partenza, prevista da Miami, per poi scoprire il ritmo della musica della Giamaica, i sorprendenti fondali delle Isole Cayman e i resti della misteriosa civiltà Maya a Cozumel. E per vivere davvero tutte le emozioni dei Caraibi, gli itinerari di "Arcobaleno tropicale" e "Caraibi magici" possono essere combinati in una unica crociera di 16 giorni! Si navigherà alla volta delle Bahamas, Isole Vergini, Repubblica Dominicana, Turks e Caicos, Giamaica, Isole Cayman, Messico e Florida, visitando ogni giorno un posto diverso, con la possibilità di fare, vedere e conoscere infinite cose.



per il mondo!

Da Dubai in viaggio attraverso la magia delle Mille e una notte

Sull'onda dello strepitoso successo delle passate stagioni, Costa Crociere ripropone per l'inverno le straordinarie crociere alla volta di Dubai, Oman, Emirati Arabi e Barhein. Un viaggio affascinante, inaugurato in anteprima e in esclusiva dalla compagnia già nel 2006, ma reso ancora più magico dai due gioielli della flotta che accompagneranno gli ospiti verso queste destinazioni: Costa Deliziosa e Costa Luminosa, le navi più esclusive e innovative. Da novembre a



marzo, l'itinerario di 9 giorni "Le mille e una notte" è un viaggio ricco di suggestioni verso luoghi lontani e incantati, dove vivono in perfetta armonia le realtà più contrastanti: lusso sfrenato e tradizioni millenarie, locali alla moda e scorci nascosti, geometrie ardite e architettura classica, fontane maestose e deserto infinito. La crociera inizia da Dubai, l'antico villaggio di pescatori diventato icona della modernità grazie ai suoi eleganti grattacieli in vetro, le incredibili isole artificiali, i lussuosi giardini. Da qui si parte alla volta di Muscat, la capitale dell'Oman, una baia circondata da alte e impervie montagne rocciose e poi Al Fujairah, Abu Dhabi e infine Bahrein, la più grande delle 33 isole che formano l'omonimo arcipelago, ricca di storia e di cultura, dove respirerete i sapori e profumi dell'autentica tradizione araba.

Una novità unica nel panorama mondiale della crociere: itinerario di 11 giorni a bordo di Costa Magica per visitare le capitali europee del "weekend"

Costa Crociere lancia una novità assoluta nel panorama mondiale delle vacanze in crociera. Per tutta l'estate 2011 Costa Magica, proporrà un esclusivo itinerario di 11 giorni che toccherà le capitali di ben 7 Paesi europei diversi. "Solo la compagnia numero 1 in Europa poteva proporre un itinerario come questo, che unisce simbolicamente l'Europa, permettendo di visitare le capitali più in voga del vecchio continente - ha commentato Gianni Onorato (nella foto), Direttore Generale di Costa Crociere - È un'ulteriore opportunità di vacanza che vogliamo regalare ai nostri clienti: ogni anno cerchiamo sempre di innovarci e migliorare, per offrire loro un'esperienza unica, che sappia stupirli e farli sognare". Come suggerisce il nome, "Le sette città capitali", il nuovo itinerario permette di visitare in una sola vacanza le "capitali europee del weekend", le città più popolari e più di tendenza per i viaggi del fine settimana: Amsterdam; Berlino; Copenaghen; Oslo; Edimburgo; Parigi e Londra (ulteriori dettagli su: www.costacrociere.it). Il prezzo parte da 1.550 euro a persona, volo incluso. A bordo di Costa Magica il piacere del weekend durerà un'intera vacanza di ben 11 giorni, con la comodità di non dovere fare e disfare le valige e l'eccellenza del servizio garantita dal marchio Costa Crociere, che viene da oltre 60 anni di esperienza. Una vera e propria crociera "cosmopolita", che permette di scoprire culture, paesaggi, persone così differenti fra loro. Un viaggio che non è solo culturale, ma anche di piacere e divertimento, per gustare il meglio delle esperienze che le capitali



europee possono offrire: dai bistrot parigini alle vie dello shopping di Londra; dal pesce fresco nei ristoranti del canale Nyhavn di Copenaghen alle passeggiate tra i canali di Amsterdam. Vista la ricchezza di destinazioni comprese nell'itinerario, Costa Crociere offrirà ai suoi clienti uno speciale pacchetto escursioni, con 5 tour (Londra, Parigi, Berlino, Copenaghen, Oslo) al prezzo totale di 313 euro a persona.

La prima partenza del nuovo itinerario è prevista per 30 maggio, mentre l'ultima il 28 agosto. Questi i porti in cui farà scalo

Costa Magica: Amsterdam; Ambrurgo, da dove sarà possibile visitare Berlino; Copenaghen; Oslo; Edimburgo; Le Havre, da dove sarà possibile visitare Parigi e Dover, da dove sarà possibile visitare Londra. Per le crociere del 30 maggio, 19 luglio e 8 agosto lo scalo di Edimburgo sarà sostituito con quello di Invergordon, sempre in Scozia, dal quale è possibile visitare il lago di Lochness e le Highlands.



Turks & Caicos,

Quaranta isole a sud delle Bahamas che riservano agli occhi dei viaggiatori uno scenario da sogno: spiagge bianche, l'azzurro del mare e mille incredibili sorprese



di Antonio Del Piano

Ho sognato il paradiso. O forse ero sulle isole di Turks & Caicos? Bianche spiagge di sabbia fine, acque chiare e cristalline, persone che rivelano al primo impatto tutta la loro gentilezza e socievolezza. E poi i colori del mare, che in ogni punto ti regala una diversa tonalità del blu: dal turchese dell'acqua bassa al maculato dei fondali corallini fino all'azzurro intenso che lascia il posto al blu cobalto nel punto in cui la barriera precipita negli abissi. Qui, in fondali ricchi di splendidi coralli, vivono coloratissimi pesci tropicali e giacciono antichi relitti. Se non è il paradiso, questo angolo dei Ca-

raibi è qualcosa che gli assomiglia molto. Una meta di quelle che ancora non si possono definire tradizionali per il turismo, men che meno per quello italiano. Ma è la nuova carta che domani potrà giocare l'immensa distesa di isole dell'area centro americana. Turks & Caicos è un gruppo di circa quaranta isole, in gran parte disabitate, che emergono a sud est delle Bahamas. Otto sono quelle maggiori: Salt Cay, Grand Turk, South Caicos, East Caicos, Middle Caicos, North Caicos, West Caicos e Providenciales. Quest'ultima, chiamata anche familiarmente Provo, è senza dubbio la principale destinazione turistica e Grace Bay è la sua spiaggia più famosa. Qui c'è il maggior numero di villaggi turistici, resort e hotel dell'arcipelago. Queste isole si rivelano all'impatto un piccolo scrigno che nasconde tante sorprese. Quelle più importanti le riservano il Parco Nazionale subacqueo Columbus Landfall, Caicos Conch Farm e la bandita degli uccelli di French Cay. Autentico paradiso per i sub, l'arcipelago cela nelle sue acque una grande barriera corallina lunga decine di chilometri, con fondali che mostrano bellezze incredibili: da una parte delfini, tartarughe giganti, mante, polipi, murene, dall'altra una vegetazione ricca e lussureggiante. Il diving è solo uno degli sport acquatici che si possono praticare durante un soggiorno a Turks & Caicos. Le isole infatti sono diventate meta degli amanti di whale-watching e birdwatching. Tra i mesi di gennaio ed aprile soprattutto nelle acque di Grand Turk e Salt

paradiso nascosto



Cay, nella parte meridionale dell'arcipelago, migrano migliaia di balene e qui è possibile assistere alle loro nuotate, uno spettacolo davvero unico e indimenticabile. Per quanto riguarda gli uccelli sono ben 170 le specie catalogate nelle isole tra cui non è raro osservare pellicani e fenicotteri rosa. Le spiagge sono di una bellezza indescrivibile: se Grace Bay, a Providenciales, rappresenta il top, da vedere sono anche West, North, Middle e South Caicos. Molto suggestive sono quelle meno fre-

quentate: Dellis, Pine e Little Water Cay, dove è possibile ammirare una comunità piuttosto numerosa di iguana.

Una vacanza, si sa, non è solo mare, sport e relax. Per chi va a caccia di souvenir, e non solo, il regno locale dello shopping è fra Ports of Call, Market Place e Central Square a Providenciales dove è possibile acquistare anche articoli di abbigliamento sportivo e per il tempo libero. Qui si trovano anche numerose boutique che offrono prodotti più pregiati.

PARTIAMO CON CARREBLÙ

www.carreblu.com
tel. 011 5620326

CLUB MED

www.clubmed.it
tel. 848 88 77 35

DIMENSIONE TRIADÉ

www.dimtriade.it
tel. 06 4214260

HOTELPLAN ITALIA

www.hotelplan.it
tel. 02 721361

I VIAGGI DELL'AIRONE

www.ivaggidellairone.com
tel. 081 412020

KUONI

www.kuoni.it
tel. 010 59681

NAAR TOUR OPERATOR

www.naar.com
tel. 02 485585360

PENTA CARIBE

www.pentacaribe.it
tel. 06 90286799

TOP SARDINIA SHANGRILA VACANZE

www.topsardinia.it
tel. 06 512991

VIAGGIDEA

www.viaggidea.it
tel. 02 44405111

Esclusivo The Veranda Resort



Fra le strutture ricettive d'élite di Providenciales, si segnala The Veranda, un lussuoso full inclusive resort ubicato a Grace Bay Beach, la splendida spiaggia rinomata nel mondo per la sua sabbia immacolata. Uno scenario ideale tanto per le famiglie che per le giovani coppie, con un mix di stili dal tradizionale al moderno, dal casual chic al raffinato, il tutto arricchito da un panorama mozzafiato. Unico nel suo genere, il resort offre un'ampia scelta di sistemazioni, incluse le uniche case private fronte mare dell'isola, ciascuna con piscina propria. La struttura è a soli dieci minuti dall'aeroporto di Providenciales e dispone di 168 studi arredati in modo eccellente, con sistemazioni composte da una a quattro camere da letto con vista sull'oceano o sul giardino. The Veranda Resort ha inol-



Arrivi in aumento da Usa, Canada ed Europa



È in aumento il numero di turisti in arrivo a Turks & Caicos e fra questi, sono sempre di più coloro che toccano le sue bianche spiagge nel corso di una crociera. "Nonostante la recessione, gli arrivi dei turisti nelle nostre isole sono aumentati del 25% nella prima metà dell'anno - ha fatto sapere il direttore dell'ufficio del turismo, Ralph Higgs (nella foto) - Sono dati che hanno stupito anche noi e siamo abbastanza ottimisti anche per il resto dell'anno". Gli arrivi nella prima metà del 2010 sono stati 490.000, di cui la gran parte legati al movimento crocieristico, ben 322.000. Fra gennaio e giugno, sono approdate sulle coste dell'arcipelago ben 125 navi da crociera, il 25% in più rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Il mercato principale per Turks & Caicos è quello degli Stati Uniti ma sono in aumento anche gli arrivi dal Canada e dall'Europa. Le percentuali di crescita infatti, se indicano nel 21% il numero di americani in più, vedono praticamente raddoppiare i canadesi e crescere del 5% gli europei. "Siamo favorevolmente impressionati da questi aumenti - ha dichiarato Higgs - dobbiamo questo risultato agli operatori dell'industria turistica e del trasporto aereo. Inoltre, la nostra gente ha un carattere ospitale e questo aiuta il turismo". Anche The Turks and Caicos Hotel and Tourism Association - TCHTA - conferma il buon andamento negli arrivi di lungo periodo sull'isola. Secondo l'associazione degli albergatori, le presenze sono aumentate dell'11% nella prima metà 2010, un risultato favorito comunque anche dall'abbassamento delle tariffe, deciso per favorire l'avvicinamento dei turisti. Intanto Higgs svela le strategie future. "Vogliamo incrementare la promozione al trade con attività di sponsorship ed eventi promozionali negli Usa, Canada e in Europa. Continueremo a lavorare con i grossisti e gli hotel per vendere meglio questa destinazione. Stiamo lavorando senza tregua per rendere Turks & Caicos sempre più accessibile".

tre otto cottage singoli fronte mare. Tutte le sistemazioni hanno aria condizionata, ventilatori a soffitto, TV con schermo piatto LCD, radiosveglia Sony Dream Machine, PlayStation 3, wi-fi compreso, biancheria da letto di piume e lino egiziano, telefoni a linea diretta e cassaforti in stanza. Molte unità dispongono di spaziose verande esterne. Per il relax, la struttura dispone della Sabai Spa, che offre agli ospiti un menù ampio ed articolato, con influenze orientali, dal pedicure ai



massaggi aromaterapici e facciali, eseguiti da terapisti sensibili ed esperti. Il centro fitness è di prima classe, dotato con le migliori attrezzature Life Fitness, con i migliori personal trainer per tenersi in forma mentre ci si rilassa. Ogni giorno si organizzano corsi di yoga e di acqua-gym. C'è inoltre un campo da tennis, dove si possono fare singoli o doppi, o anche partecipare ai tornei locali. Il Veranda ha tre piscine, di cui una riservata al relax dei soli adulti, un'elegante boutique, campo da tennis, Kid Club, stanza giochi con console Wii e cocktail party tutte le settimane. Sono inoltre disponibili servizi e strutture personali come un centro business e babysitteraggio. Il ventaglio degli sport acquatici che il resort offre è di alta qualità e mette a disposizione di velisti, sub, surfisti e kayakisti attrezzature di altissimo livello. Altre attività per allietare gli ospiti sono: serate cinematografiche, giochi su prato, badminton e beach volley.



TOP CRUISES



Golf e relax al Grace Bay Club

Una reale esperienza da vivere in due a Turks & Caicos? Ecco il Grace Bay Club, il primo resort up level nato su queste isole.

Un hotel da sogno per chi punta alla vacanza romantica al cento per cento. Grace Bay Club significa lusso nelle Turks & Caicos. Con 82 spaziosissime suite, ognuna di almeno 80 metri quadri e tutte con vista sull'oceano, offre quattro categorie di sistemazioni: l'Hotel, le Ville, le Penthouse e la Tenuta, ognuna con una propria personalità.

Dispone di bar, lettini da spiaggia, servizio di portineria personalizzato e uno staff caraibico per creare una reale esperienza locale. Dintorni naturali incontaminati, architettura ispirata a quella mediterranea, servizio intuitivo e divertimenti di lusso fanno del Grace Bay Club il paradiso ideale per rilassarsi e farsi coccolare, in particolare nell'area benessere che nei 1500 metri quadrati della Anani Spa dispone di camere a sei trattamenti, comprese una stanza per

coppie e due stanze con docce esterne, una stanza di manicure/pedicure e una stanza relax. Terapisti esperti combinano i poteri medicamentosi della manipolazione con le essenze aromatiche per creare l'esperienza termale definitiva. Indulgere in uno, o in una combinazione di massaggi e trattamenti corpo o viso in offerta. Ogni terapia della Spa è un rituale esotico che consente di fuggire in un luogo di totale



Repetita iuvant

Turks & Caicos Isole – Dipendenza del Regno Unito

Cockburn Town (Grand Turk)

Di fronte a Cuba e ad Haiti

– 6 ore rispetto all'Italia

Inglese

Protestante (Metodista, Anglicana e Battista)

Dollaro USA

Per l'Italia 0039 - dall'Italia 001-6

Subtropicale. Il periodo migliore per andare è tra dicembre e luglio poiché la stagione degli uragani va da giugno a novembre. Si consiglia comunque di tenersi informati sulla situazione meteo: gli uragani si formano anche al di fuori dei periodi usuali

Deve avere sei mesi di validità dall'arrivo.

È richiesto il passaporto individuale anche per i minori (vengono ritenuti validi i passaporti su cui siano già iscritti minori). All'ingresso nel Paese viene controllato

che il viaggiatore sia in possesso di un biglietto di andata e ritorno o comunque di uscita dal Paese. Per coloro che entrano nel Paese attraverso gli Stati Uniti è necessario attenersi alle norme previste per l'ingresso in USA

Non richiesto per soggiorni inferiori ai 30 gg.

Guida a sinistra

Non si possono importare oltre 10.000,00= euro

È vietato importare insaccati, vegetali e semi. Vengono controllati anche i medicinali ed i prodotti alimentari

Non sono richieste vaccinazioni. Si consiglia di bere acqua imbottigliata e di stipulare una assicurazione che preveda anche il rimpatrio sanitario o il trasferimento in altro Stato

Non vengono segnalate situazioni di eventuale rischio. Si consiglia comunque di attenersi alle disposizioni generali in uso localmente

È competente il Consolato Generale d'Italia a Miami (USA)



relax e benessere. Per gli amanti del golf invece, il vicino campo Provo Golf Course con 18 buche e 72 par è stato progettato da Karl Litton per essere impegnativo e panoramico, e fornisce l'habitat per flora e uccelli locali. A soli tre minuti dal Grace Bay Club, con lo shuttle gratuito, il campo da golf ha un circolo e un negozio specializzato. Affitti Nike Club sono disponibili su richiesta.

Stato
Capitale
Posizione geografica
Fuso orario
Lingue
Religione
Moneta
Prefissi telefonici
Clima

DOCUMENTI & C.

Passaporto

Visto
Viabilità
Formalità valutarie
Formalità doganali

Sanità

Sicurezza

Sede Diplomatica

CARAIBI TUTTO L'ANNO CARNIVAL DIVERTIMENTO SENZA FINE



Il meglio dei Caraibi e total wellness a bordo delle fun ships Carnival

Acque azzurre e limpidissime per nuotare insieme ai pesci tropicali, palme protese verso il mare, allegria, rum, lime e canna da zucchero per un aperitivo davanti al sole al tramonto, divertimento e un pizzico di sorpresa che rende ogni vacanza ancora più eccitante.

Con Carnival il sogno si avvera 365 giorni l'anno

A bordo opzioni gastronomiche pressoché illimitate, esclusivi trattamenti presso la Spa, un'oasi interamente dedicata alla vostra esperienza sensoriale, fitness, entusiasmanti parchi acquatici e spettacoli in stile Broadway.



Agente Generale Carnival per l'Italia tel 010.5531169
www.giocoviaggi.com • www.carnivalcruise.it
Prenotazioni presso le migliori Agenzie di Viaggio

Secondo Bankitalia sono stati 481.000 gli italiani in Grecia da gennaio a giugno 2010

Atene presenta la candidatura a capitale del city break

Stando ai dati statistici pubblicati dalla Banca d'Italia "il numero dei viaggiatori italiani che ha visitato la Grecia da gennaio a giugno 2010 ammonta a 481.000 unità rispetto ai 328.000 dello stesso periodo del 2009, per un totale di pernottamenti pari a 4.023.000 confrontati con i 2.534.000 dell'anno precedente ed una spesa sostenuta di 252 milioni di euro rispetto ai 177 milioni del 2009". Lo dichiara Marios Sklivaniotis, direttore della sede di Roma dell'Ente Nazionale

Ellenico per il Turismo. Confermata la presenza dell'Ente alle più importanti fiere e manifestazioni del settore. "Nel mese di ottobre – annuncia Sklivaniotis – è in programma un press tour ad Atene, per la durata di tre giorni, che vedrà la partecipazione di giornalisti rappresentanti le più importanti testate nazionali: nominativi per il cui reperimento siamo stati coadiuvati anche dalla nostra rete consolare presente in Italia. Nell'ottica di incentivare la formula 'city break' come forma di turismo alterna-



In basso il nuovo Museo dell'Acropoli



Cipro: più attenzione ai disabili

L'Ente del Turismo cipriota va incontro al turismo dei diversamente abili. All'arrivo ed alla partenza negli aeroporti internazionali di Larnaka e Pafos ci sono speciali carrelli elevatori per l'imbarco e lo sbarco. Entrambi gli aeroporti forniscono sedie a rotelle per il movimento all'interno dell'aerostazione, dove esistono anche bagni particolari. La maggior parte delle cittadine cipriote sono facilmente accessibili alle carrozzine su rotelle, ed a Nicosia parecchie strade e luoghi di svago sono muniti di rampe. Il trasporto sull'isola è coordinabile per i disabili, su preavviso, con l'uso di speciali bus con rampe, cinture di sicurezza ed aria climatizzata. Anche taxi speciali sono messi a disposizione. A livello alberghiero sono numerose le strutture ricettive che offrono una gamma estesa di differenti servizi, e sono tutti contrassegnati nell'apposita guida disponibile presso l'Ente stesso.

tivo, particolarmente favorita in questo periodo dell'anno – prosegue Sklivaniotis – abbiamo pensato di proporre come destinazione Atene, di cui vorremmo evidenziare soprattutto l'aspetto di metropoli rinnovata non soltanto per il restyling delle sue facciate neoclassiche, ma anche per i suoi quartieri alla moda, diventati l'epicentro delle attività culturali e sociali della città che, grazie anche alla recente inaugurazione del nuovo Museo dell'Acropoli, vanta una delle più ambiziose opere architettoniche del millennio".

Queste iniziative sono rese possibili da vari sponsor, tra i quali la compagnia aerea Aegean Airlines, con la quale l'Ente Nazionale Ellenico per il Turismo vanta un lungo rapporto di reciproca collaborazione.

Grecia

Kalimera!

Molto più di un **"buongiorno"**!

"Kalimera"... significa "buongiorno". Ma non finisce qui... Significa che una nuova giornata è appena cominciata. Una giornata piena di sole, mare, gioia, felicità, una giornata piena di speranze. Una giornata che segue ad una magica notte musicale e che conduce a qualcosa di ancora più promettente. Un nuovo inizio, un'opportunità per incontrare nuovi amici, fare nuove esperienze, provare nuovi sapori, scoprire una civiltà antica e vivere i propri sogni. Mentre spunta la calda luce greca del mattino, sono a portata di mano l'ispirazione, la pace interiore e l'amore. "Buongiorno" viene sempre pronunciato con un sorriso e con calorosa ospitalità. Per noi greci, "kalimera" è più di una parola, è un modo di vivere.

www.visitgreece.gr



no frills
ringrazia e vi dà appuntamento
in autunno



di Giulia Gorgazzi



Paolo Bertagni

NoFrills, contenuti e servizi in primo piano

Al via la decima edizione di NoFrills di Bergamo: con una crescita del 20%, gli espositori salgono a 400, andando a coprire l'80% del mercato, mentre i visitatori crescono del 40%. Grande successo del servizio di programmazione degli appuntamenti. Ricco il calendario dei convegni: turismo per disabili, rapporti fra produzione e distribuzione e strategie per ottimizzare il lavoro in agenzia. Come sempre "senza fronzoli". È il primo appuntamento fieristico della stagione. Un'occa-

sione per riflettere sull'estate in chiusura e conoscere la programmazione nuova. Giunta alla decima edizione, NoFrills si è imposta grazie a una formula moderna e, come dice il nome, "senza fronzoli". "Quest'anno – annuncia l'amministratore unico Paolo Bertagni – siamo orgogliosi di ospitare l'80% dell'offerta turistica: i grandi leader ci sono tutti. Abbiamo registrato una crescita del 20% degli espositori, che arrivano così a 400 marchi. Per quanto riguarda i visitatori, il numero degli utenti registrati



finora (al momento di andare in stampa mancano due settimane alla fiera), in aumento del 40%, ci fa pensare che supereremo i 7.861 utenti del 2009”.

NoFrills si svolge a neanche un mese da TTG Incontri, ma è riuscito a conquistare il proprio spazio. Come vivete la concorrenza?

“Quando TTG Incontri si è trasferita da Riva del Garda a Rimini – ricorda Bertagni – ci siamo resi conto che c’era un bacino di 4.500 agenzie interessate ad un evento fieristico vicino. Abbiamo scelto Bergamo innanzitutto per la posizione al centro della autostrada A4, raggiungibile comodamente da Lombardia, Piemonte e Triveneto. Infatti i visitatori di NoFrills sono per il 70% agenzie di viaggi provenienti da queste regioni più Valle d’Aosta, Liguria ed Emilia. Negli ultimi tempi abbiamo notato che solo il 20% dei nostri visitatori va anche a TTG Incontri, il quale resta l’indiscusso leader di mercato, affiancato da noi al nord e dalla BMT al sud”.

Ma la posizione non è il vostro unico punto di forza...

“No, certo – continua l’amministratore unico di NoFrills – il nostro sforzo organizzativo verte soprattutto su due aspetti: i contenuti e i servizi. Dal punto di vista dei contenuti, lavoriamo ogni anno

per trattare delle tematiche interessanti per i nostri utenti. In questa edizione avremo un convegno sul turismo accessibile ai disabili, un tema nuovo per l’Italia; un incontro fra i tour operator ed i network, in cui spicca la partecipazione di Blu Holding; infine alcuni momenti formativi per migliorare il lavoro in agenzia. In un momento di incertezza come questo, riteniamo sia fondamentale che produzione e distribuzione si siedano allo stesso tavolo per discutere e trovare soluzioni a favore di entrambi: ormai non si può più ragionare pensando solo alla propria ‘parrocchia’”.

Quali sono i servizi più apprezzati?

“Dall’anno scorso stiamo proponendo in maniera più incisiva il sistema di programmazione degli appuntamenti tra espositori e visitatori - spiega Bertagni - Se nel 2009 siamo arrivati al primo giorno con 600 appuntamenti fissati, quest’anno, a due settimane dalla fiera, ne abbiamo già 800. Molto richiesta la prenotazione dei cataloghi, per la quale i visitatori ricevono un buono per ritirarli all’uscita. Non meno importanti sono il biz picnic, il pranzo consegnato allo stand, internet Wi-fi, gli autobus gratuiti ed i voli speciali. A dimostrazione che è l’evoluzione la chiave per far funzionare le fiere”.

I numeri di NoFrills 2010

+20%
di espositori

+40%
di visitatori

16
convegni

4.500
agenzie
accreditate

fieramilano

17-20 FEBBRAIO 2011

www.bit.fieramilano.it



BORSA
INTERNAZIONALE
DEL TURISMO

Travel instinct.



FIERA MILANO
RASSEGNE



FIERA MILANO



2015
EIP
MAGGIO - 31 OTTOBRE 2015 MILANO-ITALIA



Preconsuntivo estate 2010: BIT guarda agli indicatori emersi per mettere a punto un'edizione 2011 di successo

Milano, 15 settembre 2010 – L'estate 2010 non si è ancora conclusa ed è già tempo di preconsuntivi da cui emerge un comparto turistico che in Italia ha mantenuto complessivamente le posizioni, registrando risultati al di sopra delle aspettative e restituendoci l'immagine di un viaggiatore che, per quanto oculato, non ha rinunciato alle vacanze, spostandosi anzi più di quanto la crisi potesse far supporre. Parlano chiaro i dati elaborati da Assaeroporti, con un numero di passeggeri aerei nel mese di luglio 2010 che ha sfiorato quota +5,3% sul 2009, mentre Autostrade per l'Italia informa che nel trimestre giugno, luglio e agosto 2010 sono stati percorsi ben 14,3 milioni di km. Una stagione partita lentamente ma che ha ritrovato vicacità ancora una volta in agosto, il mese re dell'estate 2010, capace da solo di invertire il trend di leggera flessione mostrato dai principali osservatori italiani del turismo. Secondo i dati FIPE - Federazione Italiana dei Pubblici Esercizi, dei 32 miliardi di spesa complessiva previsti da giugno a settembre 2010, ben 11 miliardi sono stati utilizzati nel mese di agosto tra negozi, pubblici esercizi, alberghi, intrattenimento, locazioni e trasporti. Il profilo del viaggiatore che traspare dai primi dati è senza dubbio

un viaggiatore attento, non solo ai prezzi ma alla qualità del prodotto e dell'offerta turistica. Un esempio è il successo di uno tra i prodotti mare di qualità che in Italia, ha fatto la parte del leone: la Puglia che stando ad una recente ricerca di Federalberghi, è tra le mete vacanziere preferite per l'estate 2010 con il 10,6% di gradimento.

Natura, enogastronomia e benessere sono stati un mix vincente in Trentino Alto Adige mentre sul Lago di Garda, che ha visto soprattutto turisti provenienti da aree tedescofone, le vacanze in agriturismo sono andate per la maggiore a dispetto di un -3% registrato da Agriturist per tale comparto. A gonfie vele anche il turismo di matrice culturale che ha premiato il Friuli Venezia Giulia, da sempre attento alla valorizzazione del proprio patrimonio storico-artistico, tanto che nelle città d'arte della regione si è avuto un + 10% di arrivi rispetto all'estate 2009.

Una recente ricerca elaborata sui trend dell'estate 2010 da Assotravel ha messo inoltre in luce l'importanza crescente delle agenzie di viaggi italiane che si confermano il canale distributivo numero uno del prodotto turistico nel nostro Paese e che detengono per altro il 95% del mercato dei pacchetti dei tour operator. Le stesse agenzie sempre più sono utiliz-





Marco Seriola, direttore esecutivo Fiera Milano Rassegne

zate per la pianificazione delle vacanze da parte di consumatori particolarmente attenti sia alla qualità del prodotto scelto sia ai costi da sostenere. Il 28% dei vacanzieri ha affrontato una spesa media tra gli 800 e i 1.200 euro, prestando un occhio di riguardo all'advanced booking per risparmi sino al 50%. Interessanti anche le scelte di quanti si sono rivolti ad agenzie di viaggi per soggiorni più o meno lunghi tra Italia ed estero. Nel Bel Paese hanno trionfato Sardegna, Calabria, Puglia, Sicilia, Toscana e Campania con le Isole di Capri e Ischia in testa, mentre a livello internazionale l'Europa ha visto crescere l'interesse verso città quali Praga, Budapest e Berlino. Per i viaggi a lungo raggio si confermano mete da sogno i Caraibi in generale e poi ancora Kenya, Mauritius e Maldive. "L'estate 2010 è stata un importante banco di prova per il prodotto turistico" – afferma

Fiere

Marco Seriola, direttore esecutivo Fiera Milano Rassegne – "che anche quest'anno in Italia ha retto in modo forte e deciso all'impasse economica non ancora del tutto superata, mettendo in luce tutte le proprie qualità e potenzialità. La Borsa Internazionale del Turismo, luogo d'eccellenza del sistema turismo del nostro Paese e del resto del mondo, attraverso l'edizione 2011 punterà ancora di più al trade, nella consapevolezza che solo continuando a sviluppare qualità all'interno del comparto riusciremo ad investire in modo deciso gli andamenti del turismo degli ultimi anni. Gli operatori troveranno in manifestazione molti servizi aggiuntivi per supportarli non solo nel loro operato in fiera, i 4 giorni chiave per il turismo in Italia, ma soprattutto nel mantenimento di rapporti business solidi e di lunga durata." Il viaggiatore troverà in BIT 2011 il meglio dell'offerta italiana ed internazionale proposta, come sempre, in modo da rispondere alle esigenze del viaggio: una selezione completa dell'eccellenza del prodotto turistico presentato secondo le chiavi tematiche che emergono dalle ultime tendenze di settore. Sulla



scorta del successo sino ad ora ottenuto, Bit 2011 riconferma inoltre la sua formula multitarget dalla duplice anima B2B e B2C, diventando per i partecipanti il luogo d'incontro ideale di tutta la filiera del turismo dal prodotto alla distribuzione alle istituzioni sino al consumatore finale. Il web giocherà nella comunicazione di Bit 2011 un ruolo ancora più decisivo grazie al nuovo portale ricco di contenuti multimediali ed informazioni aggiornate in tempo reale. Sulla nuova piattaforma confluiranno il sito ufficiale di Bit e il canale web 2.0 Bit Channel. Tra le novità anche una versione completamente rinnovata del concorso Bit Tourism Award, aperto a tutti i viaggiatori che anche quest'anno avranno l'opportunità di eleggere le migliori mete. La 31a BIT – Borsa Internazionale del Turismo si svolgerà al quartiere Fieramilano a Rho dal 17 al 20 febbraio 2011.

21000 Metri quadrati di superficie espositiva

21800 Presenze professionali

694 Espositori

1100 Operatori della domanda nazionale ed internazionale

990 Operatori dell'offerta nazionale ed internazionale

192 Giornalisti accreditati

SEMPRE SULLA CRESTA DELL'ONDA

l'unico appuntamento su misura per il trade
rinnovamento continuo
contatti relazioni condivisione
centralità euromediterranea
impulso all'economia del turismo
opportunità di crescita per i giovani

BMT

MOSTRA D'OLTREMARE



**BORSA MEDITERRANEA
DEL TURISMO**

NAPOLI 1/3 APRILE 2011

PROJECTA®
Fiere, Metodologie di Sviluppo,
Comunicazione, Editoria

via Monte di Dio, 25 - 80132 Napoli, Italy
tel: +39 081.76.40.032 - fax: +39 081.24.51.769 - info@bmtnapoli.com - www.bmtnapoli.com



A NoFrills l'operatore presenta due nuove pubblicazioni alla rete di distribuzione

Per Il Viaggio focus speciale su Abu Dhabi e Zimbabwe

Due cataloghi monografici, uno su Abu Dhabi e l'altro sullo Zimbabwe. Sono queste le chicche preparate dal tour operator Il Viaggio per NoFrills. "L'appuntamento di Bergamo ci vedrà affiancare questi prodotti alla nostra consueta programmazione su Africa Orientale ed Australe, che va dal Sudafrica al Kenya per poi toccare anche Turchia, Golfo Arabico e Giappone – dichiara Ico Inanc, direttore generale dell'operatore – Le nostre

soltanto le solite Tokyo e Kyoto, pure affascinanti, siamo portati a suggerire le Alpi giapponesi, molto amate da sloveni e svizzeri che vi ritrovano l'autenticità e la tradizione del Paese del Sol Levante, per forza di cose assenti nelle grandi metropoli". Il profilo inedito ed un po' particolare degli itinerari, dunque, rende Il Viaggio un operatore di fascia medio-alta, per nulla estranea alla contrazione dei consumi. "La crisi ha colpito anche il nostro target –



pubblicazioni si differenziano dalle solite perché sono dei volumetti che spiegano tutte le caratteristiche di una data destinazione, in modo che il viaggiatore conosca al meglio il Paese scelto e poi ci chieda un itinerario su misura, che studiamo con lui in base agli interessi manifestati". Per l'80% si lavora con il mercato italiano, mentre la restante parte è costituita dalla componente straniera ripartita tra sloveni, tedeschi, svizzeri e lussemburghesi. "Proprio questo confronto continuo con la clientela estera ci spinge a proporre delle soluzioni originali – spiega Inanc – In Giappone, per esempio, invece di offrire

precisa Inanc – Prima il valore medio delle pratiche era di 3.500 euro, ora di 6.000, è vero, però il loro numero è diminuito considerevolmente. Sono anni difficili, ma questo non ci ha impedito di assumere altre due persone e, soprattutto, di non mandare nessuno in cassa integrazione". La regina delle mete si conferma il Sudafrica, ma anche Istanbul ha avuto ottimi risultati in vista dell'effetto traino suscitato dal suo essere capitale europea della cultura 2010. Ottima performance, nell'ambito del Continente Nero, anche per il Mozambico, che l'operatore tratta da specialista ormai da diversi anni. V.M.



Il tour operator apre un proprio ufficio a Roma e si propone con quattro cataloghi

Alcor Viaggi si converte all'outgoing versione lusso



Da questo mese il turismo rivolto al segmento lusso e medio-alto ha un referente in più sul versante outgoing, ed il suo nome risponde ad Alcor Viaggi. Il tour operator ha scelto la cornice del Marriot Grand Hotel Flora in via Veneto per presentarsi a pubblico e stampa specializzata con il fine di annunciare le prossime novità. "In realtà siamo nati alla fine del 2008 a Grosseto con la specializzazione incoming Italia, ma questo mese abbiamo deciso di debuttare nell'outgoing e di aprire un ufficio nella Capitale – spiega Alessandro Sitta, che della sede di Roma è il responsabile – L'idea è quella di offrire un prodotto 'sartoriale', tagliato su misura del cliente per esaudirne esigenze ed anticiparne desideri. Il target che abbiamo deciso di scegliere è quello del lusso, perché da ricerche di mercato effettuate è emerso che ci sono spazi per offrire un prodotto di livello". Quattro, quindi, le destinazioni del tour operator: Italia, Egitto, Cina e Giappone, con prossime aperture in Brasile e mondo degli Emirati. Per il Belpaese l'operatore è specialista sulla Maremma Toscana, con tour di degustazioni che prevedono, ad esempio, spostamenti in macchine d'epoca e soggiorni in residenze storiche, ma anche trasfe-

rimenti con jet privato o modernissime Ferrari. Al viaggiatore che ama seguire percorsi enogastronomici, Alcor Viaggi pianifica percorsi alla scoperta di frantoi, caseifici o cantine dove assaggiare il miglior olio extravergine d'oliva o mozzarelle di latte di bufala appena fatte, mentre per coloro dai gusti più classici ci sono i tour nelle città d'arte per visitare musei e rare collezioni e vivere l'esperienza di ascoltare privatamente le migliori opere liriche tra le mura di antichi palazzi. Sul fronte estero, invece, la strategia si differenzia a seconda che si parli del gigante asiatico o del Paese del Sol Levante. Alcor Viaggi, infatti, aprirà a Pechino uno showroom per intercettare i cinesi più abbienti desiderosi di visitare l'Italia, mentre per il Giappone punterà sull'outgoing con propri referenti su Osaka e proposte tarate su modalità on demand. "Contiamo quattro cataloghi – elenca Sitta – uno lusso per outgoing, uno lusso per incoming, uno per il target medio-alto ed uno per i viaggi di nozze. Abbiamo una lista di agenzie specializzate su questi segmenti cui mandare le nostre pubblicazioni, e per fidelizzare il rapporto con l'intermediazione garantiamo, a chi decide di lavorare con noi, una commissione pari al 15%". V.M.

Disneyland® Paris: t è sempre l'ora di

La prima destinazione turistica europea raggiunge un altro primato: è il primo parco Disney al mondo ad ospitare un'area dedicata a Toy Story Playland

Dopo aver dato il benvenuto ai nuovi Personaggi Disney e Disney Pixar arrivati nel mese di aprile, celebrando così "Il Festival della Nuova Generazione Disney", nel mese di agosto Disneyland Paris si è arricchita di un'altra bella novità. Nel Parco Walt Disney Studios i visitatori sono invitati a varcare la soglia di Toy Story Playland, la prima area al mondo dedicata alla storia di Toy Story, con 3 nuove attrazioni per emozionare e far divertire tutta la famiglia. All'ingresso di Toy Story Playland frongeggia un Buzz gigante che dà il benvenuto a tutti. In quest'area le proporzioni si sono invertite, i giocattoli sono diventati di proporzioni gigantesche, mentre i visitatori sono talmente piccoli che al confronto si sentono delle dimensioni di un giocattolo. Ecco le tre attrazioni già gettonatissime da piccoli e adulti. Dopo aver salutato Buzz Lightyear all'ingresso, il percorso conduce a Missione Paracadute, una torre alta 25 metri ricca di 3 paracaduti verdi. A vederla così sembra un'attrazione mozzafiato ed invece a bordo si diverte tutta la famiglia, la missione è dimostrare di essere dei perfetti paracadutisti! I più piccoli saranno sicuramente attratti dal dolce viso del cane Slinky Dog Zig Zag, un'attrazione che ameranno ripetere più e più volte. Il cane Slinky presta il dorso per vivere un'avventura dolce ma divertente, mentre cerca di mordersi la coda. L'ultima attrazione è dedicata ai più intrepidi, il Bolide RC Racer, infatti, garantisce emozioni forti. Il motto di Buzz Lightyear qui calza a pennello: "Verso l'infinito ed oltre!".

Cosa succederà nei prossimi mesi?

Ci sono sempre tante occasioni per vivere la magia di questo magico mondo! Dal 2 ottobre all'1 novembre 2010, Disneyland Paris si trasforma per accogliere la festa di Halloween, un mese intero all'insegna di "dolcetto o scherzetto" e poi zucchero, spettacoli di magia, senza dimenticare che i Cattivi Disney sono i veri protagonisti! Jafar, l'acerrimo nemico di Aladin, Frodo, il crudele patrigno di "Il Gobbo di Notre-Dame", Gaston, trasformato in cattivo dall'amore non corrisposto di Belle, l'ombroso Shan Yu, combattente in Mujaan.

Dopo Halloween, inizia la stagione più magica, fatta di dolci melodie, di neve che cade dal cielo, e di Personaggi Disney vestiti a festa. A Disneyland Paris, il Natale arriva prima ed inizia il 7 novembre: 2 mesi di pura magia! Topolino, Minnie, Paperino e tutti i Personaggi della Nuova Generazione, infatti, stanno preparando un Natale "incantato" che rimarrà nei cuori di tutti per sempre.

**Consiglia ai tuoi clienti di prenotare subito
il loro soggiorno nel Regno della magia Disney
profittando dei giorni SUPERINCREDIBILI:
un pacchetto soggiorno di
3 giorni d'ingresso ai Parchi + 2 notti in un Hotel Disney con
prima colazione**

a partire da 156 € per adulto

Solo per prenotazioni entro il 25 ottobre 2010

L'offerta è valida per tutti gli arrivi dal 1° ottobre 2010 al 5 gennaio 2011** inclusi, nel 7 Hotel Disney sul pacchetto soggiorno a partire da 3 giorni/2 notti e in più, i bambini sotto i 7 anni non pagano! I hai tanti modi per beneficiare dell'offerta. Scegli l'Hotel, la data di arrivo, la durata del soggiorno e beneficerai di uno sconto del 25%** sui prezzi da catalogo!

*Prezzo per adulto (base 2 adulti nella stessa camera) di Disney's Hotel Santa Fe per gli arrivi in stagione verde del catalogo Disneyland® Paris Inverno 2010/2011. Prezzo scontato del 25% rispetto alle tariffe da catalogo in base alla data d'arrivo e include 2 notti + prima colazione + 3 giorni consecutivi d'ingresso ai Parchi Disney.

**Lo sconto del 25% si applica alla prima colazione e al pacchetto soggiorno a partire da 3 giorni/2 notti per tutti gli arrivi dal 1° ottobre al 5 gennaio 2011 (esclusa l'edizione degli anni 4/0 per i soggiorni dal 10 al 12 ottobre e dal 21 al 31 dicembre). Per soggiorni che si estendono le notti dal 23 al 25 dicembre 2010 (esclusa la notte del 6 gennaio 2011) sarà applicato uno sconto del 10% sui prezzi da catalogo applicabile al pacchetto soggiorno a partire da 3 giorni/2 notti. Per ARRIVI e/o per soggiorni dal 24 dicembre l'offerta è valida esclusivamente nei seguenti hotel: Disney's Newport Bay Club®, Disney's Sequoia Lodge®, Disney's Hotel Cheyenne® e Disney's Dory Grand Hotel®. Sono esclusi gli arrivi e/o partenze del 02 dicembre. Offerta soggetta a disponibilità e condizioni.

ra novità e sorprese andarci!



In collaborazione con...

Disneyland
PARIS

AIRFRANCE



I Viaggi dell'airone
35 years

Booking Napoli 081 412020 int. 1 Booking Roma 06 5404891 int. 1
preventiv@viaggiellairone.com - www.viaggiellairone.com



'Biglietteria a costi zero' con Amavet

Amavet travel group da quest'anno mette a disposizione dei soci i propri servizi gratuitamente. Ogni socio potrà usufruire di nuove ed esclusive convenzioni con tour operator, compagnie di navigazione, hotel, assicurazioni, servizi aeroportuali, consulenza legale e molto altro. Alle agenzie di viaggi che non hanno un accordo con Iata o che vogliono rescinderlo, Amavet travel group propone l'esclusivo servizio 'Biglietteria a costi zero'. Ogni agenzia avrà la possibilità di accedere alla prenotazione voli senza pagare alcuna fee sui biglietti emessi con la possibilità di scegliere tra quattro diverse formule, Easy, Web, Professional, Professional + Web. E in più: gestione time-limit, pagamenti con carta di credito agenzia/cliente, bonifico bancario anticipato, prenotazioni fino alla chiusura del check-in e call center a tariffa da gestore.

Amadeus lancia il nuovo self-booking

Amadeus annuncia il lancio della versione 13.2 di e-Travel Management, la soluzione di self-booking per le aziende. La nuova versione, disponibile a livello globale, include una vasta gamma di funzioni avanzate, compreso un nuovo

modulo per le prenotazioni alberghiere che utilizza GUI (Graphical User Interface), un'interfaccia grafica che fornisce anche 'BookNow!', una funzione che aggiunge la prenotazione alberghiera all'itinerario di viaggio. Un ulteriore vantaggio è dato dall'utilizzo per 'Hotel Shopper' della stessa tecnologia applicata ad Amadeus Hotels Plus, il sistema di prenotazione alberghiero delle agenzie di viaggi.

Usa verso un Ufficio del Turismo

Due iniziative storiche sono state avviate dall'Amministrazione Obama per il lancio della Corporation for Travel Promotion CTP, il braccio operativo della legge firmata dal Presidente il 10 marzo scorso e nota come Travel Promotion Act. Il Segretario al Commercio Gary Locke ha annunciato la nomina del Consiglio Direttivo della CTP. Roger Dow, presidente e CEO della US Travel Association, rende noto che 7 membri su 11 sono affiliati anche al Consiglio Direttivo della sua associazione. In precedenza il Dipartimento della Sicurezza Nazionale aveva stabilito il meccanismo di finanziamento misto pubblico/privato che darà vita ad uno stanziamento di 200 milioni di dollari finalizzati alla promozione internazionale della destinazione turistica Usa.

Malato nuovo area general manager di Etihad Airways

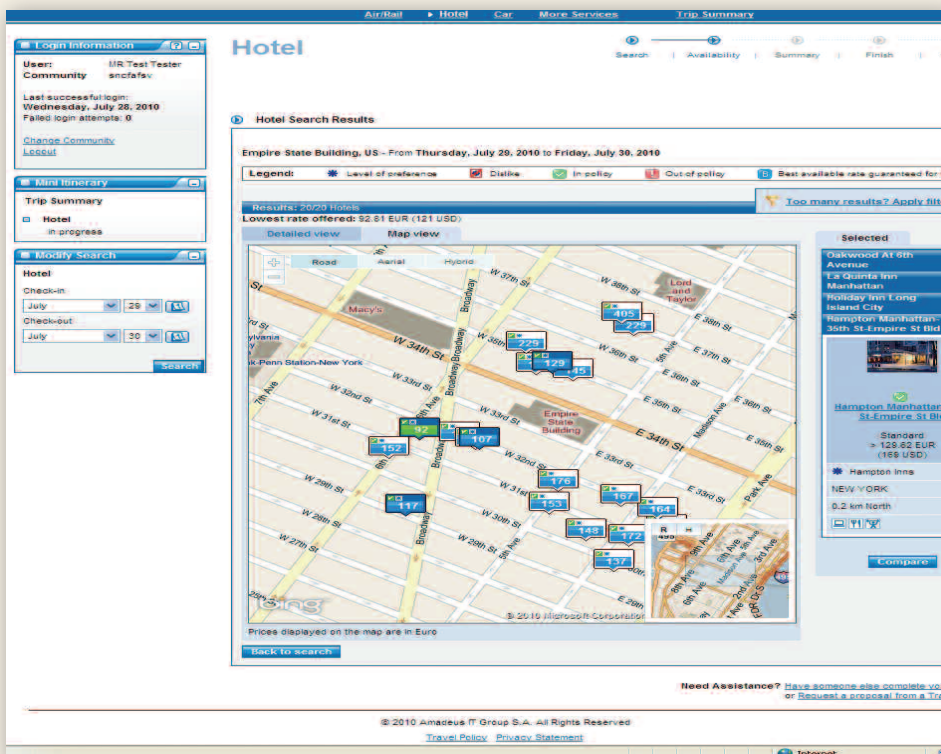
Marco Malato è stato scelto da Etihad Airways come nuovo area general manager per tutto il Sud Europa, lasciando quindi il suo ruolo di country manager per l'Italia. Il nuovo incarico, sopraggiunto dopo soli 18 mesi dall'ingresso in Etihad nella posizione precedente, lo vedrà responsabile per i mercati Italia, Svizzera, Grecia Tur-



chia e Cipro. Malato vanta un curriculum eccellente di decennale esperienza in AirOne e ha svolto, in veste di country manager, attività rilevanti per la crescita di Etihad Airways sul mercato italiano. "Questo anno e mezzo in Etihad Airways è stato di intenso lavoro, impegno che ha portato risultati per l'Italia al di sopra delle nostre aspettative con una crescita stimata del 48% rispetto al 2009 - ha detto Malato - Come area general manager, con base a Milano, mi sposterò per dedicarmi da vicino ai mercati con almeno tre anni di storicità quali Ginevra e Milano e su Atene, Istanbul e Cipro che hanno festeggiato un anno a giugno 2010".

King Holidays a +4% nell'ultimo trimestre

Settembre, tempo di analisi e bilanci. King Holidays, in controtendenza con i primi dati di mercato, si avvia a chiudere il trimestre luglio-agosto-settembre 2010 con un +4% di fatturato in confronto allo stesso periodo del 2009. Una percentuale che sale al +8% se si considerano, invece, i primi nove mesi dell'anno, da gennaio a settembre 2010. Nei mesi estivi sono andate molto bene le destinazioni del Nord Europa (Russia, Baltico, Scandinavia) e la Spagna. Bene anche il Portogallo con le





Azzorre, mentre continua a crescere la Turchia con percentuali importanti, ormai per il terzo anno consecutivo. Ha sofferto un po' di più, invece, Malta. Complice la rivalutazione del dollaro ed il conseguente lievitare dei costi, registra un leggero calo il Sudamerica, pur in presenza di una maggiore spesa procapite generata dalla scelta di strutture più confortevoli e dai tour, sempre più ricercati dagli italiani.

Carnival Cruise Lines salpa con nuove crociere per Panama

Carnival Cruise Lines, rappresentata in esclusiva in Italia da Gioco Viaggi, inserisce interessanti novità per la programmazione relativa alla destinazione Canale di Panama: due nuovi itinerari previsti per l'autunno 2011 da Los Angeles a Tampa e viceversa a bordo delle unità Carnival Inspiration (nella foto in alto) e Carnival Paradise. Si tratta di due crociere di 14 notti in partenza rispettivamente il 28 novembre 2011 a bordo di Carnival Inspiration ed il 3 dicembre 2011 con Carnival Paradise, comprensive del transito completo nel Canale di Panama, la più imponente realizzazione del XX secolo. Il transito nel canale interoceanico comprende inoltre il passaggio nel Gatun Lake, il più grande lago artificiale al mondo.

Grandi numeri per l'estate firmata da Quality Group

In casa Quality Group l'estate 2010 ha registrato risultati più che positivi, con un

aumento intorno al 21% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente ed una crescita del 22% nei primi otto mesi dell'anno. "Le destinazioni più gettonate - dichiara Marco Peci, responsabile commerciale del Gruppo - sono state Cina, Stati Uniti, India e Sudafrica, che hanno raggiunto un incremento tra il 20 ed il 36% rispetto al 2009. Naturalmente stiamo già guardando all'inverno 2010/2011 con una certa fiducia. Per l'autunno/inverno siamo in uscita con i cataloghi Estremo Oriente, Mauritius e Seychelles, Cuba, America Centrale ed India. A breve arriverà in agenzia il Brasile 2011 e sono appena state distribuite le ultime pubblicazioni dedicate ad Argentina, Cile, Bolivia ed Ecuador, e la nuova monografia Messico. Per l'inverno abbiamo studiato particolari azioni promozionali al fine di implementare le vendite su Russia, Cina, Mauritius e Seychelles".

Valtur ha aperto le vendite invernali

Si sono aperte le vendite per la stagione invernale Valtur 2010-2011 ed è in corso la distribuzione nelle agenzie di viaggi di tutta Italia dei cataloghi dedicati al medio e lungo raggio ed alla montagna: le tariffe sono già disponibili e scaricabili anche dal sito www.valtur.it. "Per l'Inverno 2010-2011 - afferma il direttore commerciale Valtur Gabriele Rispoli - proponiamo al mercato importanti novità commerciali, come la Formula Garanzia, che hanno già

ricevuto commenti marcatamente favorevoli da parte delle agenzie di viaggi, alle quali sono state presentate in anteprima. Un'ulteriore novità riguarda le tariffe di medio e lungo raggio che arrivano fino alla partenza di metà dicembre 2011, allineando l'Azienda ad una proposta valida 12 mesi e prenotabile da subito".

Bella stagione positiva per Viva Wyndham Resorts

La stagione estiva ha fatto registrare numeri molto incoraggianti per la catena alberghiera Viva Wyndham Resorts, presente con sette strutture in Repubblica Dominicana, Messico e Bahamas. "In particolare segnaliamo una forte ripresa del Messico che è stato un vero e proprio successo - commenta Giuliana Carniel, responsabile marketing e vendite per l'Europa - Per questo dobbiamo ringraziare i tour operator e gli agenti di viaggi che hanno riproposto alla clientela italiana tale splendida destinazione. Assieme abbiamo realizzato fam trip e press trip che hanno dato fiducia a tutto il trade. Nello specifico, l'Italia arriva ad occupare anche il 25% del nostro market-share nella penisola dello Yucatan".

Jansen nominato general manager Le Touessrok

Sjefke Jansen è stato nominato general manager Le Touessrok, la proprietà ammiraglia Sun Resorts. Jansen ha accolto con entusiasmo questa nuova sfida professionale; ha 46 anni, di cui oltre 25 spesi nei più prestigiosi hotel del mondo. Inoltre ha vinto un 'Award of Excellence' al World Gourmet Summit nel 2002 ed è stato acclamato 'Food & Beverage Manager of the Year'.





Più qualità e nuovi plus nell'offerta invernale SeaClub, i-Club e Villaggi Bravo

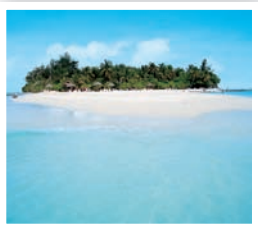
Più attenzione ai servizi nella strategia Alpitour



che scelgono le soluzioni Very Exclusive e Oltre Tutto. Altre due condizioni privilegiate affinché la vacanza inizi al meglio già in aeroporto: il Fast Track (la corsia preferenziale nei controlli di sicurezza) e l'utilizzo delle Sale Vip negli scali di Malpensa e Fiumicino. "Riteniamo sia un'iniziativa che valorizzi ulteriormente l'offerta dei nostri brand Alpitour, Francorosso e Villaggi Bravo – commenta Giovanni Operti, responsabile programmazione Easy del Gruppo – migliorandone costantemente la qualità e insistendo su quella componente di servizi che è sempre più ricercata dai nostri clienti".

Fuorteventura nell'inverno Settemari

Nuova programmazione per Settemari che distribuisce alle agenzie di viaggi il catalogo Settemari-Club, con le strutture brandizzate del tour operator e l'ampia programmazione sulle mete invernali (Mar Rosso, Canarie e Tunisia). Tra le novità principali dei nuovi cataloghi, l'introduzione di Fuorteventura come destinazione invernale e la selezione di due nuovi SettemariClub. L'isola delle Canarie, già consueta per la stagione estiva, debutta nel catalogo invernale con la sua proposta di un clima favorevole e un'interessante selezione di strutture. Ad incrementare la gamma delle strutture per l'inverno giungono in catalogo il Seabel Rym Beach di Djerba e l'Iberostar Bouganville Playa di Tenerife. Il Rym Beach presenta alcuni plus importanti: la ristorazione di ottimo livello, la collocazione sul più bel punto di spiaggia di tutta l'isola, ampi spazi dedicati alle attività sportive e di animazione. Il Bouganville Playa appartiene alla catena Iberostar; molto conosciuto ed apprezzato dalla clientela italiana, in prima linea sul mare, è destinato a confermare il prestigio della programmazione Settemari sulle Canarie. Segnaliamo inoltre un nuovo tour della Tunisia, "Avventura e Benessere": 2 giorni di tour in fuoristrada e 6 giorni di soggiorno a scelta in uno dei 2 SettemariClub di Djerba, durante i quali sono compresi trattamenti nei moderni e attrezzati centri benessere. In merito al pricing, il nuovo catalogo conferma l'advance booking con lo sconto Jackpot e la promozione Family Smile che, per le prenotazioni entro il 15 novembre, prevede che il primo bambino possa viaggiare completamente



Al via una novità importante nella programmazione invernale del Gruppo Alpitour: sui cataloghi SeaClub, i-Club e Villaggi Bravo è presente un'iniziativa che offre ai clienti una gamma di nuovi servizi che completano e arricchiscono il pacchetto vacanza. Si tratta delle formule Very Exclusive (Francorosso) e Oltre Tutto (Alpitour e Villaggi Bravo) che propongono numerosi servizi per rendere ancora più confortevole la vacanza con una serie di attenzioni – che variano da hotel ad hotel – pensate per rendere speciale il soggiorno. I servizi sono moltissimi e si spazia dalla possibilità di ricevere un quotidiano al servizio lavanderia, dal mini-bar ad un tavolo riservato al ristorante, dal late checkout alla connessione ad internet oppure si tratta di un'escursione o un massaggio al centro benessere. Inoltre, il Gruppo Alpitour rende ancora più esclusivo il "pacchetto servizi": offre infatti ai clienti

Ancora Mar Rosso per Welltour

C'è l'Egitto nel futuro immediato di Welltour. Per l'inverno andrà in distribuzione il nuovo catalogo Mar Rosso, che propone un'attenta gamma di strutture, di cui due Welltour Club, quattro Welltour Top e due Welltour Giovani, selezionati sia per una clientela attenta agli alti standard qualitativi sia per ospiti alla ricerca del miglior prezzo in hotel dotati di una certa base di servizi. Numerosi gli aeroporti disponibili per raggiungere Sharm El Sheikh, Marsa Alam e Hurghada, grazie alla sinergia di Welltour con il gruppo Alpitour; le partenze sono programmate da Milano, Verona, Bergamo, Bologna, Roma e anche da Torino, Ancona, Venezia, Napoli, Pisa e Bari.



Nonostante la recessione, si potenzia l'offerta: in costruzione 24 nuove navi

ECC: i crocieristi europei sono aumentati del 9%

La quota di mercato del settore crocieristico europeo continua ad aumentare a livello mondiale, nonostante un periodo di difficoltà senza precedenti per l'economia mondiale. Lo rivelano i dati dell'European Cruise Council che mostrano una movimentazione pari a 23,8 milioni di passeggeri nei porti del Vecchio Continente nel 2009, con un incremento di oltre il 9% rispetto al 2008. A scegliere la crociera come tipologia di vacanza sono stati 4.900.000 residenti in Europa, in crescita del 50% in cinque anni, e rappresentano circa il 30% dei crocieristi di tutto il mondo. L'industria crocieristica nel Continente ha generato più di 34 miliardi di euro di beni e servizi con quasi 300.000 posti di lavoro, dati che sottolineano l'importanza del settore crocieristico per l'Europa in termini di ricchezza, turismo e occupazione. Più di 4,8 milioni di passeggeri hanno raggiunto una vacanza in crociera in Europa e hanno speso quasi 1,3 miliardi di euro per i servizi, incluse le tariffe aeree, alberghi, visite, ristorazione, e altre spese nei porti, con un incremento del 7,6% rispetto al 2008. I passeggeri hanno speso 1,45 miliardi di euro nei porti di scalo con un +1,7% rispetto al 2008. "Il 2009 è stato un anno senza precedenti, con tutti i settori legati alla vacanza che hanno risentito della recessione economica. È molto gratificante pertanto notare che questi dati mostrano la capacità di ripresa del set-

PASSEGGGERI	Francia	Germania	Italia	Spagna	UK
2009	347.000	1.026.000	799.000	587.000	1.533.000
2008	310.000	907.000	682.000	497.000	1.477.000

tore crocieristico in Europa a differenza degli altri - ha dichiarato Manfredi Lefebvre d'Ovidio, Presidente ECC e Vicepresidente di Silversea Cruises - Il valore totale dei beni e servizi generati nel 2009 ha raggiunto 34,1 miliardi di euro, con un aumento di quasi il 6% rispetto all'anno precedente. L'industria ha anche aumentato la spesa per servizi, forniture e attrezzature con quasi 5,4 miliardi di euro, registrando una crescita dell'86% negli ultimi cinque anni". La recessione si è fatta comunque sentire anche in questo settore: "Abbiamo constatato una lieve riduzione delle spese dirette - poco più dell'1% - che ammontano a 14,5 miliardi di euro e ciò ha causato un minor investimento nella costruzione di nuove navi. Anche se almeno 29 navi sono in costruzione in Europa tra il 2010 e il 2014, i nuovi ordini hanno registrato un rallentamento. Nonostante ciò i cantieri europei hanno bisogno di incoraggiamento per essere più competitivi possibile e per stimolare ancora nuovi ordini. Il settore crocieristico ha ancora un potenziale di crescita enorme, al quale stiamo rispondendo con la costruzione di nuove navi".



Manfredi Lefebvre d'Ovidio al centro

Osservatorio Federalberghi, non aiuta il calo delle tariffe

"Le nostre preoccupazioni in avvio di stagione estiva si sono purtroppo concretizzate e se è pur vero che più stranieri hanno scelto l'Italia per le loro vacanze, spinti da tariffe alberghiere in frenata ormai da due anni, l'italiano ha ridotto complessivamente le proprie ferie, tagliando peraltro sul budget". Il Presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, commenta così i dati relativi al monitoraggio mensile effettuato dalla Federazione (l'inchiesta è stata svolta dal 31 agosto al 5 settembre, intervistando con metodologia internet 888 imprese ricettive, distribuite a campione sull'intero territorio nazionale). "La flessione registrata nel mese di luglio, con addirittura un -3% di presenze (rispetto al luglio 2009) - aggiunge Bocca - non è stata compensata dal +1,8% di presenze ad agosto (rispetto ad agosto 2009), portando il risultato complessivo da gennaio ad agosto (rispetto a gennaio/agosto 2009) ad un -0,2% di presenze, numero che meglio di qualsiasi altro dato segnala la situazione di stagnazione nella quale si trova il turismo italiano. E mentre l'Istat conferma che le tariffe alberghiere da gennaio

a luglio sono diminuite a livello nazionale dello 0,8% (a fronte di un tasso di inflazione dell'1,4%), l'osservatorio degli albergatori evidenzia come l'occupazione abbia subito da gennaio ad agosto una perdita complessiva del 2,6% (rispetto a gennaio/agosto 2009), flessione dovuta alla scelta obbligata per le imprese di tagliare i costi a fronte dei ridotti ricavi. "Alla luce di questi risultati - commenta il Presidente degli Albergatori italiani - possiamo fin d'ora ipotizzare un importante calo dei fatturati delle imprese, costrette peraltro a non riassumere non solo i lavoratori a tempo determinato (-1,4% da gennaio ad agosto) ma anche quelli a tempo indeterminato (-3,5% da gennaio ad agosto)". Bocca indica quella che a suo parere è la soluzione: "È tempo di sbloccare urgentemente le risorse per il settore e di procedere alla nomina dei componenti del Consiglio di Amministrazione dell'Ente-Agenzia Nazionale del Turismo, per coinvolgere anche le Regioni e le Imprese nella costruzione del piano di rilancio e di ripartenza di uno dei principali settori economici del Paese".



La crisi c'è

Last minute e basso budget caratterizzano la bella stagione alle spalle, con ricavi sempre inferiori per agenzie ed operatori

di Valentina Maresca

Le agenzie di viaggi si sbilanciano maggiormente, gli operatori sono più cauti, ma i due fronti, infine, concordano sul giudizio di quest'estate 2010, affatto entusiasmante e che porta impressi i segni, ancora più marcati, se possibile, dell'annus orribilis 2009, ben lontano dall'essere esorcizzato. I budget sono sempre più contenuti e si torna al last minute più selvaggio, in un circolo vizioso che porta chi parte ad aspettare l'offerta più vantaggiosa e chi vende a farlo sottodata, nonostante tutte le politiche d'incentivazione alla prenotazione anticipata. Unica voce fuori dal coro è quella dei crocieristi, da sempre in controtendenza per la peculiarità del prodotto offerto, sempre più capace di intercettare target differenziati.

"Si è trattato di un'estate accettabile, soprattutto date le previsioni non molto confortanti - commenta Bruno Cimmino, direttore tecnico dell'agenzia milanese Di LauroViaggi - Questo perché la nostra clientela è di tipo medio-alta, però. La famiglia media è persa da tempo. Canarie, Baleari, Tunisia e Turchia per il medio raggio, Stati Uniti ed Oriente per il lungo". Più negativi i bilanci del Centro-Sud. "Quest'estate abbiamo avuto la crisi piena e si sono superate le peggiori aspettative - dichiara Andreina Pietripaoli, direttore tecnico della romana Il Pallino dei Viaggi - Difficile è inoltre gestire la schizofrenia dei tour operator tra advance booking e last minute, con il risultato che chi prenota prima, una volta sotto l'ombrellone, compara prezzo pagato con chi si è ridotto all'ultimo, uscendone pena-

lizzato. Questo danneggia il rapporto di fiducia nei nostri confronti in un periodo di per sé già non felice. Le mete andate meglio sono state Mar Rosso, Grecia, Spagna, Turchia e, per il lungo raggio, Perù, Seychelles ed Usa". Fa eco a questa denuncia nei confronti del last minute Alba Sorice, responsabile viaggi della partenopea Vomero Travel: "I tour operator dovrebbero abbassare i prezzi da subito, in modo da non dover aspettare l'ultimo momento - dice - Il traffico si è risvegliato da metà luglio in poi, maggio e giugno sono stati completamente fermi. Le partenze ci sono state, ma i margini sono sempre inferiori".

Gli operatori, con accenti diversi, non nascondono i problemi, anche in caso di risultati col segno più. "Il nostro è stato un buon debutto - esordisce Renato Scaffidi, direttore generale di Marevero - Riteniamo, però, che l'offerta presente sul mercato sia eccessiva rispetto a quanto possa essere assorbito. I vuoti ci sono stati e si sono sentiti e Marevero, come del resto tanti altri operatori, ha cercato di assicurarsi una parte interessante dei clienti 'orfani', conseguendo buoni risultati. Crediamo, tuttavia, che alcuni clienti che provenivano da questi operatori usciti di scena non siano però confluiti in altri operatori, evidenziano una sostanziale contrazione del mercato". Dello stesso avviso Giuseppe Pagliara, direttore generale di Nicolaus: "Degli spazi lasciati vuoti da importanti attori, alcuni sono stati assorbiti dalle non partenze, altri dalle vendite dirette degli albergatori. A questi ultimi, però, voglio dire che quelli che hanno fatto migliori affari sono proprio coloro che hanno lavorato in partnership con noi". Alpitour ed Eden si soffermano sui risultati: "Pur in presenza di un mercato che segna ancora una flessione rispetto allo stesso periodo del 2009, siamo riusciti a raggiungere un risultato di crescita a doppia cifra, risultato che pensiamo tra l'altro di migliorare nei mesi di settembre ed ottobre - concordano Massimo Broccoli, direttore distribuzione, e Giovanni Operti, responsabile divisione Easy del Gruppo Alpitour - La nostra crescita di fat-



Giovanni Operti - Alpitour



La Turchia è stata fra le mete più richieste dagli italiani nell'estate 2010



turato e la parallela flessione del mercato ci hanno permesso di ampliare significativamente le nostre quote di mercato, cosa peraltro già avvenuta anche lo scorso anno". "Abbiamo riscontrato per tutto il periodo estivo un buon andamento che è stato riconfermato anche nel mese di agosto - dice Angelo Cartelli, direttore commerciale e marketing di Eden Viaggi - Per settembre le previsioni sono altrettanto positive, in linea con il nostro andamento generale".



Pietro Irollo - Gialpi



Massimo Broccoli - Alpitour

Efficace la sintesi di Pietro Irollo, general manager di Gialpi: "Quaranta giorni di lavoro non fanno una stagione. Fino a metà luglio è stato tutto immobile, siamo riusciti a non perdere solo perché abbiamo diversificato, ma la tenuta è stata difficile, con un

mercato impazzito e l'abbassamento del ricavo medio. Bisognerebbe aprire un tavolo tra operatori, albergatori e distribuzione per affrontare la questione del last minute". "Non è nostro stile puntare sul last minute, pensiamo più a centrare da subito il prezzo giusto - afferma Carla De Negri, product manager de I Viaggi dell'Airone - La nostra estate ha segnato un incremento di fatturato e passeggeri pari al 18% rispetto al 2009. Tuttavia dobbiamo dire che a questo risultato ha contribuito in modo determinante l'aggiunta di una destinazione vicina quale la Turchia, che ci ha fatto registrare un ottimo riscontro. Il prezzo è sempre più importante, ci ha premiato la tariffa a 1.400 euro per due settimane. Sul lungo raggio, invece, ormai si sta non più di 10-11 giorni, con margini sempre più compressi". A festeggiare senza ombre rimangono, dunque, le compagnie del settore crocieristico MSC e Costa. "Quest'estate abbiamo quasi raddoppiato i passeggeri, arrivando ad una crescita del 30% - informa



Ciro Vespa - Msc

Vespa, Italy Trade Manager MSC Crociere - In un evidente panorama di recessione, noi siamo di sicuro in controtendenza. Fondamentale per questo incremento l'entrata in flotta della nuova unità Magnifica, con un itinerario che tocca Grecia, Croazia e Turchia, andato benissimo, mentre le navi Fantasia e Splendida solcano le acque del Mediterraneo occidentale. Su queste ultime due si trova anche un'area vip esclusiva, l'MSC Yacht Club, che dispone di 99 suite ed offre ogni tipo di comfort". "Siamo arrivati a vendere tutti i posti disponibili, andando forse anche sopra le aspettative - dichiara Andrea Tavella, direttore commerciale e marketing Italia di Costa Crociere - C'è stata una vendita forte anche a luglio ed agosto, quindi a prezzi alti. Il last minute è stato intenso, però con una forte domanda disposta a spendere ancora tanto sotto partenza, e sono quei clienti che non possono pianificare per motivi di lavoro, trovandosi quindi a prenotare a fine luglio. Nel Mediterraneo si è venduto tutto, sia nell'area orientale che in quella occidentale. Molto bene anche il nord Europa e la crociera in Groenlandia con Costa Luminosa".



Disponibile il catalogo nelle agenzie del Gruppo Robintur con vari itinerari ad hoc

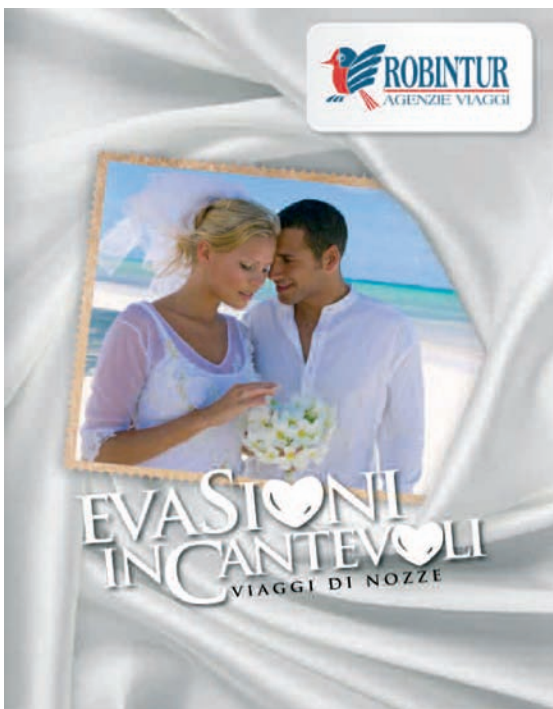
Viaggiacconnoi propone evasioni incantevoli agli sposi

Viaggiacconnoi, da sempre attivo nel settore dei viaggi di nozze, presenta come ogni anno ai propri clienti le migliori offerte del mercato in collaborazione con alcuni tra i principali tour operator: Kuoni, Press Tours, Hotelplan, Valtur, Alpitour, Aviomar, Imperatore Travel e Costa Crociere. Il catalogo 'Evasioni Incantevoli', disponibile solo nelle agenzie del Gruppo Robintur, comprende diverse proposte di viaggio con destinazioni e strutture pensate per gli sposi: dai più tradizionali soggiorni a corto raggio nel Mediterraneo ai tour e soggiorni a lungo raggio in paradisi lontani ed infine alle crociere, che in questi ultimi anni hanno ottenuto sempre più preferenze dalle neo coppie, alla ricerca di un viaggio comodo ma incentrato sul lusso e sulla qualità del servizio, senza rinunciare al romanticismo d'obbligo. Gli agenti Viaggiacconnoi sono a disposizione dei futuri sposi per consigliare, orientare ed illustrare, grazie alla loro esperienza nella tematica dei viaggi di nozze, le offerte che più rispondono alle loro esigenze e richieste. L'obiettivo di Viaggiacconnoi è rendere il viaggio per antonomasia un ricordo indelebile per le nuove coppie. Grazie alla consolidata esperienza dei partner ed ai servizi messi a disposizione

dalla sede di Viaggiacconnoi, i clienti potranno richiedere anche tour e/o soggiorni creati su misura, in qualsiasi destinazione di loro interesse. Il consulente sarà in grado di organizzare il viaggio nei minimi particolari: dalla prenotazione dei voli alla scelta della struttura, dalla conferma dei transfert alle escursioni. Viaggiacconnoi, inoltre, propone alle coppie una pratica soluzione, una piattaforma web che permette la gestione on line delle liste nozze. Parenti ed amici degli sposi potranno così vedere il dettaglio del viaggio, scrivere il proprio biglietto di auguri ed indicare la quota di partecipazione, il tutto on line e senza passare o telefonare in agenzia. Gli sposi a loro volta potranno consultare autonomamente l'andamento delle quote della propria lista e gli auguri dei propri parenti ed amici. Semplice e funzionale, la lista nozze on line garantisce agli sposi un servizio moderno e pratico. Viaggiacconnoi parteciperà alla Fiera Milano Sposi che si terrà ad Assago dal 7 al 10 ottobre 2010, con i prodotti e le novità rivolte ai novelli sposi.

On line il portale www.ilviaggiodinozze.it

È on line il nuovo portale www.ilviaggiodinozze.it dedicato ai futuri sposi che desiderano trascorrere una luna di miele in una meta indimenticabile. Il portale è stato realizzato da Originaltour, operatore turistico che include nella sua programmazione alcune tra le destinazioni più belle al mondo, molte delle quali particolarmente indicate proprio per il viaggio di nozze. Il portale è molto semplice da consultare e di facile navigazione. In home page, una sezione elenca le proposte di viaggio (oltre 30 in totale), tutte soluzioni studiate e confezionate direttamente dall'operatore per soddisfare le esigenze degli sposi. Itinerari esclusivi alla scoperta di destinazioni particolarmente suggestive, con sistemazione in hotel e resort accuratamente selezionati per garantire tutto lo charme e l'atmosfera di viaggio indimenticabile. Tutte le proposte sono flessibili, ossia modificabili in base alle esigenze degli sposi. Su ilviaggiodinozze.it trovano spazio anche mete insolite per trascorrere la luna di miele come il Giappone o la Cina, le Isole Filippine o la Micronesia. Molto interessanti le combinazioni fra diversi Paesi, come ad esempio un affascinante tour in Oman abbinato ad un soggiorno mare in un idilliaco atollo maldiviano, un tour in India ricco di storia, cultura e tradizioni, sempre abbinato ad un soggiorno alle Maldive. Non mancano mete classiche come la Polinesia, l'Egitto, il Sudafrica, le Seychelles, ma anche nuove come il Mozambico e la Nuova Caledonia. Ogni itinerario è illustrato nel dettaglio e corredato da immagini sulla destinazione; non manca un'area con le informazioni utili sul Paese che spaziano dalla capitale al fuso orario, dai prefissi telefonici ai documenti di viaggio richiesti fino ai suggerimenti sanitari. Per gli sposi che desiderano un viaggio personalizzato, l'operatore organizza un itinerario o un soggiorno realizzato su misura, in grado di soddisfare le aspettative e le esigenze della coppia.





Dal consorzio delle cento masserie l'idea innovativa di un progetto turistico integrato

Green Road: il filo verde che attraversa la Puglia

Crispiano. Cento Masserie. Green Road. Siamo ai piedi della Murgia tarantina, a due passi dalla Valle d'Itria, nel cuore della Puglia. In un percorso suggestivo tra colline mediterranee e pianure ricoperte da imponenti ulivi secolari, chilometro dopo chilometro, si incontrano masserie che risalgono ai secoli XV-XIX, e le cui peculiarità architettoniche variano dalle più piccole aziende rurali alle imponenti strutture a corte chiusa con mura fortificate.

Il segreto del successo: L'ospitalità tutta pugliese

Ognuna di essa è uno scrigno di tesori: palazzi padronali e chiese affrescate, torri di vedetta e stalle nei trulli, ovili settecenteschi e frantoi ipogei, aie e corti, apiari e piccionaie in pietra, profonde cisterne scavate nella roccia e interminabili muri a secco... Cento Masserie che lavorano in sinergia tra loro, guidate dalla Masseria Quis Ut Deus, in un certo senso la capofila del consorzio, già avviata con successo come struttura ricettiva di lusso, ristorante, lounge bar, Spa, orto botanico. Il progetto Green Road coinvolge tutte

le masserie del territorio e nasce con l'obiettivo di creare un'offerta turistica integrata che dia la possibilità di esplorare il paese attraverso percorsi personalizzati e tematici, gastronomici, culturali, archeologici e del benessere. Un itinerario attrezzato, un filo verde, che permette di fruire il 'prodotto' turistico nella sua complessità, con l'obiettivo primario di porre le utenze "deboli" (pedoni e ciclisti) al vertice della gerarchia della mobilità e del sistema infrastrutturale: la Green Road è prima di tutto una pista ciclabile di 37 km che collega le diverse masserie, ma sarà nell'immediato anche la realizzazione di zone di interscambio intermodale (auto - bici, ferrovia bici) con la messa a punto di parcheggi in aree strategiche (per autovetture e/o camper e rastrelliere per biciclette), ovvero in quelle aree di accesso al percorso Green Road, e con la riqualificazione del casello della Ferrovia Sud - Est Rusoli. Lungo lo stesso tracciato si diramano dei percorsi secondari, per un'estensione di 31 km, quale collegamento alle masserie più significative del territorio di Crispiano. Una delle finalità del progetto è infatti quello di produrre un turismo a basso impatto ambientale (mobilità sostenibile, energia alternativa, bird-watching, orienteering, ecc.). Sono già un paio d'anni che la Green Road offre itinerari eco-sostenibili molto suggestivi anche in carrozze d'epoca; a questi si affiancherà la realizzazione di una vera e propria 'ippovia', che permetterà escursioni a cavallo, tra un capo e l'altro di questa direttrice, offrendo l'opportunità di un altro modo di fare turismo. Saranno previsti inoltre percorsi di trekking, escursionismo in mountain bike su strade sterrate e arrampicate sulle pareti delle gravine dell'area parco: le gravine sono profonde gole rocciose di origine carsica, che si estendono dall'altopiano murgiano fino al mare, memoria di antichi fiumi che oggi si riformano solo occasionalmente, dopo abbondanti piogge e che costituiscono, proprio per il loro microclima particolare, l'habitat naturale per alcune specie di flora, fauna e microfauna. Una di queste cave sarà sistemata a vera e propria arena (2000 posti), dove, con tutta la suggestione di un teatro en plein air, saranno realizzati eventi, concerti, festival: un luogo destinato a diventare l'appuntamento fisso per la stagione estiva in Terra Jonica. Il segreto del successo già conclamato di buona parte dell'itinerario sta nell'ospitalità tutta pugliese sperimentata da numerosi viaggiatori stranieri e italiani, incantati dal paesaggio e dall'accoglienza delle strutture rurali della





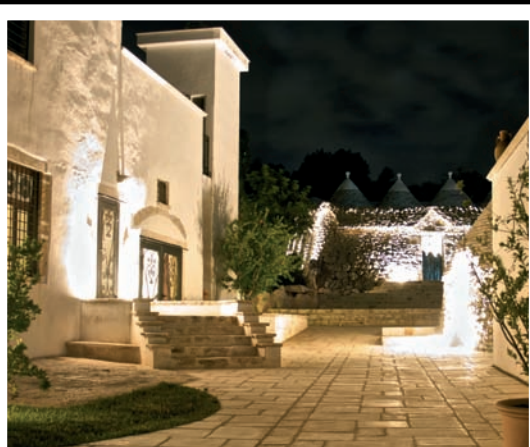
zona. Il percorso tradizionale lungo la Green Road prevede infatti la sosta in diverse masserie affiliate al consorzio, fattorie didattiche e uliveti, per dedicarsi alla magica scoperta della storia, della natura, dell'archeologia di questi luoghi, ma anche dei prodotti agroalimentari che la terra offre con generosità: come ad esempio, i prodotti di enogastronomia della Masseria Mita, immancabile tappa dell'itinerario, un'oasi di vera Puglia, incastonata nella cornice di splendidi ulivi secolari. Qui i proprietari accolgono gli ospiti con piatti tipici cucinati da loro stessi e serviti al momento, come le buonissime polpette (la ricetta è segreto dello chef!), il vino e l'olio extravergine con cui condire le tradizionali frise. Un'atmosfera tutta mediterranea, attraversata da quel leggero venticello che caratterizza l'entroterra della zona, mentre a perdita d'occhio s'allunga la terra rossa pugliese, ricca linfa vitale che ancora oggi alimenta un bellissimo ulivo nato ai tempi di Federico Barbarossa! Ma la Green Road non è solo entroterra: arriva anche al mare, e per chi vuole effettuare escursioni in barca a vela o cimentarsi in veri e propri corsi, il Consorzio delle Cento Masserie, mette anche a disposizione i contatti con i principali centri veristici del tarantino. Basta informarsi presso la Quis Ut Deus. Le arterie di comunicazione principali che interessano la Green Road sono: la SS 172 che collega Taranto a Martina Franca, e la SP 71, che parte dalla masseria Coppola per proseguire sino a Crispiano con la SP 48 e per continuare successivamente con la SP 43 e la SP 44; il territorio è attraversato inoltre dalle ferrovie Sud-Est.



Come in Paradiso: La Masseria Quis Ut Deus

Un angolo di paradiso a due passi dalla Valle d'Itria. Lungo la direttrice Green Road, nella terra dei briganti, gelosamente custodita dalla macchia mediterranea è questa storica masseria del 1710, oggi resort e Spa di altissimo livello. Ad accogliere, l'abbraccio ospitale dei rami dell'ulivo centrale che tende all'ospite il suo antico saluto. La struttura è formata dalla costruzione centrale tipica della masseria, da un complesso di trulli disposti attorno a una corte, una piccola chiesa oggi sconsacrata, un orto botanico, un uliveto che ospita una piscina scoperta, un piccolo anfiteatro ricavato nella pietra; alle spalle del complesso, terrazze che guardano agli ulivi e alla





Excessus ed Oblivio), accompagnata dalla degustazione da un calice di vino pugliese. Dal benessere alla gastronomia, in un territorio a forte vocazione agricola: nell'antico frantoio con macina e torchi in legno è stato ricavato il ristorante che offre solo specialità locali, finemente rielaborate dallo chef. D'estate si può mangiare all'aperto sulle splendide terrazze circondate dagli ulivi. La piscina all'aperto è stata completata lo scorso luglio 2010 e aggiunge al piccolo paradiso un altro tassello emozionale. Il resort si compone di 11 camere arredate con gusto e originalità.

L'Evento: lo 'store Cento Masserie' inaugura la prossima apertura

Enogastronomia, artigianato locale, oli essenziali a firma Quis Ut Deus: questi, i prodotti che saranno in vendita dal prossimo 25 settembre nel nuovo store Cento Masserie, che apre a Crispiano in Via Roma 6. Il nuovo punto vendita costituirà il principale riferimento per i prodotti made in Cento Masserie.. Un marchio tutto jonico che ha l'ambizione di esportare in Italia e all'estero i sapori e i profumi di questo angolo di Mediterraneo, ma anche quella di essere attrattore principale degli investimenti dei piccoli e medi produttori del consorzio. Obiettivo delle Cento Masserie è realizzare poi, nelle principali città italiane ed estere, in occasioni di importanti fiere turistiche o enogastronomiche, alcuni 'temporary store Cento Masserie'.

Ughetta Lacatena

campagna tutt'attorno. Qui innovazione e tradizione si incontrano con rispetto: il ventre di pietra bianca della casa centrale accoglie frantoi tradizionali, cucine e vecchi strumenti riattati, mentre, fuori, i moderni gazebo, anch'essi chiari, fanno da cornice all'elegantissimo lounge bar. Un'altra serie di trulli è diventato un originalissimo percorso dantesco: tutto recintato in pietra a secco, il centro benessere si compone di una zona all'aperto con percorso Kneipp e una interna, dove si snoda l'itinerario di purificazione che trasporta gli ospiti dall'Inferno fino al Paradiso. Per sentirsi proprio come un dio, in un perfetto connubio tra spirito e corpo. Il percorso si completa nella cappella sconosciuta di San Michele, con la "visio mistica" e i suoi 4 stadi (Dilatatio mentis, Sublevatio,

Inaugurazione:

Store Cento Masserie

Via Roma 6, h. 20.00

Per l'occasione sarà

attrezzata in loco

la Centunesima Masseria

del Consorzio!

Orario shop:

lun-sab 9-13 16-20

Informazioni utili

Consorzio Cento Masserie

Via Martina Franca, 76/A

74012 Crispiano (TA)

Tel. (+39) 348.11.33.939

e-mail: info@centomasserie.it

www.centomasserie.it

Masseria Quis Ut Deus

SP 49, km 10750, 74012

Crispiano, 3453689241

Tel./fax (0039) 099 8110116

info@masseriaquisutdeus.com

www.masseriaquisutdeus.it



GRIMALDI LINES



è subito vacanza.

collegamenti marittimi per
SPAGNA, GRECIA, TUNISIA, MALTA,
SARDEGNA, SICILIA.

www.grimaldi-lines.com

call center 081 496 444

 **MINOAN LINES**
member of Grimaldi Group



Italia

Il direttore generale di AdP lancia un grido d'allarme per rischi di incuria e degrado

Franchini spinge il turismo ecosostenibile in Puglia

di Valentina Maresca

Un veneto innamorato della Puglia che al turismo 'mordi, sporca e fuggi' proprio non ci sta. È Marco Franchini, direttore generale di Aeroporti di Puglia. La regione si è confermata la più visitata d'Italia in questa difficile estate 2010, con un ottimo consuntivo per tutti i suoi scali, sempre più protagonisti nel network di importanti compagnie aeree. È il trend, la moda, ma anche la bellezza paesaggistica e la ricchezza naturale di questo territorio che permette tale andamento, oltremodo incoraggiato per ovvi motivi da AdP: il turismo come volano di sviluppo. E tuttavia,

a quest'ultimo non bastano nuovi collegamenti ed alberghi da 'tutto esaurito', se manca il fondamentale requisito dell'attenzione all'ambiente. Franchini ammonisce: "L'insensibilità su questo fronte danneggia il futuro della regione e quindi dei suoi figli, che potrebbero vivere di questo mare e di tutte le sue risorse messe a rischio da gente senza scrupoli. Mi rifaccio alla mia esperienza che vede natanti inquinare questo mare con scarichi di ogni tipo - prosegue - Parlo sia di imbarcazioni, sia di semplici persone fisiche che inquinano il litorale con cicche di sigaretta o scarti alimentari. Si tratta di un atteggiamento purtroppo generalizzato e sul quale occorre prendere provvedimenti con urgenza". A tal fine Aeroporti di Puglia ha aperto un tavolo con la Capitaneria di Porto di Bari. Il capoluogo farà da apripista ad una serie di iniziative analoghe in tutte le province pugliesi, che vedranno di volta in volta momenti di valorizzazione ambientale. "Vogliamo usare il palcoscenico aeroportuale per una sorta di pubblicità progresso - rimarca Franchini - Dietro ai biglietti dei parcheggi, per esempio, noi mettiamo dei messaggi per invitare alla raccolta differenziata, e questo perché uno scalo è la vera e propria porta d'ingresso della Regione e deve esserlo non solo sotto il profilo commerciale, ma anche culturale. Come AdP intendiamo essere il baluardo di una nuova concezione del territorio, da rispettare, non da sfruttare senza remore". E per salvare "l'oro della Puglia", ovvero il suo litorale, Franchini indica come vitale il controllo sulla pulizia delle spiagge e

si affida ad una battuta: "Negli aeroporti abbiamo il metal detector, chi entra in certi paradisi naturali dovrebbe passare sotto un plastic detector". Va bene dunque il trionfo sul breve termine, ma senza un approccio ecosostenibile il turismo di oggi rischia di trasformarsi nel disastro di domani.



ti aspettiamo al TTG di Rimini - 22/24 ottobre 2010
PAD. A3 STAND 140



L'Italia non è più il Paese delle Meraviglie

L'estate non è ancora finita, ma già si intuisce che l'interpretazione dei dati forniti da fonti più o meno accreditate darà sicuramente l'opportunità a tanti di scegliere di volta in volta quella che più calza alla situazione contingente.

La Presidenza del Consiglio dei Ministri ha sentito la necessità di mandare in onda uno spot pubblicitario con la voce dei Premier, per invitare caldamente gli italiani a trascorrere le loro vacanze nella Bella Italia. Iniziativa encomiabile.

Ma sta forse a significare che il turismo ricettivo in Italia non tira più come prima e che invece è necessario che i dati delle presenze nelle strutture ricettive in Italia siano tali da farci superare in classifica i nostri rivali di sempre, Spagna e Grecia?

Si potrebbe dimostrare così che la politica turistica del Paese è vincente, che le strutture ricettive di cui sopra hanno fatto restyling, che il rapporto qualità/prezzo è decisamente migliorato.

Con buona pace di quelli che hanno trovato al loro arrivo villaggi fatiscenti, acque non balneabili e sono tornati o hanno dovuto interrompere le loro vacanze a causa di intossicazioni alimentari, dopo aver speso quanto per una vacanza ai Caraibi.

Vero, non è stato sempre così ma non siamo nemmeno nel Paese delle meraviglie di Alice.

Per cui, prima di invitare tanta gente, faremmo meglio ad attrezzarci per un turismo più etico e sostenibile. Ne sanno qualcosa gli amministratori delle città d'arte, Roma in testa ma anche Firenze, Napoli o Venezia. Qualcuno ha idea di cosa sia stato ad agosto lo snodo di Termini della metro cittadina? Con una temperatura da arrosto, migliaia e migliaia di turisti smarriti percorrevano gironi infernali che sembrava non finissero mai per uscire infine all'aperto e respirare un tanfo insopportabile da Paese del Terzo Mondo.

Attrezziamo le nostre città, poi pubblicizziamole.

Eviteremo di leggere, sulla stampa estera, tra i sondaggi di fine estate, le impressioni dei turisti tornati dalle vacanze in Italia.

Il ricordo di Roma?

Il traffico impossibile! Di Firenze? La sporcizia!

Di Napoli? I borseggi! Di Venezia? La puzza!

Gli italiani, in questa torrida estate, si sono divisi in due categorie: quelli che sono partiti e quelli che no...

Per quelli che sono partiti, non sono stati l'estero-filia o il campanilismo ad orientare le mete. Sono state le offerte degli agenti di viaggi che sono an-

dati a spulciare tra i last minute, cercando di fare una scrematura tra gli specchietti per le allodole per aiutare i clienti a riuscire a partire, e stare bene, nonostante le esigue risorse economiche da dedicare alle attività ludiche. Non c'è rete che tenga: solo un buon agente di viaggi riesce ad orientarsi nella giungla delle offerte.

Nonostante gli strombazzati spot sulle possibilità che offre internet, il "No Alpitour? Ahi, Ahi..." è più attuale che mai. Le fa nessuno le statistiche di quanti "fai da te" non hanno trovato il posto in aereo o in albergo o uno straccio di transfer per continuare il viaggio?

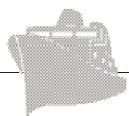
Quelli che non sono partiti hanno comunque avuto la loro vacanza: gite fuori porta... e per fortuna, l'Italia è bella ovunque, oppure si sono accontentati dei tour all'interno dei centri commerciali che, oltre a mettere in mostra tante belle cose, offrono il refrigerio dell'aria condizionata: il nostro teatro comico docet.

Ma per fortuna l'estate non è ancora finita. Mancano i dati e le impressioni di settembre: magari un miracolo che risollevi le nostre finanze ed i nostri umori, al momento di andare in stampa, ci sarà stato.

Ovviamente non parlavo dell'estate dei ricchi... loro questi problemi non li hanno. Per loro è sempre Natale!

M. G.





Al via la quarta edizione nel lungo week-end di Halloween dal 30 ottobre al 2 novembre

Grimaldi Lines ripropone la Crociera con Delitto

In arrivo la quarta edizione della Crociera con Delitto dal 30 ottobre al 2 novembre 2010 a bordo della Cruise Roma, che collega regolarmente Civitavecchia a Barcellona. Per il lungo week-end di Halloween, Grimaldi Lines propone un appuntamento dedicato a tutti gli appassionati di romanzi gialli e misteri irrisolti: si vestiranno i panni dei più famosi investigatori di ogni tempo, da Sher-

lock Holmes a Hercule Poirot, e si metteranno in pratica le loro sofisticate tecniche di indagine.

Una storia completamente nuova e ancora più dinamica. Il motto di questa nuova avventura sarà azione: in prima linea la capacità di inseguire fisicamente gli eventi, di mettere in atto le giuste strategie di persuasione nei confronti di personaggi reticenti, l'intraprendenza nel seguire piste poco



Gnv, la tariffa boomerang raddoppia

La 'tariffa boomerang' dell'area merci di Grandi Navi Veloci raddoppia l'offerta: per i viaggi effettuati dal 15 settembre al 15 dicembre 2010, infatti, verrà applicato uno sconto del 20% invece dello standard 10%.

'Boomerang' prevede la possibilità di acquistare contestualmente, con modalità prepagata, un biglietto di andata e ritorno per un automezzo guidato: lo sconto viene applicato sul nolo mare per entrambe le tratte ed è riconosciuto direttamente al momento dell'acquisto.

La 'tariffa boomerang' è applicabile su tutte le linee nazionali e sulla tratta Genova-Barcellona, e dà l'opportunità di scegliere un ritorno open (la data rimane aperta fino a 15 giorni dopo il viaggio di andata) e di prenotare una tratta diversa rispetto a quella di andata.

battute, l'abilità di non tralasciare alcun indizio. Un rompicapo inestricabile, una sfida di intelligenza per risolvere un mistero che parte dall'Italia e si perde tra le ramblas del capoluogo della Catalogna. La Crociera con Delitto nasce dalla collaborazione tra Grimaldi Lines ed il teatro napoletano Il Pozzo e il Pendolo, specializzato in questo genere di iniziative. Le tariffe partono da 250 euro a persona, con sistemazione in cabina quadrupla interna. Le quote comprendono: viaggio da Civitavecchia a Barcellona e ritorno, tre pernottamenti nella cabina prescelta, partecipazione al gioco e pasti durante la navigazione, così come indicati sul sito www.grimaldi-lines.com.



Crescono le rotte grazie all'ingresso di Alitalia nel Gruppo Air France-KLM e Delta

Un network transatlantico senza uguali al mondo

Grazie all'ingresso di Alitalia nella joint venture transatlantica, lanciata nel 2009 dal Gruppo Air France-KLM e Delta, i passeggeri hanno a loro disposizione un network senza uguali sulle rotte transatlantiche. "L'ingresso di Alitalia nella joint venture - commenta Marco D'Ilario, Direttore Vendite Italia di Alitalia - segna una tappa importante del piano di sviluppo della Compagnia. Siamo fieri di essere partner delle compagnie aeree leader al mondo nella joint venture a cui l'intera industria guarda come a un modello di riferimento. La joint venture genera ulteriori opportunità per la nostra crescita industriale e porta importanti benefici ai clienti". Con ben 250 voli ed una flotta di 144 aeromobili, la joint venture offre ai propri passeggeri i vantaggi di un vasto network con ancora più frequenze, tariffe competitive e servizi armonizzati su tutti i voli transatlantici. Il network, strutturato in-

torno a sette hub principali, Amsterdam, Atlanta, Detroit, Minneapolis, New York-JFK, Parigi-CDG e Roma-FCO insieme a Cincinnati, Lione, Memphis, Milano e Salt Lake City, offre coincidenze per 300 destinazioni, oltre 26 gateway in Nord America e 33 in Europa, Asia ed America Latina. "L'accordo di joint venture dà vita ad un network unico e completamente integrato con collegamenti in codeshare tra gli Stati Uniti e l'Europa. Roma è ora a tutti gli effetti un hub principale della joint venture, insieme ad Amsterdam, Atlanta, Detroit, Minneapolis, New York-JFK e Paris-CDG" sottolinea Patrizia Ribaga,



Direttore Commerciale Delta per l'Italia. La governance della joint venture sarà condivisa pariteticamente tra le quattro Compagnie. Oggi sono attivi 11 gruppi di lavoro, costituiti per implementare e gestire l'accordo nelle aree che riguardano il network, revenue management, prodotto, frequent flyer, pubblicità, cargo operazioni, finanza, information technology, comunicazione e vendite. "In Italia la joint venture ha già portato all'elaborazione di contratti comuni ai quattro vettori ed alla loro applicazione sia nei confronti delle agenzie di viaggi che nei confronti delle aziende. - rimarca Cédric Renard, Direttore Vendite Air France KLM per l'Italia - La risposta pienamente positiva da parte del mercato ci rende ancora più consapevoli dei benefici per i clienti prodotti dall'unione delle nostre forze".



L'operativo è effettuato in codeshare con Helvetic Airways ed impiega il Fokker 100

Swiss scommette sul nuovo volo giornaliero Bari-Zurigo

Rendere Zurigo una porta d'ingresso sempre più appetibile, sia per conoscere la Svizzera sia per volare in direzione europea o intercontinentale sfruttando le coincidenze di questo importante hub. E' l'obiettivo di Swiss sul mercato italiano, e l'ulteriore passo per realizzare tale progetto è il collegamento giornaliero Bari-Zurigo, attivato proprio agli inizi di questo mese. "Il volo è operato da Helvetic Airways in codeshare con Swiss – specifica Luca Graf, country manager Italy di Swiss

International Air Lines – e l'aeromobile impiegato è il Fokker 100, interamente in classe Economy. Questo volo si aggiunge ai 16 quotidiani tra Italia e Svizzera con partenze da Milano, Roma, Firenze e Venezia. Speriamo che il nuovo operativo avvicini i pugliesi a Zurigo tanto per un soggiorno in questa città quanto per farne un trampolino di lancio per conoscere meglio la Svizzera o, in alternativa, le destinazioni europee o del resto del mondo raggiungibili da Zurigo stessa sfruttando l'ampio network



Tam: al via nuovo sistema tariffario

TAM Airlines ha lanciato un nuovo sistema tariffario per i voli internazionali. Valido per tutti i voli internazionali operati con il codice JJ, il sistema è stato progettato per soddisfare le esigenze di ogni cliente. Secondo la compagnia, si tratta di un sistema che soddisfa sia il cliente che effettua la scelta del volo in base al prezzo di acquisto, sia il business traveller che viaggia spesso e cerca una maggiore flessibilità.



A seconda della tariffa selezionata, il cliente potrà ottenere più vantaggi come, ad esempio, un punteggio più elevato TAM Fidelidade, il diritto all'upgrade, la possibilità di trasportare bagagli extra, la precedenza sulla scelta dei posti a sedere, l'opportunità di un check-in dedicato.

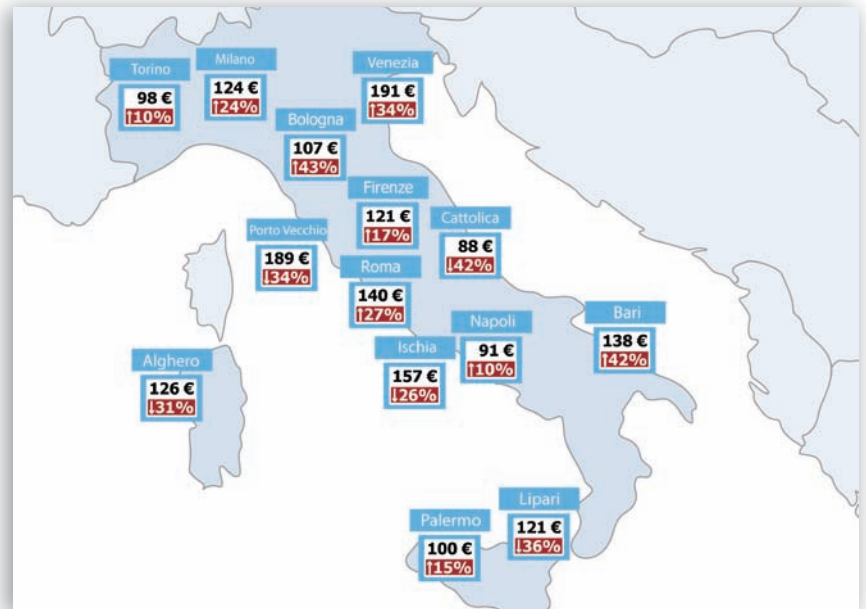
targato Swiss". L'auspicio è che il nuovo volo viaggi su un load factor pari al 70%, allineandosi così al dato medio degli altri operativi europei nel primo semestre 2010. "Per i voli intercontinentali il coefficiente di riempimento cresce, attestandosi, sempre nello stesso periodo, all'85%, con un incremento di sette punti percentuali rispetto al primo semestre dell'anno scorso – informa Graf – Continua inoltre il rinnovamento della flotta, con due nuovi Airbus A320 ed A321 che entro il 2011 andranno ad incrementare il numero degli aeromobili impiegati nelle tratte europee". Il vettore, dal traffico business prevalente e che si attesta al 60%, investe sempre di più nei servizi per First e Business Class. Nell'offerta di Prima Classe, in particolare, si segnala la nuova poltrona convertibile in un letto lungo oltre due metri.



In questo mese il costo della camera doppia cresce dell'8% rispetto al precedente agosto

Trivago, settembre al rialzo per i prezzi alberghieri

L'hotellerie europea segna per la prima volta da maggio di quest'anno un forte incremento dei prezzi alberghieri. A settembre una notte in una camera doppia costa 114 euro, con un incremento dell'8% dei prezzi rispetto al mese scorso. Soprattutto le città italiane, come Roma (140 euro), Venezia (191 euro) e Milano (125 euro) hanno registrato un notevole aumento dei costi per notte. Questo quanto rilevato dall'indice dei prezzi Hotel trivago (tHPI), che ogni mese effettua un rilevamento delle tariffe sul compara prezzi www.trivago.it. Le tariffe, dunque, riprendono quota in questa fine estate, ma restano comunque il 5% al di sotto della media (120 euro) registrata dall'indice prezzi Hotel dello scorso anno. Fino a maggio i prezzi degli alberghi avevano subito una progressiva inflessione, per poi cambiare tendenza proprio questo mese. In molti Paesi le vacanze estive volgono al termine, facendo diventare le metropoli destinazioni brevi, per un weekend o solo per qualche giorno; altre mete riaprono i battenti per la nuova stagione congressuale e fieristica. Ben 42 su 50 destinazioni osservate dal tHPI hanno subito un incremento dei prezzi. Evidenti le impennate dei listini in Italia: il mese delle fiere rilancia Bologna, che per tutto l'anno si era tenuta su livelli di prezzo più bassi rispetto alla media stagionale. Il capoluogo emiliano subisce un rincaro del 41% dei prezzi hotel, costando mediamente 107 euro per doppia a notte e recuperando lo stesso livello tariffario dello scorso anno, quando una camera costava 110 euro (settembre 2009). A Milano si apre la stagione della moda con un +24% del listino; i



turisti di Roma, invece, secondo l'analisi tHPI, pagheranno quasi il 30% in più nel pernottamento rispetto allo scorso mese per visitare la Città Eterna. Nel Belpaese le destinazioni balneari vedono un calo, a differenza di quelle business. Le mete più economiche sono nell'Est Europa: Budapest e Bucarest, rispettivamente 79 e 76 euro per doppia a notte. Più conveniente di settembre 2009, invece, il soggiorno ad Edimburgo (-32%), Salisburgo (-21%) e Londra (-5%), mentre Siviglia e Granada riprendono quota.

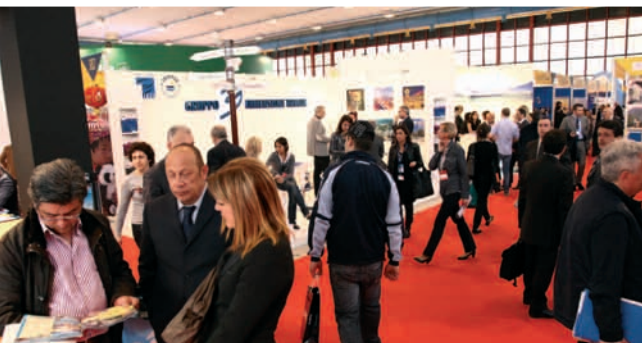
Aprire l'UNA Hotel Modena

Aprire i battenti l'UNA Hotel Modena, la nuova struttura del Gruppo Des Arts s.r.l., della famiglia Marrazzi, che ha scelto di affiliarsi ad UNA Hotels & Resorts attraverso un accordo di franchising. Il nuovo hotel, che sorge a Modena Baggiovara, nella zona del nuovo ospedale ed a pochi chilometri dal centro città, dispone di 95 camere, centro benessere, centro congressi con spazi espositivi, business center e ristorante interno. L'hotel va ad arricchire la linea di hotel metropolitani della catena e rafforza la presenza in Emilia Romagna di UNA, già sul territorio con l'UNA Hotel Bologna, l'UNAWAY Hotel Bologna Fiera ed il nuovo UNAWAY Hotel Cesena Nord.

“Siamo una rete solida, affidabile e radicata sul territorio ed è dieci anni che rappresentiamo i valori della migliore tradizione dell'ospitalità italiana - dichiara Daniele Giovenali, direttore sviluppo di UNA Hotels & Resorts - Per questo motivo e grazie al fatto che forniamo supporto concreto e consulenza a 360°, dalle attività di marketing e comunicazione alla formazione e commercializzazione, fino agli acquisti, già dodici strutture hanno scelto di condividere il nostro progetto di accoglienza. Abbiamo oltre mille camere in franchising e l'interesse da parte degli operatori indipendenti verso il nostro programma di affiliazione è in costante crescita”.



Fiere



I quindici anni della Borsa

A Napoli arrivano gli operatori del turismo up level

La macchina organizzativa della Progetta è al lavoro per la quindicesima edizione della BMT - Borsa Mediterranea del Turismo. Si prevedono novità importanti per gli operatori che si ritroveranno dal 1 al 3 aprile alla Mostra d'Oltremare di Napoli. Nel 2011 ad accrescere ulteriormente l'offerta vacanze ci sarà, infatti, un'intera area dedicata a chi gestisce il grande turismo di lusso d'oltreoceano. Dall'Oriente all'Africa, dall'Oceano Pacifico all'Oceano Indiano, spazio ai resort di gran prestigio, alle strutture alberghiere extra lusso, alle spa immerse nella natura ed alle compagnie aeree che promuovono mete di vacanze da sogno, quali Sey-

chelles, Mauritius, Cuba, Santo Domingo, Caraibi, Polinesia, Bermuda, Marocco. Una fetta di mercato a cui la BMT ha deciso di dedicare una più specifica attenzione, considerando che il cosiddetto popolo dei "big spender" contribuisce nella misura del 25% alle entrate complessive del settore, secondo gli ultimi dati forniti dall'Omt.

Dopo aver ospitato negli ultimi due anni il meglio dell'arte dell'ospitalità e del lifestyle mediterraneo, si allarga quindi l'area espositiva riservata al mercato up level. "Gli obiettivi - spiega il Presidente Angelo De Negri - sono come sempre molto ambiziosi, perché la BMT guarda sempre avanti. Quest'anno -



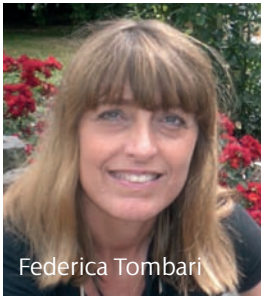
Mediterranea del Turismo

continua - apriamo agli operatori del lusso d'ol-treoceano che presenteranno le nuove proposte di soggiorni da sogno e pacchetti viaggi esperienziali, e si confronteranno con una selezionata domanda internazionale sull'andamento dell'industria di settore". Buyer stranieri, interessanti e soprattutto interessati a questo particolare segmento di nicchia, animeranno infatti gli incontri b2b facendo il punto sul trend dei servizi out standing. Monitorare il mercato, creare nuovi contatti commerciali e non solo. La Borsa Mediterranea del Turismo sarà ancora una volta un appuntamento immancabile per gli agenti di viaggi, che sono alla ricerca del valore aggiunto

da offrire ai loro clienti d'élite. Durante i tre giorni di fiera avranno, infatti, la possibilità di scegliere tra esclusive destinazioni e lussuose location per rispondere, nel migliore dei modi, alle richieste di chi desidera vivere una vera e propria esperienza di viaggio e non solo una semplice vacanza. Italia, Europa e resto del mondo, mare e montagna, benessere e relax, i soggiorni in luoghi incantevoli, confezionati su misura con servizi aggiuntivi assolutamente personalizzati, che quest'anno rendono più ricca l'offerta espositiva, confermano che l'appuntamento di primavera con il vero business turistico è solo alla BMT.

Le soluzioni Web di Datagest: Aves e Websolution perfettamente integrati

Le soluzioni Web di Datagest sono la naturale estensione di Aves attraverso la rete e permettono di interagire con i clienti finali, le agenzie ed i fornitori.



Federica Tombari

Aves e Dynamic Packaging: Taylor Made

Aves è lo strumento ideale per realizzare sistemi di Dynamic Packaging integrando i gds, i voli low cost e altri database disponibili on line (hotel, ecc) tramite web services e Xml. L'utilizzo del Dynamic Packaging offre un'adeguata ampiezza di servizi, la libertà di scegliere le combinazioni degli stessi e la comodità di automatizzare il dialogo con il gestio-

nale sia ai fini della creazione della pratica sia ai fini del recupero di qualunque servizio in esso caricato. Aves è uno dei primi gestionali in grado di comunicare con il sistema di DP di eMinds.

Aves e siti Web: Graphic Communication

Datagest è specializzata nella creazione di siti web personalizzati. La Grafica di un Sito Web è elemento essenziale per catturare l'attenzione di chi naviga in internet; deve essere curata e professionale, trasmettere con immediatezza il messaggio da comunicare, di facile consultazione, ottimizzata per i motori di ricerca.

Aves e Channel Manager: Perfect Integration

Aves comunica dinamicamente con i Channel Manager Figaro e Leo Portal.

I Channel Manager sono sistemi web based e consentono di gestire disponibilità e prezzi da un'unica interfaccia in maniera semplice ed immediata.

Il gestore dell'Hotel potrà verificare ed aggiornare costi e disponibilità con un unico strumento ed in questo modo saranno aggiornati automaticamente i prezzi e le disponibilità nel sistema del Tour Operator. In questo modo tutte le procedure risultano semplificate.

Le 3 principali caratteristiche:

1. Utilizzo semplice ed immediato
2. Disponibilità e prezzi aggiornati in maniera automatica
3. Perfetta Integrazione con il gestionale

I moduli Web di Aves:

1. Web Booking
2. Web Booking Network
3. Web Booking Operatori
4. Dynamic Packaging
5. Channel Manager
6. DP Inside
7. Ticket on line
8. Pos Virtuali
9. Importazione Flussi Banca Sella
10. Statistiche via Web
11. CMS (Content Management System)
12. ITO (Interfaccia Tour Operator)
13. Sito Offerte

Per saperne di più
www.datagest.it/contatti.htm



The screenshot shows the Aves.net website interface. At the top, there is a navigation menu with links: Home, Chi siamo, Clienti, Prodotti, Network, Tour Operator, Agenzie di Viaggi, Web Solution, and Contatti. The main content area features several promotional banners and sections. One banner mentions 'Fiere ed Eventi' with 'DATAGEST sarà presente a: TTG Rimini DAL 22 AL 26 OTTOBRE 2015'. Another section titled 'Datagest leader in Soluzioni Gestionali' lists various services like DP INSIDE, DYNAMIC PACKAGING, OPEN XML, WEB SOLUTIONS, BUSINESS INTELLIGENCE, GESTIONE PRESENZE, MODULI COMPLETI PER TOUR OPERATOR E AGENZIE DI VIAGGI, NOVITA CONTABILI, and ADVANCED HELP DESK. There are also sections for 'Comunicati Stampa' and 'PartnerShip' with logos for eMinds, GPK, and MySQL. At the bottom, there is a footer with contact information for Datagest SpA, including P.IVA 01383300416, Pesaro Milano Roma Palermo, and a copyright notice for 2008. A table of links is also present at the bottom left.

LINK	LINK	CONTATTI
+ CHI SIAMO	+ TOUR OPERATOR	+ PESARO
+ PRODOTTI	+ AGENZIE DI VIAGGI	+ ROMA
+ CLIENTI	+ NETWORK	+ MILANO
+ CONTATTI	+ WEB SOLUTION	+ PALERMO

SITOUR[®] by SITI Group

verso nuovi orizzonti

VI ASPETTIAMO DAL 22 AL 24 OTTOBRE

TTC
INCONTRI

PADIGLIONE : C3
CORSIA: 4
STAND: 106-107

PER PRESENTARE TUTTE LE NOVITÀ 2011



È un'iniziativa del Gruppo:



www.sitiviaggi.org

info@sitiviaggi.org / Infoline: 081 4935911

www.sitourviaggi.org

booking@sitourviaggi.org / Infoline: 081 5528685



Da sempre partner del Gruppo



Gestire, bene, un network è un lavoro complesso

Le 5 criticità di una rete di agenzie di viaggi

L'aggregazione delle agenzie di viaggi è un fenomeno relativamente recente: iniziato negli anni '90 con GiraMondo e Buon Viaggio Network, ha conosciuto un vero e proprio boom nell'ultimo decennio. Oltre 100 sono i network attivi in Italia, che riuniscono il 70% delle adv: circa 8.000 punti vendita sul totale, che ne comprende più di 11.000. Se nuovi network si affacciano continuamente nell'agone turistico, molti sono quelli che ne escono, spesso malamente. Solo negli ultimi tre anni ne sono saltati una ventina, compresi nomi eccellenti come Buon Viaggio Network, Cafe Voyage e VentaPoint by Ventaglio. È possibile individuare le criticità che determinano la crisi e/o la fine di un network? Il Giornale del Turismo ci ha provato, e ne ha individuate 5.

Inadeguatezza imprenditoriale-manageriale

Gestire un network è un lavoro complesso, che s'impara sul campo e il cui successo è determinato dal gradimento delle agenzie

affiliate, variabile nel tempo e ondivago come pochi. Un progetto può partire brillantemente ma tramontare velocemente, se cambiano le condizioni di riferimento, oppure non decollare del tutto. La causa risiede spesso nei responsabili della rete, manager o imprenditori, più che nel format o nella commercializzazione. I network di successo sono gestiti da professionisti preparati, che godono della fiducia delle agenzie.

Sottovalutazione economico-finanziaria

Aprire un network è paradossalmente più semplice che aprire un'agenzia: non servono né licenza né direttore tecnico né locali aperti al pubblico. Un buon commerciale, un sito e un telefono sono più che sufficienti. I problemi vengono dopo: servono soldi per stampare un catalogo, per implementare un sito di e-commerce, per garantire servizi alle agenzie, per presentarsi da t.o. e compagnie aeree per negoziare prodotto. Se la principale fonte di reddito della rete sono le quote di ade-



sione delle agenzie, appena il ritmo rallenta, il destino è segnato.

Parenti, amici & conoscenti

Siamo in Italia e anche nel nostro settore le aziende con attitudine familiar-artigianale prevalgono nettamente su quelle a gestione managerial-industriale.

Capita sovente, quindi, che ai vertici di una rete ci sia l'imprenditore, e al suo fianco la

I PRIMI 15 NETWORK DI AGENZIE IN ITALIA	
1 Welcome Travel Group	900
2 BluHolding (Bluvacanze, Cisalpina Tours, Vivere & Viaggiare)	803
3 Bravo Net	781
4 Uvet ITN	768
5 Open Travel Network	476
6 HP Vacanze Network	458
7 G40 Travel Group	447
8 Travel Co.	331
9 Robintur + Viaggia con noi	306
10 Marsupio Group	293
11 Holding Vacanze (Pinguino Viaggi Network + Primarete)	285
12 GiraMondo Viaggi	260
13 Fespit	211
14 CTS	181
15 Last Minute Tour	170
TOTALE	6.670

by NETWORKS - 9 settembre 2010

I primi 15 network di agenzie in Italia

Tenere il conto delle agenzie affiliate alle oltre 100 reti operative in Italia è un'impresa titanica. Il Giornale del Turismo ci ha provato, ecco il risultato aggiornato all'estate 2010. Alcune annotazioni: le reti facenti capo al progetto Service Team sono state conteggiate separatamente. I

primi 4 network contano più di 500 agenzie ciascuno e fanno riferimento ai 4 "Supernetwork" (Welcome Travel Group, BluHolding, Uvet ITN, Bravo Net per Service Team). Le prime 15 reti italiane contano almeno 170 adv ciascuna, il restante centinaio ne annovera mediamente meno di 50 a testa.

Un'agenzia di viaggi contro la mafia

Anche un viaggio o una vacanza possono trasformarsi in uno strumento di lotta alla mafia. L'idea è di tre giovani palermitani, Dario Riccobono, Edoardo Zaffuto e Francesca Vannini che dopo aver contribuito a fondare il Comitato Addiopizzo (il movimento siciliano che dal 2004 combatte contro il racket delle estorsioni e i silenzi di commercianti e negozianti), hanno recentemente lanciato Addiopizzo Travel, ovvero Sicily Incoming Pizzofree - Turismo etico a sostegno di chi ha detto no alla mafia. L'agenzia organizza dei

tour proprio dove la criminalità organizzata tiene sotto scacco ampie fette di territorio, scegliendo con cura alberghi e ristoranti che si rifiutano di pagare la tangente, conoscendo imprese sorte su terreni confiscati alla mafia e visitando i luoghi simbolo della lotta a Cosa Nostra. I tour toccano Via D'Amelio a Palermo e Capaci (dove ebbero luogo gli attentati



mortali a Falcone e Borsellino); prevedono una visita di Telejato, la coraggiosa TV antimafia che ha subito vari attentati; permettono di percorrere i "100 passi" che a Cinisi

separano la casa di Peppino Impastato da quella del boss Tano Badalamenti. Iniziativa ammirevole, ne ha parlato anche Report su Rai3.

www.youtube.com/user/addiopizzotravel

moglie, i figli, il cognato... Quando il boss di un reparto strategico, come commerciale o amministrazione, è scelto con criteri parentali e non meritocratici, il pericolo che sia la persona sbagliata al posto sbagliato aumenta. Non sempre, per fortuna.

Pesce grande mangia pesce piccolo

Quando un network appartiene a un gruppo turistico complesso, magari integrato a monte (ossia con quote di alberghi o compagnie aeree) e a valle (proprietario di agenzie), ha due opportunità. Una positiva: può fare economie di scala, ovvero accentrare certi servizi (amministrazione, finanza, personale) e quindi ridurre i costi. Una negativa: subire il destino del "pesce grosso" (ovvero la holding di riferimento) ed essere trascinato nel baratro se le cose vanno male. È quello che è successo a Buon Viaggio dopo essere stata acquisita dalla CIT di Soglia e alle agenzie VentaPoint.

Sfortuna

Non c'è molto da aggiungere. Il fato, come in tutte le attività imprenditoriali, gioca un ruolo fondamentale, nel determinare il successo o il fallimento di un'impresa. Chi ha avviato un network a settembre 2001 (prima dell'11 settembre...) o a settembre 2008 (prima del crollo di Lehman Brothers) ha dovuto superare enormi difficoltà. E il merito c'entra poco.

AINeT, crescono le affiliazioni: 4600 le adv rappresentate

Raddoppiano le insegne aderenti alla "nuova" AINeT. Ai "soci fondatori" (Bravo Net, Frigerio Viaggi Network, G40 Travel Group, Gattinoni Travel Network, Happy Tour, Holding Vacanze, Marsupio Group e Viaggia con noi) si sono aggiunti: Bluvacanze, Cisalpina



Tours, CTS, Fespit Turismo, HP Vacanze Travel Network, Le Marmotte, Robintur e due importanti network che entreranno a fine anno.

L'associazione dei network turistici rap-

Ogni mese Il Giornale del Turismo incontrerà un personaggio che si occupa di turismo, in particolare sull'asse to – network – adv. Un incontro con la persona, più che col professionista, per scoprirne il carattere, la sensibilità, i progetti.

Intervista a Marco Ficarra, A.D. BluHolding **La vita è breve, e le cose vanno fatte. Punto**



Marco Ficarra, nato a Genova 51 anni fa, cresciuto a Sarzana, laureato in ingegneria meccanica, vive a Milano. Da febbraio 2009 amministratore delegato di Blu Holding, gruppo turistico integrato verticalmente e comprendente Going, Cisalpina Tours, Bluvacanze e Vivere & Viaggiare. Prima era l'A.D. di Venere.com, ma arrivava da ACNielsen e dalla consulenza. Ama vestire informale, ha un approccio amichevole con le persone ed è pure maestro di sci.

Iniziamo... dall'inizio: cosa c'entra un'ingegnere meccanico con il turismo?

Vengo da una famiglia dove lo sbocco universitario era orientato alle materie tecniche, e non esistevano ancora i corsi di Ingegneria Gestionale: l'approccio e il metodo che ho appreso allora mi sono sempre tornati utili, dopo l'università... Ho incontrato il turismo più per una serie di coincidenze che per una scelta ponderata, e sono contento che ciò sia avvenuto.

C'è una persona che ha segnato la sua vita professionale? Una sorte di "mentore" della cui influenza risente ancora oggi?

Sì, è Georg Kofler, il fondatore di una delle maggiori reti televisive private tedesche, ProSieben. Un altoatesino di madre lingua tedesca che sapeva unire l'intuizione e la creatività italiana con il metodo e il pragmatismo teutonico, infatti ha avuto successo in Germania. "La vita è breve, e le cose vanno fatte. Punto" mi diceva ai tempi nei quali lavoravamo sull'iniziativa che è poi diventata MediaShopping. Fare, quindi, dopo aver valutato e soppesato, ma fare. Ora e subito. È una filosofia di lavoro.

Come valuta i manager e gli imprenditori del turismo?

Pratici, intuitivi, spesso cresciuti con le proprie forze. Attenti al prodotto (infatti è la conoscenza di questo che li orienta nella scelta dei collaboratori), meno al marketing o alle vendite. Certo, servirebbe maggiore managerialità, ma l'equazione "manager esperto = successo dell'azienda" da sola non regge. Conta anche l'intuito imprenditoriale, e soprattutto una buona squadra per metterlo in pratica.

Intuito e squadra non sufficienti, nel flop Eurotravel.

Vero, mi ha colpito il crollo del t.o. dei fratelli Benin, improvviso e inatteso. Dipeso, secondo me, non da errate scelte strategiche, ma dal contingente (la crisi globale, la conseguente stretta finanziaria). Quando la crisi è grave, esperienza e persone non sempre bastano. Purtroppo.

Nel suo futuro, maestro di sci, manager o imprenditore?

Difficile la prima opzione, per quanto... Ma tra manager e imprenditore non vedo grandi differenze, io mi sento sempre in proprio. Ho sentito come mie le aziende per le quali ho lavorato, ho agito managerialmente nelle iniziative che ho condotto per conto mio. Si tratta di un atteggiamento mentale, che prescinde dal contesto nel quale mi trovo. E se mi trovo bene, lavoro bene. Punto.

presenta oggi 4.600 agenzie, su un universo complessivo di circa 11.000 punti vendita, dei quali il 70% aggregati. Il Consiglio Direttivo di AINeT è composto, oltre che dal presidente Franco Gattinoni e dal segretario generale Stefano d'Ayala Valva, da: Luca Caraffini di Bravo Net, Antonella Ferrari di G40, Ivano Zilio di Holding Vacanze, Massimo Caravita di Marsupio Group, Walter Starnone di Viaggia con noi, Marco Ficarra di BluHolding, Dante Colitta di HP e Marco Ricchetti di Robintur.

Commissariata Fiavet Piemonte

Situazione critica per Fiavet Piemonte e Valle d'Aosta: esautorato il presidente "storico" Carlo Bortott, il compito di sanare la situazione è stato affidato dal presidente



di Fiavet Nazionale, Cinzia Renzi, al consigliere Fortunato Giovannoni. La crisi sarebbe dovuta al crescente calo di associati e relative quote.

Per Calzavara si tratta di un momento di grande crescita dell'azienda di rent a car

Budget Autonoleggio: nuova partnership con Miles & More

Parte la collaborazione fra Budget Autonoleggio e Miles & More, programma leader in Europa dedicato ai frequent flyer.

Grazie a questa partnership, dallo scorso 1° agosto i soci Miles & More possono noleggiare con Budget ed accumulare un minimo di 500 miglia Miles & More per ogni prenotazione di noleggio auto in tutto il mondo effettuata sul sito www.budgetautonoleggio.it

digitare il proprio numero di carta. In alternativa, al momento del ritiro dell'auto, potrà presentare la carta all'operatore Budget che provvederà alla registrazione dei punti. Per i soci Miles & More sono inoltre state attivate altre due promozioni valide sino al 31 dicembre 2010: chi prenota un noleggio auto con Budget entro il 30 settembre avrà infatti diritto all'accredito di 1.000 miglia anziché 500.

"Siamo entusiasti della nuova partnership stretta con Miles & More - ha dichiarato Marco Calzavara, Direttore Generale di Budget Italia - Si tratta di un momento di grande crescita per la nostra azienda e siamo certi di poter offrire ai soci Miles & More non solo miglia premio ed altri vantaggi, ma anche e soprattutto un servizio di noleggio auto di sempre maggior valore, qualità e completezza. La nostra capillare presenza in tutto il mondo, garantita da una fitta rete di punti assistenza presenti in luoghi strategici, tra cui oltre 800 importanti aeroporti, ci ha consentito sino ad ora e continuerà a consentirci per il futuro di rispondere in modo adeguato e sempre più performante alle esigenze dei membri Miles & More". A sua volta Carsten Schaeffer, Direttore Generale Miles & More International, sottolineando come l'accordo stretto con Budget porti a cinque i partner di noleggio auto partner del programma Miles & More, dichiara: "L'ingresso di Budget conferma la nostra volontà di diversificare. Siamo lieti di poter offrire ai nostri membri l'opportunità di accumulare miglia anche con Budget. Grazie al suo network ampio e di livello internazionale, così come al valore del suo brand, rappresenta un altro importante partner del nostro portfolio".



oppure direttamente presso gli uffici di noleggio Budget. Le miglia accumulate potranno poi essere utilizzate per usufruire delle tante agevolazioni, incluse quelle per un ulteriore noleggio attraverso il network Budget. Per ottenere le 500 miglia in fase di prenotazione online, il cliente, giunto alla sezione Frequent Flyer, non dovrà fare altro che selezionare il programma Miles&More e



Shopping di Natale a New York con Alidays

Dal 3 all'8 dicembre, 4 notti presso l'Helmsley Park Lane 4 stelle. Quote a partire da 1.579 euro per persona, in camera doppia. Dall'8 al 13 dicembre, 4 notti presso il New York Helmsley 4 stelle, oppure l'Helmsley Park Lane 4 stelle. Quote a partire da 1.395 euro per persona, in camera doppia. Le quote comprendono: voli intercontinentali da Milano Malpensa (possibilità di avvicinamenti dalle principali città italiane, quotazioni su richiesta); mezza giornata di visita della città di New York (servizio collettivo); trasferimenti collettivi da e per l'aeroporto.

Con Sun Resorts Stai 7, paghi 4 a alle Maldive

Fino al 15 ottobre al Kanuhura, resort 5 stelle Lusso situato nell'atollo di Lhavivani a nord est delle Maldive, "Stai 7, paghi 4". Prenotando un soggiorno per due persone con trattamento bed&breakfast di almeno 7 notti in Beach Villa,



Water Villa o Grand Water Villa, gli ospiti pagheranno solo 4 notti. L'offerta è valida in tutte le categorie di camera, ad eccezione delle Duplex Villa e Grand Beach Villa. Le notti gratuite si intendono con trattamento bed&breakfast.

In India alla fiera di Pushkar con Dreamland

Un'occasione unica per volare in India tra i tesori del Triangolo d'Oro e ritrovarsi spettatori della grande fiera di Pushkar, la più grande fiera di bestiame del Paese che si tiene ogni anno nel mese di Kartik. Alla visita delle più belle città del Rajasthan, lungo un itinerario ricchissimo di visite e suggestioni che si snoda tra Agra, Jaipur, Jodpur, Bikaner e Mandawa, si unisce una tappa speciale a Pushkar nel plenilunio di novembre quando la città ospita la grande fiera meta di pellegrinaggio da ogni parte dell'India. Per l'occasione migliaia di piccoli allevatori si radunano in un gigantesco accampamento, tra contrattazioni e gare per mostrare agli acquirenti la bellezza e la bravura dei vari animali, e al tramonto il campo si illumina di migliaia di luci con i fuochi che le donne accendono vicino alle proprie tende per preparare la cena. Partenze garantite: 10 - 11 - 12 - 13 - 14 novembre. Quote da 2.100 euro a persona per 11 giorni/8 notti Voli di linea Emirates da Roma, Milano e Venezia, trattamento di pensione completa, auto privata con autista, guida in lingua italiana.

Mensile di informazione per il turismo - www.ilgiornaledelturismo.com

Registrazione al Tribunale di Napoli n° 8 del 23 febbraio 2005

Editore: Angelo De Negri

Direttore responsabile: Antonio Del Piano - direttore@ilgiornaledelturismo.com

Redazione: Via Monte di Dio, 25 - 80132 Napoli

tel. 081 7640032 - redazione@ilgiornaledelturismo.com

Redazione Roma: Valentina Maresca - redazione@ilgiornaledelturismo.com

Hanno collaborato: Roberto Gentile, Giulia Gorgazzi, Ughetta Lacatena

Edizione e amministrazione: Progetta Srl - Via Monte di Dio, 25 - 80132 Napoli

Pubblicità: Progetta Srl - tel. 081 7640032

Responsabile commerciale: Emanuela Vadacca - evadacca@ilgiornaledelturismo.com

Concessionari di pubblicità per il nord Italia: Glen Media Company

Via Turati, 40 - 20121 Milano

Realizzazione grafica: Simona Postelli

Stampa: Tecnoprint Srl - Via Caduti del Lavoro, 12 - 60131 Ancona

"Nilo, portami
via con te..."

Egitto

L'inizio di tutte le storie.
Anche la tua.

www.egypt.travel

Quelli della Bilancia... tipi da spiaggia!

Lettino, tintarella, beach volley, raduni fino al tramonto, e poi un bell'happy hour alcolico che stempera la fatica (quale?) del giorno in mare. I più audaci (tra i maschietti) sono anche disposti a lanciarsi nel body surf, più per spirito di compagnia che per naturale vocazione sportiva. Infatti voi del segno non siete proprio amanti dello sport e della fatica che questo comporta (sì, tra di voi c'è qualche eccezione, ma... è l'ascendente che conferma la regola!), quanto piuttosto della competizione e della ilarità che una bella sfida di squadra può suscitare. Allora, le mete giuste sono le Baleari, Ibiza e Formentera in testa, con le loro infinite possibilità di divertimento; avrete certamente prenotato una villetta con otto/dieci posti, giardino e barbecue. Già, voi della Bilancia siete il re del Barbecue! Chissà perché... Allo stesso modo, le isole greche come Mykonos e Santorini fanno al caso vostro. Inutile fare tante ore di volo o di macchina se poi il mare è mare ovunque, gli amici sono con voi e ovunque si trova un buon mojito.

Tour organizzato

Niente però vi dà più soddisfazione di un tour organizzato... da voi, naturalmente. Complice il tour operator, che alla fine della pratica conoscerà talmente bene qualità e difetti dei vostri compagni di viaggio, tanto da essere in grado di suggerirvi anche lui cosa è bene e cosa no per la vostra amica Anna, il fidanzato Roberto e quella tipa tutto pepe che non va da nessuna parte senza il suo iphone. Destinazione: tour della Turchia, i Parchi Naturali degli Stati Uniti, in camper fino a Capo Nord. Purché vi sia il giusto mix di natura, storia, cultura e cultura gastronomica: per accontentare tutti i gusti e giacché ci siamo soprattutto il vostro. Inutile dire che tra kebab e hamburger e patatine c'è solo l'imbarazzo della scelta.

Weekend metropolitano

Niente di più frizzante di un weekend metropolitano: questa volta con la propria metà. Voi bilancini, curiosi e raffinati, amate tuffarvi di tanto in tanto nelle selvagge realtà metropolitane sufficientemente chic o trendy. Avete gusto per la musica, l'arte, l'architettura... Sempre mediando con i vostri tempi e le vostre modalità (ovvero: comoda e opulenta colazione in hotel e numero del taxi sempre in tasca, nel caso vi stanchiate troppo) visiterete musei di ogni genere, farete shopping da Macy's o da Tiffany se siete a New York, e adorerete le luci di Broadway. Anche Londra, Copenaghen e Tallin, la meta cool del momento, faranno al caso vostro. E perché no? Reykjavik, che si

dice tutta movida per i sei mesi di luce l'anno. Pare che qui la notte non vada mai a dormire.

In valigia

Ponderate il ponderabile, ma questo lo sapete già. Oltre all'utile, il dilettevole. Sappiate che gli amici si aspettano molto da voi e quindi, se ci sta, mettete nel vostro bagaglio un gioco da tavola, cd e le carte. Il necessario per divertirvi se incappate in una brutta serata estiva, tutta tuoni e lampi. Non dimenticate un digestivo: per voi è indispensabile, ve ne renderete conto al settimo pancake (un cult della colazione statunitense) che divorerete con avidità ogni mattina.

Lasciate pure a casa...

Il ricettario della nonna. Supplirà la vostra fantasia. No anche ai cerotti per le vesciche di ogni misura e forma (conoscendovi, non camminerete più di tre ore al giorno) e alle quindici camicie hawaiane. La tipa che avete puntato vi noterà anche senza. Per le donne: lasciate pure a casa la linguetta biforcuta che ogni tanto sputa sentenze al veleno. La curiosità femminile del segno spesso sfocia, infatti, nel vero e proprio tagli e cucì delle comari (anche se giurate che le intenzioni del pettegolezzo sono nobili). Il consiglio inoltre è quello di lasciare un po' di spazio in valigia visto che siete molto sensibili all'acquisto.

Vacanze con la Bilancia: qualche consiglio per non soccombere

Il segreto è compiacerlo/a: sapete benissimo che il vostro partner ama essere al centro dell'attenzione, cosa che gli riesce anche molto bene.

Del resto vi ha conquistato proprio così.

Quindi lasciate pure a lui (o lei) il palcoscenico, rinunciando a quegli attacchi di isterica gelosia del tutto immotivata. La Bilancia è un segno esuberante ma molto fedele e anche se non sembra nel suo cuore il primo posto è il vostro. Sappiate invece dosare con moderazione i suoi pasti: questa, infatti, non è una sua prerogativa. Occhio, quindi, a ciò che mangia in viaggio, a meno di non considerare un simpatico diversivo star chiusi nella stanza dell'hotel per una sera intera a tenergli/le la mano, mentre lamenta indicibili dolori addominali. Per i maschietti: considerate che la donna Bilancia ha la lacrima facile; è il suo modo di attirare la vostra attenzione. Sappiate riconoscere il motivo del piagnisteo e agite di conseguenza (tipo che se urla disperata davanti a una vetrina di Dior, implorando quella borsetta di cocodrillo da "appena 400 euro!", potreste considerare l'idea di mollarla in mezzo alla strada fino a completa mutazione genetica in alligatore).



Marsa Alam

Welltour Club
Solymer Abu Dabbab

Sharm el Sheikh

Welltour Club
Sonesta Beach Resort

Soft All Inclusive
quote da 590 euro

Bambino
soggiorno gratis

Novità Catalogo Lungo Raggio

East Africa: Kenya,
Zanzibar, Madagascar.
Caraibi, Capo Verde e
Brasile.



Via V Dicembre 3 - 16121 GENOVA
Booking Welltour - tel 010 0891001 - fax 02 68826090
booking.welltour@welltour.it

*Sharm el Sheikh
Marsa Alam
Hurghada
Crociere sul Nilo*



Mar Rosso

**Vieni a trovarci a NoFrills
allo stand C-40**

www.welltour.it

Aves...3 steps forward!

Architecture - Technology - Completeness



Think 2010



Imagine 2020



Evolve 2025



1° passo: l'architettura di **Aves** è da sempre centrata sulla pratica, una pratica flessibile che accoglie servizi di diverse tipologie, di fornitori diversi, di regimi iva diversi. La pratica è il fulcro di tutte le attività di **Aves**, così come lo è della tua attività. Siamo nati un passo avanti...

2° passo: la scelta della migliore tecnologia per sviluppare **Aves** è garanzia di successo. Basato su piattaforma Windows Server, sviluppato con Microsoft Visual Studio, interfacciato con il database Mysql di Sun, ideato con la grafica di Microsoft Office 2010, sviluppato su web con Microsoft Asp.net. Abbiamo scelto di stare due passi avanti...

3° passo: la tua attività cambia, cresce, si evolve. Per stare al passo con le tue esigenze abbiamo voluto rendere **Aves.net** il più completo possibile. Tutti fanno tutto e **Aves.net** rende semplice fare tutto. Abbiamo fortemente voluto essere tre passi avanti... **seguiteci!**



Datagest srl | Pesaro | Roma | Milano | Palermo |
www.datagest.it



Il software più completo per
Tour Operator ed **Agenzie di Viaggi**